

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ECONOMÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS

**LOS COSTOS DE LA AGENCIA Y LA RENTABILIDAD DEL AGENTE
MULTIRED COMERCIAL DEL BANCO DE LA NACIÓN EN LA PROVINCIA
DEL CUSCO 2020**

Presentada por:

Br. Luis Enrique Paredes Cusihuaman

Para optar al Título Profesional de Economista

Asesora:

Mgt. Ruth Mercedes Garcia Pacheco

CUSCO-PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: LOS COSTOS DE LA AGENCIA Y LA RENTABILIDAD DEL AGENTE MULTIRED COMERCIAL DEL BANCO DE LA NACIÓN EN LA PROVINCIA DEL CUSCO 2020

presentado por: LUIS ENRIQUE PAREDES CUSI HUAMAN con DNI Nro.: 47818510 presentado por: con DNI Nro.: para optar el título profesional/grado académico de ECONOMISTA

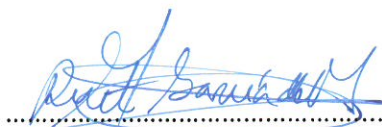
Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 1 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 4 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 19 de JUNIO de 2024



Firma

Post firma... RUTH MERCEDES GARCÍA PACHECO

Nro. de DNI... 23865624

ORCID del Asesor... 0000-0002-6755-9920

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: **oid:** 27259:361362380

NOMBRE DEL TRABAJO

Tesis final_Luis paredes .pdf

AUTOR

Luis Enrique Paredes Cusihuaman

RECUENTO DE PALABRAS

29908 Words

RECUENTO DE CARACTERES

161908 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

143 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.2MB

FECHA DE ENTREGA

Jun 15, 2024 8:54 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jun 15, 2024 8:56 PM GMT-5

● 4% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 4% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 3% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)

PRESENTACIÓN

Muy apreciado Decano de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, distinguidos miembros del comité evaluador:

Con el propósito de solicitar la obtención del título profesional en Economía, en concordancia con el contenido del Reglamento de Grados y Títulos en vigor, presento para su evaluación la tesis intitulada: **LOS COSTOS DE LA AGENCIA Y LA RENTABILIDAD DEL AGENTE MULTIRED COMERCIAL DEL BANCO DE LA NACIÓN EN LA PROVINCIA DEL CUSCO 2020.**

Los costos de la agencia permiten una aproximación a las relaciones donde existe asimetría de información y con sus hallazgos puede limitar el comportamiento de maximización del beneficio individual.

El estudio de los costos de la agencia en el Agente Multired revitaliza la academia, debido a la escasez de análisis relativos a esta línea teórica.

Un cuestionamiento frecuente de los usuarios de los corresponsales no bancarios es si son o no rentables y en qué medida son supervisados por las instituciones financieras.

De esta manera se complementa las investigaciones relacionadas con el canal de atención del Agente Multired del Banco de la Nación, con el propósito de mejorar su servicio.

Luis Enrique Paredes Cusihuaman

DEDICATORIA

Dedico las horas de martilleo y fragua que, alumbraron la presente investigación a las personas cercanas, próximas a mi afecto más genuino:

En primer lugar, dedicarla a mi madre: María; a mis hermanos Melissa y Cesar; a mi pareja Yanet, a nuestra hija Bárbara Qori, a quien reservo mi amor incondicional.

A mi familia Cusihuaman Puma, quienes me acompañan con sus consejos, cariño y desprendido apoyo.

AGRADECIMIENTO

A mis estimados docentes que me prodigaron su conocimiento y sapiencia durante mis años de pregrado en la Escuela Profesional de Economía. Con particular gratitud a mi asesora de tesis, la Magister Ruth Mercedes García Pacheco, sin cuya fundamental participación este trabajo no habría sido posible.

A los compañeros de trabajo y responsables de área de la Macro Región IV Cusco del Banco de la Nación y a los agentes multired que me brindaron su desprendido apoyo en la culminación de la investigación.

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
CONTENIDO	V
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
RESUMEN.....	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.2.1. Problema general.....	19
1.2.2. Problemas específicos	19
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
1.3.1. Objetivo general	20
1.3.2. Objetivos específicos	20
1.4 JUSTIFICACIÓN	20
1.4.1. Conveniencia.....	20
1.4.2. Relevancia Social	21

	VI
1.4.3. Implicaciones Prácticas	21
1.4.4. Valor Teórico	21
1.4.5. Utilidad Metodológica	22
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO, REFERENCIAL E HIPÓTESIS.....	23
2.1 BASES TEÓRICAS.....	23
2.1.1. Antecedentes y campos de estudio de la teoría de la agencia	23
2.1.2. La teoría de la empresa y la separación de la propiedad y el control.....	25
2.1.3. Teoría de la Agencia versus la teoría clásica de la empresa	26
2.1.4. Las relaciones de la agencia.....	28
2.1.5. Información asimétrica y riesgo moral	29
2.1.6. Los costos de agencia.....	29
2.1.7. La relación de agencia y el AgM comercial.....	30
2.1.8. La corresponsalía bancaria y la relación de agencia	30
2.1.9. Estudio Económico de comercios minoristas	33
2.1.10. Evaluación económica, financiera y rentabilidad de comercios minoristas	35
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	38
2.3 ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
2.4 MARCO CONTEXTUAL	43
2.4.1. El sistema financiero y la inclusión financiera en Latinoamérica.....	43
2.4.2. El sistema financiero peruano y la inclusión financiera.....	50
2.4.3. Los cajeros corresponsales en Perú y Latinoamérica.....	62
2.4.4. El agente multired del Banco de la nación.....	74

2.5 PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS.....	83
2.5.1. Hipótesis general	83
2.5.2. Hipótesis específica.....	83
2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	83
CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	85
3.1 DISEÑO, TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	85
3.1.1. Diseño de investigación	85
3.1.2. Tipo de investigación	85
3.1.3. Nivel de investigación.....	85
3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	85
3.3 POBLACIÓN.....	86
3.4 DELIMITACIONES	86
4.5 TÉCNICA DE ANÁLISIS DE DATOS	86
4.6 PROCEDIMIENTO	86
3.7 MODELO TEÓRICO	88
CAPITULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN	89
5.1 SITUACIÓN DE LOS CAJEROS CORRESPONSALES, AGM DE LA PROVINCIA DEL CUSCO, 2020	89
5.2 ANÁLISIS CORRELACIONAL.....	106
5.2.1. Descripción de las variables.....	106
5.2.2. Medidas de tendencia central	107
5.2.3. Correlación de variables	109

5.2.4. Regresión	111
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	115
CONCLUSIONES	118
RECOMENDACIONES	119
BIBLIOGRAFÍA.....	121
ANEXOS.....	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Perspectiva organizacional y teoría de la agencia	33
Tabla 2 Estructura del Análisis Económico.....	34
Tabla 3 Estado de pérdidas y ganancias referencial	35
Tabla 4 Consolidación SERVQUAL de Investigación de Iparraguirre del 2016.....	39
Tabla 5 Indicadores de Profundidad Financiera en América Latina, España, Estados Unidos y Costa Rica 2016 y 2020	45
Tabla 6 Alcance y Cobertura Financiera en América Latina, España, Estados Unidos y Costa Rica 2020.....	46
Tabla 7 Intensidad y Transacciones Financieras en América Latina, España, Estados Unidos y Costa Rica 2014 – 2011	47
Tabla 8 Transferencias Interbancarias en América Latina, Centro América y Europa 2019	48
Tabla 9 Estructura del Sistema Financiero Peruano al 31 de diciembre 2020.....	51
Tabla 10 Intermediación Financiera del Sistema Financiero Peruano de diciembre 2015 a 2020/	52
Tabla 11 Variación Anual (%) de Depósitos totales (miles S/), depósitos en moneda nacional (miles S/) y depósitos en moneda extranjera (miles US\$) – diciembre 2020.....	53
Tabla 12 Variación Anual (%) de Créditos directos (miles S/), depósitos en moneda nacional (miles S/) y depósitos en moneda extranjera (miles US\$) a diciembre 2020	55
Tabla 13 Resultados Generales Índice Microscopio Global 2018.....	56
Tabla 14 Medios de entrada a los Servicios Bancarios: Disponibilidad de la red de atención del Sistema Financiero peruano a diciembre del 2020	59
Tabla 15 Medios de entrada a los Servicios Bancarios: Infraestructura para atención Financiero a diciembre del 2020.....	60
Tabla 16 Uso de los Servicios Bancarios último mes 2015 – 2020.....	61
Tabla 17 Profundidad de la Inclusión Financiera a diciembre del 2020.....	62
Tabla 18 Nivel de Participación en el Canal Corresponsal en el Sistema Financiero Peruano, diciembre del 2020.....	67

Tabla 19 Cajeros Corresponsales en Sistema Financiero de Perú en diciembre del 2020	68
Tabla 20 Resumen de Transacciones permitidas en los Cajeros Corresponsales en el Sistema Financiero Peruano a diciembre del 2020.....	74
Tabla 21 Distribución de Agentes Multired a Nivel Nacional a diciembre del 2020.....	80
Tabla 22 Operacionalización de variables	84
Tabla 23 Técnicas e instrumentos de investigación.....	86
Tabla 24 Descripción de las variables	106
Tabla 25 Medidas de tendencia central.....	107
Tabla 26 Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	109
Tabla 27 Correlación de la rentabilidad con los gastos de monitoreo, gastos de compromiso y la pérdida residual, utilizando el estadístico Rho Spearman	110
Tabla 28 Correlación de la rentabilidad con los costos de la agencia, utilizando el estadístico Rho Spearman.....	111
Tabla 29 Regresión por MCO: Rentabilidad con los costos de compromiso, gastos de monitoreo, pérdida residual y la confianza	112
Tabla 30 Regresión por MCO de la rentabilidad con los costos de la agencia.....	113

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Relación entre los Costos de la Agencia y el Nivel de Separación de Propiedad y Control de una Empresa	31
Figura 2 Depósitos totales (miles S/), depósitos en moneda nacional (miles S/) y depósitos en moneda extranjera (miles US\$). Diciembre 2020.....	53
Figura 3 Créditos directos (miles S/), depósitos en moneda nacional (miles S/) y depósitos en moneda extranjera (miles US\$) a diciembre 2020.....	54
Figura 4 Interacción de los Cajeros Corresponsales con los usuarios bancarios	64
Figura 5 Aparición del Canal Corresponsal Bancario en América Latina.....	65
Figura 6 Porcentaje de Cobertura a Nivel Distrital de Cajeros Corresponsales de la Banca Múltiple versus el BN a diciembre del 2020	69
Figura 7 Porcentaje de Cobertura a Nivel Distrital de Cajeros Corresponsales de las Empresas Financieras versus el BN a diciembre del 2020.....	70
Figura 8 Porcentaje de Cobertura a Nivel Distrital de Cajeros Corresponsales de las Cajas Municipales versus el BN a diciembre del 2020.	71
Figura 9 Porcentaje de Cobertura a Nivel Distrital de Cajeros Corresponsales de las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito y Edpyme versus el BN a diciembre del 2020.....	72
Figura 10 Transacciones especiales permitidas en el AgM	75
Figura 11 División del Cajero Corresponsal AgM	78
Figura 12 Distribución administrativa de las agencias del BN a nivel nacional	79
Figura 13 Condición del AgM en el mes de diciembre 2020	89
Figura 14 Agencia matriz del AgM	90
Figura 15 Distrito del AgM.....	91
Figura 16 Actividad Principal del comercio	92
Figura 17 Corresponsalía en otros bancos	93
Figura 18 Conexión del POS a internet	94
Figura 19 Número de visitas para monitoreo que recibe	95
Figura 20 Visitas semanales para equilibrio de caja.....	96

Figura 21 Grado de dificultad de contrato	97
Figura 22 Confianza del banco en el agente	98
Figura 23 Operaciones fraccionadas	100
Figura 24 Año de inicio de operaciones	101
Figura 25 Cobros indebidos	102
Figura 26 Incumplimiento del contrato.....	103
Figura 27 Penalidad	104
Figura 28 Cuenta de monto de caja.....	105

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación de los costos de la agencia con la rentabilidad del Agente Multired comercial del Banco de la Nación en la provincia del Cusco 2020; para lo cual se utilizó datos de fuente primaria (encuestas) y secundaria (del Banco de la Nación), la metodología utilizada tuvo un diseño no experimental-corte transversal y alcance descriptivo-correlacional. Las conclusiones encontradas nos indicaron que los datos no presentaron una distribución normal, por ende, se utilizó el estadístico Rho Spearman para el análisis correlacional. A partir de ello se concluyó que, la rentabilidad y los costos de la agencia de los agentes Multired Comerciales del Banco de la Nación en la Provincia del Cusco 2020 tuvieron una relación directa, significativa y muy alta (0.846), al 95% de intervalos de confianza. A partir de una regresión por MCO controlado por el tamaño de la población, porcentaje de la población que tiene tarjeta y porcentaje de la población que tiene deudas; se explicó que, ante un incremento del 1% en los costos de la agencia, en promedio la rentabilidad de los agentes multired incrementaron en 1.76%.

Palabras claves: Teoría de la agencia, Costos de la agencia, Rentabilidad, Agentes Multired, Inclusión financiera, Banco de la Nación

ABSTRACT

The present investigation aimed to determine the relationship between agency costs and the profitability of Banco de la Nación's Multired commercial agents in the province of Cusco in 2020. Primary data (surveys) and secondary data (from Banco de la Nación) were used for this purpose. The methodology employed a non-experimental cross-sectional design with a descriptive-correlational scope. The conclusions indicated that the data did not show a normal distribution; therefore, the Spearman's Rho statistic was used for the correlational analysis. It was concluded that the profitability and agency costs of Banco de la Nación's Multired commercial agents in the province of Cusco in 2020 had a direct, significant, and very high relationship (0.846) at a 95% confidence interval. Through an OLS regression controlled for population size, the percentage of the population with a card, and the percentage of the population with debts, it was explained that a 1% increase in agency costs led, on average, to a 1.76% increase in the profitability of the Multired agents.

Keywords: Agency theory, Agency costs, Profitability, Multired Agents, Financial inclusion, Banco de la Nación

INTRODUCCIÓN

Los intermediarios del sistema financiero peruano buscan diversificar sus canales de atención para descongestionar sus oficinas. La importancia del cajero corresponsal radica en su nivel de acercamiento al público ya que puede verificar la identidad de los clientes y dotarlos de efectivo (Flaming et al., 2011).

El “agente multired” es el canal de atención del Banco de la Nación que cumple la tarea de atender transacciones de los usuarios, en un entorno de búsqueda de maximización de beneficios por parte de dos contrapartes: el Banco de la Nación y los cajeros corresponsales (en adelante corresponsales). La relación entre estos actores puede analizarse a partir de la teoría de la agencia. Entre estos actores existen comportamientos que no coadyuvan ni cumplen los propósitos del canal de atención: descongestionar las ventanillas del Banco e incrementar el uso de servicios y productos bancarios y además mejorar los ingresos de los corresponsales.

Debido a la importancia y magnitud de este canal de atención¹ y a sus condiciones actuales que, podrían perjudicar a los clientes y/o usuarios con pérdidas de dinero y la no atención oportuna de reclamos, surge la presente investigación, orientada hacia los corresponsales de la provincia del Cusco en el marco de la teoría de la agencia.

¹ El Banco de la Nación posee el mayor número de cajeros corresponsales a nivel nacional con 11,413 agentes multired a diciembre del 2020.

El trabajo, a continuación, tiene por componentes a cinco capítulos; el capítulo I denominado “Marco Metodológico” presenta el problema de investigación, objetivos, hipótesis, justificación, operacionalización de variables, método de investigación, población y muestra.

El acápite II en su primera parte titulado “Marco Teórico”, es conformado por los antecedentes de la investigación donde se describe los estudios previos, así mismo en este capítulo se cuenta con las bases teóricas que sustentan la investigación, finalmente se tiene el marco conceptual donde se conceptúa cada variable de la presente investigación.

El capítulo II en su segunda parte denominado “Marco Referencial” aquí se realiza una descripción del sistema financiero, la inclusión financiera, una reseña histórica del canal cajero corresponsal en el Perú y Latinoamérica. Se finaliza con un resumen de las investigaciones relacionadas al agente multired del Banco de la Nación.

El capítulo denominado “Análisis de resultados”, muestra los resultados obtenidos por medio de encuestas y analizados a través de regresiones econométricas para demostrar las hipótesis planteadas para el presente estudio.

La investigación finaliza con las conclusiones y las recomendaciones. A la bibliografía utilizada y los anexos que están conformados por la matriz de consistencia, la encuesta y el registro fotográfico.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Los niveles de inclusión financiera, a nivel nacional, durante el periodo 2015 a 2020, han mejorado en el acceso a servicios financieros, incrementando la red de cajeros corresponsales, desde 88,121 hasta 206,452, sin embargo, el uso de servicios financieros, aún es relativamente bajo, con un modesto incremento del porcentaje de adultos con crédito que pasó del 31,0% al 32,8% durante el mismo periodo. (Superintendencia de Banca y Seguros, 2020)

Dada esta coyuntura, se prevé que el uso de servicios financieros irá incrementando progresivamente, en consecuencia: urge optimizar y mejorar la eficiencia de los canales de atención existentes. Entre ellos los cajeros corresponsales.

El Banco de la Nación (en adelante BN) creó el canal de atención “agente multired” (en adelante AgM) el año 2012². El canal es atendido por el corresponsal, en su mayoría comercios minoristas, a cambio de una comisión mensual fija o variable. Ambos: el Banco y el corresponsal firman un contrato que los vincula y surge como respuesta al entorno de información asimétrica, riesgo moral y posible conducta oportunista en el que ambos se desenvuelven.

De esta manera se configura la relación de agencia del canal de atención AgM, donde el principal (Banco) busca, a través del contrato, que el agente (corresponsal) se comporte como si estuviera maximizando el bienestar del primero (Jensen y Meckling, 1976, p. 308).

² MEMORANDO MÚLTIPLE, BN-MUL-3100-3500 N° 069-12

El entorno mencionado puede generar costos de agencia para la relación contractual, descritos por Jensen y Meckling (1976, p. 308) y están comprendidos por los gastos de monitoreo, los gastos de compromiso y las pérdidas residuales.

El canal agente multired del Banco de la Nación se destaca ampliamente de entre los cajeros corresponsales de otras entidades del sistema financiero principalmente, porque (1) reúne el mayor número de transacciones no bancarias permitidas debido a sus convenios de recaudación con entidades estatales, (2) posee la red de cajeros corresponsales más numerosa a nivel provincial, regional y nacional. A diciembre del año 2020 se cuentan 11,413 AgM a nivel nacional, representando el 5.52% de cajeros corresponsales del sistema financiero.

La provincia del Cusco tiene 208 agentes multired comerciales operando a diciembre del año 2020, que son administrados por la Agencia 1 Cusco y la Agencia 2 Wanchaq que suman 2'244,001 transacciones en el año 2020, que representan el 2.09% de transacciones anuales realizadas por el AgM a nivel nacional.

El comportamiento oportunista del agente de esta relación se ejemplifica por el cobro de comisiones indebidas a los usuarios por el uso del canal, el fraccionamiento del monto de las transacciones³. Estos casos se presentan pese a que las cláusulas del contrato los prohíben explícitamente, bajo pena de: llamadas de atención, reducción de la comisión mensual asignada y hasta resolución inmediata del contrato.

³ La comisión mensual se calcula según el número de transacciones.

El principal (Banco) también tiene una contraparte de comportamiento que puede perjudicar al agente, entre ellos: la demora, no atención y/o no notificación de las incidencias operativas del sistema y operaciones incompletas. Estos casos pueden disminuir el número diario de transacciones atendidas y por consiguiente su comisión mensual, además de significar pérdidas efectivas de dinero y la reducción de su rentabilidad.

El BN debe invertir recursos en monitorear el desempeño del corresponsal y en aplicar las sanciones en caso de incumplimiento, a su vez, el AgM debe demostrar al BN que, cumple con las cláusulas del contrato manifestados en los gastos de compromiso.

Además, se observa que la rentabilidad desde la perspectiva de los cajeros corresponsales juega un destacado rol, ya que según las ganancias netas que éstos obtengan producto de la corresponsalía, se propiciarán incentivos que varíen la observancia en el cumplimiento de las cláusulas del contrato. En ese sentido se podrán evaluar propuestas de mejora del canal de atención.

De acuerdo a lo expuesto, es de importancia para la academia profundizar en el estudio de los costos de la agencia y su relación con la rentabilidad de los agentes multired del Banco de la Nación.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación de los costos de la agencia y la rentabilidad del corresponsal del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020?

1.2.2. Problemas específicos

1. ¿Cuál es la relación entre los gastos de monitoreo y la rentabilidad del corresponsal del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020?

2. ¿Cuál es la relación entre los gastos de compromiso y la rentabilidad del corresponsal del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020?

3. ¿Cuál es la relación entre la pérdida residual y la rentabilidad del corresponsal del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación de los costos de la agencia con la rentabilidad del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Determinar la relación de los gastos de monitoreo con la rentabilidad del corresponsal del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020

2. Determinar la relación de los gastos de compromiso con la rentabilidad del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020

3. Determinar la relación de la pérdida residual con la rentabilidad del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020

1.4 JUSTIFICACIÓN

1.4.1. Conveniencia

La importancia de comprender la dinámica entre el Banco de la Nación y sus agentes multired comerciales en la provincia del Cusco. Dada su relevancia para cumplir la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, 2015), es imperativo abordar los costos de la agencia y su impacto en la rentabilidad. La conveniencia radica

en la necesidad de entender a profundidad esta relación para garantizar la eficiencia y sostenibilidad de los servicios financieros en la provincia del Cusco.

1.4.2. Relevancia Social

La investigación busca mejorar la relación entre el Banco de la Nación y sus AgM en la provincia del Cusco. Al comprender y mitigar los costos de la agencia, se busca fortalecer la prestación de servicios financieros en áreas donde estos agentes son fundamentales para el acceso de la población a servicios bancarios. Mejorar esta relación puede tener un impacto directo en la accesibilidad y calidad de los servicios financieros para la comunidad.

1.4.3. Implicaciones Prácticas

La investigación proporcionará conocimiento práctico y aplicable, conclusiones y recomendaciones que podrán ser utilizadas por: (a) los corresponsales del Banco para evaluar su rentabilidad y permanencia como agentes multired; (b) las personas naturales y/o jurídicas interesadas en ingresar a la actividad de corresponsalía; (c) los administradores del Banco para evaluar la efectividad y mejorar el sistema de supervisión actual y todo esto posteriormente influya en la mejora de atención al público por parte de este canal.

1.4.4. Valor Teórico

La tesis aportará al cuerpo teórico existente, especialmente en el ámbito de la teoría de la agencia aplicada al sector financiero. Al integrar conceptos teóricos, como los costos de la agencia descritos por Jensen y Meckling, con la realidad de los agentes multired comerciales, se busca avanzar en la comprensión de las relaciones de agencia en entornos específicos. Este enfoque teórico enriquecerá la literatura existente y proporcionará una base conceptual sólida, ya que las aproximaciones teóricas e investigaciones son escasas.

1.4.5. Utilidad Metodológica

La metodología empleada en esta investigación será valiosa para futuros estudios en el campo de las relaciones de agencia en comercios minoristas y en el sector financiero. Se establecerá un marco metodológico que puede ser replicado y adaptado por profesionales y especialistas del sector de corresponsalía no bancaria e inclusión financiera en investigaciones similares. Además, servirá como fuente de consulta y referencia a la Gerencia Central de Negocios del BN para la definición de addendas futuras dentro del contrato del AgM.

En conjunto, la tesis "Los Costos de la Agencia y la Rentabilidad del Agente Multired Comercial del Banco de la Nación en la Provincia del Cusco 2020" se justifica por su relevancia en términos de conveniencia, relevancia social, implicaciones prácticas, valor teórico y utilidad metodológica, y se espera que contribuya significativamente al conocimiento en este campo específico.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO, REFERENCIAL E HIPÓTESIS

2.1 BASES TEÓRICAS

2.1.1. Antecedentes y campos de estudio de la teoría de la agencia

Este campo teórico explica las relaciones entre los actores dentro de las empresas y organizaciones, que están caracterizadas por la presencia de: incertidumbre, información asimétrica, riesgo compartido y objetivos diferentes y en conflicto (Eisenhardt, 1989, p. 58). A su vez, la relación de agencia se puede definir como, un contrato que vincula dos entes económicos: el principal y el agente, para delegar la autoridad de tomar decisiones. En el supuesto de que ambos entes se comporten como maximizadores de utilidad, existen razones suficientes para suponer que el agente no actuará siempre según los intereses del principal, como el de incrementar las ganancias y el valor de la empresa (Jensen & Meckling, 1976, p. 308). Siguiendo una línea histórica encontramos ejemplos de estos conceptos:

Es así que Panda y Leepsa (2017, p. 77) mencionan que los antecedentes de la teoría de la agencia se pueden rastrear desde las primeras relaciones económicas dentro de la empresa, entre: el propietario, los socios, empleados y proveedores. Por lo que encontramos una breve referencia a la divergencia de los propósitos del principal y el agente en el análisis de Adam Smith, sobre las principales instituciones del imperio británico (siglo XVIII), como la Compañía de la Indias Orientales, la Compañía de los Mares del Sur y el Banco de Inglaterra:

“No es razonable esperar que los directivos de estas compañías, al manejar mucho más dinero de otras personas que de ellos mismos, lo vigilen con el mismo

ansioso cuidado con el que frecuentemente vigilan el suyo los socios de una empresa particular” (Smith, 1776 (1996), p. 696)

Una línea relevante de estudio dentro de esta teoría es el problema de la agencia, que también tiene aproximaciones a la contabilidad, las finanzas, la ciencia económica, las ciencias políticas, la sociología, el comportamiento organizacional y el marketing (Panda & Leepsa, op. cit., p. 75). El problema de la agencia consiste en inducir a un agente a comportarse como si estuviera maximizando el bienestar del principal, en todas y en cada nivel de las organizaciones como: universidades, empresas mutuas, cooperativas, oficinas gubernamentales y sus autoridades (Jensen y Meckling, 1976, p. 309).

- **Líneas de estudio de la teoría de la agencia**

Se puede dividir en dos líneas de estudio, de acuerdo a (Eisenhardt, 1989, p. 59):

1. Teoría de la Agencia Positivista: se concentra en identificar situaciones donde el principal y el agente probablemente tienen objetivos en conflicto y luego describe mecanismos de gobierno corporativo que puedan limitar la búsqueda de beneficio propio por parte del agente. Su estudio parte con la división de la propiedad y control dentro de las grandes corporaciones, según se observó y mencionó a Berle & Means (1932).

2. Investigación del Principal-Agente: parte de la teoría general de la relación del principal-agente en diferentes ámbitos: posee bases abstractas, matemáticas y teóricas con una cuidadosa especificación de sus supuestos.

De tal manera que Eisenhardt (op. cit., p. 60) concluye que ambas líneas de estudio se complementan: la línea positivista identifica diferentes alternativas de contrato, mientras que, la línea del principal-agente indica cuál de los contratos es el más eficiente con niveles variables de

incertidumbre de resultado, aversión al riesgo e información. Estos últimos se pueden identificar como componentes de los problemas del riesgo moral.

2.1.2. La teoría de la empresa y la separación de la propiedad y el control

Los pioneros en el tema fueron Berle y Means (1932, pp. 3 – 10), quienes advirtieron y describieron la creciente atomización de la propiedad experimentada por las grandes corporaciones norteamericanas, luego de la gran depresión de 1929 cuando en el gobierno del presidente Theodore Roosevelt, se aplicó el llamado “New Deal”, que consistía en la regulación e intervención estatal en el mercado financiero, laboral y de bienes y servicios, que se reflejó en la progresiva estatización parcial o total de algunas empresas en quiebra. Este episodio originó, la separación de la “propiedad y control”. Es así que, la toma de decisiones pasó de un número de propietarios o accionistas cada vez mayor, a un reducido grupo de directores y ejecutivos; originando una probable divergencia entre los intereses y objetivos de ambos (Nedelchev, 2012, p. 3) y uno de los principales fenómenos que aborda la teoría de la agencia. Por su parte, Berle y Means (1932) no utilizan el término de teoría de la agencia, sin embargo, hacen una referencia implícita de ésta, como una de las características de la corporación cuasi-pública (Weidenbaum, 1990, p. 1).

Esta “separación” dentro de las nuevas corporaciones “destruyó” primero (a) el átomo antes conocido como propiedad y segundo (b) la base del antiguo supuesto de que la búsqueda de ganancias estimula al dueño de la propiedad industrial, para que le dé un uso efectivo a ésta. De esta manera, se cuestionó el principio económico fundamental de la iniciativa individual dentro de la empresa industrial (Berle y Means, 1932 (1991), p. 9), explicando el comportamiento de los numerosos inversionistas que buscan carteras de inversión rentables. Estos eventuales accionistas

de las corporaciones esperan obtener ganancias renunciando al control como propietarios y ejerciendo una mínima intervención en dichas corporaciones.

En esta misma línea, Ronald Coase (1937), replanteó los motivos de la existencia de la empresa y su superioridad sobre el mercado para dirigir la producción, definiendo la empresa como un sistema de relaciones y contratos en el que el empresario coordina el uso de los recursos, lo cual contradice a la teoría clásica que sostiene que el mecanismo de precio de mercado dirige la producción. De acuerdo a Fontrodona & Sison (2007, pp. 66-67), este autor basa la superioridad de la empresa sobre el sistema de precios en: la disminución de los costos de transacción, la determinación de precios y de negociación de contratos dentro de la empresa con respecto al mercado. Así mismo, resaltan la importancia del trabajo de Coase para la aparición del Institucionalismo (Garay & Lisboa, 2017, p. 53) y de los estudios posteriores sobre la Teoría de la Empresa (García & Taboada, 2012, p. 12), para poner en el tapete la naturaleza contractual de la empresa que relaciona a todos sus actores, dando forma al estudio del problema del principal y el agente y con él a la Teoría de la Agencia.

2.1.3. Teoría de la Agencia versus la teoría clásica de la empresa

Gravelle y Rees en 2006 (pp. 160-188) enumeran y describen los objetivos de la empresa, según la teoría clásica: *(1) la Maximización del beneficio a largo plazo:* La empresa debe planificar una combinación de productos que maximicen su beneficio, minimizando sus costes e incrementando la diferencia entre los ingresos y costes. *(2) Maximización de los beneficios a corto plazo:* La empresa debe planificar las medidas de factores y de producción para el espacio temporal, de tal manera que su beneficio sea maximizado, tomando en cuenta la limitación para modificar dichos resultados.

Sin embargo, estos objetivos por lo general, solo se cumplen en las empresas lo suficientemente pequeñas y sin economía de escala significativas, como pollerías, tiendas de artesanía y los propios comercios donde funcionan los agentes corresponsales bancarios. Donde los propietarios son los que obtienen la totalidad de la utilidad y tienen además todo el control sobre su empresa.

Cuando se habla de empresas grandes o corporaciones que han dividido lo suficiente la propiedad de la misma entre diferentes accionistas o tienen la participación de un Banco en su directorio, el control también se divide. Por tanto, el objetivo de maximización de beneficios a largo y corto plazo no se cumple en su totalidad.

Entre las principales divergencias de la teoría clásica que mencionan (Gravelle y Rees, 2006 pp. 621-672) están: (1) **Propiedad** que puede pasar de un único propietario a numerosos accionistas con responsabilidad limitada, que pueden comerciar sus acciones en la bolsa de valores, (2) **Control**: Cuando la propiedad de la empresa se divide entre unos cuantos o varios accionistas. El control de la misma también es ejercido por un “consejo de administración” que a su vez, dependiendo de la situación, puede tener participación de consejeros externos y entidades financieras. (3) **Organización** basada en jerarquía desde el nivel gerencial hasta las áreas logística, contable, marketing, producción, distribución, entre otras. Cuyo tamaño dependerá de la diversidad de las actividades de venta y producción de la empresa. (4) **Información** recopilada por las diferentes áreas de la empresa con el objetivo de planificar su estrategia y predecir el comportamiento de sus competidores y clientes; sin embargo, existirá un grado de incertidumbre. (5) **Conflicto** surgido de las diferentes posiciones sobre las acciones a tomar por parte de los tomadores de decisiones. Debido a la separación de la propiedad y el control existe una búsqueda

de beneficios propios diferentes a los de la empresa por parte de algunos grupos; por ejemplo: gastos personales, viajes de negocios, seguros médicos, etc.

Gravelle y Rees, 2006 (p. 623) concluyen resaltando la importancia de la teoría clásica de la empresa; sin embargo, mencionan a las “consecuencias de la separación de la propiedad y el control” como uno de los problemas cotidianos que se presentan en las empresas del “mundo real”. Problema central que aborda la teoría de la agencia. Y da lugar al estudio de la teoría de la agencia y los costos de la agencia.

2.1.4. Las relaciones de la agencia

Diferentes autores apuntan al artículo de Jensen y Meckling (1976) como uno de los pioneros en la elaboración de los cimientos para la Teoría de la Agencia (Eisenhardt, 1989, p. 58), (Garay y Lisboa, 2017, p. 53) y (Panda y Leepsa, 2017, p. 77). El documento integra elementos de la Teoría de la Agencia, la Teoría de los Derechos de Propiedad y las Finanzas para desarrollar una Teoría de la Estructura de Propiedad de la Empresa. (Jensen y Meckling, 1976, p. 308) Brindan un análisis, concepto y tipos de costos de agencia, mostrando su relación con el problema de “propiedad y control” dentro de la empresa.

(Eisenhardt, 1989, p. 58) hace una revisión de la teoría de la agencia y señala que ésta se ocupa principalmente de dos problemas que pueden ocurrir en las relaciones de agencia: el primero se presenta (a) cuando los objetivos del principal y del agente están en conflicto y (b) cuando es difícil u oneroso para el principal verificar que está haciendo realmente el agente. El segundo problema es el riesgo compartido que se presenta cuando el principal y el agente tienen diferentes actitudes hacia el riesgo. Estos problemas conllevan a que el principal y el agente puedan preferir diferentes comportamientos debido a las diferentes preferencias del riesgo.

2.1.5. Información asimétrica y riesgo moral

Como ya se ha mencionado, la teoría de la agencia examina los fenómenos en entornos de información asimétrica, que surgen cuando una de las partes de una transacción tiene mayor conocimiento que la otra sobre la naturaleza del bien o servicio, objeto de la transacción, o sobre las condiciones en que debe ejecutarse el contrato (Fernandez-Baca, 2004, p. 63). Entonces, dentro de las relaciones de la agencia y el problema principal-agente se observan situaciones donde el principal posee menos información que el agente que ha contratado para realizar una determinada tarea, este problema *ex-post* en entornos de información asimétrica que puede conducir a conductas oportunistas por parte del agente, se conoce como problema del riesgo moral (Fernandez-Baca, 2004, p. 63) y encontrar las soluciones a éste es una de las tareas de la teoría de la agencia, a través, de la identificación de un contrato que pueda influenciar las acciones del agente e incrementar el valor o las ganancias de la empresa. Por ejemplo, un contrato que calcule el salario según los resultados o la cantidad producida en un periodo, también conocido como contrato por comisiones (Sarmiento, 2005, p. 15).

2.1.6. Los costos de agencia

La teoría de la agencia, en su búsqueda por disminuir la información asimétrica y el riesgo moral dentro de las relaciones de la agencia y los problemas del principal-agente, ha identificado los costos de agencia. ASÍ, Jensen y Meckling (1976, p. 308) definen los costos de agencia como la suma de tres componentes: (1) los gastos de monitoreo, mediante los cuales el principal limita las actividades irregulares del agente; (2) los gastos de compromiso, en los que el agente incurre para garantizar que no realizará acciones que puedan dañar al principal y (3) la pérdida residual,

que es la divergencia entre las decisiones del agente y aquellas decisiones que podrían maximizar el bienestar del principal; es decir, la reducción de bienestar que experimenta el principal.

2.1.7. La relación de agencia y el AgM comercial

Según la exposición teórica desarrollada; se evidencia la importancia de los contratos dentro de la teoría de la agencia para reducir la información asimétrica y el riesgo moral y los costos de agencia; propios de toda relación de agencia y problema del principal-agente. (Jensen & Meckling, 1976, p. 308) mencionan que el grado de relevancia de los contratos dentro de la empresa, radica en su capacidad de alinear los incentivos entre el principal y el agente para así reducir los costos de agencia.

El presente trabajo se enmarca en las investigaciones del principal-agente (descrita por Eisenhardt, 1989). El canal de atención AgM comercial del BN se representa mediante la relación general del principal-agente. El principal es representado por el BN, personificado en los administradores de agencias 1, 2 y 3 que se encargan de la identificación, afiliación, supervisión y administración de las personas naturales ó jurídicas que actúan como agentes multired comerciales, los cuales han suscrito el *Contrato bancario de Cajero Corresponsal entre el AgM y el BN* y representan al agente.

2.1.8. La corresponsalía bancaria y la relación de agencia

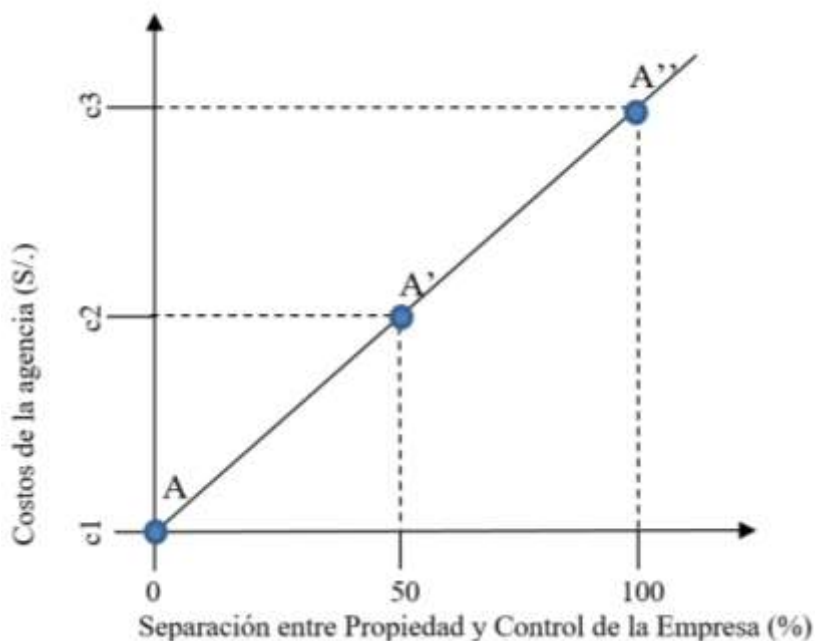
Ang et al. (2000) en su investigación “Costos de la agencia y estructura de propiedad” miden los costos de la agencia en 1708 corporaciones estadounidenses utilizando información de las cuentas nacionales. Para medir los costos de agencia. En la figura 1, se puede considerar el punto A como referencia, donde los costos de agencia y el nivel de separación entre propiedad y control de la empresa son cero. Es decir, una sola persona posee la totalidad de la propiedad

empresarial y se encarga de su administración. Por consiguiente, no tienen ningún costo de agencia para contratar a un tercero que se encargue de la administración.

La situación opuesta se presenta en el punto A'' donde la separación entre propiedad y control es del 100% y por lo tanto el administrador no es propietario de la empresa en ningún nivel. El administrador es un tercero, con incentivos totalmente divergentes de los propietarios (por ejemplo, accionistas), de manera que los costos de agencia se incrementan sustancialmente hasta c_3 , ya que los propietarios para alinear sus incentivos deben incurrir en mayores gastos de monitoreo, etc. Asegurándose que el agente no actúa en beneficio propio.

Figura 1

Relación entre los Costos de la Agencia y el Nivel de Separación de Propiedad y Control de una Empresa



Fuente: Tomado de Ang et al., (2000), Elaboración Propia

Utilizando este principio teórico, comparan las empresas con propiedad y administración individual de las que poseen algún tipo de administración y propiedad en accionistas o terceros. Hallaron que los costos de la agencia:

i) Son significativamente más altos cuando un tercero externo administra la empresa que cuando el propietario es el administrador.

ii) Están inversamente relacionados con la proporción de propiedad del administrador

iii) Se incrementan, a medida que hay mayor número de accionistas.

Eisenhardt (1989) en su investigación Control: enfoque organizacional y económica que, combina el diseño organizacional con la teoría de la agencia para explorar las variables de control (estructuras de recompensa, características de las tareas y sistemas de información) dentro de las organizaciones. El estudio analiza las prácticas de compensación para vendedores en 54 tiendas minoristas en Estados Unidos. Las conclusiones muestran que las tareas que tengan un alto nivel de programación requieren sistemas de control basados en el comportamiento del trabajador mientras aquellas tareas que tengan un bajo nivel de programación requieren sistemas de información más elaborados o sistemas de control basados en los resultados del trabajador.

Eisenhardt (1985), en primer lugar, desarrolla las estrategias de control dentro de las organizaciones, desde la perspectiva organizacional y la teoría de la agencia, a continuación, se resumen:

Tabla 1*Perspectiva organizacional y teoría de la agencia*

Perspectiva organizacional	Teoría de la agencia
Las características de las tareas determinan que estrategia de control es la más adecuada.	Determinar el contrato óptimo para el agente, en los casos de información incompleta.
Principales planteamientos	Principales planteamientos:
La importancia de la programabilidad de las tareas para elegir la estrategia de control.	El papel de la incertidumbre en la elección de la estrategia de control dado su impacto en los costos.
El control social como alternativa de control basada en una evaluación de desempeño.	El papel de los sistemas de información en el control de comportamiento del agente.

Fuente: Eisenhardt (1985). Elaboración propia

Según Eisenhardt (1985), ambas teorías se complementan. El enfoque de la teoría de la agencia hace más hincapié en los sistemas de información, la incertidumbre, los costes y las recompensas, mientras que el enfoque organizativo subraya la importancia de las características de la tarea y el nivel de programación como elección de la estrategia de control.

2.1.9. Estudio Económico de comercios minoristas

Baca Urbina, 2010, describe la metodología para el análisis económico de proyectos de inversión y lo resume como la conversión en términos monetarios de los cálculos efectuados durante el estudio técnico que, serán clasificados como costo directo, indirecto, inversión, etc. Esta información será ingrediente para la evaluación económica posterior.

Tabla 2*Estructura del Análisis Económico*

Información	Uso posterior
Ingresos	
Costos financieros - tabla de servicio de deuda	
Costos totales producción - administración - ventas - financieros	Estado de pérdidas y ganancias
Inversión Total fija y diferida	
Depreciación y amortización	
Capital de trabajo	Balance general
Costo de capital	Evaluación económica

Elaboración propia según Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*.

Existen numerosas clasificaciones de costos, según la metodología para los cálculos posteriores. Baca Urbina (2010, p. 140) define los costos como “*un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual*”.

Según Baca Urbina (2010), los costos de producción incluyen: (1) materia prima: considera la merma por unidad producida, (2) mano de obra: se divide en directa (involucrada en producción) e indirecta (relacionada pero no obrera), sumando prestaciones sociales y (3) depreciación y amortización: costos virtuales, calculados según la ley.

Los costos administrativos abarcan gerencia, recursos humanos, etc., incluyendo depreciación y amortización. Los costos de venta implican mercadotecnia y los intereses de préstamos. La depreciación aplica a activos fijos que pierden valor con el tiempo, y la amortización es un monto anual para recuperar inversiones, basado en leyes contables.

El estado de pérdidas y ganancias, según Baca, 2010, permite hallar la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, es decir, calcular el beneficio real de la operación de la planta.

Díez Torca (2010), señala que el estado de pérdidas y ganancias sirve para analizar el desempeño y situación patrimonial. Su objetivo es hallar el beneficio o utilidad neta de un periodo. Debido a los objetivos del presente trabajo se utilizará el esquema simplificado que propone Díez Torca, 2010. Ver tabla 3.

Tabla 3

Estado de pérdidas y ganancias referencial

Concepto
Ventas
- Coste de ventas
Beneficio bruto
% margen bruto
Costos de venta, administración u otros costos generales
Otros costes
EBITDA
% margen EBITDA
Depreciación y amortización
EBIT
% margen EBIT
Intereses
Beneficio antes de impuestos
Impuestos
Beneficio después de impuestos
% margen neto

Fuente: Díez Torca, 2010, pp. 14

2.1.10. Evaluación económica, financiera y rentabilidad de comercios minoristas

Los comercios minoristas, que funcionan como cajeros corresponsales, son también pequeños proyectos empresariales, donde existe una inversión, financiamiento, costos y expectativas de ganancia futura.

El propósito de la evaluación económica es asignar de forma eficiente los recursos disponibles, previo análisis de las ventajas y desventajas de las alternativas de inversión (FIRA, 2011).

Entre las diferencias de la evaluación económica y financiera se puede mencionar que, la primera está orientada hacia la formulación de proyectos de inversión público y/o público privados, que brinden un servicio público, el beneficiario sea la sociedad, motivo por el que se utiliza el precio social para su medición. Al contrario de la evaluación financiera que está orientada a proyectos privados (entre ellos los comercios minoristas), orientados en el cliente o consumidor y el objetivo sea la utilidad, por ese motivo se utiliza los precios de mercado para su medición.

FIRA (2011), indica que el análisis Beneficio Costo es clave en la evaluación económica, utilizando el Flujo Neto de Efectivo e indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Los precios de mercado no reflejan completamente los beneficios y costos económicos, por lo que se calculan precios sociales, ajustando distorsiones como impuestos y monopolios. La evaluación económica considera beneficios directos e indirectos menos costos para hallar el beneficio neto.

Entre las metodologías de medición de la rentabilidad, Baca, 2010, menciona las razones financieras, La ventaja que tiene este método es el uso de información que ya sucedió en la empresa, a diferencia del VPN y TIR que utilizan información del futuro proyectado.

Baca (2010, p. 190 – 192) menciona que, las razones de liquidez miden la capacidad de una empresa para cumplir con sus deudas a corto plazo. Las principales son:

1. Tasa circulante: divide los activos circulantes (efectivo, cuentas por cobrar, inventarios) por los pasivos circulantes (cuentas por pagar, deudas a corto plazo). Mide la solvencia a corto

plazo y 2. Prueba del ácido: excluye inventarios de los activos circulantes antes de dividir por los pasivos circulantes. Evalúa la capacidad de afrontar deudas sin vender inventarios.

Las tasas de apalancamiento evalúan el uso de deuda:

1. Razón de deuda total a activo total: mide la proporción de financiamiento mediante deuda. Un valor aceptado es 33%. 2. Número de veces que se gana el interés: mide las ganancias antes de intereses e impuestos. Un valor aceptado es 8 veces.

Las tasas de actividad incluyen:

1. Rotación de inventarios: ventas divididas por inventarios, valor aceptado es 9. 2. Periodo promedio de recolección: tiempo para recibir pagos, valor normal es 45 días. 3. Rotación de activo total: mide la rotación de todos los activos, valor aceptado es 2.

Gonzales y Correa (2002, p. 396), definen la rentabilidad como “*expresión de aptitud o capacidad de la firma para generar recursos con los capitales o medios invertidos*”.

Sanchez Segura, 1994, p. 161, señala que el objetivo de la rentabilidad económica es la medición de la “*eficacia de la empresa en la utilización de sus inversiones*”. Baca, 2010, vincula la rentabilidad a una “*efectiva administración de la empresa*”.

Gonzales y Correa (2002) divide a las investigaciones sobre la rentabilidad en: (1) estudios descriptivos tradicionales que miden la evolución de las empresas abarcando periodos y utilizando ratios. (2) estudios explicativos que a través de metodologías estadísticas modernas analizan individualmente cada empresa para determinar su nivel de rentabilidad.

Sánchez Segura (1994) define la rentabilidad económica usando el activo total de la empresa, calculada como ROA (return on assets): Rentabilidad económica = (Resultado neto contable) / (Activo neto total). Esto resulta de margen (m) y rotación (r). La rentabilidad financiera

(ROE, return on equity) mide la capacidad de generar riqueza para los accionistas: Rentabilidad financiera = $(\text{Resultado neto contable}) / (\text{Recursos propios})$. Baca (2010) sugiere un valor aceptado de 5-10% para ROA. El ROI (return on investment) relaciona la utilidad neta con la inversión en actividades específicas, más amplio que ROA y ROE.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Costos de la agencia: Jensen y Meckling (1976) definieron como “los gastos que surgen en una relación cuando existe una asimetría de información entre dos partes, el principal y el agente. Esta asimetría de información implica que el agente tiene más conocimiento sobre algo que el principal, lo que puede llevar a conflictos de intereses y a que el agente actúe en beneficio propio en detrimento del principal” (Pág. 308).

Rentabilidad: Jensen y Meckling (1976) definieron como “la eficiencia con la que se administran los recursos de una empresa para maximizar el valor para sus accionistas” (Pág. 309).

Costos de compromiso: Jensen y Meckling (1976) definieron como “los gastos en que incurre una empresa para establecer mecanismos que ayuden a minimizar los costos de agencia” (Pág. 309).

Gastos de monitoreo: Jensen y Meckling (1976) definieron como “acciones que toman los principales (accionistas) para supervisar las actividades de los agentes (gerentes) y asegurarse de que estos últimos estén actuando en el mejor interés de la empresa” (Pág. 309).

Pérdida residual: Jensen y Meckling (1976) definieron como “al valor económico que se pierde debido a la desalineación de intereses entre los principales (accionistas) y los agentes (gerentes) en una empresa” (Pág. 310).

2.3 ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Alrededor del AgM existen investigaciones a nivel tesis, sobre la calidad de la asistencia y la satisfacción de los usuarios:

La tesis de Iparraguirre del 2016, analizó la relación existente entre la calidad de atención en los agentes corresponsales de la agencia 2 de Tacna y el nivel de satisfacción de los clientes.

Mide la calidad del servicio mediante la metodología SERVQUAL⁴ a través de encuestas. Encontrando brechas entre las expectativas y percepciones de los clientes en las dimensiones de Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía y Elementos Tangibles. Ver Tabla 4.

Tabla 4

Consolidación SERVQUAL de Investigación de Iparraguirre del 2016

Dimensiones SERVQUAL		Puntajes obtenidos		
Dimensión	Descripción	Percep.	Espec.	Brecha
Fiabilidad	La capacidad para ejecutar el servicio prometido en forma digna de confianza y con precisión	3.03	3.65	-0.62
Capacidad de Respuesta	Disposición a ayudar a los clientes y proporcionar un servicio expedito	3.01	3.60	-0.59
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad	2.98	3.65	-0.67
Empatía	Cuidado, atención individualizada dada a los clientes	3.01	3.59	-0.59
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales impresos	2.97	3.63	-0.66

Fuente: Iparraguirre (2016)

⁴ Modelo que mide la calidad del servicio, basado en las expectativas y percepciones del cliente. Planteado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988.

Los resultados indican que existe una correlación entre la calidad del servicio que brinda el AgM y la satisfacción del cliente.

El nivel de satisfacción de los clientes es moderado en un 33.3%, bajo en un 30.8%, muy alta en 10.3% y baja en un 2.1%. En cuanto a la calidad del servicio se halló que el 61.5% la considera medio, el 23.1% la considera deficiente y el 15.4% la considera alta.

En conclusión, aunque los agentes multired no ofrecen un servicio de alta calidad, los clientes están satisfechos con el servicio que reciben.

Iparraquirre (2016) finalmente propone mejoras en las transacciones y procedimientos de los agentes en:

(1) Tiempo de resolución de reclamos: reducir el plazo de atención de reclamos, implementar un sistema especializado de reclamos, mayor capacitación al personal.

(2) Errores en los códigos de pago: mejorar capacitación de los agentes, implementar transacción directa entre instituciones (máximo plazo de un día).

(3) Incremento de las operaciones como telegiro e incrementar el pago de más tributos, sin embargo, el autor no especifica las instituciones.

(4) Además el autor sugiere la implementación de una transacción que permita realizar extornos⁵ para abonar el dinero a la cuenta de origen, debido a un error inicial. De ser realidad esta transacción supondría la presencia de incentivos para abonar el dinero a cuentas de terceros,

⁵ Operación que anula una transacción, quedando el monto a disposición de la entidad y posteriormente abonarlo.

poniendo en riesgo la seguridad del cliente. Ya que incluso dentro de las agencias los extornos necesitan la autorización de un encargado.

Para la implementación de mejoras exitosas, que incrementen la calidad de atención y satisfacción de los clientes. Es preciso un estudio amplio que incluya indicadores como costo/beneficio. Ya que nuevas transacciones significan mayores costos. La constante capacitación de los agentes y la orientación oportuna hacia los clientes para la resolución de reclamos puede ser incluso más efectiva y menos onerosa.

Visto desde la teoría de la agencia, la calidad del servicio que brinda el AgM estaría relacionada con los incentivos que posea, para no cobrar las comisiones adicionales, para respetar los horarios de atención, para resolver los reclamos y/o errores operativos que se presenten durante las transacciones. Como menciona Iparraguirre (2016), éstos últimos están relacionados con el soporte operativo que a su vez brinde el propio Banco.

La tesis de Ramírez del 2018, analizó la relación entre la publicidad y la atención al cliente de los agentes multired en la Agencia 2 de Abancay durante el año 2016. Dividiendo la publicidad en: (1) Objetivo Publicitario, (2) Presupuesto Publicitario y (3) Estrategias Publicitarias. Dentro de su descripción del problema considera que la publicidad en redes sociales y a nivel web es insuficiente.

No obstante, la autora considera aplica la variable atención al cliente a los propios agentes multired, siendo este un caso de intracliente. Lo natural, debido a la ausencia de esta aclaración sería considerar al cliente final. Al usuario de los servicios bancarios. Que respondería con mucho menor sesgo el cuestionario sobre la Eficacia, la Oportunidad y la Atención.

Entre sus conclusiones, Ramirez (2018, p. 52) encontró que según el 55.56% de los AgM, la publicidad desde del BN, es de “pocas veces se evidencia”.

El 60% de los agentes multired encuestados mencionan que “pocas veces” se ha observado objetivos publicitarios⁶, en sus tipos: informativa, persuasiva y de recordación implementados desde el Banco.

El 55% de los agentes indica que pocas veces son adecuados los presupuestos publicitarios⁷, desde el Banco. La autora ha dividido según el método costeable, en alta dirección y resultados, y describe según Armstrong & Kotler, 2013, es cuando la gerencia de una empresa destina un presupuesto con una mínima consideración de la realidad de sus operadores.

El 75% de los agentes mencionan que pocas veces se implementan adecuadas estrategias publicitarias⁸.

La autora encuentra una relación positiva “baja” entre las diferentes dimensiones de publicidad y la atención al cliente (el propio AgM) en el caso de la Agencia 2 de Abancay, y propone “*brindar prioridad al desarrollo de la publicidad*”, mejorar la gestión de los agentes para

⁶ Según Ramirez, 2018, p. 13, el objetivo publicitario, ayuda a forjar relaciones con los clientes mediante la comunicación del valor para el cliente. Para cada objetivo, existe un público meta y un periodo específico.

⁷ Según Ramirez, 2018, p. 16, citando a Armstrong & Kotler, 2013 el presupuesto publicitario, según la estructura organizacional de la empresa, incluye al dinero y demás recursos destinados a un producto o programa publicitario de la empresa.

⁸ Según Ramirez, 2018, p. 17, consiste en crear mensajes publicitarios para retener la atención de la audiencia meta e influir en ella y también, seleccionar medios de publicidad, en función a la audiencia meta.

su adecuada identificación e ubicación, descentralizar la adquisición de material publicitario a cada oficina principal, para que así la dotación de este recurso sea oportuna y ágil.

La autora describe y se concentra en las dificultades que atraviesan los agentes multired para brindar el servicio. Un análisis completo consideraría a su vez las acciones que incumplen el contrato y manual desde los propios agentes. Esto en desmedro de la atención al cliente final. Una investigación completa debería sopesar este crucial aspecto para una mejor conclusión.

2.4 MARCO CONTEXTUAL

2.4.1. El sistema financiero y la inclusión financiera en Latinoamérica

El sistema financiero permite la asignación de recursos, desde los prestamistas-ahorristas, quienes poseen un excedente o superávit, hasta los prestatarios-dispendiosos, quienes tienen una necesidad de capital para inversión, consumo o gasto. Entre los actores mencionados se encuentran gobiernos, empresas y familias principalmente.

Como consecuencia de un sistema financiero grande y sólido, la economía del país o región tendrá mayores oportunidades de inversión motivadas y ejecutadas que contribuirán positivamente a su crecimiento y desarrollo, expresado en mayores niveles de empleo y mejores condiciones de vida (Fernandez-Baca, 2004, p. 42).

Latinoamérica tiene una realidad heterogénea, caracterizada por problemas estructurales que se reflejan en un sistema financiero con una preferencia hacia las empresas grandes y el propio Estado, expresados a través de colocación de créditos bancarios externos, participación en mercados accionarios y mercados de títulos de deuda. En conjunto estos mercados evidencian un insuficiente desarrollo y limitaciones para atender a la micro, pequeña y mediana empresa (Vera y Titelman, 2013, p. 7).

La preferencia de los inversores por colocar sus carteras en activos de los gobiernos y/o en depósitos bancarios con un mínimo riesgo y mayor seguridad, quedando un mínimo de sus carteras para invertir en proyectos de empresas medianas y pequeñas (Vera y Titelman, 2013, p. 9).

Los sistemas bancarios en la región se caracterizan por su escasa profundidad, alcance limitado en la intermediación financiera y aún reducida cobertura e intensidad de uso (Ruiz, 2007, p. 125), (Bank for International Settlements, 2007, p. 9), como se aprecia a continuación:

La tabla 5 muestra la diferencia marcada del nivel de profundidad entre los países latinoamericanos, Estados Unidos y España. Estados Unidos posee un PBI per cápita de USD 53,748.97 y los créditos desde los bancos sobre el PBI de 54.4%. España, un PBI per cápita de USD 29,600.35 y los créditos desde los bancos sobre el PBI de 107.5%. Entre los países latinoamericanos, Chile muestra el mayor PBI per cápita USD 14,050.18 con 88.6% de los créditos desde los bancos sobre el PBI y Bolivia tiene un PBI per cápita de USD 2,345.48 con un 80% de depósitos sobre el PBI. A rasgos generales, un mayor PBI per cápita se relaciona positivamente con un mayor nivel de depósitos y créditos sobre el PBI.

Tabla 5

Indicadores de Profundidad Financiera en América Latina, España, Estados Unidos y Costa Rica 2016 y 2020

País	PBI per Cápita (Precios Constantes 2010) USD \$ 2020	Depósitos sobre PBI 2016 (%)	Créditos domésticos desde los bancos al sector privado como % del PBI 2020
Argentina	8,692.71	18.8	-
Bolivia	2,345.48	64.9	80
Brasil	10,672.18	59.3	70.2
Chile	14,050.18	54.1	88.6
Colombia	7,228.44	23.6	54.1
Costa Rica	9,619.72	26.4	60
Ecuador	4,628.32	31.1	44.9
España	29,600.35	96.8	107.5
Estados Unidos	53,748.97	81.3	54.4
México	9,322.34	29.5	29
Perú	5,685.37	36.8	55.1
Uruguay	13,430.72	46.7	25.7 (1)

(1) 2019

Fuente: Datos de Cuentas del Banco Mundial. Cuentas Nacionales de la OECD. Estadísticas Financieras Internacionales del Fondo Monetario Internacional. Todos Extraídos de Indicadores de Desarrollo Global del Banco Mundial.

Elaboración Propia

En la tabla 6. España y Estados Unidos poseen un mayor alcance y cobertura con: 45.5 y 29.7 sucursales bancarias por cada 100,000 habitantes; 93.8% y 93.1% de la población mayor de 15 años, posee una cuenta en una institución financiera formal; 103.4 cajeros automáticos, por cada 100,000 habitantes adultos en España; 1,415.05 tarjetas de débito por cada mil adultos y 1,277.68 tarjetas de crédito por cada mil adultos en el país ibérico. Los países latinoamericanos tienen indicadores que, pese a su mejora en los últimos años, son aún menores a los estándares de países más desarrollados. Brasil tiene 17.9 sucursales bancarias por cada 100,000 habitantes. En Chile, el 73.8% de la población mayor de 15 años posee una cuenta en una institución financiera

formal. Perú posee 124.3 cajeros automáticos por cada 100,000 habitantes adultos. Chile tiene 1,406.37 tarjetas de débito por cada mil adultos y Uruguay 1,239.34 tarjetas de crédito por cada mil adultos. Mientras el sistema tenga una mayor cobertura, la población accederá a sus servicios con mayor frecuencia y los beneficios últimos, mencionados el párrafo anterior, serán más apreciables.

Tabla 6

Alcance y Cobertura Financiera en América Latina, España, Estados Unidos y Costa Rica 2020

Países	N° de Sucursales Bancarias por cada 100,000 Adultos 2020	Cuentas en Instituciones Financieras Formales (% de mayores de 15 años) 2017	Cajeros Automáticos por cada 100,000 Adultos 2020	Tarjetas de Débito por cada mil adultos 2020	Tarjetas de Crédito por cada mil adultos 2020
Argentina	13.2	47.9	62.45	1,641.52	1,214.00
Bolivia	68.8	51.2	42.31	687.9	24.94
Brasil	17.9	70.0	96.56	990.05	802.43
Chile	12.3	73.8	49.37	1,406.37	906.42
Colombia	13.5	44.9	41.15	918.99	370.66
Costa Rica	17.2	67.8	66.82	1,499.07	606.67
Ecuador	9.7 (1)	50.9	36.84 (3)	---	360.11
España	45.5	93.8	103.4	1,415.05	1,277.68
Estados Unidos	29.7	93.1	---	---	---
México	12.8	35.4	62.13	1,650.06	289.47
Perú	6.0	42.2	124.3	1,726.61	334.59
Uruguay	9.8 (2)	63.9	259.3 (4)	1,061.62	1,239.34

(1) 2019, (2) 2019, (3) 2019, (4) 2019

Fuente: Encuesta de Acceso Financiero del Fondo Monetario Internacional. Extraído del Índice Financiero Global del Banco Mundial. Elaboración: Propia

Los datos consignados en la tabla 7 corresponden a los años 2014 y 2011, son los datos más actuales que se pudieron obtener, donde se observa que España y Estados Unidos, al igual que en los indicadores anteriores, tienen una mayor intensidad de uso de los medios de pago, ya que el

73.9% y 67.1% de los pagos son realizados mediante tarjeta de débito, sin embargo, Estados Unidos presenta un nivel muy superior en el uso de cheques financieros para pagos con un 65.5%. Brasil tiene un 41.7% de pagos realizados mediante tarjeta de débito.

Tabla 7

Intensidad y Transacciones Financieras en América Latina, España, Estados Unidos y Costa Rica 2014 – 2011

País	Pagos Realizados mediante Tarjeta de Débito (% de mayores de 15 años) 2014	Cheques Financieros Utilizados para Pagos el Año Anterior (% de mayores de 15 años) 2011
Argentina	25.4	0.9
Bolivia	11.1	1.0
Brasil	41.7	6.7
Chile	39.8	6.1
Colombia	17.5	1.6
Costa Rica	35.3	3.5
Ecuador	11.8	1.5
México	19.0	1.9
Perú	11.9	0.5
España	73.9	7.4
Estados Unidos	67.1	65.5
Uruguay	22.2	2.4

Fuente: Extraído del Índice Financiero Global del Banco Mundial, Elaboración: Propia

Ver tabla 8, donde el Reino Unido tiene, 4,474 millones de transferencias con un valor de 7,235 miles de millones de USD y un monto promedio por operación de 1,617 USD, de tal manera que el país europeo tiene un mejor desempeño en la intensidad y el uso aún mayor que sus pares ibéricos España y Portugal. En América Latina Brasil y México tienen más operaciones que sus vecinos con 4,138 y 1,132 millones con un valor de 5,486 y 4,525 miles de millones de USD y un monto promedio de 1,326 y 3,997 de USD.

Tabla 8

Transferencias Interbancarias en América Latina, Centro América y Europa 2019

País	Número de operaciones (millones) 2019	Valor (miles de millones USD) 2019	Monto medio de operación (USD) 2019
Argentina	355	951	2,682
Brasil	4.138	5,486	1,326
Chile	188	135	716
Colombia	133	381	2,858
Costa Rica	45	131	2,911
México	1,132	4,525	3,997
Perú	35	55	1,563
República Dominicana	25	43	1,731
España	602	1,443	2,399
Portugal	166	303	1,829
Reino Unido	4,474	7,235	1,617
Italia	1,505	8,185	5,438

Fuente: (Minsait Payment, 2020, p. 122), Elaboración: Propia

Según el Banco de Pagos Internacionales (Pág. 11. 2007), el sistema latinoamericano muestra: (a) una escasa eficiencia, lo cual se observa en el elevado coste de los servicios bancarios y (b) una ausencia de economías de escala y diversificación limitada, que se evidencia en la limitada capacidad de los pequeños bancos para adquirir e implementar nuevas tecnologías.

De Olloqui et al. (2015, p. 4) mencionan que entre los beneficios de la inclusión financiera en las poblaciones pobres y vulnerables de América Latina y el Caribe (ALC), están: (a) la reducción de la variabilidad del consumo frente a perturbaciones significativas, como *shocks* externos de precios u oferta; y (b) el incremento del valor de los activos, de capital humano y/o físico y por consiguiente de su rentabilidad. Según los autores, estas poblaciones se desenvuelven

en mercados incompletos⁹, ya que poseen activos de bajo rendimiento, pero altamente apropiables y que, mediante la inclusión financiera, las familias de menores ingresos, pueden mejorar su calidad de vida. De Ollóqui *et al* (2015, p. 10) hacen hincapié en la influencia del “género” en la inclusión financiera en ALC, indicando que la proporción de mujeres con una cuenta en una institución formal se incrementó en el periodo 2011-2014 de 35% a 48.5%.

Entre los obstáculos que limitan la mejora en inclusión financiera de ALC, que Ollóqui *et al* (2015, p. 12) mencionan están:

La baja rentabilidad esperada de las inversiones

Debido a los altos costos en que incurrirían las entidades financieras en dotar a segmentos rurales y con bajos ingresos; por lo menos mediante los canales tradicionales de oficinas físicas con ventanillas. Parte de la solución está en la utilización de los canales modernos y las tecnologías disponibles: el uso de la banca telefónica, digital y los cajeros corresponsales no bancarios. Sin embargo, estos nuevos canales evidencian limitaciones debido a la coyuntura normativa y regulatoria de cada país, los mínimos niveles de transaccionalidad¹⁰ y los altos niveles de informalidad, por lo que se tiene un casi exclusivo uso de efectivo.

⁹ Los agentes económicos no disponen de sus activos ni poseen carteras que maximicen la utilidad, en su lugar, poseen un consumo mínimo y sus flujos tienen alta volatilidad.

¹⁰ Es el número de transacciones que atiende, en un periodo de tiempo, un canal de atención.

La escasa innovación en productos y otras restricciones a la demanda

La población informal migrará al sector financiero formal únicamente con productos y servicios de alta “usabilidad” y que les generen alto valor. Sin embargo, la inversión en estos productos y servicios innovadores no muestran una rentabilidad suficiente en el corto plazo.

Los obstáculos regulatorios

Los gobiernos de ALC deben establecer marcos regulatorios para la inclusión financiera; una regulación que amplie la profundidad, cobertura e intensidad de uso del sistema financiero; brindando facilidades para la aparición e inversión en nuevos canales de atención digitales y en zonas rurales y la creación de cuentas simplificadas, además de incentivar la incursión de nuevos proveedores.

2.4.2. El sistema financiero peruano y la inclusión financiera

El sistema financiero peruano está regulado y supervisado mediante la ley 26702, publicada el 9 de diciembre de 1996. Hasta diciembre del 2020, ver tabla 9, está formado por 56 empresas, entre la banca múltiple, empresas financieras, cajas municipales y empresas públicas de derecho privado como el BN y el Banco Agropecuario.

La tabla 9 muestra que los activos totales fueron de S/. 616,512,992 miles de soles, con una mayor participación de la Banca Múltiple (83.6%), seguido por el BN (7.2%) y las cajas municipales (5.7%). Los créditos totales fueron de S/. 376,900,815 miles de soles, con una mayor participación de la Banca Múltiple (86.5%), seguido por las cajas municipales (7.0%) y las empresas financieras (3.5%). Los depósitos totales fueron de S/. 404,014,860 miles de soles, con una mayor participación de la Banca Múltiple (81.7%), el BN (9.5%) y las cajas municipales

(6.3%). Esto muestra una probable concentración de los activos, créditos y depósitos en las actividades tradicionales y en sector público.

Tabla 9

Estructura del Sistema Financiero Peruano al 31 de diciembre 2020

Sistema Financiero	Número de Empresas	Activos		Créditos		Depósitos	
		Monto (Miles S/)	%	Monto (Miles S/)	%	Monto (Miles S/)	%
Banca Múltiple	16	515,698,170	83.6	326,021,798	86.5	329,937,958	81.7
Empresas Financieras	10	15,445,489	2.5	13,340,950	3.5	8,379,218	2.1
Cajas municipales	12	34,910,251	5.7	26,454,575	7.0	25,452,829	6.3
Cajas rurales de ahorro y crédito	7	2,999,392	0.5	2,394,140	0.6	1,780,372	0.4
Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYME)	9	2,862,092	0.5	2,549,945	0.7	-	-
BN ^{1/}	1	44,287,474	7.2	5,358,691	1.4	38,464,483	9.5
Banco Agropecuario (Agrobanco) ^{2/}	1	310,124	0.1	780,716	0.2	-	-
TOTAL		616,512,992	100	376,900,815	100	404,014,860	100

Fuente: Balance de Comprobación – Superintendencia de Bancos y Seguros y AFP's (SBS)

1/ Sólo considera los créditos de consumo e hipotecario

2/ No considera los créditos a las demás empresas del Sistema Financiero

Elaboración: SBS

La intermediación financiera, ver tabla 10, se ha incrementado progresivamente desde el 2015. Medida como el porcentaje de los créditos y depósitos del sistema financiero en relación al PBI. Los créditos han pasado desde el 40.0% en diciembre del 2015 hasta 51.0% en diciembre del 2020. Los depósitos también han experimentado un incremento, el máximo registrado durante el periodo fue en diciembre del 2020 con 52.0% debido al proceso de bancarización promovida por el gobierno y la disminución del uso del dinero físico.

Tabla 10*Intermediación Financiera del Sistema Financiero Peruano de diciembre 2015 a 2020^{1/}*

Intermediación Financiera	dic-15	dic-16	dic-17	dic-18	dic-19	dic-20
Créditos del SF (como % del PBI)	40.0	40.4	39.4	40.5	42.1	51.0
Depósitos del SF (como % del PBI)	38.7	38.7	38.0	38.6	40.6	52.0

^{1/} Incluye los créditos de consumo e hipotecarios otorgados por el BN y los créditos otorgados por Agrobanco. Además, se excluyen los créditos a empresas del sistema financiero en el caso de todas las entidades.

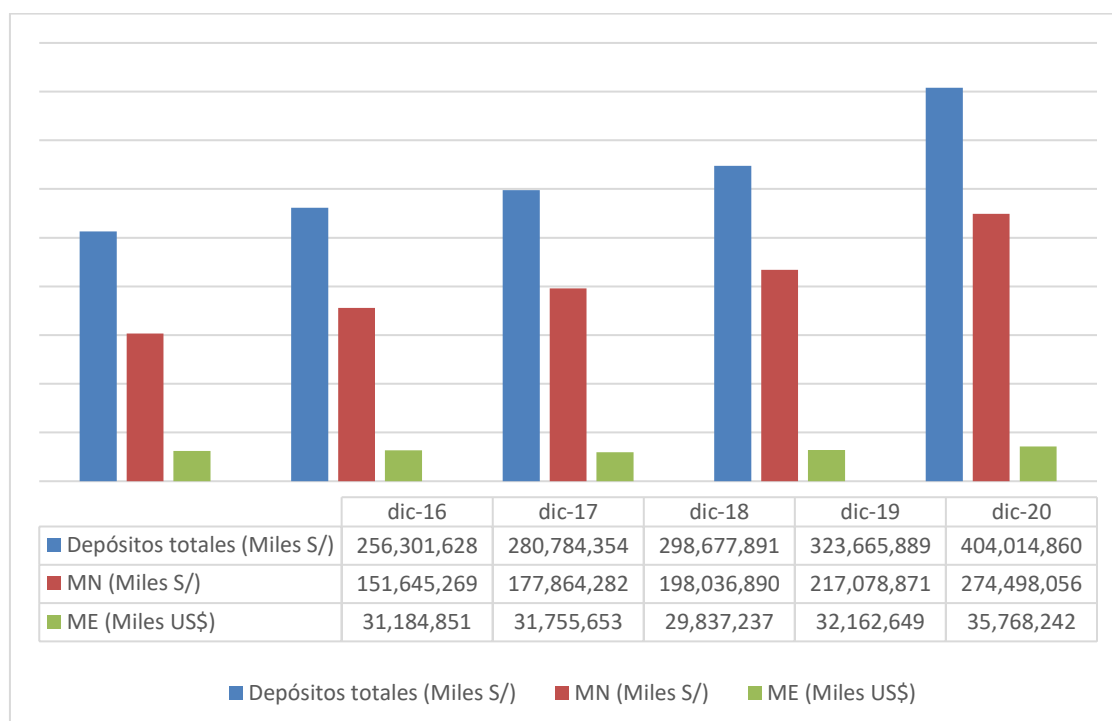
Fuente: Reporte SBS

Elaboración: SBS

Los depósitos totales son la suma de los depósitos a la vista, de ahorro, a plazo y CTS, según la SBS. Ver Figura 2 y Tabla 11. Se han incrementado desde S/. 151,645,269 miles de soles en diciembre del 2016 hasta S/. 274,498,056 miles de soles en diciembre del 2020. Los depósitos totales en dólares, a pesar, de tener un periodo con crecimiento negativo (diciembre 2019/diciembre 2018) se incrementaron de 31,184,851 miles de US\$ a 35,768,242 miles de US\$.

Figura 2

Depósitos totales (miles S/), depósitos en moneda nacional (miles S/) y depósitos en moneda extranjera (miles US\$). Diciembre 2020



Fuente: Reporte SBS. Elaboración propia

Tabla 11

Variación Anual (%) de Depósitos totales (miles S/), depósitos en moneda nacional (miles S/) y depósitos en moneda extranjera (miles US\$) – diciembre 2020

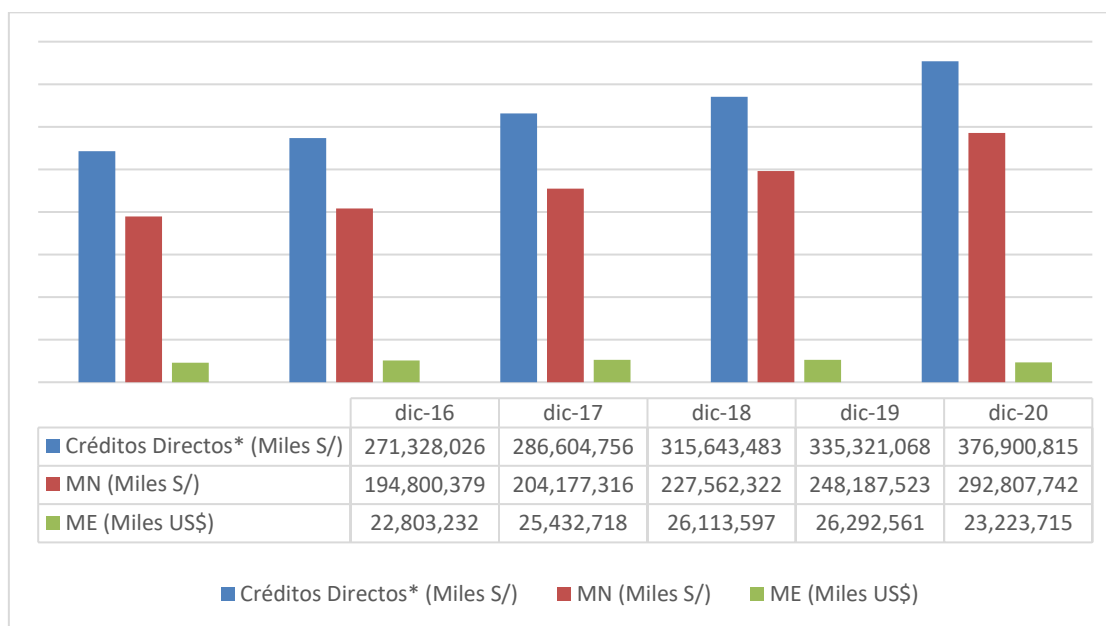
	Variación Anual (%)			
	dic-17 / dic-16	dic-18 / dic-17	dic-19 / dic-18	dic-20 / dic-19
Depósitos totales (Miles S/)	9.6	6.4	8.4	24.8
MN (Miles S/)	17.3	11.3	9.6	26.5
ME (Miles US\$)	1.8	-6.0	7.8	11.2

Fuente: Reporte SBS
Elaboración: Propia

Los créditos directos, según la SBS, corresponden a la suma de los créditos vigentes, reestructurados, refinanciados, vencidos y en cobranza judicial. Ver Figura 3 y Tabla 16. Se observa un incremento anual de los créditos directos en soles, de S/. 194,800,379 miles de soles a S/. 292,807,742 miles de soles en el periodo diciembre 2016 y diciembre 2020. Sin embargo, en el periodo diciembre 2020/diciembre 2019 tuvo una variación de -11.7%. Este hecho se puede explicar, entre otros factores, por el incremento sucesivo del tipo de cambio que desalienta a los prestamistas a endeudarse en esta moneda, ya que durante la pandemia el dólar se utilizó como “moneda refugio”, incrementándose los depósitos en dólares como se observa en la tabla anterior.

Figura 3

Créditos directos (miles S/), depósitos en moneda nacional (miles S/) y depósitos en moneda extranjera (miles US\$) a diciembre 2020



Fuente: SBS. Elaboración propia

Tabla 12

Variación Anual (%) de Créditos directos (miles S/), depósitos en moneda nacional (miles S/) y depósitos en moneda extranjera (miles US\$) a diciembre 2020

	Variación Anual (%)			
	dic-17 dic-16	/ dic-18 dic-17	/ dic-19 dic-18	/ dic-20 dic-19
Créditos Directos* (Miles S/)	5.6	10.1	6.2	12.4
MN (Miles S/)	4.8	11.5	9.1	18.0
ME (Miles US\$)	11.5	2.7	0.7	-11.7

Fuente: Reporte SBS

Elaboración: Propia

El 2018, Perú ocupó el segundo lugar del Índice de Entorno Favorable para el Crecimiento de los Servicios Financieros Digitales y la Inclusión Financiera, como muestra la tabla 15. Aunque ocupó el primer puesto en el índice de análisis del entorno de inclusión financiera de 2008 a 2016. Recopilan datos en 55 economías, utilizando 12 métricas. *The Economist Intelligence Unit* creó ambos en colaboración con otras instituciones.

Tabla 13

Resultados Generales Índice Microscopio Global 2018

Rango/55	Países	Puntuación/100
1	Colombia	81
2	Perú	78
3	Uruguay	75
=4	India	72
=4	Filipinas	72
6	México	70
7	Indonesia	69
8	Chile	66
=9	Argentina	64
=9	Brasil	64
=11	Rwanda	62
=11	Sudáfrica	62

Fuente: EIU (Economist Intelligence Unit), 2018; Microscopio Global 2018: El entorno para la Inclusión Financiera; Patrocinado por AfDB, Bill & Melinda Gates Foundation, Accion, BID Lab, BID Invest, Accion, and Metlife Foundation. EIU, Nueva York.

Elaboración: Economist Intelligence Unit

Esta posición dentro del mencionado índice es, en parte resultado, de la política de Estado. El 14 de febrero del 2014 se emite el Decreto Supremo N°029-2014-EF, que crea la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, de naturaleza permanente y adscrita al Ministerio de Economía y Finanzas. La comisión tiene por objeto “*proponer el diseño y realizar el seguimiento de la implementación de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera*”. (Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, 2015)

Posteriormente, el 21 de julio del 2015 se emite el Decreto Supremo N°191-2015-EF que aprueba la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, como una Política de Estado, que está orientada a “*promover la inclusión financiera a través de la ejecución de acciones multisectoriales que contribuyan al desarrollo económico descentralizado e inclusivo*”. “*La implementación, el seguimiento y la evaluación de los avances y resultados de la estrategia implica la realización de*

actividades, enmarcadas en siete líneas de acción: pagos, ahorro, financiamiento, seguros, protección al consumidor, educación financiera y grupos vulnerables”.

Parte de los resultados fueron materializados en simplificaciones administrativas y legislación para permitir la aparición, diversificación de los canales de atención. A continuación, se describe la evolución de la inclusión financiera, medida como: (1) Acceso a Servicios Financieros, (2) Uso de los servicios financieros y (3) Profundidad de la Inclusión Financiera.

El acceso a los servicios financieros se mide a partir de la disponibilidad y la infraestructura de los puntos de atención. La disponibilidad, según la metodología utilizada por la SBS, se calcula sumando los puntos de servicio de cada entidad del sistema financiero; cada cajero automático, punto de venta y comercio que disponga de un punto de venta se suma varias veces para obtener el número total de entidades que prestan servicios financieros a través de este sistema (SBS: 2017, p. 39). Independientemente de que den servicio a clientes de muchas entidades, cada cajero automático, sistema de punto de venta o establecimiento con sistema de punto de venta se contabiliza una sola vez para determinar la infraestructura. (SBS, 2017, p. 39).

Ver tabla 16. Las sucursales, los cajeros automáticos, los cajeros corresponsales, los establecimientos de operaciones básicas, los puestos de atención al cliente y los canales de atención al cliente constituyen la red de atención al cliente del sistema financiero. En suma, puntos donde se brindan los servicios financieros.

Desde diciembre del 2015 hasta 2020, se observa un incremento sostenido de la red de atención: Incremento del número de oficinas (4,426 a 4,563), número de cajeros automáticos (27,207 a 30,863), número de cajeros corresponsales (88,121 a 206,452). Siendo este último el de mayor incremento, debido a lo elemental de sus requerimientos, costos de instalación y cercanía a

los tarjetahabientes en el contexto de cuarentena. Únicamente el dispositivo POS, conexión a internet y el establecimiento comercial con flujo de clientes. Los puntos de atención por cada 100 mil habitantes adultos se incrementaron desde 605 hasta 1,128 en el periodo mencionado. La cantidad de canales de para la atención de clientes, a su vez, desde 85 hasta 173 en el mismo periodo.

En relación a la siguiente tabla, es oportuno precisar:

Cada cajero automático, sistema de punto de venta y empresa que utiliza sistemas de punto de venta se cuenta varias veces a efectos de determinar la disponibilidad de la red de atención al cliente del Sistema Financiero, de acuerdo con el número de entidades que prestan servicios financieros a través de ella.

El número total de puntos de venta que son propiedad y están gestionados por entidades distintas de las empresas del Sistema Financiero.

Locales fijos o móviles gestionados por la propia empresa, en los que sólo se permiten las actividades permitidas por los cajeros corresponsales.

El conjunto de oficinas, cajeros, punto de venta y EOBs conforman el total de puntos de atención. El conjunto de oficinas, cajeros, punto de venta y EOBs constituye el total de canales de atención.

Tabla 14

Medios de entrada a los Servicios Bancarios: Disponibilidad de la red de atención del Sistema Financiero peruano a diciembre del 2020

Indicadores	dic-15	dic-16	dic-17	dic-18	dic-19	dic-20
Nº de Oficinas	4,426	4,617	4,653	4,697	4,717	4,563
Nº de Cajeros automáticos	27,207	24,956	24,892	26,741	30,790	30,863
Nº de Cajeros corresponsales (POS)	88,121	100,802	125,059	157,973	184,812	206,452
Nº de Establecimientos de Operaciones Básicas (EOB)	-	21	119	94	111	87
Nº de Puntos de atención por cada 100 mil habitantes adultos	605	648	756	912	1,044	1,128
Nº de Canales de atención por cada 1000 km2	85	90	106	133	157	173

Fuente: Perú: Reporte de Indicadores de Inclusión Financiera de los Sistemas Financiero, de Seguros y de Pensiones a diciembre 2020 – SBS

Elaboración: SBS

La infraestructura asistencial del sistema financiero (ver tabla 15), al igual que la disponibilidad se ha incrementado desde diciembre 2015 al 2020. Desde el año 2015 la metodología permite la contabilidad de la infraestructura: el punto de atención se cuenta una sola vez, pese a atender a clientes de múltiples entidades financieras. Al igual que en la disponibilidad, el incremento en la infraestructura de los cajeros corresponsales fue la mayor en diciembre del 2019.

Todos los cajeros automáticos, terminales punto de venta y establecimientos con puntos de venta se contabilizan una sola vez en el cómputo de infraestructura, aunque atiendan a clientes de múltiples entidades. Con la implementación del nuevo formato de reporte 30 en diciembre de 2015, este cómputo es factible.

Tabla 15

Medios de entrada a los Servicios Bancarios: Infraestructura para atención Financiero a diciembre del 2020

Indicadores	dic-15	dic-16	dic-17	dic-18	dic-19	dic-20
Infraestructura de oficinas (N°)	4,317	4,497	4,542	4,592	4,622	4,471
Infraestructura de cajeros automáticos (N°)	9,259	8,976	9,078	9,065	9,161	9,217
Infraestructura de cajeros corresponsales (POS) (N°)	34,867	41,668	45,062	47,616	62,796	58,778
Infraestructura de establecimientos de operaciones básicas (EOB) (N°)	-	21	119	83	100	87
Infraestructura de puntos de atención (N°) por cada 100 mil habitantes adultos	245	274	287	295	363	338
Infraestructura de canales de atención (N°) por cada 1000 km ²	30	32	33	35	44	42

Fuente: Perú: Reporte de Indicadores de Inclusión Financiera de los Sistemas Financiero, de Seguros y de Pensiones a diciembre 2020 – SBS
Elaboración: SBS

El uso de los servicios financieros (ver tabla 16) se ha incrementado en el periodo diciembre 2015 a 2020. El número de cuentas depósitos en miles (47,582 hasta 88,123). El número de deudores por cada mil habitantes adultos desde 310 hasta 328. El número de deudores, respecto de la PEA (población económicamente activa) se ha incrementado desde 37% a 40%. El número de tarjeta habientes respecto de la población adulta pasó del 15% al 14%. Los ciudadanos, en general, debido al incremento de la disponibilidad e infraestructura del sistema financiero, utilizan en mayor volumen sus servicios: desde ahorro y préstamos en todas sus modalidades.

Tabla 16

Uso de los Servicios Bancarios último mes 2015 – 2020

Indicadores	dic-15	dic-16	dic-17	dic-18	dic-19	dic-20
Número de deudores (miles)	6,140	6,386	6,669	6,908	7,386	7,045
Número de cuentas de depósito (miles)	47,582	53,263	57,564	63,562	72,730	88,123
Número de deudores por cada mil habitantes adultos	310	317	326	333	350	328
Número de deudores (persona natural) respecto de la PEA ^{1/} (%)	37	38	39	40	41	40
Número de tarjeta-habientes ^{2/} respecto de la población adulta (%)	15	15	15	15	16	14

1/ Para el cálculo de la PEA se utilizó la información de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) del año 2016.

2/ Incluye tarjetahabientes con líneas de crédito utilizadas.

Fuente: Perú: Reporte de Indicadores de Inclusión Financiera de los Sistemas Financiero, de Seguros y de Pensiones a diciembre 2020 – SBS

Elaboración: SBS

La profundidad de la inclusión financiera desde diciembre del 2015 al 2020 (ver tabla 12) es el volumen y monto de operaciones que realiza el sistema financiero.

Se mide en los siguientes indicadores: El crédito promedio/PBI per cápita es el crédito que en promedio tienen los deudores del sistema financiero dividido entre el PBI per cápita. Este indicador se incrementó desde 1 (2015) hasta 1.17 (2020). Mostrando el nivel de endeudamiento según la producción nacional. Los deudores mantienen deuda por encima del nivel de producción nacional.

El depósito promedio/PBI per cápita es similar al anterior. Considerando la producción per cápita, la proporción de ahorro y/o depósitos que se tienen. El nivel de ahorro ha ido disminuyendo progresivamente a razón de 0.01 anualmente desde diciembre del 2015 con 0.2 hasta el 2019 con

0.16, sin embargo, el 2020 regresó hasta 0.2 mostrando un incremento del depósito debido a los subsidios, liberación de fondos de pensiones entre otros.

El saldo de créditos Mype sobre el saldo de créditos totales se incrementó. Es decir que las Mype's tienen más dinero pendiente por pagar y/o que son peores pagadores. incrementó desde 12.64% (diciembre 2015) hasta 14.36% (diciembre 2020).

La participación de las mujeres en el sistema financiero se ha incrementado. Reflejado en el incremento de las deudoras mujeres sobre los deudores totales, el saldo de créditos a mujeres sobre el saldo de crédito total.

Tabla 17

Profundidad de la Inclusión Financiera a diciembre del 2020

Indicadores	dic-15	dic-16	dic-17	dic-18	dic-19	dic-20
Crédito promedio/PBI per cápita (n° veces)	1	0.96	0.95	0.98	0.99	1.17
Depósito promedio/PBI per cápita (n° veces)	0.2	0.18	0.18	0.17	0.16	0.20
Saldo de Créditos Mype Saldo de Créditos Totales (%)	12.64	12.8	13.1	12.42	12.68	14.36
Deudores Mype/Deudores totales (%)	33.39	34.63	35.91	37.16	37.55	38.41
Deudores Mujeres/Deudores Totales (%)	46.32	47.36	48.26	49.42	50.27	50.25
Saldo de Crédito a Mujeres/Saldo de Créditos Totales (%)	37.81	38.35	38.73	39.19	40.09	40.18
Deudores Mype Mujeres/Deudores Mype totales (%)	51.61	53.92	55.14	57.27	58.59	58.1
Saldo de Créditos Mype a Mujeres/Saldo de Créditos Mype total (%)	44.2	44.71	45.06	46.00	46.42	46.70

Fuente: Perú: Reporte de Indicadores de Inclusión Financiera de los Sistemas Financiero, de Seguros y de Pensiones a diciembre 2020 – SBS

Elaboración: SBS

2.4.3. Los cajeros corresponsales en Perú y Latinoamérica

Los bancos del sistema financiero peruano en su esfuerzo por mejorar su papel como intermediarios de las captaciones y colocaciones de los agentes económicos, continúan la

tendencia internacional de diversificación de los canales de atención tradicionales, a través, de los cajero automáticos, cajeros corresponsales, la banca celular y banca por internet principalmente, persiguiendo así la descongestión de sus ventanillas y el incremento del uso de los productos y servicios financieros (Amijo, Reséndiz, Ruiz, Vite, & Apáez, 2013, p. 7), (Flaming et al, 2011, p. xi).

Amijo *et al.*, (2013, p. 7) definen un cajero corresponsal como una entidad, en su mayoría, comercial que, mediante puntos de atención, en representación de una institución del sistema financiero y en añadidura a sus tareas cotidianas brindan: La recepción de pagos variados, depósitos y retiros de efectivo. Transferencias monetarias y diferentes transacciones bancarias.

En algunos países de la región, entre ellos México, se puede encontrar la figura del Administrador de Corresponsales. Se encarga de Integrar, Administrar y Operar redes de corresponsales para que los intermediarios financieros puedan establecer un contrato y operar.

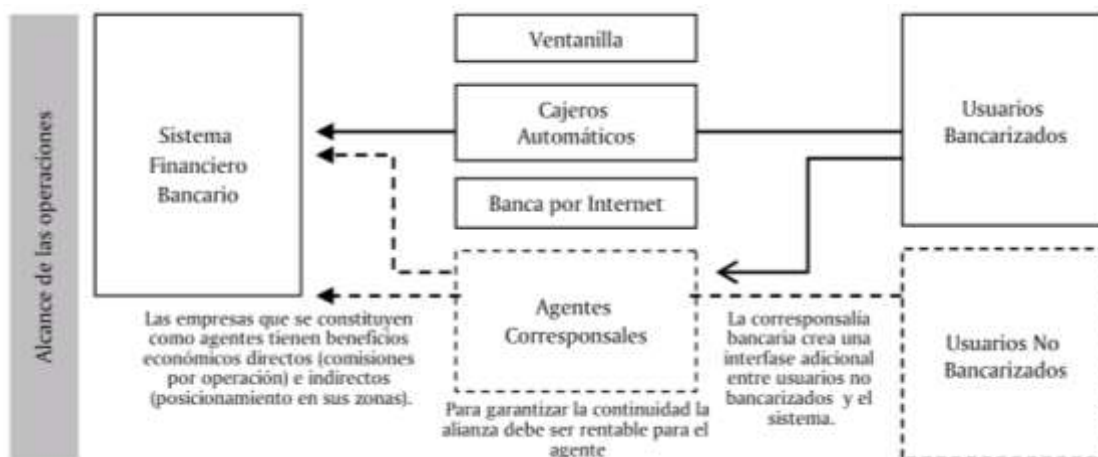
Debido a los servicios financieros que los cajeros corresponsales realizan. Son regulados por los entes supervisores de los intermediarios financieros.

La creación del canal responde al incremento de la proporción Clientes Totales sobre Cantidad de oficinas, ventanillas, cajeros automáticos, etc. Hallando que el costo por nuevo cliente se va incrementando sustancialmente mientras solo se utilice el canal de ventanilla. La aparición del canal de Cajero Automático disminuyó el costo de atención por cliente, sin embargo, conforme la profundidad del sistema financiero y la bancarización se incrementaron, la cantidad de clientes totales también se incrementó. En este contexto la tercerización de las operaciones a comercios descongestionó las oficinas y demás canales.

En la Figura 4 se observa, cómo los clientes y/o usuarios se articulan al sistema financiero, a través de los cajeros corresponsales.

Figura 4

Interacción de los Cajeros Corresponsales con los usuarios bancarios



Fuente: Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM (Vol. 12, N° 23, Lima, julio 2009).

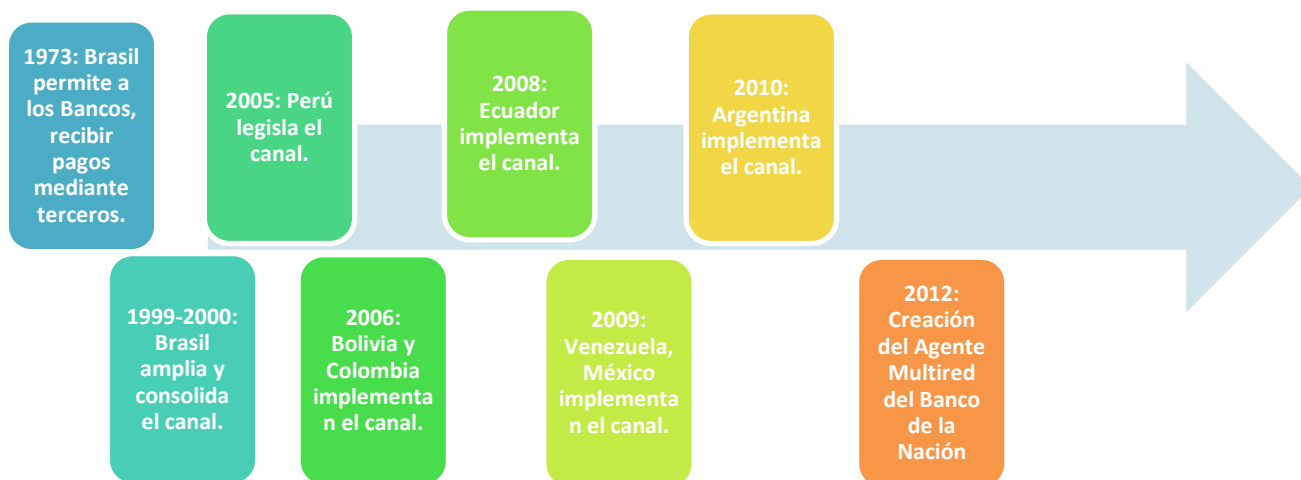
Brasil es reconocido como el primer país latinoamericano en establecer una regulación de corresponsales, en 1973, al permitir a los bancos recibir pagos mediante terceros (Amijo *et al.*, 2013, Pág. 17.), no obstante, el establecimiento de la figura del agente corresponsal bancario se da plenamente en 1999–2000 cuando la legislación brasileña incrementó el número de operaciones permitidas y la cantidad de instituciones financieras que podrían operar estos terceros. Posteriormente otros países de la región fueron implementando el modelo: Perú (2005), Bolivia (2006), Colombia (2006), Ecuador (2008), Venezuela (2009), México (2009) y Argentina (2010) (Amijo *et al.*, Pág. 17. 2013).

En el Perú, la SBS da origen y reglamenta este canal de atención el año 2005, el primer cajero corresponsal, perteneciente al Banco de Crédito del Perú inicia su atención al público el año

2006. Según la Resolución SBS N° 6285-2013: los cajeros corresponsales, son puntos de atención que funcionan en establecimientos fijos o móviles, pertenecientes a un operador, siendo este operador una persona natural o jurídica diferente de las empresas que integran el sistema financiero. Los cajeros corresponsales funcionan, principalmente, en establecimientos comerciales como cadenas de tiendas, farmacias, abarrotes y grifos.

Figura 5

Aparición del Canal Corresponsal Bancario en América Latina



Fuente: Amijo et al, 2013. Elaboración Propia

(Amijo *et al.*, 2013, p. 16) menciona cuatro motivaciones generales para el uso y difusión de los corresponsales bancarios:

(1) Descongestionar las sucursales de las entidades financieras y bancarias; disminuyendo el volumen de las colas. Los cajeros corresponsales junto a la banca móvil, banca por internet y los ya extendidos cajeros automáticos coadyuvan a este propósito.

(2) Mejorar el servicio a los clientes. Disminuyendo el tiempo promedio de atención para las transacciones que generalmente eran más duraderas en las sucursales ya que era necesario el traslado y la presencia del cliente. En cambio, los cajeros corresponsales están ampliamente distribuidos en los centros urbanos e incluso rurales y por lo general el tiempo de atención promedio por transacción es más óptimo.

(3) Capturar transacciones de pago de servicios y productos de proveedores estatales y privados. Una transacción adicional a los depósitos, retiros y transferencias es el pago de bienes y prestaciones. Los intermediarios financieros y la empresa proveedora, posterior a un acuerdo, habilita esta transacción y se pueden pagar: recibos de electricidad, gas, teléfono, agua. Es común el pago de tasas por trámites gubernamentales: documento de identidad, pago de impuestos y demás.

(4) Acceder a nuevos mercados. La expansión natural de los cajeros corresponsales fue en un inicio en las ciudades y centros urbanos donde la profundidad del sistema financiero permite un mayor uso de sus servicios. Sin embargo, la inclusión financiera en las zonas periféricas y posteriormente rurales ha llevado este canal de atención a lugares con menor concentración demográfica y actividad económica.

Para evaluar el nivel de desarrollo de la red de cajeros corresponsales en Perú utilizamos algunos criterios propuestos por Amijo *et al.*, (2013, p. 18):

El nivel de Participación. Ver tabla 14. De las 57 instituciones del sistema financiero peruano, 24 poseen el canal corresponsal (42.1%). La Banca Múltiple tiene 10 entidades con el canal de un total de 16, las Empresas Financieras tienen 3 entidades, de un total de 11, las Cajas Municipales tienen 8 de un total de 12, las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito no tienen el canal

en ninguna de sus 6 entidades, las Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa tienen 1 entidad de un total de 9. La única Empresa de Arrendamiento Financiero no tiene el canal corresponsal. De las empresas públicas de derecho privado, solo el BN posee el canal corresponsal, mientras que el Banco Agropecuario no lo posee.

Tabla 18

Nivel de Participación en el Canal Corresponsal en el Sistema Financiero Peruano, diciembre del 2020

Diciembre 2020	Número de Empresas (1)	Número de Empresas con Canal de Cajero Corresponsal (2)	Porcentaje de Participación Tipo de Intermediario (3) = (2) / (1)
Banca Múltiple	16	11	68.8%
Empresas Financieras	10	4	40.0%
Cajas municipales (CM)	12	9	75.0%
Cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC)	7	1	14.3%
Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYME)	9	1	11.1%
BN	1	1	100.0%
Banco Agropecuario (Agrobanco)	1	0	0.0%
TOTAL	56	27	48.2%

Fuente: SBS, Elaboración Propia

La Escala del canal de cajeros corresponsales a nivel nacional es mayor dentro de la banca múltiple. Ver Tabla 15 y anexo 1. Con 72,555 cajeros POS que representan el 58%. Mi Banco tiene la mayor cantidad de cajeros: 18,679 POS instalados, mientras que Banco Cencosud es el banco con menor número de cajeros: 1,555.

Las Financieras en total poseen 20,304 cajeros instalados que representan el 16.22%. CrediScotia posee 9,013 cajeros POS instalados y Financiera OH 4,059.

Las cajas municipales en total poseen 25,186 o el 20.12% de cajeros POS instalados. Caja Arequipa (5,678), Caja Huancayo (5,433), Caja Piura (5,436) y Caja Sullana (6,707) concentran el 92.3% de cajeros en este segmento.

Gallo Mas Gallo servicios del Perú (Gmg) es la única Entidad de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa (Edpyme) con cajeros corresponsales que suman 54 a la fecha. El BN posee 7,072 cajeros a nivel nacional, representando el 5.6% dentro del sistema financiero.

Tabla 19

Cajeros Corresponsales en Sistema Financiero de Perú en diciembre del 2020

SISTEMA FINANCIERO	Cajeros Corresponsales
Banca múltiple	114,651
Empresas financieras	50,216
Cajas municipales	44,592
Cajas rurales de ahorro y crédito	1346
Edpymes	86
BN	11,440
TOTAL	222,291

Fuente: SBS, Elaboración Propia

Cobertura. Entendida como, el porcentaje de los distritos a nivel nacional que poseen el canal cajero corresponsal instalado (Amijo de Vega et al, 2013, pág. 18). Pese a existir cajeros instalados en los 24 departamentos y la provincia de El Callao¹¹, aún persisten distritos rurales sin este canal dentro de los 1,874 distritos existentes a nivel nacional.

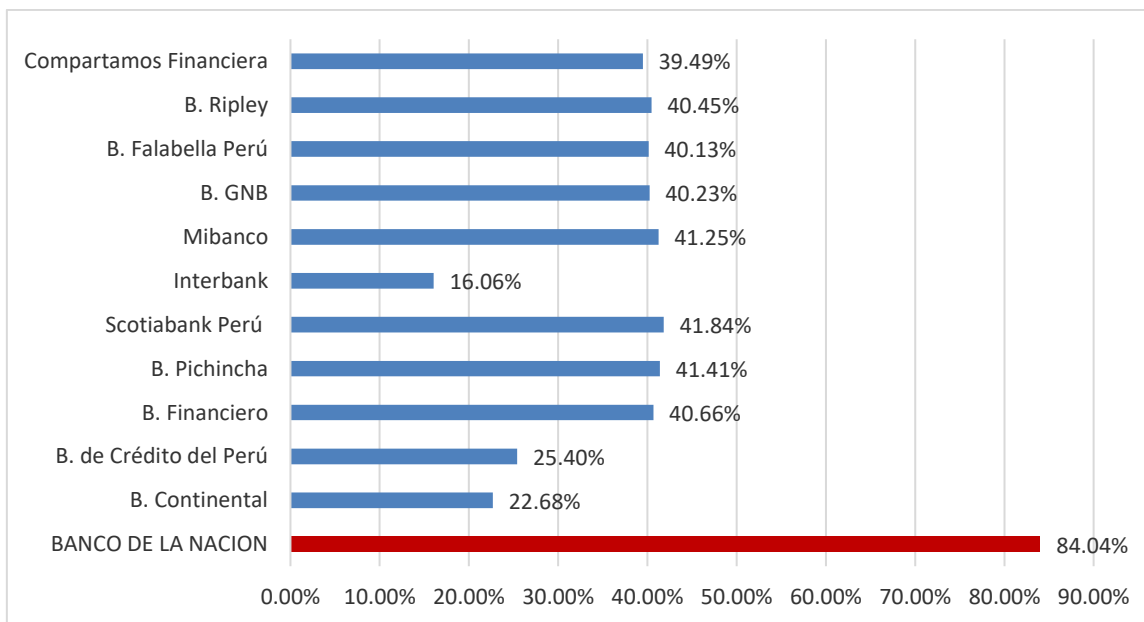
¹¹ Ver Anexo Distribución Distrital de Cajeros Corresponsales.

La cobertura varía según el tipo de intermediario financiero. Siendo el BN y su AgM el canal con una presencia del 84.04% y Scotiabank hasta un 41.84% en la Banca Múltiple.

Ver Figura 6. La Banca Múltiple está compuesta por 16 instituciones. Banco Industrial y Comercial de China (B. ICBC), Banco Azteca Perú, Banco Santander Perú, Banco Gilinski National Bank (B. GNB), Citibank y Banco de Comercio no poseen ningún cajero corresponsal a nivel nacional, mientras que Mibanco tiene un 41.25% de cobertura distrital, sin embargo, ésta entidad utiliza convenios con otros bancos y cajeros corresponsales múltiples (Bcp, BN, Kasnet) para atender sus operaciones básicas, como pago de cuotas, de manera que no tiene cajeros propiamente Mibanco.

Figura 6

Porcentaje de Cobertura a Nivel Distrital de Cajeros Corresponsales de la Banca Múltiple versus el BN a diciembre del 2020



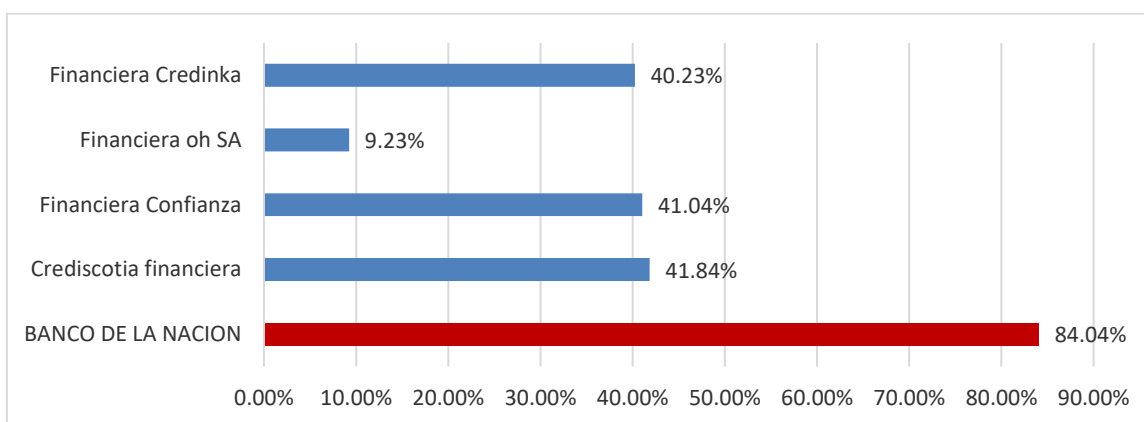
Fuente: SBS, Elaboración Propia

Ver Figura 7. Las Empresas Financieras están compuestas por 10 instituciones. América Financiera, Mitsui Auto Finance, Financiera Credinka, Financiera Proempresa, Financiera Efectiva, Financiera Qapaq, Compartamos Financiera no poseen ningún cajero corresponsal a nivel nacional. Crediscotia financiera posee 41.84%, Financiera Confianza posee 41.04% y Financiera Oh 9.23%.

Figura 7

Porcentaje de Cobertura a Nivel Distrital de Cajeros Corresponsales de las Empresas

Financieras versus el BN a diciembre del 2020.

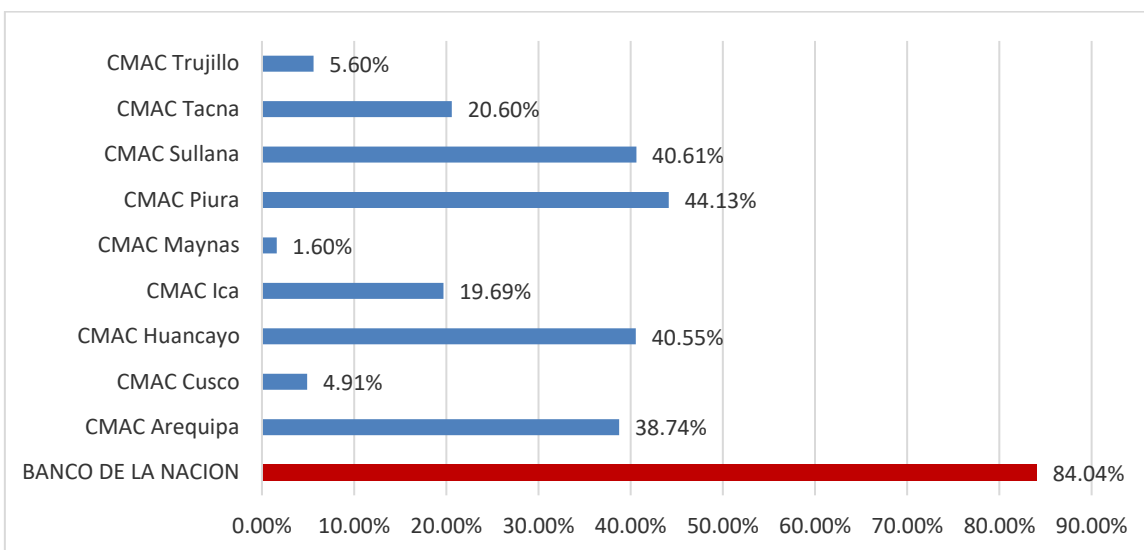


Fuente: SBS, Elaboración Propia

Ver Figura 8. Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito están formadas por 12 instituciones. CMAC Del Santa, CMAC Paita, CMCP Lima, CMAC Tacna no poseen cajeros corresponsales a nivel nacional. Mientras que CMAC Arequipa 38.74%, CMAC Huancayo 40.55%, CMAC Piura 44.13% de cobertura en los distritos a nivel nacional.

Figura 8

Porcentaje de Cobertura a Nivel Distrital de Cajeros Corresponsales de las Cajas Municipales versus el BN a diciembre del 2020.

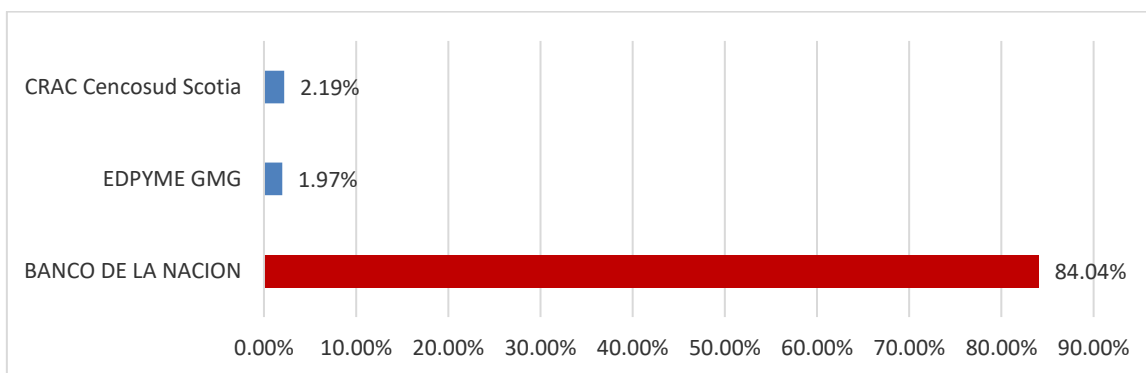


Fuente: SBS, Elaboración Propia

Las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito y Edpyme están formadas por 7 instituciones: CRAC Raíz, CRAC Sipán, CRAC Los Andes, CRAC Prymera, CRAC Incasur y CRAC del Centro. Solo CRAC Cencosud Scotia, posee un 2.19% de cobertura a nivel nacional. De las Edpymes, únicamente El más Gallo (GMG) posee una cobertura de 1.97%.

Figura 9

Porcentaje de Cobertura a Nivel Distrital de Cajeros Corresponsales de las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito y Edpyme versus el BN a diciembre del 2020.



Fuente: SBS, Elaboración Propia

Disponibilidad Transaccional

Entendido como la variedad de transacciones que se pueden realizar en el canal (Amijo de Vega et al, 2013, pág. 26). A continuación, se enumeran las transacciones que éste puede realizar dentro del sistema financiero peruano.

Ver tabla 16 y anexo 2¹². Dentro de la Banca Múltiple las transacciones comunes a todos los bancos son los Pago de Servicios, Pago de Créditos y tarjetas de crédito, Depósitos a cuenta y retiro de cuenta. El Banco Continental y el Banco de Crédito del Perú permiten el pago del Nuevo

¹² Para mayor detalle, ver anexo: Transacciones Permitidas en el Canal Cajero Corresponsal por cada Entidad Financiera del Sistema Financiero Peruano.

Régimen Único Simplificado (RUS¹³), además de giros a nivel nacional. El BCP es el único que permite el pago de remesas internacionales.

Dentro de las Empresas Financieras, las transacciones comunes son Pago de Créditos y tarjetas de crédito, Depósitos a cuenta y el Retiro de cuenta. Crediscotia financiera ofrece además el pago de servicios y las consultas de cuentas. No ofreciendo ninguno el Pago del nuevo RUS, transferencias ni Giros a Nivel Nacional.

Las transacciones comunes a las Cajas Municipales que tienen este canal son el Pago de Servicios, Pago de Créditos y tarjetas de crédito, Depósitos a cuenta, Retiro de cuenta y Consultas. No se permite el Pago de RUS a la Sunat, ni Transferencias ni Giros a Nivel Nacional.

La Edpyme solo permite la transacción de Pago de Créditos y tarjetas de crédito. Al estar esta institución asociada al *Retail* el “Gallo más Gallo”.

El BN permite todo un abanico de transacciones en este canal. Desde las referentes a las actividades financieras, hasta los pagos de tasas de instituciones públicas.

¹³ Es un régimen tributario creado para los pequeños comerciantes y productores.

Tabla 20

Resumen de Transacciones permitidas en los Cajeros Corresponsales en el Sistema Financiero

Peruano a diciembre del 2020

	Banca Múltiple	Empresas Financieras	Cajas Municipales	EDPYME	BN
Pago de Servicios, Créditos y Tarjetas de Crédito	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pago Sunat - RUS	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>
Depósitos y Retiro de cuenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
Transferencias (cuentas propias, de terceros e interbancarias)	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>
Consultas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
Giros a Nivel Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>
Pago de Remesas Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: Páginas web de cada entidad financiera, detalle en Anexo. Elaboración: Propia

2.4.4. El agente multired del Banco de la nación

El cajero corresponsal del BN tiene la denominación comercial de AgM y tiene su origen el año 2012¹⁴, en concordancia con la política de bancarización de la institución.

Este canal de atención se diferencia de los bancos privados, según las funciones del BN como empresa de derecho público, entre ellas: actuar como agente financiero del Estado, recaudar las tasas de instituciones públicas, recibir recursos y fondos que administra el gobierno central,

¹⁴ MEMORANDO MÚLTIPLE, BN-MUL-3100-3500 N° 069-12

gobiernos regionales y locales, etc. De ellas devienen las operaciones que atiende el AgM (Banco de la nación: 2018).

“Transacciones especiales permitidas¹⁵ Tasas de Entidades Públicas”

Figura 10

Transacciones especiales permitidas en el AgM

RENIEC	Superintendencia Nacional de Migraciones	Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones	Organismo Supervisor de Contrataciones del Estado
INPE	Sanidad	Ministerio del Interior	Poder Judicial

Fuente: Banco de la nación (2018). Elaboración propia

En el apartado de anexo se ampliará el detalle de las transacciones, con el tipo de institución, el costo de la tasa, el horario de atención, el tipo de documentación necesario para el trámite.

“Otras Operaciones en AgM (En Efectivo o con Cargo en Cuenta)”

“Pago Sunat: Pago Fácil – Nuevo RUS, Pago NPS”

“Operaciones sin Tarjeta”

“Retiros, Pagos de Telegiro (emitidos por banca celular)”

¹⁵ Transacciones no permitidas en otras entidades financieras

Según el número y la variedad de transacciones que este canal permite, es el cajero corresponsal con el mayor número de transacciones que existe en el Sistema Financiero Peruano, por encima de la Banca Múltiple, las empresas financieras, Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, entre otras.

Este canal de atención se divide en AgM full carga y en AgM, que a su vez se divide en AgM comercial y AgM municipal.

Atención a Programas Sociales desde los Agentes Multired

Sagua, 2016, p. 14 describe la participación del BN en los programas sociales, en cumplimiento de su rol subsidiario¹⁶ y en el marco de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) con el Decreto Supremo N°191/2015.EF. del cual forma parte.

Parodi (1997, p. 24, 25) define las políticas sociales (programas) como actividades que permiten la **formación de capital humano**, para mejorar la capacidad de generación de ingresos, a través de la salud y educación y **acciones asistenciales** que permitan subsistir a la población que vive en extrema pobreza y/o no puede trabajar.

A la sazón de este tenor, el Estado peruano ha creado los programas sociales:

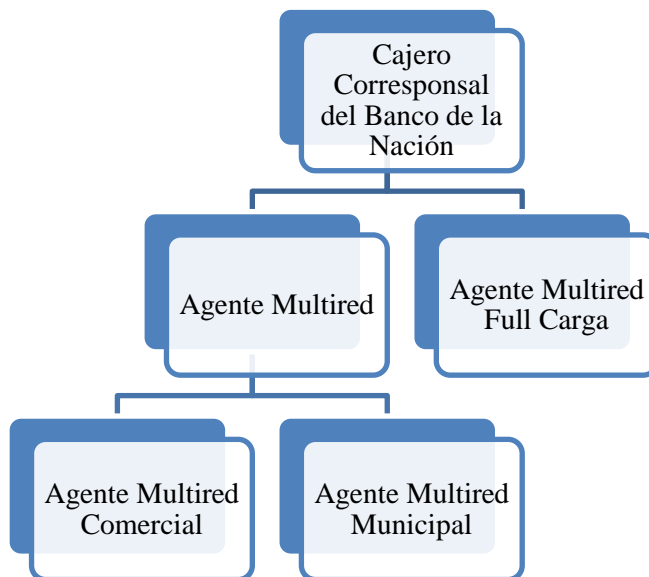
¹⁶ Dentro del régimen de política económica, el Estado cumple su rol subsidiario en el sector financiero, para la inclusión financiera en mercados en los que la oferta es ausente. Según la Constitución Política del Perú, en su artículo 60°, Pluralismo Económico:” Sólo *autorizado por ley expresa, el Estado puede realizar subsidiariamente actividad empresarial, directa o indirecta, por razón de alto interés público o de manifiesta conveniencia nacional*” (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos & Sistema Peruano de Información Jurídica, 2016)

Programa Juntos: Programa del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, que brinda transferencias monetarias de 200 soles cada dos meses a las familias de muy bajas condiciones económicas con la condición de enviar a sus hijos de hasta 19 años al sistema de educación pública y llevarlos al sistema de salud pública (Gobierno del Perú, 2023)

Programa Pensión 65: Programa Nacional de Asistencia Solidaria, creado en 2011 mediante Decreto Supremo N° 081-2011-PCM, para brindar una subvención económica de S/. 250.00 cada dos meses individualmente a los ciudadanos, desde los 65 años, que se encuentren en pobreza extrema, es decir, no posean las condiciones básicas para su subsistencia. (Gobierno del Perú, 2023)

Sagua (2016, p. 16) enumera los canales para atención del BN:

(1) Red de agencias, (2) Ventanillas Remotas Multired Móvil (ETV's) y (3) Entidades Corresponsales (IFI's). El beneficiario también puede retirar las transferencias en la red de agentes multired.

Figura 11*División del Cajero Corresponsal AgM*

Fuente: Directiva BN-3100-163-04, Elaboración propia

A nivel nacional¹⁷, a diciembre del 2020, se tienen instalados 11,417 agentes multired que realizaron 106'399,806 transacciones durante todo el año 2020. En la región del Cusco existen 606 agentes multired que realizaron 5'612,800 transacciones durante el año 2020.

La administración está dividida en Lima y 5 Macroregiones:

¹⁷ Gerencia Central de Negocios del Banco de la Nación

Figura 12

Distribución administrativa de las agencias del BN a nivel nacional

Piura	• Amazonas, Cajamarca, Loreto, Piura, San Martín y Tumbes
Huancayo	• Cusco, Huancavelica, Huánuco, Junín, Lima, Loreto, Pasco, San Martín y Ucayali
Arequipa	• Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Huancavelica, Ica, Moquegua y Tacna
Trujillo	• Ancash, Arequipa, Cajamarca, Huánuco, La Libertad y Lambayeque
Cusco	• Cusco, Madre de Dios, Apurímac, Puno, Ayacucho y Huancavelica

Fuente: Relación de Agentes Multired, diciembre 2020, BN

Tabla 21

Distribución de Agentes Multired a Nivel Nacional a diciembre del 2020

Departamento	AgM	Porcentaje
Amazonas	324	2.84%
Ancash	449	3.93%
Apurímac	212	1.86%
Arequipa	1,293	11.33%
Ayacucho	388	3.40%
Cajamarca	604	5.29%
Cusco	606	5.31%
Huancavelica	278	2.44%
Huánuco	263	2.30%
Ica	391	3.43%
Junín	594	5.20%
La Libertad	454	3.98%
Lambayeque	613	5.37%
Lima	2,367	20.74%
Loreto	340	2.98%
Madre de Dios	88	0.77%
Moquegua	148	1.30%
Pasco	131	1.15%
Piura	579	5.07%
Puno	332	2.91%
San Martín	402	3.52%
Tacna	251	2.20%
Tumbes	154	1.35%
Ucayali	152	1.33%
TOTAL	11,413	100.00%

Fuente: Relación de Agentes Multired, diciembre 2020, BN

Procesos del AgM

La gerencia de operaciones del BN, el 29 de agosto de 2020 publicó la 4ta revisión de la Directiva-3100-163-04 (p. 5-23). Donde detalla las disposiciones, actividades y responsabilidades en la gestión del canal.

1. La planificación: La Subgerencia Planeamiento - Gerencia de Planeamiento y Desarrollo, se encarga de identificar los distritos que presenten una demanda potencial de Agentes, debiendo

establecer las metas. La Gerencia de Informática valida la cobertura de la Plataforma Tecnológica en los distritos con demanda. Junto a las propuestas de Administradores a nivel nacional, se obtiene la meta anual de Agentes para instalar.

La Subgerencia de Agentes Corresponsales (AC) y cajeros se encarga de la ejecución de metas de instalación. Los administradores de Macroregiones proponen ubicaciones específicas para elaborar el plan de afiliaciones anual, luego asignan una meta de afiliación a cada Agencia Matriz. La Subgerencia mencionada y la Subgerencia de Imagen Corporativa se encargan de la programación de material publicitaria y señalética.

2. Para **la Afiliación** de Agentes, las macroregiones centralizan en una matriz las solicitudes de afiliación y las remiten a la Subgerencia de AC y cajeros. Según los criterios de seguridad, ubicación y de perfil del AgM.

3. **La Implementación del Servicio** consiste en la instalación del terminal POS al nuevo Agente por parte de la Empresa Provedora, quién entrega la cartilla de instrucciones y capacita en los servicios que se ofrecerán, según el Manual Operativo que se entregó al Agente. Mientras que el funcionario de cada Agencia entregará al Agente el kit publicitario, la señalética. Evaluará la instalación de un POS adicional en los Agentes cuyo volumen de operaciones lo amerite.

4. **La Operatividad** consiste en la atención de transacciones y otras instrucciones operativas, según el Manual Operativo entregado al comercio.

Para el pago de comisiones, la empresa operadora informa al Agente el monto total, mientras que el Agente lo cobra después en su Agencia Matriz.

La atención de consultas, incidencias tecnológicas y operativas del Agente también están contenidas en este apartado.

Las incidencias operativas son eventos ocasionados por problemas en el sistema del banco, como caídas de línea, que ocasionan pérdidas a los Agentes. Que están previstas y tienen un procedimiento de resolución.

5. El Monitoreo y Control Operativo. El volumen individual de transacciones de cada Agente es monitoreado diariamente (Gerencia de Banca de Servicio) y semanalmente (subgerencia de AC y cajeros).

Los Agentes que no cumplan el volumen mínimo durante dos meses recibirá una carta de exhorto y los que no lleguen durante tres meses y tampoco justifiquen las causas de esta situación serán Desafiliados.

La Agencia Matriz, es la encargada de visitar anualmente a sus Agentes y monitorear mensualmente que cumpla con la relación contractual que mantiene con el Banco: suficiente saldo de cuenta operativa y categoría Normal si es deudor del sistema financiero.

6. La Desafiliación es una consecuencia de: Incumplimiento del contrato principalmente. Tiene su propio procedimiento que brinda las facilidades al Agente para continuar con la corresponsalía, sin embargo, frente a faltas graves, el contrato se rescinde automáticamente.

2.5 PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

2.5.1. Hipótesis general

Los costos de la agencia tienen una relación positiva con la rentabilidad de los 208 agentes multired del BN, provincia del Cusco 2020.

2.5.2. Hipótesis específica

1. Los gastos de monitoreo tienen una relación negativa con la rentabilidad del corresponsal del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020

2. Los gastos de compromiso tienen una relación negativa con la rentabilidad del corresponsal del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020

3. La pérdida residual tiene una relación negativa con la rentabilidad del corresponsal del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020

2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Se utilizó la siguiente función:

$$\text{Rentabilidad Agente Multired} = f(\text{Costos Agencia})$$

Dónde:

Rentabilidad Agentes Multired de la provincia del Cusco

- Utilidad
- Margen bruto
- Margen Neto

Flujo neto de efectivo Costos Agencia

- Gastos de Monitoreo
- Gastos de Compromiso
- Pérdida Residual

Tabla 22*Operacionalización de variables*

Variable	Indicadores	
Independiente		
Costo de la agencia	Gastos de Monitoreo	Costo individual por monitoreo. Visitas para monitoreo de agente
	Gastos de Compromiso	Visitas semanales para equilibrio de caja Confianza del Banco en el cajero corresponsal
	Pérdida Residual	Operaciones fraccionadas Cobros indebidos
Dependiente		
Rentabilidad	Utilidad Margen bruto Margen Neto	

CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 DISEÑO, TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. Diseño de investigación

El diseño de la presente investigación fue “no experimental- de corte transversal”. Fue no experimental debido a que no se realizó ningún tipo de manipulación deliberada de los datos. Fue de corte transversal debido a que el periodo de estudio abarcó un solo año siendo el 2020 (Hernández et al., 2014).

3.1.2. Tipo de investigación

La presente investigación fue de tipo básica, debido a que se centró principalmente en ampliar el conocimiento respecto a las variables de estudio (Rentabilidad de los agentes y costos de la agencia) y servirá de base para futuras investigaciones aplicadas (Hernández et al., 2014).

3.1.3. Nivel de investigación

La presente investigación fue del nivel descriptivo-correlacional, debido que en un primer momento se realizó el análisis descriptivo respecto a la situación de los agentes multired en la provincia del Cusco, seguidamente se analizó a la relación que guardan las variables de estudio (rentabilidad de los agentes y costos de la agencia) en la provincia del Cusco (Hernández et al., 2014).

3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó como fuente primaria de información los reportes mensuales generados por la Gerencia Central de Negocios del BN. Para posteriores y complementarios análisis se utilizaron las técnicas de: encuesta a los 208 corresponsales activos durante el año 2020.

El siguiente cuadro resume las técnicas e instrumentos utilizados:

Tabla 23*Técnicas e instrumentos de investigación*

Técnica	Instrumento	Fuentes
Análisis documental - bibliográfico físico y virtual	Fichas resúmenes	Lectura y consulta de libros, investigaciones, tesis, folletos, revistas, boletines, normativa legal. Físicos y virtuales.
Encuesta	Cuestionario	Entrevistado / Encuestado: 1. Cajeros corresponsales agentes multired del BN, Provincia del Cusco 2020

3.3 POBLACIÓN

La muestra a estudiar es la totalidad de los 208 corresponsales del AgM de la provincia del Cusco, que, pertenecen a la jurisdicción de la Agencia Principal 1 Cusco, que, hasta diciembre del 2020, tienen el contrato vigente y brindan el servicio con regularidad.

3.4 DELIMITACIONES

La investigación utilizó la información recolectada y referida al periodo anual 2020 y se localizó en el espacio geográfico de la provincia del Cusco.

4.5 TÉCNICA DE ANÁLISIS DE DATOS

Se utilizó el paquete estadístico STATA 16.0, para el análisis de las encuestas que se realizaron a los actores del AgM comercial (el principal y el agente) y para el diseño de cuadros y gráficos, el paquete estadístico Microsoft Office Excel.

4.6 PROCEDIMIENTO

La investigación parte de la experiencia en calidad de practicante profesional en el área de negocios de la Macro Región IV Cusco del BN que permitió tener acceso a la información del canal de atención de corresponsalía no bancaria AgM, que se puede resumir en el proceso de

afiliación de agentes multired y el número de transacciones mensuales de los agentes, además de un acercamiento a los propios agentes multired en las capacitaciones y asesoramiento en la resolución de sus incidencias.

Se asoció la experiencia con los avances teóricos sobre la relación de agencia, los costos de agencia, la relación principal-agente, la información asimétrica y el riesgo moral y las investigaciones y datos sobre el sistema financiero peruano, la inclusión financiera y la corresponsalía no bancaria para darle soporte científico al estudio.

La investigación se desarrolló partiendo de la revisión bibliográfica de la literatura relacionada con la relación de la agencia, rentabilidad, todo esto para ubicar el marco teórico. Se continuó con la búsqueda de investigaciones relacionadas, a nivel internacional y nacional para el marco referencial.

Se continuó con el diseño de trabajo de campo para la recolección de la información secundaria y primaria. La elaboración de la encuesta dirigida a los cajeros corresponsales inició con un piloto que contribuyó a esclarecer las preguntas a utilizar. La información sobre las transacciones de los agentes fue gestionada frente a la Macro Región Cusco del BN.

Una vez aplicados los instrumentos y recabada la información se procesaron los datos obtenidos, se analizaron estadísticamente, obteniendo los estadígrafos permitentes.

Una vez hallados los resultados, se contrastan con las hipótesis de la investigación y se llegan a conclusiones y recomendaciones.

3.7 MODELO TEÓRICO

El modelo econométrico teórico planteado para determinar la influencia de la teoría de la agencia en la utilidad de los agentes multired de la provincia del Cusco, durante el año 2020:

$$Rentabilidad\ Agente\ Multired_i = F(Costos\ de\ la\ Agencia, error)_i$$

La variable independiente son los costos de la agencia que se dividen en (1) costos de monitoreo (2) gastos de compromiso (3) pérdida residual.

La variable dependiente es la rentabilidad del AgM que es resultado del cálculo del flujo de caja, que tiene como *input* el ingreso, costos de producción y ventas, impuestos, intereses. Se utilizó la utilidad de los agentes multired.

Se planteó el siguiente modelo de regresión lineal múltiple que, viene dado de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} \text{Log}(\text{Rentabilidad}) = & \beta_0 + \beta_1 \text{Log}(\text{Costos de monitoreo}) + \\ & \beta_2 \text{Log}(\text{Gastos de compromiso}) + \beta_3 \text{Log}(\text{Pérdida residual}) + \beta_4 \text{Log}(X) + \mu_i \end{aligned}$$

$$\text{Con: } \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$$

Donde:

β_1 : Representa la relación de los costos de monitoreo con la rentabilidad

β_2 : Representa la relación de los gastos de compromiso con la rentabilidad

β_3 : Representa la relación de la pérdida residual con la rentabilidad

X: Representa las variables de control (tamaño de la población, porcentaje de la población que tiene tarjeta, porcentaje de la población que tiene deudas)

β_4 : Es una variable relacionada al *costo de monitoreo total* en el que incurre el Banco.

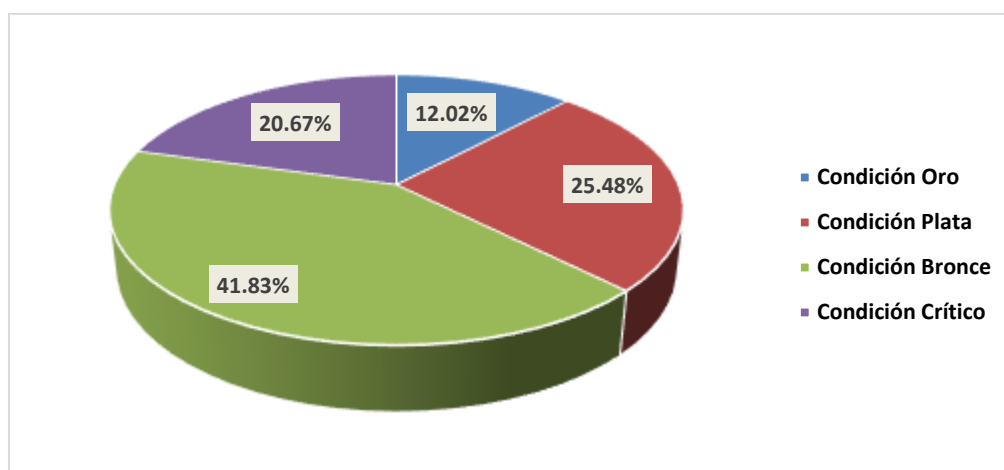
μ_i : Es un *término de error*.

CAPITULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 SITUACIÓN DE LOS CAJEROS CORRESPONSALES, AGM DE LA PROVINCIA DEL CUSCO, 2020

Figura 13

Condición del AgM en el mes de diciembre 2020



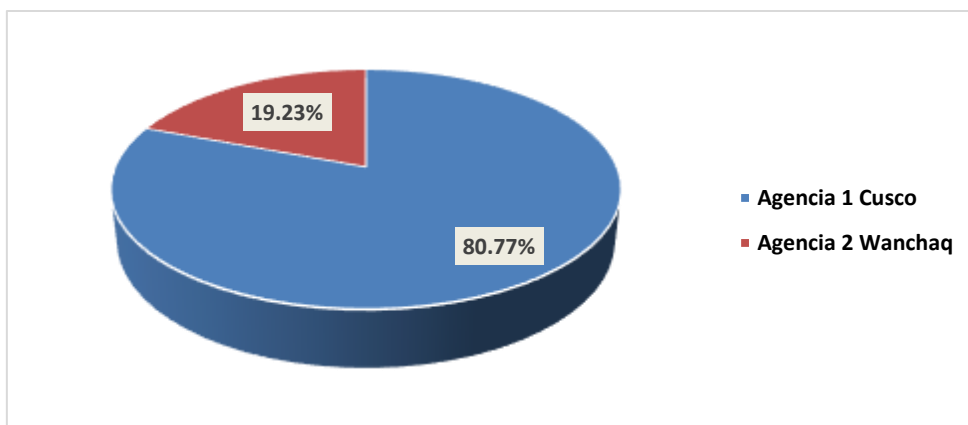
Fuente: Obtenido de Relación de Agentes Multired – Banco de la Nación – Elaboración propia

El banco divide el número de transacciones en 4 categorías: (1) oro, con más de 3001 transacciones mensuales, (2) plata, de 1001 a 3000 transacciones mensuales, (3) bronce, de 201 a 1000 transacciones mensuales y (4) crítico con menos de 200 transacciones mensuales.

La figura 13, de acuerdo a la información recopilada para la presente investigación, muestra la distribución de la condición de los agentes multired, del 100% de encuestados un 12.02 % corresponde a la condición oro, un 25.48 % corresponde a la condición plata, un 41.83 % corresponde a la condición bronce y un 20.67 % corresponde a la condición crítica, evidenciando que existen agentes con ingresos menores a 60 soles, lo cual pone en consideración la rentabilidad de la actividad.

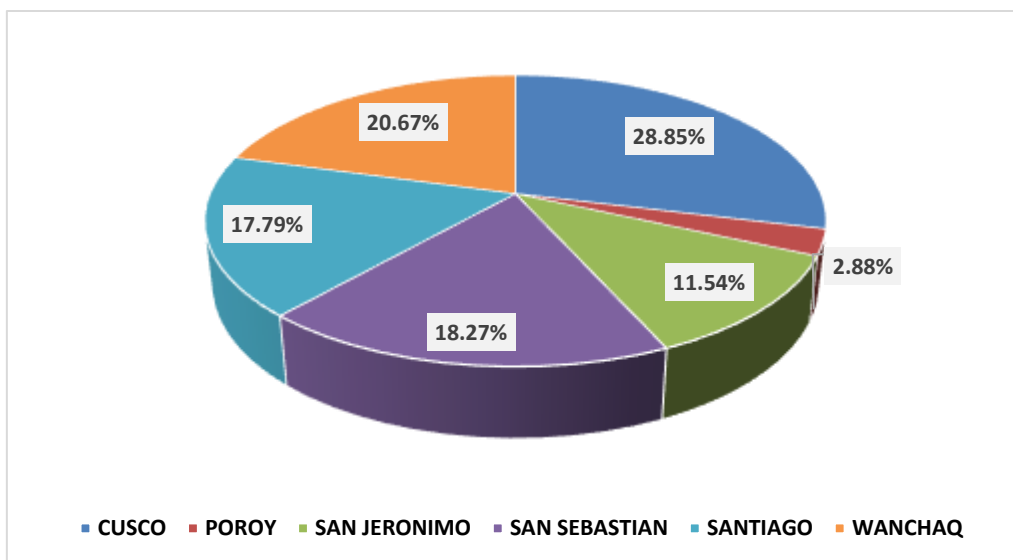
Figura 14

Agencia matriz del AgM



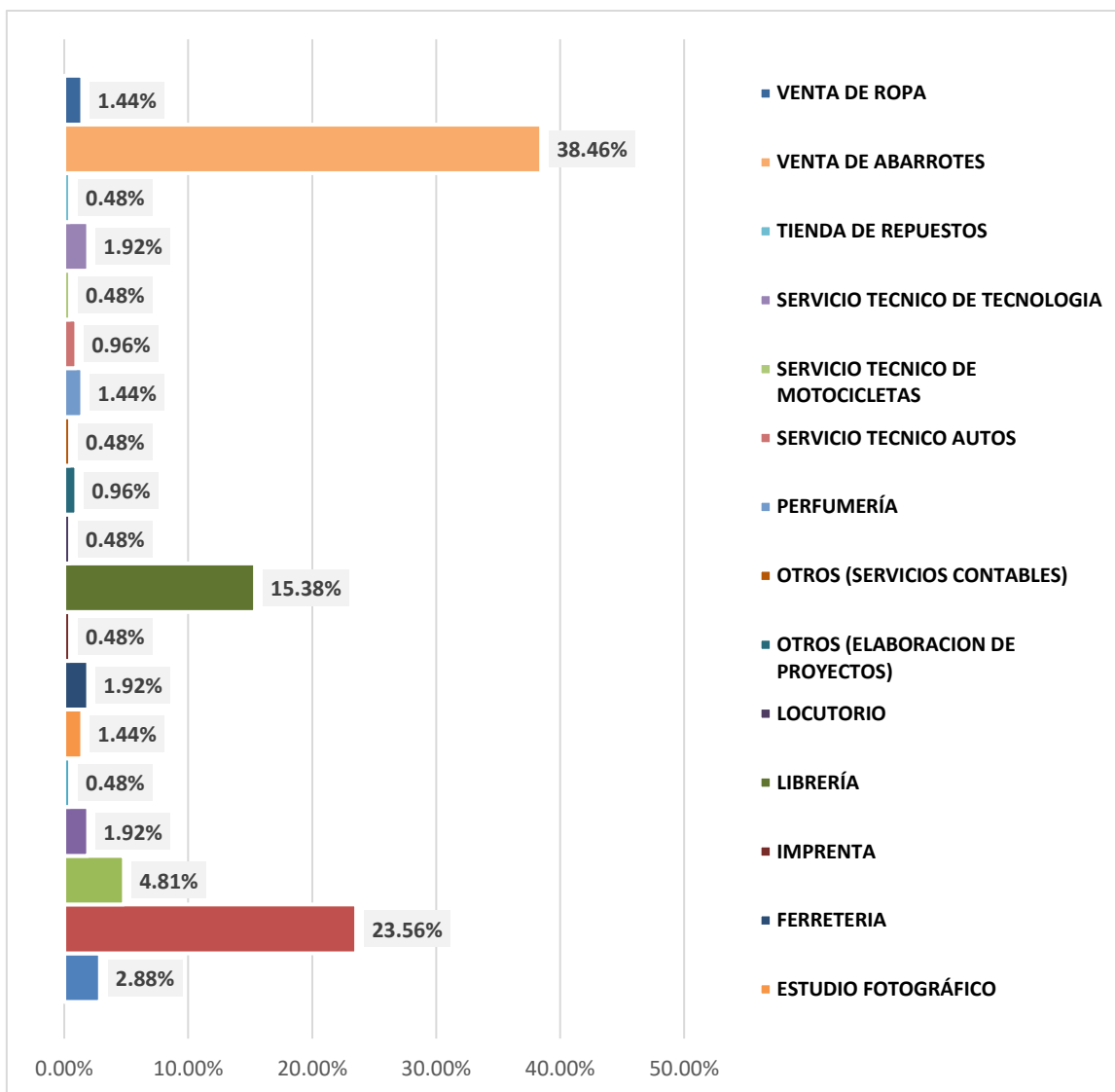
Fuente: Obtenido de Relación de Agentes Multired – Banco de la Nación – Elaboración propia

La figura 14 de acuerdo a la información recopilada para la presente investigación, muestra la agencia matriz, donde suscribieron el contrato y la cual se encarga del monitoreo del agente, del 100% de encuestados un 80.77 % pertenece a la jurisdicción de la agencia 2 Wanchaq y un 19.23 % pertenece a la jurisdicción de la agencia 1 Cusco.

Figura 15*Distrito del AgM*

Fuente: Obtenido de Relación de Agentes Multired – Banco de la Nación – Elaboración propia

La figura 15 muestra los distritos donde se ubican los establecimientos comerciales donde operan los agentes, del 100% de encuestados, un 28.85 % pertenece al distrito de Cusco, un 20.67 % al distrito de Wanchaq, un 18.27 % al distrito de San Sebastián, un 17.79 % al distrito de Santiago, un 11.54 % al distrito de San Jerónimo y un 2.88 % al distrito de Poroy.

Figura 16*Actividad Principal del comercio*

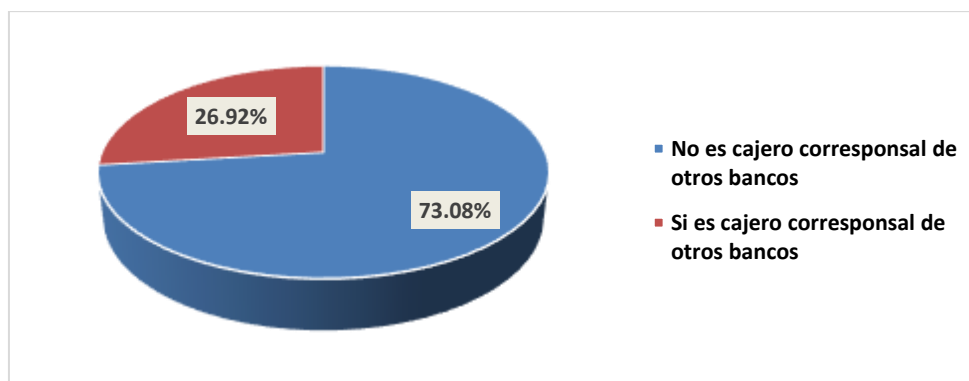
Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La figura 16 muestra la actividad principal del comercio, de acuerdo a la información recopilada para la presente investigación, muestra las actividades principales a las que se dedican los establecimientos comerciales donde operan los agentes: La categoría con el mayor porcentaje es “venta de abarrotos” con un 38.46%, en segundo lugar, tenemos “botica” con un 23.56%, le

sigue “agencia de viajes” con un 2.88%, a continuación, encontramos “cabina de internet” con un 4.81%, “librería” ocupa el quinto lugar con un 15.38%, luego, “ferretería” con un 1.92%, “servicio técnico de tecnología” y “casa de cambio” tienen un 1.92% cada uno, después, “otros (elaboración de proyectos)” y “servicio técnico de motocicletas” comparten un 1.44%, la categoría “estudio fotográfico” se encuentra en el décimo lugar con un 1.44%, “venta de ropa” y “otros (servicios contables)” tienen un 0.96% cada uno, las categorías “locutorio” y “perfumería” comparten un 0.96% y por último, “courier,” “tienda de repuestos,” e “impresión” tienen un 0.48% cada uno.

Figura 17

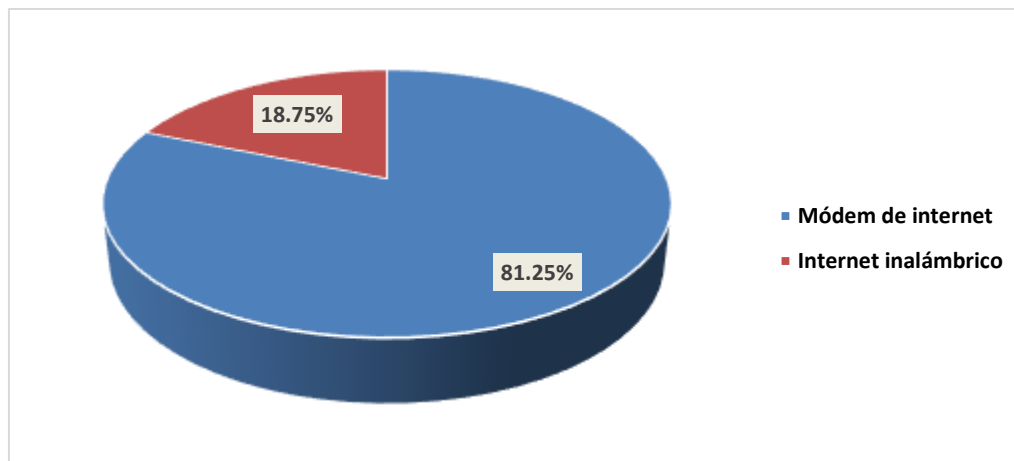
Corresponsalía en otros bancos



Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La figura 17 muestra la corresponsalía en otros bancos de los agentes, del 100% de encuestados el 26.92% de los agentes actuaron como cajeros corresponsales de otros bancos. Esto implicó que ofrecen servicios bancarios en nombre de otros bancos además del BN. Este puede ser un factor a considerar en su rentabilidad, ya que pueden generar ingresos adicionales.

La mayoría de los agentes, el 73.08%, no actúan como cajeros corresponsales de otros bancos. Esto sugiere que se centran principalmente en la oferta de servicios del BN.

Figura 18*Conexión del POS a internet*

Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

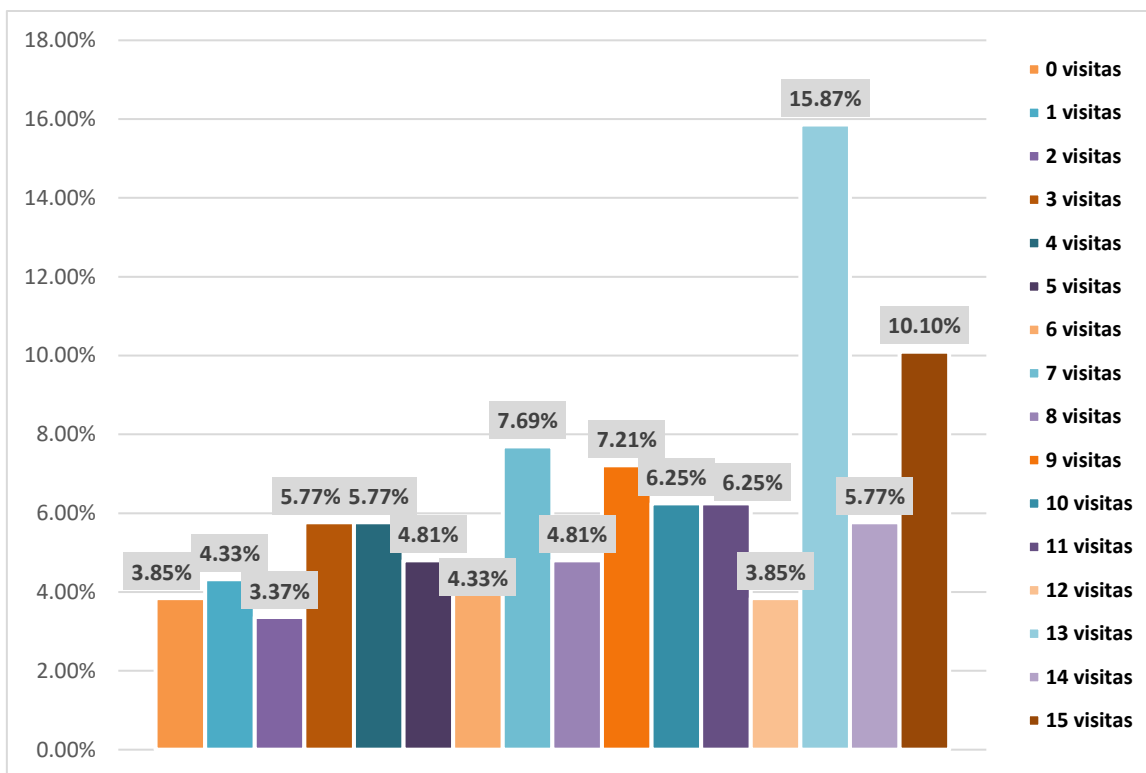
La figura 18 muestra la conexión del POS a internet de los agentes, del 100% de encuestados el 18.75% de los agentes multired se conectan a internet mediante el internet inalámbrico propio que posee cada POS y el 81.25% de los agentes multired se conectan a internet mediante un modem de internet que ellos mismos contrataron.

La diferencia entre estas dos formas de vincularse a internet radica en el costo de contratar el servicio de internet de un operador, sin embargo, brinda una mayor rapidez en las transacciones y a su vez disminuye el número de ocurrencias de transacciones incompletas.

Se observa que aquellos agentes que prefieren utilizar el internet del propio POS tienen un menor número de transacciones en su mayoría.

Figura 19

Número de visitas para monitoreo que recibe



Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La figura 19 muestra el número de visitas para monitoreo de los agentes, del 100% de encuestados, la mayoría informó haber recibido 12 visitas de monitoreo (15.87%) y 15 visitas (10.10%). Esto sugiere que una parte significativa de los agentes ha tenido un alto nivel de visitas de monitoreo. Sin embargo, también hubo un porcentaje considerable de encuestados que informa haber tenido 0 visitas (3.85%) o 1 visita (4.33%). Esto indica que hay una variabilidad significativa en la cantidad de visitas de monitoreo entre los agentes.

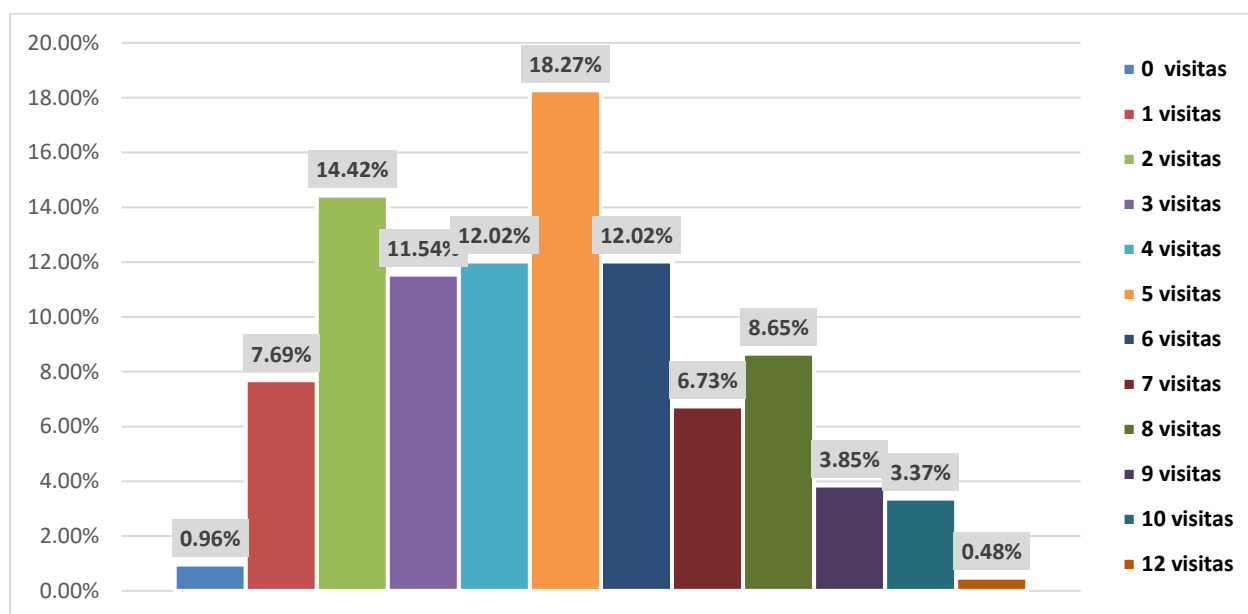
Los resultados de los modelos econométricos previamente analizados indican que el número de visitas de monitoreo está relacionado con la rentabilidad. Específicamente, un mayor

número de visitas de monitoreo se asoció positivamente con la Utilidad, el Margen Bruto y el Margen Neto en algunos casos.

Aquellos que informaron más visitas de monitoreo (por ejemplo, 12 o 15 visitas) pueden tener una mayor probabilidad de tener indicadores de rentabilidad más altos en función de los resultados del modelo. Los agentes con 0 o 1 visita pueden ser considerados como un grupo que podría ser objeto de un análisis más detallado para comprender por qué recibieron tan pocas visitas.

Figura 20

Visitas semanales para equilibrio de caja



Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

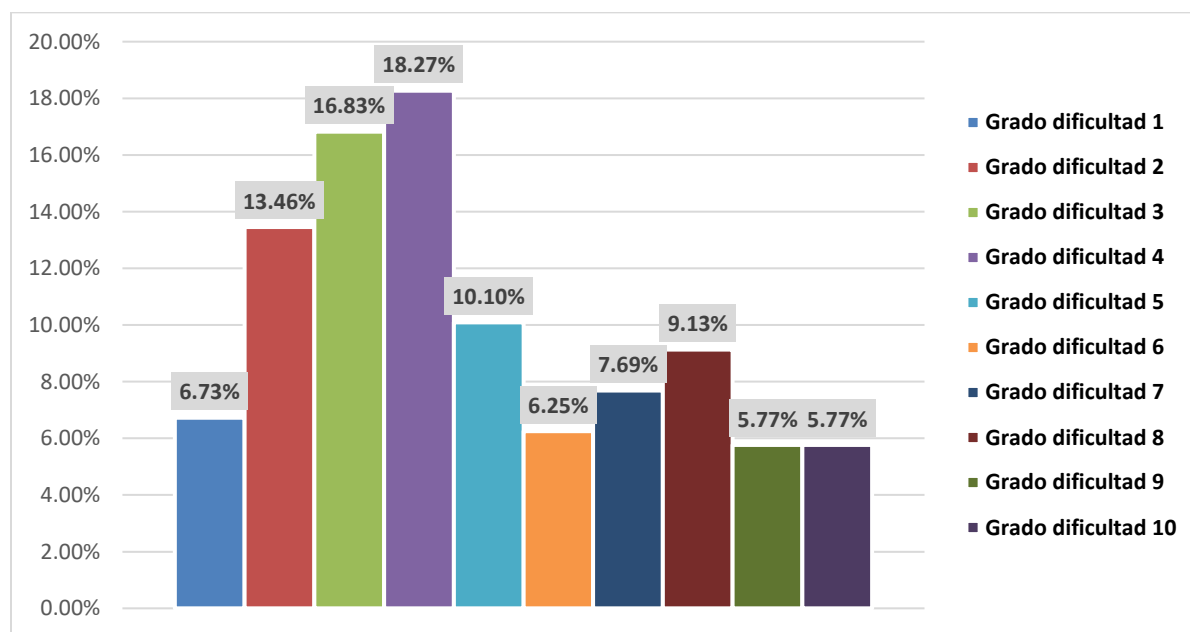
La figura 20 muestra las respuestas sobre el número de visitas semanales en función del equilibrio de caja, del 100% de encuestados, la mayoría informó tener un equilibrio de caja de 5 visitas por semana (18.27%), seguido de 4 visitas por semana (12.02%) y 3 visitas por semana (11.54%).

Los modelos econométricos anteriores muestran que el número de visitas de monitoreo está relacionado con algunos indicadores de rentabilidad. Los resultados indican que un mayor número de visitas de monitoreo se asocia positivamente con la Utilidad, el Margen Bruto y el Margen Neto.

En este contexto, aquellos que informaron un equilibrio de caja más alto (por ejemplo, 5 visitas por semana) pueden estar relacionados con mejores indicadores de rentabilidad.

Figura 21

Grado de dificultad de contrato



Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La figura 21 muestra las respuestas sobre la dificultad del contrato, del 100% de encuestados, la mayoría informó tener dificultades de grado 4 (18.27%) y grado 3 (16.83%), seguidos de grado 5 (10.10%). Esto indicó que una proporción significativa de los agentes percibe que sus contratos son moderadamente o bastante difíciles.

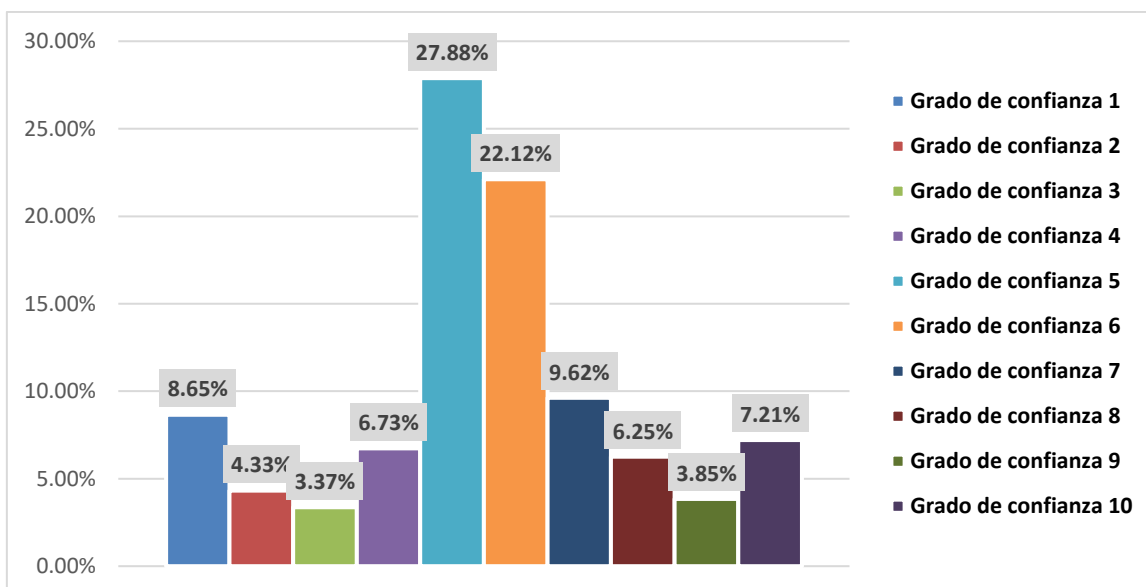
Los modelos econométricos anteriores indicaron que la dificultad del contrato se relaciona con los indicadores de rentabilidad. Los resultados muestran que a medida que la dificultad del contrato disminuye, los indicadores de rentabilidad tienden a aumentar, especialmente en Utilidad y Margen Bruto.

En este contexto, aquellos que informaron una dificultad del contrato menor (por ejemplo, grado 1 o 2) pueden estar relacionados con mejores indicadores de rentabilidad, como sugieren los resultados de los modelos econométricos.

Esta pregunta brinda información sobre cómo los agentes perciben la complejidad de sus contratos y cómo esto se relaciona con la rentabilidad. Aquellos que perciben contratos menos difíciles pueden estar en una posición más favorable en términos de rentabilidad.

Figura 22

Confianza del banco en el agente

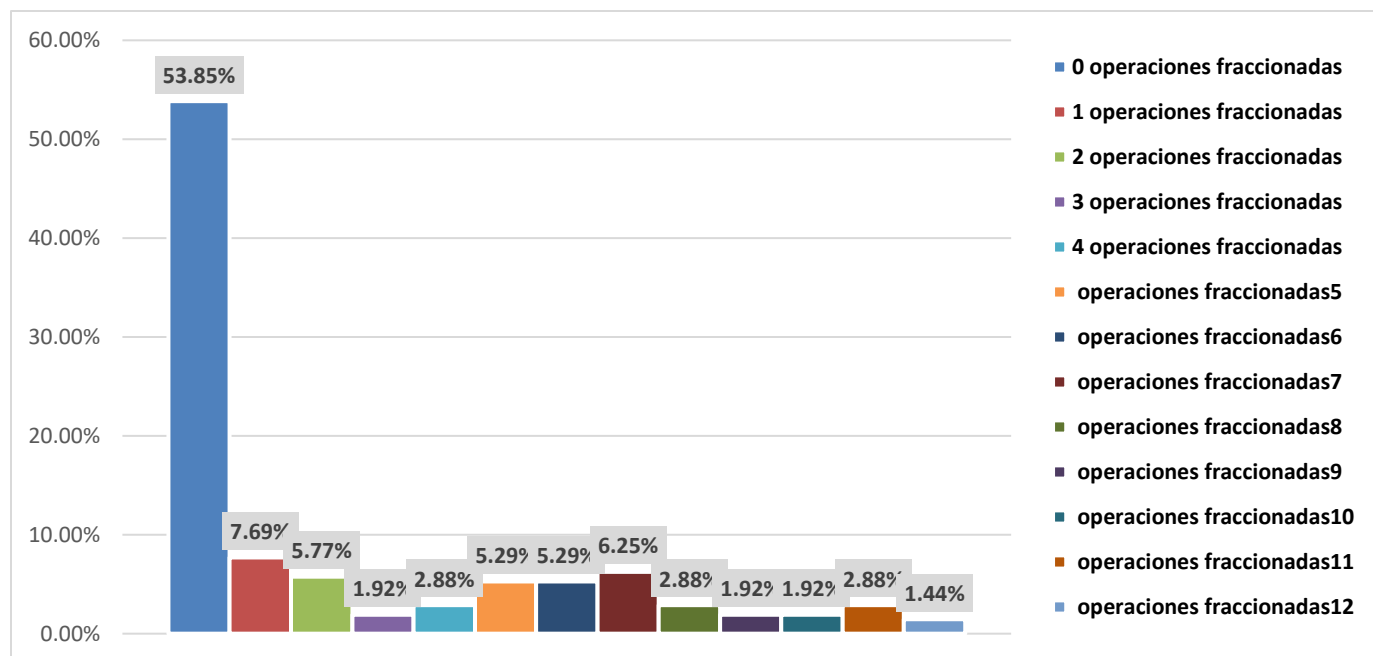


Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La figura 22 muestra las respuestas sobre el grado de confianza en el banco, en función de los diferentes niveles de confianza, sobre la percepción de los agentes acerca de la entidad bancaria. Los datos revelan las respuestas de los agentes en función de su grado de confianza en el banco, del 100% de encuestados la mayoría de ellos reportó un grado de confianza de 5 (27.88%), seguido de 6 (22.12%) y 4 (6.73%). Esto indica que una parte importante de los agentes tiene una confianza moderada o alta en el banco.

Los modelos econométricos previos indicaron que el grado de confianza en el banco está relacionado con los indicadores de rentabilidad. Los resultados sugirieron que un mayor grado de confianza en el banco se asocia positivamente con la rentabilidad en algunos casos.

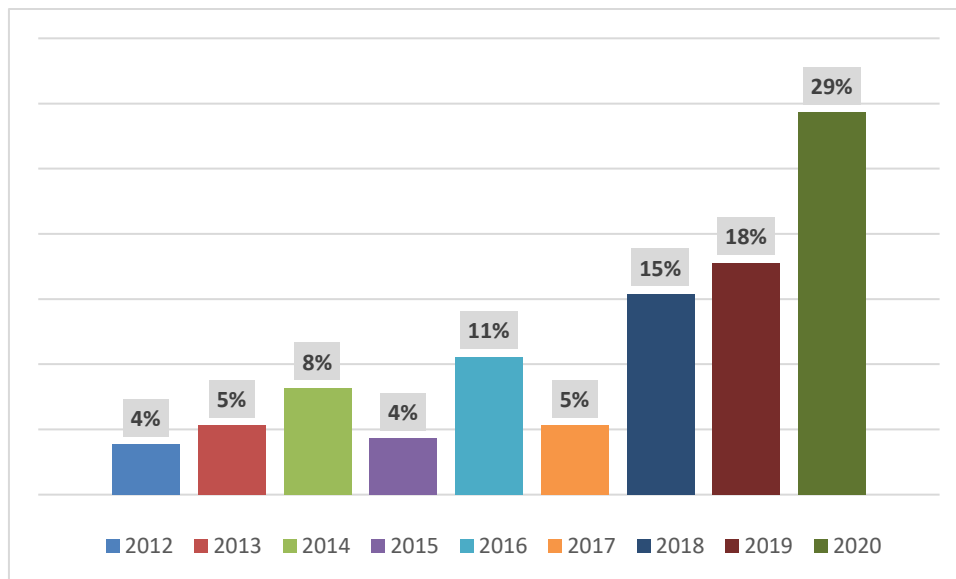
En este contexto, aquellos que informaron un alto grado de confianza en el banco (por ejemplo, grados 9 y 10) pueden estar relacionados con mejores indicadores de rentabilidad.

Figura 23*Operaciones fraccionadas*

Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La figura 23 muestra las respuestas sobre el número de operaciones fraccionadas, del 100% de encuestados, la mayoría informó no realizar operaciones fraccionadas (53.85%), seguido de 1 operación fraccionada (7.69%) y 12 operaciones fraccionadas (1.44%). Esto indica que la mayoría de los agentes no realiza operaciones fraccionadas, pero un pequeño porcentaje sí lo hace.

Los resultados de los modelos econométricos previos indicaron que el número de operaciones fraccionadas está relacionado con los indicadores de rentabilidad. Un mayor número de operaciones fraccionadas se asoció negativamente con la rentabilidad.

Figura 24*Año de inicio de operaciones*

Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La figura 24 muestra la información sobre cuándo comenzaron a operar los agentes encuestados, del 100% de encuestados el 29% de los agentes comenzaron sus operaciones en ese año. Esto puede ser indicativo de un crecimiento significativo en la incorporación de nuevos agentes en 2020.

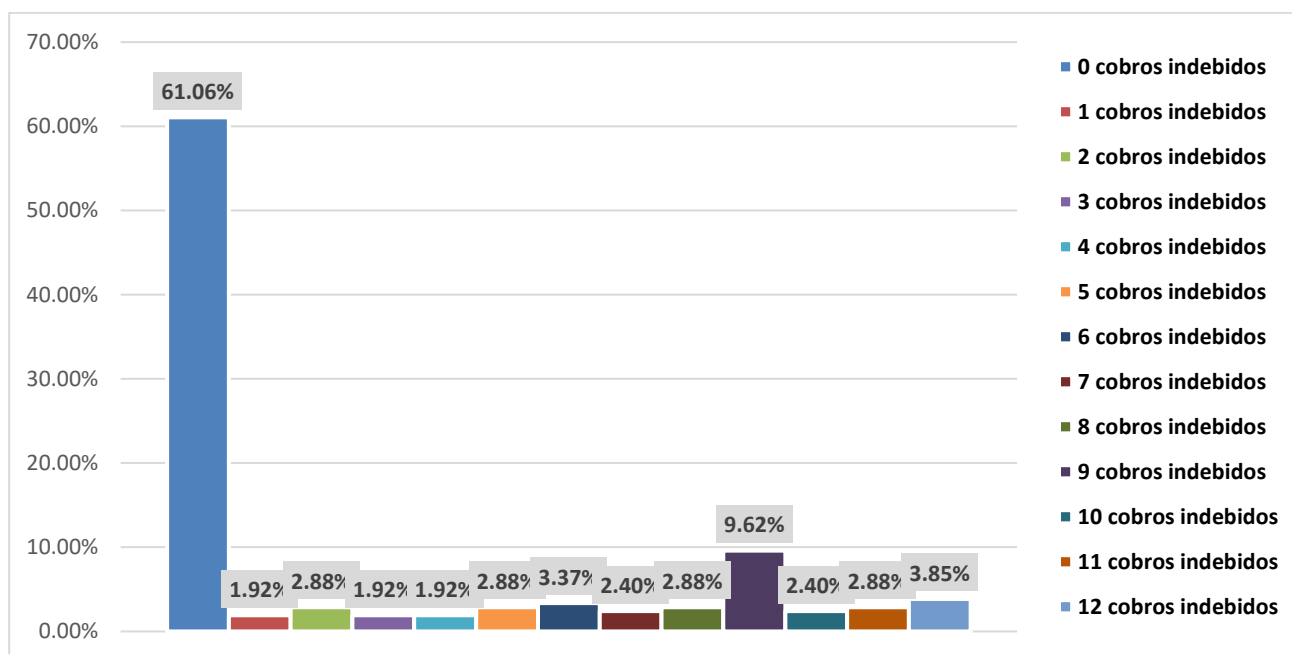
Los datos revelan una tendencia creciente en el número de agentes que comenzaron sus operaciones a partir de 2014. Este aumento podría estar relacionado con el crecimiento de la red de agentes en la provincia del Cusco.

La tesis podría analizar en detalle cómo el año de inicio de operaciones afecta la rentabilidad. Es posible que los agentes más nuevos enfrenten desafíos diferentes en comparación con aquellos que han estado operando durante más tiempo. Por lo tanto, es fundamental considerar estrategias de integración y capacitación adecuadas para los nuevos agentes.

La expansión de la red de agentes en la provincia del Cusco, como se evidencia en los datos, podría influir en la competencia y las oportunidades de mercado. Esto podría tener un impacto en la rentabilidad y debe ser tenido en cuenta al formular estrategias.

Figura 25

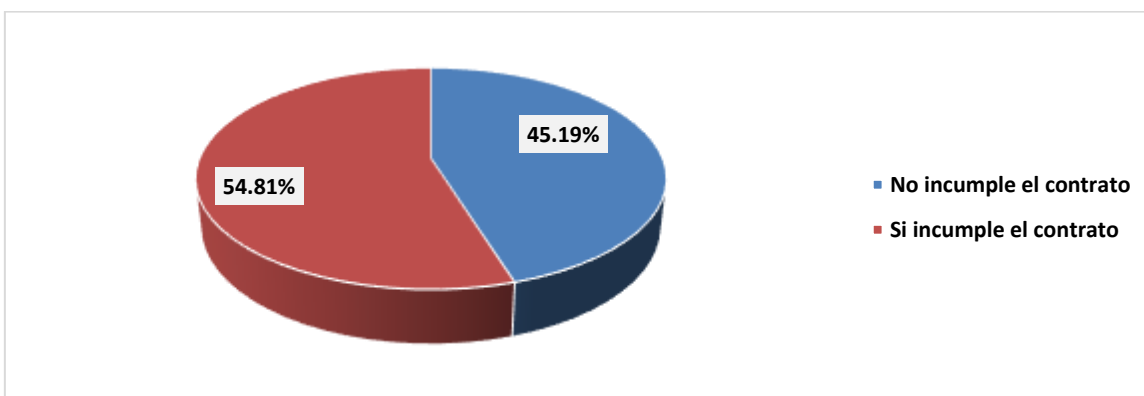
Cobros indebidos



Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La figura 25 muestra el número de cobros indebidos reportados por los agentes, del 100% de encuestados el 61.06% informó no haber experimentado ningún cobro indebido, sin embargo, hay un porcentaje significativo que informa haber experimentado al menos 1 cobro indebido, con porcentajes que van desde 1.92% hasta 9.62%.

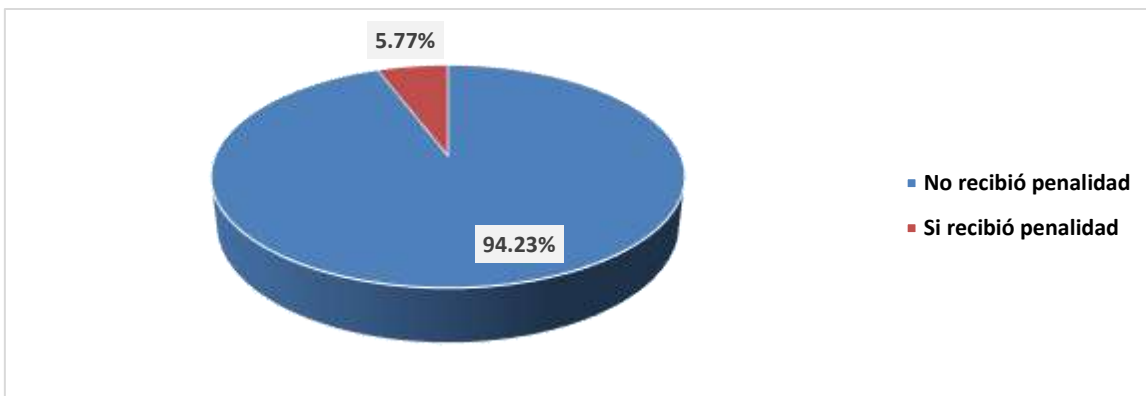
Los resultados de los modelos econométricos muestran que el número de cobros indebidos está relacionado con los indicadores de rentabilidad. Un mayor número de cobros indebidos se asoció negativamente con la rentabilidad.

Figura 26*Incumplimiento del contrato*

Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La figura 26 muestra el incumplimiento del contrato de los agentes, del 100% de encuestados el 54.81% de los agentes informaron haber incumplido el contrato, mientras que el 45.19% declara no haber incumplido el contrato. Esto sugiere que una proporción significativa de los agentes ha enfrentado incumplimientos de contrato, por alguno de los motivos que especifica el contrato.

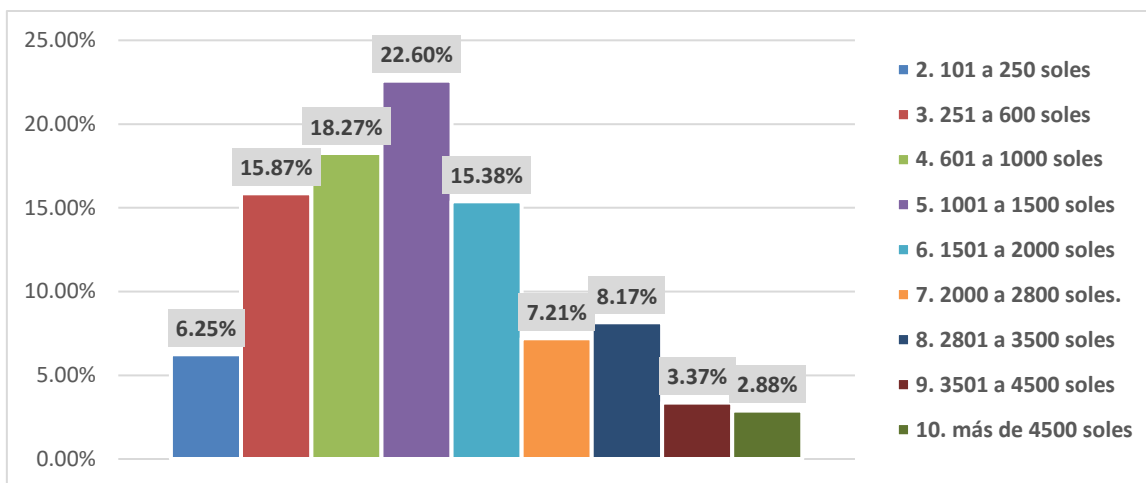
Los resultados de los modelos econométricos previos indicaron que el incumplimiento de contrato está relacionado con los indicadores de rentabilidad. Sorprendentemente, el incumplimiento de contrato se asoció positivamente con la rentabilidad en algunos casos, debido a que ciertas causales de incumplimiento se asocian a una mayor rentabilidad en comparación a otros. El alto porcentaje de agentes que informan incumplimiento de contrato puede ser una señal de un área de interés clave en la investigación.

Figura 27*Penalidad*

Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La figura 27 muestra la frecuencia de las penalidades recibidas por los agentes encuestados, del 100% de encuestados, el 94.23% de los agentes declararon no haber recibido penalidades, mientras que el 5.77% informa haber recibido penalidades. Esto sugiere que la gran mayoría de los agentes no ha enfrentado penalidades en el contexto de tu investigación.

Los resultados de los modelos econométricos previos no indicaron directamente la relación entre la recepción de penalidades y los indicadores de rentabilidad. El bajo porcentaje de agentes que informa haber recibido penalidades sugiere que es una situación menos común en el contexto de la investigación.

Figura 28*Cuenta de monto de caja*

Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La figura 28 muestra el monto de las transacciones de los agentes encuestados, del 100% de encuestados, el 18.27% realizó transacciones de 601 a 1000 soles, el 22.6% realizó transacciones de 1001 a 1500 soles (es el más representativo), el 22.12 % realizó transacciones de 101 a 600 soles y el 2.88% realizó transacciones mayores a 4500 soles.

En el presente capítulo se realiza un análisis Econométrico de los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a agentes multired del BN de la provincia del Cusco, que hasta diciembre del 2020 mantienen la actividad de cajeros corresponsales, con la finalidad de probar las hipótesis planteadas en la presente investigación.

5.2 ANÁLISIS CORRELACIONAL

5.2.1. Descripción de las variables

Tabla 24

Descripción de las variables

Variables	Descripción
Variable Dependiente: Rentabilidad	
Utilidad	Utilidad del periodo anual en soles
Margen bruto	Margen bruto del periodo anual medido en porcentaje
Margen Neto	Margen Neto del periodo anual medido en porcentaje
Variable Independiente	
Gastos de Monitoreo	
Costo individual por monitoreo.	Costo individual por monitoreo de la Macro región y agencia matriz
Visitas para monitoreo de agente	Número de visitas para monitoreo de agente que recibió por parte del Banco, el año de estudio
Gastos de compromiso	
Visitas semanales para equilibrio de caja	Número de visitas semanales a la agencia matriz del BN para el equilibrio de caja
Dificultad de cumplimiento de contrato	Del 1 al 10; siendo 1 lo más bajo y 10 lo más alto
Confianza del Banco en el cajero corresponsal, desde la perspectiva del cajero	Del 1 al 10; siendo 1 lo más bajo y 10 lo más alto
Pérdida residual	
Operaciones fraccionadas	Número de operaciones fraccionadas el año de estudio
Cobros indebidos	Número de cobros indebidos realizados el año de estudio
Incumplimiento del contrato del AgM	1 si incumplió con el contrato del AgM, 0 de otro modo
Penalidad recibida por el cajero corresponsal	1 si el cajero corresponsal recibió penalidad, 0 de otro modo

5.2.2. Medidas de tendencia central

Tabla 25

Medidas de tendencia central

Variable	Obs	Media	Desv Est	Min	Max
Variable Independiente					
Utilidad (S/.)	208	6668.32	5168.16	-664.81	21437.47
Margen Bruto (%)	208	0.28	0.07	0.19	0.51
EBITDA (%)	208	0.15	0.05	0.01	0.42
EBIT (%)	208	0.13	0.04	-0.04	0.26
Margen Neto (%)	208	0.11	0.05	-0.07	0.23
Variable dependiente					
Costo de monitoreo (S/.)	208	74.93	44.37	0	182.68
Número de visitas de monitoreo	208	8.75	4.57	0	15
Número de visitas semanales	208	4.73	2.48	0	12
Dificultad de contrato (1-10)	208	4.82	2.59	1	10
Confianza del banco al cajero (1-10)	208	5.5	2.31	1	10
Número de operaciones fraccionadas	208	2.47	3.48	0	12
Número de cobros indebidos	208	2.83	4.1	0	12
Incumplimiento de contrato (Si/No)	208	0.55	0.5	0	1
Penalidad recibida (Si/No)	208	0.06	0.23	0	1

Fuente: Obtenido de la encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco - Elaboración propia

La tabla 25 presenta muestra los estadísticos de tendencia central. La variable "utilidad" tiene un promedio de S/. 6,668.32 y una desviación estándar de S/. 5,168.16, lo que sugiere que los valores tienden a variar significativamente alrededor de la media, debido a que la utilidad de cada cajero corresponsal es diferente. La variable "margen bruto" tiene un promedio de 0.28 y una desviación estándar de 0.07 lo que sugiere que los valores tienen una mínima variación. La variable "EBITDA" tiene un promedio de 0.15 y una desviación estándar de 0.05 lo que indica una mínima variación. La variable "EBIT" tiene un promedio de 0.13 y una desviación estándar de 0.04 lo que

indica una mínima variación. La variable "margen neto" tiene un promedio de 0.11 y una desviación estándar de 0.05 lo que indica una mínima variación.

Dentro de las variables dependientes están presentes: La variable Número de visitas semanales indica que cada cajero corresponsal recibió en promedio 4.73 visitas semanales. La desviación estándar de 2.48 sugiere cierta variabilidad en la cantidad de visitas semanales. Puede haber semanas con más o menos visitas en comparación con la media. La media de dificultad de contrato indica que, en promedio, la dificultad de contrato se sitúa en 4.82 en una escala del 1 al 10. La desviación estándar de 2.59 muestra que la dificultad de contrato varía notablemente entre observaciones.

Confianza del banco al cajero: la media de 5.5 sugiere un nivel de confianza moderado en el banco. Número de operaciones fraccionadas: La media indica un promedio de aproximadamente 2.47 operaciones fraccionadas por cada cajero corresponsal anualmente. La variabilidad en este caso va desde 0 operaciones fraccionadas como mínimo hasta 12 operaciones fraccionadas como máximo.

La media de cobros indebidos indica que, en promedio, se realizan aproximadamente 2.83 cobros indebidos por cada cajero corresponsal al año

5.2.3. Correlación de variables

Prueba de normalidad

Ho: La distribución de los datos es normal

Ha: La distribución de los datos no es normal

Criterio de decisión: si la significancia es menor a 0.05, se acepta la Ha (Rho Spearman). Caso contrario se acepta la Ho (Pearson).

Tabla 26

Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

Kolmogorov-Smirnov		
Dimensiones	Estadístico	Sig.
Costos de la agencia	0.039	0.200
Gastos de monitoreo	0.081	0.002
Gastos de compromiso	0.106	0.000
Rentabilidad	0.110	0.000
Pérdida residual	0.243	0.000
Confianza	0.348	0.000
n=208		

La tabla 26 muestra la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov (válida para muestras mayores a 50). La variable costos de la agencia es mayor que 0.05, por ende, muestra una distribución normal en sus datos. El resto de las variables de análisis del estudio tienen una significancia menor a 0.05. En consecuencia, se acepta la Ha, ya que el mayor número de variables no es significativo. De tal manera que, se utilizará el estadístico de correlación Rho Spearman para su análisis correlacional.

Tabla 27

Correlación de la rentabilidad con los gastos de monitoreo, gastos de compromiso y la pérdida residual, utilizando el estadístico Rho Spearman

	Rentabilidad	Gastos de monitoreo	Gastos de compromiso	Pérdida residual
Rentabilidad	1.00			
Gastos de monitoreo	0.45***	1.00		
Gastos de compromiso	0.83***	0.42***	1.00	
Pérdida residual	-0.41***	-0.21***	-0.38***	1.00

*Nota: ** 95% de confianza; *** 99% de confianza*

La tabla 30 muestra la correlación de variables (rentabilidad con los gastos de monitoreo, gastos de compromiso y la pérdida residual) en la provincia del Cusco para el año 2020. La rentabilidad y los gastos de monitoreo presentaron una correlación directa y moderada (0.45), significativo al 99% de intervalos de confianza. La rentabilidad y los gastos de compromiso presentaron una correlación directa y muy alta (0.83), significativo al 99% de intervalos de confianza. La rentabilidad y los gastos de monitoreo presentaron una correlación indirecta y moderada (0.41), significativo al 99% de intervalos de confianza.

Tabla 28

Correlación de la rentabilidad con los costos de la agencia, utilizando el estadístico Rho

Spearman

	Rentabilidad	Costo de la agencia
Rentabilidad	1.00	
Costo de la agencia	0.846***	1.00

*Nota: ** 95% de confianza; *** 99% de confianza*

La tabla 28 muestra la correlación de variables (rentabilidad con los costos de la agencia) en la provincia del Cusco para el año 2020. La rentabilidad y los costos de la agencia presentaron una correlación directa y muy alta (0.846), significativo al 99% de intervalos de confianza. Lo que significa que, si incrementa los costos de la agencia, también incrementa la rentabilidad de los agentes multired.

5.2.4. Regresión

El modelo econométrico teórico planteado para determinar la influencia de la teoría de la agencia en la utilidad de los agentes multired de la provincia del Cusco, durante el año 2020, es la siguiente:

$$Rentabilidad\ Agente\ Multired_i = F(Costos\ de\ la\ Agencia, error)_i$$

La variable independiente son los costos de la agencia que se dividen en (1) costos de monitoreo (2) gastos de compromiso (3) pérdida residual.

La variable dependiente es la rentabilidad del AgM que es resultado del cálculo del flujo de caja, que tiene como *input* el ingreso, costos de producción y ventas, impuestos, intereses. Se utilizó la utilidad de los agentes multired.

Se planteó el siguiente modelo de regresión lineal múltiple que, viene dado de la siguiente manera:

$$\text{Log}(\text{Rentabilidad}) = \beta_0 + \beta_1 \text{Log}(\text{Costos de monitoreo}) + \beta_2 \text{Log}(\text{Gastos de compromiso}) + \beta_3 \text{Log}(\text{Pérdida residual}) + \beta_4 \text{Log}(X) + \mu_i$$

Con: $\beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$

Donde:

El modelo econométrico es estimado mediante mínimos cuadrados ordinario (MCO) a nivel de cada individuo, estrategia de identificación: reg y x, robust.

Tabla 29

Regresión por MCO: Rentabilidad con los costos de compromiso, gastos de monitoreo, pérdida residual y la confianza

Log(Rentabilidad)	Coefficiente	Errores estándar	p> t
Log(costos de compromiso)	0.098*	0.058	0.093
Log(gastos de monitoreo)	1.11***	0.1	0.000
Log(perdida residual)	-0.08**	0.033	0.016
Confianza	0.19**	0.07	0.007
Const	4.64*	2.399	0.056

n=113
F=47.45
R2=0.8614

Nota: * 90% de confianza; ** 95% de confianza; *** 99% de confianza

La tabla 32 muestra la regresión por MCO de la rentabilidad con los costos de compromiso, gastos de monitoreo, pérdida residual y la confianza, controlado por el tamaño de la población, porcentaje de la población que tiene tarjeta, porcentaje de la población que tiene deudas. Los costos

de compromiso presentaron una relación directa con la rentabilidad, lo que explicó que ante un incremento del 1% en los costos de compromiso, en promedio la rentabilidad de los agentes multired incrementó en 0.1% (significativo al 90% de intervalos de confianza). Los gastos de monitoreo presentaron una relación directa con la rentabilidad de los agentes multired, lo que explicó que ante un incremento del 1% en los gastos de monitoreo, en promedio la rentabilidad de los agentes multired incrementó en 1.11% (significativo al 99% de intervalos de confianza). La pérdida residual presentó una relación inversa con la rentabilidad de los agentes multired, lo que explicó que ante un incremento del 1% en la pérdida residual, en promedio la rentabilidad de los agentes multired disminuyeron en 0.08%. Por otro lado, los agentes que creen tener una confianza por parte del banco de la nación, en promedio presentaron una rentabilidad mayor de 0.19% que los agentes que no creen tener una confianza por parte del banco de la nación.

El coeficiente de determinación $R^2=86.14\%$ lo que significó que las variables independientes (costos de compromiso, gastos de monitoreo, pérdida residual y la confianza) explican en un 86.14% la rentabilidad de los agentes multired.

Tabla 30

Regresión por MCO de la rentabilidad con los costos de la agencia

Log(Rentabilidad)	Coefficiente	Errores estándar	p> t
Log(costos de la agencia)	1.765***	0.099	0.000
Const	-1.337***	0.565	0.019

n=205
F=316.26
R2=0.7166

Nota: ** 95% de confianza; *** 99% de confianza

La tabla 33 muestra la regresión por MCO de la rentabilidad con los costos de la agencia controlado por el tamaño de la población, porcentaje de la población que tiene tarjeta, porcentaje de la población que tiene deudas. La rentabilidad presentó una relación directa con los costos de la agencia, lo que explicó que ante un incremento del 1% en los costos de la agencia, en promedio la rentabilidad de los agentes multired incrementaron en 1.76%.

El coeficiente de determinación $R^2=71.66\%$ lo que significó que la variable independiente (costos de la agencia) explica en un 71.66% la rentabilidad de los agentes multired.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la presente investigación intitulada: “LOS COSTOS DE LA AGENCIA Y LA RENTABILIDAD DEL AGENTE MULTIREDA COMERCIAL DEL BANCO DE LA NACIÓN EN LA PROVINCIA DEL CUSCO 2020” la cual tuvo como objetivo general “Determinar la relación de los costos de la agencia con la rentabilidad del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020”. Se concluyó que la rentabilidad y los costos de la agencia presentaron una correlación directa y alta (0.78), significativo al 99% de intervalos de confianza. Lo que significa que, si incrementa los costos de la agencia, también incrementa la rentabilidad de los agentes multired. A partir de la regresión por MCO se determinó que ante un incremento del 1% en los costos de la agencia, en promedio la rentabilidad de los agentes multired incrementaron en 1.76% en la provincia del Cusco, periodo 2020.

La investigación de Ccoyllo (2015) que, ratifica los resultados hallados. Donde concluyó que, la aplicación de cadena de valor y las ventajas competitivas, es decir, un cumplimiento de las condiciones o cláusulas de la relación contractual permitió incrementar la atención de nuevos clientes en los cajeros corresponsales BCP alcanzando un incremento de un 20% anual en promedio, además de un incremento de las ventas totales de S/. 13,301 hasta S/. 26.590. Centurión y Mendoza (2015), en su discusión de resultados señalaron que los cajeros corresponsales ubicados en zonas periféricas o alejados del Banco o administrador tienen dificultades para trasladarse y realizar el equilibrio de caja, incrementando de esta manera el costo de la agencia (costos de compromiso). Indicaron, además, que el 54% de establecimientos de cajero corresponsal tiene entre 3 y 4 trabajadores. Lo cual respalda que, la presencia de la corresponsalía bancaria precisa de incurrir en mayores gastos de monitoreo, por parte del cajero corresponsal. Las conclusiones

están en sintonía con el estudio de Ang et al. (2000) que, miden los costos de la agencia en 1708 corporaciones estadounidenses y determinan que cuando existe una separación entre la propiedad y el control en una empresa, los costos de la agencia se incrementan. El administrador es un tercero, con incentivos totalmente divergentes de los propietarios y los propietarios para alinear sus incentivos deben incurrir en mayores gastos de monitoreo. Asegurándose que el agente no actúa en beneficio propio. Además, Eisenhardt (1985) combina el diseño organizacional con la teoría de la agencia para explorar las variables de control (estructuras de recompensa, características de las tareas y sistemas de información) dentro de las organizaciones. El estudio analiza las prácticas de compensación para vendedores en 54 tiendas minoristas en Estados Unidos. Las conclusiones muestran que las tareas que tengan un alto nivel de programación requieren sistemas de control basados en el comportamiento del trabajador mientras aquellas tareas que tengan un bajo nivel de programación requieren sistemas de información más elaborados o sistemas de control basados en los resultados del trabajador. Esta característica de la remuneración está en sintonía con las comisiones variables de los agentes multired. En otras investigaciones del agente multired, Iparraquirre (2016) respalda nuestros hallazgos encontrados, en la cual se analizó la relación existente entre la calidad de atención en los agentes corresponsales de la agencia 2 de Tacna y el nivel de satisfacción de los clientes. Los resultados indican que existe una correlación entre la calidad del servicio que brinda el AgM y la satisfacción del cliente. El nivel de satisfacción de los clientes es moderado en un 33.3%, bajo en un 30.8%, muy alta en 10.3% y baja en un 2.1%. En cuanto a la calidad del servicio se halló que el 61.5% la considera medio, el 23.1% la considera deficiente y el 15.4% la considera alta. En conclusión, aunque los agentes multired no ofrecen un servicio de alta calidad, los clientes están satisfechos con el servicio que reciben. Asimismo,

Ramírez (2018) analizó la relación entre la publicidad y la atención al cliente de los agentes multired en la Agencia 2 de Abancay durante el año 2016. La autora encontró una relación positiva “baja” entre las diferentes dimensiones de publicidad y la atención al cliente (el propio AgM) en el caso de la Agencia 2 de Abancay, y propone “brindar prioridad al desarrollo de la publicidad”, mejorar la gestión de los agentes para su adecuada identificación y ubicación, descentralizar la adquisición de material publicitario a cada oficina principal, para que así la dotación de este recurso sea oportuna y ágil.

CONCLUSIONES

1. En el objetivo general se concluyó que la rentabilidad y los costos de la agencia de los agentes Multired Comerciales del BN en la Provincia del Cusco tuvieron una relación directa y significativa, al 95% de intervalos de confianza. Se encontró que, la rentabilidad presentó una relación directa con los costos de la agencia, lo que explicó que ante un incremento del 1% en los costos de la agencia, en promedio la rentabilidad de los agentes multired incrementaron en 1.76%.

2. En el objetivo específico 1 se encontró que, los costos de compromiso presentaron una relación directa con la rentabilidad, lo que explicó que ante un incremento del 1% en los costos de compromiso, en promedio la rentabilidad de los agentes multired incrementó en 0.1% (significativo al 90% de intervalos de confianza).

3. En el objetivo específico 2 se encontró que, los gastos de monitoreo presentaron una relación directa con la rentabilidad de los agentes multired, lo que explicó que ante un incremento del 1% en los gastos de monitoreo, en promedio la rentabilidad de los agentes multired incrementó en 1.11% (significativo al 99% de intervalos de confianza).

4. En el objetivo específico 3 se encontró que, la pérdida residual presentó una relación inversa con la rentabilidad de los agentes multired, lo que explicó que ante un incremento del 1% en la pérdida residual, en promedio la rentabilidad de los agentes multired disminuyeron en 0.08%.

5. Por otro lado, los agentes que creen tener una confianza por parte del banco de la nación, en promedio presentaron una rentabilidad mayor de 0.19% que los agentes que no creen tener una confianza por parte del banco de la nación.

Con base en los resultados de la investigación, se elaboran las recomendaciones que son presentadas a continuación.

RECOMENDACIONES

1. Gestión de costos de agencia: se sugiere al banco implementar estrategias efectivas para optimizar los costos de agencia. Esto puede incluir la automatización de procesos, la simplificación de procedimientos y la identificación de áreas donde se pueden optimizar los gastos operativos.

2. Optimización de las visitas de monitoreo: dado que un mayor número de visitas de monitoreo se asocia con mejores indicadores de rentabilidad, se deben implementar protocolos efectivos para garantizar que estas visitas sean productivas y eficientes. Esto podría incluir la capacitación de los monitores y una planificación adecuada de las visitas.

3. Gestión de operaciones fraccionadas: para aquellos agentes que realizan operaciones fraccionadas, es fundamental realizar la revisión mensual de los reportes, por parte de las agencias matrices para asegurarse de la identificación y notificación de las mismas. Esto podría requerir sistemas de seguimiento y supervisión precisos.

4. Prevención de cobros indebidos: la prevención de cobros indebidos es esencial para mantener la rentabilidad. Implementar mecanismos efectivos de detección y prevención de cobros indebidos y la pérdida de la imagen institucional del banco sin suficiente control sobre los agentes.

5. Gestión de penalidades: aunque un porcentaje bajo de agentes informó haber recibido penalidades. Se pueden implementar mecanismos para la aplicación oportuna de penalidades que puedan influir en el adecuado cumplimiento del contrato.

6. Se sugiere la elaboración de investigaciones del agente multired que, (1) considere un algoritmo que pueda determinar la ubicación ideal de los agentes corresponsales; (2) determine la comisión óptima que considere los ajustes por inflación e índice de precios al consumidor.

7. Se sugiere la elaboración de investigaciones en el sistema financiero peruano que puedan (1) analizar los factores que influyen en la rentabilidad de los agentes del cajero corresponsal; (2) determinar la influencia de las billeteras digitales en el volumen de transacciones de los cajeros corresponsales.

BIBLIOGRAFÍA

- Amijo de Vega, R., Reséndiz Carrillo, D., Ruiz Godinez, A., Vite García, A., & Apáez Flores, F. (2013). *Banca corresponsal e inclusión financiera: modelos de negocio en América Latina*. Washington D.C.: Programa de Tecnologías para la inclusión financiera, Fondo Multilateral de Inversiones, Banco de desarrollo de América Latina. Obtenido de <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-es-documento-banca-corresponsal-e-inclusion-financiera-modelos-de-negocio-en-america-latina-9-2013.pdf>
- Andrade Pinelo, A. M. (2011). Análisis del ROA, ROE y ROI. *Asesoría Económica Financiera de la Universidad Peruana de Ciencias*, 59-61.
- Ang, J. S., Cole, R. A., & Wuh Lin, J. (2000). Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Finance*, 55, 81-106. doi:<https://doi.org/10.1111/0022-1082.00201>
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México DF: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Bank for International Settlements. (2007). *Evolución de los sistemas bancarios en América Latina y el Caribe: retos e implicaciones para la política monetaria y la estabilidad financiera*. Basilea-Suiza: Press & Communications-Bank for International Settlements.
- Berle, A. A., & Means, G. C. (1932 (1991)). *The modern corporation and private property* (with a new introduction by Murray L. Weidenbaum and Mark Jensen. ed.). Transaction Publishers.
- Ccoyllo Enciso, M. A. (2015). *IMPACTO DEL SISTEMA CAJEROS CORRESPONSALES BANCARIOS EN LAS EMPRESAS CONSTITUIDAS COMO AGENTES BCP EN EL BANCO DE CREDITO DEL PERU EN LIMA METROPOLITANA*". Lima Metropolitana.

Obtenido de
https://repositorio.untels.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/1047/1/T088A_43909047_T.pdf

Centro del Sector Financiero de PwC & IE Business School. (2015). *Los medios de pago, un paisaje en movimiento*. Madrid. Obtenido de
<https://www.pwc.es/es/publicaciones/financiero-seguros/assets/medios-pago-paisaje-movimiento.pdf>

Centurión Mendoza , A., & Mendoza Tapia , G. (2015). *IMPACTO DE LA ACTIVIDAD DE CORRESPONSALÍA BANCARIA EN LAS MICROEMPRESAS QUE OPERAN COMO AGENTE BCP EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE*. LAMBAYEQUE. Obtenido de
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/145/1/TL_CenturionMendozaAlejandra_MendozaTapiaGasvelly.pdf

Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera. (2015). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera Perú*. Lima. Obtenido de
https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/inclusion_financiera/ESTRATEGIA-NACIONAL-INCLUSION-FINANCIERA.pdf

de Olloqui, F., Andrade, G., & Herrera, D. (2015). *Inclusión Financiera en América Latina y el Caribe: Coyuntura actual y desafío para los próximos años*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Díez Torca, I. (2010). *Cómo entender las finanzas de hoy*. Antoni Bosch.

Eisenhardt, K. M. (Feb de 1985). Control: Organizational and Economic Approaches. *Management Science*, 31(2), 134-149. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/2631511>

- Eisenhardt, K. M. (January de 1989). Agency Theory: An Assessment and Review. *The Academy of Management Review*, 14(1), 57-74. Obtenido de https://www.jstor.org/stable/258191?seq=1#metadata_info_tab_contents
- Fernandez-Baca Llamosas, J. (2004). *Dinero, banca y mercados financieros*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- FIRA: Fideicomisos instituidos en relación con la agricultura. (2011). Evaluación económica de proyectos de inversión. *Boletín de educación financiera*(3).
- Flaming, M., Mckay, C., & Pickens, M. (2011). *Manual de administración de agentes*. Washington: Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres/Banco Mundial. Obtenido de <https://www.cgap.org/sites/default/files/researches/documents/Technical-Guide-Agent-Management-Toolkit-2011-Spanish.pdf>
- Fontrodona, J., & Sison, A. J. (2007). Hacia una Teoría de la Empresa basada en el Bien Común. *Revista Empresa y Humanismo*, 10(2), 65-92. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/83561601.pdf>
- Garay Pinto, J., & Lisboa Cordaro, P. (2017). Ética y Agencia. Una revisión crítica de la Moral de la Teoría de la Agencia. *REVISTA EMPRESA Y HUMANISMO*, XX(2), 51-86. Obtenido de <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/empresa-y-humanismo/article/view/9328/8308>
- García Garnica, A., & Taboada Ibarra, E. L. (2012). Teoría de la Empresa: Las Propuestas de Coase, Alchian y Demsetz, Williamson, Penrose y Nooteboom. *Economía: Teoría y Práctica*(36), 9-42. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/etp/n36/n36a2.pdf>

- Gerencia de Operaciones del Banco de la Nación. (29 de Agosto de 2017). *Canal de Atención: Agente Multired BN-DIR-3100-163-04 Rev. 4.*
- Gobierno del Perú. (10 de Enero de 2023). *Programa Nacional de Apoyo Directo a los más Pobres - JUNTOS.* Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/juntos/institucional>
- Gobierno del Perú. (10 de Enero de 2023). *Programa Nacional de Asistencia Solidaria Pensión 65.* Obtenido de <https://www.gob.pe/pension65/>
- Gonzales Perez, A., & Correa Rodriguez, A. (2002). factores determinantes de la rentabilidad financiera de las mypes. *Revista española de financiación y contabilidad*, 395-429.
- Gravelle, H., & Rees, R. (2006). *Microeconomía* (3ra ed.). Madrid: Pearson.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación.* México: McGraw-Hill.
- Iparraquirre, J. D. (2016). *Tesis: La calidad de servicio de los agentes multired y la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación de la Región Tacna, año 2015.* Tacna: Universidad Privada de Tacna. Obtenido de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/82/1/iparraquirre-jimenez-diego.pdf>
- Jallath, E., & Negrín, J. (2001). *EVOLUCIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS DE PAGO DISTINTOS AL EFECTIVO EN MÉXICO.*
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3, 305 - 360. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0304405X7690026X>
- Julio López Mas, P. C. (2006). *CONFORMACIÓN DE ALIANZASESTRATÉGICAS BANCOS - EMPRESAS SU IMPACTO PARA UN SISTEMA FINANCIERO*

- INCLUSIVOSUMEN. *Gestión en el Tercer Milenio, Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM*, 67 - 79.
- Michahelles Diaz, G. G. (1994). Sistema Automatizado de Terminales Punto de Venta en el Perú. Perú: <http://cybertesis.uni.edu.pe/handle/uni/10828>.
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos & Sistema Peruano de Información Jurídica. (2016). *Constitución Política del Perú 1993* (Décimo Primera Edición Oficial ed.).
- Minsait Payment, con colaboración de Afi. (2020). *X Informe de Medio de Pagos*. Minsait Payment.
- Nedelchev, M. (Junio de 2012). The Modern Corporation and Private Property – 80 Years Later. *MPRA Paper, University Library of Munich*. Obtenido de <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/64542/>
- Ñañaque Fernandez, M. E. (2008). El impacto del sistema de corresponsalía bancaria del banco de crédito del Perú en las empresas constituidas como agentes bcp en Lima metropolitana. Lima, <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/350>: Universidad San Martín de Porres.
- Panda, B., & Leepsa, N. M. (2017). Agency theory: Review of Theory and Evidence on Problems and Perspectives. *Indian Journal of Corporate Governance*, 10(1), 74-95. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0974686217701467>
- Parodi Trece, C. (1997). *ECONOMÍA DE LAS POLÍTICAS SOCIALES* (Primera Edición ed.). Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

- Perú, G. d. (10 de enero de 2023). *Programa Nacional de Apoyo Directo a los más Pobres - JUNTOS*. Obtenido de <https://www.gob.pe/4318-programa-nacional-de-apoyo-directo-a-los-mas-pobres-juntos-que-hacemos>
- Ramírez Aroni, Y. (2018). *Tesis: La publicidad y atención al cliente de los agentes multired del Banco de la Nación Abancay 2016*. Abancay: Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. Obtenido de <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/602>
- Ruiz, J. M. (2007). LA BANCARIZACIÓN EN LATINOAMÉRICA. UN DESAFÍO PARA LOS GRUPOS BANCARIOS ESPAÑOLES. *ESTABILIDAD FINANCIERA-BANCO DE ESPAÑA*, 123-132.
- Sagua Mamani, P. R. (2017). *Tesis: Análisis de las plataformas de atención al usuario y su incidencia en el volumen de operaciones del Banco de la Nación agencia I Puno, periodos 2014-2015*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4508>
- Sanchez Segura, A. (1994). La rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española. Análisis de los factores determinantes. *Revista española de financiación y contabilidad*, 159-179.
- Sarmiento Lotero, R. (2005). TEORÍA DE LOS CONTRATOS: UN ENFOQUE ECONÓMICO. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, I(1), 11-24. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409634371004>
- Smith, A. (1776 (1996)). *La Riqueza de las Naciones (Libros I-II-III y selección de los Libros IV y V)*. (C. R. Braun, Trad.) Madrid: Editorial castellana: Alianza Editorial S.A.

- Superintendencia de Banca y Seguros. (2020). Perú: Reporte de Indicadores de Inclusión Financiera de los Sistemas Financiero, de Seguros y de Pensiones a diciembre 2020.
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (16 de Junio de 2005). Circular SBS N° B-2147-2005 F-0487-2005, S-0612-2005, CM-0334-2005, CR.0203-2005, EAF-0230- 2005, EDPYME-0118-2005. Perú.
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2017). *Perú: reporte de indicadores de inclusión financiera de los sistemas financiero, de seguros y de pensiones a diciembre 2017*. Perú.
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2017). *Presentación del Sistema Financiero a diciembre del 2017*. Perú.
- Vera, C., & Titelman, D. (2013). *El sistema financiero en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Weidenbaum, M. L. (1990). Introduction to The Modern Corporation and Private Property. *Murray Weidenbaum Publications*, Working Paper 134. Obtenido de http://openscholarship.wustl.edu/mlw_papers/191
- Wooldridge, J. M. (2010). *Introducción a la econometría: Un enfoque moderno*. Mexico: Cengage Learning Editores, S. A.
- Zapata Rotundo, G. J., & Hernández Arias, A. (2010). Sistema de incentivos y tipos básicos de trabajo en la organización bajo la perspectiva de la teoría de la agencia. *Pensamiento & Gestión*(29), 56-86. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64619990004>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores
1. ¿Cuál es la relación de los costos de la agencia y la rentabilidad del corresponsal del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020?	1. Determinar la relación de los costos de la agencia con la rentabilidad del AgM comercial del BN en la provincia del Cusco 2020.	1. Los costos de la agencia tienen una relación positiva con la rentabilidad de los 208 agentes multired del BN, provincia del Cusco 2020.	Rentabilidad		Utilidad Margen bruto Margen neto
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores
2.1. ¿Cuál es la relación entre los gastos de monitoreo y la rentabilidad del corresponsal del AgM comercial del BN en la	2.1. Determinar la relación de los gastos de monitoreo con la rentabilidad del corresponsal del	2.1. Los gastos de monitoreo tienen una relación negativa con la rentabilidad del corresponsal del AgM	Costos de la Agencia	Gastos de Monitoreo Gastos de Compromiso	Costo individual por monitoreo total Visitas semanales para equilibrio de caja

provincia del Cusco 2020?	AgM comercial del	comercial del BN en la	
2.2. ¿Cuál es la relación	BN en la provincia	provincia del Cusco	Confianza del Banco en el cajero
entre los gastos de	del Cusco 2020	2020	corresponsal
compromiso y la	2.2. Determinar la	2.2. Los gastos de	
rentabilidad del corresponsal	relación de los	compromiso tienen	
del AgM comercial del BN	gastos de	una relación negativa	
en la provincia del Cusco	compromiso con la	con la rentabilidad del	
2020?	rentabilidad del	corresponsal del AgM	Operaciones fraccionadas
2.3. ¿Cuál es la relación	AgM comercial del	comercial del BN en la	
entre la pérdida residual y la	BN en la provincia	provincia del Cusco	
rentabilidad del corresponsal	del Cusco 2020	2020	
del AgM comercial del BN	2.3. Determinar la	2.3. La pérdida	Pérdida
en la provincia del Cusco	relación de la	residual tiene una	Residual
2020?	pérdida residual con	relación negativa con	
	la rentabilidad del	la rentabilidad del	
	AgM comercial del	corresponsal del AgM	
	BN en la provincia	comercial del BN en la	
	del Cusco 2020	provincia del Cusco	
		2020	Cobros indebidos

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2 Encuesta a agentes multired de la provincia del Cusco

Buenos días, mi nombre es **Luis Paredes**, soy bachiller de la Escuela Profesional de Economía de la Universidad Nacional San Antonio Abad, vengo realizando un estudio de investigación sobre la relación de la agencia en los agentes multired de la provincia del Cusco, durante el año 2020, por lo que se le aplicará un cuestionario.

El tratamiento de la información reunida tiene carácter confidencial y será utilizado exclusivamente para la investigación, por lo que espero su colaboración y quedo agradecido de antemano.

Información General

- a. Código de estudio _____
- b. Código de AgM Comercial _____
- c. Condición de colocación del mes de diciembre 2020 _____
- d. Agencia del BN dependiente _____
- e. Departamento y Provincia _____
- f. Distrito _____
- g. Nombre del propietario _____
- h. Nombre del comercio _____
- i. Dirección _____
- j. Actividad principal del comercio _____
- k. Fecha de inicio de operaciones como AgM (Mes / año) _____
- l. ¿Es corresponsal no bancario de otros bancos o entidades financieras? 1 si, 0 no
- m. Conexión de POS a internet: 1. Alámbrico 2. Inalámbrico

1. Variable: Independiente

1.1 Relación de la agencia: Costo de la agencia:

1.1.1 Gastos de Monitoreo

1. Costo individual de monitoreo, que es el resultado de sumar el costo de: Macroregión y agencia matriz
2. Número de visitas para monitoreo de agente que recibió el año 2020 _____
3. Visitas semanales a la agencia matriz del BN para el equilibrio de caja _____

1.1.2 Gastos de Compromiso

4. Del 1 al 10; siendo 1 lo más bajo y 10 lo más alto. ¿Cuál es grado de dificultad de cumplimiento del contrato del AgM? _____
5. Del 1 al 10; siendo 1 lo más bajo y 10 lo más alto. ¿Qué tanto considera que el banco confía en sus servicios como AgM? _____

1.1.3 Pérdida Residual

6. *Fraccionamiento* ¿Suele dividir una transacción (depósito o retiro) en dos partes o más? 1 si, 0 no
7. ¿Cuántas operaciones al mes realizó con esta modalidad?
8. *Cobros indebidos* Cuando considera insuficiente la comisión recibida por una transacción de alto monto. ¿Cobra un monto adicional al usuario? 1 si 0 no
9. Dependiendo de las respuestas anteriores, marque si incumplió el contrato que suscribió con el BN durante el año 2020 1 si, 0 no
10. ¿Ha recibido alguna vez una penalidad y/o amonestación en sus ingresos por parte del BN?
11. ¿Cuál es el monto promedio que posee en su cuenta control para sus transacciones? 1. menos de 100 2. 101 - 250 so 3. 251 a 600 4. 601 a 1000 so 5. 1001 a 1500 so 6. 1501 a 2000 so 7. 2000 a 2800 so. 8. 2801 a 3500 so 9. 3501 a 4500 so 10. más de 4500

2. Variable: Dependiente

2.1 Rentabilidad Económica: Estado de pérdidas y ganancias

2.1.1 Ingresos

1. Número de transacciones anuales_____
2. Ingresos anuales por corresponsalía (comisión)_____
3. ¿Entre qué monto fluctúan los ingresos brutos por su actividad principal cada mes? 1. menos de 1,500 2. 1500 - 2700 so 3. 2700 a 4500 4. 4500 a 6300 so 5. 6300 a 7500 so 6. 7500 a 8700 so 7. 8700 a 10200 so. 8. 10200 a 12000 so 9. 12000 a 13500 so
4. Monto ingreso anual por actividad principal_____
5. ¿Quién opera el POS?
 1. El bodeguero, al mismo tiempo que atiende el negocio
 2. Un operador exclusivo

5.1.1 Estado de pérdidas y ganancias

	Concepto	Actividad principal	Monto S./	Cajero Multired	Monto S./	Total S./
A	Ingreso					
B	Costo de producción y ventas	Mercadería nueva mensual x 12		Internet		
		Costo de almacenaje				
C	Utilidad bruta					
D	Costos de administración y ventas	Alquiler		Sueldo del operador		
		Electricidad y agua				
		Sueldo del bodeguero				
		Publicidad				
E	Depreciación	Depreciación inmueble				
		Muebles				
F	Utilidad de operación					
G	Costos financieros	Interés por préstamos de capital de trabajo				
H	Costos y gastos diversos	Licencias, arbitrios municipales				
I	Participaciones (dividendos)					
J	Utilidad antes de impuestos					
K	Impuesto a la Renta	Impuesto anual				
L	Utilidad					

Anexo 3 Cajeros Corresponsales del Sistema Financiero Peruano en diciembre del 2020

SISTEMA FINANCIERO	Cajeros Corresponsales
BANCA MÚLTIPLE	114,651
B. Continental	5,004
B. de Crédito del Perú	6,994
B. Financiero	9,329
B. Pichincha	13,182
Scotiabank Perú	14,862
Interbank	5,219
Mibanco	16,928
B. GNB	9,523
B. Falabella Perú	12,257
B. Ripley	11,180
Compartamos Financiera	9,543
EMPRESAS FINANCIERAS	50,216
Crediscotia financiera	14,862
Financiera Confianza	11,695
Financiera Oh SA	14,136
Financiera Credinka	9,523
CAJAS MUNICIPALES	44,592
CMAC Arequipa	9,935
CMAC Cusco	528
CMAC Huancayo	6,527
CMAC Ica	3,095
CMAC Maynas	77
CMAC Piura	10,357
CMAC Sullana	10,313
CMAC Tacna	3,449
CMAC Trujillo	311
EDPYMES	86
GMG SERVICIOS PERU	86
CAJAS RURALES DE AHORRO Y CREDITO	1,346
CRAC Cencosud Scotia	1,346
BANCO DE LA NACION	11,400
TOTAL	222,291

Fuente: SBS, Elaboración Propia

Anexo 4 Número de Terminales POS en Cajeros Corresponsales, por distrito, a nivel nacional, a diciembre del 2020

Empresas	Amazonas	Ancash	Apurímac	Arequipa	Ayacucho	Cajamarca	Callao	Cusco	Huancavelica	Huánuco	Ica	Junín	La Libertad	Lambayeque	Lima	Loreto	Madre de Dios	Moquegua	Pasco	Piura	Puno	San Martín	Tacna	Tumbes	Ucayali
B. MÚLTIPLE																									
B. Continental	24	86	21	295	30	128	302	146	4	46	91	126	247	211	2687	52	6	21	27	173	46	104	33	34	64
B. de Créd del Perú	24	138	43	588	74	160	260	132	31	79	208	248	453	342	3307	37	6	44	28	404	99	89	88	32	80
B. Financiero	74	328	92	967	145	347	333	348	43	163	278	631	720	572	2808	98	16	66	75	477	155	222	143	113	115
B. Pichincha	104	433	113	1142	184	436	503	495	35	205	384	760	990	813	5272	147	28	87	88	627	209	271	185	156	145
Scotiabank Perú	90	496	112	1188	171	423	674	473	54	196	337	779	1007	863	6078	149	23	95	86	601	209	277	190	146	145
Interbank	7	95	25	746	90	32	229	212	3	11	297	148	340	193	2394	26	3	28	2	182	24	24	38	36	34
Mibanco	99	457	127	1498	216	514	651	467	71	234	469	844	1194	915	6820	122	19	112	101	874	249	309	228	136	202
B. GNB	75	329	88	948	143	353	334	350	29	161	290	612	754	583	2986	95	15	73	76	480	155	220	146	111	117
B. Falabella Perú	78	378	95	1026	143	393	517	377	45	185	371	683	906	682	4707	94	17	78	78	643	146	218	145	101	151
B. Ripley	77	362	92	1045	144	391	393	355	37	168	333	675	818	666	3974	103	16	76	80	562	177	226	153	113	144
Compartamos Fin.	73	587	90	957	142	349	319	362	35	165	268	611	736	623	2809	87	14	68	74	460	145	210	140	104	115
E. FINANCIERAS																									
Crediscotia Fin.	90	496	112	1188	171	423	674	473	54	196	337	779	1007	863	6078	149	23	95	86	601	209	277	190	146	145
F. Confianza	82	377	96	1010	165	369	446	434	36	173	309	692	883	725	4238	103	22	78	78	536	188	234	156	135	130
Fin. oh SA	55	369	55	728	125	410	375	420	30	229	533	468	775	552	6771	295	40	134	65	700	238	260	166	131	212
Fin. Credinka	75	329	88	948	143	353	334	350	29	161	290	612	754	583	2986	95	15	73	76	480	155	220	146	111	117
CAJAS M.																									
CMAC Arequipa	61	262	85	1863	129	287	299	414	32	157	340	618	637	489	2683	76	19	143	73	366	310	206	190	77	119
CMAC Cusco	0	0	33	10	5	11	0	450	1	0	0	0	0	0	0	0	2	5	1	0	8	0	2	0	0
CMAC Huancayo	66	213	94	849	181	313	314	353	138	202	273	991	601	446	81	82	13	57	135	411	143	205	134	99	133
CMAC Ica	5	52	75	615	146	17	67	111	10	33	360	84	47	44	1261	5	3	16	13	26	29	15	26	3	32

Empresas	Amazonas	Ancash	Apurímac	Arequipa	Ayacucho	Cajamarca	Callao	Cusco	Huancavelica	Huánuco	Ica	Junín	La Libertad	Lambayeque	Lima	Loreto	Madre de Dios	Moquegua	Pasco	Piura	Puno	San Martín	Tacna	Tumbes	Ucayali
CMAC Maynas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	1	0	0	0	50	0	0	4	0	1	11	0	0	6
CMAC Piura	157	327	90	922	143	497	331	343	44	170	266	619	751	715	2917	300	0	0	0	784	145	387	138	175	136
CMAC Sullana	77	357	88	950	144	378	341	355	31	162	297	612	788	679	3015	95	16	75	76	845	157	221	146	291	117
CMAC Tacna	8	38	38	790	28	36	98	249	0	33	154	84	61	48	1330	15	13	57	20	35	106	33	126	9	40
CMAC Trujillo	30	17	0	0	0	73	0	0	0	3	1	2	139	21	4	4	0	0	0	3	0	12	0	2	0
C. RURALES DE A. Y CRED.																									
CRAC Cencosud Scotia	0	10	0	54	0	22	36	0	0	5	19	6	44	51	1071	0	0	0	0	14	0	0	14	0	0
EDPYMES																									
EDPYME GMG	0	2	3	2	0	0	4	5	0	3	6	3	6	4	32	0	0	0	0	8	0	0	3	2	3
EMPRESAS PUBLICAS																									
BANCO DE LA NACION	317	415	205	1191	360	582	219	556	267	264	376	580	474	591	2590	299	82	131	132	587	330	368	206	138	140
TOTAL	1748	6953	1960	21520	3222	7297	8053	8230	1059	3408	6887	12268	15132	12274	78899	2578	411	1612	1474	10879	3633	4619	3132	2401	2642

Fuente: SBS, Elaboración Propia

Anexo 5 Número de distritos con presencia de cajeros corresponsales por departamento, a diciembre del 2020

Empresas	Amazonas	Ancash	Apurímac	Arequipa	Ayacucho	Cajamarca	Callao	Cusco	Huancavelica	Huánuco	Ica	Junín	La Libertad	Lambayeque	Lima	Loreto	M. de Dios	Moquegua	Pasco	Piura	Puno	San Martín	Tacna	Tumbes	Ucayali	TOTAL
B. MÚLTIPLE																										
B. Continental	7	16	5	32	9	19	6	19	2	13	22	25	30	32	68	10	1	4	11	33	8	28	5	9	11	425
B. de Créd del Perú	4	23	8	42	13	18	6	20	6	14	28	38	26	31	76	7	1	6	11	43	12	19	7	7	10	476
B. Financiero	18	37	18	57	25	47	7	53	17	31	32	61	53	34	83	11	7	5	16	51	27	43	10	9	10	762
B. Pichincha	20	40	18	58	25	48	7	53	16	32	32	62	53	36	85	11	7	5	17	51	28	43	10	9	10	776
Scotiabank Perú	18	41	18	59	25	48	7	53	17	33	32	64	53	35	86	13	7	5	16	51	28	45	10	9	11	784
Interbank	3	10	6	28	8	7	6	21	1	2	25	13	23	23	59	4	1	3	1	25	2	10	7	7	6	301
Mibanco	16	37	19	59	25	48	7	53	17	31	33	63	53	34	85	11	7	6	17	52	28	42	9	9	12	773
B. GNB	18	36	18	57	25	47	7	52	15	31	32	60	53	34	82	10	7	5	16	51	26	43	10	9	10	754
B. Falabella Perú	17	36	18	57	24	47	7	50	18	30	32	60	53	33	81	11	7	5	16	51	27	43	9	10	10	752
B. Ripley	17	37	18	57	25	47	7	53	15	31	32	61	53	34	83	11	7	5	16	50	27	43	10	9	10	758
Compartamos Fin.	18	36	17	57	21	46	7	51	15	30	31	57	52	34	82	10	7	5	16	50	26	43	10	9	10	740
E. FINANCIERAS																										
Crediscotia Fin.	18	41	18	59	25	48	7	53	17	33	32	64	53	35	86	13	7	5	16	51	28	45	10	9	11	784
F. Confianza	19	38	18	58	25	47	7	52	16	31	32	62	53	36	85	11	7	5	16	51	28	43	10	9	10	769
Fin. oh SA	6	9	2	18	5	10	6	9	4	5	3	16	1	1	41	6	1	2	2	7	10	1	1	3	4	173
Fin. Credinka	18	36	18	57	25	47	7	52	15	31	32	60	53	34	82	10	7	5	16	51	26	43	10	9	10	754
CAJAS M.																										
CMAC Arequipa	13	31	18	63	25	34	7	51	13	29	32	60	48	33	79	10	7	6	16	44	36	43	10	8	10	726
CMAC Cusco	0	0	11	6	3	1	0	62	1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	0	2	0	2	0	0	92

Empresas	Amazonas	Ancash	Apurímac	Arequipa	Ayacucho	Cajamarca	Callao	Cusco	Huancaavelica	Huánuco	Ica	Junín	La Libertad	Lambayeque	Lima	Loreto	M. de Dios	Moquegua	Pasco	Piura	Puno	San Martín	Tacna	Tumbes	Ucayali	TOTAL
CMAC Huancayo	17	30	18	54	27	41	7	54	28	34	32	69	49	33	81	11	7	5	19	49	24	40	10	10	11	760
CMAC Ica	4	15	13	48	27	5	5	20	6	11	32	20	13	17	72	4	3	2	6	11	6	12	6	3	8	369
CMAC Maynas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	1	0	0	0	10	0	0	2	0	1	8	0	0	4	30
CMAC Piura	27	37	18	56	24	79	7	51	18	30	32	60	53	34	81	14	7	5	16	62	27	57	9	13	10	827
CMAC Sullana	18	36	18	57	25	48	7	52	15	31	32	60	53	34	82	10	7	5	16	53	26	43	10	13	10	761
CMAC Tacna	5	9	9	49	12	10	6	42	0	9	24	21	18	13	59	6	7	5	7	16	23	15	9	5	7	386
CMAC Trujillo	12	14	0	0	0	28	0	0	0	3	1	1	27	4	4	2	0	0	0	2	0	6	0	1	0	105
C. RURALES DE A. Y CRED.																										
CRAC Cencosud Scotia	0	1	0	2	0	1	3	0	0	1	2	1	1	2	25	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	41
EDPYMES																										
EDPYME GMG	0	1	1	1	0	0	2	2		1	3	1	3	2	13	0	0	0	0	4	0	0	1	1	1	37
EMPRESAS PUBLICAS																										
BANCO DE LA NACION	53	131	75	90	97	123	6	108	87	75	34	97	64	37	117	31	11	18	28	63	104	72	24	13	17	1575
TOTAL	366	778	400	1181	545	944	151	1086	359	606	654	1157	991	675	1777	247	132	118	314	973	580	830	210	193	223	15490

Fuente: SBS, Elaboración Propia

Anexo 6 Transacciones permitidas a los Cajeros Corresponsales en la Banca Múltiple del Sistema Financiero Peruano a diciembre del 2020

	B. Continental	B. de Crédito del Perú	B. Financiero	B. Interamericano de Finanzas	Scotia bank Perú	Inter bank	Mi banco	B. Falabella Perú	B. Ripley	B. Cencosud
Pago de Servicios, Créditos y Tarjetas de Crédito	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pago Sunat - RUS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>								
Depósitos y Retiro de cuenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Transferencias (cuentas propias, de terceros e interbancarias)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Consultas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Giros a Nivel Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>								
Pago de Remesas Internacionales		<input checked="" type="checkbox"/>								

Fuente: <https://www.bbva.pe/personas/canales-de-atencion/agentes.html>, <https://www.pichincha.pe/canales-de-atencion/agentes-corresponsales>, <https://www.viabcp.com/canales/agentes-bcp>, <https://www.banbif.com.pe/personas/agentes>, <https://www.scotiabank.com.pe/Acerca-de/servicios-bancarios/cajeros-express>, <https://interbank.pe/blog/interbank-para-mi/independizate-de-ir-al-banco-ahorra-tiempo>, <https://www.mibanco.com.pe/categoria/funcionamiento-servicios-atencion-estado-emergencia>, <https://www.bancoripley.com.pe/kasnet/index.html>, <https://www.tarjetacencosud.pe/faq/donde-realizo-los-pagos-de-mi-tarjeta/>

Anexo 7 Transacciones permitidas en las Empresas Financieras del Sistema Financiero

Peruano, Diciembre del 2020

	Crediscotía financiera	Financiera Confianza	Financiera UNO
Pago de Servicios (mediante el Banco)	<input checked="" type="checkbox"/>		
Pago de Créditos y tarjetas de crédito	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pago Sunat - RUS			
Depósitos a cuenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Retiro de cuenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Transferencias (cuentas propias, de terceros e interbancarias)			
Consultas	<input checked="" type="checkbox"/>		
Giros a Nivel Nacional			

Fuente: <https://confianza.pe/confianza/red-de-oficinas>,
https://tarjetaoh.pe/pagar-tu-tarjeta?internal-home=webpublica_caja2

Anexo 8 Transacciones permitidas en las Edpymes del Sistema Financiero Peruano, diciembre del 2020

	EDPYME GMG
Pago de Servicios (mediante el Banco)	
Pago de Créditos y tarjetas de crédito	<input checked="" type="checkbox"/>
Pago Sunat - RUS	
Depósitos a cuenta	
Retiro de cuenta	
Transferencias (cuentas propias, de terceros e interbancarias)	
Consultas	
Giros a Nivel Nacional	

Fuente: <http://www.edpymegmg.com/Misc/Contenido.aspx?Ref=CORRESPONSALES>

Anexo 9 Transacciones permitidas en las Cajas Municipales del Sistema Financiero Peruano, diciembre del 2020

	CMAC Arequipa	CMAC Cusco	CMAC Huancayo	CMAC Ica	CMAC Maynas	CMAC Piura	CMAC Sullana	CMAC Trujillo
Pago de Servicios, Crédito y Tarjetas de Crédito	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pago Sunat - RUS								
Depósitos y Retiro de cuenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Transferencias (cuentas propias, de terceros e interbancarias)								
Consultas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Giros a Nivel Nacional								

Fuente: <https://www.cajaarequipa.pe/puntos-de-atencion/>, <http://www.cmac-cusco.com.pe/Agente-Corresponsal-final>
https://www.cajahuancayo.com.pe/PCM_CajVecina/, <https://cajaica.pe/canales-de-atencion/agentes-corresponsales/>
<https://www.cajamaynas.pe/agente-caja-maynas/>, <https://www.cajapiura.pe/ubicanos/agentes-caja-piura>
<https://www.cajasullana.pe/canales-y-servicios/cajasullana-agente-kasnet/>,
https://www.cajatrujillo.com.pe/portalnew/canalesselectronicos_cajeroresponsal.html

Anexo 10 Comparativo Estado de pérdidas y ganancias del Banco de la Nación – 2020

RUBROS	Total 2020
INGRESOS POR INTERESES	9,121,169,472
Disponible	1,569,032,326
Fondos Interbancarios	0
Inversiones a Valor Razonable con Cambios en Resultados	2,543,751
Inversiones Disponibles para la Venta	990,767,160
Inversiones a Vencimiento	686,925,402
Cartera de Créditos Directos	5,871,900,833
Resultados por Operaciones de Cobertura	0
Cuentas por Cobrar	0
Otros Ingresos Financieros	0
GASTOS POR INTERESES	444,104,155
Obligaciones con el Público	313,650,841
Fondos Interbancarios	0
Depósitos de Emp. del Sist. Financ. y Organismos Financ. Internac.	12,153
Adeudos y Obligaciones Financieras	0
Adeudos y Obligaciones con el Banco Central de Reserva del Perú Adeudos y Obligaciones del Sistema Financiero del país	0
Adeudos y Obligaciones con Instituciones Financ. del Exter. Y Organismos Financ. Internac.	0
Otros Adeudos y Obligaciones del País y del Exterior	0
Comisiones y Otros Cargos por Obligaciones Financieras	487,500
Valores, Títulos y Obligaciones en Circulación	129,953,661
Cuentas por Pagar	0
Intereses de Cuentas por Pagar	0
Resultado por Operaciones de Cobertura	0
Otros Gastos Financieros	0
MARGEN FINANCIERO BRUTO	8,677,065,317
Provisiones para Créditos Directos	-166,226,122
MARGEN FINANCIERO NETO	8,510,839,195
INGRESOS POR SERVICIOS FINANCIEROS	3,630,881,727
Ingresos por Créditos Indirectos	41,552,366
Ingresos por Fideicomisos y Comisiones de Confianza	37,435,448
Ingresos Diversos	3,551,893,913
GASTOS POR SERVICIOS FINANCIEROS	1,670,517,423
Gastos por Créditos Indirectos	0
Gastos por Fideicomisos y Comisiones de Confianza	3,176,245
Primas al Fondo Seguro de Depósito	0
Gastos Diversos	1,667,341,178
MARGEN FINANCIERO NETO DE INGRESOS Y GASTOS POR SERVICIOS	10,471,203,499
RESULTADOS POR OPERACIONES FINANCIERAS (ROF)	2,194,722,882
Inversiones al Valor Razonable con Cambios en Resultados	0
Inversiones al Valor Razonable con Cambios en Resultados	110,675,346
Inversiones en Commodities	0
Inversiones Disponibles para la Venta	1,841,545,465
Derivados de Negociación	0
Resultados por Operaciones de Cobertura	0
Ganancia (Pérdida) en Participaciones	0
Utilidad-Pérdida en Diferencia de Cambio	0
Otros	21,859
MARGEN OPERACIONAL	12,665,926,381
GASTOS DE ADMINISTRACION	5,936,060,450

RUBROS	Total 2020
Gasto de Personal y Directorio	3,614,650,812
Gastos por Servicios Recibidos de Terceros	1,787,595,062
Impuestos y Contribuciones	533,814,576
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	-589,293,104
MARGEN OPERACIONAL NETO	6,140,572,827
VALUACION DE ACTIVOS Y PROVISIONES	259,781,678
Provisiones para Créditos Indirectos	49,371,327
Provisiones para Incobrabilidad de Cuentas por Cobrar	29,020,347
Provisiones para Bienes Realizables, Recibidos en pago, Recueprados y Adjudicados y Otros	0
Provisiones para Activos no Corrientes Mantenidos para la Venta	0
Deterioro de Inversiones	0
Deterioro de Activo Fijo	-3,016,259
Deterioro de Activo Intangibles	0
Provisiones por Litigios y Demandas	183,688,482
Otras Provisiones	717,781
RESULTADO DE OPERACIÓN	5,880,791,149
OTROS INGRESOS Y GASTOS	160,523,068
Otros Ingresos	195,462,211
Otros Gastos	0
RESULTADOS DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	6,041,314,217
IMPUESTO A LA RENTA	0
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	5,053,356,837
OTRO RESULTADO INTEGRAL	0
Diferencias de cambio al convertir negocios en el extranjero	0
Inversiones Disponibles para la venta	0
Coberturas de Flujo de efectivo	0
Coberturas de inversiones netas en negocios en el extranjero	0
Participación en Otro Resultado Integral de subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos	0
Otros ajustes	0
Impuesto a las Ganancias relacionados con los componentes de Otro Resultado Integral	0
OTRO RESULTADO INTEGRAL DEL EJERCICIO, NETO DE IMPUESTOS	0
RESULTADO INTEGRAL TOTAL DEL EJERCICIO	5,053,356,837

Anexo 11 Comparativo Estado de pérdidas y ganancias del Agente Multired Comercial de la Provincia del Cusco 2020

Concepto	Actividad principal	Monto S./	Cajero Multired	Monto S./	Total S./	
A	Ingreso	ingreso anual actividad principal	53,931.37	comisión anual por corresponsalía	2,956.60	56,887.97
B	Costo de producción y ventas	Mercadería nueva mensual x 12	35,548.90	Internet	511.73	42,626.05
		Costo de almacenaje	6,565.41			
C	Utilidad Marginal				14,261.92	
D	Costos de administración y ventas	Alquiler	2,383.56	Sueldo del operador	677.02	6,020.82
		Electricidad y agua	692.73			
		Sueldo del bodeguero	2,267.51			
		Publicidad				
E	Utilidad bruta				8,241.10	
F	Depreciación	Muebles	213.78		213.78	
		Amortización	714.44		714.44	
G	Utilidad de operación				7,312.88	
H	Costos financieros	Interés por préstamos de capital de trabajo			109.91	
I	Costos y gastos diversos	Licencias, arbitrios municipales			44.16	
J	Participaciones (dividendos)					
K	Utilidad antes de impuestos				7,158.81	
L	Impuesto a la Renta	Impuesto anual			490.48	
M	Utilidad				6,668.32	
N	Margen bruto				27.56%	
O	Margen neto				11.28%	