

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**DIGITALIZACIÓN DE OPERACIONES BANCARIAS Y SU RELACIÓN
EMPRESARIAL EN LOS USUARIOS DEL BBVA DE LA REGIÓN HUÁNUCO**

Tesis

Para optar el título profesional de:

CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR:

SHIRLEY ESPINOZA SERNA

TINGO MARÍA – PERÚ

2025



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS N° 011/2025-FCC-UNAS

En el auditorio de la Facultad de Ciencias Contables de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, siendo las 17:00 horas, del día 17 de junio de 2025, se instaló el Jurado Evaluador, con Resolución 264/2024-D-FCC de fecha 21 de octubre de 2024, integrada por los docentes Dr. Manuel Ricardo Guerrero Febres -presidente, Dr. Fidilberto Vargas Paita – miembro, Mg. Teodoro Huamán Camacho miembro y Dra. Luz Violeta Infantas Bendezú.

Con Resolución 289/2024-D-FCC de fecha 25 de noviembre de 2024 se aprueba proyecto de tesis:

**“ DIGITALIZACIÓN DE OPERACIONES BANCARIAS Y SU
RELACIÓN EMPRESARIAL EN LOS USUARIOS DEL BBVA DE
LA REGIÓN HUÁNUCO.”**

La misma que es sustentada por la bachiller:

ESPINOZA SERNA, SHIRLEY.

Culminada la sustentación y defensa de la tesis, se procede a la respectiva calificación de conformidad al Reglamento de Grados y Títulos de la UNAS, cuyo resultado se indica a continuación:

APROBADO POR : BUENO

CALIFICATIVO : UNANIMIDAD

Siendo las 18:00 horas se concluye el acto académico de sustentación de tesis, firmando a continuación los miembros del Honorable Jurado y su Asesor, en señal de conformidad.


CPC. Dr. MANUEL RICARDO GUERRERO FEBRES
Presidente


CPC. Dr. FIDILBERTO VARGAS PAITA
Miembro


CPC. Mg. TEODORO HUAMAN CAMACHO
Secretario


CPC. Dra. LUZ VIOLETA INFANTAS BENDEZU.
Asesor





“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

CERTIFICADO DE SIMILITUD T.I. N° 274 - 2025 - CS-RIDUNAS

El Jefe de la Unidad de Soporte Científico de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, quien suscribe,

CERTIFICA QUE:

El Trabajo de Investigación; aprobó el proceso de revisión a través del software TURNITIN, evidenciándose en el informe de originalidad un índice de similitud no mayor del 25% (Art. 3° - Resolución N° 466-2019-CU-R-UNAS).

Programa de Estudio:

Contabilidad

Tipo de documento:

Tesis	X	Trabajo de Suficiencia Profesional	
-------	---	------------------------------------	--

TÍTULO	AUTOR	PORCENTAJE DE SIMILITUD
DIGITALIZACIÓN DE OPERACIONES BANCARIAS Y SU RELACIÓN EMPRESARIAL EN LOS USUARIOS DEL BBVA DE LA REGIÓN HUÁNUCO	SHIRLEY ESPINOZA SERNA	13 % Trece

Tingo María, 18 de agosto de 2025.


UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
UNIDAD DE SOPORTE CIENTÍFICO
ING. EINSTEIN A. ORTIZ MORALES
JEFE



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

Tingo María

VICERRECTORADO DE INVESTIGACION DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“Promoviendo la Calidad de la Investigación”

REGISTRO DE PROYECTO DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO UNIVERSITARIO

Universidad	: Universidad Nacional Agraria de la Selva
Facultad	: Ciencias Contables
Escuela profesional/	: Contabilidad
Departamento Académico	: Ciencias contables
Título de la tesis	: <i>“Digitalización de operaciones bancarias y su relación empresarial en los usuarios del BBVA de la región Huánuco”</i>
Objetivo general	: Determinar la relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.
Autor de tesis	: Bach. C. C. Shirley, ESPINOZA SERNA
DNI	: 74204506
Correo Electrónico	: shirley.espinoza@unas.edu.pe
Asesor de la tesis	: Dra. Luz Violeta, INFANTAS BENDEZÚ
Área de Investigación	: Ciencias sociales y Desarrollo Sostenible
Grupo de Investigación	: Finanzas
Línea de investigación	: Innovación financiera
Lugar de Ejecución	: Huánuco
Fecha Inicio	: 20 de agosto de 2023
Fecha Termino	: 20 julio de 2024
Presupuesto	: S/ 3000.00
Financiamiento	: Propio (X) FIF () Externo ()

Bach. Espinoza Serna Shirley
Ejecutor

Dra. Infantas Bendezú Luz Violeta
Asesora

DEDICATORIA

*A Dios fuente de sabiduría por guiarme
en cada paso para lograr mis objetivos y
por su amor infinito*

*A mis queridos padres Eugenio
Espinoza Atencia y María Serna
Moreyra, por su paciencia y apoyo
incondicional, por ser mi mayor
inspiración.*

AGRADECIMIENTO

A la universidad Nacional Agraria de la Selva por proporcionar un entorno académico que fue fundamental en mi desarrollo profesional.

A mi asesora Dra. Luz Violeta Infantas Bendezú por la orientación y asesoramiento durante la ejecución de la investigación.

A los docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad por las enseñanzas y su disposición para compartir conocimientos.

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
INTRODUCCIÓN	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPITULO I	1
PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	1
1.1. Fundamentación del problema	1
1.1.1. Selección General: “Desarrollo Empresarial”	1
1.1.2. Selección Específica: “Digitalización de operaciones bancarias y su relación empresarial en los usuarios del BBVA de la región Huánuco”	1
1.1.3. Definición del Problema	3
1.2. Formulación de las interrogantes	4
1.2.1. Interrogante general	4
1.2.2. Interrogantes específicas	5
1.3. Objetivos	5
1.3.1. Objetivo general	5
1.3.2. Objetivos específicos	5
1.4. Hipótesis	5
1.4.1. General	5
1.4.2. Específicos.....	6

1.4.3.	Sistema de variables, dimensiones e indicadores	6
1.5.	Justificación e Importancia.....	7
1.5.1.	Teórica.....	7
1.5.2.	Práctica	8
1.6.	Delimitaciones.....	8
1.6.1.	Teórica.....	8
1.6.2.	Espacial.....	8
1.6.3.	Temporal.....	8
1.7.	Metodología.....	8
1.7.1.	Nivel de investigación	8
1.7.2.	Tipo de investigación	9
1.7.3.	Población y muestra	9
1.7.3.1.	Población	9
1.7.3.2.	Muestra	10
1.7.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
1.7.5.	Procesamiento y presentación de datos	12
1.8.	Limitaciones	12
CAPITULO II.....		13
FUNDAMENTO TEÓRICO		13
2.1	Antecedentes de la investigación	13
2.1.1	Internacional	13
2.1.2.	Nacional.....	15
2.1.3.	Local	17
2.2.	Bases teóricas	18

2.2.1. Banca Digital	18
2.2.2. Desarrollo Empresarial	27
2.2.3. Definiciones de términos básicos	35
CAPITULO III.....	36
RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	36
3.1. De la variable Banca Digital	36
3.1.1. Dimensión accesibilidad.....	36
3.1.2. Dimensión adaptación tecnológica.....	40
3.1.3. Dimensión seguridad	44
3.2. De la variable Desarrollo Empresarial	48
3.2.1. Dimensión crecimiento.....	48
3.2.2. Dimensión productividad	52
3.2.3. Dimensión innovación.....	56
3.3. Discusión de resultados	60
3.4. Verificación de la hipótesis.....	64
CONCLUSIONES.....	69
RECOMENDACIONES.....	70
BIBLIOGRAFÍA	71
ANEXOS	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sistema de variables	6
Tabla 2 Definición operacional de variables	7
Tabla 3 Oficinas del BBVA en lima	20
Tabla 4 Oficinas del BBVA en provincias	21
Tabla 5 Perú: Empresas, según departamento, 2020-2021	32
Tabla 6 Resumen del procesamiento de los casos	64
Tabla 7 Estadísticos de fiabilidad	64
Tabla 8 Prueba de normalidad	64
Tabla 9 Contrastación de la hipótesis general	65
Tabla 10 Contrastación de hipótesis específica 1 con correlación Rho de Spearman ...	66
Tabla 11 Contrastación de hipótesis específica 2 con correlación Rho de Spearman ...	67
Tabla 12 Contrastación de hipótesis específica 3 con correlación Rho de Spearman ...	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	PEA ocupada por estructura de mercado, región Huánuco 2007-2019	28
Figura 2	PEA ocupada según rama de actividad, región Huánuco: 2007-2019	29
Figura 3	La Banca digital permite realizar transacciones con facilidad	36
Figura 4	La Banca digital ofrece opciones para personalizar su cuenta bancaria	37
Figura 5	En la Banca digital se puede descargar comprobantes de transacciones y estados de cuenta	38
Figura 6	Disponibilidad en la banca digital para efectuar las operaciones.....	39
Figura 7	La página web o la aplicación de la banca digital muestra un diseño innovador	40
Figura 8	Las nuevas actualizaciones en la banca digital permiten realizar operaciones sin interrupciones.....	41
Figura 9	La Banca digital (Aplicación o la página web) brinda servicio de acuerdo con sus necesidades	42
Figura 10	La Banca digital permite ubicar los productos y servicios con facilidad.....	43
Figura 11	Los datos personales serán utilizados solo para realizar las operaciones bancarias	44
Figura 12	La Banca digital informa sobre las transacciones que se realizan	45
Figura 13	La Banca digital ofrece medidas de seguridad para proteger sus cuentas y transacciones.....	46
Figura 14	Recibe información por parte del banco para prevenir fraudes y proteger su cuenta	47
Figura 15	Su empresa incremento sus ventas	48
Figura 16	Su empresa ha tenido un crecimiento en el número de empleados	49
Figura 17	Su empresa ha ampliado su presencia en nuevas regiones geográficas	50
Figura 18	En su empresa aumento el número de clientes o usuarios	51
Figura 19	Su empresa utiliza tecnología para agilizar procesos	52

Figura 20	En su empresa se realiza programas de capacitación	53
Figura 21	En su empresa se fomenta la colaboración y el trabajo en equipo	54
Figura 22	Se establecen metas y objetivos claros en su empresa	55
Figura 23	Se realizan continuamente el lanzamiento de nuevos productos o servicios	56
Figura 24	Se utiliza medios de pagos digitales para agilizar procesos (transferencias bancarias, pago de servicios, pago de planillas)	57
Figura 25	Su empresa aplica promociones especiales para atraer clientes	58
Figura 26	Su empresa utiliza plataformas digitales para tener publicidad	59

INTRODUCCIÓN

La expansión de los servicios en el sistema financiero ha tomado relevancia en la actualidad, el uso de las plataformas de internet y/o el uso de móviles han servido a las personas el acceso a un sistema en línea que permita efectuar sus actividades diarias, la investigación tuvo como finalidad determinar los cambios que influyen en el sector privado, específicamente en el crecimiento empresarial de la región Huánuco, la elección para este tema se basó en la experiencia empírica obtenida durante el desarrollo profesional además, dado los pocos antecedentes en la universidad de este estudio se tomó como punto de referencia posteriores temas.

Se encuentra conformado por el capítulo I planteamiento metodológico, en la cual se detalló el problema a nivel macro y micro, y también se plantearon las interrogantes a ser contestadas durante el desarrollo de la investigación, en ese aspecto, se identificó la metodología y las limitaciones consideradas para el desarrollo del estudio. En cuanto al capítulo II titulado, fundamento teórico se encuentran los antecedentes del estudio que se usaron para el contraste de los resultados de las encuestas, de igual manera se presentan las principales bases teóricas que sustentan la investigación mediante evidencia histórica, en el caso de los resultados de la investigación que se encuentra en el capítulo III, esta diferenciado según la variable, el primero viene a ser la banca digital y el segundo desarrollo empresarial, así mismo; se encuentra incluido la discusión de los resultados en los cuales la información es comparada con los antecedentes sustentados en el marco teórico y finalmente, se realizó la verificación de la hipótesis, utilizando la prueba estadística con la que se contrastó la investigación.

RESUMEN

El estudio titulado *“Digitalización de operaciones bancarias y su relación empresarial en los usuarios del BBVA de la región Huánuco”* busca identificar la relación existente entre la banca digital y el desarrollo empresarial, la metodología utilizada es de tipo aplicada de una población de 120 personas para la selección de una muestra de 80 personas; se aplicó la encuesta como técnica para la recolección de datos en donde se desarrolló 24 preguntas a los usuarios ubicados en la región Huánuco en las cuales los encuestados mencionan la habitualidad del uso de la banca digital y en el caso del desarrollo empresarial mencionaron el aumento de sus ventas debido al uso de las plataformas digitales que son validados por el análisis de fiabilidad del uso del Rh Spearman en la cual concluye un coeficiente 0,433 y un p valor de 0,000 ($p\text{-valor} < 0.05$) presentando que existe una relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

Palabras clave: banca digital, adaptación de tecnologías, servicios financieros

**The Digitalization of Banking Operations and the Business Relationship
Among the Users of the BBVA in the Huánuco Region**

ABSTRACT

In the study entitled, “The digitalization of Banking Operations and the Business Relationship Among the Users of the BBVA in the Huánuco Region,” it was sought to identify the relationship that existed between digital banking and the business development, the methodology that was used was an applied type with a population of 120 people in order to select a sample of eighty people; a survey was given as the technique for data collection where twenty four questions were answered by the users located in the Huánuco region [of Peru], in which those surveyed mentioned their habits of use for digital banking and in the case of the business development they mentioned the increase in their sales due to the use of digital platforms that are validated by the trustworthiness analysis through the use of Spearman’s Rho from which a coefficient of 0.433 and a p-value of 0.000 ($p\text{-value} < 0.05$) were concluded, presenting that a positive relationship existed between the digital banking and the business development of the BBVA clients in the Huánuco region.

Keywords: digital banking, technology adaptations, financial services

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. Fundamentación del problema

1.1.1. Selección General: *“Desarrollo Empresarial”*

En la época actual de transformación y globalización el desarrollo empresarial es un factor clave para el desarrollo económico y social del país, sin embargo, empresas pequeñas como medianas enfrentan desafíos como no poder acceder a financiamientos, escasa capacitación y una limitada adopción de tecnologías como la dificultad para adaptarse a los cambios del entorno, falta de conocimiento o confianza en los sistemas digitales. Estas situaciones obstaculizan un crecimiento sostenido, llegar a nuevos mercados afectando su productividad; además la brecha tecnológica puede limitar el acceso a financiamiento. En ese contexto proponer estrategias que impulsen la innovación mediante la accesibilidad a la banca digital para avanzar a un modelo más dinámico puede impulsar el crecimiento de las empresas en un entorno más favorable.

1.1.2. Selección Específica: *“Digitalización de operaciones bancarias y su relación empresarial en los usuarios del BBVA de la región Huánuco”*

Al realizar las actividades diarias, desde aquellas que incluye movilizarse, hasta las actividades para pago de servicios básicos como luz, agua, telefonía fija y móvil; todas estas diligencias vienen a ser atendidas por transacciones monetarias, incluso en aquellas actividades rutinarias de la población como tomar un taxi para que llegar a su destino, hasta el punto de realizar compras diarias en la tienda de la esquina del mismo vecindario se tiene

la necesidad de contar liquidez “dinero en efectivo”, por ejemplo, en los centros minoristas o el MINIMARKET (establecimiento comercial dedicado a la venta de productos) se realiza ventas limitadas al no contar con dispositivos que puedan ayudar a desembolsar de manera virtual como el conocido un P.O.S (POINT. OF. SALE); en un país que tiene la costumbre de usar dinero en efectivo. Tal como menciona Eguiluz (2019) en un país donde el 85% de las transacciones se realizan en efectivo. Las entidades financieras deben enfrentar este reto y generar más oportunidades para la bancarización en el Perú (párr. 5).

Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS, 2006) el sistema financiero en el país ha atravesado diferentes circunstancias, desde problemas críticos como el estatismo de la banca en los años 1987 hasta las reformas integrales que se dieron lugar en 1992. Tales hechos ocurridos han llegado al punto de indicar la no intervención del estatal en el sistema financiero, excepto de algunas inversiones que tienen a través de Corporación financiera de Desarrollo (COFIDE). La relevancia del sistema financiero se muestra en formas empleadas en la vida cotidiana, como el manejo del dinero o promover inversiones, con el propósito de responder a las necesidades de los usuarios como realizar pagos de manera rápida y eficiente

Según el BBVA en el 2021 fueron bancarizadas 891,345 nuevas personas. Dentro del país el banco tiene una base de 5.0 millones de clientes activos, de ellos, 3.7 millones han registrado su afiliación a los canales digitales que ofrece el Banco. Para el INEI (2021) en el caso del departamento de Huánuco los depósitos de banca múltiple han aumentado de 746,305 millones de soles en el periodo 2020, a 795 455 millones de soles en el 2021 donde se observa la incursión de estas dentro de Huánuco.

1.1.3. Definición del Problema

El crecimiento del mercado, las diferentes operaciones que se llevan durante el día y la globalización a nivel internacional, obliga a los bancos al desarrollo de productos, las implementaciones tecnológicas crean los nuevos medios para realizar desembolsos, capacitaciones de dinero de forma segura. Cada día, las personas y empresas de todo el mundo realizan millones de transacciones económicas, por lo que uno de los principales retos a los que se enfrentan las instituciones financieras es la implementación de nuevos métodos de pago que estén disponibles para los clientes y puedan satisfacer sus necesidades.

El desarrollo empresarial podría verse limitando por la falta de adaptación a la digitalización de la banca por parte de las personas, negocios, empresas afectando el acceso a servicios financieros, ya que por medio de la banca digital se puede realizar servicios bancarios en línea, de forma rápida como transferencias, pagos, solicitar información; agilizando las operaciones y mejorando la productividad en las empresas mediante la innovación, aprovechando las oportunidades que la digitalización ofrece para el crecimiento empresarial.

En la actualidad, los clientes bancarios son más exigentes, y rechazan las filas, los trámites presenciales y la atención tradicional. En su lugar, buscan una experiencia digital rápida, personalizada y accesible desde múltiples plataformas, que les permita gestionar sus fondos, préstamos, inversiones y herramientas financieras en línea. Esta transformación de expectativas plantea un nuevo desafío para la banca digital, sobre todo en contextos regionales como Huánuco, donde aún persisten limitaciones tecnológicas. Además, el pago de servicios e impuestos, como el impuesto predial, ha sido implementado mediante el

aplicativo BBVA únicamente en algunos distritos de Lima, pero esta funcionalidad aún no se aplica en otras regiones del país, como es el caso de Huánuco.

Según la información del Ministerio de producción al 2021, en Huánuco, existen diversos sectores empresariales que contribuyen al desarrollo económico de la región, como el sector comercio, servicios, sobresaliendo hoteles y restaurantes, actividades inmobiliarias, transporte terrestre; empresas manufactureras destacando textil, alimentos, fabricación de muebles. Sin embargo, es importante destacar que la mayoría de las empresas en Huánuco son microempresas, siendo un 98.9% del total de empresas (BCR, 2021, p. 5).

El BBVA con el objetivo de mejorar la atención al cliente y convertir la visita a la red de oficinas en una experiencia digital, durante el 2021 se implementó un nuevo modelo en la agencia de Huánuco que brinda un espacio digital para mejorar la educación financiera y los clientes puedan realizar sus operaciones bancarias.

Las actividades comerciales en la región, cuyo hito fue marcado en el año 2012 por la apertura de Real plaza, y PROMART en agosto del 2013, con el fin de cambiar el patrón de consumo de la población y modificar el uso tradicional del efectivo, ventas en los centros comerciales que ha generado competencia dentro de la región para que las herramientas de efectivo puedan ser usadas y desplazadas en el uso, uno de los motivos para poder efectuar la investigación es facilitar las acciones de las empresas de todo tamaño a través de la banca digital.

1.2. Formulación de las interrogantes

1.2.1. Interrogante general

¿La banca digital se relaciona positivamente con el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco?

1.2.2. Interrogantes específicas

- ✓ ¿La accesibilidad en la banca digital se relaciona con el crecimiento empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco?
- ✓ ¿La adaptación tecnológica en la banca digital se relaciona con la productividad empresarial en los clientes del BBVA en la región Huánuco?
- ✓ ¿La seguridad en la banca digital se relaciona con la innovación empresarial en los clientes del BBVA en la región Huánuco?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

1.3.2. Objetivos específicos

- ✓ Determinar la relación entre la accesibilidad de la banca digital con el crecimiento empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.
- ✓ Determinar la relación entre adaptación tecnológica de la banca digital con la productividad empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.
- ✓ Determinar la relación entre la seguridad de la banca digital con la innovación empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

1.4. Hipótesis

1.4.1. General

Existe una relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

1.4.2. Específicos

- ✓ La accesibilidad de la banca digital se relaciona positivamente con el crecimiento empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.
- ✓ La adaptación tecnológica en la banca digital se relaciona positivamente con la productividad empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.
- ✓ La seguridad en la banca digital se relaciona positivamente con la innovación empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

1.4.3. Sistema de variables, dimensiones e indicadores

Tabla 1

Sistema de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
(X)Banca Digital	Accesibilidad (X1)	X1.1 Accesibilidad a través de diferentes plataformas X1.2 Frecuencia de uso
	adaptación tecnológica (X2)	X2.1 Frecuencia de actualizaciones X2.2 Automatización de procesos
	Seguridad (X3)	X3.1 Protocolos de seguridad implementada X3.2 Nivel prevención de fraudes
(Y)Desarrollo Empresarial	Crecimiento (Y1)	Y1.1 Nivel de ingresos Y1.2. Incremento de clientes
	Productividad (Y2)	Y2.1. Nivel de eficiencia en la productividad Y2.2 Capacitación de los empleados
	Innovación (Y3)	Y3.1 Lanzamiento de nuevos de productos o servicios Y3.2. Frecuencia de implementación de tecnologías

Fuente: Elaboración propia

1.4.4. Definición operacional de variables, dimensiones e indicadores

Tabla 2

Definición operacional de variables

VARIABLES	DEFINICION	DIMENSIONES/INDICADORES
(X)Banca Digital	Es la transición de la estructura tradicional de la banca a la utilización del internet como el principal medio para brindar servicios financieros	Accesibilidad (X1)
		X1.1 Accesibilidad a través de diferentes plataformas
		X1.2 Frecuencia de uso
		Adaptación tecnológica (X2)
		X2.1 Frecuencia de actualizaciones
		X2.2 Automatización de procesos
(Y)Desarrollo Empresarial	Consiste en el proceso de crecimiento que se logra a través de la productividad y la innovación en la empresa	Seguridad (X3)
		X3.1 Protocolos de seguridad implementada
		X3.2 Nivel prevención de fraudes
		Crecimiento (Y1)
		Y1.1 Nivel de ingresos
		Y1.2. Incremento de clientes
		Productividad (Y2)
		Y2.1. Nivel de eficiencia en la productividad
		Y2.2 Capacitación de los empleados
		Innovación (Y3)
		Y3.1 Lanzamiento de nuevos de productos o servicios
		Y3.2. Frecuencia de implementación de tecnologías

Fuente: Elaboración propia

1.5. Justificación e Importancia

1.5.1. Teórica

En referencia a la parte teórica busca contribuir al conocimiento existente, en base a teorías con los comportamientos, estudios y verificaciones específicas, el uso temas bibliográficos, así como revistas y demás materiales digitales.

1.5.2. Práctica

Los resultados de la investigación muestran la mejora en la actividad empresarial de la población, así como los beneficios de la digitalización bancaria para el desarrollo empresarial en Huánuco mediante la adopción de tecnologías en las transacciones digitales que realizan.

1.6. Delimitaciones

1.6.1. Teórica

En referencia a la parte teórica se usó las teorías en el contexto digitalización bancaria con los comportamientos, estudios y verificaciones específicas, el uso temas bibliográficos, así como revistas y demás materiales digitales.

1.6.2. Espacial

El ámbito espacial este estudio de investigación se centró en los usuarios del BBVA en la región Huánuco, se analizó como la digitalización de operaciones bancarias se relaciona en el desarrollo empresarial en la región específica.

1.6.3. Temporal

La investigación es de carácter transversal se llevó a cabo en el periodo 2021, se analizaron los datos correspondientes a ese año para evaluar como la digitalización se relaciona con el desarrollo empresarial de los usuarios del BBVA en la región Huánuco.

1.7. Metodología

1.7.1. Nivel de investigación

El nivel de investigación es correlacional, ya que se recopiló información con el objetivo de determinar la relación o el nivel de conexión que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un grupo específico o contexto en particular, en este caso la relación entre la banca digital y el desarrollo empresarial. Estas correlaciones son respaldadas por hipótesis sometidas a prueba.

1.7.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicada ya que se utilizó teorías, enfoques ya existentes, en este caso la digitación de las operaciones bancarias se estudió cómo se relaciona a las acciones diarias como actúa en las unidades de estudio o en la población estudiada, con el objetivo de obtener un resultado positivo y generar conocimiento útil.

1.7.3. Población y muestra

1.7.3.1. Población

Para Arias et al, (2016) la población es un definido, limitado y accesible, conjunto de casos, que servirá como referencia para la selección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios preestablecidos (p. 202).

Al respecto, el criterio de selección para la investigación se tomó en base a los clientes que realizan actividad empresarial, procedimiento que le permitió la asignación de un número de individuos de la población, de igual forma; siendo el conocimiento empírico la principal motivación para identificar la población ya que, por temas de confidencialidad no se puede cuantificar con datos generales los individuos sean personas naturales y/o jurídicas, por lo que se tomó una población de 120 usuarios integrada por clientes pymes y grandes empresas del BBVA- Huánuco, al considerarse como la base representativa los clientes sobre la cual se desarrolló la investigación.

De acuerdo con datos del INEI (2021), en el año 2021 se registraron 810 pequeñas, medianas, grandes empresas en el departamento de Huánuco, lo que representó solo el 1.7% del total de empresas de la región, dato que contextualiza el tamaño del segmento empresarial abordado en esta investigación.

1.7.3.2. Muestra

Para establecer el tamaño de la muestra, se cumplieron los criterios dictados por la estadística; para lograrlo se empleó el muestreo probabilístico, teniendo en cuenta las condiciones siguientes:

La estimación del porcentaje de la muestra se refiere a la probabilidad de que suceda el fenómeno (representatividad de la muestra o no representatividad), que se calcula en base a marcos de muestreo anteriores o se establece, al contar con antecedentes justifican dicha proposición. La certeza total siempre es igual a uno, las posibilidades a partir de esto son “p” de que suceda y “q” de que no suceda ($p + q = 1$). Adicionalmente, el nivel de significancia es de 0.05, el cual implica que el investigador tiene 95% de seguridad para generalizar sin equivocarse y sólo 5% en contra. En cuanto a probabilidad, 0.95 y 0.05 ambos suman la unidad. Este nivel es el más habitual en el campo de las ciencias sociales (Hernández et al., 2014).

$N =$ Universo poblacional= 120

$p =$ Probabilidad de aciertos= 80 %.

$q =$ Probabilidades de fracaso= $q = (1-p) = 20\%$.

$Z =$ Nivel de confianza= (95%) = 1.96

$e =$ Nivel de precisión= 5%.

$n =$ Muestra.

Para tal efecto, aplicaremos la fórmula de la Muestra inicial.

$$n = \frac{Z^2 N p q}{(N - 1) e^2 + (z^2 p q)}$$

Reemplazando valores, tenemos:

$$Z = 95\% \quad p = 80\% \quad q = 20\% \quad E = 5\%$$

Operando la fórmula se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 120 * 0.80 * 0.20}{(119)0.05^2 + (1.95^2 * 0.80 * 0.20)}$$

$$n = \frac{73.008}{0.2975 + 0.6084}$$

$$n = 80.00$$

1.7.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Las técnicas de investigación que se utilizaron para la verificación de los datos de la investigación fueron:

- ✓ Información bibliográfica y hemerográfica: Se recopiló información teórica, conceptual provenientes de libros, tesis, artículos científicos.
- ✓ Encuesta: Esta técnica permitió recolectar datos específicos sobre percepciones, actitudes relacionadas al estudio de investigación.

Los instrumentos de la investigación que se utilizaron para la recolección de datos fueron:

- ✓ Fichas bibliográficas y hemerográfica
- ✓ Cuestionario

1.7.5. Procesamiento y presentación de datos

Para la recolección de los datos se tomaron en consideración las 24 preguntas que se encuentran identificados en 24 ítems, cuyas respuestas fueron brindadas en opciones bajo escala de Likert, mientras que en el procesamiento de información y la tabulación de resultados fueron realizados mediante la plataforma de software IBM SPSS.

1.8. Limitaciones

La dificultad para acceder a ciertos empresarios o usuarios del BBVA puede haber limitado la diversidad de la muestra, la necesidad de mantener la confidencialidad restringió el acceso a información más detallada o sensible.

CAPITULO II

FUNDAMENTO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Internacional

Miranda (2020), investigación titulada “*Estudio de deseabilidad de una plataforma tecnológica para corredores de seguros*”, para obtener el grado de magister en innovación por la Pontificia Universidad Católica de Chile, efectuó el estudio con la finalidad de crear una plataforma de servicios digitales para que los agentes de seguros mejoren tanto su eficiencia comercial como operacional, la investigación fue experimental debido a la generación de un modelo llegando a las siguientes conclusiones:

- Grado de innovación, el modelo planteado sirvió para una plataforma integral, comunidad virtual de actualización y se focaliza a pequeños corredores que entregan servicios.
- Implementación, dado al acelerado ritmo de la digitalización en el sector de las aseguradoras; la factibilidad y viabilidad se incorporan, se establece una estructura de costos para evaluar la factibilidad.

Carrasco (2022), en la investigación “*Desarrollo Tecnológico para la Transformación Digital y el Desarrollo Endógeno en México*”, con la finalidad de optar el doctorado en ciencia y tecnología para la sociedad elaboro una tesis que tiene como objetivo identificar que causas desincentivaron el desarrollo tecnológico para la transformación digital en México, la metodología fue mixta ya que se hizo análisis de contexto histórico posteriormente una revisión bibliográfica, llegando a las siguientes conclusiones:

- El país no cuenta con agenda digital, no existió continuidad solo se realizan proyectos heredados.
- No se tuvo un plan pormenorizado entre los organismos públicos o privados, aumentando la incertidumbre en el sector, ausencia de la hoja de ruta que establece un plan operacional de fechas y responsabilidades a largo plazo.
- La importancia de la estructura económica, social impacta en el sistema digital, el rango que tiene los programas de difusión para el uso de herramientas digitales por parte del sector público y privado para impulsar la adopción digital.

Chávez (2023) en la investigación *“Análisis de la aceptación de la banca digital en pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Guayaquil”*, con el fin de obtener el grado de licenciado en administración de empresas en la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, efectuó un estudio con el objetivo de analizar la aceptación de la banca digital en las pequeñas y mediana empresas en la ciudad de Guayaquil, el tipo de investigación fue descriptiva mediante técnicas cuantitativas y cualitativas, finalmente concluye que:

- Los motivos por los que aún existen negocios que no acceden a servicios digitales son la poca seguridad que ofrecen las instituciones financieras y la carencia de información sobre implementaciones y actualizaciones que brindan, además las actividades comerciales que en su mayoría usan la banca digital en su gestión diaria son del sector comercial.
- Un gran porcentaje de las Pymes aceptan la banca digital, tienen beneficios y facilidades que les brindan a sus negocios, destacando el desarrollo de la banca digital dejando a un lado la banca tradicional.

2.1.2. Nacional

Alvarez et al. (2023), en el estudio *“Potencial impacto del Open Banking, las Bigtech y la Banca Digital en el sector bancario peruano: un análisis exploratorio”*, para obtener el grado de magister en finanzas por la Universidad Esan realizaron una investigación con el objetivo principal de analizar de qué forma los ingresos del open Banking empresas Bigtech y la banca digital impacta en el sector bancario peruano, la modalidad de investigación fue exploratorio tuvo un enfoque cualitativo por medio de ello se conoció las características del problema, llegando a las siguientes conclusiones:

- Para mejorar el proceso de implementación de los open banking en nuestro país, es familiarizar a los consumidores con las herramientas digitales que brinda la empresa, siendo esto una oportunidad de negocio.
- En base a los comentarios de los expertos el open banking en el mercado es muy reducida, dado que ha existido barreras como falta de recursos en innovación tecnológica y ciberseguridad y falta de delegación del estado en delegar roles.
- El nuevo sistema financiero del Open Banking, se implementará con apoyo de los avances tecnológicos de la banca digital, permitiendo la creación del sistema financiero donde participan los bancos, cajas municipales, cooperativas, financieras y clientes.

De la Cruz et al. (2024), en el estudio *“Canales virtuales alternos bancarios y su incidencia en los reclamos de los usuarios de Lima Metropolitana 2020-2022”*, para obtener el título de contador público en la Universidad San Martín de Porres desarrollaron una tesis con el objetivo principal de determinar cómo influyen los canales virtuales bancarios en los reclamos de los usuarios de Lima Metropolitana durante el periodo 2020-2022 la

investigación fue de tipo aplicada, con el nivel del estudio descriptivo, correlacional y explicativo, finalmente concluyeron que:

- Las plataformas en línea, influyen en la agilidad de los procesos de atención al cliente; al manifestarse positivamente en términos de velocidad y eficiencia de transacciones; además existen procesos que pueden ser optimizados para mejorar la experiencia.
- El asistente virtual es de utilidad, en la comprensión del equipo de soporte técnico, los clientes indicaron que viene a ser una herramienta de comprensión con el equipo de soporte.
- La banca digital genera beneficio al usuario por el alcance su información por lo que es uno de los canales con más uso. Los canales virtuales ejercen considerablemente un impacto en la calidad del servicio brindado a los usuarios.

Gutierrez (2019) el estudio “*Los servicios financieros digitales del banco de la nación*”, para obtener el grado de magister en finanzas por la Universidad Nacional Federico Villareal teniendo como objetivo principal la reformulación de restricciones de los servicios financieros digitales permitiendo una óptima gestión financiera en la institución, el tipo de investigación presento un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo-correlacional, llegando a las siguientes conclusiones:

- Los servicios financieros con mayor uso en el banco de la nación son retiros y pagos, los promedios de las operaciones ascienden entre más de 50 a 100 soles.
- El problema más común viene a ser las transferencias bancarias, mencionando la necesidad de modificar el límite del monto máximo permitido por las transacciones de la banca móvil.

- No existe un marco regulatorio de la banca por celular, por lo tanto, no está claro los términos de banca móvil.
- La reformulación de las restricciones de los servicios financieros digitales permite una mejor gestión al banco de la nación.

2.1.3. Local

Casimiro (2019) en su estudio titulado “*Capacidad de pago de los clientes del Banco BBVA CONTINENTAL - oficina Huánuco 2018*”, el objetivo fue demostrar la capacidad de pago de los clientes para que se les concediera acceso a una línea de crédito en el BBVA. La base principal del proceso de recopilación de datos ha sido la experiencia adquirida a lo largo de años de desempeño laboral mediante casos reales, así mismo determino que:

- Debido a la competencia las empresas financieras han mejorado sus procesos de evaluación mediante técnicas en la unidad de riesgo.
- El cliente admite la informalidad ocasionando información errada generando el riesgo de morosidad en los créditos aprobados.
- La falta de información en los usuarios ocasiona que cometan errores impidiendo que puedan acceder a financiamiento generando demora y poniendo en riesgo sus empresas.

Crispin (2019) en la investigación titulada “*Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de los bancos privados de la ciudad de Huánuco 2019*”, el propósito de la investigación fue determinar hasta qué punto la satisfacción de los clientes de los bancos privados de la ciudad de Huánuco está influenciada por la calidad del servicio. La investigación empleo el método cuantitativo, de nivel descriptivo-correlacional, concluyendo que:

- La calidad de servicio en bancos privados incide en la satisfacción de los clientes, además que los colaboradores están dispuestos a ayudar a los usuarios.
- Los usuarios mencionan que están de acuerdo con la atención individualizada de los trabajadores de los bancos, considerando que cuidan a sus clientes.
- Los clientes dicen que se sienten seguros al realizar sus transacciones además indican que reciben información sobre los cambios y actualizaciones en las políticas de atención.

Vargas y Farro (2017), en la investigación titulada “*Calidad de atención al cliente y su relación con el nivel de satisfacción del servicio en los clientes del Banco de Crédito del Perú-Huánuco 2017*”, el propósito de la investigación fue determinar la correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, el nivel de investigación fue descriptivo y explicativo correlacional, la recolección de datos se realizó a través de encuestas a los clientes del banco BCP en Huánuco que conformaron la muestra, determinaron que:

- Se demostró que el nivel de satisfacción de los clientes esta correlacionado con la atención que reciben, la conducta está relacionada con la calidad del servicio al cliente, es decir la manera en que los empelados actúan y demuestran amabilidad hacia los clientes.
- Disponibilidad de personal insuficiente para realizar la atención lo que provoca insatisfacción de los clientes y pérdida de tiempo, además las zonas de espera tienen dimensiones inadecuadas lo que obliga a los clientes a esperar en la calle, donde son vulnerables a robos y otros incidentes como el marcaje.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Banca Digital

La banca digital es el producto de la combinación de banca tradicional y el internet, donde los servicios de banca se proporcionan a través una página web o una aplicación para móvil (Vargas, 2021, p. 99).

Torres-Llosa (2019) señala que hoy en día, el peruano es un consumidor omnicanal, prefieren los canales digitales y no tolera demoras, lo que obliga a las entidades bancarias a innovar y desarrollar habilidades para atenderlo de manera más eficiente y rápida (párrafo 2).

En cuanto a lo presentado por el cliente peruano ha cambiado por la sencilla razón de que su vida diaria lo ha hecho, se trata de un cliente que ahora accede a productos y servicios en “tiempo real” y que está mejor informado. Se encuentra “más empoderado”, es más exigente: demanda rapidez y mejor calidad, requiere que los productos y servicios sean de más fácil acceso y uso. También, que proporcionen mayor valor agregado en lo que respecta a funcionalidades, consejos y ofertas oportunas para el momento y situación personal en que se encuentra; es decir, elaboradas a su medida (Torres-Llosa, 2020, p.14).

El sistema financiero en la región Huánuco, ha mejorado de una manera somera las brechas que existen como el número de cajeros y los establecimientos corresponsables; ya que la principal función del sistema financiero, es la creación de un sistema sólido y competitivo que contribuya al desarrollo de nuestro país; funciones normadas por ley entre ellas para llevarla a cabo mediante la digitalización de operaciones; tal como mencionan Arguedas et al. (2019) en el año 2018 más de 2.2 billones de dólares a nivel mundial se invirtieron en *Big Data y analytics*, la mitad de los principales bancos han implementado al menos cinco aplicaciones para mejorar la experiencia de sus clientes (p.200).

Así como la creación de los emprendimientos, para tales actividades se vio la necesidad del incremento de servicios financieros, aumentando los agentes bancarios, oficinas o cajeros dentro de la región para verificar la mejora de la competitividad.

El BBVA, también formo parte de esta iniciativa digital, hay que destacar que dentro de nuestro país se encuentra oficinas del BBVA tanto en los distritos de lima como en las provincias correspondientes. Así mismo, para el año 2021 el banco contaba con agencias dentro del departamento de lima que se encuentran en los respectivos distritos de nuestra capital, un total de 148 oficinas que se encuentran ubicadas en lima, tal como se puede ver en la tabla 3.

Tabla 3
Oficinas del BBVA en lima

Oficinas	Comerciales	Especiales	Total
Oficina Principal	1	—	1
G.T. Lima Centro	25	1	26
G.T. Lima Residencial	19	1	20
G.T. Surco – La Molina	25	2	27
G.T. Lince	23	1	24
G.T. Callao – San Miguel	25	1	26
G.T. Miraflores	24	—	24
CAFAE	—	—	—
Total	142	6	148

Fuente: Memoria Anual BBVA 2021, p.413

Mientras que, en las provincias de nuestro país el BBVA ha tenido un respectivo avance en el norte, centro, oriente, sur, norte chico y sur chico de nuestro país, dando un total de 159 oficinas, producto del crecimiento que se ha desarrollado en la actualidad; el departamento de Huánuco lugar donde se efectúa la investigación, se encuentra formado por once provincias son Huánuco, Ambo, Dos de mayo, Huacaybamba, Huamalíes, Leoncio Prado, Marañon, Pachitea, Puerto Inca, Lauricocha, Yarowilca, provincias que buscan su

crecimiento mediante desarrollo de actividades comerciales como aquellas que el empresario busca el cumplimiento de objetivos de una organización; así como el establecimiento del manejo de la productividad y para tal desarrollo se ve la necesidad de conseguir el capital de trabajo requerido.

De acuerdo con Duran (2011) el capital de trabajo es considerado como uno de los recursos necesarios para que la empresa pueda operar. Se manifiesta a través de los productos de inversión que circulan de una u otra forma en la conducción normal del negocio (p.41). El incremento de oficinas tiene como finalidad una reforma regulatoria en provincia y en la capital, la forma en el uso de la banca digital se lleva a cabo en una escala mundial con el fin de abordar aspectos como solvencia, liquidez y separación de las actividades; esto se realiza con las suscripciones de telefonía móvil como la banda ancha móvil, servicios que son suscritos en las distintas provincias de nuestro país, ya sea norte con 31 oficinas, centro con 24 oficinas, oriente con 22 oficinas, sur con 27 oficinas, norte chico con 31 oficinas y sur chico con 24 oficinas, dentro de las estrategias del banco orientadas a brindar una mejor experiencia al cliente, se destacan el impulso de las ventas digitales, implementación de modelos de negocios, y optimización en la asignación del capital.

Tabla 4
Oficinas del BBVA en provincias

Oficinas	Comerciales	Especiales	Total
G.T. Norte	30	1	31
G.T. Centro	23	1	24
G.T. Oriente	22	—	22
G.T. Sur	26	1	27
G.T. Norte Chico	29	2	31
G.T. Sur Chico	24	—	24
Total	154	5	159

Fuente: Memoria Anual BBVA 2021, p.413

En el grado que el cliente se adapta a los diferentes temas digitales de la vida según Cuesta et al. (2015) los clientes exigen también servicios financieros que sean tan sencillos de utilizar como las redes sociales o el correo electrónico que usan diariamente y que se encuentren disponibles en cualquier momento y lugar (p.2).

Según BBVA (2021) en el año 2021 Banca Negocios continuó enfocándose en la atención a los pequeños empresarios, ofreciendo bienes y servicios adaptados a sus necesidades. Ese mismo año se introdujo una funcionalidad para personas con negocios (PNN), que se incorporó en la aplicación BBVA al perfil “Mi Negocio”, que permite a los usuarios gestionar tanto sus finanzas personales como las de su negocio desde una sola aplicación. Al finalizar el año, *Gema* había afiliado a 59,000 nuevos clientes. Cerca de la mitad del último trimestre, el perfil de la cuenta emprendedor fue introducido en el mercado, diseñada para personas naturales con negocios que están empezando su propia empresa. Incluye la posibilidad de acceder a todas las ofertas de valor elaboradas para los clientes de este segmento. Desde su lanzamiento se abrieron más de 5.600 cuentas. Adicionalmente, en el nuevo perfil Mi Negocio de la aplicación BBVA se realizó el lanzamiento digital la cuenta Negocios, convirtiéndose en el primer canal digital de principio a fin, que permite a las personas naturales con negocio abrir una cuenta corriente con chequera permitiéndole hacer operaciones en soles también en dólares en una sola cuenta. Finalmente, las comisiones de todos los productos se ajustaron a las condiciones de mercado, con el objetivo de incentivar el uso de los canales digitales para generar más rentabilidad y más ahorro para las empresas.

Las actividades comerciales han demostrado una mayor participación, se inició con las aperturas de almacenes, centros comerciales en la región, elementos impulsados por una cantidad de trabajadores que buscan mejoras en su calidad de vida, así mismo, como el

desarrollo urbano y expansión de empresas en la zona que incrementa los diferentes emprendimientos, en esta dirección a lo cual se conoce como “creando oportunidades” las personas han encontrado en la digitalización un paso necesario para el nuevo entorno del sector financiero, desarrollos tecnológicos que producen grandes avances en la experiencia del cliente, este tipo de relación bancaria mejora el uso de servicios móviles de dispositivos que la población ya cuenta a la mano.

Así mismo, las mejoras del entorno macroeconómico en la institución financieras, desde la inversión crediticia, llevada a cabo por el consumo y las tarjetas de créditos, así como los préstamos hipotecarios, y los depósitos que realicen a plazos determinados, tal como menciona el BBVA (2019), la digitalización está a la vanguardia de la actividad económica. La sociedad está transformándose a la velocidad exponencial de la tecnología (internet, móvil, redes sociales, cloud, etc) (p. 12). De la misma manera que se realiza por una mayor información que desean los clientes del BBVA, sin una disminución de la seguridad que se ofrece se utilizará con mayores beneficios los recursos tecnológicos.

La digitalización de las operaciones bancarias se encuentra segmentando a un determinado grupo de la población ayudando al ciudadano de a pie para la realización de sus respectivas tareas.

Tal como menciona Cuesta et al. (2015) compañías grandes de internet tales como Google, Amazon, Apple o Alibaba, han hecho su incursión en el sector financiero proporcionando servicios financieros, principalmente en el ámbito de los pagos y créditos, como un adicional a su principal actividad (p.3); estas modificaciones tienen un rumbo claro en las empresas la mejora o la conservación de los niveles de rentabilidad.

Reducir los costos a corto plazo y aumentar los ingresos a medio y largo plazo dependerá de la adecuada elección de inversiones digitales, la iniciativa de inversión y la actitud interna hacia el cambio, esto puede lograrse demostrando una seguridad digital más avanzada y siendo capaces de brindar productos y servicios únicos que generen un incremento en los ingresos.

El Banco también siguió mejorando sus procesos digitales y tecnológicos para que las oportunidades de esta nueva era estuvieran al alcance de todos, inicio un proceso de contratación ágil y sencillo, siempre brindando apoyo a sus clientes a lo largo del proceso de adaptación a nuevas tecnologías, a la vez ofrece productos y servicios únicos con los estándares de seguridad más elevados para que puedan realizar operaciones en un entorno de confianza (BBVA, 2021, p.348).

Net Cash es una aplicación diseñada específicamente para empresas. En un escenario de constante transformación e innovación digital, el sector financiero empresarial también está adoptando nuevas tecnologías. Cada vez más, el sistema bancario ofrece soluciones para gestionar operaciones gracias a las plataformas digitales no es necesario desplazarse hasta una sucursal. Net Cash permite realizar operaciones seguras las 24 horas del día utilizando un “token” digital para hacer transferencias o pagar servicios. Además, ofrece la funcionalidad *T-cambio* para cotizar en línea; comprar y vender dólares. Una de las características más innovadoras de la app es la posibilidad de que los clientes puedan auto servirse de capital de trabajo con la funcionalidad *Fast Cash*, también facilita el pago a proveedores, brindando así distintas ventajas a las empresas de todos los tamaños (Castillo, 2019).

Otros canales directos de BBVA según la Memoria anual (2021) son:

✓ **Banca por internet**

Canal digital que permite realizar operaciones bancarias. Durante 2021, el sitio web BBVA (www.bbva.pe) registro cerca de 100 millones de visitas. El portal público permite el acceso a la zona privada de banca por internet, además durante el año 2021 el portal del BBVA registró más de 327 millones de transacciones tanto monetarias (transferencias entre cuentas, pagos de servicios) como no monetarias (consulta de saldo y movimientos, descarga de estado de cuenta). El Banco cuenta con 5.0 millones de clientes activos, de los cuales 3.7 millones están conectados a plataformas digitales.

✓ **App BBVA**

La aplicación de BBVA que permite realizar operaciones a través de un celular continuo su crecimiento sostenido con 1,263,000 usuarios móviles en 2021 con una tasa de 58,8% entre los clientes objetivo. El continuo desarrollo de la aplicación BBVA ha permitido realizar 5.046 millones de transacciones monetarias y no monetarias a través de este tipo de dispositivos (85% en Android y 15% en iPhone).

✓ **PLIN**

Es un servicio de transferencias móviles integrado en la aplicación del BBVA, permitiendo realizar transacciones entre BBVA, Interbank, Scotiabank, Banbif, Caja Arequipa, Caja Sullana y Caja Ica únicamente con el número de celular del destinatario. estas transacciones tienen las siguientes ventajas: no cobran comisión, no necesitan números de cuenta ni CCI (códigos de cuenta interbancarios), son siempre inmediatas y están accesibles las 24 horas del día, todos los días del año,

además el banco continuó mejorando la funcionalidad del Plin e incorporó la tecnología QR a partir de año 2021 además

El sistema financiero trabaja para disminuir el uso de dinero en efectivo, lo que aumenta la seguridad operativa y el bienestar de los consumidores. El BBVA ha tenido un papel crucial en la evolución de esta característica.

Más de seis millones de personas eran usuarios de Plin a finales de 2021 y BBVA participó en más de 47% de todas las transacciones. La funcionalidad permitió aumentar la captación de clientes y llegar a nuevos consumidores, reforzando la captación de clientes a través de canales digitales.

El BBVA mediante productos y canales digitales forman parte de una oportunidad para la captación y fidelización de cada cliente. De la misma forma, cuando se combinan con técnicas analíticas avanzadas podrán intensificar acciones comerciales, que permitan intensificar incrementando las ventas, realizar estas distribuciones con la finalidad de cuantificar las inversiones digitales en cuanto a fidelización y comercialización de productos. Entre las ventajas de invertir tiene que ver con los márgenes de beneficio mejores que los del mercado en el momento de la inversión, lo que indica que las inversiones aumentarán gradualmente a largo plazo.

Las empresas financieras emplean la transparencia institucional y las ventajas de la inversión, es decir el crecimiento de los fondos y la transparencia de los costos de comisiones y tasa de interés, como estrategias de fidelización de clientes; estos factores están relacionados con la transparencia para que los clientes tomen decisiones informadas, quieren contratos claros con estipulaciones que se cumplan, quieren tasas de interés fijas en los préstamos y costos de comisiones de acuerdo a las condiciones de mercado como menciona

el artículo 9° de la ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, ley 26702.

Las empresas del sistema financiero pueden señalar libremente las tasas de interés, comisiones y gastos para sus operaciones activas y pasivas y servicios. Sin embargo, para el caso de la fijación de las tasas de interés deberán observar los límites que para el efecto señale el Banco Central.

2.2.2. Desarrollo Empresarial

Así mismo, de acuerdo con el autor Gutiérrez et al. (2001) define el desarrollo como la totalidad social conceptualizada como un conjunto de actores e integrantes de los aspectos social, político- institucional, cultural y económico, relacionados con desarrollo y equidad (p.3).

Según el artículo 6° de la Ley orgánica de Gobiernos Regionales (2002) el desarrollo regional abarca la consistente y eficaz implementación de estrategias y recursos para el desarrollo económico, social, poblacional, cultural y ambiental, a través de planes, programas y proyectos orientados a crear circunstancias que permitan un crecimiento económico armonizado con la dinámica geográfica, el desarrollo social equitativo preservación de recursos naturales y el medio ambiente en el territorio regional, enfocado hacia el ejercicio pleno de los derechos de hombres y mujeres e igualdad de oportunidades.

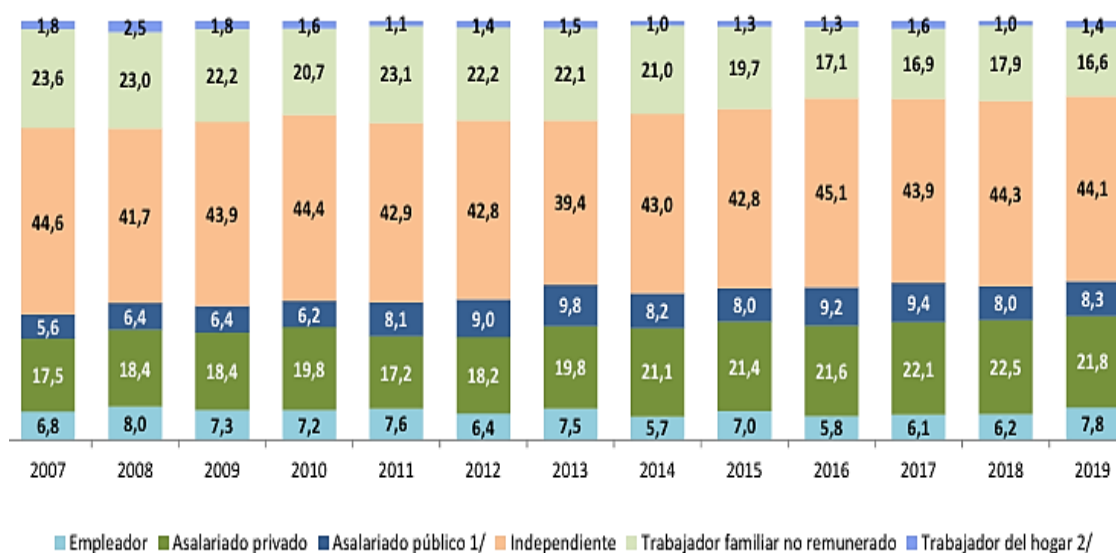
El autor Gutiérrez et al. (2001) indica que el desarrollo y crecimiento lleva mucho tiempo relacionada a la dinámica industrial o empresarial de las economías nacionales, regionales y locales; se promueve ahora más que nunca la globalidad como potencial para establecer conexiones progresivas. Al mismo tiempo, el sector privado contribuye con gran responsabilidad y dedicación a la creación de ventajas, los cuales se fortalecen por una

estructura institucional pública y mixta lo suficientemente eficaz para fomentar la creatividad, el ingenio y la innovación, así como las garantías requeridas para consolidar los procesos logísticos y productivos. además de asegurar el bienestar de la población, estos son los fines y objetivos del desarrollo regional (p. 2).

En el departamento de Huánuco para el año 2019 se segmentó por trabajadores del sector público con un 8.3%, un 44.1% de ellos independientes, mientras que en el sector privado con 21.8% y 7.8 empleadores que realizan sus respectivas actividades como se observa en la figura 1, el departamento de Huánuco presentó una cantidad considerable de personas económicamente activas.

Figura 1

PEA ocupada por estructura de mercado, región Huánuco 2007-2019



Fuente: Distribución expresada en porcentajes, por INEI. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2020

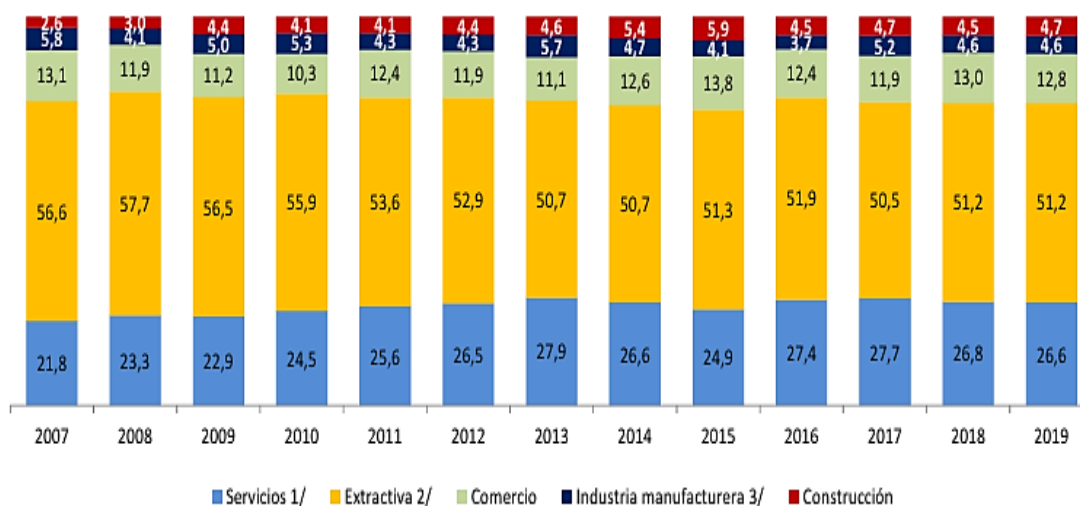
Dentro de las actividades que ya han sido mencionadas, uno de los fines del BBVA es llegar a acuerdos que beneficien a ambas partes y contribuyan a proporcionar a los clientes una oferta de valor superior. Así como buscar el posicionamiento estratégico del BBVA, de manera directa estaría incrementando las inversiones y la facilitación las actividades que se

realizan en Huánuco, en esta forma la digitalización no estaría ayudando solo en una parte micro de desembolsos de gastos, de la misma manera estaría realizando un incremento de inversión privada.

La región de Huánuco para el año 2019 presento actividades extractivas con el 51.2%, mientras que la manufactura un 4.6%, construcción 4.7%, comercio 12.8% y servicios 26.6% estas actividades también realizan las inversiones, según Cuartas (2013) “De los recursos de los fondos de inversión internacionales se caracteriza por el enfoque hacia la realización de: inversiones financieras estratégicas, propensión a alcanzar consolidaciones de mercados, el logro de la internacionalización cada vez mayor de múltiples empresas” (p.99).

Figura 2

PEA ocupada según rama de actividad, región Huánuco: 2007-2019



Fuente: Expresado en porcentajes, por INEI. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2020

La competitividad por región es evaluada en diferentes aspectos como es el caso de la región de Huánuco se evalúa por educación y economía; ambas actividades poseen diferentes objetivos a cumplirse a corto, mediano y largo plazo, discriminadamente del tiempo a efectuarse son llevados por una serie de factores en la región Huánuco cuando se comparan con las demás regiones y es el incremento del consumo privado, es decir, adquirir

bienes y solicitar servicios dentro de la región de lugares privados incrementa el desarrollo de las mismas desde la formalización comercial realizada por una persona natural y/o jurídica, con el fin de iniciar su actividad comercial y el aumento en los niveles inversión de la población.

Avolio (2013) menciona lo siguiente:

Una de las barreras que impide que las pequeñas empresas se conviertan en medianas empresas es la informalidad. Además, pareciera que el Estado no ha hecho lo suficiente en este sentido, ya que no ha creado programas ni procedimientos para promover la formalización y capacitación de los negocios (p. 79).

Como señala el INEI (2021) “Empresa es la persona natural o jurídica, autónoma en sus decisiones financieras y de administración, propietaria o administradora de uno o más establecimientos dedicados a la producción de bienes o servicios, comprendidos en alguna de las actividades económicas” (p. 201).

Según el artículo 5° del Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial (2013) establece que las micro, pequeñas y medianas empresas deben estar ubicadas en alguna de las siguientes categorías empresariales, determinadas en función de sus niveles de ventas anuales.

- ✓ Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ✓ Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ✓ Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

Y por último son consideradas Empresas cuando las ventas superan los 2300 UIT.

En cuanto el desarrollo empresarial, hace referencia a las actividades reguladas mediante ley que faciliten las actividades económicas que, dentro del territorio nacional sean generadas; tal como indica Gonzales (2014):

Es el conjunto de pasos para transformar una organización con el objetivo de mejorar y hacer crecer sus operaciones empresariales, ya sea haciéndola más competitiva o haciéndola más visible en el mercado. Del mismo modo, es el proceso mediante el cual el propietario de la empresa y su equipo adquieren o perfeccionan destrezas y habilidades que apoyan una gestión eficaz de los recursos, conducen a productos y procesos innovadores y en última instancia, proporcionan a la organización un desarrollo sostenible (p. 103).

Así mismo, en el departamento de Huánuco durante el año 2021, se registraron 46,841 microempresas, las cuales representaron el 98.30 por ciento del total de empresas de la región, lo que evidencia una alta concentración en este segmento del sector empresarial. En cuanto a las pequeñas empresas se registraron 736, lo que equivale al 1.5 por ciento, mientras que las medianas y grandes empresas alcanzaron un total de 74, representando apenas el 0.16 por ciento (INEI, 2021).

Tal como se observa en la tabla 5, en el año 2021 el departamento de Huánuco registró 47,651 empresas activas, segmentadas por categoría empresarial en microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas.

Tabla 5*Perú: Empresas, según departamento, 2020-2021*

DEPARTAMENTO	2020	2021	PYMES Y EMPRESAS BBVA 2021	
AMAZONAS	18,270	20,516		
ÁNCASH	80,294	86,708		
APURÍMAC	27,485	30,711		
AREQUIPA	153,180	164,620		
AYACUCHO	36,545	40,151		
CAJAMARCA	65,231	72,711		
CALLAO	92,992	99,056		
CUSCO	106,592	113,842		
HUANCAVELICA	14,052	15,502		
HUÁNUCO	43,679	47,651		120
ICA	69,214	75,127		
JUNÍN	101,289	109,358		
LALIBERTAD	148,140	160,655		
LAMBAYEQUE	96,699	104,541		
LIMA	1,258,411	1,338,873		
LORETO	51,943	56,948		
MADRE DE DIOS	20,731	22,881		
MOQUEGUA	17,119	18,607		
PASCO	16,479	17,927		
PIURA	121,386	132,024		
PUNO	68,189	76,228		
SAN MARTÍN	56,428	62,396		
TACNA	41,260	43,443		
TUMBES	21,424	22,813		
UCAYALI	42,168	46,418		
TOTAL	2,769,200	2,979,707		

Fuente: Adaptado de INEI, Perú Estructura Empresarial, 2021. Elaboración propia

De acuerdo con Delfín y Acosta (2016) el desarrollo empresarial hace referencia a los “componentes tales como desarrollo económico, cultura de emprendimiento, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador que puede tener un efecto

positivo en las organizaciones a través del reconocimiento de las capacidades del capital humano” (p. 187).

La productividad de los trabajadores se encuentra de acuerdo al capital humano, se efectúa a partir de varios componentes desde las competencias laborales hasta el conocimiento de los mismos “El capital humano se compone de las personas que forman parte de una organización. Capital humano significa talento que necesita conservarse y desarrollarse” (Chiavenato, 2011, p. 33).

El capital humano demuestra las inversiones realizadas en los trabajadores para aumentar su rendimiento. Dicho de otro modo, una parte de los recursos de que disponemos se dedica a iniciativas que aumentan la productividad de los trabajadores; en cierto modo, elevan la “calidad” de los trabajadores (BBVA, 2016, párrafo 3).

Chiavenato (2009) señala que el conocimiento es un componente fundamental de la capacitación. El recurso más valioso es el conocimiento, y como el conocimiento es vital, la productividad del conocimiento es la clave del progreso. La capacitación es una inversión, en la empresa o en sus empleados, más que un gasto. Además, beneficia directamente a los clientes. Hoy en día, la capacitación ayuda a las personas a ser más competentes para que puedan ser más innovadoras, creativas y productivas (pp. 368-371).

De acuerdo con Porter (1990) afirma: Las acciones de innovación proporcionan a las empresas una ventaja competitiva. Adoptan un enfoque amplio de la innovación, que abarca tanto las nuevas tecnologías como los métodos innovadores de funcionamiento. La innovación puede mostrarse mediante un nuevo diseño de producto, un nuevo método de fabricación, una nueva estrategia de marketing o un nuevo método de impartir capacitación (p. 5).

La innovación se define como la transformación de conceptos y conocimientos en mejores productos, procedimientos o servicios para el mercado, satisfaciendo las demandas de ciudadanos, empresas y organismos públicos. La innovación en el mundo empresarial conlleva un proceso exhaustivo de aprendizaje sobre el mercado (necesidades de los consumidores y competencia), no solo de la tecnología también de la estructura organizativa interna y los recursos técnicos, financieros y humanos de la empresa (Corma, 2013, p. 8).

De este modo, la teoría de la difusión de la innovación propuesta por Rogers, que incluyó en su análisis de la adopción de tecnología, describe en qué medida se difunden los nuevos conceptos y la tecnología a nivel individual y empresarial. Según esta teoría, las innovaciones se difunden a lo largo del tiempo entre los miembros de una sociedad a través de determinados canales (Rogers, 1995, como se citó en Palos et al., 2019).

Con respecto a la innovación empresarial Arraut (2010) menciona lo siguiente: la innovación no puede existir sin la adopción de la idea, aunque un concepto no sea novedoso para la organización que lo adopta, o tenga éxito o goce de una amplia aceptación comercial. Iniciar una idea con buen concepto o adoptar uno nuevo es sólo el primer paso. Una idea debe transformarse en un producto o servicio que los consumidores deseen para que pueda calificarse de innovación. Además, cree que las empresas de hoy en día no pueden ver la innovación como un hecho ocasional. Una empresa no podrá sobrevivir en un entorno impredecible si no es capaz de transformar sus estructuras flexibles, sus modelos de gestión, sus técnicas de fabricación y sus productos (p.23).

Una empresa tiene la capacidad de implementar numerosas modificaciones en sus procedimientos de trabajo, en la utilización de factores de producción y en la variedad de

productos para potenciar su productividad y/o rendimiento comercial (Manual de Oslo, 2005, p.23).

2.2.3. Definiciones de términos básicos

- ✓ **Banca digital:** Tal como menciona Avendaño (2018) servicios financieros en banca por teléfono posteriormente a banca electrónica y ahora en dispositivos móviles además de contar con la autenticación biométrica entre otros avances (p.87).
- ✓ **Adaptación de tecnologías:** Tal como menciona Larrán y Muriel (2007) las innovaciones tecnológicas han sido unos de los principales factores de cambio y adaptación en al ámbito financiero en las últimas décadas al nuevo entorno competitivo, por lo que constituye un componente estructural (p.146).
- ✓ **Servicios financieros:** Según Escalera, et al, (2017) comprenden cuentas de ahorro, depósitos de salarios, depósito a plazo, tarjeta de crédito, créditos hipotecarios, vehiculares, préstamos personales, seguros de vida, seguro vehicular, de daños y costos médicos, cuentas de ahorro para retiro, entre otros (p.586).

CAPITULO III

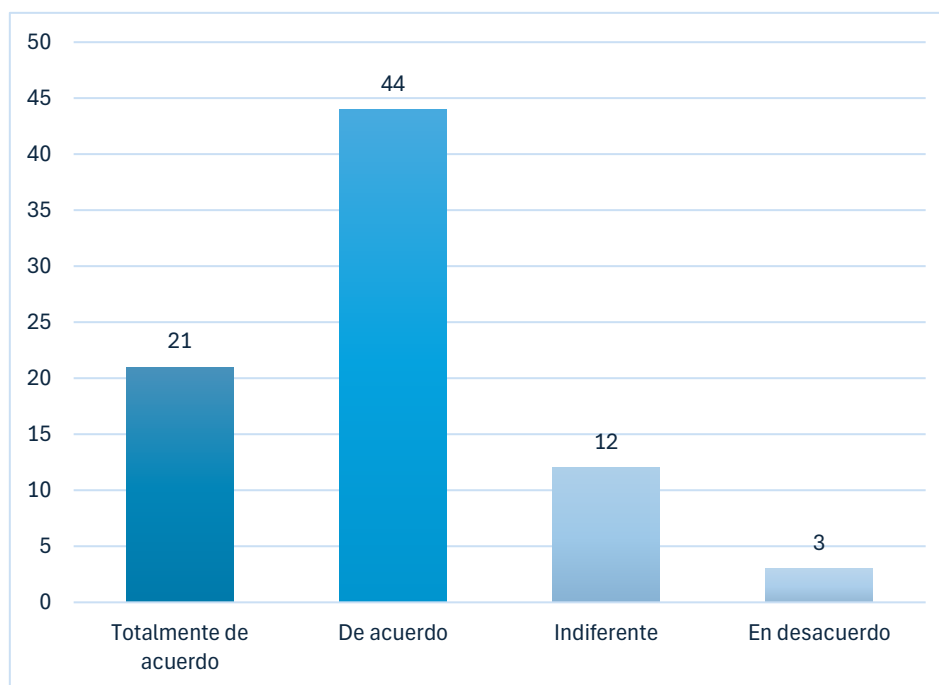
RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

3.1. De la variable Banca Digital

3.1.1. Dimensión accesibilidad

Figura 3

La Banca digital permite realizar transacciones con facilidad

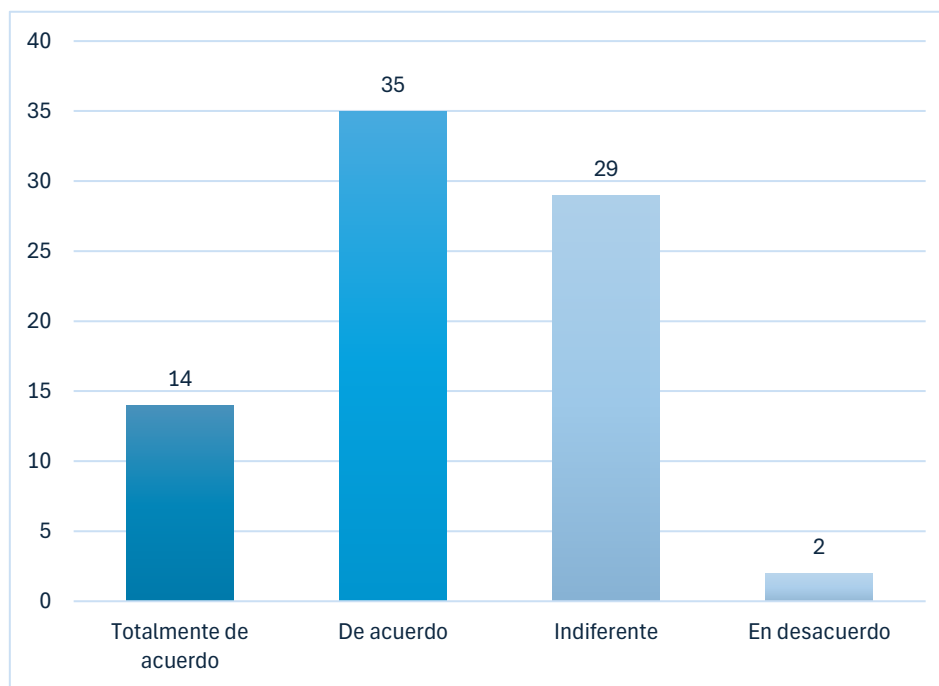


Fuente: Elaboración propia

De los encuestados, veintiún (21) personas respondieron estar totalmente de acuerdo con que pueden realizar sus transacciones con facilidad en la banca digital, cuarenta y cuatro (44) personas manifestaron que se encuentran de acuerdo con la afirmación; mientras que aquellos que indicaron que les resulta indiferente fueron doce (12) personas, y finalmente tres (03) personas indicaron estar en desacuerdo con dicha afirmación. Por lo tanto, sesenta y cinco (65) usuarios expresaron conformidad con la afirmación de que la banca digital permite realizar transacciones con facilidad.

Figura 4

La Banca digital ofrece opciones para personalizar su cuenta bancaria

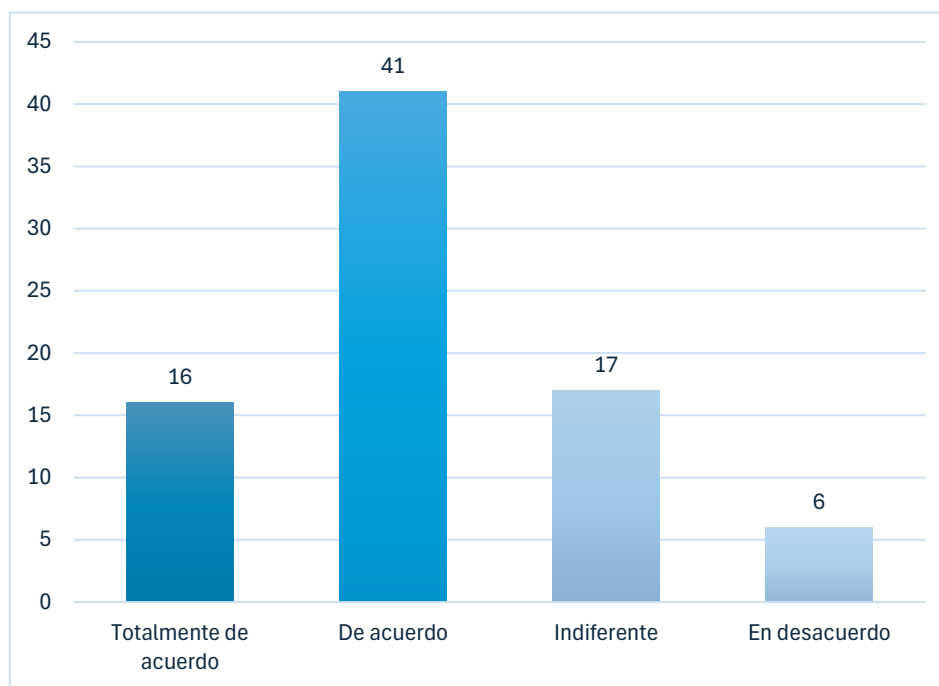


Fuente: Elaboración propia

La cantidad de personas que se encuentran totalmente de acuerdo con que la banca digital les ofrece opciones para personalizar su cuenta bancaria, fueron catorce (14) así mismo treinta y cinco (35) personas respondieron que se encuentran de acuerdo; respecto a la cantidad de personas que es indiferente el uso de las opciones asciende a un total de veintinueve (29), finalmente la cantidad de personas que indicaron estar en desacuerdo fueron dos (02) personas. Por consiguiente, cuarenta y nueve (49) usuarios mostraron conformidad con la afirmación de que la banca digital brinda diferentes opciones que permite personalizar la forma en que gestionan sus cuentas bancarias según las necesidades que tienen día a día.

Figura 5

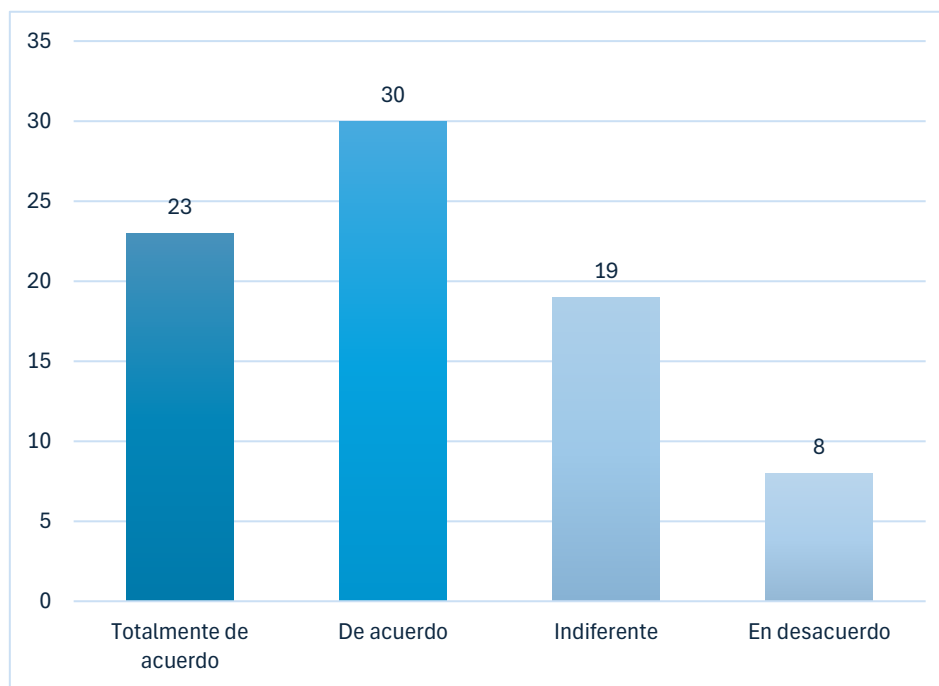
En la Banca digital se puede descargar comprobantes de transacciones y estados de cuenta



Fuente: Elaboración propia

Respecto a la encuesta realizada en la afirmación de que se puede descargar comprobantes de transacciones y estados de cuenta en la banca digital, dieciséis (16) personas respondieron estar totalmente de acuerdo, mientras que cuarenta y un (41) personas indicaron estar de acuerdo con las facilidades para obtener estos reportes, no obstante, diecisiete (17) de ellas mencionaron que le son indiferentes, seis (06) personas respondieron estar en desacuerdo. Por lo tanto, cincuenta y siete (57) usuarios mostraron conformidad con que la banca digital les permite descargar información relacionada a las transacciones que realizan como descargar estados de cuenta además de constancias de pago de los movimientos que realizan.

Figura 6
Disponibilidad en la banca digital para efectuar las operaciones



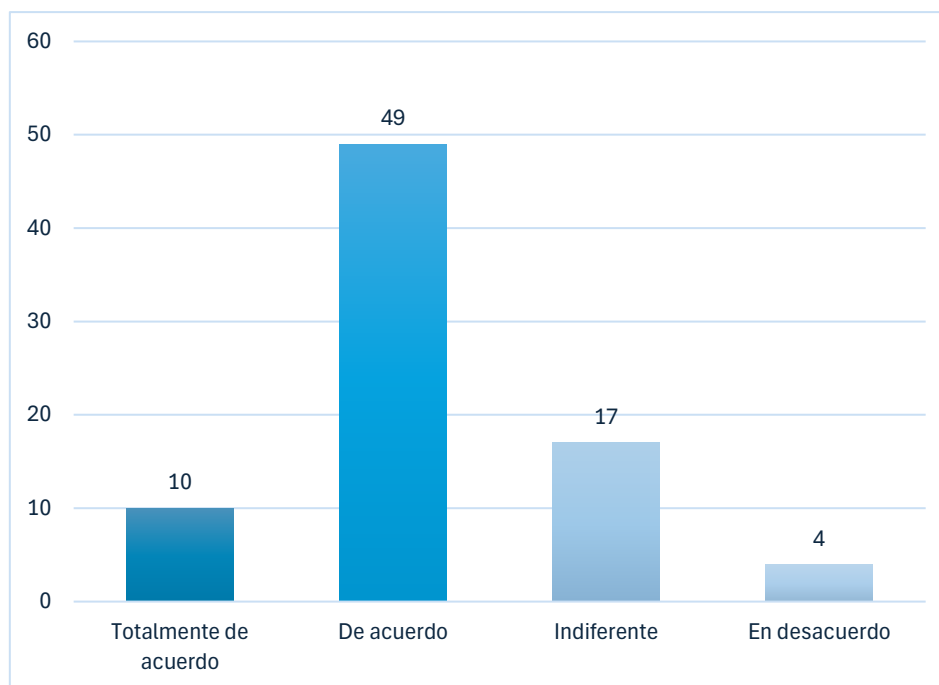
Fuente: Elaboración propia

En los resultados de la encuesta se hace presente que veintitrés (23) personas respondieron estar totalmente de acuerdo con la afirmación de la disponibilidad para realizar operaciones durante el transcurso del día; en esa misma línea treinta (30) personas respondieron estar de acuerdo, mientras que, diecinueve (19) personas mencionaron ser indiferentes, finalmente aquellos que están en desacuerdo a esta consulta ascienden a ocho (8). Por lo tanto, cincuenta y tres (53) usuarios expresaron conformidad con respecto a que tienen disponibilidad para efectuar sus operaciones las veinticuatro horas del día desde cualquier lugar en la banca digital.

3.1.2. Dimensión adaptación tecnológica

Figura 7

La página web o la aplicación de la banca digital muestra un diseño innovador

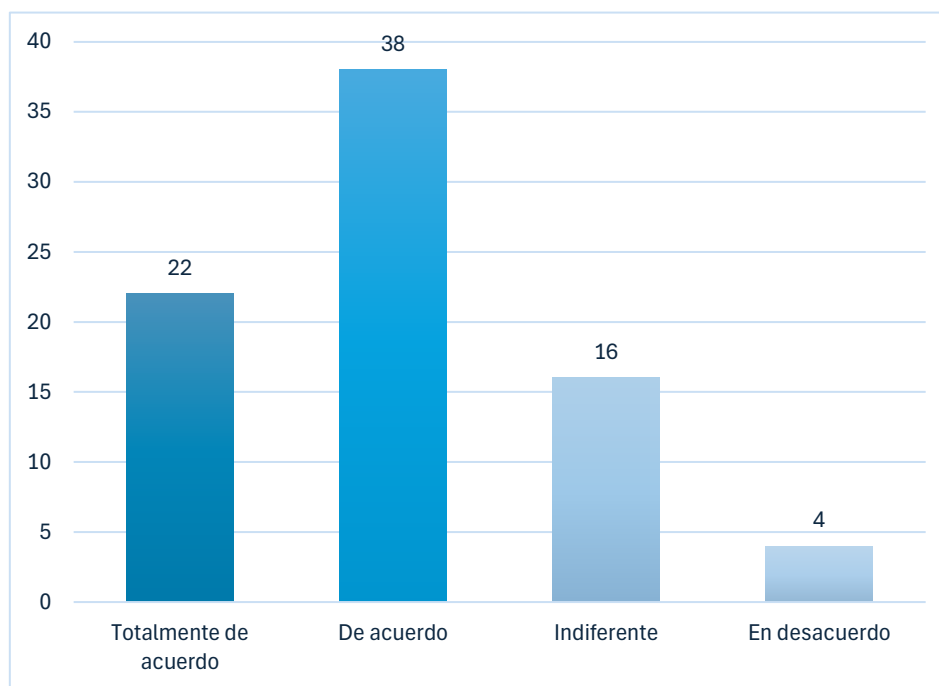


Fuente: Elaboración propia

En la encuesta realizada, se hace presente que diez (10) personas se encuentran totalmente de acuerdo con que la página web o la aplicación de la banca digital muestran un diseño innovador, mientras que cuarenta y nueve (49) personas están de acuerdo, no obstante, diecisiete (17) encuestados indicaron que los resultados le son indiferentes, y finalmente, aquellos que se encuentran en desacuerdo ascienden a cuatro (4) personas. Por consiguiente, cincuenta y nueve (59) usuarios expresaron aceptación con que la página web o la aplicación de la banca digital muestra un diseño innovador y visualmente atractivo para su uso.

Figura 8

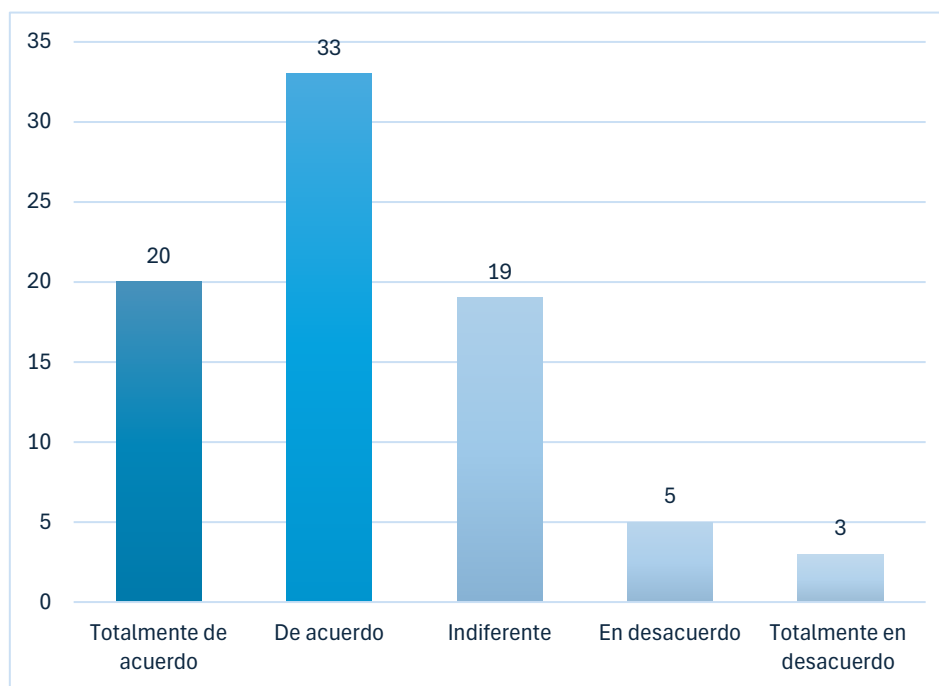
Las nuevas actualizaciones en la banca digital permiten realizar operaciones sin interrupciones



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos se tiene en consideración que veintidós (22) personas indicaron estar totalmente de acuerdo con la afirmación de que las nuevas actualizaciones en la banca digital permiten realizar operaciones sin dificultades; de igual forma, treinta y ocho (38) personas mencionaron estar de acuerdo; (16) personas respondieron que son indiferentes a dicha afirmación y finalmente, cuatro (4) personas señalaron que se encuentran en desacuerdo. Por consiguiente, sesenta (60) usuarios mostraron conformidad al indicar que existen actualizaciones en la banca digital, la cual permite realizar operaciones sin interrupciones.

Figura 9
La Banca digital (Aplicación o la página web) brinda servicio de acuerdo con sus necesidades

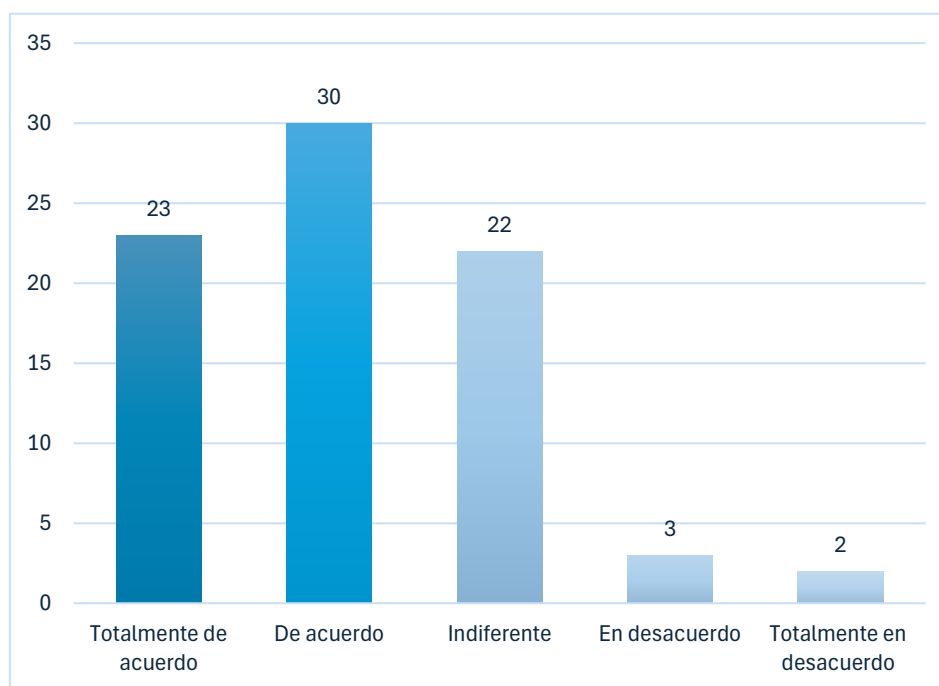


Fuente: Elaboración propia

De los resultados indicados se hace presente que veinte (20) personas indicaron estar totalmente de acuerdo con la afirmación de que la banca digital (Aplicación o la página web) brinda servicio de calidad de acuerdo con sus necesidades, treinta y tres (33) personas respondieron que se encuentran de acuerdo, mientras que diecinueve (19) personas indicaron ser indiferentes, cinco (5) personas mencionaron estar en desacuerdo y tres (3) personas mencionaron estar totalmente en desacuerdo. Por lo tanto, cincuenta y tres (53) usuarios expresaron conformidad con que la banca digital (aplicación o la página web) brinda servicios de acuerdo con las transacciones que realizan día a día facilitando la adaptación tecnológica en los usuarios.

Figura 10

La Banca digital permite ubicar los productos y servicios con facilidad



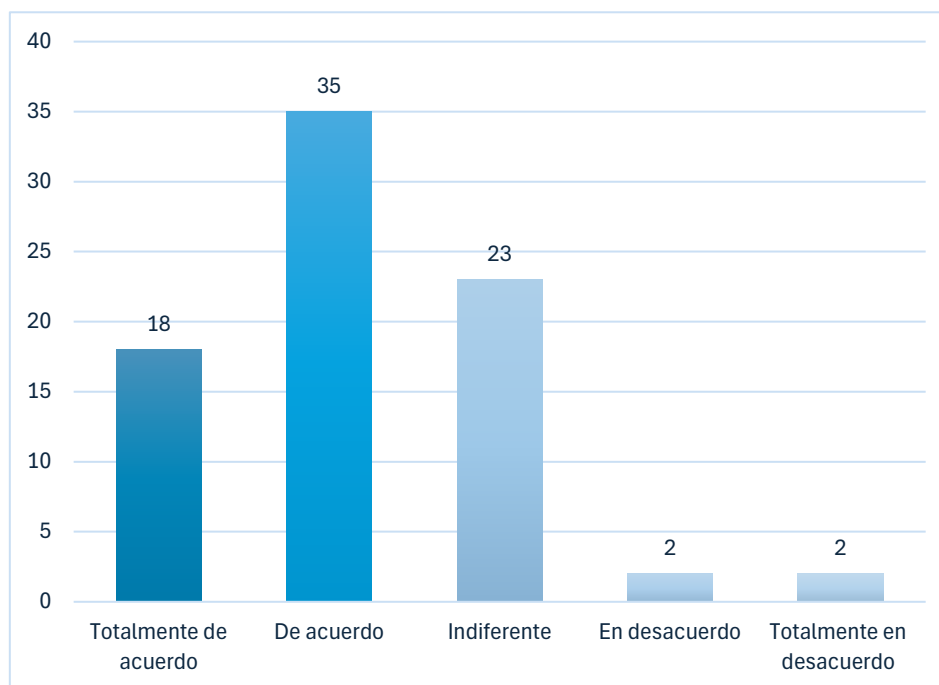
Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos se tiene en consideración que veintitrés (23) personas respondieron estar totalmente de acuerdo con mencionar que la banca digital permite ubicar los productos y servicios con facilidad para efectuar operaciones; así mismo treinta (30) personas mencionaron estar de acuerdo con la afirmación indicada; no obstante, veintidós (22) personas señalaron que son indiferentes a las facilidades de uso que brinda el banco para los productos y servicios; por lo expuesto, tres (3) personas indicaron estar en desacuerdo y dos (2) personas indicaron estar totalmente en desacuerdo. Por consiguiente, cincuenta y tres (53) usuarios expresaron conformidad con que la banca digital permite ubicar los productos y servicios con facilidad para realizar sus operaciones.

3.1.3. Dimensión seguridad

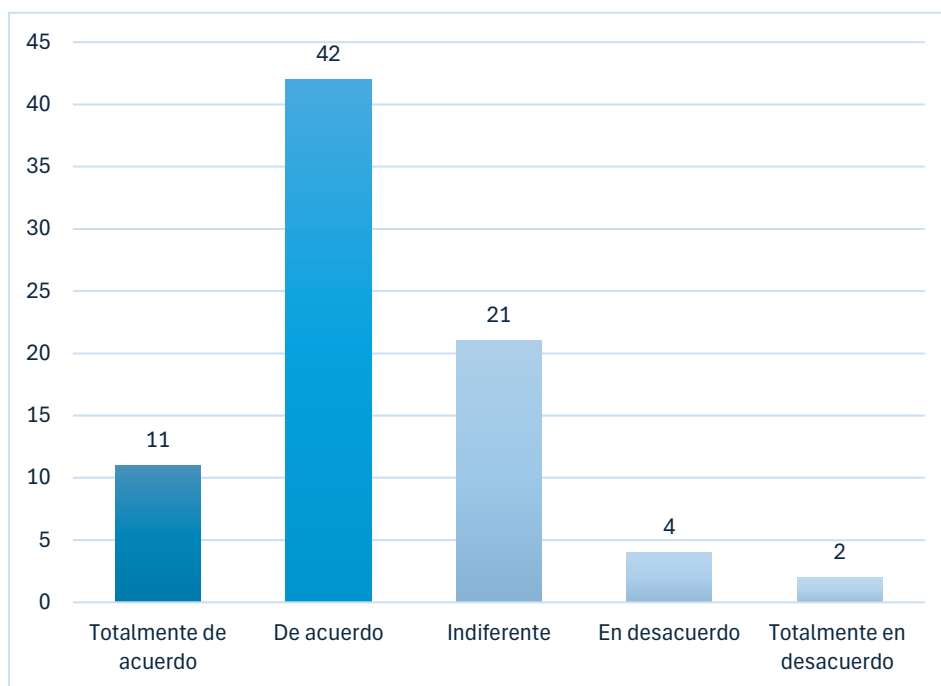
Figura 11

Los datos personales serán utilizados solo para realizar las operaciones bancarias



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados de la encuesta se tiene en consideración que dieciocho (18) personas respondieron estar totalmente de acuerdo al momento de indicar la confiabilidad que existe respecto a que sus datos personales son utilizados solo para efectuar operaciones bancarias, en esa misma línea treinta y cinco (35) personas indicaron estar de acuerdo con la afirmación, mientras que veintitrés (23) personas mencionaron que son indiferentes a dicha afirmación, finalmente dos (2) personas señalaron estar en desacuerdo y dos (2) personas expresaron estar totalmente en desacuerdo con respecto a la consulta realizada. Por consiguiente, cincuenta y tres (53) usuarios mostraron conformidad con que sus datos personales solo serán utilizados para realizar las operaciones en la banca digital.

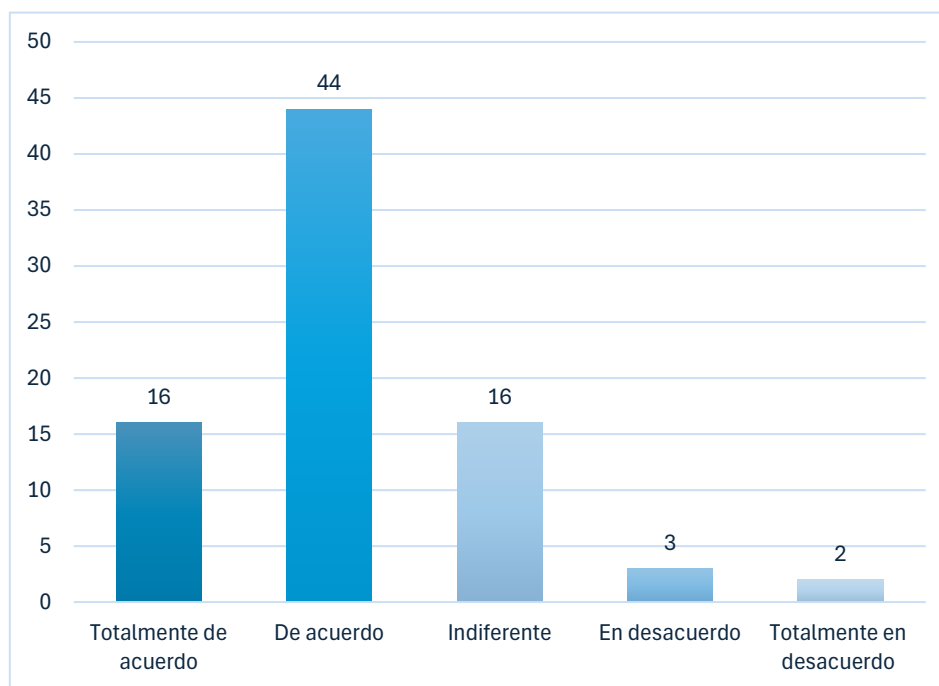
Figura 12*La Banca digital informa sobre las transacciones que se realizan*

Fuente: Elaboración propia

En los resultados obtenidos de la encuesta realizada se evidencio que la banca digital ha informado el estado de las transacciones que efectúan durante el día, a lo cual once (11) personas respondieron estar totalmente de acuerdo con esa afirmación, cuarenta y dos (42) personas mencionaron estar de acuerdo con esta afirmación, no obstante, veintiún (21) personas indicaron ser indiferentes a la afirmación; cuatro (04) personas señalaron estar en desacuerdo y finalmente dos (2) personas respondieron estar totalmente en desacuerdo. Por consiguiente, cincuenta y tres (53) usuarios expresaron conformidad con que la banca digital los informa cada vez que realizan sus transacciones.

Figura 13

La Banca digital ofrece medidas de seguridad para proteger sus cuentas y transacciones

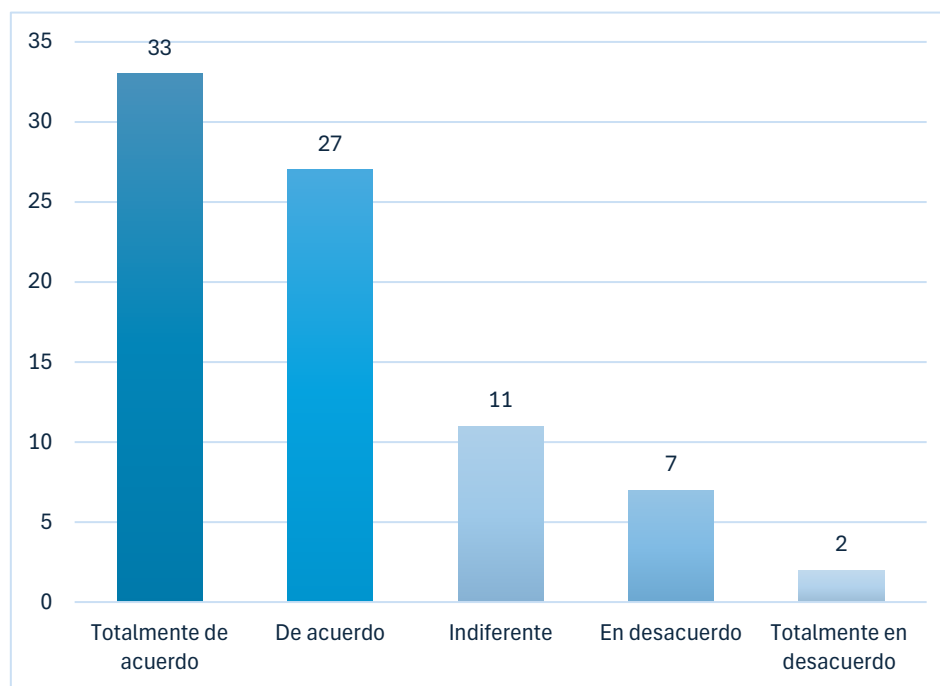


Fuente: Elaboración propia

En los resultados obtenidos se tiene en consideración que dieciséis (16) personas indicaron estar totalmente de acuerdo con que la banca digital ofrece medidas para protección de cuentas y transacciones, mientras que cuarenta y cuatro (44) personas encuestadas respondieron estar de acuerdo, dieciséis (16) personas indicaron que son indiferentes a la afirmación, ahora bien, tres (3) personas mencionaron estar en desacuerdo y solamente una (1) persona señaló estar totalmente en desacuerdo. Por lo tanto (60) sesenta usuarios mostraron conformidad con respecto a que el banco ofrece medidas de seguridad para proteger las cuentas y transacciones que realizan mediante la banca digital.

Figura 14

Recibe información por parte del banco para prevenir fraudes y proteger su cuenta



Fuente: Elaboración propia

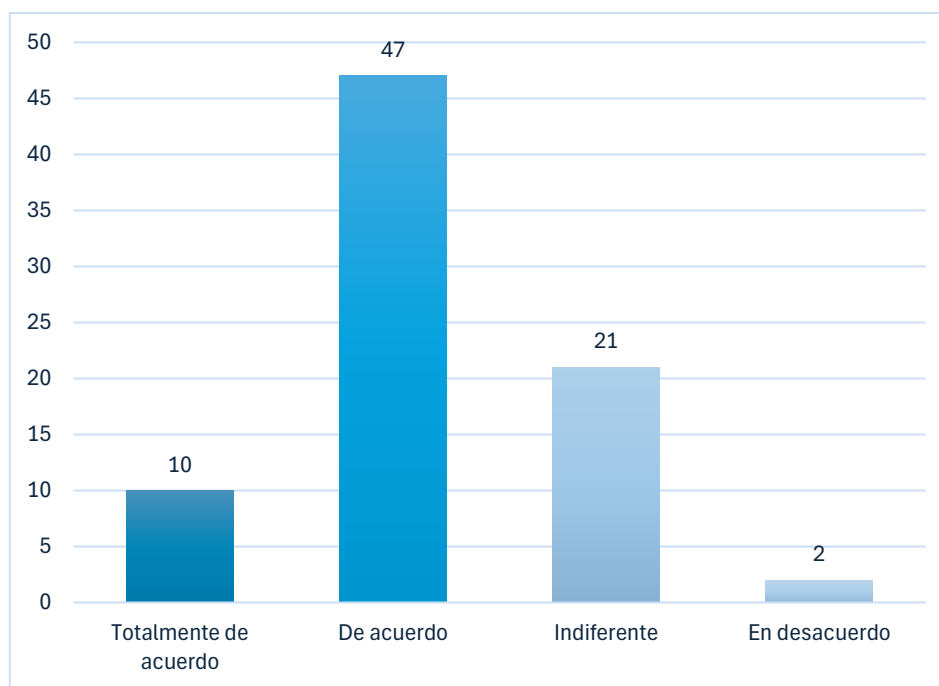
De los resultados obtenidos se hace presente que treinta y tres (33) personas respondieron estar totalmente de acuerdo con la afirmación de que existe mayor frecuencia con que reciben información sobre medidas de preventivas de seguridad, en esa misma línea veinte siete (27) personas indicaron estar de acuerdo con la afirmación; no obstante, en menor medida once (11) personas señalaron que son indiferentes con dicha información preventiva mientras que, siete (7) personas mencionaron estar en desacuerdo y dos (2) personas expresaron estar totalmente en desacuerdo. Por consiguiente (60) sesenta usuarios expresaron conformidad con que reciben información como medida de seguridad por parte del banco para prevenir fraudes y proteger sus cuentas bancarias.

3.2. De la variable Desarrollo Empresarial

3.2.1. Dimensión crecimiento

Figura 15

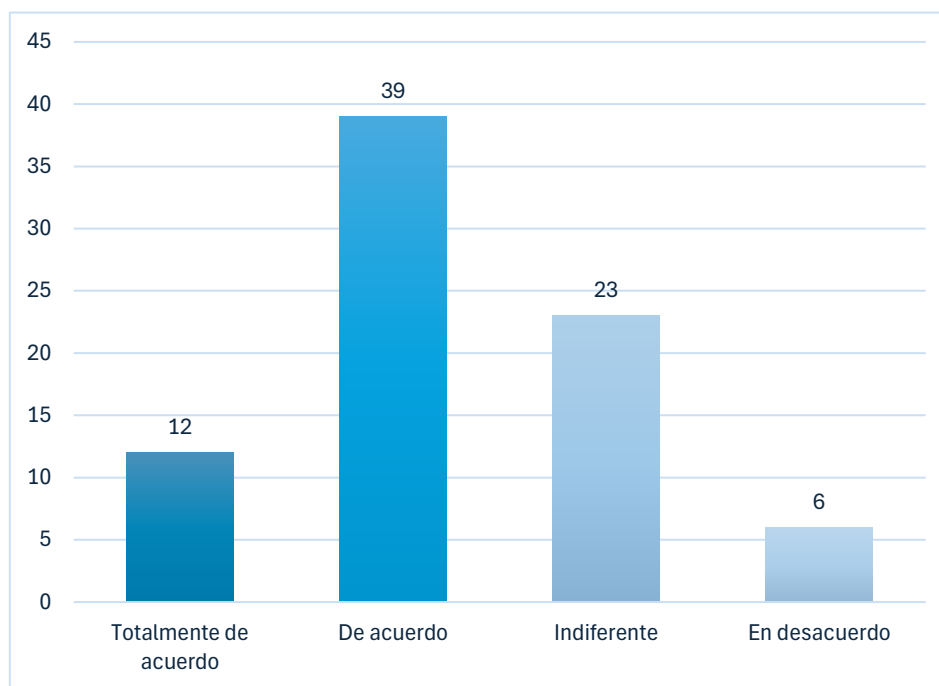
Su empresa incremento sus ventas



Fuente: Elaboración propia

En el caso de las empresas de la región Huánuco que lo conforman personas jurídicas, así también como personas naturales con negocio, en el caso de los encuestados que mencionaron estar totalmente de acuerdo al afirmar que hubo incremento en sus ventas ascienden a diez (10) personas, mientras que cuarenta y siete (47) encuestados respondieron estar de acuerdo, aquellos que señalaron que le son indiferentes ascienden a veintiún (21) encuestados, y finalmente, dos (02) personas mencionaron estar en desacuerdo. Por lo tanto, cincuenta y siete (57) usuarios mostraron conformidad con la afirmación de que la banca digital fue utilizada para incrementar las ventas en sus empresas.

Figura 16
Su empresa ha tenido un crecimiento en el número de empleados

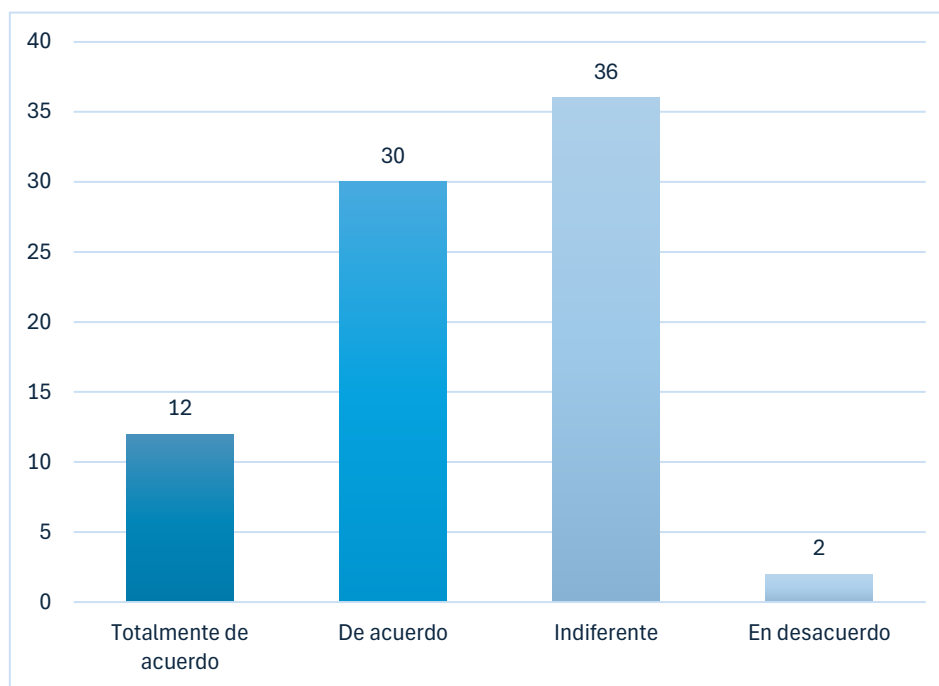


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los resultados de la encuesta, doce (12) personas mencionaron estar totalmente de acuerdo con el crecimiento en la cantidad de empleados, a su vez treinta y nueve (39) personas afirmaron estar de acuerdo, no obstante, veintitrés (23) personas indicaron que son indiferentes a tal afirmación, y finalmente, seis (06) personas respondieron estar en desacuerdo. Por consiguiente, cincuenta y un (51) usuarios manifestaron conformidad respecto al crecimiento en el número de empleados de su empresa.

Figura 17

Su empresa ha ampliado su presencia en nuevas regiones geográficas

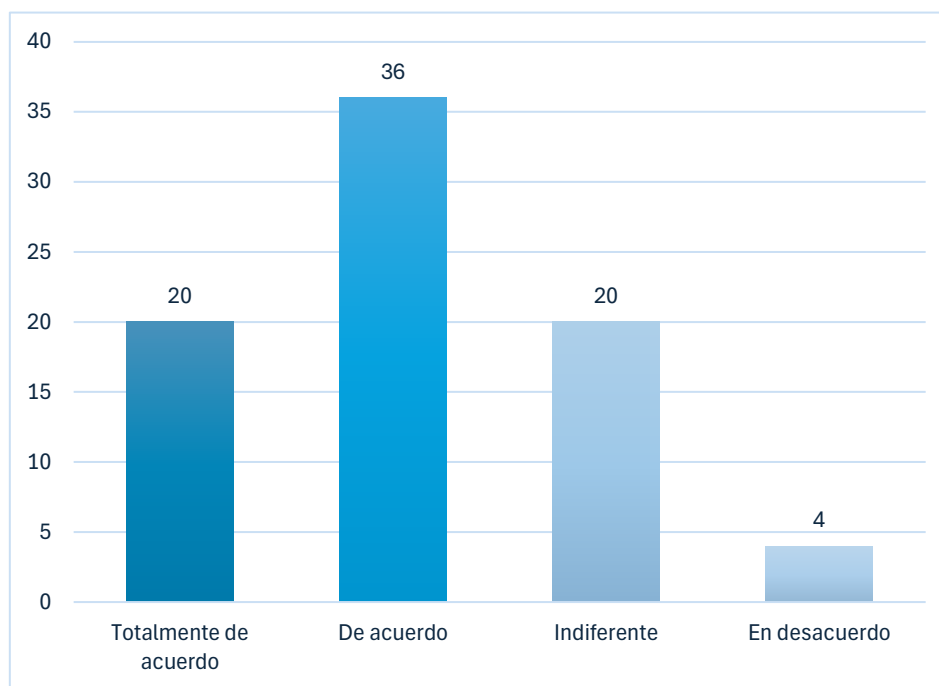


Fuente: Elaboración propia

De los resultados, doce (12) personas respondieron estar totalmente de acuerdo con que las acciones de la banca digital sirvieron para que sus empresas puedan ampliar sus operaciones en los alrededores de la región de Huánuco, además treinta (30) personas indicaron estar de acuerdo con dicha afirmación, mientras que, treinta y seis (36) personas mencionaron ser indiferentes, y finalmente, dos (02) personas manifestaron estar en desacuerdo. Por lo tanto, cuarenta y dos (42) usuarios mostraron conformidad con que su empresa ha ampliado su presencia nuevas regiones del país.

Figura 18

En su empresa aumento el número de clientes o usuarios



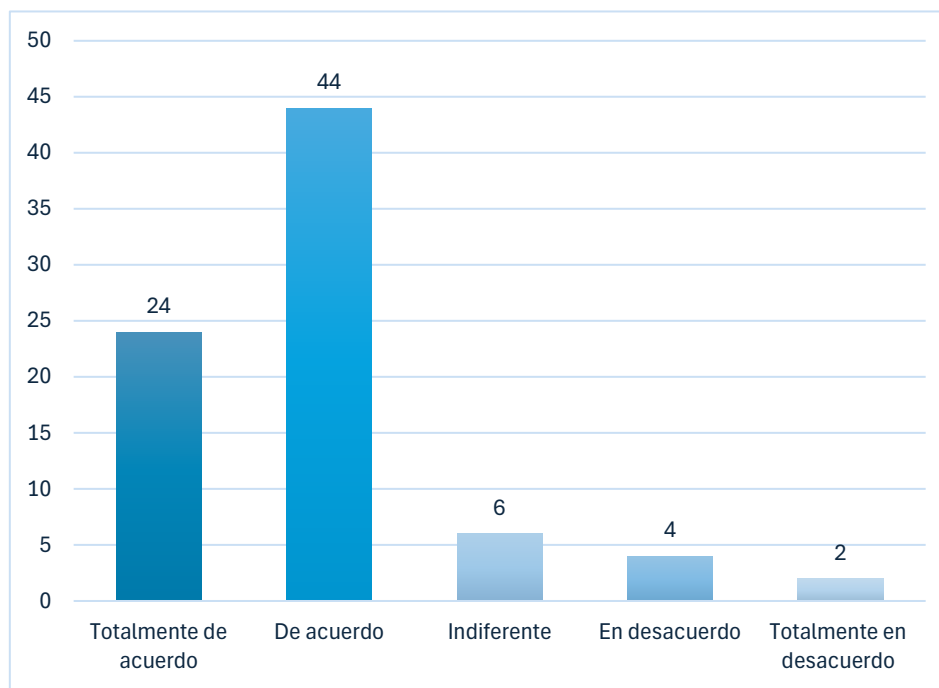
Fuente: Elaboración propia

De los resultados indicados aquellos que respondieron estar totalmente de acuerdo con que su empresa tuvo un incremento en el número de clientes y usuarios fueron veinte (20) personas, a su vez treinta y seis (36) personas mencionaron estar de acuerdo con dicha afirmación, así mismo, veinte (20) personas indicaron que son indiferentes a ello, mientras que cuatro (04) manifestaron estar en desacuerdo. Por consiguiente, cincuenta y seis (56) usuarios expresaron conformidad con que su empresa aumentó el número de clientes o usuarios interesados en la adquisición de sus productos y servicios.

3.2.2. Dimensión productividad

Figura 19

Su empresa utiliza tecnología para agilizar procesos

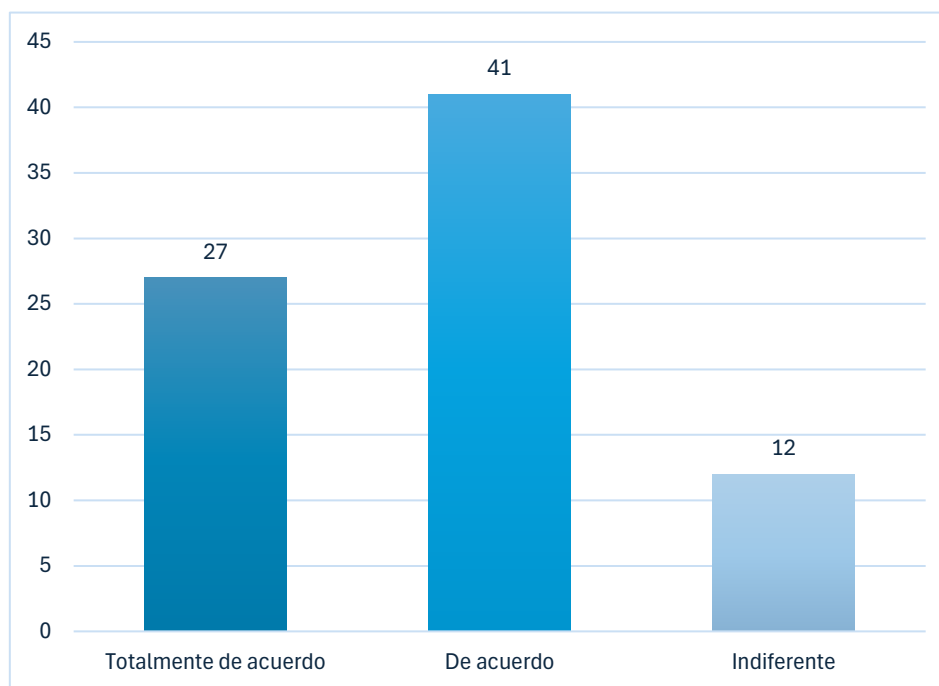


Fuente: Elaboración propia

De los resultados de la encuesta, aquellos que indicaron estar totalmente de acuerdo con que su empresa utiliza tecnología para agilizar procesos fueron veinticuatro (24) personas, mientras que cuarenta y cuatro (44) personas mencionaron estar de acuerdo con la afirmación, así mismo, seis (06) encuestados indicaron ser indiferentes antes dichas acciones, aquellos que se encuentran en desacuerdo fueron cuatro (04) personas y finalmente, dos (02) personas respondieron estar totalmente en desacuerdo. Por lo tanto, sesenta y ocho (68) usuarios mostraron conformidad al indicar que la implementación tecnológica facilitó la agilización de procesos y el aumento de la productividad en sus empresas.

Figura 20

En su empresa se realiza programas de capacitación

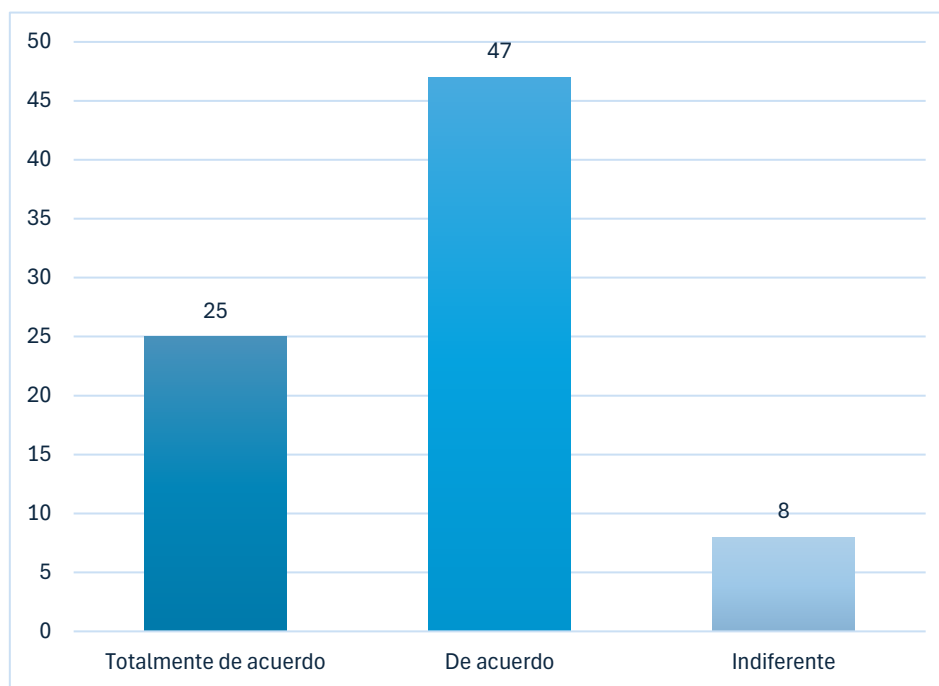


Fuente: Elaboración propia

De los resultados de la encuesta, veintisiete (27) personas indicaron estar totalmente de acuerdo con afirmar que su empresa realiza programas de capacitación en los empleados, de igual forma cuarenta y un (41) personas indicaron estar de acuerdo con la afirmación, finalmente doce (12) personas mencionaron que le son indiferentes dichas acciones. Por lo tanto, sesenta y ocho (68) usuarios manifestaron su conformidad con que en sus empresas se implementaron programas de capacitación y formación para sus empleados.

Figura 21

En su empresa se fomenta la colaboración y el trabajo en equipo

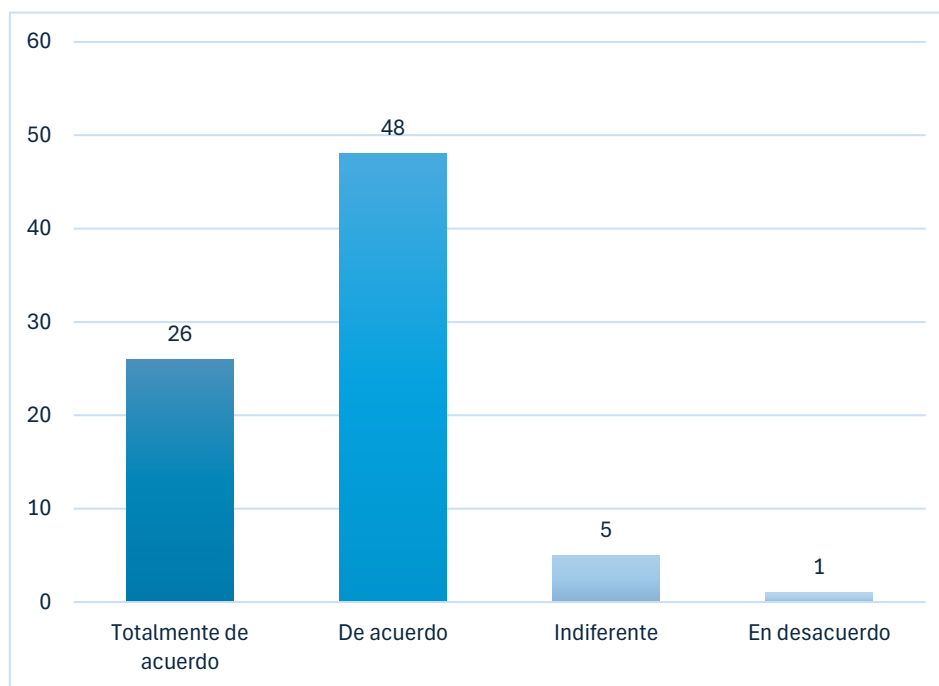


Fuente: Elaboración propia

De los resultados de la encuesta remitida se tiene en cuenta que veinticinco (25) personas respondieron que se encuentran totalmente de acuerdo con el indicar que en su empresa se fomenta la colaboración y el trabajo en equipo que permite optimizar la productividad, mientras que cuarenta y siete (47) personas indicaron que se encuentran de acuerdo con la afirmación y finalmente, ocho (08) personas mencionaron que le son indiferentes estos aspectos. Por consiguiente, setenta y dos (72) usuarios expresaron conformidad con que en sus empresas se promovió la colaboración y el trabajo en equipo con el fin de mejorar la productividad.

Figura 22

Se establecen metas y objetivos claros en su empresa



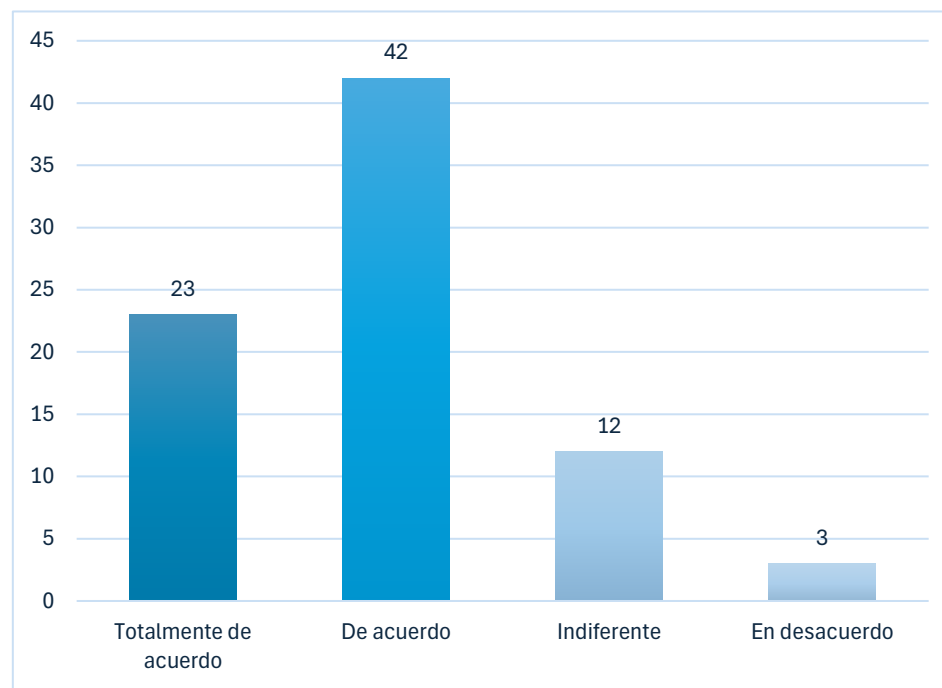
Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos se tiene en consideración que aquellos que se encuentran totalmente de acuerdo con el indicar que se establecen metas y objetivos en su empresa ascienden a veintiséis (26) personas, en esa misma línea cuarenta y ocho (48) personas respondieron que se encuentran de acuerdo con la afirmación, mientras que, cinco (05) personas mencionaron que les resulta indiferente este tipo de acciones, finalmente del total de encuestados indicaron estar en desacuerdo solo uno (01). Por consiguiente, setenta y cuatro (74) usuarios mostraron conformidad al señalar que en sus empresas se establecieron metas y objetivos para orientar su desempeño.

3.2.3. Dimensión innovación

Figura 23

Se realizan continuamente el lanzamiento de nuevos productos o servicios

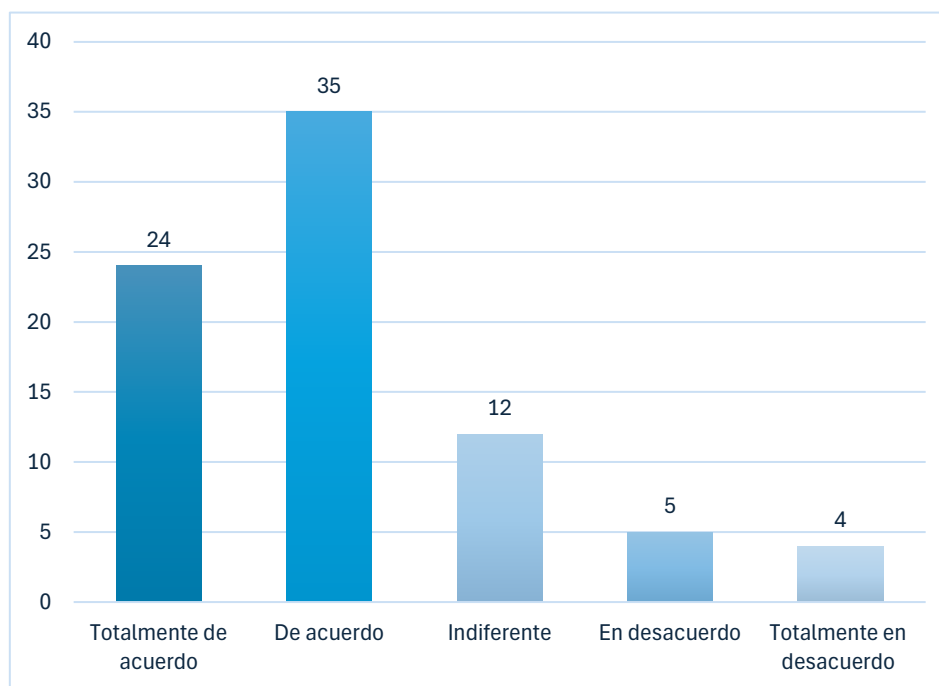


Fuente: Elaboración propia

De los resultados de la encuesta, se tiene conocimiento que veintitrés (23) personas se encuentran totalmente de acuerdo con que se realizaron continuamente el lanzamiento de nuevos productos o servicios en sus empresas, en esa misma línea se indica que, cuarenta y dos (42) personas respondieron estar de acuerdo con la afirmación, mientras que las personas que indicaron ser indiferentes ascienden a doce (12) personas, finalmente, tres (3) personas mencionaron estar en desacuerdo. Por lo tanto, sesenta y cinco (65) usuarios expresaron conformidad al indicar que en sus empresas se llevó a cabo de forma constante el lanzamiento de nuevos producto o servicios.

Figura 24

Se utiliza medios de pagos digitales para agilizar procesos (transferencias bancarias, pago de servicios, pago de planillas)

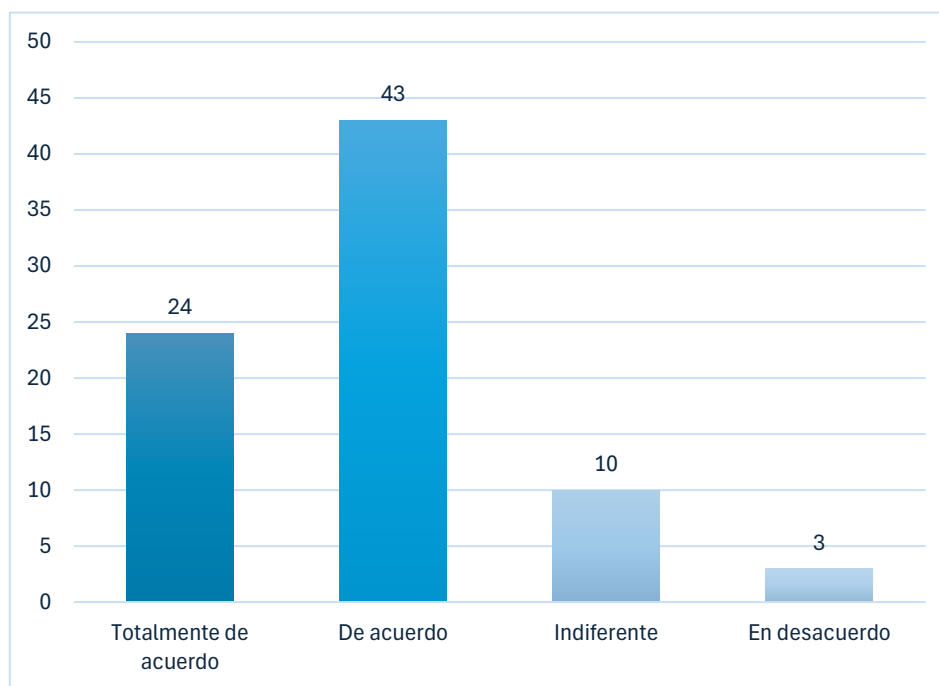


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados, aquellos que indicaron estar totalmente de acuerdo con la utilidad de los diferentes medios de pagos digitales para agilizar los procesos ascienden a veinticuatro (24) encuestados, así mismo, treinta y cinco (35) encuestados respondieron que se encuentran de acuerdo; no obstante, doce (12) personas indicaron que le son indiferentes en referencia al uso de medios de pagos, de igual manera, cinco (05) personas mencionaron estar en desacuerdo y cuatro (04) encuestados manifestaron estar totalmente en desacuerdo con los resultados. Por lo tanto, cincuenta y nueve (59) usuarios mostraron conformidad al indicar que sus empresas adoptaron medios de pagos digitales para optimizar procesos como las transferencias bancarias, el pago de servicios y el pago planillas.

Figura 25

Su empresa aplica promociones especiales para atraer clientes

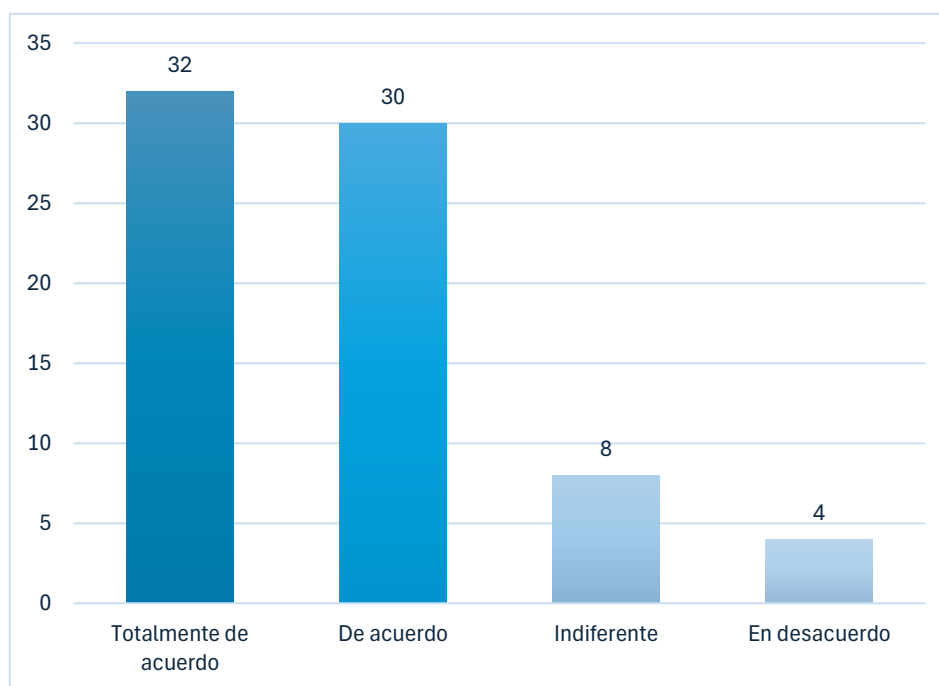


Fuente: Elaboración propia

De los resultados de la encuesta, aquellos que respondieron estar totalmente de acuerdo en que su empresa aplica promociones para atraer clientes fueron veinticuatro (24) personas, mientras que cuarenta y tres (43) personas indicaron estar de acuerdo con lo mencionado, no obstante, aquellos que mencionaron ser indiferentes fueron un total de diez (10) personas y finalmente, tres (03) personas afirmaron estar en desacuerdo. Por lo tanto, sesenta y siete (67) usuarios expresaron conformidad al señalar que, como parte de la innovación, sus empresas aplicaron promociones especiales como estrategia para captar clientes.

Figura 26

Su empresa utiliza plataformas digitales para tener publicidad



Fuente: Elaboración propia

De los resultados de la encuesta, treinta y dos (32) personas indicaron que se encuentran totalmente de acuerdo al indicar que sus empresas utilizan plataformas digitales para tener la publicidad necesaria, mientras que, treinta (30) personas manifestaron estar de acuerdo con la afirmación indicada, así mismo, ocho (08) personas indicaron que son indiferentes con la afirmación indicada; no obstante, cuatro (04) encuestados mencionaron estar en desacuerdo y seis (06) personas respondieron estar totalmente en desacuerdo con la afirmación. Por consiguiente, sesenta y dos (62) usuarios mostraron conformidad al indicar que en sus empresas hicieron uso de plataformas digitales como medio para difundir su publicidad.

3.3. Discusión de resultados

Determinar la relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

La importancia para los clientes del BBVA mediante el uso de la banca digital, y lo más relevante la utilidad que se brinda para la generación del desarrollo empresarial; es así que, la banca digital se encuentra conformado por diferentes aspectos uno de ellos viene a ser la accesibilidad en las diferentes plataformas, fue necesario consultar a los trabajadores del BBVA la facilidad (didáctico y de fácil acceso) de la plataforma digital; y a los clientes que mantienen cuentas empresariales, además de las opciones consideradas para el uso de la cuenta bancaria, siendo positivas las respuestas, un número mayor a la mitad sesenta y cinco (65) usuarios mencionaron la sencillez con que se realizan transacciones en la banca digital (ver figura 03), además cuarenta y nueve (49) personas percibieron que fue oportuno la variedad de opciones que permiten personalizar sus cuentas bancarias (ver figura 04), el acceso a la App mediante la descarga de comprobantes de transacciones en la banca digital cincuenta y siete (57) personas un poco mayor a la mitad mencionaron el fácil acceso (ver figura 05) y finalmente, se observó que los clientes que mencionaron un incremento en sus ventas fueron cincuenta y siete (57) personas del total de encuestados (ver figura 15); de acuerdo con el estudio “Análisis de la aceptación de la banca digital en pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Guayaquil” de Chávez (2023), un alto porcentaje de las Pymes ha adoptado la banca digital, aprovechando los beneficios y facilidades que les brindan a sus negocios, esto ha impulsado el desarrollo de la banca digital, dejando en segundo plano a la banca tradicional.

Mientras que, en el estudio “Potencial impacto del Open Banking, las Bigtech y la Banca Digital en el sector bancario peruano: un análisis exploratorio” por los autores Alvarez et al. (2023) realizado en nuestro país donde se estudia los ingresos por “Open Banking” (Los proveedores de servicios comparten sus datos para los servicios) en el sector bancario peruano, concluye que, debido al aumento de los avances tecnológico en la banca digital puedan permitir crear un sistema financiero donde se incluyan las cajas municipales, cooperativas y financieras.

Determinar la relación entre la accesibilidad de la Banca digital con el crecimiento empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

La accesibilidad de la banca digital en el estudio se conforma por el acceso a las plataformas digitales (servicios que ofrece el banco) además de la frecuencia de uso por los clientes mientras que el crecimiento empresarial hace referencia al nivel de ingresos que percibe además del incremento en la cantidad de nuevos clientes, de acuerdo a los resultados de la investigación se observó que cincuenta y tres (53) personas mencionaron estar de acuerdo con la existencia de la disponibilidad de la banca digital para realizar operaciones durante las 24 horas (ver figura 06), en esa misma línea cincuenta y seis (56) personas mencionaron que su empresa ha contado con un crecimiento respecto al número de clientes (ver figura 18); tal es el caso que coincide con lo desarrollado en el estudio “Canales virtuales alternos bancarios y su incidencia en los reclamos de los usuarios de Lima Metropolitana 2020-2022” por De la cruz et al. (2024) estudio realizado en Lima la cual se toma una muestra de 41 personas que se encuentran entre los diferentes bancos, concluyendo que las plataformas digitales fueron de utilidad generando beneficio por el alcance de su información y la agilidad en los procesos de atención al cliente.

Determinar la relación entre adaptación tecnológica de la Banca digital con la productividad empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

La adaptación tecnológica lo componen la frecuencia de actualizaciones y la automatización de los procesos y en cuanto a la productividad empresarial se encuentra conformado por la eficiencia que tiene cada trabajador (resolución de problemas) y el conocimiento (capacitaciones de los empleados); en cuanto a los encuestados sesenta (60) usuarios mencionaron estar de acuerdo en que el BBVA haya realizado actualizaciones en la banca digital desde la seguridad hasta las operaciones (ver figura 08), mientras que, un número mayor a la mitad de encuestados cincuenta y tres (53) personas mencionaron que la aplicación de la página web fue de utilidad para sus necesidades (ver figura 09); y sesenta y ocho (68) personas mencionaron estar de acuerdo al indicar que el uso de tecnología sirvió para agilizar los procesos y el aumento de productividad de las mismas (ver figura 19); coincide con lo indicado en el estudio de Miranda (2020) titulado “Estudio de deseabilidad de una plataforma tecnológica para corredores de seguros” en Chile, que tuvo como objetivo generar una plataforma digital que permita mejorar la eficiencia comercial y operacional de los corredores de seguros concluyendo que, la plataforma digital sirvió para mejorar las entregas de servicios así mismo, fue de utilidad porque permitió incorporar viabilidad en la implementación debido a la aceleración de la transformación digital.

Determinar la relación entre la seguridad de la Banca digital con la innovación empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco

Cuando se hace referencia a la seguridad en la banca digital lo forman, protocolos de seguridad y nivel prevención de fraudes, tal es el caso al realizar la encuesta a los clientes sobre el estado de las transacciones que son realizadas, más de la mitad mencionaron estar

de acuerdo que la banca digital los informa sobre el estado de las transacciones indicando unas cincuenta y tres (53) personas (ver figura 12); así mismo, respecto a la banca digital y las medidas de seguridad que ofrece, aquellos que respondieron afirmativamente fueron mayor a la mitad exactamente sesenta (60) encuestados (ver figura 13); además sobre el uso de medios digitales para agilizar los pagos cincuenta y nueve (59) personas mencionaron estar de acuerdo (ver figura 24); y en cuanto al uso de las plataformas digitales para poder publicitar sus empresas respondieron positivamente aproximadamente sesenta y dos (62) personas (ver figura 26); resultados que se complementan con lo señalado en Vargas y Farro (2017), en la investigación titulada “Calidad de atención al cliente y su relación con el nivel de satisfacción del servicio en los clientes del Banco de Crédito del Perú-Huánuco 2017”, que por la alta solicitud de los clientes al indicar que el personal es insuficiente para la atención generando la espera fuera del banco, es decir en la calle, atenciones comerciales que pueden generarse digitalmente; y en el estudio “Los servicios financieros digitales del banco de la nación” de Gutiérrez (2019) en el cual menciono que debido a que existió frecuencia en los servicios financieros como retiros y pago además de transferencias se determinó que la reformulación de las restricciones de los servicios financieros digitales como reajustar el monto máximo permite una mejor gestión y seguridad para los usuarios.

3.4. Verificación de la hipótesis

Tabla 6

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válido	80	100,0
	Excluido ^a	0	0
Total		80	100,0

Tabla 7

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	de Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,967	,967	24

Prueba de Normalidad

Para saber el tipo de prueba estadística se halló la prueba de normalidad de kolmogorov - Smirnov cuyo resultado se muestra a continuación.

Tabla 8

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Banca digital	,199	80	,000
Desarrollo empresarial	,205	80	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se observó que las variables no siguen una distribución normal ya que el p-valor = 0.000 es < a 0.05, los datos no tienen una distribución normal, entonces se empleó pruebas no paramétricas, por esa razón se aplicó el R_{h0} de Spearman para medir la correlación de variables.

Hipótesis General

Ho: No existe una relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

Ha: Existe una relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

Tabla 9

Contrastación de la hipótesis general

Correlación		Banca Digital	Desarrollo empresarial
Rho de Spearman	Banca Digital	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 ,433** · 80
	Desarrollo empresarial	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	,433** ,000 · 80
		N	80
		N	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Mediante el análisis estadístico se obtuvo un coeficiente 0,433 y un p valor de 0,000 (p-valor<0.05); por lo tanto, se realiza el rechazo de la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, que indica “existe una relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco” en función a los resultados, se establece con un 96% de fiabilidad que existe una relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

Hipótesis Específica 1

Ho: La accesibilidad en la banca digital no se relaciona positivamente con el crecimiento empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

Ha: La accesibilidad en la banca digital se relaciona positivamente con el crecimiento empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

Tabla 10

Contrastación de hipótesis específica 1 con correlación Rho de Spearman

Correlación		Accesibilidad	Crecimiento
Rho de Spearman	Accesibilidad	Coefficiente de correlación	,609**
		Sig. (bilateral)	,000
	Crecimiento	N	80
		Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Mediante el análisis estadístico se obtuvo un coeficiente 0,609 y un p valor de 0,000 (p-valor<0.05); por lo tanto, se realiza el rechazo de la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, que indica “la accesibilidad en la banca digital se relaciona positivamente con el crecimiento empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco” se establece con un 96% de fiabilidad que existe una relación positiva entre la accesibilidad de la Banca digital con el crecimiento empresarial de los clientes del BBVA de la región Huánuco.

Hipótesis Específica 2

Ho: La adaptación tecnológica en la banca digital no se relaciona positivamente con la productividad empresarial de los clientes del BBVA de la región Huánuco.

Ha: La adaptación tecnológica en la banca digital se relaciona positivamente con la productividad empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

Tabla 11

Contrastación de hipótesis específica 2 con correlación Rho de Spearman

Correlación		Adaptación de tecnologías		Productividad	
Rho de Spearman	Adaptación tecnológica	Coefficiente de correlación	1,000	,437**	
		Sig. (bilateral)	.	,000	
		N	80	80	
	Productividad	Coefficiente de correlación	,437**	1,000	
		Sig. (bilateral)	,000	.	
		N	80	80	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Mediante el análisis estadístico se obtuvo un coeficiente 0,437 y un p valor de 0,000 ($p\text{-valor} < 0.05$); por lo tanto, se realiza el rechazo de la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, que indica “la adaptación tecnológica en la banca digital se relaciona positivamente con la productividad empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco” en función a los resultados, se establece con un 96% de fiabilidad que existe una relación positiva entre la adaptación tecnológica con la productividad empresarial en los clientes del BBVA en la región Huánuco.

Hipótesis Específica 3

Ho: La seguridad en la banca digital no se relaciona positivamente con la innovación empresarial en los clientes del BBVA en la región Huánuco.

Ha: La seguridad en la banca digital se relaciona positivamente con la innovación empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.

Tabla 12

Contrastación de hipótesis específica 3 con correlación Rho de Spearman

Correlación		Seguridad	Innovación
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	,413**
		Sig. (bilateral)	,000
	Innovación	N	80
		Coeficiente de correlación	,413**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Mediante el análisis estadístico se obtuvo un coeficiente 0,413 y un p valor de 0,000 ($p\text{-valor} < 0.05$); por lo tanto, se realiza el rechazo de la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, que indica “La seguridad en la banca digital se relaciona positivamente con la innovación empresarial en los clientes del BBVA en la región Huánuco” en función a los resultados, se establece con un 96% de fiabilidad que existe una relación positiva entre la seguridad en la Banca digital con la innovación empresarial de los clientes del BBVA en la región Huánuco.

CONCLUSIONES

1. Existe relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco durante el año 2021. Los hallazgos de la investigación confirman el objetivo general y respaldan la hipótesis planteada, evidenciando una correlación positiva con un coeficiente de Rho Spearman de 0,433 y p valor de 0.000, lo que indica relación significativa entre ambas variables.
2. La accesibilidad de la banca digital se relaciona positivamente con el crecimiento empresarial en la región Huánuco, con un coeficiente de correlación de 0.609. Este resultado confirma el primer objetivo específico y respalda la hipótesis correspondiente. Asimismo, se evidencia que cincuenta y tres (53) clientes consideran que tienen disponibilidad para efectuar sus operaciones las 24 horas del día a través de la banca digital.
3. La adaptación tecnológica se relaciona positivamente con la productividad empresarial en la región Huánuco, con un coeficiente de correlación de 0,437. Este resultado confirma el segundo objetivo específico y respalda la hipótesis correspondiente. Asimismo, se manifiesta que sesenta y ocho (68) clientes afirman usar la tecnología para agilizar procesos y aumentar la productividad en sus empresas.
4. La seguridad de la banca digital se relaciona positivamente con la innovación empresarial, con un coeficiente de correlación de 0,413. Este resultado confirma el tercer objetivo específico y respalda la hipótesis correspondiente. Además, cincuenta y tres (53) clientes indican estar de acuerdo en que la banca digital les proporciona información sobre las transacciones realizadas, lo cual favorece los procesos de seguridad e innovación en sus empresas.

RECOMENDACIONES

1. Se sugiere a la entidad financiera promover activamente el uso de los servicios digitales entre pequeñas y medianas empresas, mediante campañas informativas y la orientación especializada que destaquen los beneficios de la banca digital en las operaciones comerciales que contribuyan al crecimiento y fortalecimiento empresarial.
2. Resulta fundamental que la entidad financiera continúe optimizando la experiencia del usuario. En este sentido, se recomienda mejorar la accesibilidad y funcionabilidad de las plataformas digitales, con el fin de motivar un mayor uso de las herramientas tecnológicas y así facilitar procesos empresariales más ágiles y rápidos.
3. Se recomienda a la entidad financiera mantener una inversión constante en innovación tecnológica, priorizando soluciones de banca digital que permitan realizar transacciones de forma más rápida y confiable, especialmente en mercados emergentes donde la agilidad es un factor clave para la competitividad y el desarrollo empresarial.
4. Es importante que la entidad financiera refuerce sus sistemas de seguridad digital. En este sentido, se recomienda incorporar tecnologías avanzadas para prevenir fraudes, protección de la información de los clientes. A su vez, mantener una comunicación informativa con los clientes para garantizar la confianza en los servicios ofrecidos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, A., Baldeon, J., Huaman, A., & Martinez, R. (2023). Potencial impacto del Open Banking, las Bigtech y la Banca Digital en el sector bancario peruano: un análisis exploratorio. *Universidad Esan*.
<https://repositorio.esan.edu.pe/server/api/core/bitstreams/7ae25104-1d6b-46e3-b420-596b923634ac/content>
- Arguedas, R., Sánchez, Á., & Marín, R. (2019). *La transformación digital en el sector financiero*.
<https://books.google.com.pe/books?id=8bebDwAAQBAJ&pg=PT4&dq=banca+digital&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwja-tPVnNTmAhXrE7kGHfDIDvwQ6AEIKDAA#v=onepage&q=banca%20digital&f=false>
- Arraut, L. (2010). La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad de la empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 22-41. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20619966002.pdf>
- Avendaño, O. (2018). Los retos de la banca digital en México. *revista del instituto de ciencias jurídicas de puebla*. <http://www.scielo.org.mx/pdf/rius/v12n41/1870-2147-rius-12-41-87.pdf>
- Avolio, B. (2013). Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas empresas en el Perú (MYPES). *revista pucp*.
- Banco Bilbao Viscaya Argentaria. (2019). *BBVA en 2018*.
<https://accionistaseinversores.bbva.com/microsites/bbvain2018/downloads/bbva-en-2018.pdf>
- Banco Bilbao Viscaya Argentaria. (2021). *Memoria Anual BBVA*. Informe Integrado:
<https://extranetperu.grupobbva.pe/memoria2021/descargas/memoria-anual-2021-informe-integrado.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. (2021). *Caracterización del Departamento de Huánuco*. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/huanuco-caracterizacion.pdf>
- Carrasco, J. (2022). Desarrollo Tecnológico para la Transformación Digital y el Desarrollo Endógeno en México. *Centro de investigación y de estudios del instituto Politécnico nacional*.
<https://repositorio.cinvestav.mx/bitstream/handle/cinvestav/4079/SSIT0019119.pdf?sequence=1>

- Casimiro, G. (2019). Capacidad de pago de los clientes del Banco BBVA CONTINENTAL - oficina Huánuco 2018. *Universidad de Huánuco*. Universidad de Huánuco: <http://200.37.135.58/bitstream/handle/123456789/1707/CASIMIRO%20PASSUNI%2c%20Giovanni%20Gustavo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castillo, C. (31 de 01 de 2019). *Net Cash: soluciones digitales para manejar una empresa desde el celular*. <https://www.bbva.com/es/net-cash-soluciones-digitales-para-manejar-una-empresa-desde-el-celular/>
- Chávez, J. (2023). Análisis de la aceptación de la banca digital en las Pymes de la ciudad de Guayaquil. *Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil*. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/26478>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento Humano* (tercera ed.). McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de los recursos humanos. El capital humano de las organizaciones* (novena ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Communications. (27 de abril de 2016). *¿Qué es el capital humano y cómo se adquiere?* BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-es-el-capital-humano-y-como-se-adquiere/>
- Congreso de la República. (2003). *Ley Organica de Gobiernos Regionales N° 27867*. <https://diarioficial.elperuano.pe/pdf/0025/ley-27867.pdf>
- Corma, F. (2013). *Innovación, innovadores y empresa innovadora*. Ediciones Díaz de Santos.
- Crispín, J. (2019). Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de los bancos privados de la ciudad de Huánuco 2019. *Universidad de Huánuco*. universidad de Huánuco: <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2275/CRISP%c3%8dN%20ARANDA%2c%20Jhony%20Luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cuartas, F. (2013). *Banca comercial y de inversión*. Ediciones de la U. https://books.google.com.pe/books?id=KzOjDwAAQBAJ&pg=PA99&dq=inversiones+financieras+banco&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV647I2fDmAhX_HrkGHbfqARoQ6AEINzAC#v=onepage&q=inversiones%20financieras%20banco&f=false
- Cuesta , C., Ruesta, M., Tuesta , D., & Urbiola, P. (2015). *La transformación digital de la banca*. BBVA reserch: https://www.bbvaesearch.com/wp-content/uploads/2015/08/Observatorio_Banca_Digital_vf.pdf
- De la Cruz Zacarias, N. A., Cercado Abanto, R. D., Pauccar Alamo, J. H., & Doza Sanchez, J. H. (2024). Canales virtuales alternos bancarios y su incidencia en los reclamos de los usuarios de Lima Metropolitana 2020-2022. *Universidad San Martín de Porres*. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/15231/delacruz_zna-cercado_ard-pauccas_ajh-doza_sjh.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Decreto Supremo N° 013-201-Produce . (28 de 12 de 2013). *Texto Unico ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial* .
<https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/1033071-5>
- Delfin, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis de desarrollo empresarial. *Pensamiento y gestión*. <https://www.redalyc.org/journal/646/64646279008/html/>
- Duran, Y. (2011). Administración del capital de trabajo: una herramienta para la gerencia de las PYMES tradicionales venezolanas. *revista visión gerencial*(1), 37-56.
- Eguiluz, F. (junio de 2019). *Fernando Eguiluz, a seis meses de su gestión como CEO de BBVA en Perú*. BBVA: <https://www.bbva.com/es/pe/fernando-eguiluz-a-seis-meses-de-su-gestion-como-ceo-de-bbva-en-peru/>
- Escalera, M., Tejada, E., & Garcia, A. (2018). Uso de servicios financieros estudio empirico en estudiantes universitarios. *INFAD*, 2.
<https://www.redalyc.org/pdf/3498/349853220056.pdf>
- Gimenez, I., Markevicius, M., & Nunes, D. (2014). *El impacto de las CRM en las entidades Financieras Online: Como la digitalización revoluciona la forma de hacer negocios y la relacion con el cliente*. Universidad Argentina de la Empresa.
- González, J. (15 de 12 de 2014). Aproximaciones conceptuales al desarrollo empresarial. *Aglala*. <https://revistas.curn.edu.co/index.php/aglala/article/view/894>
- Gutierrez Paucar, F. J. (2019). Los servicios financieros digitales del banco de la nación. <https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/3727/RODRIGUEZ%20TINEO%20DIANA%20-%20MAESTRIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutierrez, É., López, L., Perez, J., & Rendón, J. (2001). *Desarrollo regional: reflexiones y alternativas*. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/1356>
- Hernández , R., Fernández , C., & Babtista , M. (2014). *Metodologia de la Investigación* (sexta ed.).
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). *Perú: Estructura Empresarial*. www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1948/libro.pdf
- Iturria, J. (2020). Diseño de atención modular en una institución bancaria atención al cliente- Propuesta de intervención.
<https://www.proquest.com/openview/33e96930e241aa600df9095a4277502a/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- Larrán, J., & Muriel de los Reyes, M. (2007). La banca por internet como innovación tecnológica en el sector bancario. *investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 13, 145-153.

- Ley 26702. (09 de 12 de 1996). *Ley General del Sistema Fianciero y del Sistema de Seguros y Organica de la Superintendencia de Banca y Seguros* . El Peruano Normas Legales : <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/26702.pdf>
- Manual de Oslo. (2005). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (tercera ed.). Comisión Europea.
https://datos.portaldelcomerciante.com/userfiles/30/Biblioteca/7c30b1dc2c2947a56553Manual_de_Oslo_Innovacionempresarial.pdf
- Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo. (2020). *Huánuco: Panorama Laboral*.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1504580/Panorama%20Laboral%20N%C2%B0%2001-2020.pdf>
- Miranda, J. (2020). Estudio de deseabilidad de una plataforma tecnológica para corredores de seguros. *Pontificia Universidad Católica de Chile*.
<https://doi.org/10.7764/tesisUC/ING/50047>
- Palos, P., Reyes, A., & Ramon, J. (2019). Modelos de Adopción de Tecnologías de la Información y Cloud Computing en las Organizaciones. *Información Tecnológica*, 30(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000300003>
- Porter, M. (2007). La ventaja competitiva de las naciones. *Harvard business review*.
https://www.academia.edu/15214923/La_ventaja_competitiva_de_las_naciones
- Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones. (2006). *Historia de la supervisión y regulación financiera en el Perú*. Biblos.
- Torres-Llosa, E. (10 de mayo de 2019). *Banco Bilbao Vizcaya Argentaria*.
<https://www.bbva.com/es/pe/eduardo-torres-llosa-innovamos-para-atender-a-un-cliente-que-esta-cambiando/>
- Torres-Llosa, E. (2020). *Digitalizate ¿Por dónde empezar? Como transformar tu empresa para la era digital*. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Vargas Huaman , L., & Farro Espinoza, C. E. (2017). Calidad de atención al cliente y su relación con el nivel de satisfacción del servicio en los clientes del Banco de crédito del Perú-huánuco.2017. *Universidad Nacional Hermilio Valdizan*. Universidad Nacional Hermilio Valdizan:
http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/1983/TAD_Vargas_Huaman_Leydi.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vargas, A. (2021). *La Banca digital: Innovación tecnológica en la inclusión financiera del Perú*. <https://doi.org/10.15381/idata.v24i2.20351>

ANEXOS

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Interrogante General</p> <p>¿La banca digital se relaciona positivamente con el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco?</p> <p>Interrogantes Específicas</p> <p>¿La accesibilidad en la banca digital se relaciona con el crecimiento empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco?</p> <p>¿La adaptación tecnológica en la banca digital se relaciona con la productividad empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco?</p> <p>¿La seguridad en la banca digital se relaciona con la innovación empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar la relación entre la accesibilidad de la banca digital con el crecimiento empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.</p> <p>Determinar la relación entre la adaptación tecnológica de la banca digital con la productividad empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.</p> <p>Determinar la relación entre la seguridad de la banca digital con la innovación empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe una relación positiva entre la banca digital y el desarrollo empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>La accesibilidad en la banca digital se relaciona positivamente con el crecimiento empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.</p> <p>La adaptación tecnológica en la banca digital se relaciona positivamente con la productividad empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.</p> <p>La seguridad en la banca digital se relaciona positivamente con la innovación empresarial en los clientes del BBVA de la región Huánuco.</p>	<p><u>VARIABLES</u></p> <p><u>Variable X:</u></p> <p><u>Banca digital</u></p> <p>-Accesibilidad</p> <p>-Adaptación tecnológica</p> <p>-Seguridad</p> <p><u>Variable Y:</u></p> <p><u>Desarrollo Empresarial</u></p> <p>-Crecimiento</p> <p>-Productividad</p> <p>-Innovación</p>	<p>Tipo de investigación</p> <p>El tipo de investigación es aplicada ya que utiliza conocimientos, teorías para encontrar soluciones a problemáticas.</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>El nivel de investigación es correlacional, puesto que se encuentra estudiando la relación entre variables, así como el grado de relación entre la banca digital y el desarrollo empresarial, en este estudio se asoció el valor que tiene una variable en otra.</p>

Cuestionario de encuesta

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD CUESTIONARIO DE ENCUESTA															
<p>Estimado(a) se presenta a continuación un cuestionario diseñado con el objetivo estudiar el progreso de la banca digital en el desarrollo empresarial de los clientes del BBVA de la región Huánuco. La información obtenida es para fines académicos. Por favor, lea cada enunciado y elija la opción que mejor corresponda marcando con un aspa.</p>															
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">5</th> <th style="width: 20%;">4</th> <th style="width: 20%;">3</th> <th style="width: 20%;">2</th> <th style="width: 20%;">1</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="text-align: center;">De acuerdo</td> <td style="text-align: center;">Indiferente</td> <td style="text-align: center;">En desacuerdo</td> <td style="text-align: center;">Totalmente en desacuerdo</td> </tr> </tbody> </table>						5	4	3	2	1	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1											
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo											
<p><i>Banca digital: Permite realizar servicios financieros a través de plataformas de internet o teléfonos móviles. (APPS, Banca por internet)</i></p>															
ITEMS		5	4	3	2	1									
Indicador 1: Accesibilidad		TA	DA	IN	ED	TD									
1	Considera que la banca digital permite realizar transacciones con facilidad														
2	Considera que la banca digital ofrece suficientes opciones para personalizar su cuenta bancaria según sus necesidades														
3	En la banca digital se puede descargar comprobantes de transacciones y estados de cuenta.														
4	Existe disponibilidad para efectuar las operaciones las 24 horas del día desde cualquier lugar														
Indicador 2: Adaptación de tecnologías		TA	DA	IN	ED	TD									
1	La página web o la aplicación de la banca digital muestran un diseño innovador y visualmente atractivo														
2	Las nuevas actualizaciones en la Banca digital permiten realizar operaciones sin interrupciones														
3	La banca digital (Aplicación o la página web) brinda servicio de calidad de acuerdo a sus necesidades														
4	La banca digital permite ubicar los productos y servicios con facilidad para realizar operaciones														
Indicador 3: Seguridad		TA	DA	IN	ED	TD									
1	Confía que sus datos personales serán utilizados para realizar sus operaciones bancarias, no para otros fines														
2	La Banca digital le informa sobre del estado de las transacciones que se realizan														

3	La Banca digital ofrece medidas de seguridad suficientes para proteger sus cuentas y transacciones					
4	Recibe información por parte del banco sobre cómo prevenir fraudes y proteger su cuenta de Banca digital					
Indicador : Crecimiento		TA	DA	IN	ED	TD
1	Su empresa ha incrementado sus ventas					
2	Su empresa ha tenido un crecimiento en número de empleados					
4	Su empresa ha ampliado su presencia en nuevas regiones geográficas					
5	En su empresa aumento el número de clientes o usuarios					
Indicador 2: Productividad		TA	DA	IN	ED	TD
1	Utiliza tecnología para agilizar procesos y aumentar la productividad de su empresa					
2	En su empresa se realiza programas de capacitación y formación en los empleados					
3	Se fomenta la colaboración y el trabajo en equipo para optimizar la productividad					
4	Se establecen metas y objetivos claros en su empresa					
Indicador 3: Innovación		TA	DA	IN	ED	TD
1	Se realizan continuamente el lanzamiento de nuevos productos o servicios					
2	Se utiliza medios de pagos digitales (transferencias bancarias, pago en línea, pagos móviles) para agilizar procesos					
3	Su empresa aplica promociones especiales para atraer clientes					
4	Su empresa utiliza plataformas digitales para tener publicidad					