

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales

Escuela Profesional de Ciencias Administrativas

**EDUCACIÓN FINANCIERA Y EL USO DE CANALES
ALTERNATIVOS EN LOS USUARIOS DE LA
AGENCIA OMATE DEL BANCO DE LA
NACIÓN, MOQUEGUA, 2025**

TESIS

Presentada por:

Bach. Eduardo Tomas Ramirez Choque

Para optar el Título Profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

TACNA - PERÚ

2025

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Tacna, a los 16 días del mes de octubre del 2025, siendo las 10:00 horas, se reunieron los docentes Dr. Bartolomé Anyosa Gutiérrez, Mgr. Evelyn Priscila Fajardo Espinoza y la Mgr. Jessica Aleida Mendoza Aranzamendi, como Presidente, Secretario y Miembro respectivamente nombrados como Jurado Dictaminador y Evaluador mediante Resolución de Facultad N° 14362-2025-FCJE/UNJBG de fecha 15 de setiembre del 2025 y mediante Resolución de Facultad N°14492-2025-FCJE/UNJBG de fecha 07 de octubre del 2025, para la sustentación de la Tesis titulada : **“EDUCACIÓN FINANCIERA Y EL USO DE CANALES ALTERNATIVOS EN LOS USUARIOS DE LA AGENCIA OMATE DEL BANCO DE LA NACIÓN, MOQUEGUA, 2025”** para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Acto seguido, el Presidente de Jurado dio por iniciado el Acto de Sustentación, solicitando al Secretario dar lectura a las Resoluciones de Facultad antes mencionadas, luego el Presidente indica al Bachiller **EDUARDO TOMAS RAMIREZ CHOQUE**, disponer del tiempo reglamentario para la exposición de la Tesis.

Culminada la exposición, el Jurado formula las preguntas correspondientes, del Mgr. Evelyn Priscila Fajardo Espinoza, Mgr. Jessica Aleida Mendoza Aranzamendi y Dr. Bartolomé Jorge Anyosa Gutiérrez.

Los miembros del Jurado Calificador y Evaluador deliberaron y, luego emitieron el Informe final con el siguiente Acuerdo: Aprobado por *unanimidad*.....con el calificativo de *dieciocho*.....(*18*).

Siendo las *11:00*..... hrs. del mismo día, se dio por concluido el Acto Público del cual damos fe y firmamos al pie de la presente Acta.


.....
DR. BARTOLOMÉ JORGE ANYOSA GUTIÉRREZ
PRESIDENTE


.....
MGR. EVELYN PRÍSCILA FAJARDO ESPINOZA
SECRETARIO


.....
MGR. JESSICA ALEIDA MENDOZA ARANZAMENDI
MIEMBRO

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, Mgr. JESSICA ALEIDA MENDOZA ARANZAMENDI en mi condición de asesor acreditado por la Resolución de facultad de ciencias jurídicas y empresariales N° 12820-2024-FCJE/UNJBG de fecha 08.09.2024 de la TESIS, titulada: "EDUCACION FINANCIERA Y EL USO DE CANALES ALTERNATIVOS EN LOS USUARIOS DE LA AGENCIA OMATE DEL BANCO DE LA NACION, MOQUEGUA, 2025" presentado por el bachiller EDUARDO TOMAS RAMIREZ CHOQUE, para optar el título profesional de licenciado en administración.

Habiendo cumplido con lo establecido en el reglamento de originalidad y de similitud de trabajo de investigación y producción intelectual, considerando que según la revisión, evaluación y análisis realizado a través del software de similitud textual TURNITIN cuenta con el nivel de similitud permitido cuyo porcentaje es 9%.

Por lo que, CERTIFICO LA SIMILARIDAD de la tesis enunciado líneas arriba, la cual esta expedita para continuar con los trámites para la obtención de **TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION**, según corresponda consiguientemente la publicación en el repositorio institucional.

FIRMA ASESOR

JESSICA ALEIDA MENDOZA ARANZAMENDI

DNI: 00796884



HUELLA DIGITAL

FIRMA TESISTA

EDUARDO TOMAS RAMIREZ CHOQUE

DNI: 70443536



HUELLA DIGITAL

DEDICATORIA

Dedico esta tesis, con todo mi amor y agradecimiento, a mis queridos padres, Tomas Ramírez y Virginia Choque, quienes siempre me hicieron sentir su apoyo incondicional en cada paso de mi camino. A mi esposa, Milagros Vargas, mi mayor inspiración y fundamental en mi día a día, por su amor inquebrantable y por haberme dado a nuestro hermoso hijo Mateo. Este logro también es para ustedes.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco sinceramente a mi asesora de tesis, por su apoyo, orientación y dedicación en todo el proceso. También quiero expresar mi gratitud a los docentes de la escuela de Administración que me formaron durante mi etapa universitaria, cuyo conocimiento y experiencia han sido fundamentales en mi formación. Mi reconocimiento especial al Banco de la Nación, institución en la cual laboro 10 años y me brindó el apoyo y la información necesaria para desarrollar esta investigación. Gracias a todos por contribuir en este importante paso de mi vida académica.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
ÍNDICE GENERAL.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	3
1.2. Justificación e importancia de la investigación.....	7
1.3. Delimitación de la Investigación.....	9
1.4. Objetivos.....	9
1.4.1. Objetivo general.....	9
1.4.2. Objetivos específicos.....	9
1.5. Hipótesis.....	10
1.5.1. Hipótesis general.....	10
1.5.2. Hipótesis específicas.....	10
1.6. Operacionalización de variables.....	11
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	13
2.1. Marco histórico.....	13
2.2. Antecedentes de la investigación.....	14
2.2.1. Internacionales.....	14
2.2.2. Nacionales.....	16
2.3. Bases teóricas.....	18

2.3.1.	Teorías vinculadas a la educación financiera	18
2.3.2.	La educación financiera.....	19
2.3.3.	Teorías que respaldan el uso de canales alternativos	21
2.3.4.	Uso de canales alternativos.....	22
2.4.	Glosario de términos básicos	26
CAPÍTULO III: METODOLÓGICO		29
3.1.	Enfoque.....	29
3.2.	Diseño	29
3.3.	Nivel.....	30
3.4.	Tipo.....	30
3.5.	Población y muestra.....	31
3.5.1.	Población	31
3.5.2.	Muestra	31
3.5.3.	Muestreo	31
3.6.	Métodos y procedimientos.....	32
3.6.1.	Técnicas de recolección de datos.....	32
3.6.2.	Instrumentos de recolección de datos.....	33
3.6.3.	Características de los instrumentos.....	33
3.6.4.	Proceso de elaboración y validación de los instrumentos	33
3.6.5.	Confiabilidad de los instrumentos	33
3.7.	Procedimiento de recolección de datos.....	34
3.8.	Estrategias de procesamiento y análisis de datos.....	34
CAPÍTULO IV: RESULTADOS		35
4.1.	Resultados descriptivos.....	35
4.2.	Análisis inferencial	39

4.3. Discusión	45
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXOS	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables	10
Tabla 2. Niveles de educación financiera.....	35
Tabla 3. Niveles de educación financiera.....	37
Tabla 4. Prueba de normalidad.....	39
Tabla 5. Relación de la hipótesis general	40
Tabla 6. Relación de la hipótesis específica 1	41
Tabla 7. Relación de la hipótesis específica 2	42
Tabla 8. Relación de la hipótesis específica 3	43
Tabla 9. Relación de la hipótesis específica 4	44

RESUMEN

En la agencia Omate del Banco de la Nación, en Moquegua, existe un interés marcado en explorar cómo la educación financiera se manifiesta en el uso de canales alternativos de banca. Con la digitalización bancaria avanzando, resulta fundamental comprobar el nivel actual de conocimientos financieros de los usuarios y cómo estos se relacionan con la adopción efectiva de nuevas plataformas tecnológicas, con el fin de mejorar el acceso a servicios bancarios y la gestión eficiente de las finanzas personales. Por ello, el objetivo del estudio fue determinar cómo se relaciona la educación financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

En cuanto a los métodos utilizados, fue de enfoque cuantitativo, no modifica la realidad observada, busca conocer las relaciones entre los elementos de estudio y se tuvo de muestra 102 usuarios de la agencia analizada. El estudio permitió determinar que existe una relación significativa entre la educación financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación en Moquegua. A medida que los usuarios adquieren mayores conocimientos y habilidades en la gestión financiera, también aumenta su disposición y capacidad para utilizar los canales alternativos proporcionados por la entidad bancaria. Esto resalta la importancia de la educación financiera como un factor crucial para la inclusión financiera y la adopción de tecnologías digitales, lo que contribuye a una mayor eficiencia en el uso de servicios bancarios.

Palabras clave: Banca móvil, canales alternativos, conciencia financiera, educación financiera, habilidades financieras, inclusión financiera.

ABSTRACT

At the Omate branch of Banco de la Nación in Moquegua, there is a keen interest in exploring how financial education manifests itself in the use of alternative banking channels. With the advance of banking digitization, it is essential to assess the current level of financial knowledge among users and how this relates to the effective adoption of new technological platforms, with a view to improving access to banking services and the efficient management of personal finances. Therefore, the objective was to determine how financial education and the use of alternative channels are related among users of the Omate branch of Banco de la Nación in Moquegua in 2025. The methods used were numerical in nature, did not alter the observed reality, sought to understand the relationships, and included a sample of 102 users of the branch analyzed. The study found that there is a significant relationship between financial education and the use of alternative channels among users of the Omate branch of the Banco de la Nación in Moquegua. As users acquire greater knowledge and skills in financial management, their willingness and ability to use the alternative channels provided by the bank also increases. This highlights the importance of financial education as a crucial factor for financial inclusion and the adoption of digital technologies, which contributes to greater efficiency in the use of banking services.

Keywords: Mobile banking, alternative channels, financial awareness, financial education, financial skills, financial inclusion.

INTRODUCCIÓN

La educación financiera (EF) dejó de ser un tema marginado para pasar a ser un pilar clave del avance económico y social a nivel mundial. Su refuerzo dota a las personas de la competencia necesaria para evaluar las implicaciones económicas de sus decisiones, lo que influye simultáneamente en la mejora de su bienestar personal y en su integración efectiva en los sistemas financieros contemporáneos. Sin embargo, en un escenario marcado por la rápida evolución de las tecnologías bancarias, el mero acceso a las plataformas innovadoras resulta insuficiente; los usuarios necesitan, además, poseer los conocimientos y habilidades necesarios para hacer un uso óptimo y seguro de ellas. Herramientas como la banca móvil, los cajeros automáticos de última generación y la banca en línea ofrecen a los usuarios la posibilidad de ejecutar operaciones financieras de forma más ágil, conveniente y protegida. No obstante, la concreción de sus beneficios dependen de que los usuarios alcancen un umbral mínimo de alfabetización financiera que les permita negociar las complejidades inherentes a cada canal.

En el presente trabajo se investigó la interacción entre la EF y la adopción de canales alternativos de servicio entre los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación en la región de Moquegua durante el año 2025. Se evaluaron las brechas de conocimientos, habilidades, actitudes y conciencia financiera en relación con la adopción de tecnologías digitales en la gestión de operaciones bancarias. Los resultados ponen de manifiesto la imperiosa necesidad de reforzar la EF en la región, con el fin de fomentar la inclusión financiera y optimizar la eficiencia operativa del sistema bancario mediante el uso de tecnologías de acceso alternativas.

La organización del trabajo refleja la necesidad de clarificar la interrelación entre las diferentes variables. La formulación del problema, la justificación de la investigación y la definición de los objetivos generales y específicos se abordaron en el primer capítulo. Este último se centró en presentar el marco teórico junto con los antecedentes relevantes, que proporcionaron el contexto conceptual necesario para tratar las variables más importantes en el segundo capítulo. En el tercer capítulo, se elaboró la metodología, en la que se especificó el enfoque, el diseño y

los métodos de recolección de información. El cuarto y definitivo capítulo presentó los resultados obtenidos, los cuales fueron sometidos a un análisis comparativo y a una discusión frente a la literatura especializada pertinente. Este ejercicio propició una reflexión crítica acerca de los hallazgos, su significado y sus implicaciones tanto para la institución involucrada como para la región en su conjunto.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

La EF se reconoce como un pilar esencial para la estabilidad económica y la inclusión financiera a nivel global, abarcando tanto a los países de la OCDE como a las economías emergentes de gran escala, como India y China (Kaiser et al., 2022). La evidencia creciente demuestra que la capacitación en competencias financieras, lejos de constituir un ejercicio meramente académico, empodera a los individuos para gestionar de forma óptima sus asuntos económicos diarios, contribuyendo, a su vez, al reforzamiento de la actividad económica agregada. Este vínculo ha inducido a numerosos gobiernos y a organizaciones supranacionales a formular políticas que relegan a la EF un lugar preeminente en la agenda pública. No obstante, a pesar de tales intervenciones, un porcentaje considerable de la población continúa careciendo del nivel de competencia necesario para formular decisiones económicas que sean plenamente informadas y responsables (Haro et al., 2023).

Chipre, situado en el Mediterráneo oriental, ha mostrado en el periodo posterior a la crisis financiera de 2013 un avance paulatino en el indicador de alfabetización financiera, el cual alcanzó en 2021 el 44 % de la población adulta. Si bien esta cifra refleja un progreso en comparación con ejercicios previos, permanece inferior al promedio de los países de la OCDE, que se estableció en el 62 %. Esto indica que, aunque se están realizando avances, el país aún enfrenta obstáculos significativos para permitir que sus ciudadanos tomen decisiones financieras informadas y prudentes. La falta continuada de conocimientos financieros afecta a la adopción y el uso de servicios bancarios alternativos, como la banca en línea, ya que una parte considerable de la población es reacia a utilizarlos. Esta actitud escéptica limita el acceso a servicios financieros innovadores y dificulta la gestión adecuada de los ingresos personales (Andreou y Anyfantaki, 2021).

De manera similar, en Nigeria, pese a los esfuerzos por mejorar la inclusión financiera, persisten desigualdades que dificultan el uso de los servicios financieros básicos por

gran parte de la población. Estas disparidades se deben a la falta de acceso físico a entidades financieras en zonas remotas, combinada con una escasa formación en competencias monetarias y la persistencia de métodos informales para gestionar y solicitar recursos económicos. A pesar de la expansión del uso de soluciones financieras a través de la tecnología móvil, solo alrededor del 40 % de los adultos utiliza sistemas de pago oficiales y regulados dentro del mercado. Además, solo el 24 % de la población tiene cuentas de ahorro y menos del 2 % accede a créditos bancarios. Este bajo nivel de inclusión financiera afecta directamente a la vida económica de las personas, ya que reduce sus capacidades para realizar transacciones, ahorrar o acceder a créditos, ralentizando así el desarrollo económico (Siano et al., 2020).

Asimismo, en Malasia, la EF muestra aún un alcance insuficiente, lo cual queda evidenciado por la baja tasa de uso de servicios financieros digitales y convencionales. Menos del 30 % de la población adulta utiliza plataformas de banca móvil, y apenas el 34 % ha reportado tener acceso regular a servicios financieros básicos como cuentas bancarias o créditos. Esta penetración limitada de servicios financieros refleja una falta de comprensión y confianza en las herramientas financieras disponibles (Hamid y Loke, 2021).

Entre las comunidades latinoamericanas, incluida México, se observa una baja participación en el sistema financiero formal. En este contexto, el nivel de EF resulta determinante, ya que influye directamente en la forma en que las personas toman decisiones sobre el endeudamiento, especialmente en lo que respecta al uso de las tarjetas de crédito. A pesar de que la generalidad de los usuarios se familiariza con el uso de las tarjetas, carecen de conocimientos profundos sobre cómo manejar efectivamente estas deudas. Esto se refleja en que el 54,5 % de los usuarios solo realiza el pago mínimo o ligeramente superior, sin lograr liquidar el saldo completo. Esta práctica conduce a un ciclo de endeudamiento prolongado, intereses acumulados y, potencialmente, a una mayor vulnerabilidad financiera (Murillo et al., 2021).

En el caso de Colombia, se destaca que solo el 25 % de los residentes utilizan activamente servicios financieros formales como cuentas de ahorro o créditos bancarios; mientras que, aproximadamente, el 50 % de la población sigue confiando en métodos

informales de ahorro como cadenas de ahorro y fondos gestionados por la comunidad (Ramírez y Villamil, 2023).

En Perú, la Ley N° 29571 exige que las entidades financieras proporcionen información clara sobre productos antes de firmar contratos y destaquen la Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA) en publicidades. Esto mejora la comparación de productos financieros y toma en cuenta que los sesgos cognitivos y otros factores psicológicos pueden afectar las decisiones de los consumidores (Ramos, 2023).

No obstante, en los microempresarios peruanos, la capacidad de gestionar deudas de manera efectiva es deficiente. Si bien el 28 % de las personas con más de 15 años tiene formación en finanzas, la morosidad en pagos aún alcanza niveles altos, con una tasa de atraso en pagos de 2,95 % a finales de 2018. Asimismo, el nivel insuficiente de EF en jóvenes entre 16 y 26 años es motivo de alarma; el 53 % carece de cultura de ahorro y, aunque el 30 % tiene cuentas bancarias, no las utiliza activamente. Este fenómeno pone de manifiesto que una formación limitada en finanzas conduce a decisiones inadecuadas respecto al manejo de obligaciones crediticias, comprometiendo la estabilidad económica de los pequeños emprendedores y restringiendo su potencial para impulsar el crecimiento económico en sus comunidades (Paredes y Quispe, 2024).

En el ámbito de San Martín, aunque aproximadamente el 38 % de la ciudadanía está inscrita en el sistema financiero convencional, la utilización tangible de métodos bancarios alternativos y el avance en la instrucción financiera especializada mantienen cifras modestas. Esta brecha indica que la mera inclusión no se traduce en un aprovechamiento efectivo ni en un dominio profundo de las soluciones financieras contemporáneas. Solo el 15 % de los adultos emplea activamente servicios de banca móvil y un 20 % hace manipulación de alternativas financieras que no solamente incluyen una cuenta de ahorros (Pérez et al., 2021).

En la agencia Omate del Banco de la Nación, en Moquegua, existe un interés marcado en explorar cómo la EF se manifiesta en el uso de canales alternativos de banca. Con la digitalización bancaria avanzando, resulta fundamental comprobar el nivel actual de conocimientos financieros

de los usuarios y cómo estos se relacionan con la adopción efectiva de nuevas plataformas tecnológicas, con el fin de mejorar el acceso a servicios bancarios y la gestión eficiente de las finanzas personales. Lo cual es motivado a que, si los usuarios no se encuentran plenamente informados respecto a los canales alternativos disponibles, no pueden utilizar completamente sus beneficios. Esto puede repercutir en su capacidad para acceder a servicios financieros más amplios, afectando su capacidad de manejar efectivamente sus recursos económicos y limitando su autonomía financiera.

Formulación del problema de investigación

Problema general

¿De qué manera se relaciona la educación financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025?

Problemas Específicos

¿De qué manera se relaciona el conocimiento financiero y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025?

¿De qué manera se relaciona la habilidad financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025?

¿De qué manera se relaciona la actitud financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025”?

¿De qué manera se relaciona la conciencia financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025?

1.2. Justificación e importancia de la investigación

La capacitación en materia financiera es fundamental para que los usuarios puedan optimizar el uso de métodos no convencionales de banca. Al proporcionar a los usuarios las herramientas y los conocimientos necesarios para utilizar de manera eficiente las plataformas digitales y otros medios alternativos, se espera conseguir una mayor agilidad y eficacia en los servicios bancarios. Esto no solo facilitaría las transacciones diarias de los usuarios, sino que también potenciaría la inclusión financiera en la región al permitir que un mayor número de personas acceda a servicios financieros de forma segura y conveniente.

El refuerzo de la competencia técnica y la sensibilización de la ciudadanía en la gestión financiera estándar promueven una autonomía dirigida y una confianza robusta en la formulación de decisiones económicas. Esta dinámica opera como un amortiguador que cierra la disparidad en el acceso a servicios financieros regulados y propicia la inclusión de colectivos en los entramados bancarios contemporáneos.

La difusión de tales competencias, conjugada con la formación de actitudes reflexivas y de concienciación financiera, cumple una doble función: estabiliza y cohesiona los tejidos sociales, permitiendo a los residentes de áreas de débil densidad demográfica capitalizar las oportunidades que brindan las plataformas de finanzas digitales. El impacto de esta intervención, por lo tanto, posee una naturaleza plurivalente, armonizando la confluencia de los distintos ecosistemas financieros y, en consecuencia, ligando a la nación en su conjunto.

Al igual que la relevancia de fomentar la EF a niveles considerados, así como de promover el uso de canales alternativos, radica en que permiten a los usuarios realizar de forma más ágil y eficiente el tratamiento de sus transacciones financieras, evitando el uso de filas y esperas que son comunes en la atención presencial en ventanillas u oficinas de atención al público. Contrasta con la forma en que el uso extendido de estos canales puede proporcionar eficiencias operativas para la agencia al reducir el gasto en personal que atenderá en ventanillas y otros recursos físicos.

Con este enfoque, la entidad de crédito incrementa la cobertura de servicios y la calidad

asistencial que brinda a su clientela al proporcionar alternativas flexibles y multidimensionales que simplifican la administración de los recursos de la entidad, así como de las contabilidades individuales. En el ampliado horizonte temporal, ese sistema proporciona más satisfacción a los usuarios y la banca que sostenibilidad en su operativa.

Basado en lo que se ha presentado hasta ahora, la justificación teórica se basa en la premisa de que las mejoras en el conocimiento y la confianza en los servicios bancarios facilitarían la adopción de estos servicios. Esto se lograría a través de la EF. Los servicios bancarios que se verían más favorecidos son los de banca por internet y el aplicativo del Banco de la Nación. Esto permite transiciones más suaves hacia el uso de los servicios bancarios en la esfera digital y mantenerse al ritmo de las tendencias globales en la digitalización y la gestión simplificada de las finanzas personales. Dicho estudio está vinculado con la teoría de la difusión de innovaciones de Rogers, desarrollada en 1962, que explica que la adopción de nuevas tecnologías y métodos por parte de la sociedad se ve facilitada por aspectos como la apreciación de los beneficios, la adecuación a las demandas existentes, la complejidad percibida y la posibilidad de probar la innovación sin compromiso inmediato (Giler et al., 2024).

Asimismo, indagar sobre la EF y cómo esta puede reflejarse en la adopción de nuevas tecnologías bancarias por parte de los usuarios, también establece una base sólida para futuras investigaciones al encontrar su justificación práctica en estos aportes que recibirá la agencia Omate del Banco de la Nación en Moquegua. Los hallazgos pueden servir como referencia para entender mejor los mecanismos detrás de la adopción tecnológica en otros contextos similares, extendiendo su relevancia más allá del ámbito local hacia un marco más amplio y, de la misma manera, permitirle a la entidad financiera reforzar sus iniciativas para coadyuvar en el conocimiento y cultura financiera a sus usuarios.

Finalmente, en términos metodológicos, se optará por un método que permita probar situaciones específicas, acerca de cómo la EF y el uso de canales alternativos de banca interactúan entre sí en un entorno real. Con base en lo expuesto, la elección de un enfoque centrado en análisis numéricos, se considera adecuado, ya que permite una representación precisa

y objetiva de las relaciones entre variables, simplificando la identificación de tendencias y estructuras clave en la información recolectada.

1.3. Delimitación de la investigación

Se focalizó geográficamente en la localidad de Omate, que forma parte de la provincia General Sánchez Cerro en el departamento de Moquegua. Este es el ámbito principal donde se analizará la interacción de los usuarios con la Agencia Omate del Banco de la Nación, estableciendo así las delimitaciones espaciales del estudio. Temporalmente, el estudio estará delimitado al año 2025, lapso en el que se ejecutarán las actividades relacionadas con el desarrollo del mismo. Respecto a las delimitaciones conceptuales, el estudio se orienta hacia dos temas principales, la EF y el uso de canales alternativos de banca de los usuarios de la agencia. Estos ejes temáticos guiarán la recolección y análisis de datos.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar cómo se relaciona la educación financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

1.4.2. Objetivos específicos

Determinar cómo se relaciona el conocimiento financiero y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

Determinar cómo se relaciona la habilidad financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

Determinar cómo se relaciona la actitud financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

Determinar cómo se relaciona la conciencia financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

La educación financiera se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

1.5.2. Hipótesis específicas

El conocimiento financiero se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

La habilidad financiera se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

La actitud financiera se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

La conciencia financiera se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

1.6. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Educación financiera	Se configura como un trayecto integral que abarca el saber, las destrezas y las disposiciones personales indispensables para administrar fondos de forma consciente y prudente (Pérez et al., 2021).	Se evalúa mediante el nivel de conocimiento, habilidad, actitud y conciencia financiera que tienen los usuarios.	Conocimiento financiero Habilidad financiera Actitud financiera Conciencia financiera	- Ahorro - Conciencia financiera - Gestión de presupuesto - Uso de herramientas - Proactividad - Responsabilidad - Ética - Conciencia económica	Ordinal Tipo Likert
Uso de canales alternativos	Permiten ofrecer atención en horarios flexibles y ubicaciones diversas,	Se considera para su evaluación, la frecuencia de uso de corresponsales	Corresponsales bancarios	- Accesibilidad - Facilidad de uso	Ordinal Tipo Likert

adaptándose a las bancarios, apps móviles
necesidades y la plataforma de
cambiantes de los banca por internet
usuarios (AIF, 2015).

Banca móvil

- Funcionalidad
- Experiencia de usuario

Banca por internet

- Eficiencia operativa
 - Navegabilidad y diseño
-

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco histórico

Desde el siglo XXI, el sistema financiero comenzó a apartarse gradualmente de la centralidad de las sucursales físicas para explorar nuevas formas de acceder a los servicios financieros (Kaur et al., 2021a). Entre los años 2000 y 2010, la instalación masiva de cajeros automáticos junto con la introducción progresiva de la banca por internet permitió que usuarios de regiones apartadas y con movilidad limitada accedieran a productos financieros en horarios ampliados y sin necesidad de desplazamientos físicos (Hernández et al., 2022).

Estas innovaciones sentaron las bases para una transformación gradual en la manera en que las instituciones diseñaban sus canales de atención, ampliando el espectro de opciones disponibles (Asociación para la Inclusión Financiera [AIF], 2015). Durante el periodo comprendido entre 2010 y 2015, el uso generalizado de los teléfonos inteligentes y la expansión de la banda ancha móvil marcaron el inicio de una nueva etapa en la evolución de los servicios financieros digitales (Mediomundo, 2021).

La banca móvil se fue estableciendo progresivamente como una opción preferida, ofreciendo a los usuarios la posibilidad de realizar transacciones de forma inmediata, cómoda y adaptada a sus rutinas y necesidades específicas (Muñiz et al., 2021).

A medida que estas nuevas tecnologías aparecían, también empezó a crecer el interés por la EF. Ahora no solo era suficiente poder entrar a las plataformas digitales; las personas necesitaban entenderlas bien, aprender a moverse con rapidez y a hacer preguntas importantes sobre lo que estaban haciendo. Sin esas habilidades, el acceso por sí solo no era suficiente para navegar el ecosistema con confianza (Munari y Susanti, 2021).

Desde 2015, las iniciativas colaborativas para promover la inclusión financiera se han vuelto más dinámicas, operando dentro de un marco que entrelaza la expansión de conductos digitales con la capacitación de los usuarios en competencias financieras. Tal articulación

persigue no solo la mayor disponibilidad de productos, sino la forja de una ciudadanía capacitada para utilizar estas ofertas con discernimiento y protección, creando así una estructura que propicia la equidad y la integración en la vida económica. En consecuencia, se ha investigado el modo de cerrar las frentes económicas y sociales, de manera que la proliferación de soluciones fintech y la red sustractiva de oficinas físicas no excluyan a los colectivos en mayor riesgo de marginalidad (Andújar, 2022).

En relación a los países que presentan características demográficas específicas, tal es el caso de España, han diseñado y puesto en marcha iniciativas que combinan una infraestructura tecnológica de última generación con programas educativos orientados a dotar de autonomía financiera a colectivos en situación de desventaja, lo que pone de manifiesto un proceso continuo en el que el avance tecnológico y la alfabetización financiera se retroalimentan, consiguiendo de este modo una inclusión social que se configura como equitativa y responsables a largo plazo (Hernández et al., 2022).

2.2. Antecedentes de la investigación

2.2.1. Internacionales

Sunday et al. (2023), en Nigeria, indagaron sobre cómo la banca electrónica, a través de cajeros automáticos, banca móvil e internet, se relacionaba con el acceso a servicios bancarios en comunidades rurales. Se orientaron por un diseño transversal, de carácter numérico, que incluyó a 286 clientes. En los resultados, se encontró que la banca móvil tuvo una correspondencia con el acceso a servicios bancarios ($r = 0,621$, $p < 0,05$), al igual que la banca por cajero automático ($r = 0,517$, $p < 0,05$) e internet banking ($r = 0,426$, $p < 0,05$). Paralelamente, por un modelo de regresión lineal, identificaron que el 52,1% de la variabilidad en el acceso a servicios bancarios con ($R^2 = 0,521$) era explicada por los canales mencionados. Concluyeron que la introducción de estas tecnologías ha mejorado el acceso de los clientes rurales a los servicios bancarios, especialmente a través de la banca móvil y la expansión de cajeros automáticos en las comunidades.

Ponce y Araica (2024), en Honduras, analizaron la relación entre el acceso a la banca digital y el nivel de EF de un grupo de mujeres. Fue correlacional e incluyó a 371 mujeres de entre 25 y 54 años. Se destacó que el 84,3 % de las usuarias sin acceso a la banca digital no contaba con EF, mientras que el 52,1 % de las mujeres que la utilizaban no había recibido EF formal. El valor de $X^2 = 138,031$, $p < 0,001$, demostró que tanto la edad como el nivel de EF digital condicionaban la frecuencia de las transacciones bancarias digitales. Se concluyó que la falta de EF afecta directamente a la adopción y el uso de la banca digital.

Seldal y Nyhus (2022), en Noruega, se centraron en el análisis de cómo la alfabetización financiera y el uso de tecnologías de pago digital se relacionaban con la vulnerabilidad financiera en distintos grupos generacionales. Se apoyaron en un enfoque caracterizado por la cuantificación, con un alcance correlacional, incluyendo a 2,202 usuarios. Observaron que el 67,9 % usaba pagos móviles, 47,4 % pagos en línea y 30,3 % pagos sin contacto, con diferencias notables entre generaciones. Las mujeres usaron más pagos móviles (71,9 %) que los hombres; los adultos mayores presentaron menores niveles de adopción tecnológica. Se identificó que el empleo de pagos móviles se asoció con una menor complejidad para poder pagar facturas (odds ratio = 0,395, $p < 0,01$), y que la alfabetización financiera predijo positivamente la capacidad de ahorro (odds ratio = 1,049, $p < 0,001$). Concluyeron que el comportamiento financiero vinculado a tecnologías digitales varía según generación, ingreso y nivel de conocimientos.

Munari y Susanti (2021), en Indonesia, evaluaron cómo la facilidad de transacciones, la alfabetización digital y la EF influían en el uso de la banca electrónica por medio de los clientes. Optó por un enfoque de carácter numérico, con alcance descriptivo y una orientación correlacional causal, que incluyó a 40 estudiantes de una universidad. En los hallazgos, observaron que, en particular, la facilidad de transacción presentó un valor de $p = 0,039$ ($t = 2,141$), la EF de $p = 0,019$ ($t = 2,458$) y la alfabetización financiera $p = 0,000$ ($t = 6,745$), demostrando un efecto relevante sobre el uso de la banca electrónica. Además, el análisis de la determinación mostró un valor R^2 de 0,912, indicando que estos aspectos explican el 91,2 % de la variabilidad

en el uso de la banca electrónica. Concluyeron que las decisiones sobre el uso de la banca electrónica surgen de la combinación entre habilidades digitales, comprensión financiera y facilidad percibida al operar.

Muñiz et al., (2021), en Ecuador, analizaron el vínculo entre los servicios prestados por los corresponsales no bancarios y la inclusión financiera de los usuarios. Fue correlacional, que incluyó a 15 corresponsales no bancarios y 379 usuarios. En los resultados, se observó que el 27 % de los corresponsales fueron establecidos en 2015, con un aumento gradual en los años posteriores. El 100 % de los propietarios de los corresponsales indicaron que los servicios ofrecidos habían contribuido de forma significativa a la inclusión y EF, destacando los retiros y depósitos como los servicios más solicitados. La conexión entre los servicios prestados y la inclusión financiera fue de $r = 0,998$. Concluyeron que los corresponsales no bancarios son una alternativa para la inclusión financiera en áreas rurales, ofreciendo servicios que de otro modo no estarían disponibles debido a la falta de oficinas bancarias en la región.

2.2.2. Nacionales

Bautista (2025), en Ayacucho, analizó la relación entre la EF y el uso de canales alternativos de un banco entre los beneficiarios de los programas JUNTOS y Pensión 65. Fue correlacional, en el que participaron 150 personas. Los resultados mostraron que los participantes con mayores puntajes en EF utilizaron los canales alternativos con más frecuencia. La puntuación media en EF fue de 35,4 sobre 100 y la frecuencia media de uso de los canales alternativos fue de 2,8 veces al mes. Asimismo, obtuvo un valor de $Rho = 0,420$ ($p = 0,001$), que validó la conexión entre los aspectos abordados. En conclusión, la EF fomenta el uso de servicios bancarios alternativos, lo que subraya la importancia de contar con programas de EF en comunidades rurales para facilitar el acercamiento a los servicios bancarios.

Sacaca (2024), en Juliaca, tuvo como propósito, analizar cómo la EF se relacionaba con el empleo de app de pago digital en los comerciantes de un mercado. Fue correlacional, incluyó a 70 comerciantes. Encontró que el 68,6% de los comerciantes evaluaron su EF en un nivel regular, mientras que el 45,7 % reportó un uso bajo de aplicativos para pagos digitales.

Adicionalmente, corroboró con un valor de $r = 0,548$ y de $p = 0,000$, que sí se vinculaban dichas variables. Del mismo modo, identificó que las actitudes financieras con $r = 0,257$, los conocimientos financieros con $r = 0,653$, y las habilidades financieras con $r = 0,458$ también se encontraban vinculadas con el uso de aplicativos, todas respaldadas por el valor de $p < 0,05$. Concluyó que la EF en sus distintos componentes resulta determinante ante el empleo de aplicativos para pagos digitales.

Tocto (2024), en Trujillo, se centró en comprobar la conexión entre el hecho de utilizar la app móvil de una entidad financiera y el nivel de satisfacción de los usuarios. El estudio, de enfoque cuantitativo, descriptivo y correlacional, incluyó a 98 clientes. Se destacó que más de la mitad, concretamente el 67,3 %, reportó un alto nivel de uso de la aplicación y que el 74,5 % manifestó estar completamente satisfecho con su experiencia. La fácil utilización, la información, las operaciones y la seguridad explican, respectivamente, el 42,4 %, el 55,6 %, el 56,7 % y el 80,2 % de la variabilidad en la satisfacción del usuario. Paralelamente, se evidenció una conexión moderada entre ambos elementos, con un valor de $Rho = 0,596$ y $p < 0,05$. Se concluyó que el nivel de interacción y confianza depositada en la aplicación móvil favorece la valoración que los clientes hacen de los servicios ofrecidos.

Herrera (2021), en Lima, Perú, evaluó la efectividad de los canales digitales de un banco y su relación con la satisfacción de los usuarios, enfocándose en la aplicación móvil. Utilizó un enfoque cuantitativo, que consideró la participación de 62 usuarios. En los resultados, se encontró que el 81 % de los usuarios calificaron positivamente la calidad de los canales digitales. A su vez, se identificó una correspondencia entre la calidad de los canales digitales y la SU con un valor de $Rho = 0,991$ y de $p < 0,01$, y entre la percepción de los usuarios y el cumplimiento de la oferta de productos financieros a través de la banca móvil con $Rho = 0,970$ ($p < 0,01$). Concluyó que la SU está determinada por la calidad y el cumplimiento de la oferta de los productos financieros a través de los canales digitales del banco.

Fernández (2021), en Huamachuco, evaluó cómo un programa de EF desarrollado por un banco se relacionaba con la cultura financiera mejorada por parte de los usuarios. Fue

correlacional, consideró la intervención de 95 usuarios. Sus hallazgos revelaron que el 72 % de los participantes mostró una comprensión "regular" de los términos financieros, mientras que el 35 % indicó que no utilizaba adecuadamente los servicios financieros disponibles. Además, se identificó una conexión entre ambas variables, con un valor de $r = 0,789$ ($p = 0,00$), siendo esta positiva y relevante. Concluyó que cuando se cuenta con EF, se facilita el uso adecuado de los productos y servicios brindados por la institución.

2.3. Bases teóricas

2.3.1. *Teorías vinculadas a la educación financiera*

2.3.1.1. Teoría de educación financiera de Atkinson y Messey (2012).

Enfatizan que la mera adquisición de conocimientos financieros carece de valor si no se traduce en su puesta en práctica. La habilidad para aplicar estos saberes se manifiesta en conductas concretas como la planificación meticulosa del presupuesto y las elecciones en inversiones. Dichas acciones no solo diversifican las formas en que un individuo maneja sus recursos, sino que también determinan de manera decisiva la administración de su patrimonio. Así, el dominio activo del conocimiento financiero se revela como un factor que orienta la conducta económica hacia resultados controlados y adaptativos (De Mello y Forte, 2021).

2.3.1.2. Teoría de gestión de recursos familiares de Deacon y Firebaugh (1988).

Propone un enfoque donde los recursos familiares se entienden como elementos funcionales dentro de un sistema dinámico. Plantea que la manera en que se organizan y redistribuyen estos insumos incide directamente en el bienestar colectivo del hogar. Este proceso se sostiene en dos vertientes: una vinculada al plano individual, que contempla cómo las relaciones y conductas influyen en los resultados, y otra orientada a la administración de medios disponibles, donde se estructuran pasos para avanzar hacia los propósitos trazados (Clara et al., 2022).

2.3.2. *La educación financiera*

Comprende, en un primer momento, la asimilación de principios básicos como el arte de ahorrar, la administración del crédito y la lógica de la inversión; en un segundo, el desarrollo

de la competencia para comparar y descifrar las particularidades de distintos vehículos financieros. Este conjunto formativo posibilita a las personas de accionar de forma independiente y fundamentada en contextos económicos que, por su naturaleza, exhiben múltiples variables y grados de incertidumbre. Su mirador no queda reducido a la esfera inmediata, sino que se dirige a cultivar hábitos que no solo aseguran el equilibrio económico de quien los practica, sino que, además, promueven la formulación de decisiones consideradas y sostenidas a lo largo del tiempo (Pérez et al., 2021).

Se puede conceptualizar como un proceso destinado a la comunicación y asimilación de competencias asociadas a la gestión eficiente de la economía doméstica, cuyo logro promueve la interiorización de un credo normativo que facilita la anticipación y la modelación estratégica de escenarios financieros venideros. Tal perspectiva resalta la relevancia de la EF más allá de la mera operación aritmética, enfatizando la formación de hábitos y actitudes que capacitan al individuo para una intervención reflexiva y responsable en el ámbito monetario (Czech et al., 2024)

Para Kaur et al. (2021), la EF es más que aprender términos y reglas. Se trata de un proceso completo donde conocimiento, habilidades prácticas y una actitud crítica se conectan. La meta es que las personas puedan manejar su dinero de manera ordenada y consciente a lo largo de su vida. No basta con saber qué significa cada concepto; lo que importa es poder elegir lo mejor posible con el dinero que se tiene, planificar y pensar en lo que puede venir. En vez de seguir un programa con datos fijos, la EF es una adaptación continua que se va moldeando a las propias vivencias, a la cultura y a la economía que nunca deja de cambiar.

2.3.2.1. Importancia de la educación financiera.

La EF consiste en un conjunto de competencias intelectuales e instrumentales que capacitan a las personas para comprender y tomar decisiones que afectan a su bienestar general (Sarmiento et al., 2023). Se puede entender como el camino mediante se logra que las personas desarrollen habilidades intelectuales e instrumentales relevantes para analizar y tomar decisiones

que afectan a su bienestar general (Mungaray et al., 2021). No se limita a la gestión de las finanzas personales, sino que, al entrelazarse con el tejido social y económico, dota a las personas de la capacidad de intervenir de manera informada en los procesos económicos. La habilidad para tomar decisiones fundamentadas en torno al crédito, al ahorro o a la inversión exige, en primer lugar, el dominio de conceptos que permitan anticipar y evaluar diversos escenarios económicos futuros (Mungaray et al., 2021).

Por esa razón, su incorporación en políticas educativas y en estrategias públicas ha sido impulsada por organismos internacionales, no solo como una respuesta técnica, sino como un mecanismo para reducir brechas de desigualdad, incentivar la inclusión y reforzar el ejercicio pleno de los derechos del consumidor financiero. Entre estos organismos, se incluyen la OCDE, el FMI (Fondo Monetario Internacional), el banco mundial, entre otros (Chimbo et al., 2024).

2.3.2.2. Dimensiones de la educación financiera.

Según Pérez et al. (2021), se consideran las siguientes:

- **Conocimiento financiero:** Se trata del conjunto estructurado de saberes que permite a un individuo comprender la naturaleza de los activos, pasivos y flujos monetarios que configuran su entorno económico. Implica, entre otras cosas, el dominio de principios que rigen el funcionamiento de productos como créditos, cuentas de ahorro y vehículos de inversión, así como la capacidad de identificar los riesgos contrapuestos a los rendimientos asociados a cada uno. Con este equipamiento cognitivo, el sujeto es capaz de descomponer situaciones financieras complejas, sopesar alternativas a la luz de criterios cuantitativos y cualitativos, y participar de forma informada en el sistema financiero.

- **Habilidad financiera:** Esta competencia se define como la capacidad procedimental que permite la transferencia efectiva de conceptos teóricos a la operación cotidiana relacionada con la gestión de fondos monetarios. Abarca la confección de presupuestos, la supervisión de la circulación de efectivo, la evaluación comparativa de ofertas de financiación y la ejecución intencionada de transacciones monetarias. Quien posee esta

habilidad puede convertir conocimientos abstractos en conductas que optimizan la utilización de recursos, adaptando los mecanismos empleados según los marcos contextuales y los requerimientos particulares de cada situación.

- **Actitud financiera:** Establece una red de valores, creencias, hábitos en el manejo y la administración del dinero, así como su gestión cognitiva y afectiva. Una actitud constructiva facilita tomar decisiones prudentes y sostenibles, mientras que una lectura pesimista o desafiante se opone a la adopción de hábitos financieros que resguarden la seguridad económica. Este enfoque, por tanto, no solo determina la actitud que se asume con respecto a la EF, sino que también determina la voluntad que se tiene para ejecutar estrategias que mejoren de forma sostenida el bienestar económico.

- **Conciencia financiera:** Se define como el nivel de alerta y sensibilidad que una determinada persona manifiesta respecto a la necesidad de manejar sus finanzas con pruebas y pronósticos. Implica la comprensión de que cada elección financiera incide no solo en el bienestar inmediato, sino también en las proyecciones de prosperidad futura, al tiempo que reconoce la influencia de variables externas como la inflación y las oscilaciones del mercado. Dicha conciencia promueve un abordaje deliberado y anticipado en el manejo de las finanzas personales.

2.3.3. Teorías que respaldan el uso de canales alternativos

2.3.3.1. El modelo de difusión de innovaciones de Rogers (1962)

Se enfoca en el proceso mediante el cual una nueva idea, práctica o producto se extiende a través de ciertas poblaciones o sistemas sociales a lo largo del tiempo. Este marco conceptual señala elementos que condicionan la incorporación de novedades, entre ellos la apreciación del beneficio comparativo, la armonía con creencias preexistentes y la sencillez para su manejo. Expone, además, una tipología social que segmenta a las personas según su propensión a aceptar transformaciones, distinguiendo categorías como pioneros, primeros seguidores, mayoría anticipada, mayoría rezagada y últimos en incorporarse (Wolf, 2022).

2.3.3.2. Teoría de la aceptación tecnológica (TAM) de Davis (1989).

Indaga sobre los aspectos que modulan la adopción tecnológica entre los usuarios, enfatizando dos dimensiones predominantes: la evaluación de la conveniencia funcional del recurso y la percepción de accesibilidad en su utilización, factores que en conjunto condicionan la voluntad de incorporar dicha herramienta en la rutina habitual. La TAM sostiene que cuando un usuario considera que una tecnología mejora su desempeño y que su manejo no representa una carga, es más probable que la incorpore en sus actividades habituales (Ozili, 2025).

2.3.4. *Uso de canales alternativos*

Los canales de distribución alternativos (CDA) constituyen vías innovadoras que amplían el acceso a servicios financieros más allá del modelo tradicional de sucursal bancaria. Los mecanismos aquí analizados fundamentan su operatividad en desarrollos tecnológicos que posibilitan la atención en horarios escalonados y en espacios heterogéneos, respondiendo así a la naturaleza dinámica que caracteriza a los usuarios contemporáneos (AIF, 2015).

Desde una visión alternativa, los canales alternativos funcionan como catalizadores que intensifican los procesos operativos dentro de las entidades financieras, incidiendo de manera particular en las organizaciones de microfinanzas. Esta dinámica no solo optimiza los costos de distribución, sino que también democratiza el acceso a servicios previamente limitados a segmentos de menor densidad económica, reconfigurando así el perfil de riesgo y retorno que estas instituciones tradicionalmente manejan.

Al optimizar los subsistemas a nivel micro, estas plataformas logran una doble dilución de costes: primero, mediante la rebaja de la presión que soporta la administración y, segundo, mediante la mejora de la velocidad de servicio, lo que reduce el tiempo de espera del cliente y mejora su experiencia. No obstante, la implementación de estas soluciones

demandan a su vez, un nivel específico de experiencia técnica, así como una visión estratégica muy particular para evitar gastos excesivos en soluciones no estandarizadas que, en la práctica, tienen una utilidad limitada en un entorno denso y hipercompetitivo (Alonso et al., 2022).

Desde una perspectiva organizacional, los canales alternativos constituyen una arquitectura tecnológica multipropósito, integrando plataformas, terminales y capas de comunicación con el fin de extender la propuesta de valor financiero. La variedad de opciones a escala del sistema puede resultar sobrecogedora para entidades que carecen de capacidad técnica extensa, de ahí la conveniencia de adoptar una perspectiva sistémica que articule simultáneamente factores del mercado y condicionantes estructurales. La formulación y la implementación de tales opciones requieren reposarse sobre un marco estratégico que legitime la correspondencia entre la elección de activos y las metas institucionales, salvaguardando la coherencia con la visión de desarrollo sostenido de la organización (Almulla y Aljughaiman, 2021).

2.3.4.1. Las Fintech

Este concepto está vinculado a la convergencia de tecnologías avanzadas y servicios de intercambios monetarios, señalando un dominio que está redefiniendo la provisión de servicios bancarios y financieros (Rentería et al., 2021). Estas iniciativas impulsan la digitalización de las instituciones crediticias, introduciendo arquitecturas que suplantando intermediarios establecidos y catalizan la aparición de competidores en segmentos diversos del ecosistema financiero. En este contexto, la mayoría de los actores del sector concentra sus esfuerzos en desarrollar plataformas financieras modulares, flexibles y de bajo costo, que persiguen niveles de excelencia en la experiencia del usuario que han sido, hasta el momento, inalcanzables (Morgan, 2021).

2.3.4.2. Herramientas tecnológicas para la interacción financiera.

Los dispositivos son los soportes físicos a través de los cuales los usuarios llevan a cabo la interacción y la administración de los servicios financieros digitales; dentro de esta categoría, los teléfonos móviles se han consolidado como la opción más extendida y polivalente. La gama se extiende desde terminales simples que se limitan a la gestión de voz, SMS y motores de búsqueda rudimentarios, hasta modelos de gama alta que, además de la conectividad a internet, habilitan la instalación y operación de aplicaciones sofisticadas, incluyendo las que se ocupan de la banca móvil, los pagos electrónicos y la inversión bursátil (Benítez et al., 2024).

Las categorías principales incluyen teléfonos de bajo costo con funciones limitadas, equipos intermedios con conectividad ampliada y smartphones que ofrecen capacidades semejantes a una computadora portátil. Android, iOS y Windows, que son los sistemas operativos dominantes en el mercado, establecen las bases sobre las que las aplicaciones financieras despliegan su gama de funciones, marcando las limitaciones y las posibilidades en cada modelo de terminal. Asimismo, la versatilidad de dichos sistemas ha propiciado que el mismo conjunto de aplicaciones pueda ser utilizado, a menudo sin modificaciones significativas, en equipos de formato tableta, redundando en una experiencia de usuario consistente y simplificada en diversos factores de forma (Balsategui et al., 2024).

2.3.4.3. Transformación digital en el sector público.

Radica en la incorporación sistemática de tecnologías digitales en la maquinaria estatal, orientándose a la racionalización de los procedimientos administrativos y a la perfección de la prestación de bienes y servicios colectivos. La incorporación de técnicas de inteligencia artificial, análisis masivo de datos y servicios en la nube ofrece a los organismos públicos la posibilidad de renovar las estructuras operativas y de confeccionar respuestas más veloces y ajustadas a las demandas de los ciudadanos. La implementación de estas herramientas genera, a la vez, disminución de los costes de funcionamiento, ampliación de la accesibilidad, incremento

de la transparencia, fomento de la implicación ciudadana y garantía de igualdad en el acceso a los servicios. Por otro lado, propicia la retroalimentación constante en los ciclos de gestión, permitiendo a las administraciones reaccionar de forma más expedita y certera ante las variaciones en las expectativas y necesidades de la población (Huamán y Medina, 2022).

El valor público generado mediante tecnología se traduce en los beneficios que las iniciativas digitales proporcionan a la colectividad mediante el perfeccionamiento de los servicios gubernamentales. Mediante la digitalización, la administración es capaz de presentar prestaciones más inclusivas y de mayor calidad, eliminando los obstáculos físicos que tradicionalmente atraviesan la comunicación entre ciudadanos y entidades. El resultado es una experiencia de usuario más satisfactoria, acompañada de una perfección de la eficiencia en la entrega de servicios, sean estos los pagos electrónicos, el manejo de trámites en línea o el acceso a la información pública. El proceso de digitalización, así, robustece el vínculo entre el Estado y la sociedad, edificando un entorno más accesible, equitativo y eficiente, y se sincroniza con los propósitos de inclusión y modernización del aparato público (Aliaga,2022).

2.3.4.4. Dimensiones del uso de canales alternativos.

De acuerdo con lo expuesto en el manual de CDA de la Asociación para la Inclusión Financiera [AIF] (2015), se consideran como dimensiones las siguientes:

- **Corresponsales bancarios:** Funcionan como intermediarios externos que extienden la presencia de las instituciones financieras hacia áreas donde las sucursales tradicionales no llegan. Operan a través de comercios o agentes locales que emplean dispositivos tecnológicos, como terminales POS o teléfonos móviles, para llevar a cabo transacciones básicas, como depósitos, retiradas de efectivo y pagos. De este modo, se favorece el acceso a servicios financieros evitando desplazamientos, especialmente en zonas remotas o con escasa infraestructura bancaria. La interacción suele requerir apoyo humano; en este caso, el corresponsal actúa como facilitador de las operaciones y garante de la experiencia del cliente.
- **Banca móvil:** Representa un canal de autoservicio que ofrece acceso a productos

y servicios financieros por medio de teléfonos móviles, desde simples funciones SMS hasta sofisticadas aplicaciones inteligentes. Este canal permite consultas de saldo, transferencias y pagos, operando mediante conexiones de datos móviles o tecnologías USSD para alcanzar incluso áreas con limitada conectividad. La flexibilidad y disponibilidad inmediata caracterizan este medio, adaptándose a los hábitos y necesidades del usuario moderno que busca transacciones rápidas y seguras sin acudir a una sucursal física.

- **Banca por Internet:** Facilita a los usuarios la administración autónoma de sus finanzas a través de aplicaciones web que pueden ser ejecutadas en ordenadores, tabletas o teléfonos inteligentes, sin depender de agentes intermedios. Este esquema pone a disposición funcionalidades como la consulta de saldos, transferencias interbancarias y el abono de servicios, utilizando interfaces cifradas que incluyen múltiples capas de autenticación biométrica y de conocimiento, a fin de proteger la identidad del cliente. La arquitectura subyacente demanda una infraestructura de servidores distribuida, respaldada por redes de datos privadas y encriptación de extremo a extremo, para asegurar la disponibilidad y confidencialidad durante la comunicación continua con los sistemas centrales de la institución financiera.

2.4. Glosario de términos básicos

- **Billetera electrónica:** Plataforma digital que almacena fondos y permite realizar pagos o transferencias electrónicas de forma segura (Ghani y Athirah, 2021).
- **Canales alternativos:** Medios distintos a la sucursal física para acceder a servicios financieros, como cajeros automáticos y banca móvil (Balsategui et al., 2024).
- **Ciberseguridad:** Conjunto de prácticas y tecnologías destinadas a proteger la información financiera en entornos digitales (Gómez Díaz et al., 2023).
- **Core bancario:** Sistema central que gestiona las operaciones financieras y datos de clientes en una institución bancaria (Puma, 2023).

- **Corresponsales bancarios:** Agentes o establecimientos que ofrecen servicios financieros básicos en zonas sin sucursales tradicionales (Barriga Pizarro et al., 2024).
- **Microfinanzas:** Servicios financieros adaptados a personas o pequeños negocios con acceso limitado a la banca tradicional (Aguilera y Haro, 2025).
- **Omnicanalidad:** Estrategia que integra diversos canales de atención para ofrecer una experiencia unificada al cliente (Gallardo, 2023).
- **Plataforma digital:** Sistema tecnológico que permite ofrecer y gestionar servicios financieros a través de internet o aplicaciones (Delgado, 2023).
- **Proveedores de servicios financieros:** Entidades que brindan productos o servicios financieros, incluyendo bancos, fintech y microfinancieras (Hernández y Campos, 2021).
- **Sistemas USSD:** Tecnología que permite interacción básica con servicios financieros a través de códigos en teléfonos móviles (Quevedo, 2023).

Los canales de distribución alternativos (CDA) constituyen vías innovadoras que amplían el acceso a servicios financieros más allá del modelo tradicional de sucursal bancaria. Los mecanismos aquí analizados fundamentan su operatividad en desarrollos tecnológicos que posibilitan la atención en horarios escalonados y en espacios heterogéneos, respondiendo así a la naturaleza dinámica que caracteriza a los usuarios contemporáneos (AIF, 2015).

Desde una visión alternativa, los canales alternativos funcionan como catalizadores que intensifican los procesos operativos dentro de las entidades financieras, incidiendo de manera particular en las organizaciones de microfinanzas. Esta dinámica no solo optimiza los costos de distribución, sino que también democratiza el acceso a servicios previamente limitados a segmentos de menor densidad económica, reconfigurando así el perfil de riesgo y retorno que estas instituciones tradicionalmente manejan.

CAPÍTULO III: METODOLÓGICO

3.1. Enfoque

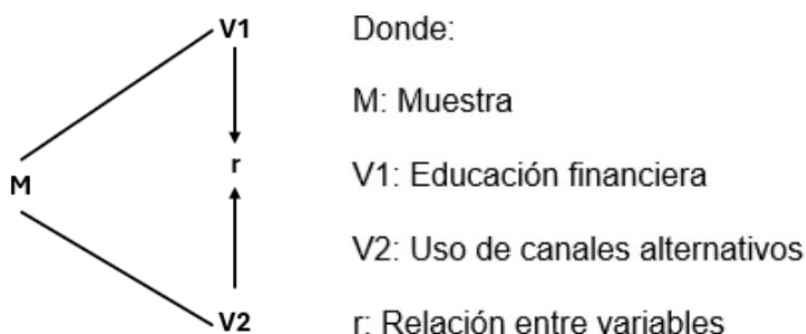
Se optó por un método cuantitativo, el cual favorece la obtención de datos numéricos, ya que permite descomponer fenómenos complejos en dimensiones que son cuantificables y, al mismo tiempo, facilita la identificación de patrones que revelan las relaciones entre tales dimensiones (Reyes, 2022).

3.2. Diseño

Fue de tipo no experimental, significando que no hubo una modificación directa de los elementos de interés, sino que se intentó ver cómo cambiaban con el tiempo en su entorno natural. Es conforme para situaciones en las que el cambio en la condición de las variables no es factible desde la perspectiva práctica o ética. En lugar de aplicar intervenciones en un entorno de laboratorio, este enfoque se centra en la recopilación de información de la manera en que surge dentro del entorno (Hernández y Mendoza, 2018). Se aplicó un diseño transversal en el cual la recopilación de datos tuvo lugar un único momento temporal. El método describe una capacidad notable para obtener datos de forma eficiente en tiempo y, al mismo tiempo, proporciona una representación amplia de los diversos elementos que operan simultáneamente dentro de un contexto específico (Arias y Covinos, 2021).

Figura 1

Esquema de diseño correlacional



3.3. Nivel

Se llevó a cabo un diseño de tipo descriptivo, cuyo objeto es registrar y definir las características y cualidades de las variables objeto de estudio, con vistas a aprehender su verdadera naturaleza y el contexto en el que se manifiestan. La motivación principal radica en el afán de recabar información exacta y minuciosa acerca de las variables, manteniendo inalterado tanto su dinámica interna como el entorno que las contextualiza (Ñaupas et al.,2019).

Se implantaron modelos relacionales como procedimientos complementarios, orientándose a las interacciones emergentes entre las variables consideradas. Esta estrategia investigativa busca verificar si las variables en cuestión presentan alguna asociación y, en tal caso, caracterizar la magnitud y la orientación de dicha asociación, sin postular la imperativa dependencia de una variable respecto a la otra. Consecuentemente, el análisis constituyó una evaluación tanto cualitativa como cuantitativa de las fuerzas interactivas que subyacen entre los factores involucrados (Hernández y Mendoza, 2018).

3.4. Tipo

Se alineó con la investigación básica, donde el enfoque principal es estudiar y comprender principios generales, en lugar de abordar problemas específicos. El enfoque está, por lo tanto, en construir un corpus de conocimiento, sin la intención de que lo que se logre tenga un impacto práctico o sea inmediatamente aplicable a corto plazo (Reyes, 2022).

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

El alcance abarca el universo completo de sujetos, casos o unidades de análisis potencialmente vinculados al problema primordial de la indagación. De esta manera, sirve como el contexto más amplio del cual se pueden derivar las observaciones preliminares (Arias y Covinos, 2021). Para este caso, se encontró un grupo conformado por 138 usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

3.5.2. Muestra

Se refiere a una selección específica y reducida de esta población que se elige intencionadamente para ser analizada en profundidad. Es una representación de las particularidades esenciales de la población que permite realizar un análisis detallado y ayuda a llegar a conclusiones generales a partir de un grupo más fácilmente disponible y manejable (Arias y Covinos, 2021). En esta ocasión, se encontró un grupo conformado por 102 usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

3.5.3. Muestreo

Se optó por llevar a cabo un muestreo probabilístico aleatorio simple, donde los 102 usuarios presentan, por tanto, idéntica probabilidad de ser elegidos. Este procedimiento probabilístico asegura que la muestra mantenga la representación estadística de la población total, dado que cada individuo tiene la misma oportunidad de ser incluido, eliminándose así el posible sesgo en la fase de selección. La adopción de este diseño resulta justificada dado que la población no presenta subgrupos categorizados ni jerarquizados, y el objetivo es, precisamente, conseguir una muestra que reproduzca de la manera más precisa posible las características globales de cada uno de los miembros considerados (Ñaupas et al., 2019). Para calcular el tamaño, se procedió a la aplicación de la siguiente fórmula para el cálculo muestral

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q} =$$

$$n = \frac{138 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0,05^2 \times (138 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 101,72$$

Donde:

n = tamaño de muestra buscado

N = población (138)

Z = parámetro de confianza (1,96)

e = error admisible para la estimación (5%)

p = probabilidad de éxito (50%)

q = probabilidad de fracaso (50%)

3.6. Métodos y procedimientos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

Fue la encuesta, que está diseñada para obtener información específica de un grupo de personas, permitiendo investigar sus percepciones, opiniones, actitudes, o hábitos respecto a un fenómeno determinado. La elaboración de ítems estandarizados permite obtener respuestas que son comparables entre los participantes, lo cual asegura la homogeneidad y la fiabilidad de los datos que se recogen (Medina et al., 2023).

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Fue el cuestionario, el cual se usó como instrumento principal de recolección de datos. Como se mencionó, este instrumento se trata de una serie de preguntas elaboradas con el fin de obtener datos de forma directa, en el sentido de obtener información relevante. Su formulación permite obtener respuestas precisas, lo que permite un análisis de los resultados más relevante en relación a lo que se investiga (Medina et al., 2023).

3.6.3. Características de los instrumentos

En relación con la evaluación de la EF, se elaboró un cuestionario con 20 preguntas, elegidas de acuerdo con cada una de sus dimensiones. Además, este cuenta con una escala Likert donde las opciones para responder van desde "nunca" (1) hasta "siempre" (5), permitiendo medir la frecuencia de los comportamientos financieros observados. Las respuestas se agruparán en tres categorías, bajo con puntajes desde 20 a 46, medio de 47 a 73 y alto de 74 a 100.

En el caso del análisis del uso de canales alternativos, también se constató con un instrumento de elaboración propia, que contiene 19 ítems distribuidos en tres dimensiones, corresponsales bancarios, banca móvil y banca por internet. Este emplea una escala Likert, donde las opciones de respuesta varían desde "nunca" (1) hasta "siempre" (5), con el fin de evaluar la frecuencia con la que los usuarios emplean los diversos canales ofrecidos por el Banco de la Nación. Las respuestas obtenidas fueron clasificadas en tres niveles, bajo con puntos de 19 a 44, medio de 45 a 70 y alto de 71 a 90, de acuerdo con el uso reportado.

3.6.4. Proceso de elaboración y validación de los instrumentos

En términos de validez, los instrumentos fueron sometidos al escrutinio de tres autoridades del área, quienes valoraron la exactitud, claridad y pertinencia de cada ítem con respecto a los fines de la investigación, facilitando los ajustes y mejoras de los mismos (anexo 3).

3.6.5. Confiabilidad de los instrumentos

Con respecto a la confiabilidad, para medir la consistencia interna, se realizó una prueba piloto con un grupo de 30 usuarios. El análisis reveló un alfa de Cronbach de 0,902 para la EF y de 0,932 para el uso de canales alternativos, lo que indica una excelente fiabilidad interna en cuanto a la consistencia de las respuestas en los ítems correspondientes para ambas variables (anexo 4).

3.7. Procedimiento de recolección de datos

Se inició con la obtención de la autorización formal de la agencia del Banco de la Nación en Omate, con el fin de asegurar que se cumplieran todas las normativas institucionales y éticas necesarias. Una vez conseguida la autorización pertinente, se implantaron cuestionarios destinados a obtener datos sobre la EF y la utilización de canales alternativos entre los clientes de la sucursal. La cumplimentación de los formularios fue anónima y facultativa, de modo que cada individuo pudo manifestar sus opiniones de forma honesta. Tras la recopilación de datos, las respuestas fueron configuradas, estructuradas y ordenadas según la naturaleza de la información, organizándolas en categorías relevantes que facilitaron su análisis.

3.8. Estrategias de procesamiento y análisis de datos

Más adelante, la información consolidada fue transferida a un repositorio estructurado que funcionó como fundamento para la codificación cuantitativa, permitiendo así la representación clara y rigurosa de las trayectorias vinculadas a la adopción de canales digitales no estándar y al nivel de alfabetización financiera de los participantes.

Las consecuencias de este proceso se ilustraron mediante diagramas y conjuntos de datos que ofrecieron una comprensión precisa y desprovista de ambigüedad respecto a los patrones identificados. Al final, los hallazgos se compararon con la revisión de literatura relevante y se incorporaron al cuerpo de literatura sobre EF y el uso de tecnologías de la información en la banca.

El primer paso hacia la prueba de hipótesis fue realizar una prueba de normalidad en el conjunto de datos recopilado; recurriéndose al uso de la prueba Kolmogórov-Smirnov debido a que tamaño muestral superaba los 50 participantes. Esta prueba ayudó a determinar el tipo de distribución que seguían los datos, lo que, a su vez, ayudó en la selección de pruebas estadísticas apropiadas. Si el valor p obtenido resultó ser mayor que 0,05, estableciendo una distribución normal, se ejecutaron pruebas paramétricas para avanzar en el análisis. Por otro lado, si el valor p fue menor que 0,05, indicando desviación de la normalidad, se emplearon técnicas no paramétricas como el Rho de Spearman para continuar la evaluación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Tabla 2

Niveles de educación financiera

Elemento	Bajo		Medio		Alto		Total	
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Educación financiera	29	28,4	58	56,9	15	14,7	102	100
Conocimiento financiero	32	31,4	56	54,9	14	13,7	102	100
Habilidad financiera	52	51	31	30,4	19	18,6	102	100
Actitud financiera	29	28,4	51	50	22	21,6	102	100
Conciencia financiera	30	29,4	61	59,8	11	10,8	102	100

Para la autoevaluación de la EF, el porcentaje más alto se autoevaluó como medio, constituyendo el 56,9 % de los encuestados. Esto muestra que una porción significativa de la población entiende los conceptos financieros. Sin embargo, el 28,4 % se autoevaluó como bajo, lo que sugiere que hay un grupo que carece de las habilidades financieras adecuadas para prepararse mejor y tomar decisiones económicas. Por último, el 14,7 % se autoevaluó como alto, lo que indica que poseen una comprensión básica, pero todavía hay mucho margen de mejora.

El examen sistemático del conocimiento financiero indica que el nivel medio se impuso con un 54,9 %. Este hallazgo insinúa que, a pesar de que una parte considerable de la muestra logra captar los principios esenciales de los productos y mercados financieros, ese saber elemental resulta insuficiente para enfrentar con éxito decisiones que implican estructuras de información, riesgo y temporalidad más complejas. Un 31,4 % agregó que sus competencias se hallan en franja baja, evidenciando déficits en las nociones más elementales de la administración de recursos.

Solo un 13,7 % se posicionó en la categoría alta. Tal distribución revela que la comprensión cabal del campo financiero, en el colectivo estudiado, aún permanece en un plano fragmentario. Cuando se considera la dimensión de la alfabetización financiera, resulta particularmente significativo que el segmento con menores recursos concentre la mayor parte de las autoevaluaciones, alcanzando un 51 % de los encuestados.

Dicha proporción resulta alarmante, pues más de la mitad de la población sometida a estudio carece del saber práctico preciso para administrar de manera adecuada su economía familiar. Un 30,4 % se ubicó en el nivel intermedio, aduciendo que, si bien poseen algunas competencias elementales, su formación resulta insuficiente frente a problemas financieros más elaborados. En el extremo opuesto, un 18,6 % se ubicó en la categoría superior, revelando que solo una escasa minoría ha logrado interiorizar los factores monetarios que, de manera contundente, afectan su bienestar.

Con respecto a la actitud financiera, la media global se localizó al promedio, con 51% de la población rindiendo su disposición hacia la gestión financiera en la media. Este hallazgo indica que, si bien una porción considerable de la población se muestra favorable en la disposición hacia el área financiera, no hay un compromiso plenamente proactivo. Un 29,2 % ubicó su actitud en la categoría baja, lo que indica escaso compromiso o disposición en el involucramiento en la toma de decisiones financieras.

Finalmente, solo el 21,6 % de la población se clasificó para sí mismo con una actitud alta, lo que indica que solo un pequeño grupo adoptó una postura proactiva y responsable de forma sistemática en el uso de sus recursos monetarios. Alcanzando un 59,8 % en la categoría media, este grupo fue el que se evaluó a sí mismo como poseedor de un nivel adecuado de conciencia, siendo este el nivel más alto en el ámbito de la conciencia financiera. Este número revela que, aunque la mayoría de la población tiene de forma más o menos ajustada la percepción sobre la importancia de sus decisiones financieras, hay un margen importante que explorar. Un 29,4 % se autoevaluó su nivel de conciencia como baja, lo que demuestra que un número importante de la población todavía no tiene información acerca de los impactos que sus decisiones económicas

tienen.

Solo un 10,8 % se autoidentificó con una conciencia alta, lo que indica que una fracción reducida comprende plenamente la forma en que las finanzas inciden en su vida cotidiana.

Tabla 3

Niveles de uso de canales alternativos

Elemento	Bajo		Medio		Alto		Total	
	<i>Fr</i>	%	<i>Fr</i>	%	<i>Fr</i>	%	<i>Fr</i>	%
Uso de canales alternativo	28	27,5	63	61,8	11	10,8	102	100
Corresponsales bancarios agente multired	26	25,5	49	48	27	26,5	102	100
Banca móvil aplicación de la Nación Banca por Internet	36	35,5	43	42,2	23	22,5	102	100
Banca por internet	46	45,1	50	49	6	5,9	102	100

Respecto a la adopción de canales alternativos, la categoría media alcanzó el 61,8 % de las respuestas, lo que evidencia que la mayor parte de los encuestados aplica estos recursos de manera suficiente y ordenada, si bien dista de exhibir el rendimiento máximo alcanzable. Por otro lado, el 27,5 % de la muestra ubicó su uso en la categoría Baja, lo que pone de manifiesto que un segmento considerable de la población no capitaliza adecuadamente las herramientas disponibles. Finalmente, solo el 10,8 % respondió que recurre a estos medios de forma Alta, lo que pone de manifiesto que la integración avanzada en la gestión financiera a través de canales alternativos es todavía limitada.

Respecto a la red de corresponsales bancarios de Multired, la menor calificación promedio fue del 48 %, configurándose así la categoría de “nivel medio” como la más común entre los encuestados. Esto indica que un grupo notable de usuarios recurre al canal con regularidad, aunque la frecuencia no llega al umbral de excelencia. En paralelo, el 25,5 % de los consultados otorgó una calificación que se sitúa en la banda baja, sugiriendo que todavía queda un contingente relevante que no explota el potencial del sistema. En cambio, el 26,5 % ponderó la experiencia en

el nivel alto, lo que resalta una confianza limitada en los corresponsales como medio preferente para ejecutar operaciones financieras.

En el análisis de la banca móvil mediante la aplicación del Banco de la Nación, la categoría de satisfacción media se ubicó nuevamente como la más representativa, contabilizando un 42,2 % de los encuestados que la valoraron en ese nivel. Este dato sugiere que, si bien un número relevante de la población ha incorporado el servicio a su cotidiano, la aceptación general presenta espacio para crecimiento. Del total, un 35,3 % calificó su experiencia como baja, evidenciando que más de un tercio de los participantes no extrae en su totalidad los beneficios que la modalidad puede ofrecer. Por su parte, un 22,5 % lo consideró en la franja alta, lo que indica que solo un segmento reducido presenta un manejo avanzado y eficiente de la aplicación.

Finalmente, en relación con la banca en línea, el nivel bajo obtuvo la proporción más elevada, con un 45,1 % de los encuestados ubicando su uso en esta categoría. Este hallazgo genera inquietud, puesto que más de la mitad de la población no recurre a Internet con la suficiente eficacia para gestionar sus finanzas. Un 49 % lo situó en un nivel medio, lo cual sugiere que, pese a que un número considerable de individuos se conecta a la banca en línea, lo hace de manera no sobresaliente y con escasa periodicidad. Apenas un 5,9 % catalogó su uso como elevado, lo que pone de relieve que una ínfima parte de la ciudadanía está aprovechando el potencial de esta herramienta digital.

4.2. Análisis inferencial

Tabla 4

Prueba de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Educación financiera	0,077	102	0,143
Uso de canales alternativos	0,097	102	0,019

Para determinar qué prueba estadística utilizar, se realizó una prueba de normalidad con el objetivo de analizar la distribución de los datos. Según lo señalado por Hernández y Mendoza (2018), un valor de p mayor a 0,05 indica una distribución normal de los datos, lo que permite el uso de medidas paramétricas. En cambio, si el valor de p es inferior a 0,05, los datos no siguen una distribución normal y se deben emplear pruebas no paramétricas. Debido a que no se cumplió con el supuesto de normalidad en todos los elementos, se optó por utilizar el estadístico Rho de Spearman.

Contrastación de las hipótesis

Para la verificación o justificación prevista de las hipótesis, se consideró la siguiente regla de decisión:

- Si el valor de $p \geq 0,05$, se acepta H_0 .
- Si el valor de $p < 0,05$, se acepta H_1 .

Hipótesis general

H₀: La educación financiera no se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

H₁: La educación financiera se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

Tabla 5

Relación de la hipótesis general

		Educación Financiera	Uso de canales alternativos
Rho de Spearman	Educación financiera	R	1,000
		Sig.	0,000
	Uso de canales alternativos	N	102
		R	0,726
		Sig.	0,000
		N	102

El valor de significación obtenido para p igual a 0,000 permitió rechazar la hipótesis nula, lo cual confirma una asociación estadísticamente significativa entre EF y la adopción de canales alternativos entre los clientes de la Agencia Omate del Banco de la Nación. Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho que se traduce en 0,726 se traduce en una relación que no solo es positiva, sino que es también estadísticamente robusta. Esto sugiere que, a medida que la EF se eleva, se observa una correlación sistemática con un uso más intensivo de los canales alternativos ofrecidos por la entidad bancaria. Los datos disponibles indican que los individuos que han alcanzado niveles más elevados de EF manifiestan una mayor disposición a seleccionar y a manejar con mayor competencia estas modalidades de interacción en su relación con la institución.

Hipótesis específica 1

H₀: El conocimiento financiero no se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

H₁: El conocimiento financiero se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

Tabla 6

Relación de la hipótesis específica 1

			Conocimiento Financiero	Uso de canales alternativos
Rho de Spearman	Conocimiento Financiero	R	1,000	0,610
		Sig.	0,000	0,000
		N	102	102
	Uso de canales alternativos	R	0,610	1,000
		Sig.	0,000	0,000
		N	102	102

La obtención de un valor de $p = 0,000$ permitió rechazar la hipótesis nula, corroborando así que el conocimiento financiero guarda una relación estadísticamente significativa con la utilización de canales alternativos por parte de los usuarios de la agencia. A su vez, el cálculo de $\rho = 0,610$ reitera que dicha relación es positiva y de grado moderado, lo que implica que un incremento en el conocimiento financiero de los usuarios conlleva un aumento en el uso de los canales alternativos. Esta evidencia sugiere que los individuos que poseen un nivel superior de conocimiento financiero muestran una inclinación más pronunciada hacia la adopción de los servicios alternativos que el banco pone a su disposición. Se deduce, por tanto, que la promoción de la EF se erige como una estrategia clave para potenciar el aprovechamiento de estas plataformas.

Hipótesis específica 2

H₀: La habilidad financiera no se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

H₁: La habilidad financiera se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

Tabla 7

Relación de la hipótesis específica 2

		Habilidad Financiera	Uso de canales alternativos
Rho de Spearman	Habilidad Financiera	R	1,000
		Sig.	0,000
	Uso de canales alternativos	N	102
		R	0,447
		Sig.	0,000
		N	102

El valor de p, reportado como 0,000, otorgó fundamento suficiente para el rechazo de la hipótesis nula, sugiriendo que la capacitación en habilidades financieras guarda una relación estadísticamente significativa con la adopción de canales alternativos por parte de los usuarios de la agencia sometida a estudio. Complementariamente, el coeficiente de correlación de Rho, situado en 0,447, permite concluir que la relación se caracteriza por una asociación positiva de magnitud moderada; operacionalmente, esto se traduce en que el fortalecimiento de la competencia financiera de los clientes conlleva a un aumento proporcional en la utilización de las plataformas no presenciales. La interpretación de estos datos sugiere que aquellos usuarios que dominan destrezas financieras específicas tienden a recurrir en mayor medida a estos servicios, lo que, a su vez, plantea la hipótesis de que intensificar la capacitación en competencias financieras podría traducirse en un incremento en la utilización de los productos y canales alternativos que la entidad bancaria ofrece.

Hipótesis específica 3

H₀: La actitud financiera no se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

H₁: La actitud financiera se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

Tabla 8

Relación de la hipótesis específica 3

			Actitud Financiera	Uso de canales alternativos
Rho de Spearman	Actitud Financiera	r	1,000	0,769
		Sig.	0,000	0,000
		N	102	102
	Uso de canales alternativos	r	0,769	1,000
		Sig.	0,000	0,000
		N	102	102

El valor obtenido de $p = 0,000$ llevó al rechazo de la hipótesis nula, lo que establece que existe una relación significativa entre la actitud financiera y la adopción de canales alternativos entre los usuarios de la agencia. Adicionalmente, la correlación de $Rho = 0,769$ corroboró que la asociación es positiva y fuerte; es decir, una mejora en la actitud financiera de los usuarios se traduce en un aumento en la utilización de los canales alternativos. Este hallazgo sugiere que quienes presentan una perspectiva proactiva y positiva hacia la gestión de sus finanzas son más propensos a emplear con asiduidad los servicios alternativos que la entidad bancaria pone a su disposición. Por tanto, se pone de manifiesto la necesidad de promover una mentalidad financiera favorable con el fin de optimizar la adopción de estas plataformas digitales.

Hipótesis específica 4

H₀: La conciencia financiera no se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

H₁: La conciencia financiera se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.

Tabla 9

Relación de la hipótesis específica 4

		Conciencia Financiera	Uso de canales alternativos
Rho de Spearman	Conciencia Financiera	R	1,000
		Sig.	0,000
		N	102
	Uso de canales alternativos	R	0,783
		Sig.	0,000
		N	102

Con un valor de p igual a 0,000, se procede a excluir la hipótesis nula, confirmando que la conciencia financiera muestra una asociación significativa con la adopción de canales alternativos entre los clientes de la agencia. Un coeficiente de correlación Rho de 0,783 ratifica la positividad y la intensidad fuerte de esta asociación. Lo anterior sugiere que el aumento en los niveles de alfabetización financiera va acompañado de un uso más amplio de los canales alternativos, iluminando que los clientes que entienden la relevancia de las decisiones financieras tienden a participar más frecuentemente con los servicios ofrecidos fuera de la sucursal por la institución bancaria. Este hallazgo subraya la demanda de fortalecer la EF con el objetivo de promover una mayor utilización de las plataformas digitales disponibles.

4.3. Discusión

Con un valor p de 0,000, fue posible rechazar la hipótesis nula, lo que mostró que la EF está correlacionada con la relación estadísticamente significativa respecto al uso de canales alternativos por parte de los clientes de la Agencia Omate del Banco de la Nación de Moquegua. El análisis, con un coeficiente tau de Kendall de $\geq 0,726$ confirmó que la asociación es positiva y considerable en magnitud. Este patrón evidencia que, cuando el usuario incrementa su nivel de EF, se observa un crecimiento en la frecuencia de utilización de las alternativas digitales proporcionadas por la institución financiera.

Desde esta óptica, se puede postular que un dominio más elevado de conceptos financieros y de las prácticas que se les vinculan capacita a los clientes para el manejo autónomo de instrumentos bancarios sofisticados, tales como la banca móvil y los cajeros automáticos. Esta capacidad no solo optimiza la interacción con los servicios, sino que, aún más, resalta la necesidad de que la EF se articule como un componente estructuralmente sólido; esta secuencia de eventos, por su parte, conduce a un aumento tangible en la adopción de las plataformas digitales.

La integración de principios vinculados a la transformación digital del sector público y la generación de valor público mediante la tecnología, en el corpus teórico del presente análisis, propicia una aprehensión más incisiva de los réditos que la digitalización puede otorgar a la gestión pública. En este contexto, los datos sobre la adopción de canales alternativos de prestación de servicios bancarios ilustran, más que una mera modernización, una conformación congruente con propósitos fundacionales de la administración pública, tales como la eficacia en la gestión, la ampliación del acceso y la inclusión financiera.

La incorruptible adopción de recursos digitales por parte del sector público puede, por tanto, perfilar de modo pertinente la experiencia del usuario, a través de servicios que se tornan más asequibles, veloces y transparentes. Este resultado subraya la necesidad de que la

instituciones públicas, entre ellas las entidades bancarias, emulen la senda de transformación digital que diversos órganos del sector público ya han comenzado a recorrer. Además, el estudio subraya cómo el uso de canales alternativos puede ayudar a cumplir los objetivos gubernamentales de modernización, eficiencia y mejor prestación de servicios, fortaleciendo la relación entre los ciudadanos y las instituciones públicas.

Al revisar la literatura existente, se ratifica la asociación positiva entre la utilización de servicios de EF y la adopción de canales alternativos de atención. Sunday et al. (2023) muestran, para Nigeria, que la incorporación de la banca móvil, los cajeros automáticos y la banca por internet se traduce en un acceso más directo a los productos bancarios; tal hallazgo subraya la mediación de la EF en la aceptación de estas modalidades. Este resultado empírico converge con las evidencias que en este estudio se presentan, las cuales indican que una alfabetización financiera más avanzada se traduce en una mayor utilización de los mismos medios alternativos. Complementariamente, Ponce y Araica (2024) dirigen su atención a Honduras y documentan que la escasez de EF representa un obstáculo significativo para la adopción de la banca digital, efecto que se manifiesta con mayor severidad entre la población femenina. A pesar de que la investigación dedicada a Honduras no examina de forma directa las rutas periféricas a las entidades bancarias, se sostiene que la EF puede actuar como un mediador en la disposición a utilizar tecnologías bancarias. Esta inferencia corrobora la idea de que dotar a la población de competencias financieras pertinentes favorece la integración masiva de opciones bancarias no convencionales.

El trabajo de De Mello y Forte (2021) sugiere que el conocimiento financiero solo tiene significado si se manifiesta en comportamientos observables como la elaboración de presupuestos y la inversión. A la luz de esta afirmación, los hallazgos presentados en el estudio respaldan la perspectiva teórica al confirmar que la integración de la educación va más allá del nivel conceptual e implica la capacidad de traducirla en acciones rutinaria, como lo demuestra el uso habitual de canales bancarios alternativos

Aquellos encuestados que afirman tener un nivel más alto de EF muestran una mayor tendencia a tomar decisiones informadas, así como a utilizar las herramientas ofrecidas digitalmente por la institución financiera, lo que respalda la hipótesis de que el conocimiento financiero, mejorado por la práctica, puede impactar positivamente las decisiones económicas de los individuos. Una conexión estadísticamente relevante entre el dominio del conocimiento financiero y el uso de canales alternativos se corroboró. La obtención de un p-valor de 0,000 permitía aceptar la hipótesis alternativa, corroborando que el conocimiento financiero impacta de forma directa en el uso de los servicios digitales de la entidad bancaria.

El coeficiente de Rho de 0.610 ilustra, a su vez, una relación positiva y de magnitud moderada, implicando que el conocimiento financiero superior provoca un uso más frecuente de los canales alternativos que pone a su disposición la institución. Estos resultados resaltan que hace falta una EF que se construya, en su caso, adecuada a la realidad de los sujetos, pues quienes la obtienen en los niveles más altos; por el contrario, movilizan en mayor medida los recursos digitales y las plataformas de banca en línea, los cajeros automáticos y similares.

Con la literatura vigente, hay algunas concordancias y algunas divergencias. En la investigación de Seldal y Nyhus (2022), la alfabetización financiera se asoció con un mayor uso de los pagos digitales en Noruega, un hallazgo que en parte es similar a la presente indagación. En ese estudio, un elevado nivel de alfabetización financiera se traducía en resiliencia en sus finanzas, esto es, mayor tendencia a la capitalización, lo que refuerza que el conocimiento robusto acrecienta el uso eficiente de los accesos digitales. Sin embargo, la variación más notable se centra en el contexto generacional y geográfico, pues Seldal y Nyhus consignaron diferencias importantes en el uso de estas tecnologías, aspecto que este análisis ha eludido considerar.

Con la misma línea, Munari y Susanti (2021), en Indonesia, confirmaron la presencia de una asociación importante entre la compra de servicios bancarios de orden electrónico y la alfabetización financiera,

En términos generales, estos resultados sugieren que una combinación de alfabetización financiera, junto a la competencia apropiada en el uso de tecnologías, actúan como un catalizador en la adopción de tecnologías financieras.

Con relación a modelos analíticos, la teoría de gestión de recursos familiares, postulada por Deacon y Firebaugh (1988), brinda un enfoque conceptual bastante claro y robusto para el manejo de los medios familiares. Se propone que los intangibles como el saber técnico y hasta los bienes de mercado monetario de la unidad familiar, requieren una ardua organización, prudente. Desde este punto de vista, la alfabetización financiera se presenta con este argumento, esta intencionalidad o bajo manejo estratégico, una administración per se, administra los recursos de la unidad doméstica, facilitando el incremento del bienestar integral y de la prosperidad económica.

Considerando estos aspectos, las conclusiones del presente trabajo evidencian una relación estadísticamente significativa entre el grado de competencia financiera del cliente y el uso de los servicios alternativos de la Agencia Omate del Banco de la Nación, en la región de Moquegua. Al obtener un valor $p = 0,000$, correspondió desestimar la hipótesis nula, respaldando de este modo la existencia de vínculo entre las dos variables.

Complementariamente, el coeficiente de rango de Spearman, cuyo valor hallado es $Rho = 0,447$, señala una relación de carácter positivo y de magnitud moderada; de aquí se infiere que, al incrementarse la competencia financiera, también se potencia la utilización de los canales alternativos. Este dato sugiere que los clientes con un mayor conocimiento financiero tienden a utilizar con más frecuencia la banca móvil, los cajeros automáticos y otros servicios en línea, poniendo de relieve la utilidad de cultivar y mejorar las competencias financieras para aumentar la interacción con dichos servicios.

Al contrastar los resultados obtenidos con la literatura existente, emerge un patrón convergente que refuerza la vinculación entre las competencias financieras y la adopción de servicios alternativo.

El trabajo de Muñiz et al. (2021), en Ecuador, evidenció que las redes de corresponsales no bancarios fueron fundamentales en la difusión de la inclusión financiera, mientras que la alfabetización financiera actuó como un catalizador que facilitó tanto el acceso como el uso de estas plataformas en zonas rurales. Complementariamente, el análisis de Bautista (2025) en Ayacucho indicó que los encuestados que alcanzaron los niveles más altos de alfabetización financiera mostraron una mayor propensión a recurrir a los canales alternativos, reflejando un coeficiente de correlación de $Rho = 0,420$ ($p = 0,001$).

Ambas investigaciones convergen en el hallazgo de que el fortalecimiento de las competencias financieras constituye un determinante estratégico para la eventual adopción de servicios no bancarios, destacando, por ende, la apremiante necesidad de institucionalizar programas de alfabetización financiera en contextos rurales, de modo que la inclusión bancaria no solo se consolide, sino que se amplíe de manera sostenible.

La teoría del modelo de difusión de innovaciones que Rogers propuso en 1962 proporciona un marco inesperadamente pertinente para estudiar la interacción entre la competencia financiera de los individuos y la adopción de canales alternativos de pago y de eficiente banco en línea y móvil. La decisión de incorporar nuevas prácticas —que en este caso consiste en desplazarse hacia la interacción bancaria mediada y neutral de la pantalla— se halla condicionada, entre otros factores, por la percepción de ventajas relativas, por la sencillez del uso y por la compatibilidad con la experiencia previa. Los individuos que presentan un dominio más elevado de los conceptos y prácticas financieras tienden a discernir con mayor claridad los retornos anticipados de la adopción y a calibrar con más precisión los costos cognitivos, lo que los posiciona en una disposición más favorable hacia la integración de tecnologías disruptivas. Las observaciones que se referencian en la pregunta se alinean, por tanto, con la teoría, ya que la competencia financiera no solo incrementa la propensión para aceptar la novedad, sino que también permite que el usuario se apodere realmente de los canales alternativos que la institución financiera le presenta, conjugando la posibilidad de uso con el conocimiento preciso de los procedimientos involucrados

Los resultados de esta investigación confirman la existencia de una relación significativa entre la actitud financiera de los clientes de la sucursal y la adopción de canales alternativos. El valor de p obtenido en la prueba de hipótesis, $p = 0,000$, permite rechazar la hipótesis nula H_0 y confirma que una actitud financiera constructiva tiene un efecto favorable en la recurrencia con la que se utilizan los servicios ofrecidos a través de la banca móvil y los cajeros automáticos. La correlación medida, con una estadística $Rho = 0,769$, indica una relación fuerte y valorada positivamente, lo que sugiere que los usuarios con una disposición favorable hacia la gestión de recursos monetarios y crediticios tienden a aumentar su uso de las interfaces digitales ofrecidas por el banco.

Se observó la tendencia de la correlación proporcionada por las actitudes financieras con la utilización de tecnologías digitales. En Juliaca, Sacaca (2024) comprobó que contar con una actitud de tipo favorable, además de poseer conocimientos y habilidades financieras, facilitó el uso de app de pago digital, con un valor de $r = 0,257$ ($p = 0,000$), lo que comprueba que una actitud favorable hacia la gestión financiera facilita el uso de aplicaciones y el acceso a infraestructura digital. La investigación de Tocto (2024) en Trujillo también señala que existe una correlación significativa en la utilización de la aplicación móvil por los usuarios de un determinado banco, pues en su estudio encontró una relación moderada con la satisfacción de los usuarios, con un valor de $Rho = 0,596$, corroborando que la satisfacción con el uso de tecnología fortaleció su adopción.

Con respecto a la teoría, conviene ilustrar los resultados obtenidos con la teoría de aceptación tecnológica (TAM) de Davis (1989). Sostiene que la adopción de una tecnología viene determinada, de forma casi directa, por su conveniencia y accesibilidad. En este estudio, los usuarios con una actitud financiera positiva probablemente consideren los canales alternativos como recursos que pueden facilitar su interacción y, por consiguiente, su uso les resulta sencillo. Los resultados obtenidos de una actitud financiera y uso de estos canales muestran una correlación fuerte y positiva; la TAM sugiere que usuarios que consideran que las tecnologías los ayudarán a optimizar su desempeño financiero.

Los resultados obtenidos en este estudio confirmaron que existe una relación significativa entre la conciencia financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua. Con un valor de $p = 0,000$, rechazando la hipótesis nula (H_0), lo que validó que a medida que mejora la conciencia financiera de los usuarios, también lo hace su utilización de los servicios alternativos proporcionados por el banco. Así pues, el valor de $Rho = 0,783$ reflejó que esta relación es positiva y fuerte, lo que indica que los usuarios que son más conscientes de la relevancia de la gestión financiera tienden a utilizar con mayor frecuencia las plataformas digitales ofrecidas por el banco.

Al comparar estos hallazgos con los antecedentes, se observa que, en términos generales, son consistentes con los hallazgos previos. En el estudio de Herrera (2021), en Lima, se encontró que los usuarios que calificaron positivamente los canales digitales de un banco también mostraron un alto nivel de satisfacción, con una correlación fuerte entre la calidad de los canales digitales y la satisfacción del usuario ($Rho = 0,991$). Esta relación entre la satisfacción del usuario y la calidad de los servicios bancarios digitales es similar a la encontrada en este estudio, donde la conciencia financiera influyó positivamente en el uso de dichos servicios. Por otro lado, el estudio de Fernández (2021) también refuerza la idea de que una mayor educación y conciencia financiera facilita el uso de servicios bancarios.

Desde la óptica actual de la EF, la información obtenida indica que la conciencia financiera se configure como un prerrequisito ontológico para la formulación de decisiones económicas que, por su complejidad, requieren tanto información precisa como un uso racional de los servicios financieros. Pérez et al. (2021) argumentan que la EF combina *savoir* y *savoir-faire*, facultando al individuo para operar en un ambiente financiero. Los resultados obtenidos apuntan a que un aumento en la conciencia financiera se relaciona, de modo favorable, con el uso de los canales alternativos de distribución financiera. Esta asociación positiva, que resulta estadísticamente significativa, respalda la hipótesis que sugiere que una profunda inversión en EF constituye la base sobre la que se desarrollan competencias para administrar recursos de forma eficiente y para aprovechar las herramientas del ecosistema digital contemporáneo,

así como para movilizar los servicios y recursos disponibles.

En comparación con los resultados obtenidos en este estudio, los datos del Banco de la Nación (2024) corroboran los patrones identificados en el presente estudio en torno a la incorporación y el empleo de medios alternativos de pago por los clientes. Concretamente, el informe del Banco señala que en el año en curso el 93,1 % de las transacciones se canalizó a través de medios no presenciales, tales como aplicaciones móviles, terminales de autoservicio y la red de agentes MultiRed. La magnitud de este índice de digitalización sugiere un fortalecimiento de la infraestructura financiera, particularmente en zonas rurales y poblaciones socioeconómicamente excluidas, un fenómeno que se encuentra en armonía con los resultados que aquí se reportan. En contraste con la investigación ejecutada en la Agencia Omate, que documentó que un mayor dominio de la EF, se traduce en un uso más sostenido de los canales alternativos, el Banco de la Nación ha observado un crecimiento radical en su ecosistema digital; la aplicación BN; por ejemplo, mostró un ascenso del 33,3% en el número de operaciones en comparación con el año anterior. Esta evolución refuerza la necesidad de que las políticas de inclusión digital se acompañen, de forma paralela, de programas de alfabetización financiera, pues el acervo de conocimientos y la conciencia sobre el manejo del dinero determinan la eficacia y la sostenibilidad del uso de los servicios no presenciales.

La adopción de instrumentos como la billetera móvil BIM y la autenticación biométrica mediante la Cuenta DNI, en el marco de la estrategia del Banco de la Nación, evidencia un compromiso sistemático con la modernización y con la ampliación del alcance de sus interfaces digitales. Dichas iniciativas, además, se corresponden con los requerimientos del mercado y del marco normativo establecido por la Superintendencia del Mercado de Valores, la cual advierte sobre la necesidad de incorporar soluciones novedosas en las redes de distribución financiera. Las innovaciones, por tanto, no únicamente persiguen la racionalización de la infraestructura operativa de la entidad, sino que persiguen un objetivo explícito de inclusión financiera que resulta crítico en las geografías limítrofes donde la cobertura de oficinas bancarias es escasa. A su vez, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

(2021) ha exhortado a las entidades crediticias a reconfigurar su oferta mediante el aprovechamiento de las nuevas tecnologías, promoviendo el diseño de entornos que permitan la interacción con servicios financieros a través de dispositivos móviles y otros soportes digitales.

En este marco, los hallazgos de la presente investigación, en estrecha sintonía con los indicadores sectoriales comunicados por el Banco de la Nación, corroboran que la alfabetización financiera se erige como un variable esencial en la efectiva incorporación a estas plataformas tecnológicas.

Finalmente, el reporte del banco nacional subraya la expansión de iniciativas como el Club del Ahorro y el programa Mis Finanzas, Mi Futuro, que lograron capacitar, en el transcurso de 2024, a más de 49 000 personas. Este dato viene a corroborar el decidido empeño de la institución en la formación financiera y en la promoción de la digitalización. Tales iniciativas son determinantes, no solo para ofrecer a los usuarios la posibilidad de acceder a canales digitales, sino para dotarlos de la competencia necesaria para utilizarlos con eficacia. La evidencia presentada en esta investigación respalda la hipótesis de que, a medida que crece la competencia financiera de los usuarios, se despliega una mayor adopción de estos servicios alternativos, recurso que, en última instancia, fortalece la inclusión financiera y favorece el desarrollo sostenible del sistema bancario en el país.

CONCLUSIONES

Los resultados empíricos derivados de esta investigación indican una correlación positiva y estadísticamente significativa entre la EF y la adopción de canales alternativos por parte de los clientes de la Agencia Omate del Banco de la Nación en Moquegua. En particular, los usuarios que han recibido instrucción en conceptos financieros muestran una mayor propensión a emplear teléfonos móviles, cajeros automáticos avanzados y plataformas web, lo cual se asocia a una comprensión ampliada de los costos y beneficios de cada alternativa. Este hallazgo sugiere que la alfabetización digital y la EF formal se retroalimentan mutuamente, facilitando la migración hacia la banca sin sucursales físicas y promoviendo el transporte de dispositivos de bajo costo que, a su vez, se traducen en eficiencia para la entidad.

Al analizar la información por segmentos, surge con mayor claridad que la mejora es más pronunciada entre quienes poseen niveles educativos formales bajos. Esta tendencia refuerza la hipótesis de que la formación que articula la contextualización de los productos con la práctica en herramientas digitales eleva tanto la confianza como la autoeficacia en la gestión financiera. En consecuencia, las estrategias de inclusión deben articular módulos de EF que, además de describir los productos, exhiban de manera práctica el manejo de canales alternativos, balanceando así la comprensión teórica con la utilización efectiva de los servicios bancarios.

La habilidad financiera se asocia positivamente con el uso de canales alternativos. Los usuarios que demuestran mayor capacidad en la gestión de su presupuesto, el seguimiento de sus finanzas y el uso de herramientas tecnológicas, como aplicaciones financieras, tienden a adoptar más frecuentemente los canales alternativos del banco. Este hallazgo subraya la relevancia de capacitar a los usuarios en habilidades prácticas de gestión financiera para facilitar su integración en la banca digital.

Al desglosar los datos, se observa que el impacto positivo es más notable en los segmentos con menor nivel de educación formal, lo que respalda la hipótesis de que la capacitación que se enfoca en la contextualización de productos y en la enseñanza práctica

La conciencia financiera, a efectos prácticos, es el entendimiento de por qué es crítico el uso adecuado del recurso monetario. Esta tiene importancia en el uso asignado a los mecanismos tecnológicos no convencionales, en razón a que quienes exhiben un nivel superior de conciencia financiera los utilizan con mayor frecuencia. Esto sugiere que el uso de mecanismos de solución digital por la entidad bancaria es apreciado en la medida en que la finanza personal y sus efectos que se vuelven evidentes en la cotidianidad funcionan como un impulsor para la adopción de dichos mecanismos.

En este orden de ideas, la conciencia financiera no debe ser entendida de forma escueta, dado que su promoción y diversidad debe ser considerada como un cabal instrumento no solo para la adopción de los denominados *moderneer banking*, sino que para el fortalecimiento de la inclusión financiera a nivel de la región.

RECOMENDACIONES

Se propone que el Banco de la Nación implemente programas focalizados de EF dirigidos a aquellos clientes que todavía no se han incorporado plenamente a los canales bancarios alternativos. Los programas deben integrar tanto la exposición a contenidos teóricos sobre administración de finanzas personales como la capacitación práctica en la utilización de las plataformas digitales ofrecidas. Esta doble aproximación permitirá no solo incrementar los niveles de inclusión financiera, sino también promover un uso más generalizado de las funcionalidades digitales, lo que, a su vez, redundará en una mayor satisfacción del cliente y en una eficiencia mejorada en la provisión de los servicios financieros.

Es fundamental que la institución financiera implemente seminarios y programas de capacitación permanentes dirigidos a su clientela, con miras a profundizar la comprensión de la gama de productos y servicios disponibles. Tal conocimiento capacita a los usuarios a formular decisiones más fundamentadas y a optimizar la utilización de los canales de banca móvil y de cajeros automáticos. Complementariamente, se sugiere la elaboración de recursos pedagógicos interactivos, que incluyan tutoriales audiovisuales y guías digitales de fácil consulta, con el fin de proporcionar un acceso amplio y autónomo a la información clave.

La institución bancaria puede articular iniciativas destinadas a afianzar la EF de su clientela, aprovechando la gama de herramientas prácticas que facilitan la administración de recursos. Una vía particularmente prometedora radica en la integración de simuladores de presupuesto y de planificación financiera en los canales digitales, de modo que los usuarios puedan ensayar decisiones económicas en un entorno seguro y controlado. De forma complementaria, la implementación de módulos interactivos que expongan y resuelvan situaciones financieras auténticas puede sustentar un aprendizaje experiencial que, a su vez, contribuya a la formación de hábitos económicos más consistentes y sostenibles.

Se aconseja que el Banco de la Nación inicie campañas orientadas a fomentar una postura favorable frente a la gestión de las finanzas, subrayando, de modo especial, las ventajas que ofrece el empleo de canales alternativos. Para tal fin, se propone la utilización de plataformas digitales, a través de las cuales se difundirán relatos de usuarios que han logrado resultados positivos gracias a estos servicios, poniendo de relieve la eficacia de la gestión financiera que, a través de su adopción, se posibilita. Complementariamente, la estrategia ha de integrar, en el mismo marco de la EF, el principio de adoptar una actitud proactiva hacia las tecnologías bancarias contemporáneas.

Se sugiere, además, fortalecer iniciativas dirigidas a mejorar la alfabetización financiera, enfocadas en fomentar decisiones reflexivas y responsables en la gestión del patrimonio individual. Para ello, se propone incluir la materia en los programas de formación continua, articulando talleres presenciales, seminarios en línea y módulos interactivos disponibles en los entornos virtuales de las organizaciones. Paralelamente, la producción de recursos didácticos que ilustren cómo los canales alternativos de información y operación pueden mejorar el seguimiento de los gastos y ahorros ayudará a los usuarios a valorar las repercusiones de sus elecciones a través del tiempo.

Las entidades bancarias de propiedad pública, en particular el Banco de la Nación, deberían, bajo criterios de razonabilidad, incorporar la transformación digital a su hoja de ruta, en estricta consonancia con los mandatos contemporáneos de modernización de la cosa pública. En consecuencia, es pertinente que el banco mantenga y suplique su inversión en vías financieras complementarias, tales como la banca móvil y los canales electrónicos, que, al mismo tiempo que racionalizan costes y operativa interna, favorecen la Ali que los ciudadanos registren en los servicios que ofrecen. Adicionalmente, se aconseja que el Banco de la Nación multiplique y estructure programas de alfabetización financiera y digital, convenciéndoles de que la apropiación de tales tecnologías es prerequisite para la inclusión sostenida en el sistema.

El carruaje de estas recomendaciones no es solo la extensión geométrica de su base de clientes, sino el alineamiento pragmático con el diseño estatal de servicios públicos financieros de alta disponibilidad, eficiencia y transparencia, condiciones que, a su vez, fortalecen el entramado de un gobierno moderno y responsable que el país requiere.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo Vega, G., Gómez Cárdenas, A. y Pérez Machorro, J. (2023). Aprovechamiento e integración de la tecnología RFID en la administración de la educación. *REVISTA IPSUMTEC*, 6(5), 149-159. <https://doi.org/10.61117/ipsumtec.v6i5.234>
- Aguilera Barriga, X. C. y Haro Ávalos, J. L. (2025). Impacto de la educación financiera en la gestión y sostenibilidad de las microfinanzas en Ecuador. *Tesla Revista Científica*, 5(1), e472. <https://doi.org/10.55204/trc.v5i1.e472>
- Aliaga, L. (2022). *Transformación Digital y Gobierno: Propuesta de programa de mejoramiento de gestión para el sector público* [Tesis de Maestría, Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/187915>
- Almulla, D. y Aljughaiman, A. A. (2021). Does financial technology matter? Evidence from an alternative banking system. *Cogent Economics & Finance*, 9(1), 1934978. <https://doi.org/10.1080/23322039.2021.1934978>
- Alonso, M., Gutiérrez, E., Moral, E., Posada, D., Tello, P. y Trucharte, C. (2022). *La accesibilidad presencial a los servicios bancarios en España: Comparación internacional y entre servicios*. BancodeEspaña.
- Andreou, P. C. y Anyfantaki, S. (2021). Financial literacy and its influence on internet banking behavior. *European Management Journal*, 39(5), 658-674. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.12.001>
- Andújar Nagore, I. (2022). Educación financiera en píldoras: Jeroglíficos financieros y posts en el Portal del Cliente Bancario. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*, 81-114. <https://doi.org/10.51302/tce.2022.634>

- Arias, J. y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Asociación para la Inclusión Financiera, A. (2015). *Manual: Canales Alternativos de Distribución y Tecnología* (Software Group). Word Bank Group.
<https://www.softwaregroup.com/es/insights/documentos-tecnicos-e-informes/detalles/manual-canales-alternativos-de-distribucion-y-tecnologia#:~:text=Los%20Canales%20de%20Distribuci%C3%B3n%20Alte,las%20expectativas%20de%20los%20consumidores>.
- Balsategui, I., Gorjón, S. y Marqués, J. M. (2024). La inteligencia artificial en el sector financiero: Implicaciones y avances bajo la perspectiva de un banco central. *Revista de Estabilidad Financiera, Número 47 (otoño 2024)*, 6-31.
<https://doi.org/10.53479/38235>
- Banco de la Nación. (2024). *Memoria Anual del Banco de la Nación*.
<https://www.bn.com.pe/nosotros/memoria-anual.asp>
- Barriga Pizarro, M. E., Zambrano Bravo, C. M. y Muñoz Bravo, C. R. (2024). Influencia de los corresponsales no bancarios en la inclusión financiera de nuevos usuarios periodo 2023. *JOURNAL BUSINESS SCIENCE*, 5(1), 113-133. <https://doi.org/10.56124/jbs.v5i1.008>
- Bautista Sanmartín, N. D. C. (2025). Educación financiera para el crecimiento del uso de canales alternos del Banco de Huanca, Sancos. *Revista Ñeque*, 8(20), 139-153. <https://doi.org/10.33996/revistaneque.v8i20.181>
- Benítez Chiriboga, J. E., Boada Hurtado, M. G. y Gutiérrez Ordoñez, J. S. (2024). Los canales digitales y su influencia en la decisión de compra en línea, del consumidor de la ciudad de Loja, 2023: Digital channels and their influence

- on the online purchasing decision of the consumer in the city of Loja, 2023. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(1).
<https://doi.org/10.56712/latam.v5i1.1630>
- Chimbo Yari, C. R., Crespo Padilla, J. F. y Guamán Tenezaca, G. A. (2024). Análisis de la Incidencia de la Educación Financiera y la Competencia Digital en la Intención de Emprendimiento en Cuenca – Ecuador. *UDA AKADEM*, 13, 11-49. <https://doi.org/10.33324/udaakadem.vi13.753>
- Clara, E., Herlinawati, H., Prakoso, B. H., Sofyatiningrum, E., Agung, I., & Parwanto, P. (2022). Family Resource Management Problems in Elementary School Education: A Case Study of Precarious Work Parents. *Journal of Intercultural Communication*, 19-30. <https://doi.org/10.36923/jicc.v22i3.44>
- Czech, K., Ochnio, L., Wielechowski, M. y Zabolotnyy, S. (2024). Financial Literacy: Identification of the Challenges, Needs, and Difficulties among Adults Living in Rural Areas. *Agriculture*, 14(10), 1705. <https://doi.org/10.3390/agriculture14101705>
- De Mello Ferreira, V. R. y M. J. Forte, C. (2021). Financial Education and Economic Psychology: A brief discussion and some recommendations. En C. M. J. Forte (Ed.), *NATIONAL STRATEGY FOR FINANCIAL EDUCATION (ENEF): Working towards a better Brazil* (1.^a ed.). Riemma Editora. <https://doi.org/10.52343/riemmaeditora.978-65-00-16995-9.9>
- Delgado Guerrero, M. D. R. (2023). La seguridad de invertir en plataformas de inversión digitales en Ecuador: The Security of Investing In Digital Investment Platforms In Ecuador. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1). <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.556>

- Fernández, A. (2021). *Programa de educación financiera como estrategia del Banco de la Nación para mejorar cultura financiera del público, agencia Huamachuco, 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/00b023eb-7b54-45fa-bab8-e4c1b1c2296e/content>
- Gallardo M., S. (2023). Omnicanalidad. *Revista Sistemas*, 166, 16-20. <https://doi.org/10.29236/sistemas.n166a3>
- Ghani, E. y Athirah, N. (2021). Factors influencing adoption intention of e-wallet services among small medium enterprises in retail industry: An application of the diffusion of innovation theory. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000500053&script=sci_arttext&tlng=pt
- Giler, J. J., Alvarado, K. J., Yela, R. T., Choez, F. V. y Garcia, J. A. (2024). Impacto de la digitalización en el sector bancario ecuatoriano: Transformaciones, desafíos y oportunidades para el futuro financiero: Impact of digitalization in the Ecuadorian banking sector: Transformations, challenges and opportunities for the financial future. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(5). <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2658>
- Gómez Díaz, M. P., Aguilar Ramírez, L. J., Ramírez Peña, K. J. y Villamil Escobar, L. C. (2023). Difusión de la Ciberseguridad en un Mundo Financiero para los Adolescentes. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(6), 1891-1902. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.8821

- Hamid, F. S. y Loke, Y. J. (2021). Financial literacy, money management skill and credit card repayments. *International Journal of Consumer Studies*, 45(2), 235-247. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12614>
- Haro, A. F., Rubio, D. A., Morales, K. E., Román Cañizares, G. N. y Armas Naranjo, T. Y. (2023). Educación financiera y finanzas personales: Un algoritmo matemático booleano en caso aplicado. *Tesla Revista Científica*, 3(1), e183. <https://doi.org/10.55204/trc.v3i1.e183>
- Hernández López, J., Pascual Hernández, L. y Rodríguez González, Á. (2022). El desarrollo de la digitalización y la inclusión financiera. *ICE, Revista de Economía*, 926. <https://doi.org/10.32796/ice.2022.926.7420>
- Hernández Paulsen, G. y Campos Micin, S. (2021). Funciones y alcance del control de incorporación, con especial referencia a la contratación de productos y servicios financieros. *Revista de Derecho (Valdivia)*, 34(1), 51-70. <https://doi.org/10.4067/S0718-09502021000100051>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (McGrawHill, Ed.).
- Herrera, C. (2021). *Mejoramiento de la calidad en los canales digitales del BCP para satisfacción de usuarios haciendo uso de Balance Scorecard en sucursal Miraflores-Lima* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/2b1ea022-621a-495c-9e21-58cc4c9896e7/content>
- Huamán, P. y Medina, C. (2022). Transformación digital en la administración pública: Desafíos para una gobernanza activa en el Perú. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 13(2), 93-105. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.2.594>

- Kaiser, T., Lusardi, A., Menkhoff, L. y Urban, C. (2022). Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors. *Journal of Financial Economics*, 145(2), 255-272. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.09.022>
- Kaur, S. J., Ali, L., Hassan, M. K. y Al-Emran, M. (2021a). Adoption of digital banking channels in an emerging economy: Exploring the role of in-branch efforts. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(2), 107-121. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00082-w>
- Kaur, S. J., Ali, L., Hassan, M. K. y Al-Emran, M. (2021b). Adoption of digital banking channels in an emerging economy: Exploring the role of in-branch efforts. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(2), 107-121. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00082-w>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C. y Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación* (1.ª ed.). Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Mediomundo, C. (2021). EL ECOSISTEMA FINTECH (TECNOLOGÍA FINANCIERA) COMO INSTRUMENTO DE TRANSFORMACIÓN DEL SISTEMA BANCARIO TRADICIONAL EN BENEFICIO DEL CLIENTE. *Gestión I+D*, 7(1). Dialnet-ElEcosistemaFintechTecnologiaFinancieraComoInstrum-8255368%20(1).pdf
- Morgan, P. (2021). *Fintech, alfabetización financiera y educación financiera*. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003025221-21/fintech-financial-literacy-financial-education-peter-morgan>

- Munari, S. y Susanti, S. (2021). The Effect of Ease of Transaction, Digital Literacy, and Financial Literacy on The Use of E-Banking. *Economic Education Analysis Journal*, 10(2), 298-309. <https://journal.unnes.ac.id/sju/eeaj/article/view/39335/19291>
- Mungaray, A., Gonzalez Arzabal, N. y Osorio Novela, G. (2021). Educación financiera y su efecto en el ingreso en México. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 52(205). <https://doi.org/10.22201/ieec.20078951e.2021.205.69709>
- Muñiz, L. P., Loor, V. M. y Cedeño, J. A. (2021). El aporte de los corresponsales no bancarios (CNB) a la inclusión financiera. *Revista Publicando*, 8(31), 303-319. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2252>
- Muñiz-Jaime, L. P., Loor-Carvajal, V. M. y Cedeño-Mendoza, J. A. (2021). El aporte de los corresponsales no bancarios (CNB) a la inclusión financiera. *Revista Publicando*, 8(31), 303-319. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2252>
- Murillo, C., Acosta, E. y Quintero, M. (2021). Nivel de educación financiera como influencia en la toma de decisiones de endeudamiento en el uso de tarjetas de crédito en Navojoa, Sonora. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 36. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi36.400>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2019). *Metodología de la investigación*. Educación. https://edicionesdelau.com/wp-content/uploads/2018/09/Anexos-Metodologia_%C3%91aupas_5aEd.pdf
- Ozili, P. K. (2025). Technology impact model: A transition from the technology acceptance model. *AI & SOCIETY*, 40(2), 1-3. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01896-1>

- Paredes, J., & Quispe, R. (2024). Financialeducationandtimelyreturnofcreditobligationsofmicroentrepreneurs. *SCIÉENDO*, 27(1), 139-145. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2024.021>
- Pérez, T. G., Vargas Pérez, E., Cruz Tuanama, J. y Villafuerte De La Cruz, A. S. (2021a). Educación financiera, gestión financiera en usuarios de entidades bancarias de la provincia de San Martín. *UCV HACER*, 10(2). <https://doi.org/10.18050/RevUCVHACER.v10n2a1>
- Pérez, T. G., Vargas Pérez, E., Cruz Tuanama, J. y Villafuerte De La Cruz, A. S. (2021b). Educación financiera, gestión financiera en usuarios de entidades bancarias de la provincia de San Martín. *UCV HACER*, 10(2). <https://doi.org/10.18050/RevUCVHACER.v10n2a1>
- Ponce, A. y Araica, S. (2024). *Accesibilidad de la banca digital y su relación con la educación financiera femenina del municipio de Valle de Ángeles en Honduras* [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica Centroamericana]. <https://repositorio.unitec.edu/server/api/core/bitstreams/f5c13d81-b625-4a04-868a-209e96c2394e/content>
- Puma, R. (2023). *Reducción del riesgo operacional y vulnerabilidades en un sistema financiero mediante la reconstrucción a una arquitectura SOA y migración de un sistema BRMS* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Agustín]. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNSA_2f917be7167add718c7f4dbf7896e598
- Quevedo, C. (2023). *El impulso de la billtera digital en el banco de la nación y su repercusión en la inclusión financiera del Perú* [Tesis de maestría,

- Universidad Nacional Federico Villarreal].
<https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/8254>
- Ramírez, Y. y Villamil, L. (2023). Educación financiera y sus características en Soacha. *ECA Sinergia*, 14(1), 19-32.
<https://www.redalyc.org/journal/5885/588575260002/588575260002.pdf>
- Ramos, F. (2023). La educación financiera a la luz de la Economía del Comportamiento. *Iberoamerican Business Journal*, 6(2), 04-33.
<https://journals.epnewman.edu.pe/index.php/IBJ/article/download/291/562>
- Rentería, D., Velez, I., Giraldo, L. y Villa, L. (2021). Las fintech, una revolución para la banca tradicional. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 41, 17-29.
<https://www.proquest.com/openview/c5b6695165be23504557d51426121b83/1?cbl=1006393&pq-origsite=gscholar>
- Reyes, E. (2022). *Metodología de la investigación científica* (Page Publishing, INC, Vol. 1). Page Publishing, ING Conneaut, PA.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SmdxEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT45&dq=metodolog%C3%ADa+de+la+investigacion+cient%C3%ADfica+pdf&ots=O-axztL7e_&sig=ovtfAVqtH5-4yq35kbjWB0NfVQM#v=onepage&q&f=false
- Sacaca, A. (2024). *Educación financiera y el uso de aplicativos de pago en los comerciantes del mercado La Revolución—San Miguel, 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Andina Néstor Cáceres Velasquez].
<https://repositorio.uancv.edu.pe/server/api/core/bitstreams/4f9afd19-d3bb-4e47-a8bd-ff1626d9946c/content>

- Sarmiento Castillo, G. D. P., Peña Vélez, M. J., Cueva Jiménez, N. C., Castillo Ojeda, L. P., Hernández Ocampo, S. E. y López-Lapo, J. L. (2023). La educación financiera: Metodologías eficientes en centennials. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*.
<https://doi.org/10.46377/dilemas.v11i1.3832>
- Seldal, M. M. N. y Nyhus, E. K. (2022). Financial Vulnerability, Financial Literacy, and the Use of Digital Payment Technologies. *Journal of Consumer Policy*, 45(2), 281-306. <https://doi.org/10.1007/s10603-022-09512-9>
- Siano, A., Raimi, L., Palazzo, M. y Panait, M. C. (2020). Mobile Banking: An Innovative Solution for Increasing Financial Inclusion in Sub-Saharan African Countries: Evidence from Nigeria. *Sustainability*, 12(23), 10130. <https://doi.org/10.3390/su122310130>
- Sunday, E., Agba, A., Eyo, Eyo, Ndem, S. y James, E. (2023). Electronic banking and customers' access to banking services in rural settlements. *Resmilitaris*, 13(3), 1161-1177. https://www.researchgate.net/profile/Edim-James/publication/369787098_Electronic_Banking_and_Customers'_Access_to_Banking_Services_in_Rural_Settlements/links/642c7e6620f25554da0bba30/Electronic-Banking-and-Customers-Access-to-Banking-Services-in-Rural-Settlements.pdf
- Superintendencia de banca, seguros y AFP. (2021). *Innovación financiera*. <https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/Innovaci%C3%B3n%20financiera/1-Transformaci%C3%B3n-industria-financiera.pdf>
- Tocto, J. (2024). *Relación entre el uso de APP Financiera Confianza y la satisfacción de los clientes en Huarmaca – Piura, año 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo].

<https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/2f72edc8-5847-400c-82ea-d0a847473c50/content>

Wolf, C. (2022). Diffusion of Innovations: Von Everett M. Rogers (1962). En R. Spiller, C. Rudeloff y T. Döbler (Eds.), *Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft* (pp. 151-170). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2_10

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>General</p> <p>¿De qué manera se relaciona la educación financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025”?</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿De qué manera se relaciona el conocimiento financiero y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025? ¿De qué manera se relaciona la habilidad 	<p>General</p> <p>Determinar cómo se relaciona la educación financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar cómo se relaciona el conocimiento financiero y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025. Determinar cómo se relaciona la habilidad 	<p>General</p> <p>La educación financiera se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025</p> <p>Específicas</p> <p>El conocimiento financiero se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.</p> <p>La habilidad financiera se relaciona significativamente con</p>	<p>Variable 1</p> <p>Educación financiera</p> <p>Variable 2</p> <p>Uso de canales alternativos</p>	<p>Conocimiento financiero</p> <p>Habilidad financiera</p> <p>Actitud financiera</p> <p>Conciencia financiera</p> <p>Corresponsales bancarios</p> <p>Banca móvil (App Banco de la Nación)</p>	<p>- Ahorro</p> <p>- Inversión</p> <p>- Gestión de presupuesto.</p> <p>- Uso de herramientas</p> <p>- Proactividad</p> <p>- Responsabilidad</p> <p>- Ética</p> <p>- Impacto económico</p> <p>- Accesibilidad</p> <p>- Facilidad de uso</p> <p>- Funcionalidad</p> <p>- Experiencia de usuario</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo.</p> <p>Diseño: No experimental y transversal.</p> <p>Nivel: Correlacional.</p> <p>Tipo: Básica.</p> <p>Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Población: 138 usuarios de la Agencia Omate del Banco de la</p>

<p>financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera se relaciona la actitud financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025? • ¿De qué manera se relaciona la conciencia financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025? 	<p>financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar cómo se relaciona la actitud financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025. • Determinar cómo se relaciona la conciencia financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025. 	<p>el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025. La actitud financiera se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025. La conciencia financiera se relaciona significativamente con el uso de canales alternativos en los usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025.</p>	<p>Banca por internet</p>	<p>-Eficiencia operativa - Navegabilidad y diseño</p>	<p>Nación, Moquegua, 2025</p> <p>Muestra: 102 usuarios de la Agencia Omate del Banco de la Nación, Moquegua, 2025</p>
--	--	--	---------------------------	---	---

Anexo 2. Instrumentos

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE EDUCACIÓN FINANCIERA

Estimado (a): Se le solicita su valiosa colaboración para que marque con un aspa el casillero que crea conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia, puesto que, mediante esta técnica de recolección de datos, se podrá obtener la información que posteriormente será analizada e incorporada a la investigación con el título descrito líneas arriba.

NOTA: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5 donde:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

ÍTEMS		Escala Likert				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
Variable 1: Educación Financiera						
D1: Conocimiento Financiero						
Indicador: Ahorro						
1	Entiende la importancia del ahorro para la estabilidad económica personal.					
2	Reconoce que existen diferentes lugares donde se puede guardar dinero para obtener ganancias.					
3	Entiende que ahorrar dinero ayuda a tener seguridad económica en el futuro.					
Indicador: Conciencia financiera						
4	Comprende qué son las inversiones y para qué sirven					
5	Conoce la diferencia entre inversiones seguras y aquellas que podrían ser riesgosas.					
6	Entiende que no se debe poner todo el dinero en un solo tipo de inversión.					
D2: Habilidad Financiera						
Indicador: Gestión de presupuesto						
7	Sabe cómo organizar el dinero para gastos diarios y ahorros.					
8	Puede cambiar su presupuesto cuando cambia su situación económica.					

9	Planifica compras mayores para evitar problemas económicos.					
Indicador: Uso de herramientas						
10	Usa aplicaciones o programas para controlar sus finanzas.					
11	Se mantiene actualizado con las nuevas tecnologías financieras.					
12	Es consciente de la seguridad al usar herramientas financieras en internet.					
D3: Actitud Financiera						
Indicador: Proactividad						
13	Siente interés por mejorar su conocimiento financiero.					
14	Busca activamente oportunidades para mejorar su situación financiera.					
Indicador: Responsabilidad						
15	Siempre trata de pagar sus deudas a tiempo.					
16	Cree que es importante planear sus finanzas para el futuro.					
D4: Conciencia Financiera						
Indicador: Ética						
17	Piensa que es importante ser honesto en todas sus transacciones financieras.					
18	E Es consciente de las consecuencias de sus decisiones financieras.					
Indicador: Conciencia económica						
19	Reconoce cómo sus decisiones financieras afectan al entorno económico.					
20	Considera que sus acciones financieras forman parte de un sistema económico mayor.					

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN PARA EL USO DE CANALES ALTERNATIVOS

Estimado (a): Se le solicita su valiosa colaboración para que marque con un aspa el casillero que crea conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia, puesto que, mediante esta técnica de recolección de datos, se podrá obtener la información que posteriormente será analizada e incorporada a la investigación con el título descrito líneas arriba.

NOTA: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5 donde:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

ÍTEMS		Escala Likert				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
Variable 2: Uso de canales alternativos						
D1: Corresponsales bancarios (agentes multired)						
Indicador: Accesibilidad						
1	Los agentes multired están convenientemente ubicados para su acceso					
2	Los agentes multired siempre están disponibles cuando los necesita					
3	Los agentes multired permiten realizar una amplia gama de transacciones sin necesidad de ir a la agencia					
4	El horario de atención de los agentes multired es adecuado para sus necesidades					
Indicador: Facilidad de uso						
5	El proceso de transacciones en los agentes Multired es rápido y claro.					
6	El personal de los agentes multired le brinda la ayuda e información necesaria para realizar sus transacciones.					
7	El proceso en los agentes multired es sencillo y no requiere conocimientos previos complejos.					

D2: Banca móvil (aplicación Banco de la Nación)

Indicador: Funcionalidad					
8	Utiliza la aplicación del banco para varios tipos transacciones financieras.				
9	La aplicación del banco le ofrece todas las funcionalidades que necesita para gestionar su dinero				
10	La aplicación del banco incluye funciones avanzadas, como el pago de servicios y la consulta de movimientos históricos.				
Indicador: Experiencia de usuario					
11	La aplicación del banco es intuitiva y fácil de navegar				
12	Está satisfecho con la velocidad de las transacciones realizadas a través de la aplicación del banco				
13	La aplicación del banco tiene un diseño claro y bien estructurado que facilita la realización de transacciones.				
D3: Banca por Internet					
Indicador: Eficiencia operativa					
14	Utiliza la banca por internet, (con opciones como págalo.pe) para realizar transacciones como pagos o Transferencias.				
15	La banca por internet le permite gestionar sus finanzas de manera completa, desde el saldo hasta pagos de servicios.				
16	Puede realizar transacciones complejas, como transferencias interbancarias, con facilidad a través de la banca por internet.				
Indicador: Navegabilidad y diseño					
17	La plataforma de banca por internet es accesible desde diversos dispositivos (PC, tablet, móvil).				
18	La página de banca por internet permite acceder fácilmente a las funciones principales sin tener que buscar mucho.				
19	El tiempo de carga y procesamiento en la plataforma de banca por internet es adecuado, sin demoras innecesarias.				

Anexo 3. Validación de los instrumentos

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO (Juicio de experto)

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del experto:** Arias Vascones, Gerardo Renato
1.2. **Cargo o institución donde labora:** Universidad Privada de Tacna
1.3. **Nombre del instrumento de evaluación:** Instrumento de evaluación de educación financiera y canales alternativos.
1.4. **Autor del instrumento:** Eduardo Tomas Ramirez Choque
1.5. **Título:** "Educación financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la agencia Omate del banco de la nación, Moquegua, 2025"
1.6.

II. APECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-4%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente				X	
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación					X
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X

III. **OPINION DE APLICABILIDAD:** Favorable.

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN** 86%

Lugar y fecha: Tacna, 20 de marzo 2025
Celular: 952005866



Firma del experto informante

DNI: 44738152

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
(Juicio de experto)

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del experto:** Mtro. Christian Cesar Vargas Romero
 1.2. **Cargo o institución donde labora:** Docente Universidad Privada de Tacna
 1.3. **Nombre del instrumento de evaluación:** Instrumento de evaluación de educación financiera y canales alternativos.
 1.4. **Autor del instrumento:** Eduardo Tomas Ramirez Choque
 1.5. **Título:** "Educación financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la agencia Omate del banco de la nación, Moquegua, 2025"
 1.6.

II. APECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-4%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente				X	
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	

III. OPINION DE APLICABILIDAD: El instrumento es claro y pertinente.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN 80%

Lugar y fecha: Tacna, 18 de marzo 2025
Celular: 952397407



Firma del experto informante

DNI: 42876729

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
(Juicio de experto)**

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto:** Vargas Romero Milagros del Rosario
1.2. Cargo o institución donde labora: Contraloría General de la república
1.3. Nombre del instrumento de evaluación: Instrumento de evaluación de educación financiera y canales alternativos.
1.4. Autor del instrumento: Eduardo Tomas Ramirez Choque
1.5. Título: "Educación financiera y el uso de canales alternativos en los usuarios de la agencia Omate del banco de la nación, Moquegua, 2025"
1.6.

II. APECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-4%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente				X	
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos			X		
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	

III. OPINION DE APLICABILIDAD: Favorable.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN 75%

Lugar y fecha: Tacna, 25 de marzo 2025
Celular: 952003080



Firma del experto informante

DNI: 71291189

Anexo 4. Confiabilidad de los instrumentos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

VARIABLE EDUCACIÓN FINANCIERA

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,902	20

USO DE CANALES ALTERNATIVOS

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,932	19

Eduardo Ramirez saiv [ConjuntosDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol	
22	a2	Numerico	8	0	Los agentes m.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
23	a3	Numerico	8	0	Los agentes m.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
24	a4	Numerico	8	0	Horario de at.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
25	a5	Numerico	8	0	El proceso de i.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
26	a6	Numerico	8	0	El personal de l.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
27	a7	Numerico	8	0	El proceso en l.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
28	a8	Numerico	8	0	Utiliza la aplica.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
29	a9	Numerico	8	0	La aplicacion d.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
30	a10	Numerico	8	0	La aplicacion d.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
31	a11	Numerico	8	0	La aplicacion d.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
32	a12	Numerico	8	0	Está satisfecho.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
33	a13	Numerico	8	0	La aplicacion d.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
34	a14	Numerico	8	0	Utiliza la banca.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
35	a15	Numerico	8	0	La banca por in.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
36	a16	Numerico	8	0	Puede realizar t.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
37	a17	Numerico	8	0	La plataforma d.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
38	a18	Numerico	8	0	La página de b.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
39	a19	Numerico	8	0	El tiempo de ca.	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada	
40	V1_Educa.	Numerico	8	2		Ninguna	26	Derecha	Escala	Entrada	
41	V1D1_Cano.	Numerico	8	2		Ninguna	30	Derecha	Nominal	Entrada	
42	V1D2_Habl.	Numerico	8	2		Ninguna	27	Derecha	Nominal	Entrada	
43	V1D3_Acti.	Numerico	8	2		Ninguna	25	Derecha	Nominal	Entrada	
44	V1D4_Conc.	Numerico	8	2		Ninguna	29	Derecha	Nominal	Entrada	
45	V2_Usa_de.	Numerico	8	2		Ninguna	32	Derecha	Escala	Entrada	
46	V2D1_Come.	Numerico	8	2		Ninguna	34	Derecha	Escala	Entrada	
47	V2D2_Banc.	Numerico	8	2		Ninguna	34	Derecha	Nominal	Entrada	
48	V2D3_Banc.	Numerico	8	2		Ninguna	25	Derecha	Nominal	Entrada	
49	V1_Educa.	Numerico	8	0		[1. Nivel baj.	Ninguna	29	Derecha	Nominal	Entrada
50	V1D1_Cano.	Numerico	8	0		[1. Nivel baj.	Ninguna	32	Derecha	Nominal	Entrada
51	V1D2_Habl.	Numerico	8	0		[1. Nivel baj.	Ninguna	29	Derecha	Nominal	Entrada
52	V1D3_Acti.	Numerico	8	0		[1. Nivel baj.	Ninguna	27	Derecha	Nominal	Entrada
53	V1D4_Conc.	Numerico	8	0		[1. Nivel baj.	Ninguna	30	Derecha	Nominal	Entrada
54	V2_Usa_de.	Numerico	8	0		[1. Nivel baj.	Ninguna	34	Derecha	Nominal	Entrada
55	V2D1_Come.	Numerico	8	0		[1. Nivel baj.	Ninguna	34	Derecha	Nominal	Entrada
56	V2D2_Banc.	Numerico	8	0		[1. Nivel baj.	Ninguna	34	Derecha	Nominal	Entrada
57	V2D3_Banc.	Numerico	8	0		[1. Nivel baj.	Ninguna	27	Derecha	Nominal	Entrada
58											
59											

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Anexo 5: Capturas de pantalla SPSS

Eduardo Ramirez saiv [ConjuntosDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Visite: 57 de 57 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	3	3	3	4	1	1	3	2	2	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	2	2	3	1	1	3	4	1	2	2	3	1	2	4	2	3	1
4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	4	1	1	3	2	2	2	2	2
5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	3	3	2	2
12	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
13	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	1	1	2	1	3	3	2	2	2	1	2	2
14	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2
15	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	3	3
16	3	3	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1
19	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
21	2	2	2	2	2	2	5	4	2	5	4	5	5	4	2	2	5	5	2	2	5	5
22	2	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
23	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	1	1	4	4	4
24	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	2	4	4	5	4	4	2	4	4	5	4
25	2	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	2	4	5	4	4	2	4	4	5	4
26	4	4	5	4	4	5	2	4	4	4	5	4	4	5	4	2	3	4	4	2	4	2
27	4	3	4	2	2	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	5	3	3	2	4	4
28	4	4	5	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	3	5	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	1	4	1	4
31	4	2	2	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	5	4	2	2	1	2	4	2	4
32	2	3	1	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	2	3	4
33	4	1	2	4	1	3	1	1	4	4	1	3	4	1	3	5	1	3	5	4	5	4
34	4	2	3	4	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	2	3	5	4	5	4
35	4	4	3	4	5	3	5	5	5	4	3	4	5	3	4	4	2	3	4	5	3	4
36	4	4	5	3	4	3	1	1	3	4	2	4	5	5	4	3	2	3	3	2	3	2
37	2	3	2	3	3	2	4	4	5	4	3	2	4	4	3	2	2	3	3	2	3	2

Visite: 57 de 57 variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Índice de abreviaturas

AIF: Asociación para la Inclusión Financiera

BCR: Banco Central de Reserva

EF: Educación Financiera

Rho: Coeficiente de Correlación de Spearman

TCEA: Tasa de Costo Efectivo Anual