

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMÍA
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS



PLAN EXCEPCIONAL DE TITULACIÓN PARA ANTIGUOS
ESTUDIANTES NO GRADUADOS

TRABAJO DIRIGIDO

Trabajo de Grado presentada para la obtención del Grado de Licenciatura

**LA UTILIZACIÓN DE LOS CLIENTES Y/O USUARIOS DE LOS
CAJEROS AUTOMÁTICOS EN EL BANCO NACIONAL DE BOLIVIA
DENTRO DEL MUNICIPIO DE LA PAZ, 2013-2020.**

POSTULANTE: PATRICIA CECILIA DE LA TORRE CAMPUZANO

TUTOR: LIC. DAVID SANCHEZ HEREDIA

La Paz – Bolivia 2022

Dedicatoria

El presente Trabajo Dirigido está dedicada a Dios, ya que gracias a el he logrado concluir mi carrera, a mis padres porque ellos siempre estuvieron a mi lado, brindándome su apoyo y su consejo, a mi hija Renata por ser mi inspiración y mi fortaleza para culminar mi carrera, a Jorge que me impulso y apoyo para terminar este proyecto, a Williac quien me ayudo para llegar hasta el final en este trabajo.

Agradecimiento

Gracias al Lic. David Sánchez Heredia Docente - Tutor del trabajo por haberme orientado dirigido y apoyado desde el comienzo de la presente investigación inculcándome la cultura de investigación. Gracias al Instituto de Investigaciones Económicas (IIE) de la Carrera de Economía que acoge, ayuda y promociona a todos los estudiantes, a la Carrera de Economía de la Universidad Mayor de San Andrés que me ha dado la oportunidad de conocer el gran mundo de la Ciencia Económica. Por ultimo gracias al Banco Nacional de Bolivia por brindarme la información necesaria para culminar el presente trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación se desarrolla en el análisis de la utilización de cajeros automáticos en el Banco Nacional de Bolivia, está dirigido a explicar las causas que influyen en la no utilización de cajeros automatizados y para dicho propósito se realizó una encuesta de 97 individuos como muestra de una población de 268.243 correspondientes a los clientes del municipio de La Paz del Banco Nacional Bolivia. El tema de investigación considera siete años de estudio que inicia en 2013 y culmina en 2020, periodo en el cual se implementa políticas internas y externas en la institución financiera como lo son el cambio de directorio de BNB de 2013 y la implementación de la ley de servicios financieros que incrementando el número de clientes que pueden acceder a los servicios bancarios entre estos los cajeros automáticos.

La investigación tiene como objetivo “realizar un análisis y estudio para identificar los factores que inciden en la utilización de cajeros automáticos en el Banco Nacional de Bolivia dentro del municipio de La Paz”.

El marco teórico encontrado, según Maudos, Joaquin señala que los cajeros automáticos pueden tener diferentes efectos sobre la economía, entidad financiera y sobre los clientes, los efectos positivos de los cajeros automáticos radica en el hecho de un menor tiempo de espera para el retiro o consultas de dinero de los usuarios, también los cajeros automáticos generan la ventaja de dispensar dinero las 24 horas del día. Las ventajas desde el punto de vista del banco recaen en la mejora de sus servicios y por ende la mejora de su nombre y posicionamiento en el mercado.

En el desarrollo del capítulo de factores determinantes y condicionantes del tema se analiza la encuesta y se encuentra que variables como la confianza e información de los usuarios en los cajeros automáticos juegan un papel fundamental para su utilización, también la edad de los usuarios influye negativamente en la utilización de los cajeros automáticos ya que mientras mayor sea la edad de los usuarios, mayor será la resistencia a adquirir nuevas tecnologías. Otras variables como la frecuencia con la que los usuarios visitan el banco y los ingresos de los clientes son variables exógenas al control del BNB pero si influyen en la utilización de los cajeros automáticos.

ÍNDICE

1. MARCO REFERENCIAL METODOLÓGICO	12
1.1 IDENTIFICACIÓN DEL TEMA	12
1.2 DELIMITACIÓN DEL TEMA.....	12
1.2.1 Delimitación temporal	12
1.2.2 Delimitación general	12
1.2.2.1 Delimitación espacial.....	12
1.2.2.2. Delimitación Sectorial	12
1.2.2.3 Delimitación Institucional	13
1.2.3 Referencia histórica	13
1.3 DELIMITACIÓN DE VARIABLES ECONÓMICAS	16
1.3.1 Variables Económicas	16
1.4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.4.1 Justificación del tema de Investigación.....	16
1.4.1.1 Justificación Económica.....	16
1.4.1.2 Justificación Teórica	17
1.4.1.3 Justificación Social.....	17
1.5 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS	17
1.5.1 Objetivo General	17
1.5.2 Objetivos Específicos.....	17
1.6 MARCO TEÓRICO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	18
1.6.1 Aspectos conceptuales y definiciones	18
1.6.1.1 Banco.....	18
1.6.1.2 Intermediación Financiera.....	18
1.6.1.3 Cliente financiero	18
1.6.1.4 Usuario financiero	18

1.6.1.5 Cajeros automáticos	19
1.6.1.6 Servicios bancarios o financieros.....	19
1.6.2 Teoría que sustenta el tema de investigación.....	21
1.6.2.1 Teoría de la banca digital.....	21
1.6.2.1.1 Efectos microeconómicos.....	22
1.6.2.1.2. Efectos macroeconómicos.....	25
1.7. APLICACIÓN METODOLÓGICA	26
1.7.1. Método Científico De Investigación.....	26
1.7.2. Tipo de Investigación.....	26
1.7.3. Enfoque de la Investigación	27
1.7.4. Fuentes de Información	27
1.7.4.1 Fuentes primarias	27
1.7.4.2 Fuentes secundarias.....	27
1.7.4.3. Instrumentos de Investigación	28
2. ASPECTOS DE POLÍTICAS, NORMAS E INSTITUCIONAL	30
2.1 ASPECTO DE POLÍTICAS.....	30
2.1.1 Políticas y procedimientos con relación a la atención al cliente y usuario	33
2.1.2 Políticas y procedimientos en la atención en cajas	35
2.2 REFERENCIA NORMATIVA.....	37
2.2.1 Reglamento para la atención en cajas.....	37
2.2.2 Reglamento para el funcionamiento de cajeros automáticos.....	38
2.2.3 Instalación de cajeros automáticos	40
2.2.4 Utilización e información del cajero automático	40
2.3 REFERENCIA INSTITUCIONAL.....	43
2.3.1 Banco Nacional de Bolivia	43

2.3.1.1. Grupos de interés.....	45
2.3.1.2. Servicios.....	46
2.3.2. Otras instituciones relacionadas.....	48
2.3.2.1. Viceministerio de pensiones y servicios financieros.....	48
2.3.3.2. Autoridad de supervisión del sistema financiero -ASFI.....	48
2.3.2.3. Asociación de bancos privados de Bolivia -ASOBAN.....	49
3. FACTORES DETERMINANTES DEL TEMA.....	51
3.1 Aspectos generales.....	51
3.1.1 Número de agencias del Banco Nacional de Bolivia.....	51
3.1.2 Número de cajeros automáticos del Banco Nacional de Bolivia.....	52
3.2. La población de estudio.....	55
3.2.1. Formulación para la muestra.....	57
3.3. Resultado de la encuesta.....	58
3.4 Modelo econométrico.....	66
3.4.1 Modelos Probit.....	67
3.4.2 Modelo Logit.....	70
3.4.3 Ajuste de los modelos Probit y Logit.....	74
4 CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.....	77
4.1 Conclusión general.....	77
4.1.1 Conclusiones específicas.....	77
4.1.1.1. Conclusiones específicas 1.....	77
4.1.1.2 Conclusiones específicas 2.....	77
4.1.1.3 Conclusiones específicas 3.....	77
4.1.1.4 Conclusiones específicas 4.....	78
4.1.1.5 Conclusiones específicas 5.....	78
4.2. Propuesta de alternativas de solución general.....	78
4.2.1 Propuestas de alternativas de solución general.....	78

4.2.1.1 Propuestas de alternativas de solución específica 1	78
4.2.1.2 Propuestas de alternativas de solución específica 2	79
4.2.1.3 Propuestas de alternativas de solución específica 3	79
4.2.1.4 Propuestas de alternativas de solución específica 4	79
4.2.1.5 Propuestas de alternativas de solución específica 5	79
10 Bibliografía	80
Anexos	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Número de agencias del Banco Nacional de Bolivia, 2013-2020 ...	51
Gráfico N° 2: Distribución de las agencias del Banco nación de Bolivia 2020 (en número de agencias).....	52
Gráfico N° 3: Número de cajeros automáticos del BNB, a nivel Bolivia 2013-2020.	53
Gráfico N° 4: Distribución del Número de cajeros automáticos del BNB, a nivel Bolivia 2020.....	53
Gráfico N° 5: Número de cajeros automáticos del BNB, en el municipio de La Paz 2013 - 2020.	54
Gráfico N° 6: Distribución de clientes por sucursal al 31 de diciembre de 2020 (En número de personas)	55
Gráfico N° 7: Distribución de clientes por sucursal de eje central al 31 de diciembre de 2020 (En porcentaje)	56
Gráfico N° 8: Evolución del número de clientes en el municipio de La Paz periodo 2013-2020 (en número de personas)	56
Gráfico N° 9: Número de personas de la muestra y encuestadas.....	58
Gráfico N° 10: Distribución de edades de los clientes encuestados 2020.	59
Gráfico N° 11: Porcentaje de utilización de los clientes de los cajeros automáticos en el BNB 2020	60
Gráfico N° 12: Frecuencia de la utilización de los cajeros automáticos de los clientes del BNB 2020	61
Gráfico N° 13: nivel de satisfacción de los clientes que usan cajeros automáticos	62
Gráfico N° 14: Información de los usuarios sobre la utilización y servicios que ofrecen los cajeros automáticos	62
Gráfico N° 15: Confianza y percepción de seguridad de los usuarios en los cajeros automáticos del BNB.....	63
Gráfico N° 16: Frecuencia de visitas de los clientes al BNB dentro del municipio de La Paz 2020	64
Gráfico N° 17: Ingreso de los clientes del BNB.	65

Gráfico N° 18: sector económico en las que se desenvuelven los clientes del BNB 2020	66
---	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Pares del Plan de Desarrollo Económico y Social Estado Plurinacional de Bolivia en el marco del desarrollo integral para vivir bien 2016-2020.	31
Cuadro N° 2: Pilar 5 de Soberanía comunitaria y financiera y sus metas a cumplir	32
Cuadro N° 3: Operalización de variables en el modelo econométrico Logit - Probit	66
Cuadro N° 4: regresión binaria Probit entre la utilización de cajeros automáticos con las variables de información, confianza, visitas, ingreso y edad.....	67
Cuadro N° 5: Expectativa y predicción del modelo Probit	70
Cuadro N° 6: regresión binaria Logit entre la utilización de cajeros automáticos con las variables de información, confianza, visitas, ingreso y edad.	71
Cuadro N° 7: Expectativa y predicción del modelo Logit.....	74
Cuadro N° 8: Comparación de las expectativas y predicción de los modelos Probit y Logit.....	75
Cuadro N° 9: Datos tabulados de la encuesta utilizados en los modelos econométrico Logit y Probit.....	82
Cuadro N° 10: lista de agencias, oficinas centrales y oficinas externas 2020.	88

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustraciones N° 1: Grupos de interés del Banco Nacional de Bolivia.	45
Ilustraciones N° 2: Encuesta de la utilización de cajeros automáticos del Banco Nacional de Bolivia 2020	81
Ilustraciones N° 3: Banco Nacional de Bolivia en el Municipio de La Paz, oficina central. Av. Camacho N° 1296, esq. Colón, Zona Central.....	85
Ilustraciones N° 4: cajeros automáticos (ATMs) adecuados para atender a personas con discapacidad	86
Ilustraciones N° 5: Mapa de los cajeros automáticos del Banco Nacional de Bolivia del municipio de La Paz	86

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL METODOLÓGICO

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL METODOLÓGICO

1.1 IDENTIFICACIÓN DEL TEMA

UTILIZACIÓN DE LOS CLIENTES Y/O USUARIOS DE LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS

1.2 DELIMITACIÓN DEL TEMA

1.2.1 Delimitación temporal

El presente trabajo de investigación está delimitado en el espacio de tiempo que abarca los años de 2013 al 2020 un periodo de estudio, donde se promulga la ley de servicios financieros número 393 que amplía el servicio financiero a gran cantidad de usuarios antes excluidos por diferentes razones. Por su parte el Banco Nacional en la gestión 2012, después de aproximadamente diez años, mediante aprobación de Directorio, en el mes de marzo, efectuó una serie de cambios, que se traducen principalmente en una nueva estructura organizacional que responde a los nuevos desafíos de un mercado cada vez más competitivo¹.

1.2.2 Delimitación general

1.2.2.1 Delimitación Espacial

El presente trabajo de investigación tiene su delimitación espacial en el municipio de la Paz donde tienen sus operaciones el Banco Nacional de Bolivia.

1.2.2.2. Delimitación Sectorial

Se considera el sector financiero privado dentro de la banca digital que está regulada por el sector gubernamental por medio de la normativa vigente.

¹ Banco Nacional de Bolivia (2013) "Memoria institucional"

1.2.2.3 Delimitación Institucional

La principal institución que se analiza es el Banco Nacional de Bolivia y todas sus sucursales y cajeros automáticos que se encuentran dentro del Municipio de La Paz.

De forma secundaria se analiza otras instituciones públicas y privadas que influyen en el tema de investigación y tienen relación con el Banco Nacional de Bolivia:

- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI
- Asociación de Bancos Privados de Bolivia-ASOBAN
- Banco Central de Bolivia BCB

1.2.3 Referencia histórica

El Banco Nacional de Bolivia S.A. nació como un "...Banco de emisión, descuentos, depósitos y préstamos..." mediante Decreto del 1º de septiembre de 1871, con doble domicilio legal en Cobija, ciudad portuaria ubicada en el antiguo litoral boliviano y en Valparaíso, Chile. El señor Mariano Perú, destacado hombre de empresa de su época, con prestigiosos antecedentes, fue el gestor de esta obra.²

El Banco Nacional de Bolivia S.A. Inició sus actividades en plena época del auge del guano y del salitre, donde se arrebataron territorios en la Guerra del Pacífico.

La primera Junta Fundadora del Banco Nacional de Bolivia S.A. se efectuó en la ciudad de Sucre, capital de la república, el 4 de marzo de 1872, y el 8 de mayo del mismo año se instaló en la ciudad de Cobija, con tal éxito que al finalizar el primer año su capital autorizado tuvo que ser incrementado más de tres veces. Desde aquella época el Banco Nacional de Bolivia S.A. emitió sus propios billetes en una proporción de 150% de su capital efectivo, cediendo luego esta atribución al Banco

² Banco Nacional de Bolivia (2013), Memorias Institucionales 2013. Disponibles en: <https://www.bnb.com.bo>

de la Nación, denominado ahora Banco Central de Bolivia, el 14 de enero de 1914 (Banco Nacional , 2013).

Durante la Guerra del Pacífico el banco otorgó un crédito de 600.000 bolivianos de la época al gobierno nacional, a fin de solventar la movilización del ejército. Esta cifra correspondía a dos tercios del capital pagado del banco (Banco Nacional , 2013).

En 1903 el banco otorgó un crédito al Estado boliviano por 150.000 bolivianos de la época, para financiar la campaña del Acre.

El Banco Nacional de Bolivia S.A. fue una de las principales entidades que contribuyeron al esfuerzo bélico en el Chaco. En 1932 entregó al gobierno sus divisas extranjeras por 210.000 dólares de la época. Adicionalmente embarcó a Nueva York 131.500 dólares en Soberanos Británicos de Oro, como garantía para un préstamo al Banco Central (Banco Nacional , 2013).

La inestabilidad política que continuó durante el resto del siglo presentó muchos retos al incipiente sistema bancario boliviano. Después de la revolución de 1952, el sector privado finalmente ocupó un espacio al margen de los regímenes centrales y de las empresas públicas o grupos políticos en el poder. De este modo disminuyó la prevaleciente mentalidad centralizada del Estado y se generaron espacios para el crecimiento del sector bancario (Banco Nacional , 2013).

Durante ese período de tiempo el Banco Nacional de Bolivia S.A. participó decididamente en los esfuerzos por generar nuevas industrias y por incrementar la producción del país, es así que en 1959 otorgó un crédito a la Corporación Boliviana de Fomento (CBF) con el objeto de poner en marcha la fábrica de cemento de Sucre (Banco Nacional , 2013).

A partir de su fundación y a través del tiempo, el Banco Nacional de Bolivia S.A. ha ido consolidando su posición y prestigio en el país, manteniendo siempre su solvencia y credibilidad durante los diferentes ciclos políticos y económicos a los que se ha enfrentado Bolivia, como la difícil transición hacia la democracia durante el período 1978-1982, cuando siete presidentes militares y dos civiles alternaron en la administración del gobierno, o la crisis derivada de la deuda de los países latinoamericanos hacia la primera mitad de la década de los años ochenta, que repercutió intensamente en Bolivia (Banco Nacional , 2013).

Después de haber confrontado conflictos de carácter externo e interno, el año 1994 fue de gran significado para el Banco Nacional de Bolivia S.A., no sólo por las utilidades obtenidas y la escasa cartera en mora, sino también por el sinnúmero de servicios que a partir de esa fecha empezó a ofrecer a sus clientes, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. Este continuo desarrollo hizo que se distinguiera en la cartera de negocios, en la captación de depósitos del público y en su patrimonio. De 1994 a 1997 el banco tuvo un desempeño previsor que, posteriormente, le permitió proyectarse con solidez para afrontar y eludir los problemas que surgieron como producto de la recesión económica (Banco Nacional , 2013).

Hoy, luego de 148 años, el Banco Nacional de Bolivia S.A. es uno de los bancos más grandes y modernos de Bolivia, cuenta con una importante red de sucursales y agencias, mediante la cual ofrece una amplia gama de productos y servicios bancarios, contando además con un plantel ejecutivo de reconocida capacidad. Desde el punto de vista de la preferencia del público, reflejado en términos de captaciones y colocaciones, el Banco Nacional de Bolivia S.A. ha consolidado su posición entre los primeros bancos del sistema, constituidos con capital nacional (Banco Nacional , 2013).

1.3 DELIMITACIÓN DE VARIABLES ECONÓMICAS

1.3.1 Variables Económicas

V.E.1.1. Utilización de los clientes y/o usuarios de los cajeros automáticos.

V.E.2.1 Frecuencia de visitas a la entidad bancaria de los usuarios y/o clientes para realizar operaciones bancarias.

V.E.2.2 Información de los usuarios y/o clientes de las funciones que se pueden realizar los cajeros automáticos.

V.E.2.3. Confianza de los clientes y/o usuarios de los cajeros automáticos

V.E.2.4 Ingresos económicos de los usuarios.

V.E.2.5 Edad de los clientes

1.4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

BAJO PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS
POR PARTE DE LOS USUARIOS Y/O CLIENTES DEL BANCO NACIONAL DE
BOLIVIA

1.4.1 Justificación del tema de Investigación

1.4.1.1 Justificación Económica

Las entidades financieras acumulado una serie de beneficios producto de la implementación de cajeros automáticos dentro de su red de atención. Entre ellos, una de las más evidentes es que los cajeros han logrado disminuir las colas y afluencia a las oficinas bancarias, descongestionando el servicio en las ventanillas. De igual manera, existe evidencia que los cajeros automáticos también han permitido una reducción en los costos para los bancos debido a que han ganado una mayor eficiencia en la atención de los usuarios. Gracias a los cajeros automáticos, los bancos pueden extender sus horas de servicio a literalmente las 24 horas del día, al permitirle ofrecer algunos servicios a sus clientes, proveyendo los beneficios económicos que supone ello. Otro aspecto importante a considerar es que dado el número de operaciones y transacciones realizados en los principales

canales de atención los ATM son el principal puente de comunicación entre los usuarios y los bancos en los países desarrollados y emergentes.³

1.4.1.2 Justificación Teórica

Esta investigación tiene su justificación teórica al contribuir al debate en las organizaciones e instituciones de la sociedad civil en Bolivia, a través del intercambio de conocimiento nuevo y análisis acerca de la economía financiera, enmarcada en la utilización de los cajeros automáticos.

1.4.1.3 Justificación Social

El impacto social del uso de los cajeros automáticos como medio para realizar operaciones bancarias trae diversas ventajas a los ciudadanos. Uno de ellos es el ahorro en tiempo y dinero que los usuarios pueden obtener si en vez de utilizar las ventanillas bancarias usan los cajeros automáticos.⁴ Otro de los beneficios sociales radica en la disminución de las aglomeraciones de personas que puede disminuir los riesgos de contraer covid 19 en la actual pandemia. .

1.5 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

REALIZAR UN ANÁLISIS Y ESTUDIO PARA IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA UTILIZACIÓN DE CAJEROS AUTOMÁTICOS EN EL BANCO NACIONAL DE BOLIVIA DENTRO DEL MUNICIPIO DE LA PAZ

1.5.2 Objetivos Específicos

O.E_{1,1} Determinar los niveles de utilización de los clientes y/o usuarios de los cajeros automáticos.

O.E_{2,1} Medir la confianza de los clientes y/o usuarios los cajeros automatizados.

³ Asociación de Bancos en Perú (2020) "IMPACTO ECONÓMICO DEL USO DE LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS EN EL PERÚ"

⁴ Asociación de Bancos en Perú (2020) IMPACTO ECONÓMICO DEL USO DE LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS EN EL PERÚ. Disponible en: <https://www.asbanc.com.pe>

O.E._{2.2} Verificar en nivel de información de las funciones que se pueden realizar en los cajeros que los usuarios conocen o no.

O.E._{2.3} Medir la confianza de los usuarios a la entidad de intermediación financiera para realizar operaciones bancarias.

O.E._{2.4} Categorizar el nivel de ingresos de los usuarios

O.E._{2.5} Relacionar las edades de los usuarios o clientes del banco que utilizan cajeros automáticos de los que no.

1.6 MARCO TEÓRICO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

1.6.1 Aspectos conceptuales y definiciones

1.6.1.1 Banco

Entidad Financiera autorizada, de origen nacional o extranjero, dedicada habitualmente a realizar operaciones de intermediación y a prestar servicios financieros al público en el marco de la presente Ley, tanto en el territorio nacional como en el exterior del país.⁵

1.6.1.2 Intermediación Financiera

Es la actividad habitual de captar recursos, bajo cualquier modalidad para su colocación conjunta con el capital de la entidad financiera, en forma de créditos e inversiones propias de giro.⁶

1.6.1.3 Cliente financiero

Persona natural o jurídica que utiliza los servicios financieros de entidades financieras mediante la suscripción de contratos.⁷

1.6.1.4 Usuario financiero

Persona natural o jurídica que utiliza los servicios de entidades financieras sin que medie la suscripción de contratos.

⁵ Ley de Entidades Financieras N°1488(1993), Pag.44

⁶ Ley de Servicios Financieros N° 393 (2013), Glosario de Términos, Pág. 303

⁷ Banco Nacional de Bolivia (2020) "Programa de capacitación del financiera". Disponible en: <https://www.bnb.com.bo/PortalBNB/Documentos>

1.6.1.5 Cajeros automáticos

Los cajeros automáticos son cajas fuertes adaptadas de un equipo de cómputo, programados para que realicen tareas financieras de utilidad para los bancos e instituciones financieras.⁸

Estos equipos son adaptados con partes mecánicas seguras para el manejo preciso del dinero, recibo de documentos de valor y despliegue de información (Escoto Escobar, 2007).

El objetivo principal de los cajeros automáticos es poder ofrecer servicios a los clientes durante y fuera de las horas de oficina (24 horas al día) y en muchos lugares, sin tener que hacer necesariamente inversiones en locales o aumentar el recurso humano (Escoto Escobar, 2007).

Los cajeros automáticos pueden ser instalados en supermercados, centros comerciales, farmacias, restaurantes, cines, fábricas, edificios de oficina o residenciales, para que en ellos, los clientes puedan efectuar las operaciones que habitualmente hubieran realizado en las oficinas bancarias (Escoto Escobar, 2007).

Estas máquinas de servicio personalizado de funciones múltiples automatiza una amplia gama de servicios financieros y de actividades bancarias como (Escoto Escobar, 2007):

- Retiro de efectivo
- Consulta de saldos de cuentas
- Recibo de depósitos
- Pago de préstamos y servicios públicos
- Otra funciones que pueden ser implementadas

1.6.1.6 Servicios bancarios o financieros

“Los Servicios Bancarios permiten a las Entidades Financieras generar comisiones posicionadas como uno de los mayores ingresos que perciben los Bancos. Dentro de los servicios bancarios podemos ubicar a: las Cajas de Seguridad, los Cajeros

⁸ Escoto Escobar, Roxana. (2007). Banca Comercial. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia. pág. 144

Automáticos, las transferencias electrónicas de fondos, los servicios de cobros y pagos, mandatos, compraventa y, en general, todas las operaciones de “mediación en los pagos” en las cuales los bancos realizan cobranzas o pagos por cuenta de sus clientes; también se incardina a esta categoría los Fideicomisos”⁹

“Los Bancos han ido incrementando la variedad de servicios que brinda a sus clientes, su objetivo principales otorgar créditos, esto pueden ser de diversos tipos, consumo, hipotecarios, productivos entre otros. Sin embargo existen otros servicios que también ofrecen las diferentes entidades financieras, estos a medida que se ha ido modernizando la banca han evolucionado y buscan brindar un servicio para sus usuarios”¹⁰

Según la ley N° 393 de servicios financieros vigente en Bolivia establece:

Los servicios financieros deben cumplir la función social de contribuir al logro de los objetivos de desarrollo integral para el vivir bien, eliminar la pobreza y la exclusión social y económica de la población¹¹.

El Estado Plurinacional de Bolivia y las entidades financieras comprendidas en esta Ley, deben velar porque los servicios financieros que presten, cumplan mínimamente con los siguientes objetivos¹²:

- a) Promover el desarrollo integral para el vivir bien.
- b) Facilitar el acceso universal a todos sus servicios.
- c) Proporcionar servicios financieros con atención de calidad y calidez.
- d) Asegurar la continuidad de los servicios ofrecidos.
- e) Optimizar tiempos y costos en la entrega de servicios financieros.

⁹ Walker, María Cristina. (2005). Contratos Bancarios. Santa Fe, Argentina: Ediciones UNL.

¹⁰ Ortega Cepeda, Josué Steeven (2018). “TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA”. Guayaquil, Ecuador

¹¹ Ley N° 393 de servicios financieros (2013), artículo 4 inciso 1

¹² Ley N° 393 de servicios financieros (2013), artículo 4 inciso 2

f) Informar a los consumidores financieros acerca de la manera de utilizar con eficiencia y seguridad los servicios financieros.

1.6.2 Teoría que sustenta el tema de investigación

1.6.2.1 Teoría de la banca digital

Según el autor Julio Lozano y Víctor Baldera¹³ (2013) Con el crecimiento de las sucursales, pero sobre todo de los cajeros, la banca ofrece una respuesta a la necesidad de sus clientes de disponer de su dinero en una forma más cómoda, eficiente y menos costosa. En este sentido, antes de los cajeros, para disponer de dinero en efectivo las personas debían:

- a) ajustarse y limitarse a los horarios tradicionales de las sucursales
- b) hacer fila para efectuar cualquier retiro, lo que sobre todo en días de alta demanda de efectivo como los días de pago, los viernes o días previo a feriados implicaba un uso de tiempo significativo.
- c) Transportarse hacia una sucursal, lo que sobre todo en las personas del interior del país, conlleva costos de transporte adicionales.

Ahora con la instalación y uso de los cajeros, las personas disfrutaban de los siguientes beneficios:

- a) Amplio acceso a su dinero, pudiendo disponer de él a cualquier hora del día y en cualquier día del año y cada vez en un mayor número de puntos del territorio nacional.
- b) Ahorro de tiempo al evitar largas filas, pudiendo así destinar dicho tiempo a un mejor uso alternativo ya sea para su ocio o trabajo.
- c) Ahorro en los costos de transporte debido a la disponibilidad de cajeros automáticos en un mayor número de puntos de conveniencia.
- d) En ciertos casos, el ahorro en comisiones por retirar en la ventanilla de una sucursal.

¹³ Lozano, Julio y Baldera, Víctor (2014). "Banca Múltiple: Crecimiento de la Infraestructura Bancaria en Beneficio de la Población".

Por su parte **Maudos, Joaquin** (1991) argumenta que el cambio tecnológico del sistema bancario tendrá efectos macro y micro económicos:¹⁴

1.6.2.1.1 Efectos Microeconómicos

a) Efectos sobre la estructura de costes

La aplicación masiva de métodos telemáticos contribuye a disminuir los costes de transformación mediante el truncamiento de documentos, la monética (tratamiento del dinero por métodos telemáticos), la gestión centralizada de pasivos, la sustitución del correo por métodos de transmisión electrónica, la mayor rapidez en la transmisión de la información, el menor coste de almacenamiento de datos, etc. Todo ello supone un aumento en la productividad del trabajo en el sistema bancario, pero incrementa otros costes: los derivados del empleo de dichos medios informáticos (Maudos, 1991).

Las innovaciones de proceso productivo (terminal de teleproceso, cajero automático, terminal punto de venta, banca a domicilio, etc.) pueden producir economías de escala al propiciar el aumento del volumen de transacciones y disminuir con ello su coste unitario, siendo ésta una hipótesis a contrastar. Sin embargo, en el caso de la empresa bancaria aparece una dificultad que afecta al tamaño óptimo de la empresa. Dado el carácter multiproducto de la empresa bancaria existe la cuestión de si las economías de escala se definen respecto al output agregado o, por el contrario, en relación a productos específicos. Esta segunda posibilidad ha sido destacada por Revell (1987), argumentando que la existencia de economías de escala es más clara para productos concretos (Maudos, 1991).

b) Efectos sobre la gama de productos ofertados

Uno de los objetivos fijados a la hora de emplear las nuevas tecnologías es la diferenciación de productos y servicios. Entre los productos/servicios que tienen

¹⁴ Maudos, Joaquin (1991). "El Impacto del Cambio Tecnológico en el Sistema Bancario: El Cajero Automático". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. Primera Edición.

su apoyo en el desarrollo de la telemática se encuentran el "banco a domicilio" (*home-banking*), las tarjetas de plástico (de crédito y débito), el cajero automático, la gestión de tesorería (*cash-management*), etc. Así, la nueva estructura telemática ha creado la base para la incorporación de estos nuevos productos y servicios, diversificando con ello el output bancario (Maudos, 1991).

Pero las nuevas tecnologías no sólo influyen en la gama de productos ofertados sino también en la calidad de los ya existentes. La generalización de las innovaciones financieras y el aumento en la calidad de los servicios bancarios, junto al aumento en la cultura financiera por parte de los demandantes de productos y servicios bancarios, provoca un aumento en la confianza hacia las nuevas tecnologías (Maudos, 1991).

Además, la presencia de un entorno altamente dinámico y competitivo impone la necesidad de diversificar los productos y servicios financieros y mejorar la calidad de los mismos con objeto de obtener una ventaja competitiva, mantener la cuota de mercado, y neutralizar la creciente presencia de instituciones financieras no bancarias.

c) Efectos sobre la organización

Las nuevas tecnologías tienen también importantes repercusiones sobre la organización. De la mecanización del *back-office* se ha pasado a la automatización del *front-office*, con lo que es el cliente quien recibe ahora el impacto directo de las nuevas tecnologías. Por un lado, se está produciendo un desarrollo mecánico de la banca de servicios, que se materializa en un vestíbulo con cajeros automáticos y consolas automáticas para consultas estándar. Por otro lado, se desarrolla una actividad bancaria de consejo y asesoramiento altamente personalizado. De esta forma, los trabajos simples y repetitivos se automatizan cada vez más y el personal es dedicado a funciones de mayor componente humano (Maudos, 1991).

d) Efectos sobre la competencia

Por otra parte, la telemática ha propiciado la aparición de nuevos competidores. Un mundo que hasta ahora estaba reservado a bancos y cajas de ahorros, ha dado paso a otro en el que, entidades no bancarias (compañías de seguro, grandes almacenes, etc) realizan operaciones que hasta ahora eran típicamente bancarias. Este es el caso, por ejemplo, de la financiación concedida por grandes almacenes, préstamos concedidos por las "*building societies*" (sociedades de ahorro y préstamo para la vivienda), etc. Así, las nuevas tecnologías han difuminado las fronteras de lo estrictamente bancario (Maudos, 1991).

Ahora bien, también las nuevas tecnologías crean barreras de entrada en el negocio bancario. El alto precio de las tecnologías aplicadas a la banca actúa de barrera de entrada como consecuencia del surgimiento de economías de escala que dificultan la entrada de nuevos competidores. La necesidad de alcanzar economías de escala suficientes para rentabilizar los equipos impulsa la creación de amplias infraestructuras a través de acuerdos entre entidades. Además, los nuevos productos que constituyen aplicaciones directas de las tecnologías de la información, como los cajeros automáticos o los terminales punto de venta, sólo tienen interés para los clientes cuando se ofrecen de forma extensiva, es decir, en redes muy amplias (Maudos, 1991).

Según la **FELABAN**¹⁵ Los análisis recientes sobre la relación entre desarrollo de mercados financieros y desarrollo económico a nivel mundial han incrementado el énfasis en el concepto de "acceso a servicios financieros", por el cual se entiende la capacidad de la población de utilizar estos servicios sin que exista obstáculos que lo prevengan. El concepto de "acceso" se distingue del concepto "profundización financiera" (por el cual se entiende los ratios tradicionales de "crédito/PIB" y

¹⁵ FELABAN. (2007). Recuperado el 20 de octubre de 2015, de Federación Latinoamericana de Bancos, pág. 3

“depósito /PIB”). De acuerdo a una nueva literatura, en tanto que una mayor profundización financiera será positivamente relacionada a un mayor crecimiento económico, un mayor acceso de los grupos poblacionales de menor ingreso a los servicios financieros puede contribuir a la disminución de la pobreza y a una mejora en la distribución del ingreso. Estas relaciones se fundamentan en que la utilización amplia y profunda de servicios financieros conduce a una adecuada canalización de ahorros hacia actividades productivas, un eficiente sistema de pago que facilita las transacciones entre agentes económicos y un adecuado monitoreo de los riesgos empresariales. Los canales a través de los cuales las Entidades Financieras entregan sus Servicios Bancarios o Financieros son:

- Oficinas Bancarias.
- Internet.
- Cajeros Automáticos.
- Banca Telefónica.

1.6.2.1.2 Efectos Macroeconómicos.

a) Efectos sobre la política monetaria

También es importante considerar el impacto que las nuevas tecnologías están teniendo sobre la demanda y oferta monetaria. El tratamiento del dinero por métodos telemáticos disminuye los costes de transacción o gestión del dinero. El desarrollo de nuevos métodos de gestión del dinero (cash-management), la posibilidad de realizar transferencias de una cuenta a otra desde el domicilio, la utilización de medios de pago que evitan la utilización de efectivo (tarjetas de plástico), la posibilidad de obtener dinero las veinticuatro horas del día (cajero automático), etc., reducen la necesidad de efectivo y, en consecuencia, la demanda de efectivo en relación a los depósitos bancarios (E/D). Este cambio en la composición de la demanda de dinero tiene importantes repercusiones en la efectividad de la política monetaria, que son todavía mal conocidos y deben ser analizados (Maudos, 1991).

b) Efectos sobre el empleo

Dado un nivel de output constante, la telemática ofrece importantes posibilidades de ahorrar mano de obra. Sin embargo, la evolución del empleo no sólo está asociada al grado de sustituibilidad del mismo con el nivel de informatización sino también con el proceso de adaptación de las estructuras empresariales a las nuevas condiciones del mercado. En ese sentido, las entidades que más demandan empleo no son las menos informatizadas, sino aquellas que están expandiendo su negocio (Maudos, 1991).

Sin embargo, más importantes son las modificaciones cualitativas en el empleo, como los cambios en la forma de producir, la división del trabajo, la organización y las necesidades de cualificación y formación del personal. La telemática reduce los requerimientos de mano de obra, modifica las características de ésta, e incrementa la productividad en las actividades dedicadas a la manipulación de información. La productividad así ganada permite a las empresas ser más competitivas, ganar cuota de mercado, diversificar su gama de productos, incrementar su producción e incluso su plantilla (Maudos, 1991).

1.7. APLICACIÓN METODOLÓGICA

1.7.1. Método Científico De Investigación

El método de investigación se basa en el método Deductivo, donde se inicia de un entorno general a aspectos particulares. Se inicia con el estudio de categorías económicas para concluir el análisis a nivel de variables económicas.

1.7.2. Tipo de Investigación

La investigación posee un enfoque mixto, ya que se basa en la recolección de información con el fin de conocer el comportamiento de los usuarios y/o clientes, así como también las percepciones que mantienen los clientes sobre la utilización de los cajeros automáticos; aunado a esto se pretende contabilizar la cantidad de personas que hacen uso de los servicios de los cajeros automáticos de recopilar

información más significativa para lograr mostrar una perspectiva más amplia y profunda del servicio al cliente que se brinda en la organización.

La investigación mixta, según Hernández (2006) es un “proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema”,

La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. Por lo tanto, con la investigación mixta, se pone a dialogar a los paradigmas cualitativo y cuantitativo para obtener información más completa del fenómeno estudiado, a fin que la perspectiva frente a él sea más amplia e integral.¹⁶

1.7.3. Enfoque de la Investigación

Se enmarca además en el tipo de investigación descriptiva – explicativa, puesto que la finalidad de ella se sustenta en llegar a conocer, explicar y describir las características y actitudes predominantes en los usuarios de los servicios financieros en torno a los cajeros automáticos.¹⁷

1.7.4. Fuentes de Información

1.7.4.1 Fuentes primarias

Según Sampieri (Hernandez Sampieri & Fernandez Callao, 2010) las fuentes primarias "constituyen el objeto de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que contienen los resultados de los estudios correspondientes”

1.7.4.2 Fuentes secundarias

Bounocore (1980) las define como aquellas que contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados”. Ejemplo de ella lo serían los resúmenes, obras de

¹⁶ Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Bautista Lucio Pilar (2010) “Metodología de la Investigación”, (5ª edición), Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A., Cap. 1: Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativos sus similitudes y Diferencias, Pág. 755.

¹⁷ Creswell, J. W., Plano Clark, V. L., Gutmann, M. L., & Hanson, W. E.. (2003) “investigación científica mixta”

referencia (diccionarios o enciclopedias), un cuadro estadístico elaborado con múltiples fuentes entre otros.¹⁸

1.7.4.3. Instrumentos de Investigación

El principal Instrumento de investigación es la estadística descriptiva y econometría.

¹⁸ Buonocore, Domingo. (1976). *Diccionario de Bibliotecología*. Marymar. Buenos Aires. pág. 229

CAPÍTULO II

ASPECTOS DE POLÍTICAS, NORMAS E INSTITUCIONAL

CAPÍTULO II

2. ASPECTOS DE POLÍTICAS, NORMAS E INSTITUCIONAL

2.1 ASPECTO DE POLÍTICAS

En el plan de desarrollo de 2016¹⁹ establece políticas que busca consolidar el Modelo Económico Social Comunitario Productivo del país, afrontando nuevos desafíos. Es una necesidad dinamizar recursos financieros privados nacionales y extranjeros a la dinámica de implementación del Plan, así como mantener la visión social del modelo económico y de fortalecimiento de la economía comunitaria (PLAN DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL , 2016-2020).

El plan económico 2016 - 2020 plantea desafíen el pilar 5 que son ambiciosos y requieren de un importante financiamiento de inversión pública pero también de inversión privada en su condición de socios. El Plan hacia el 2020 requiere la incorporación de recursos financieros públicos y privados en dimensiones aún mayores a las que ya se han realizado hasta el presente. Se debe captar financiamiento externo no condicionado para la implementación de los programas y proyectos del Plan; así como importantes cantidades de inversión privada nacional y extranjera (PLAN DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL , 2016-2020).

Es un imperativo del modelo continuar fortaleciendo su naturaleza social y redistributiva de los ingresos públicos que a su vez requiere del fortalecimiento de los sectores generadores de excedentes y generadores de ingresos y empleo, así como de la economía comunitaria y privada con énfasis en los pequeños productores. En este período será necesario hacer uso inteligente de las reservas internacionales para garantizar que éstas se mantengan en niveles adecuados pero también se movilicen para respaldar el crecimiento de los sectores productivos. También es un imperativo fortalecer los servicios financieros para la asignación de recursos a los actores comunitarios y privados con una dimensión social (PLAN DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL , 2016-2020).

¹⁹ PLAN DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA EN EL MARCO DEL DESARROLLO INTEGRAL PARA VIVIR BIEN 2016-2020. Pilar 5 Soberanía comunitaria y financiera, pág. 5

Cuadro N° 1: Pares del Plan de Desarrollo Económico y Social Estado Plurinacional de Bolivia en el marco del desarrollo integral para vivir bien 2016-2020.

Pilar 1: Erradicar la pobreza extrema
Pilar 2: Universalización de los servicios básicos
Pilar 3: Salud, Educación y Deporte
Pilar 4: Soberanía científica y tecnológica
Pilar 5: Soberanía comunitaria y financiera
Pilar 6: Soberanía productiva con diversificación
Pilar 7: Soberanía sobre nuestros recursos naturales
Pilar 8: Soberanía alimentaria
Pilar 9: Soberanía ambiental con desarrollo integral
Pilar 10: Integración complementaria de los pueblos con soberanía
Pilar 11: Soberanía y transparencia en la gestión pública
Pilar 12: Disfrute y felicidad
Pilar 13: Reencuentro soberano con nuestra alegría, felicidad, prosperidad y nuestro mar

Fuente: propia en base al Plan de Desarrollo Económico y Social Estado Plurinacional de Bolivia 2016-2020

Dentro de pilar cinco se establecen cinco metas; Independencia financiera externa, Sistema financiero para el desarrollo integral, Inversión Extranjera Socia, Triplicar las Reservas Financieras Internacionales, Mercados justos. La meta número dos es de interés para la investigación que establece las siguientes políticas para aumentar la cobertura de los servicios financiero.

Cuadro N° 2: Pilar 5 de Soberanía comunitaria y financiera y sus metas a cumplir



Fuente: propia en base al Plan de Desarrollo Económico y Social Estado Plurinacional de Bolivia 2016-2020

El Plan también busca profundizar el rol social del sistema financiero para que sus servicios contribuyan al desarrollo productivo y a la satisfacción de otras necesidades que tienen que ver con el desarrollo integral de la población. Los Resultados esperados al 2020 son los siguientes:

Se ha alcanzado mayores índices de Profundización Financiera:

- ✚ 60% de la cartera está destinada a los sectores productivos y vivienda de interés social (Banca Múltiple).
- ✚ 50% de la cartera destinada a micro, pequeñas y medianas empresas del sector productivo (Banca PyME).
- ✚ 50% de la cartera destinada a Vivienda (Entidades Financieras de Vivienda).
- ✚ 75% del total de municipios cubiertos con atención de servicios financieros.

Dentro de la política financiera en estado presentara competencias establecidas en la Nueva Constitución Política de Estado de 2009. Se establece las siguientes

políticas principales para el sector bancario y financiero destinado a ampliar los servicios financieros a una mayor parte de la población²⁰:

- ✚ El Estado regulará el sistema financiero con criterios de igualdad de oportunidades, solidaridad, distribución y redistribución equitativa.
- ✚ El Estado, a través de su política financiera, priorizará la demanda de servicios financieros de los sectores de la micro y pequeña empresa, artesanía, comercio, servicios, organizaciones comunitarias y cooperativas de producción.
- ✚ El Estado fomentará la creación de entidades financieras no bancarias con fines de inversión socialmente productiva.
- ✚ El Banco Central de Bolivia y las entidades e instituciones públicas no reconocerán adeudos de la banca o de entidades financieras privadas. Éstas obligatoriamente aportarán y fortalecerán un fondo de reestructuración financiera, que será usado en caso de insolvencia bancaria.
- ✚ Las operaciones financieras de la Administración Pública, en sus diferentes niveles de gobierno, serán realizadas por una entidad bancaria pública. La ley preverá su creación.

2.1.1 Políticas y procedimientos con relación a la atención al cliente y usuario

La entidad supervisada está en la obligación de desarrollar e implementar políticas y procedimientos que promuevan buenas prácticas de atención al cliente y al usuario²¹.

La entidad supervisada debe establecer políticas, formalmente aprobadas por el Directorio u órgano equivalente, de atención al cliente y al usuario, que incluyan aspectos específicos a la atención de personas con discapacidad y consideren los derechos y las buenas prácticas establecidas en el presente Reglamento.

²⁰ Nueva Constitución Política del estado (2009) "POLÍTICA FINANCIERA" SESION III artículo 330

²¹ Reglamento para la Atención del Cliente y Usuario ASFI, sección 3 art. 2

Es responsabilidad de la Gerencia General implementar procedimientos, para la adecuada atención del cliente y el usuario en función a las políticas definidas por el Directorio.

Las políticas y procedimientos establecidos deben estar en concordancia a la estructura organizacional de la entidad supervisada, de manera tal que permita una adecuada atención del cliente y usuario, acorde al mercado objetivo que atiende, dando además cumplimiento a lo dispuesto en la Sección 4 del presente Reglamento.

La entidad supervisada debe observar al menos las siguientes prácticas en su relacionamiento con sus clientes y sus usuarios:

- ✚ Suministrar información y/o publicidad veraz, exacta, precisa, integra clara, oportuna y verificable, que permita al cliente y al usuario la adecuada comparación de las diferentes opciones de productos y servicios ofrecidos.
- ✚ Proporcionar el producto y/o servicio en las condiciones publicitadas, informadas, ofrecidas o pactadas con el cliente y el usuario y emplear estándares de seguridad y calidad en el suministro de los mismos.
- ✚ Respetar el marco normativo vigente y abstenerse de incurrir en conductas que conlleven abusos contractuales o de convenir cláusulas que por su carácter puedan dar lugar a excesos dada su posición dominante contractual.
- ✚ Elaborar los contratos y anexos en lenguaje comprensible, con caracteres legibles y ponerlos a disposición de los clientes con anterioridad a su firma. Copia de los contratos y anexos debidamente suscritos deben ser entregados al cliente dejando evidencia escrita de la recepción de la misma.
- ✚ Abstenerse de hacer cobros que no hayan sido informados previamente y pactados expresamente entre la entidad supervisada y el cliente o el usuario.

- ✚ Realizar sus actividades de manera diligente y segura, en relación con los productos y/o servicios que proveen de acuerdo con las disposiciones legales y la normativa vigente, brindando una atención eficaz y oportuna a los adultos mayores, personas con discapacidad, mujeres en etapa de gestación y madres con bebés y niños hasta edad parvulario.
- ✚ Explicar al cliente y al usuario, las características, beneficios y modo de utilizar sus productos y/o servicios.
- ✚ Resguardar debidamente la información de sus clientes y sus usuarios de acuerdo a la normativa vigente.
- ✚ Proporcionar a sus funcionarios una adecuada formación, para que éstos brinden un trato respetuoso a sus clientes y a sus usuarios y les faciliten toda la información que requieran. Asimismo, éstos deben recibir capacitación especializada para ofrecer un trato adecuado a las personas con discapacidad.
- ✚ Difundir el contenido del presente reglamento tanto interna como externamente y tomar las medidas para que sea aplicado en la entidad supervisada.
- ✚ Facilitar a sus clientes y/o usuarios educación financiera, para coadyuvar y promover la toma de decisiones financieras de manera adecuada.

2.1.2 Políticas y procedimientos en la atención en cajas

Para la atención en cajas, la entidad supervisada debe contar con:

- ✚ Políticas formalmente aprobadas por el Directorio u órgano equivalente que consideren aspectos relacionados con la comodidad, la agilidad y la información necesaria para la atención de clientes y/o usuarios en cajas.
- ✚ Manuales de procedimientos para la atención en cajas.

Los puntos de atención de la entidad supervisada, que presten el servicio de cajas además de cumplir con todos los requisitos establecidos en el Reglamento para

Sucursales, Agencias y Otros Puntos de Atención, deben contar con instalaciones y equipamiento que le permita:

- ✚ La atención de los clientes y/o usuarios dentro de las instalaciones del punto de atención financiera.
- ✚ Proporcionar comodidad durante el tiempo de espera.

EL personal de cajas es responsabilidad de la entidad supervisada, contar con personal de atención en cajas que mínimamente cumpla con las siguientes condiciones:

- ✚ Que brinde un trato respetuoso.
- ✚ Que preste atención oportuna y diligente.
- ✚ Que pueda proporcionar una adecuada información sobre la atención en cajas y/o orientar al cliente y/o usuario sobre a qué departamento de la entidad supervisada debe dirigirse, en caso que su requerimiento no pueda ser atendido en cajas.
- ✚ Que éste capacitado para brindar un trato adecuado a las personas con discapacidad.

El tiempo de espera máximo para que un cliente y/o usuario sea atendido en cajas es de treinta (30) minutos. Para efectos del presente reglamento el tiempo de espera será computado a partir de que el cliente y/o usuario obtiene la ficha de atención o inicia la fila de espera, hasta el momento en que empieza a ser atendido en caja. Es responsabilidad de la entidad supervisada difundir, a través de cualquier medio de comunicación, en cada uno de sus puntos de atención en los que cuente con servicio de cajas, que si el tiempo máximo de espera supera los treinta (30) minutos, el cliente o usuarios podrá realizar su reclamo al Punto de Reclamo establecido en ese punto de atención financiera; así como un listado de otros puntos de atención cercanos en los que el cliente y/o usuario pueda realizar sus transacciones en cajas.

2.2 REFERENCIA NORMATIVA

En un ámbito normativo se establece las siguientes reglas establecidas en la NCPE para el funcionamiento del sistema financiero y monetario²²:

- ✚ Las actividades de intermediación financiera, la prestación de servicios financieros y cualquier otra actividad relacionada con el manejo, aprovechamiento e inversión del ahorro, son de interés público y sólo pueden ser ejercidas previa autorización del Estado, conforme con la ley.
- ✚ Las entidades financieras estarán reguladas y supervisadas por una institución de regulación de bancos y entidades financieras. Esta institución tendrá carácter de derecho público y jurisdicción en todo el territorio boliviano.
- ✚ La máxima autoridad de la institución de regulación de bancos y entidades financieras será designada por la Presidenta o Presidente del Estado, de entre una terna propuesta por la Asamblea Legislativa Plurinacional, de acuerdo con el procedimiento establecido en la ley.
- ✚ Las operaciones financieras realizadas por personas naturales o jurídicas, bolivianas o extranjeras, gozarán del derecho de confidencialidad, salvo en los procesos judiciales, en los casos en que se presuma comisión de delitos financieros, en los que se investiguen fortunas y los demás definidos por la ley. Las instancias llamadas por la ley a investigar estos casos tendrán la atribución para conocer dichas operaciones financieras, sin que sea necesaria autorización judicial.

2.2.1 Reglamento para la atención en cajas

Objeto.- El presente Reglamento tiene por objeto establecer las directrices que debe cumplir la entidad de intermediación financiera para brindar condiciones óptimas en la atención de clientes y usuarios en cajas.²³

²² Nueva Constitución Política del estado (2009) "POLÍTICA FINANCIERA" SESION III artículos 331-333

²³ REGLAMENTO PARA LA ATENCIÓN EN CAJAS ASFI

Ámbito de aplicación.- Se encuentran sujetas al ámbito de aplicación del presente Reglamento las entidades de intermediación financiera que prestan servicios financieros a clientes y/o usuarios, denominadas en adelante entidad supervisada.

Definiciones.- Para efectos del presente Reglamento se utilizarán las siguientes definiciones:

Agilidad: Característica de los procesos de atención al cliente y usuario en cajas, en cuanto a prontitud.

Cliente: Es toda persona natural o jurídica que contrata productos y/o servicios de una entidad supervisada.

Comodidad: Conjunto de elementos que la entidad supervisada utiliza para brindar condiciones de atención óptima al cliente y/o usuario en las instalaciones del punto de atención, de acuerdo a las características del mismo, considerando las limitantes de actuación que puedan tener las personas discapacitadas.

Información: Capacidad de la entidad supervisada para participar al cliente y/o usuario a través de medios de comunicación, sobre tiempos promedio de espera, tiempo de espera máximo y puntos de atención cercanos.

Punto de Atención: Instalación o establecimiento equipado por una entidad supervisada para realizar operaciones de intermediación financiera en el marco de la Ley de Bancos y Entidades Financieras (LBEF) en el territorio nacional y de acuerdo a lo establecido en la Recopilación de Normas para Bancos y Entidades Financieras (RNBEF).

Usuario: Es toda persona natural o jurídica que utiliza los servicios financieros de una entidad supervisada.

2.2.2 Reglamento para el funcionamiento de cajeros automáticos²⁴

El presente Reglamento tiene por objeto establecer las condiciones de funcionamiento de los cajeros automáticos, para garantizar un buen servicio de

²⁴ Reglamento para el funcionamiento de cajeros automáticos “recopilación de normas para bancos y entidades financieras” sección 1, art. 1-3.

atención a los clientes y usuarios del sistema financiero, de acuerdo a las mejores prácticas de seguridad y calidad.

Se encuentran sujetas al ámbito de aplicación del presente Reglamento las entidades de intermediación financiera que cuentan con licencia de funcionamiento otorgada por ASFI, en adelante entidad supervisada.

Para fines del presente Reglamento, se consideran las siguientes definiciones:

Cajeros automáticos: Son máquinas equipadas con dispositivos electromecánicos y electrónicos, que permiten a clientes y los usuarios de servicios financieros realizar retiros de efectivo, consultas de saldos, transferencias entre cuentas y pagos de servicios, mediante el uso de tarjetas de débito, de crédito y prepagadas. Los cajeros automáticos son también conocidos por su sigla en inglés: ATM (Automated Teller Machine).

Según su ubicación y el acceso al que tienen los clientes y usuarios de los servicios financieros, se distinguen dos tipos de cajeros automáticos:

- ✚ **Cajeros automáticos internos:** Aquellos instalados al interior de las entidades supervisadas y en edificaciones e instalaciones, como ser aeropuertos, hoteles, supermercados, centros comerciales, etc., cuyo funcionamiento se ajusta a las horas de atención al público.
- ✚ **Cajeros automáticos externos:** Aquellos instalados fuera de los ambientes de una entidad supervisada o de otras edificaciones o instalaciones. Se incluyen en esta definición, los cajeros automáticos instalados para ser operados desde vehículos.

Los cajeros automáticos externos se clasifican en:

- ✚ **Cajeros automáticos con recinto:** Aquellos que cuentan con una estructura cerrada, dentro de la cual se encuentra el cajero automático, así como las correspondientes instalaciones de soporte y seguridad.
- ✚ **Cajeros automáticos sin recinto:** Aquellos que no se encuentran dentro de una estructura cerrada y que deben contar con servicio de seguridad física.

Cliente: Es toda persona natural o jurídica que contrata productos y servicios financieros de una entidad supervisada.

Empresa proveedora de servicio de pago (ESP): Empresa de servicio auxiliar financiero que cuenta con licencia de funcionamiento otorgada por ASFI, para prestar el conjunto de actividades desarrolladas en el ámbito del sistema de pagos asociadas a la gestión, compensación y/o liquidación de instrumentos de pago u órdenes de pago.

Usuario: Es toda persona natural o jurídica que utiliza los servicios financieros de una entidad supervisada sin ser cliente.

2.2.3 Instalación de cajeros automáticos²⁵


Especificaciones de instalación.- La entidad supervisada debe cumplir con las especificaciones técnicas de instalación y con las recomendaciones de uso y mantenimiento proporcionadas por el fabricante del cajero automático.

Localización.- Los cajeros automáticos deben ser instalados en lugares que presten el mejor servicio a los clientes y usuarios de los mismos, se debe evitar su instalación en lugares que registren índices elevados de delincuencia o faciliten la comisión de actos delincuenciales.

Identificación.- Todo cajero automático debe estar debidamente señalado con el logotipo de la entidad supervisada a la que pertenece y las marcas internacionales a las cuales está afiliado.

Medidas de Seguridad de Cajeros Automáticos Externos.- Los cajeros automáticos deben contar con las medidas de seguridad establecidas en el Reglamento para la Gestión de Seguridad Física.

2.2.4 Utilización e información del cajero automático

 **Contenido del comprobante impreso.-** Con la finalidad de preservar la confidencialidad sobre los datos del cliente y/o usuario, los comprobantes

²⁵ Reglamento para el funcionamiento de cajeros automáticos “recopilación de normas para bancos y entidades financieras” sección 2, art. 1-4.

expedidos por los cajeros automáticos que exponen información confidencial, tales como número de cuenta y número de tarjeta, deben ocultar o truncar parte de dicha información.

✚ **Emisión e impresión del comprobante.-** Los cajeros automáticos deben proporcionar obligatoriamente comprobantes impresos en las operaciones de retiro de efectivo, transferencia entre cuentas y pago de servicios. En los casos en los que el cajero no pueda imprimir el comprobante debe consultar al cliente y/o usuario si desea efectivizar la transacción.

✚ **Consultas.-** Todo cajero automático debe estar programado para que el cliente y/o usuario pueda consultar sus saldos y los últimos movimientos de sus cuentas. La entidad supervisada no podrá cobrar por concepto de estas consultas.

✚ **Mecanismos de identificación.-** Los cajeros automáticos deben estar programados para requerir al cliente y/o usuario, la introducción de su clave secreta (PIN), huella digital u otro mecanismo de identificación, antes de realizar cada transacción.

Los cajeros automáticos deben permitir al cliente el cambio de su clave secreta (PIN) cada vez que éste lo requiera.

✚ **Límites de retiro de efectivo por tarjeta.-** Los clientes de la entidad supervisada podrán elegir el límite de retiro diario de efectivo para transacciones con tarjeta de crédito, tarjeta de débito o tarjeta prepagada, de las opciones que le ofrezca la entidad supervisada, debiendo observarse este límite aún en operaciones sucesivas, tanto en cajero automático propio como en cajero de otra entidad supervisada.

La entidad supervisada debe permitir a sus clientes modificar los límites de retiro de efectivo, a simple requerimiento.

Dispensación parcial de efectivo.- Los cajeros automáticos deben dispensar obligatoriamente el total del monto requerido por el cliente y/o usuario. En caso de que el cajero no disponga del monto total requerido, no debe dispensar efectivo en forma parcial.

Distribución de billetes.- Conforme lo establece el Banco Central de Bolivia (BCB), en su Reglamento de Monetización, Distribución y Destrucción de Material Monetario, la entidad supervisada, que cuente con cajeros automáticos de dos (2) bandejas están obligadas a distribuir billetes de diez (10) o de veinte (20) Bolivianos en una de las bandejas y de cincuenta (50) o de cien (100) Bolivianos, en la otra.

La entidad supervisada que cuente con cajeros automáticos de tres (3) bandejas están obligadas a distribuir billetes de diez (10) y de veinte (20) Bolivianos, y de cincuenta (50) o de cien (100) Bolivianos.

La entidad supervisada que cuente con cajeros automáticos de cuatro o más bandejas están obligadas a distribuir, en al menos el setenta por ciento (70%) de éstos, billetes de diez (10), de veinte (20), de cincuenta (50) y de cien (100) Bolivianos. En el resto de cajeros automáticos de cuatro o más bandejas, la entidad supervisada está obligada a distribuir billetes de diez (10), de veinte (20), de cincuenta (50) o de cien (100) Bolivianos.

La entidad supervisada para efectos de control debe informar circunstancialmente a la ASFI los lugares y los cajeros automáticos en los que distribuya moneda extranjera.

La entidad supervisada debe identificar en lugar visible para el público y sus usuarios, los cajeros que dispensan bolivianos y moneda extranjera.

El Banco Central de Bolivia establecerá la periodicidad y formato de reporte para el control y supervisión, por parte de ASFI.

Asimismo, la entidad supervisada debe tomar las medidas adecuadas para evitar que sus cajeros dispensen billetes falsificados.

Información al cliente y/o usuario.- La entidad supervisada tiene la obligación de proporcionar a los clientes y/o usuarios que utilicen sus cajeros automáticos, la información sobre las operaciones que pueden realizar, los cargos y comisiones que se cobran por el uso de los diferentes servicios, así como las características y medidas de seguridad con las que cuentan dichos cajeros y los aspectos a considerar para su correcta operación.

Por otra parte, está en la obligación de recibir sugerencias, atender reclamos de los clientes y/o usuarios, brindar asistencia en la prevención del fraude e informar sobre los procedimientos para el bloqueo y desbloqueo de las tarjetas, así como proporcionar los números telefónicos de emergencia para comunicarse con la entidad supervisada a la que pertenecen los cajeros automáticos y con la ESP. Para este efecto, la entidad supervisada que opere con cajeros automáticos, debe contar con una línea telefónica de emergencia de atención al cliente y/o usuario, las veinticuatro (24) horas del día los trescientos sesenta y cinco (365) días del año, sin costo para el usuario del servicio.

Copias del registro de vigilancia y monitoreo.- La entidad supervisada debe mantener en archivo electrónico, el registro efectuado por el sistema de vigilancia y monitoreo de los cajeros automáticos, por un periodo no menor a ciento ochenta (180) días.

Horario de atención.- La entidad supervisada debe informar a los clientes y usuarios el horario de atención de cada cajero automático, implementando mensajes en las pantallas de los mismos o por medio de letreros en los recintos o cajeros.

En caso que el cajero no esté habilitado, adicionalmente se debe señalar la dirección del cajero automático más próximo que sí esté habilitado.

2.3 REFERENCIA INSTITUCIONAL

2.3.1 Banco Nacional de Bolivia

Visión

Ser un banco comprometido con la excelencia, que brinde servicios integrales de alta calidad para los clientes, consolidándonos como la mejor inversión para los accionistas y el mejor lugar de trabajo para nuestros colaboradores, cumpliendo en todo momento la función social de los servicios financieros.

Misión

Para nuestros clientes: Convirtiéndolos en socios estratégicos y satisfaciendo sus necesidades con productos de calidad, servicio oportuno, asistencia permanente y orientación profesional.






Para nuestros accionistas: Velando por la solvencia, rentabilidad y valor del banco

Para nuestra sociedad – comunidad: Contribuyendo activamente al desarrollo y progreso del país, a través de programas y proyectos con Responsabilidad Social Empresarial en beneficio de la sociedad.

Para nuestros colaboradores: Ofreciéndoles oportunidades para su desarrollo y crecimiento en un ambiente adecuado de trabajo.

BNB Corporación S.A.

Es la Sociedad Controladora del Grupo Financiero BNB desde 2017. Las empresas que forman parte del Grupo Financiero BNB son de propiedad mayoritaria de BNB Corp. Las empresas son:

-  Banco Nacional de Bolivia S.A.
-  BNB SAFI S.A. Sociedad Administradora de Fondos de Inversión.
-  BNB Valores S.A. Agencia de Bolsa.
-  BNB Leasing S.A.
-  BNB Valores Perú S.A. Sociedad Agente de Bolsa.

A diciembre de 2013, cuenta con más de 300 puntos de atención financiera integrados por la oficina central, sucursales, agencias fijas, oficinas externas, ventanillas de atención, cajeros automáticos y puntos promocionales. Con presencia institucional física en todos los departamentos de Bolivia, el BNB es el segundo banco privado más grande del país en volumen de activos.

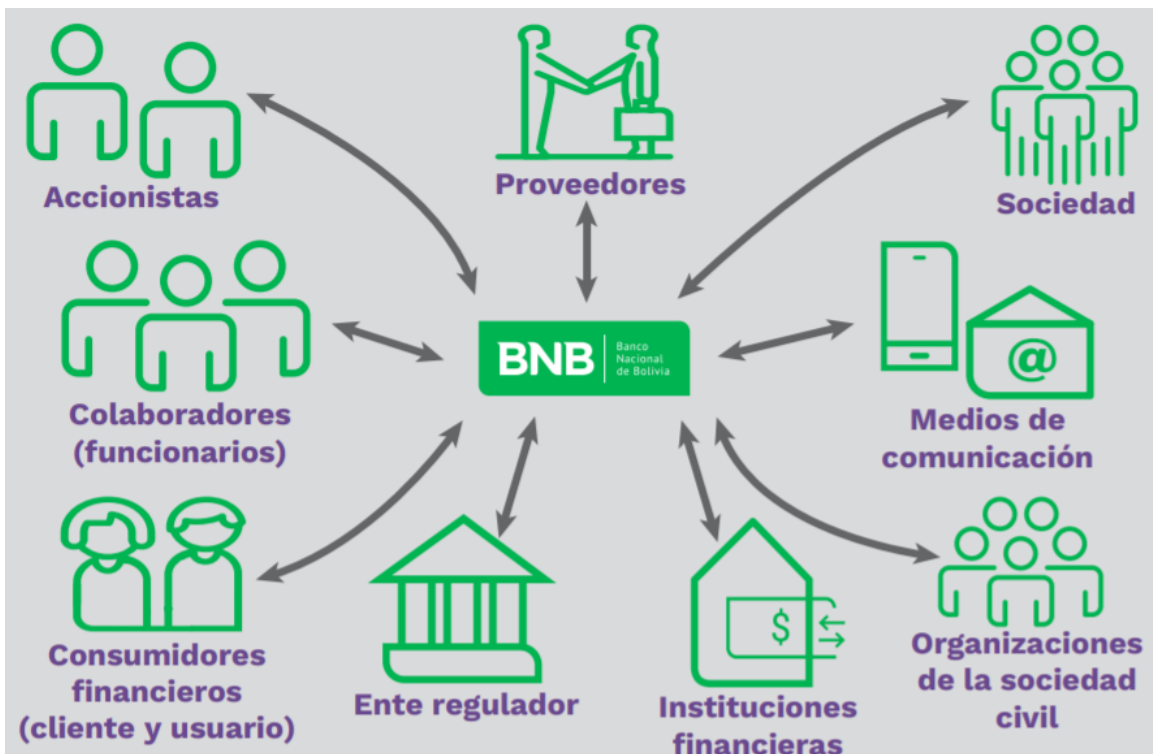
El BNB es un banco para las personas y las empresas grandes, medianas y pequeñas, por ello cuenta con una gama de productos y servicios que constituyen su propuesta comercial; la banca de negocios y préstamos; la banca de servicios, inversiones y cuentas; la banca internacional; y la banca electrónica.

Para el BNB la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es parte de la gestión estratégica del negocio, y por ello trabaja en la integración transversal de los principios y directrices que la rigen, para cumplir con su misión de agregar valor para sus principales grupos de interés.

2.3.1.1 Grupos de interés

Los grupos de interés son los grupos estratégicos para la Institución, que están constituidos por los individuos y por grupos específicos de personas a los que las decisiones y acciones del banco les afectan y que, a su vez, tienen influencia en el actuar del banco. En ese sentido, dentro de la esfera de influencia del BNB se han identificado a los siguientes grupos de interés:

Ilustraciones N° 1: Grupos de interés del Banco Nacional de Bolivia.



Fuente: Política de RSE del BNB.

Cada uno de los grupos identificados tiene objetivamente sus propias expectativas respecto a la actuación de la entidad. Si bien en el marco del giro de la actividad el BNB debe gestionar su relación con todos los grupos de interés que se hallan en su esfera de influencia, los proyectos específicos que promueva, gestione o identifique

el área de RSE deben estar principalmente dirigidos a la atención de grupos de interés prioritarios.

En ese marco, los grupos de interés prioritarios para el BNB son:

- ✚ Colaboradores (funcionarios).
- ✚ Consumidores financieros (clientes y usuarios).
- ✚ Sociedad
- ✚ Desde el negocio, el sector productivo y la vivienda social.
- ✚ Desde la acción social, las personas en riesgo de vulnerabilidad.

2.3.1.2 Servicios

Banco Nacional de Bolivia S.A. banco múltiple ofrece un portafolio de productos para el activo (colocación de créditos) como del pasivo (captaciones del público) así como servicios según las distintas necesidades; el detalle es el siguiente:

✚ **Créditos:**

- ✓ Crédito vehicular
- ✓ Crédito de consumo
- ✓ Crédito hipotecario de vivienda
- ✓ Crédito hipotecario de vivienda social
- ✓ Tarjeta de crédito
- ✓ Boletas de garantías
- ✓ Línea de crédito

✚ **Ahorro e Inversión:**

- ✓ Cuentas corrientes en moneda Nacional y Dólares Americanos
- ✓ Caja de ahorros clásica en Moneda Nacional y Dólares Americanos
- ✓ Caja de Ahorro Eficaz
- ✓ Caja de ahorro Banca Joven en Moneda Nacional
- ✓ Caja de ahorro Banca Joven Plus en Moneda Nacional
- ✓ Caja de ahorro Digital en Moneda Nacional
- ✓ Depósito a plazo Fijo en Moneda Nacional y Dólares Americanos

Servicios

Servicios Nacionales:

- ✓ Giros locales
- ✓ Fideicomisos
- ✓ Punto de Reclamo
- ✓ Certificación de cheques
- ✓ Emisión de cheques de gerencia
- ✓ Cobranza de servicios
- ✓ Custodia de valores

Servicios Internacionales:

- ✓ Giros Internacionales
- ✓ Carta de crédito de exportación
- ✓ Boleta de garantía
- ✓ Documento de cobranza
- ✓ Cheque al exterior
- ✓ Boleta de garantía Contrato

Seguros:

- ✓ Protección financiera
- ✓ Vida + Enfermedades graves
- ✓ Cesantía
- ✓ Accidentes personales

Servicios Digitales:

- ✓ BNB Net + Plataforma transaccional que permite al cliente acceder al BNB
- ✓ Cajeros Automáticos BNB 24 HRS
- ✓ Cajeros automáticos de retiros y depósitos
- ✓ BNB Móvil
- ✓ Aplicación web que permite el acceso al portal Web desde su celular
- ✓ Billetera electrónica
- ✓ Tu dinero a tu disposición cuando lo necesites
- ✓ Contac Center

- ✓ Servicio de atención de reclamos y consultas vía telefónica y portal financiero
- ✓ Carlitos BNB
- ✓ Un asistente en línea – tu amigo digital
- ✓ Cobranza de servicios
- ✓ Realiza tus pagos de impuestos y/o servicios (luz, teléfono, celular, etc)

2.3.2. Otras instituciones relacionadas.

2.3.2.1 Viceministerio de Pensiones y Servicios Financieros²⁶

El Viceministerio de Pensiones y Servicios Financieros es una dependencia del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas y está a cargo del diseño, la evaluación y la aplicación de Políticas en materia de Intermediación Financiera y de asuntos relacionados con la regulación Financiera. Las principales funciones del VPSF en materia de servicios financieros son evaluar las Políticas y normas para promover el desarrollo, la transparencia y el fortalecimiento de los servicios financieros y extender los servicios financieros en áreas rurales, entre otras.

Dado que el Ministerio de Economía y Finanzas Públicas es la autoridad rectora de las Políticas Monetaria y Financiera, el (VPSF) tiene a su cargo la coordinación interinstitucional con el Banco Central de Bolivia y la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero.

2.3.2.2 Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI

La Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero es una institución pública de jurisdicción nacional y carácter técnico, encargada de regular y supervisar a todas las entidades que realizan actividades de Intermediación Financiera, de valores y de seguros, establecida por mandato de la Constitución Política del Estado Boliviano. De acuerdo con el Decreto Supremo 29894 la Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras se denominará Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) según la nueva estructura orgánica del órgano ejecutivo del Estado plurinacional. A partir de 2009, la ASFI asumió, además de la regulación

²⁶ Sistemas de Reporte de Préstamos Bancarios y Créditos en Bolivia (2020); Pág. 21

y supervisión de las entidades de Intermediación Financiera, las funciones y atribuciones de control y supervisión de las entidades de valores y seguros. Entre los principales objetivos de la ASFI se encuentran los siguientes:

- ✚ Emitir y ejercer la regulación prudencial y contable necesaria que garantice una adecuada gestión de riesgos en el Sistema Financiero, que coadyuve a la estabilidad Financiera y macroeconómica.
- ✚ Desarrollar un sistema de supervisión y de control efectivo de las entidades Financieras.
- ✚ Fortalecer la regulación, la supervisión, el control, el seguimiento y la evaluación del cumplimiento de los derechos y las obligaciones del consumidor financiero.
- ✚ Impulsar la transparencia en el Sistema Financiero, especialmente en asuntos que quebranten los intereses del Estado y de la sociedad.
- ✚ Ampliar la difusión de información del Sistema Financiero para facilitar una mejor comprensión y toma de decisiones de la población en general.
- ✚ Establecer una gestión apropiada de la tecnología de información para garantizar el tratamiento de la información sobre una base de seguridad, confidencialidad y disponibilidad.

2.3.2.3 Asociación de Bancos Privados de Bolivia-ASOBAN

La Asociación de Bancos Privados de Bolivia (ASOBAN) es una institución de derecho privado, sin fines de lucro, constituida al amparo del Código Civil Boliviano e integrada por todos los Bancos privados nacionales y extranjeros establecidos en Bolivia. Manteniendo los principios rectores que originaron la creación de la Asociación Bancaria, actualmente tiene como objetivo principal el proponer, diseñar y programar Políticas orientadas a desarrollar el negocio Bancario en Bolivia, así como el de preservar y precautelar los intereses y prioridades del Sector.

CAPÍTULO III

**FACTORES
DETERMINANTES DEL
TEMA**

CAPÍTULO III

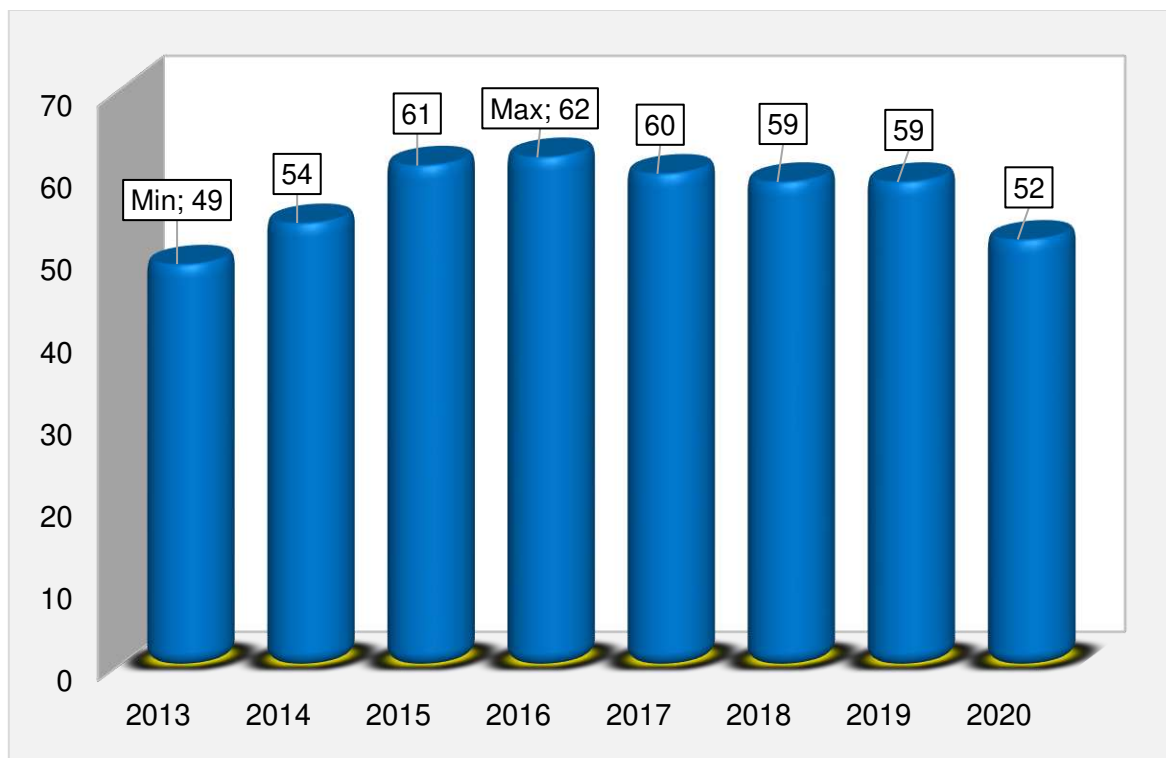
3. FACTORES DETERMINANTES DEL TEMA

3.1 Aspectos generales

3.1.1 Número de agencias del Banco Nacional de Bolivia

En todo el país el Banco Nacional de Bolivia alcanzó un número máximo de agencias en 2016 de 62, posteriormente en los próximos años el número de agencias disminuirían a nivel nacional llega hasta 52 en 2020.

Gráfico N° 1: Número de agencias del Banco Nacional de Bolivia, 2013-2020



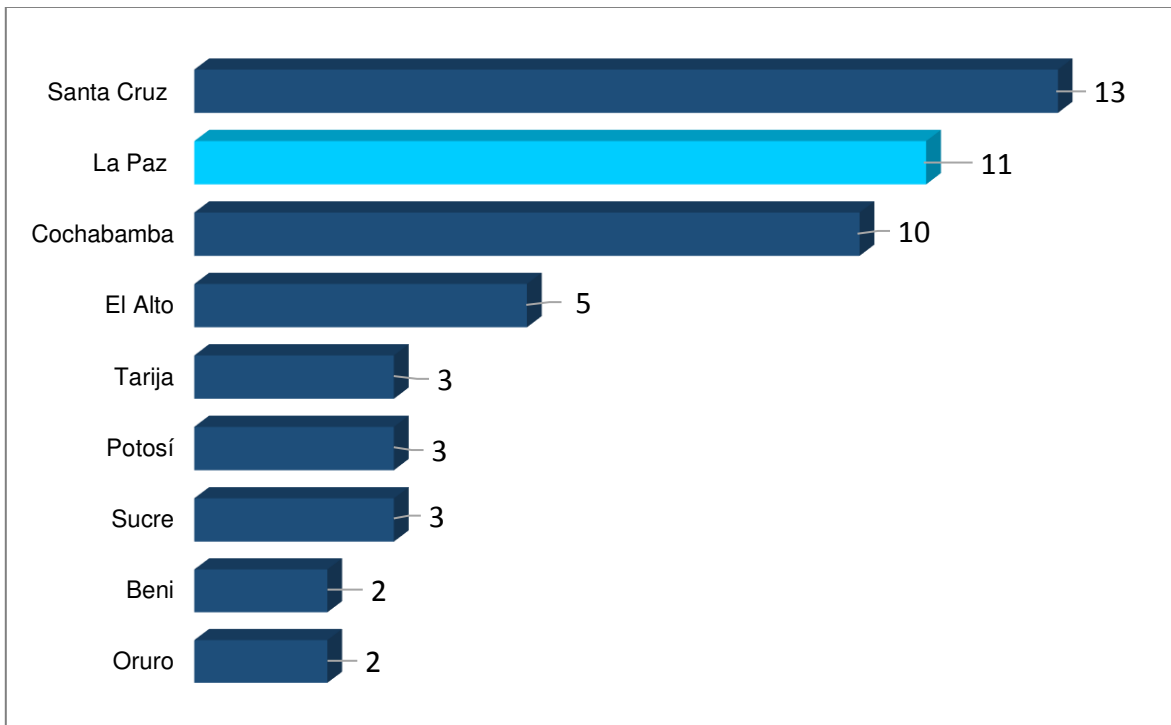
Fuente: Elaboración propia en base a datos de las memorias del Banco Nacional de Bolivia

Se podría pensar con la disminución de agencias el Banco Nacional de Bolivia se estaría achicando, pero no necesariamente ya que las agencias se están haciendo más grandes en los espacios. Por lo tanto si las agencias disminuyen en su número, aumentan en el espacio y capacidad de atención a los clientes pudiendo optimizar sus servicios con la implementación de nuevas tecnologías y más cajeros automáticos reduciendo de esa manera la necesidad de implementar un mayor número de agencias atendidas por personal humano.

Las ciudades que cuentan con mayor cantidad de agencias son Santa Cruz (13), La Paz (11), y Cochabamba.

Por el otro lado, hay un grupo de ciudades donde las agencias son más reducidas, entre los que se cuentan El Alto (5), Tarija (3), Potosí (3), Sucre (3), Beni (2), y Oruro (2).

Gráfico N° 2: Distribución de las agencias del Banco nación de Bolivia 2020 (en número de agencias).



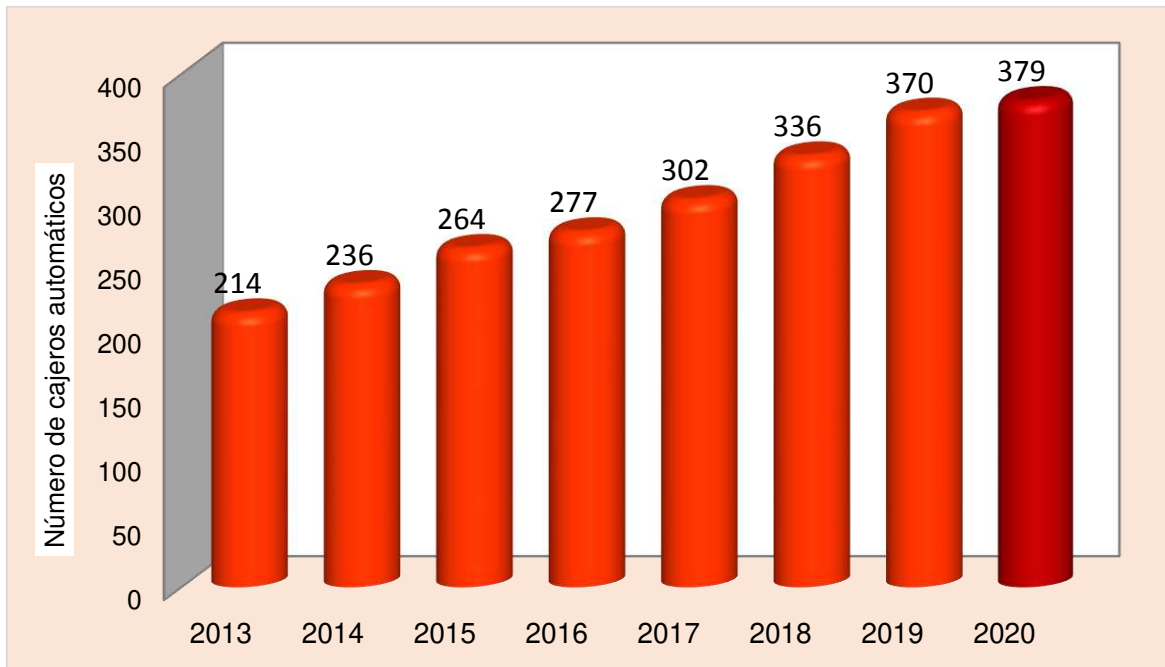
Fuente: Elaboración propia en base a datos de las memorias del Banco Nacional de Bolivia

La mayoría de las sucursales de del Banco Nacional de Bolivia se encuentran en los centros urbanos de Bolivia.

3.1.2 Número de cajeros automáticos del Banco Nacional de Bolivia

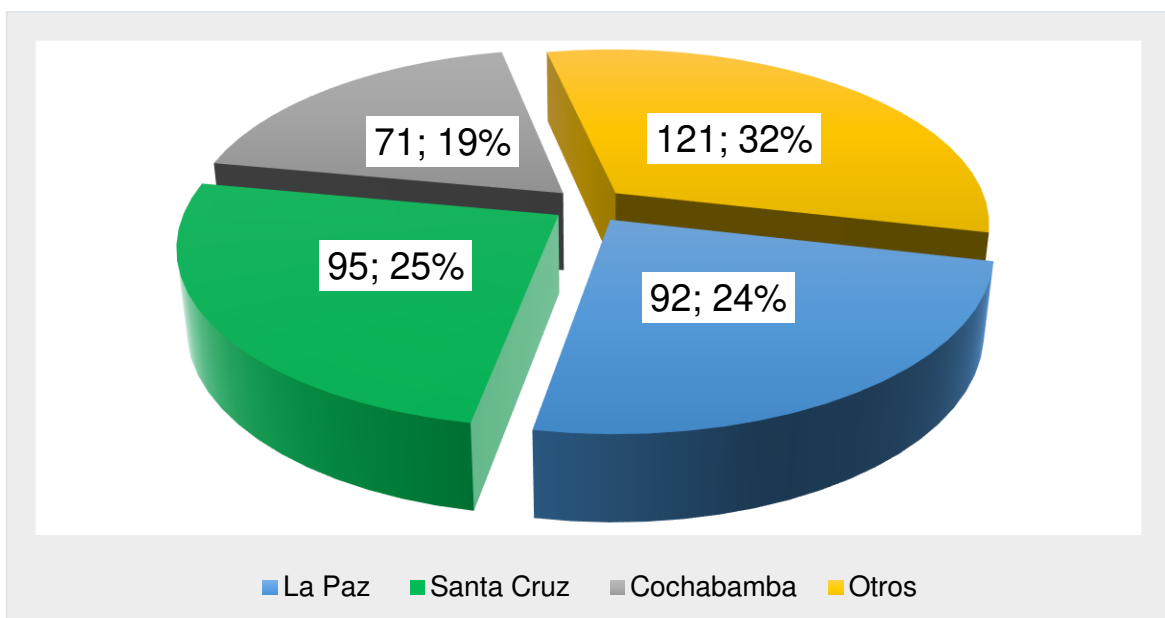
Como se aprecia en el gráfico N° 3, los cajeros automáticos del BNB presentan un incremento sostenido en su número debido a la necesidad de los usuarios de disponer su dinero las 24 horas en las transacciones, paralelamente se percibe también el aumento de los clientes financieros, se aprecia un comportamiento creciente en los cajeros automáticos con un mínimo en 2013 de 214 hasta llegar a un máximo en 2020 de 379.

Gráfico N° 3: Número de cajeros automáticos del BNB, a nivel Bolivia 2013-2020.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las memorias del Banco Nacional de Bolivia
El BNB está en constante expansión, por esa razón necesita ampliar sus servicios en los cajeros automáticos para generar mayor comodidad a sus clientes.

Gráfico N° 4: Distribución del Número de cajeros automáticos del BNB, a nivel Bolivia 2020.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las memorias del Banco Nacional de Bolivia

La distribución de los cajeros automáticos está concentrados en el eje central de la siguiente manera; santa Cruz con 95 cajeros que representan el 25%, La Paz con 92 cajeros automáticos que participa con el 24%, Cochabamba 71 cajeros que representa el 19% y 121 cajeros son distribuidos entre las agencias de Sucre, Oruro, El Alto, Potosí, Tarija, Beni, Pando y que en términos relativos participan con él 32% en conjunto.

Gráfico N° 5: Número de cajeros automáticos del BNB, en el municipio de La Paz 2013 - 2020.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las memorias del Banco Nacional de Bolivia

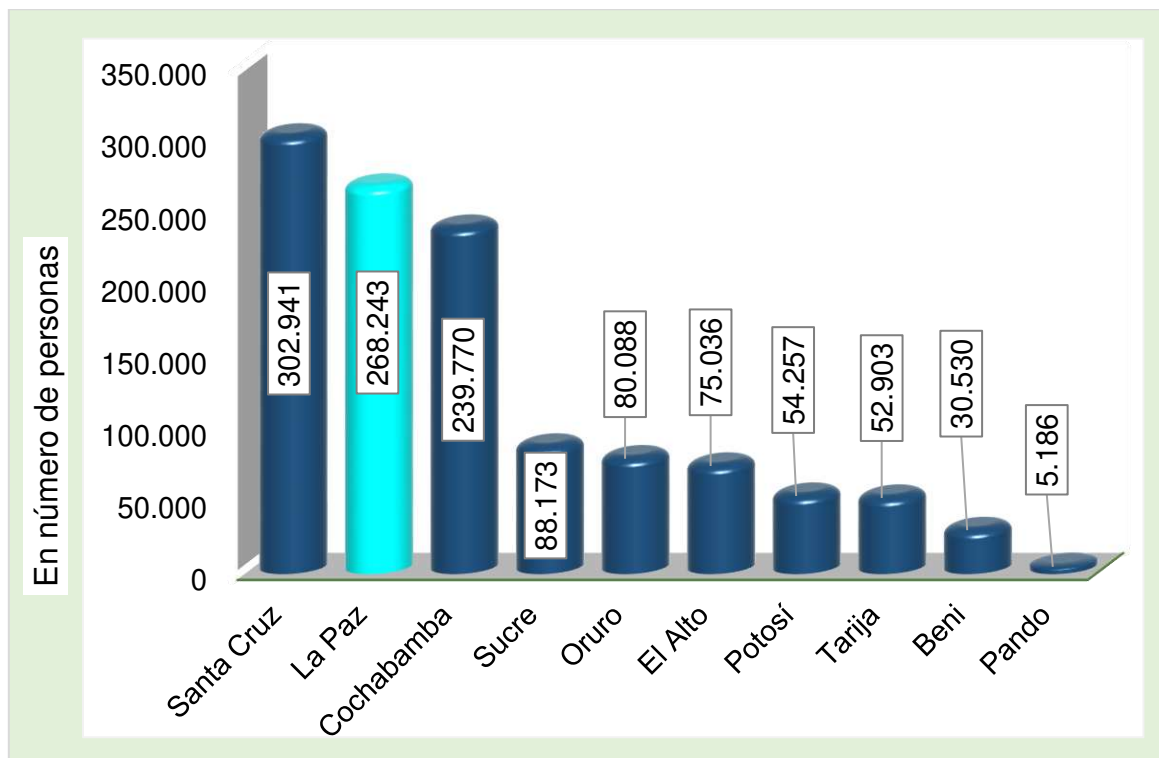
La evolución del número de cajeros automáticos en el BNB presenta un aumento sostenido salvo el año 2020 debido a la crisis sanitaria y la desaceleración de la economía.

Los cajeros automáticos del BNB en el departamento La Paz están concentradas en las grandes ciudades de La Paz y el Alto. En el Municipio de La Paz existen alrededor de 92 cajeros automáticos distribuidos en las principales zonas céntricas de la ciudad, mientras en las zonas peri urbanas los cajeros automáticos son prácticamente inexistentes debido seguramente a la inseguridad y falta de presidencia policial de dichas zonas.

3.2 La población de estudio

A nivel nacional el Banco Nacional cuenta con 1.197.127 de clientes en todas sus agencias a nivel nacional de las cuales el eje central (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz) concentran una mayor cantidad.

Gráfico N° 6: Distribución de clientes por sucursal al 31 de diciembre de 2020 (En número de personas)



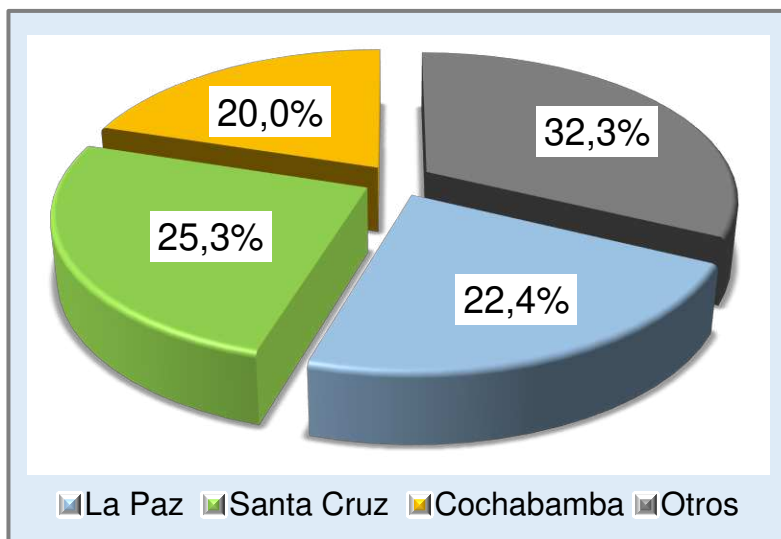
Fuente: Elaboración propia en base a datos de las memorias del Banco Nacional de Bolivia

Como se aprecia en el Gráfico N° 6, la mayor cantidad de clientes se encuentran en la Ciudad de Santa Cruz con 302.941 clientes y que representa el 25% de los clientes, en segundo lugar se encuentra La Ciudad de La Paz con 268.243 personas y representa el 22% de los clientes, Cochabamba aglutina 239.770 clientes que representan el 20% del total. El restante 32% de los clientes se distribuye entre las sucursales de Sucre, Oruro, El Alto, Potosí, Tarija, Beni, Pando que en términos absolutos llegan a 386.173 clientes.

Como se aprecia en el Gráfico N° 8, el número de clientes del Banco Nacional de Bolivia correspondiente a las sucursales del municipio de la Paz presenta un

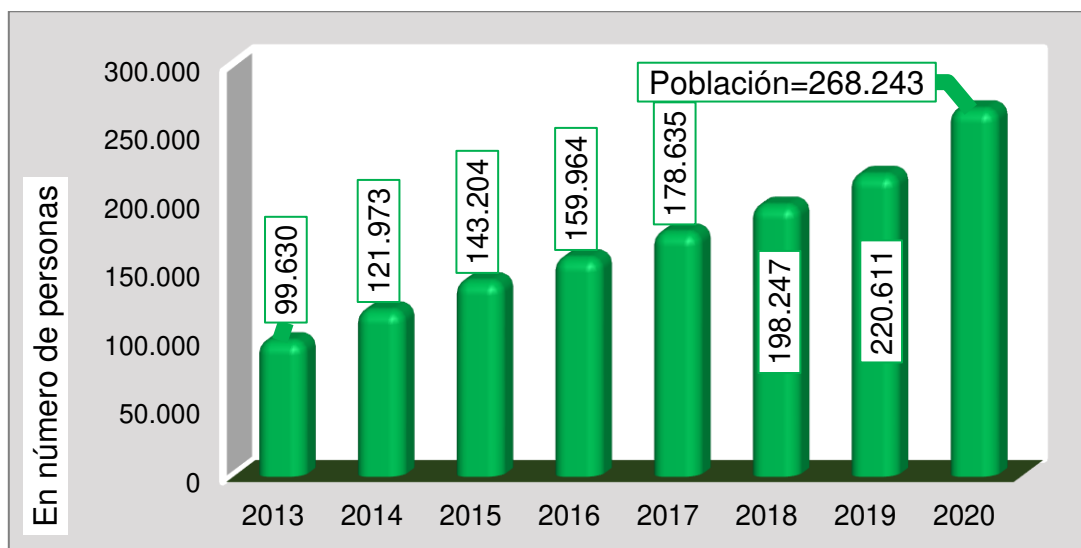
comportamiento creciente con un mínimo de 99.630 clientes hasta llegar en 2020 a 268.243 clientes.

Gráfico N° 7: Distribución de clientes por sucursal de eje central al 31 de diciembre de 2020 (En porcentaje)



Fuente: Elaboración propio en base a datos de las memorias del Banco Nacional de Bolivia.

Gráfico N° 8: Evolución del número de clientes en el municipio de La Paz periodo 2013-2020 (en número de personas)



Fuente: Elaboración propio en base a datos de las memorias del Banco Nacional de Bolivia.

La población de estudio comprende a los clientes del Banco Nacional de Bolivia correspondientes al municipio de La Paz de 2020 que ascienden a 268.243 personas distribuidas en las distintas sucursales en el municipio.

3.2.1 Formulación para la muestra

Se obtuvo la muestra por medio del uso de la fórmula de la determinación de la muestra la cual sirvió para delimitar la cantidad de clientes del BNB que se encuestaron. Para que esto ocurra y determine la muestra de nuestra población se deberá ejecutar con la siguiente formulación:

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

N = Población o universo

Z = Valor del nivel de confianza

p = Proporción de individuos que poseen las características del estudio

q = Proporción de individuos que no poseen las características del estudio

e = Porcentaje o margen de error

Los valores de la formula son los siguientes:

$$n = \frac{268.243 * (1,96^2)(0,5) * (0,5)}{0,10^2 * (268.243 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = 97$$

N= 268.243

Z= 95% --- 1,96

p= 50% --- 0,5

q = 50% --- 0,5

e= 10% --- 0,10

Reemplazando:

La muestra para el trabajo es 97 clientes del Banco Nacional de Bolivia correspondientes al municipio de La Paz de 2020 a los cuales se les realiza la encuesta para determinar la utilización de los cajeros automáticos.

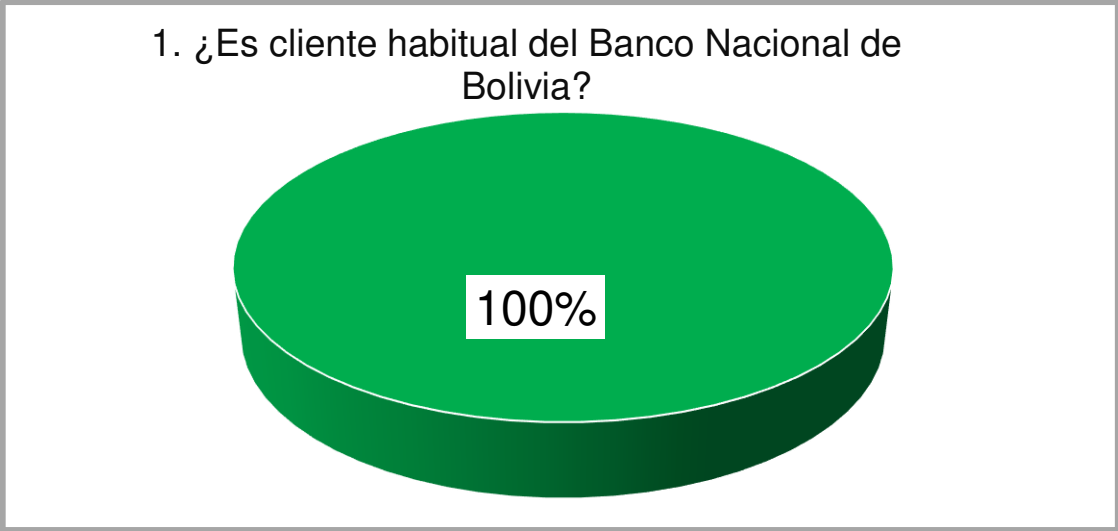
3.3 Resultados de la encuesta

Se realizó diez preguntas para medir e identificar las variables que inciden en la utilización de cajeros automáticos y se encuestaron a 97 personar como muestra de 268.243 clientes del BNB mayores a 18 años, por temas de logística, tiempo y costos se tomó encuentra un error de muestro del 10%.

En la pregunta 1, se les pregunto a los encuestados si eran clientes habituales del BNB para asegurarnos que pertenezcan al micho de mercado de estudio.

El 100 % de los encuestados son mayores de 18 años y clientes habitúeles del BNB dentro del municipio de La Paz entre sus principales 11 agencias y más de 90 cajeros automáticos.

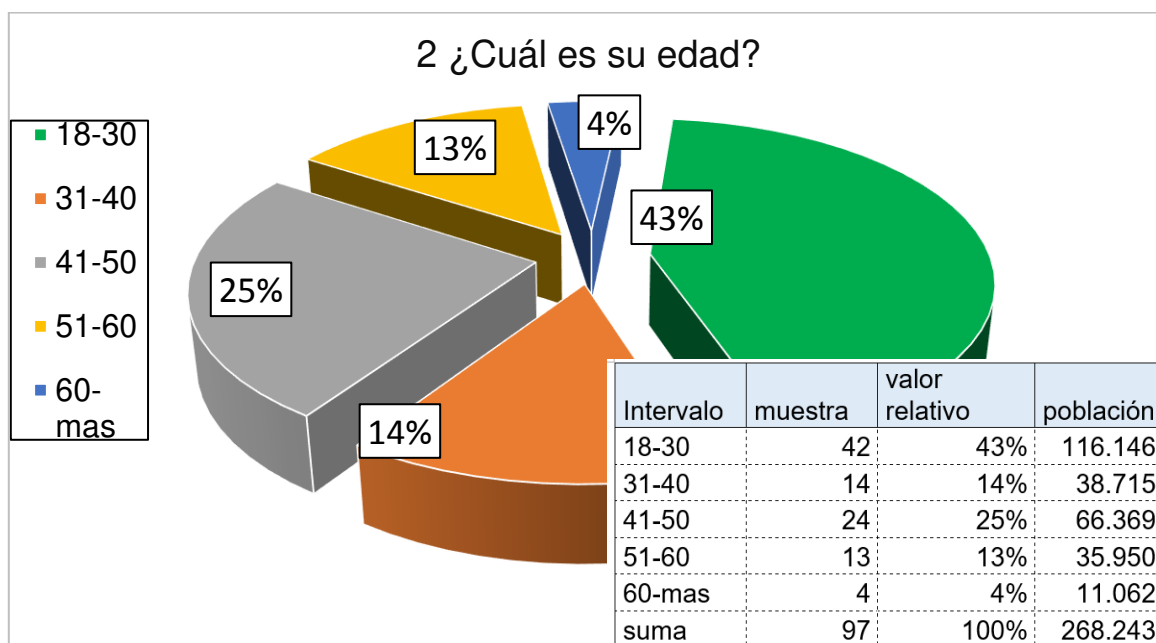
Gráfico N° 9: Número de personas de la muestra y encuestadas



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta y trabajo de campo

En la pregunta número dos de la encuestas se preguntó a los encuestados la edad de los clientes del banco con el fin de relacionar si existe una influencia en la utilización de los clientes del banco.

Gráfico N° 10: Distribución de edades de los clientes encuestados 2020.



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta y trabajo de campo

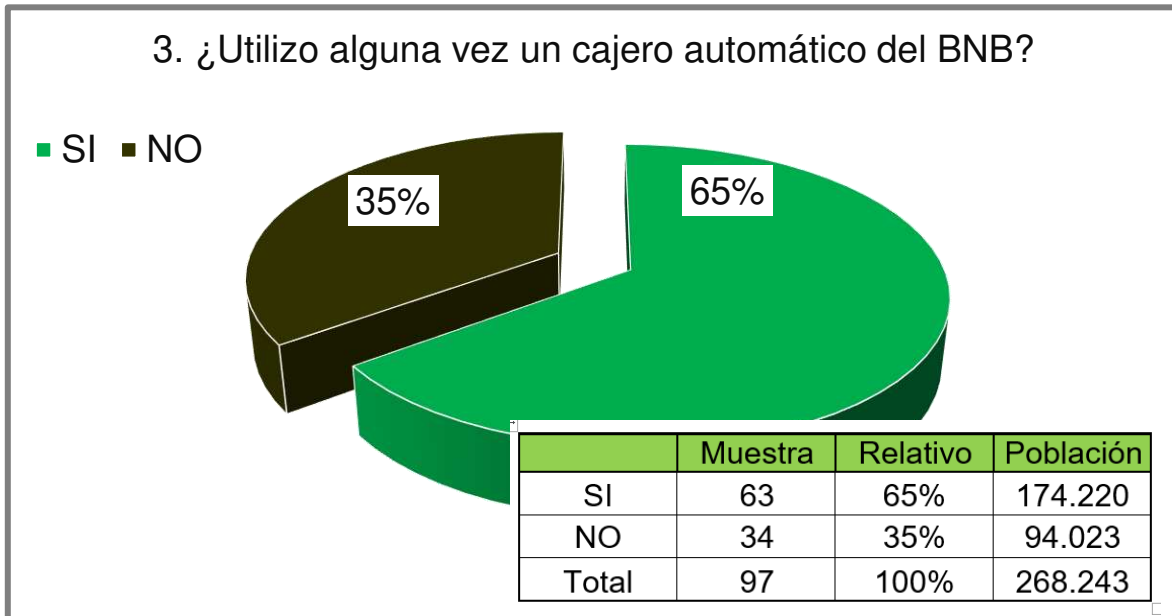
De la total de encuestados el 43% de los clientes del BNB se encuentran entre las edades de 18 a 30 años; consiguiente el 14% se encuentran entre los 31 a 40 años, así mismo el 25% se encuentran entre los 41 y 50 años, de igual manera el 13% se encuentran entre los 51 a 60 años, y por último el 8% es mayor a los 61 años.

Podemos concluir que la mayor parte de los clientes del BNB son jóvenes que oscilan entre los 18 y 40 años y representan el 57% del total.

En la tercera pregunta de la encuesta se les consulto a los usuarios si estos utilizaron alguna vez un cajero automático para realizar un retiro de dinero y los resultados fueron:

De la totalidad de encuestados, solo el 65% de los clientes del BNB utilizaron alguna vez un cajero automático para realizar una operación financiera ya sea de retiro de dinero o consulta de saldo, contrariamente el 35% jamás utilizo un cajero del BNB por diferentes razones pese a ser un cliente habitual.

Gráfico N° 11: Porcentaje de utilización de los clientes de los cajeros automáticos en el BNB 2020



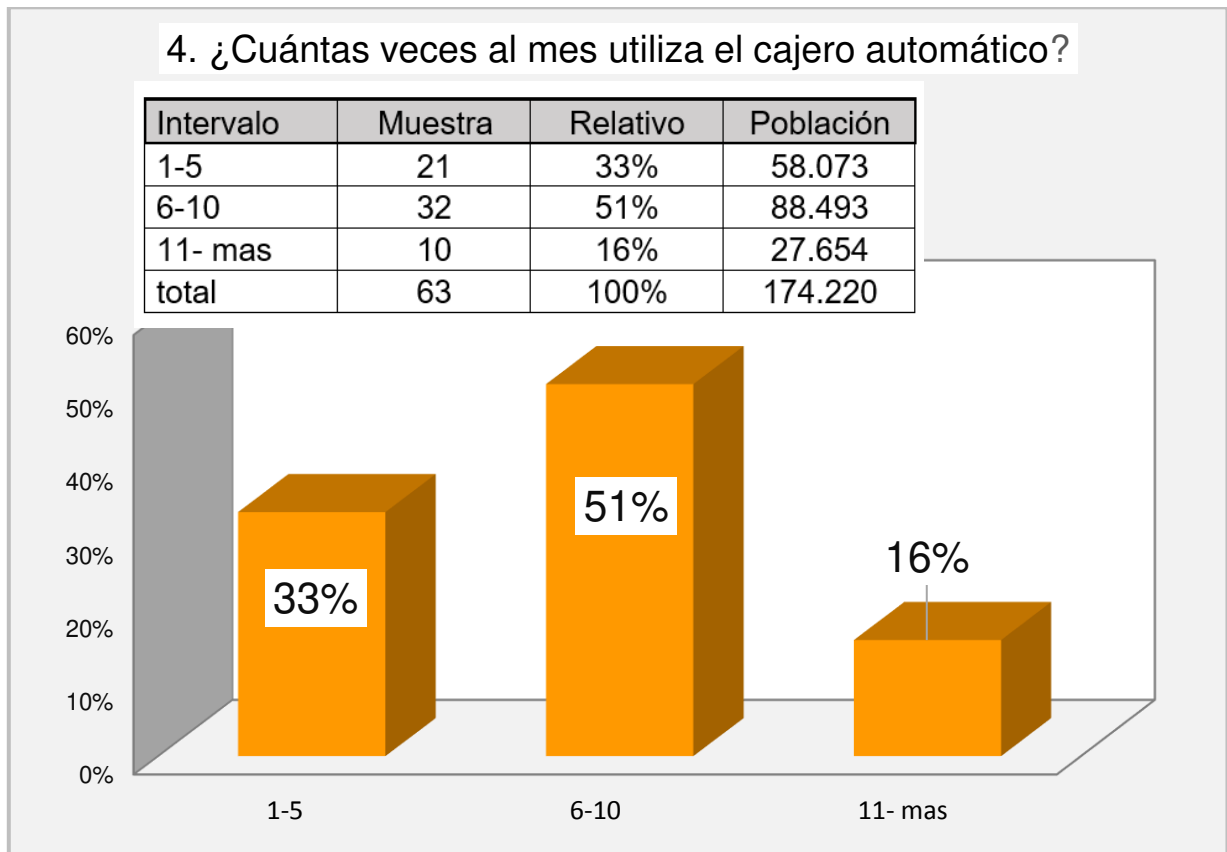
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta y trabajo de campo

EL 35% de los usuarios que no utilizan cajeros automáticos por baja confianza o falta de información en los mismos representa un problema para el BNB a causa de una limitación para estos usuarios de recibir las ventajas de disponer su dinero de sus cuentas las 24 horas del día junto con una reducción del tiempo de espera para retiros de efectivo de sus cuentas. Todo ello repercute en la calidad de los servicios que ofrecen el banco para los clientes.

Muchos usuarios a pesar de tener una tarjeta de crédito optan por acudir a un cajero convencional para realizar operaciones bancarias que fácilmente podrían hacerlas en cajeros automáticos, la no utilización de los cajeros automáticos podría causar congestionamientos innecesarios y poca satisfacción de los usuarios en algún momento.

En la cuarta pregunta se les consulto a las personas que si usaban con regularidad un cajero automático cuantas veces al mes lo hacía para ver si se podía dilucidar si existía algún patrón en las mismas.

Gráfico N° 12: Frecuencia de la utilización de los cajeros automáticos de los clientes del BNB 2020



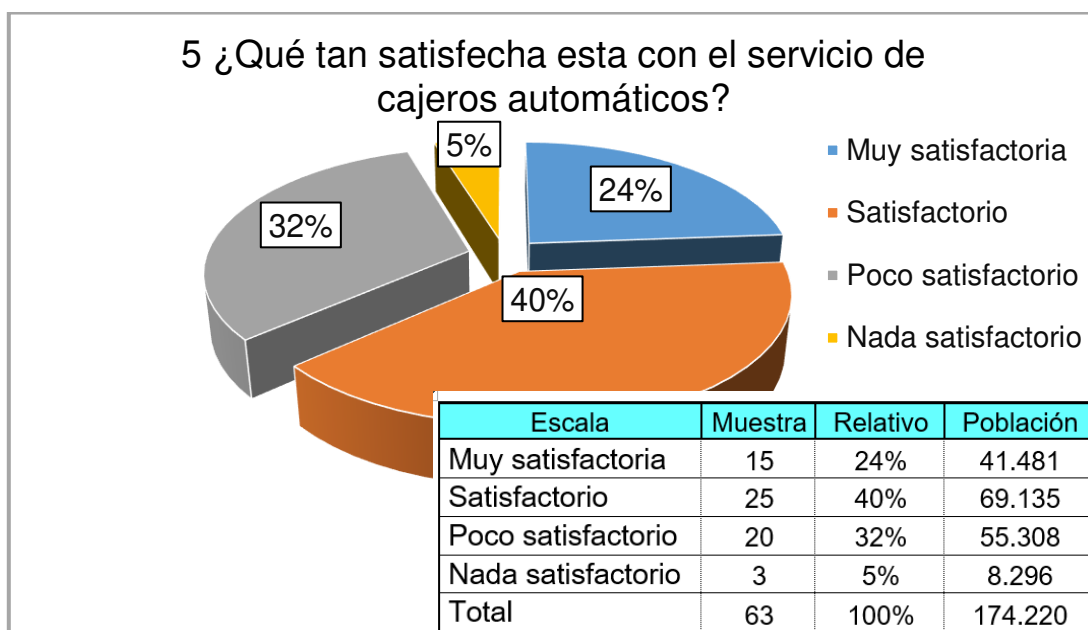
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta y trabajo de campo

Del porcentaje de encuestados que usan los cajeros automáticos, el 33% usan de un a cinco veces al mes, el 51% lo usan de 6 a 10 veces al mes y el 16% lo usa más de 11 veces al mes.

Usualmente las personas que usan con frecuencia el cajero automático la usan también como billetera móvil con extractos pequeños y para evitar llevar grandes sumas de dinero mientras que las personas que usan solo una vez al mes el cajero automático la usan usualmente solo para cobrar sus salarios o para extractos grandes.

En la pregunta número cinco se les pregunto a los usuarios que usan con frecuencia los cajeros del BNB su nivel de satisfacciones para implementar sugerencias y recolecciones a la institución.

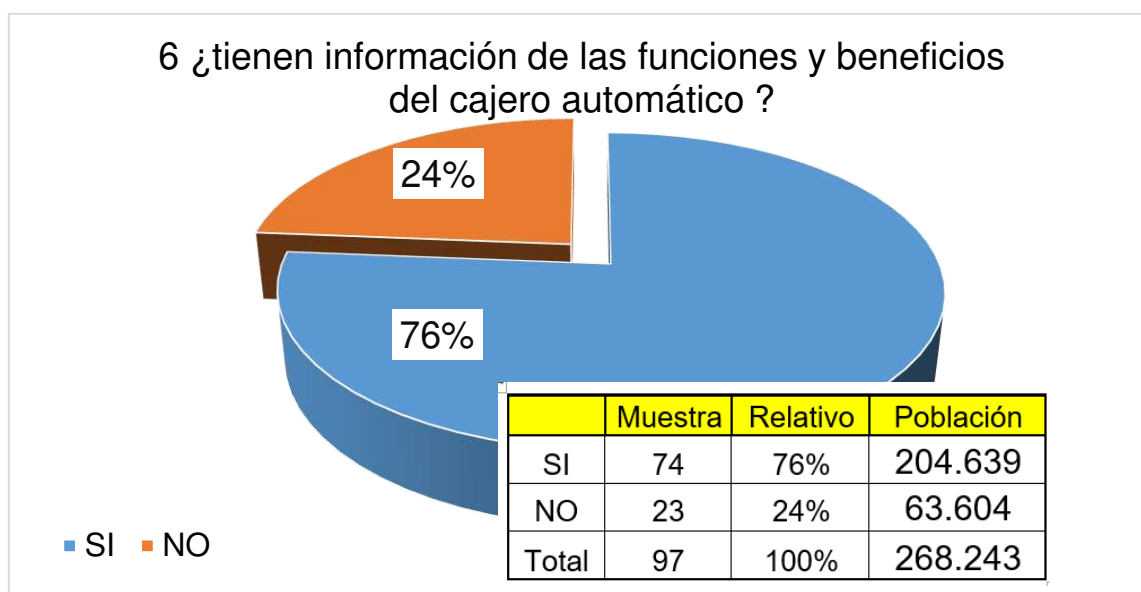
Gráfico N° 13: nivel de satisfacción de los clientes que usan cajeros automáticos



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta y trabajo de campo

De la totalidad de encuestados que usan cajeros automáticos el 24% se encuentra muy satisfechos con el servicio, así mismo el 40% indica que está satisfecho, consiguiente el 32% señala que su satisfacción con el servicio es baja, y por último el 5% incita que no se encuentra satisfecho.

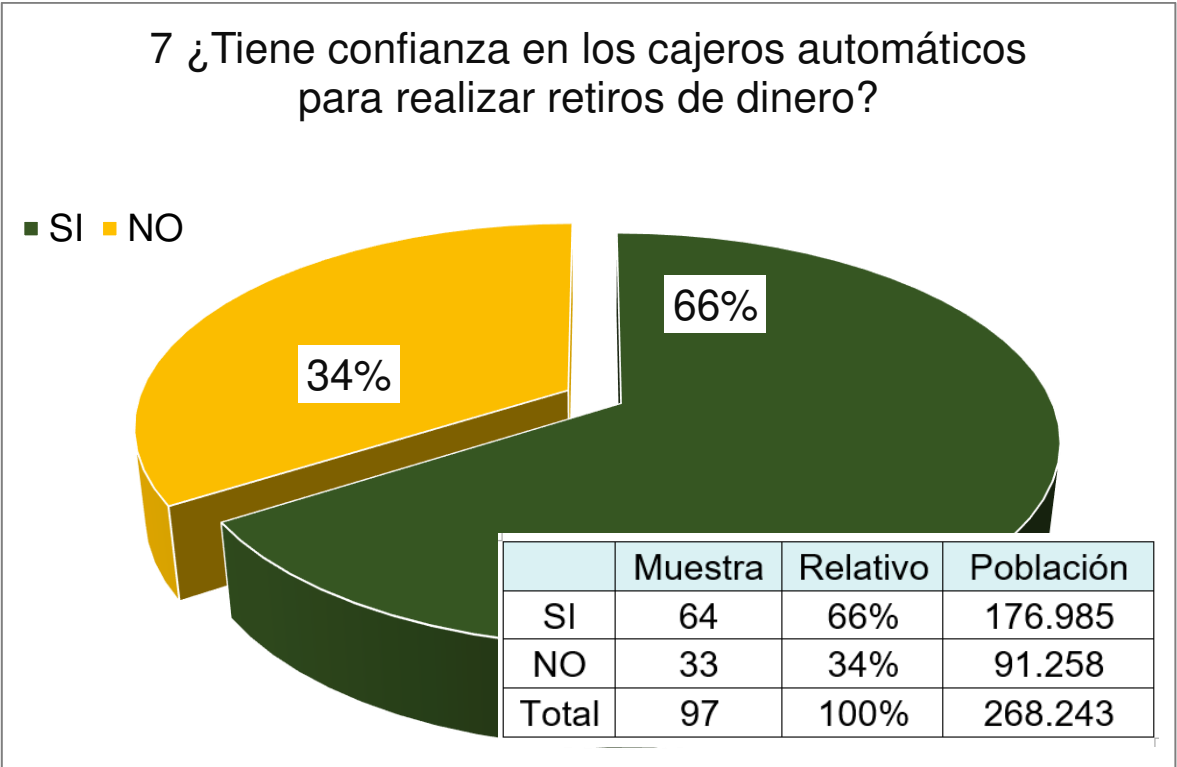
Gráfico N° 14: Información de los usuarios sobre la utilización y servicios que ofrecen los cajeros automáticos



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta y trabajo de campo

De los encuestados en la pregunta número 6, indican que el 76% sí conoce sobre la utilización y servicios que prestan los cajeros automáticos de forma completa, mientras que el restante 24% señala que no cuenta con la información necesaria en su utilización y ventajas de la tecnología de los cajeros. Ciertamente el desconocimiento de la utilización de los cajeros automáticos representa unos de los problemas más grandes por lo cual los clientes no usan los cajeros automáticos.

Gráfico N° 15: Confianza y percepción de seguridad de los usuarios en los cajeros automáticos del BNB



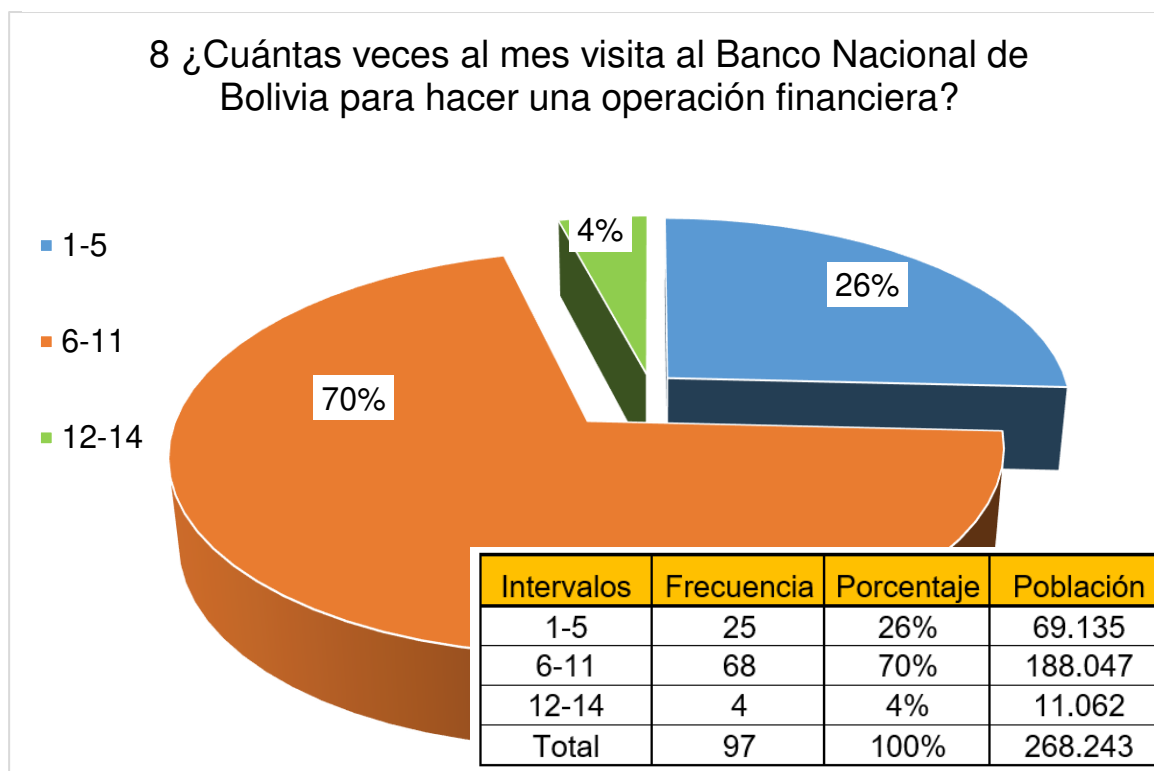
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta y trabajo de campo

En la pregunta número siete se visualiza otra posible razón para la no utilización de los cajeros automáticos, es la confianza en los mismos que pueden ser los olvidos de contraseña, retención de las tarjetas por las maquinas, perdida de la tarjeta de crédito o clonación de la misma, asaltos entre otros. La desconfianza en los cajeros automatizados en los encuestados alcanza un 34% y en los que no, un 66%.

En el caso de la pregunta número ocho sobre la frecuencia mensual con la que los clientes visitaban el BNB se encontró que entre los encuestados el 26% de los

clientes visitan el banco de 1 a 5 veces al mes, el 70% visitan la entidad de 6 a 11 veces y el 4% lo hace más de 12 veces al mes.

Gráfico N° 16: Frecuencia de visitas de los clientes al BNB dentro del municipio de La Paz 2020



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta y trabajo de campo

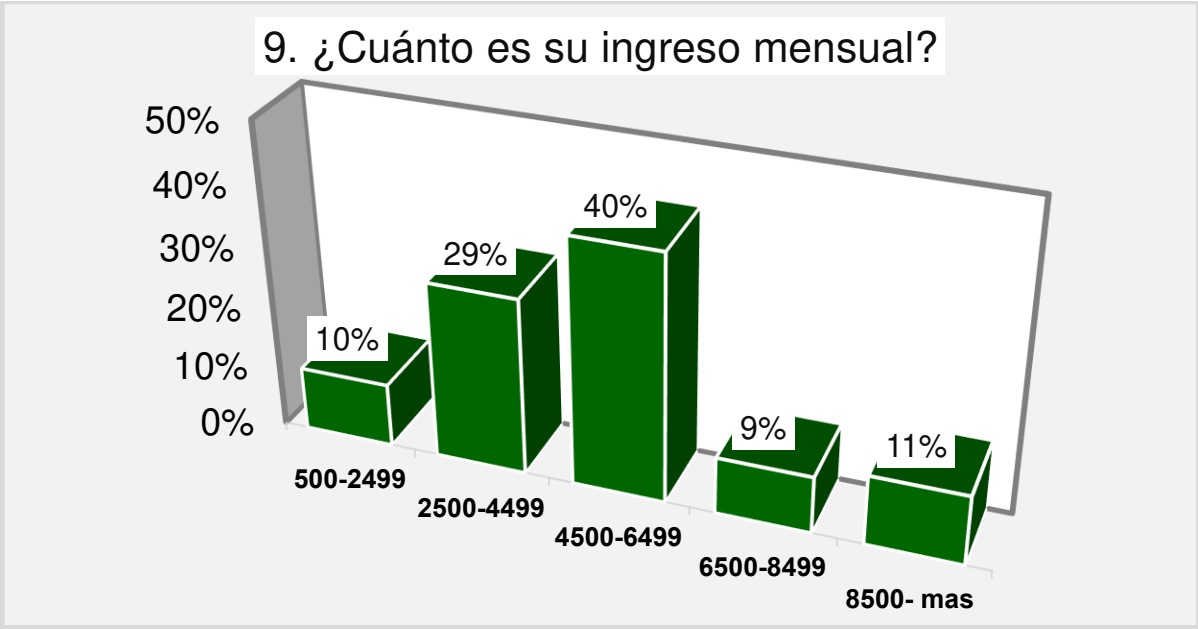
Ciertamente la cantidad o frecuencia con la que una persona visita los cajeros automáticos influye en la utilización de los cajeros automáticos ya que en muchos casos existe un o dos cajeros automáticos en cada agencia del BNB y representa un ahorro de tiempo para los clientes que realizan frecuentes visitas al banco o que realizan una mayor cantidad de operaciones financieras tienden a utilizar mucho más los cajeros automáticos.

En la pregunta nueve se les preguntó el nivel de ingresos de los clientes, que es muy variados y se encuentra en una media de Bs. 5.500 al mes y se consideró que es un factor importante a considerar en la utilización de cajeros automáticos.

De la totalidad de encuestados el 10% presenta un ingreso mensual que oscila entre los Bs. 500 a Bs. 2.499 mes, mientras que el 29% tienen un ingreso que se encuentra entre los Bs. 2.500 a Bs. 4499, consiguiente el 40% señala tener un ingreso de recursos dentro del intervalo de Bs. 4.500 a Bs. 6499, otro porcentaje del 9% revela que su ingreso se encuentra entre los Bs. 6500 y Bs. 8499, y por último el 11% presenta un ingreso superior a los Bs. 8.500.

Podemos concluir que el 69% de los clientes del BNB tiene un ingreso entre los Bs. 2.500 y Bs. 6.499.

Gráfico N° 17: Ingreso de los clientes del BNB.

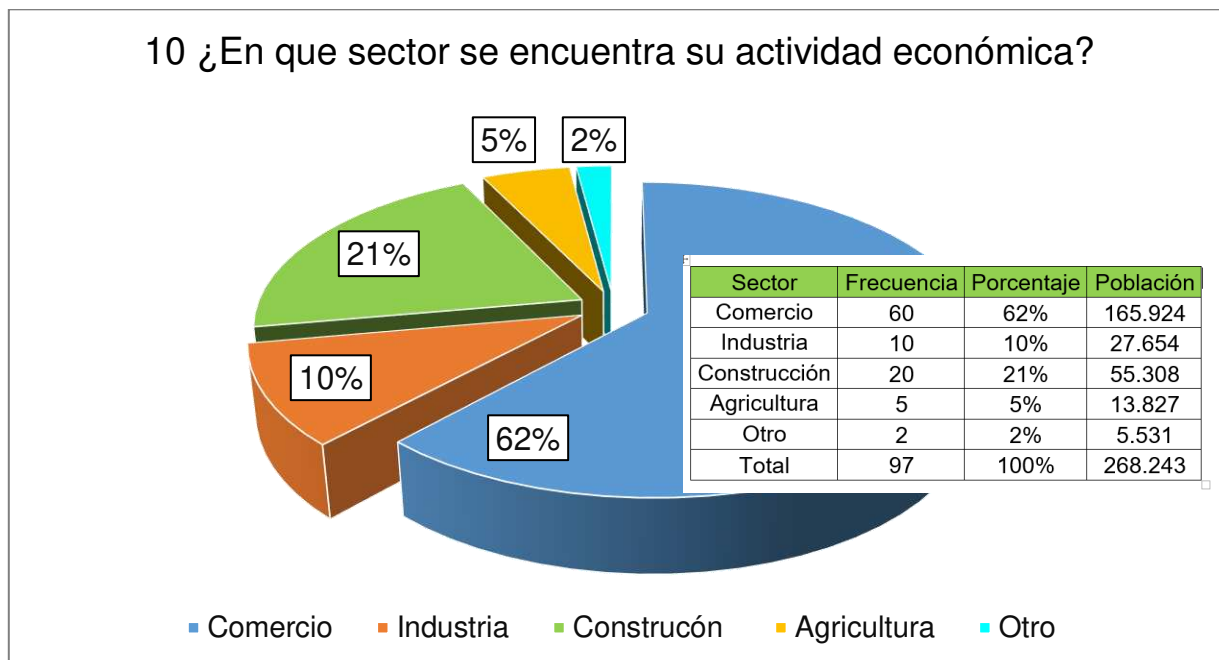


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta y trabajo de campo

En la encuesta también se les pregunto a los clientes muestra el sector donde desenvolvían su actividad económica y las respuestas son las siguientes:

Resulto que el 62% de los encuestados se desempeñan en el comercio que es el sector más importante para los clientes del BNB y también para el municipio de La Paz, en segundo lugar la construcción ocupa el 21% de la actividad económica, la industria se encuentra en tercer lugar con un 10% de los clientes que se ocupan a esta actividad, y por último la agricultura solo absorbe el 5% de las actividades.

Gráfico N° 18: sector económico en las que se desenvuelven los clientes del BNB 2020



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta y trabajo de campo

3.4 Modelo econométrico

Cuadro N° 3: Operalización de variables en el modelo econométrico Logit - Probit

Variable	Tipo de variable	Pregunta de la encuesta relacionada a la variable	Lenguaje para el modelo
Utilización	Dependiente	3. ¿Utilizo alguna vez un cajero automático del BNB?	Respuesta binaria: SI= 1 , NO= 0
Información	Independiente	6. ¿Tienen información de las funciones y beneficios del cajero automático?	Respuesta binaria: SI= 1 , NO= 0
Confianza		7. ¿Tiene confianza en los cajeros automáticos para realizar retiros de dinero?	Respuesta binaria: SI= 1 , NO= 0
Visitas		8. ¿Cuántas veces al mes visita al Banco Nacional de Bolivia para hacer una operación financiera?	Respuesta abierta
Ingresos		9. ¿Cuánto es su ingreso mensual?	Respuesta abierta
Edad		2. ¿Cuál es su edad?	Respuesta abierta

Para reforzar la investigación e identificar las variables que inciden en la utilización de los cajeros automáticos se procede a elaborar dos modelos econométricos denominados Logit y Probit y determinar el grado de relación y significancia en las variables independientes de investigación, los modelos antes mencionados son ideales para encuestas y datos de corte trasversal con preguntas binarias o de dos opciones en las respuestas.

3.4.1 Modelos Probit

Representación del modelo

$$\text{UTILIZACION} = 1 - \text{@CNORM}(-(\text{C}(1) + \text{C}(2) * \text{INFORMACION} + \text{C}(3) * \text{CONFIANZA} + \text{C}(4) * \text{VICITAS} + \text{C}(5) * \text{INGRESO} + \text{C}(6) * \text{EDAD}))$$

Cuadro N° 4: regresión binaria Probit entre la utilización de cajeros automáticos con las variables de información, confianza, visitas, ingreso y edad.

Dependent Variable: UTILIZACION				
Method: ML - Binary Probit (Newton-Raphson / Marquardt steps)				
Included observations: 97				
Convergence achieved after 6 iterations				
Coefficient covariance computed using observed Hessian				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-3.987165	0.902929	-4.415813	0.0000
INFORMACION	1.464127	0.448820	3.262166	0.0011
CONFIANZA	1.220571	0.472946	2.580785	0.0099
VISITAS	0.166003	0.070838	2.343429	0.0191
INGRESO	0.000560	0.000152	3.693097	0.0002
EDAD	-0.037226	0.014636	-2.543401	0.0110
McFadden R-squared	0.563954	Mean dependent var	0.649485	
S.D. dependent var	0.479610	S.E. of regression	0.297537	
Akaike info criterion	0.688622	Sum squared resid	8.056047	
Schwarz criterion	0.847882	Log likelihood	-27.39816	
Hannan-Quinn criter.	0.753019	Deviance	54.79632	
Restr. deviance	125.6664	Restr. log likelihood	-62.83322	
LR statistic	70.87012	Avg. log likelihood	-0.282455	
Prob(LR statistic)	0.000000			
Obs with Dep=0	34	Total obs	97	
Obs with Dep=1	63			

Fuente: elaboración propia en el programa Eviews 10

Interpretando el modelo econométrico Probit podemos aseverar que las variables información, confianza, visitas, ingreso y edad son significativas estadísticamente hablando a consecuencia de que sus probabilidades no sobrepasan el 10% o el 0.1 en términos absolutos. Complementariamente, también se pudo comprobar que todas las variables según el estadístico Z, todas estas son mayores que el valor absoluto de 1.80 (Estadístico $Z > (|1.80|)$) lo cual nos confirma que las variables son significativas al 10%.

Por otro lado se pudo constatar en un primer análisis de las probabilidades que la variable con mayor significancia estadística es la del ingreso, información, confianza, edad y visitas respectivamente de mayor a menor significancia.

Desarrollo de la ecuación Probit

$$\text{UTILIZACION} = 1 - \text{CNORM}(-(-3.98716522002 + 1.46412656193 * \text{INFORMACION} + 1.22057054145 * \text{CONFIANZA} + 0.166003148491 * \text{VISITAS} + 0.000559542263304 * \text{INGRESO} - 0.0372257262272 * \text{EDAD}))$$

Información que tienen los clientes de las funciones de los cajeros automáticos.

La información presenta una relación directa en la utilización de los cajeros automáticos, en 4.32% según las aproximaciones del modelo Probit. Entonces podemos interpretar que, el aumento de una unidad en la confianza incide en el incremento del 4.32% en la utilización de los cajeros automáticos.

$$e^{1.46412656193} = 4.32\%$$

Confianza en los cajeros automáticos de los clientes

La confianza de los clientes de igual manera influye de manera positiva la utilización de los cajeros automáticos en un 3.39% según las aproximaciones del modelo Probit. Entonces podemos afirmar que, el aumento de una unidad en la confianza genera en el incremento del 3.39% en la utilización de los cajeros automáticos.

$$e^{1.22057054145} = 3.39\%$$

Visitas de los usuarios al Banco Nacional de Bolivia

Las visitas de manera similar a las demás variables influye en la utilización de los cajeros automáticos en un 1.18% según las aproximaciones del modelo Probit. Entonces podemos afirmar que, el aumento de una unidad en las visitas incrementa en 1.18% en la utilización de los cajeros automáticos.

$$e^{0.166003148491} = 1.18\%$$

Ingresos de los usuarios del Banco Nacional de Bolivia

El nivel de ingresos también influye como las otras tres variables de manera positiva a la utilización de los cajeros automáticos en un 1.00056% según las aproximaciones del modelo Probit. Entonces podemos afirmar que, el aumento de una unidad en los ingresos incrementa en 1.00056% en la utilización de los cajeros automáticos.

$$e^{0.000559542263304} = 1.00056\%$$

Edad de los usuarios del Banco Nacional de Bolivia

El edad de los clientes incide de manera negativa a la utilización de los cajeros automáticos en un 0.96% según las aproximaciones del modelo Probit. Entonces podemos afirmar que, el aumento de una unidad en la edad disminuye en 0.96% en la utilización de los cajeros automáticos.

$$e^{-0.0372257262272} = 0.96\%$$

Entonces al analizar las cinco variables independientes podemos concluir que las primeras cuatro variables analizadas inciden positivamente, en el caso de la edad incide negativamente en la utilización de los cajeros automáticos del Banco Nacional de Bolivia.

Expectativa y predicción del modelo Probit

Como se puede apreciar en el cuadro N° 5 mediante el análisis de expectativa y predicción del modelo Probit que el grado de ajuste del modelo es bueno, la

evaluación es utilizada para poder verificar cuan exactos son los resultados que nos muestra la estimación, por lo tanto interpretando el cuadro podemos afirmar que el modelo predice con un 82.71% de certeza y falla en un 17.29% de las veces.

Cuadro N° 5: Expectativa y predicción del modelo Probit

Expectation-Prediction Evaluation for Binary Specification						
Equation: UNTITLED						
Date: 08/10/21 Time: 12:46						
Success cutoff: C = 0.5						
	Estimated Equation			Constant Probability		
	Dep=0	Dep=1	Total	Dep=0	Dep=1	Total
P(Dep=1)≤C	28	5	33	0	0	0
P(Dep=1)>C	6	58	64	34	63	97
Total	34	63	97	34	63	97
Correct	28	58	86	0	63	63
% Correct	82.35	92.06	88.66	0.00	100.00	64.95
% Incorrect	17.65	7.94	11.34	100.00	0.00	35.05
Total Gain*	82.35	-7.94	23.71			
Percent Gain**	82.35	NA	67.65			
	Estimated Equation			Constant Probability		
	Dep=0	Dep=1	Total	Dep=0	Dep=1	Total
E(# of Dep=0)	25.70	8.47	34.17	11.92	22.08	34.00
E(# of Dep=1)	8.30	54.53	62.83	22.08	40.92	63.00
Total	34.00	63.00	97.00	34.00	63.00	97.00
Correct	25.70	54.53	80.23	11.92	40.92	52.84
% Correct	75.58	86.56	82.71	35.05	64.95	54.47
% Incorrect	24.42	13.44	17.29	64.95	35.05	45.53
Total Gain*	40.53	21.61	28.24			
Percent Gain**	62.40	61.65	62.02			

Fuente: elaboración propia en el programa Eviews 10

3.4.2 Modelo Logit

Representación del modelo

$$\text{UTILIZACION} = 1 - \text{CLOGISTIC}(-(\text{C}(1) + \text{C}(2) * \text{INFORMACION} + \text{C}(3) * \text{CONFIANZA} + \text{C}(4) * \text{VISITAS} + \text{C}(5) * \text{INGRESO} + \text{C}(6) * \text{EDAD}))$$

Cuadro N° 6: regresión binaria Logit entre la utilización de cajeros automáticos con las variables de información, confianza, visitas, ingreso y edad.

Dependent Variable: UTILIZACION				
Method: ML - Binary Logit (Newton-Raphson / Marquardt steps)				
Date: 08/10/21 Time: 12:58				
Sample: 1 97				
Included observations: 97				
Convergence achieved after 6 iterations				
Coefficient covariance computed using observed Hessian				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-7.386921	1.842155	-4.009935	0.0001
INFORMACION	2.647994	0.841738	3.145866	0.0017
CONFIANZA	2.276315	0.928178	2.452454	0.0142
VISITAS	0.323414	0.137303	2.355471	0.0185
INGRESO	0.001017	0.000288	3.531629	0.0004
EDAD	-0.069120	0.026890	-2.570485	0.0102
McFadden R-squared	0.568602	Mean dependent var	0.649485	
S.D. dependent var	0.479610	S.E. of regression	0.294154	
Akaike info criterion	0.682601	Sum squared resid	7.873906	
Schwarz criterion	0.841861	Log likelihood	-27.10615	
Hannan-Quinn criter.	0.746998	Deviance	54.21229	
Restr. Deviance	125.6664	Restr. log likelihood	-62.83322	
LR statistic	71.45415	Avg. log likelihood	-0.279445	
Prob(LR statistic)	0.000000			
Obs with Dep=0	34	Total obs	97	
Obs with Dep=1	63			

Fuente: elaboración propia en el programa Eviews 10

Interpretando el modelo econométrico Logit podemos aseverar que las variables información, confianza, visitas, ingreso y edad son significativas estadísticamente hablando a consecuencia de que sus probabilidades no sobrepasan el 10% o el 0.1 en términos absolutos. Complementariamente, también se pudo comprobar que todas las variables según el estadístico Z, todas estas son mayores que el valor absoluto de 1.80 (Estadístico $Z > (|1.80|)$) lo cual nos confirma que las variables son significativas al 10% mínimamente.

Por otro lado se pudo constatar en un primer análisis de las probabilidades que la variable con mayor significancia estadística es la del ingreso, seguida de la información, confianza, edad y visitas respectivamente de mayor a menor significancia.

Desarrollo de la ecuación Logit

$$\begin{aligned}
 \text{UTILIZACION} &= 1 - \text{CLOGISTIC}(-(-7.38692144841 + \\
 &2.6479939278 * \text{INFORMACION} + 2.27631473313 * \text{CONFIANZA} + \\
 &0.323414219535 * \text{VISITAS} + 0.00101711601241 * \text{INGRESO} - \\
 &0.069119812963 * \text{EDAD}))
 \end{aligned}$$

Información que tienen los clientes de las funciones de los cajeros automáticos.

La confianza presenta una relación directa en la utilización de los cajeros automáticos, en 14.12% según las aproximaciones del modelo Probit. Entonces podemos interpretar que, el aumento de una unidad en la confianza incide en el incremento del 14.12% en la utilización de los cajeros automáticos.

$$e^{2.6479939278} = 14.12\%$$

Confianza en los cajeros automáticos de los clientes

La confianza de los clientes de igual manera influye de manera positiva la utilización de los cajeros automáticos en un 9.74% según las aproximaciones del modelo Probit. Entonces podemos afirmar que, el aumento de una unidad en la confianza genera el incremento del 9.74% en la utilización de los cajeros automáticos.

$$e^{2.27631473313} = 9.74\%$$

Visitas de los sumarios al Banco Nacional de Bolivia

Las visitas de manera similar a las demás variables influye en la utilización de los cajeros automáticos en un 1.38% según las aproximaciones del modelo Probit. Entonces podemos afirmar que, el aumento de una unidad en las visitas, incrementa en 1.38% en la utilización de los cajeros automáticos.

$$e^{0.323414219535} = 1.38\%$$

Ingresos de los usuarios del Banco Nacional de Bolivia

El nivel de ingresos también influye como las otras tres variables de manera positiva a la utilización de los cajeros automáticos en un 1.001% según las aproximaciones del modelo Probit. Entonces podemos afirmar que, el aumento de una unidad en los ingresos incrementa en 1.001% en la utilización de los cajeros automáticos.

$$e^{0.00101711601241} = 1.001\%$$

Edad de los usuarios del Banco Nacional de Bolivia

El edad de los clientes incide de manera negativa a la utilización de los cajeros automáticos en un 0.93%según las aproximaciones del modelo Probit. Entonces podemos afirmar que, el aumento de una unidad en la edad incrementa en 0.93% en la utilización de los cajeros automáticos.

$$e^{-0.069119812963} = 0.93\%$$

Entonces al analizas las cinco variables independientes podemos concluir que todas las variables analizadas inciden positivamente, en el caso de la edad negativamente en la utilización de los cajeros automáticos del Banco Nacional de Bolivia.

Podemos concluir que en todas la variables analizadas con el modelo Logit las primeras 4 variables presentan una relación directa, es decir que mientras más aumenten estas de igual manera generara aumentos en la variable dependientes o en este caso utilización de cajeros automáticos, mientras tanto la edad de los clientes presenta una relación inversa con la utilización de los cajeros automáticos seguramente a consecuencia que las personas mayores tienen más dificultades para utilizar la tecnología y necesitan mayor asistencia técnica de los empleados del banco para realizar cualquier operación financiera.

Predicciones del modelo Logit

Como se puede apreciar en la Tabla N° 7 mediante el análisis de expectativa y predicción del modelo Logit que el grado de ajuste del modelo es bueno, la evaluación es utilizada para poder verificar cuan exactos son los resultados que nos

muestra la estimación, por lo tanto interpretando en el cuadro que el modelo predice con un 83.27% de certeza y falla en un 16.73% de las veces.

Cuadro N° 7: Expectativa y predicción del modelo Logit

Expectation-Prediction Evaluation for Binary Specification						
Equation: UNTITLED						
Date: 08/10/21 Time: 13:01						
Success cutoff: C = 0.5						
	Estimated Equation			Constant Probability		
	Dep=0	Dep=1	Total	Dep=0	Dep=1	Total
P(Dep=1)≤C	27	4	31	0	0	0
P(Dep=1)>C	7	59	66	34	63	97
Total	34	63	97	34	63	97
Correct	27	59	86	0	63	63
% Correct	79.41	93.65	88.66	0.00	100.00	64.95
% Incorrect	20.59	6.35	11.34	100.00	0.00	35.05
Total Gain*	79.41	-6.35	23.71			
Percent Gain**	79.41	NA	67.65			
	Estimated Equation			Constant Probability		
	Dep=0	Dep=1	Total	Dep=0	Dep=1	Total
E(# of Dep=0)	25.88	8.12	34.00	11.92	22.08	34.00
E(# of Dep=1)	8.12	54.88	63.00	22.08	40.92	63.00
Total	34.00	63.00	97.00	34.00	63.00	97.00
Correct	25.88	54.88	80.77	11.92	40.92	52.84
% Correct	76.13	87.12	83.27	35.05	64.95	54.47
% Incorrect	23.87	12.88	16.73	64.95	35.05	45.53
Total Gain*	41.08	22.17	28.80			
Percent Gain**	63.25	63.25	63.25			

Fuente: elaboración propia en el programa Eviews 10

3.4.3 Ajuste de los modelos Probit y Logit

Por medio de los resultados finales de los modelos Logit y Probit se pudo encontrar evidencia estadística sólida de la influencia que tienen las variables de información,

confianza, edad y visitas son fuerte cuando hablamos de la utilización de los cajeros automáticos.

Recurriendo al porcentaje de certeza de estimación de los modelos Probit y Logit podemos concluir que el modelo Logit presenta un mejor ajuste por presenta un mayor porcentaje de certeza en sus predicciones con un 83.27% frente a los 82.71 del modelo Probit, entonces definimos que el modelo Logit presenta un mejor ajuste.

Cuadro N° 8: Comparación de las expectativas y predicción de los modelos Probit y Logit

	Probit			Logit		
	Estimated Equation			Estimated Equation		
	Dep=0	Dep= ₁	Total	Dep= ₀	Dep=1	Total
% Correcto	75.58	86.56	82.71	76.13	87.12	83.27
% Incorrecto	24.42	13.44	17.29	23.87	12.88	16.73

Fuente: elaboración propia en el programa Eviews 10

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

CAPITULO IV

4 CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

4.1 Conclusión general

De acuerdo a los resultados obtenidos de los modelos, se puede aseverar en la investigación que, la utilización de los cajeros automáticos en el Banco Nacional de Bolivia es fuertemente influenciada por las variables de información, confianza, frecuencia en las visitas al banco, ingresos económicos y la edad de los clientes. Se evidencia la existencia de variables socioeconómicas que influyen en la utilización de los cajeros automáticos.

4.1.1 Conclusiones específicas

4.1.1.1 Conclusión específica 1

Se llegó a la conclusión de que el 76% de los usuarios tienen información de la utilización de los cajeros automáticos frente al 24% de los clientes que desconocen tales funciones.

Adicionalmente la variable información en el uso y funciones de los cajeros automáticos tiene mayor impacto sobre la variable dependiente, ya que el incremento de una unidad en la información aumenta de 14.12% en la razón de probabilidad de los usuarios que tienen un mayor conocimiento en la utilización de los cajeros.

4.1.1.2 Conclusión específica 2

Concluimos con ayuda de la encuesta que el 66% de los clientes del Banco Nacional confían en los cajeros automáticos para realizar sus operaciones económicas, frente al 34% de los que no.

Segundo, sobre la variable confianza en los cajeros automáticos, se puede afirmar que la confianza impacta en 9,74% sobre la razón de probabilidad de los clientes que utilizan los cajeros automáticos para realizar retiros o consultas de dinero.

4.1.1.3 Conclusión específica 3

Concluimos que el 70% de los clientes visitas de 6 a 11 veces al mes al Banco Nacional.

Sobre la variable frecuencia en las visitas al banco, se puede afirmar que la frecuencia en las visitas al banco impacta en 1.38% sobre la razón de probabilidad de los clientes que usan los cajeros automáticos.

4.1.1.4 Conclusión específica 4

Se llegó a la conclusión que el 69% de los clientes tienen un ingreso que se encuentra entre los Bs. 2.500 y 6.499 con un promedio de Bs. 5.500

Sobre el ingreso económico de los clientes, se puede afirmar que el ingreso impacta en 1.001% sobre la razón de probabilidad de los clientes que usan con mayor frecuencia los cajeros automáticos.

4.1.1.5 Conclusión específica 5

Se llegó a la conclusión que el 57% de los clientes tienen una edad que se encuentra entre los 18 y 40 años con un promedio de 38 años lo que nos indica que los clientes en su mayoría son jóvenes.

Sobre la variable de la edad de los clientes, se puede afirmar que la edad impacta en 0.93% sobre la razón de probabilidad de los clientes que usan con mayor frecuencia los cajeros automáticos.

4.2. Propuesta de alternativas de solución general

4.2.1 Propuestas de alternativas de solución general

Implementar medios de enseñanza cortos y prácticos según las edades de los clientes que se capacitaran virtualmente y de forma presencial para el manejo de los cajeros automáticos, paralelamente se deberá realizar videos interactivos que deberán ser subidos a plataformas virtuales del BNB junto a otras redes sociales.

4.2.1.1 Propuestas de alternativas de solución específica 1

Implementar publicidad por medios de panfletos ubicados en las diferentes sucursales de La Paz del BNB para difundir las ventajas, cuidados e instrucciones para la utilización de cajeros automáticos.

4.2.1.2 Propuestas de alternativas de solución específica 2

Aumentar la confianza de los usuarios en los cajeros automáticos con la implementación de mayores medidas de seguridad en los cajeros automáticos, paralelamente se recomienda implementar tutoriales de las ventajas, cuidados y riesgos que pueden ser difundidos en pantallas de las diferentes sucursales del BNB.

4.2.1.3 Propuestas de alternativas de solución específica 3

Implementar una mayor cantidad y cobertura de cajeros automáticos para que los usuarios tengan una mayor facilidad para acceder a su dinero.

4.2.1.4 Propuestas de alternativas de solución específica 4

Implementar promociones dirigidas al fomento de la utilización de cajeros automáticos, con sorteos y premios a los clientes que usan cajeros automáticos del BNB.

4.2.1.5 Propuestas de alternativas de solución específica 5

Implementar cursos presenciales cortos a las personas de edad avanzada que son clientes del BNB para que estas puedan conocer y asimilar la utilización de cajeros automáticos.

10 Bibliografía

- ✚ Asociación de Bancos en Perú . (2020). Impacto Económico del Uso de los Cajeros Automaticos en el Perú.
- ✚ Banco Nacional . (2013). Banco Nacional de Bolivia.
- ✚ Buonocore, D. (1976). *Diccionario de Bibliotecología*. Buenos Aires. .
- ✚ Escoto Escobar, R. (2007). *Banca Comercial*. San Jólse - Costa Rica.
- ✚ FELABAN. (2007). *Federación Latinoamericana de Bancos*.
- ✚ Hernandez Sampieri, R., & Fernandez Callao, C. (2010). *Metodologuia de la Investigacion* . Mcgraw-Hill.
- ✚ legislativo. (2013). *Ley N° 393 de servicios financieros* . La Paz Bolivia .
- ✚ Lozano, J. y. (s.f.). *Banca Múltiple: Crecimiento de la Infraestructura Bancaria en Beneficio de la Población*”.
- ✚ Maudos, J. (1991). *El Impacto del Cambio Tecnológico en el Sistema Bancario: El Cajero Automático*”. Valencia España : Instituto de Investigaciones Económica.
- ✚ Ortega Cepeda, J. S. (2018). . *“TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA*”. Guayaquil, Ecuador .
- ✚ Walker, M. C. (2005.). *Contratos Bancarios* . Santa Fe Argentina: Ediciones UNL.

Anexos

Ilustraciones N° 2: Encuesta de la utilización de cajeros automáticos del Banco Nacional de Bolivia 2020

Encuesta Banco Nacional de Bolivia Estudio de la utilización de cajeros automáticos de los clientes	
1. ¿Es cliente habitual del Banco Nacional de Bolivia?	
a) si	
b) no	
Nota: si la respuesta es no termina la encuesta	
2. ¿Cuál es su edad?	

3. ¿Utilizo alguna vez un cajero automático del BNB?	
a) si	
b) no	
Si la respuesta es no pase a la pregunta 6	
4. ¿Cuántas veces al mes utiliza el cajero automático?	

5. ¿Qué tan satisfecha esta con el servicio de cajeros automáticos?	
a) muy satisfactoria	
b) satisfactorio	
c) poco satisfactorio	
d) nada satisfactorio	
6. ¿Tienen información de las funciones y beneficios del cajero automático?	
a) si	
b) no	
7. ¿Tiene confianza en los cajeros automáticos para realizar retiros de dinero?	
a) si	
b) no	
8. ¿Cuántas veces al mes visita al Banco Nacional de Bolivia para hacer una operación financiera?	

9. ¿Cuánto es su ingreso mensual?	

10. ¿Cuál es su actividad económica?	
Comercio	
Industria	
Construcción	
Agricultura	
Otro _____	

Fuente: Elaboración propia para el trabajo de campo

Cuadro N° 9: Datos tabulados de la encuesta utilizados en los modelos econométrico Logit y Probit

	3. ¿Utilizo alguna vez un cajero automático del BNB?	5 ¿tienen información de las funciones y beneficios del cajero automático?	6 ¿Tiene confianza en los cajeros automáticos para realizar retiros de dinero?	7 ¿Cuántas veces al mes visita al Banco Nacional de Bolivia para hacer una operación financiera?	8. ¿Cuánto es su ingreso mensual?	2 ¿Cuál es su edad?
Obs.	Utilización	Confianza	Información	visitas	ingreso	Edad
	Variable dependiente	Variable Independiente	Variable Independiente	Variable Independiente	Variable Independiente	Variable Independiente
1	1	1	1	3	5.500	25
2	1	1	1	10	9.000	40
3	0	0	0	1	2.000	20
4	1	1	1	12	4.000	30
5	0	0	1	2	4.000	60
6	1	1	1	9	6.000	55
7	0	0	0	5	5.000	24
8	0	1	0	9	5.000	60
9	1	1	1	13	4.000	31
10	0	0	1	5	1.000	40
11	0	1	0	4	500	35
12	0	1	0	6	3.000	35
13	0	0	0	2	2.000	35
14	0	1	0	3	1.500	24
15	0	0	0	0	5.500	35
16	0	1	1	2	3.200	35
17	0	0	1	6	2.500	24
18	0	1	0	6	2.000	21
19	1	1	1	10	6.000	35
20	1	1	1	14	6.000	42
21	1	1	1	12	6.000	45
22	0	0	0	1	3.100	47
23	1	1	0	7	6.000	25
24	0	1	1	6	2.300	25
25	0	0	0	9	4.500	44
26	1	1	1	9	7.000	25
27	0	1	0	9	2.000	18
28	0	1	0	2	4.000	25
29	1	1	1	8	4.000	25
30	1	1	1	9	8.000	26

31	0	1	0	9	4.000	26
32	1	1	0	9	4.000	26
33	0	0	0	2	2.000	20
34	0	0	1	6	4.000	26
35	1	1	1	2	6.700	31
36	0	1	0	3	4.300	44
37	1	1	1	9	4.000	26
38	1	1	1	9	4.000	26
39	1	1	1	9	10.000	45
40	1	1	1	9	6.400	33
41	1	1	1	9	6.000	39
42	1	1	0	9	7.300	45
43	1	1	1	9	6.000	45
44	1	1	1	6	4.000	26
45	0	0	0	4	4.000	26
46	1	1	0	9	6.000	46
47	0	0	0	5	4.000	40
48	1	1	1	6	2.000	23
49	0	0	1	1	4.000	27
50	0	0	1	3	4.000	27
51	1	1	1	9	6.000	46
52	0	0	0	6	4.200	46
53	1	1	1	6	12.000	50
54	1	1	1	6	6.000	49
55	1	1	1	6	6.000	57
56	1	1	1	9	5.300	20
57	1	1	0	9	15.000	50
58	1	1	1	9	6.000	47
59	1	1	1	6	4.800	27
60	1	1	1	9	6.000	47
61	1	1	1	9	8.000	27
62	1	1	1	9	6.000	47
63	1	1	1	9	9.000	28
64	1	1	1	9	10.000	28
65	1	1	0	9	4.000	28
66	1	1	1	9	6.000	47
67	1	1	1	9	4.100	29
68	1	1	1	9	6.000	80
69	1	1	1	2	4.200	23
70	1	1	1	9	6.000	86
71	1	1	0	6	12.000	50
72	1	0	1	2	4.500	50
73	0	1	1	6	6.500	50
74	1	0	1	9	5.300	20
75	1	1	0	1	10.000	50
76	1	1	1	9	6.000	47
77	0	1	0	6	4.800	27
78	1	1	1	3	6.000	47
79	0	0	1	9	7.000	47
80	1	1	0	9	8.000	53

81	1	0	1	9	6.000	47
82	1	1	1	6	4.800	37
83	0	1	1	9	6.000	47
84	1	1	0	9	8.000	27
85	1	0	1	9	6.000	47
86	1	1	1	9	9.000	28
87	1	1	1	9	10.000	29
88	0	1	0	9	4.000	28
89	1	0	1	9	6.000	47
90	1	1	1	9	4.100	29
91	0	1	1	9	6.000	80
92	1	1	1	2	4.200	23
93	1	1	1	9	6.000	86
94	1	0	0	6	12.000	51
95	0	1	1	2	6.000	56
96	1	1	0	9	4.000	28
97	1	1	1	9	6.000	47

Fuente: Elaboración propia para el trabajo de campo

Ilustraciones N° 3: Banco Nacional de Bolivia en el Municipio de La Paz, oficina central. Av. Camacho N° 1296, esq. Colón, Zona Central.



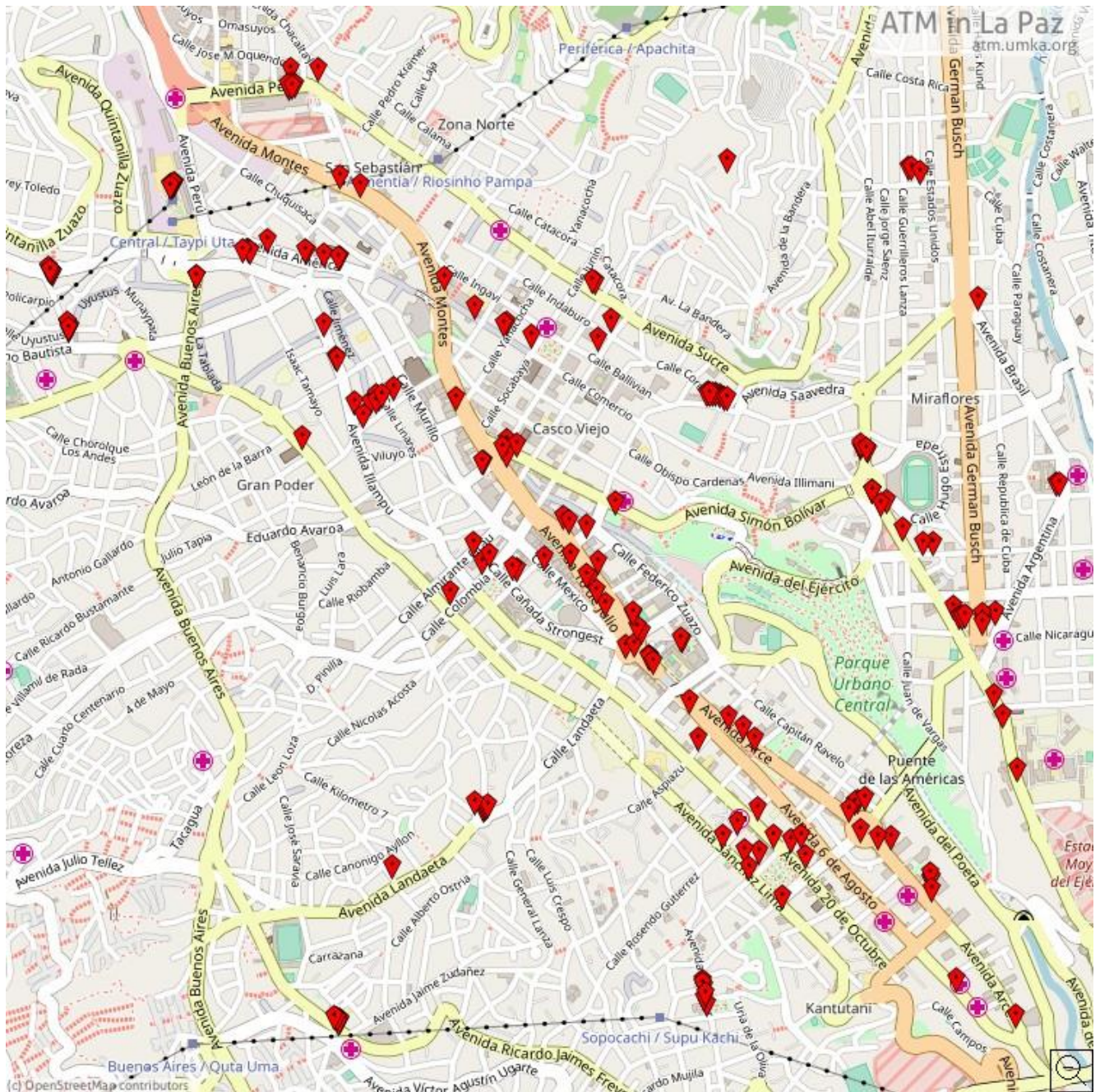
Fuente: <https://es.wikipedia.org>

Ilustraciones N° 4: cajeros automáticos (ATMs) adecuados para atender a personas con discapacidad



Fuente: <https://www.bnb.com.bo/PortalBNB/Servicios/CajerosAutomaticos/833>

Ilustraciones N° 5: Mapa de los cajeros automáticos del Banco Nacional de Bolivia del municipio de La Paz



Fuente: <http://atm.umka.org>

Cuadro N° 10: lista de agencias, oficinas centrales y oficinas externas 2020.

Sucursal La Paz	
Oficina Principal	Av. Camacho N° 1296, esq. Colón, Zona Central.
Agencia 20 de Octubre	Av. 20 de Octubre N° 2095, esq. Aspiazu, Zona Sopocachi.
Agencia Achumani	Av. García Lanza N° 1484, esq. Calle 13, Zona Achumani.
Agencia Buenos Aires	Calle Tumusla N° 705, esq. Av. Buenos Aires, Zona 14 de Septiembre.
Agencia Mega Center	Avenida Rafael Pabón, Distrito 44, Manzana Megacenter La Paz S.A. N° 2546, Predio 1, Local C-14, Zona Irpavi.
Agencia Miraflores	Av. Héroes del Pacífico N° 1384, casi esq. EE.UU., Zona Miraflores.
Agencia MyPE Gran Poder	Calle Sebastián Segurola N° 1050, Zona Gran Poder.
Agencia MyPE Villa Fátima	Av. Tejada Sorzano N° 414, entre avenida Saavedra y calle Emilio Lara, Zona Villa Fátima.
Agencia Obrajes	Av. 14 de Septiembre, esq. Calle 17, Zona Obrajes.
Agencia Pérez Velasco	Av. Montes N° 744, esq. José María Serrano, Zona Central.
Agencia San Miguel	Av. Montenegro N° 1420, Edif. San Miguel Arcángel, Zona San Miguel.
Agencia Torres del Poeta	Avenida Arce N° 2519, Plaza Isabel la Católica, Condominio Torres del Poeta (PB), Zona San Jorge.
Oficina externa/Autobanco Achumani	Av. García Lanza N° 1484, esq. Calle 13, Zona Achumani.
Oficina Externa/BNB Express La Suiza	Av. "B", Las Lomas, entre calles 9 y 10 s/n, centro comercial La Suiza, Zona Huantaqui.
Oficina externa/Caja Externa CBN	Av. Montes N° 400, interior edificio CBN, Zona Norte.
Oficina externa/Caja Externa Terrasur	Calle Belisario Salinas N° 525, Zona Sopocachi.
Oficina Externa/Caja Externa UNIVALLE	Av. Argentina N° 2083 - Interior Universidad Privada del Valle – Univalle, Zona Miraflores.
Sucursal Santa Cruz	
Oficina Principal	Calle René Moreno N° 258, Zona Central.
Agencia 7 Calles	Calle Isabel la Católica N° 149, entre calles Suárez de Figueroa y Camiri, Zona Casco Viejo.
Agencia Aroma	Calle Aroma N° 712, entre calle Celso Castedo y Av. Uruguay (Primer Anillo), Zona Barrio Los Pozos.

Agencia La Ramada	Av. Grigotá N° 333, Zona Mercado La Ramada.
Agencia Montero	Calle Warnes, esq. Sucre, ciudad de Montero.
Agencia Mutualista	Av. Mutualista esq. Los Cuyabos, Zona Noreste.
Agencia MyPE La Guardia	Carretera antigua Santa Cruz-Cochabamba, entre calles 6 de Agosto y Nacian Urquidi, Zona Sur.
Agencia MyPE Pampa de la Isla	Av. Virgen de Cotoca, pasando Av. El Trillo y surtidor La Pascana, frente a Semillas Mónica, Zona Pampa de la Isla
Agencia MyPE Plan 3000	Av. Prolongación Che Guevara, esq. Calle 1, Paralela Av. Cañada Pailita, Zona Plan 3000.
Agencia Patio Design	Avenida Busch esquina Tercer Anillo Interno Uv33, Mz-45, interior Centro Comercial Lifestyle Center Patio Design, planta baja, Zona Noroeste.
Agencia Norte	Av. Cristo Redentor, casi Cuarto Anillo, lado Este (Antigua Av. Banzer - Carretera al Norte), Zona Norte.
Agencia Sur	Calle Diego de Mendoza, esq. Av. Velarde, frente Plaza Blacutt Héroes del Chaco, Zona Sur.
Agencia UPSA	Av. Transversal 1, entre prolongación Paraguá y Cuarto Anillo, Zona Parque Industrial.
Agencia Urubó	Av. Primera esq. Puente Urubó 91, Plaza Comercial Urubó, Zona Noroeste.
Agencia Ventura Mall	Av. San Martín esq. Cuarto Anillo, Centro Comercial Ventura Mall, locales 15 y 16 del nivel 2, Zona Equipetrol Norte.
Oficina externa/Autobanco Mutualista	Av. Mutualista, esq. Los Cuyabos, Zona Noreste.
Oficina externa/Autobanco Norte	Avenida Cristo Redentor, esquina Cuarto Anillo, Zona Norte.
Oficina externa/Autobanco René Moreno	Calle René Moreno N° 258, Zona Central.
Oficina externa/Autobanco Sur	Calle Diego de Mendoza esq. Av. Velarde, frente Plaza Blacutt Héroes del Chaco, Zona Sur.
Oficina externa/Autobanco UPSA	Av. Transversal 1, entre prolongación Paraguá y Cuarto Anillo, Zona Parque Industrial.
Oficina externa/BNB Express CBN	Carretera antigua a Cochabamba Km. 14, instalaciones Cervecería Boliviana Nacional (CBN), Zona Sur.
Oficina externa/BNB Express Cotoca	Av. Santa Cruz N° 133, entre calles René Moreno y Defensores del Acre, Zona Central.
Oficina externa/BNB Express El Carmen	Km. 9 Av. Doble Vía La Guardia, esq. Av. Mapaizo, localidad El Carmen, Zona El Bajío.

Oficina externa/BNB Express Paurito	Av. Santa Cruz de la Sierra, esq. Germán Busch, Plaza Principal de Paurito, Zona Central.
Oficina externa/BNB Express UTEPSA	Av. Noel Kempff Mercado N° 715, entre Av. Busch y Av. San Martín (Tercer Anillo Int.), Zona Oeste.
Oficina externa/ BNB Express Valle Sánchez	Av. Principal de ingreso a Valle Sánchez, UV-1 manzano 2, Zona Sur, Warnes.
Punto Promocional/BNB IMCRUZ	Av. Cristóbal de Mendoza N° 164, Segundo Anillo, instalaciones de IMCRUZ.
Punto Promocional/BNB OVANDO	Av. Cristóbal de Mendoza y Av. La Salle 2do Anillo, Santa Cruz.
Punto Promocional/BNB TOYOSA	Av. Cristo Redentor 777 entre Tercer y Cuarto Anillo.
Sucursal Cochabamba	
Oficina Principal	Calle Nataniel Aguirre N° E-198, esq. Jordán, Zona Central.
Agencia América	Av. América, esq. Bernardo Monteagudo, Edificio Terrado (planta baja), Zona Tupuraya.
Agencia Blanco Galindo	Av. Blanco Galindo N° 1123, entre Av. Campero y pasaje Walter Rocha, Zona Hipódromo.
Agencia Constitución	Plazuela Constitución, esq. 16 de Julio, Zona Noreste.
Agencia Heroínas	Av. Heroínas esq. Falsuri s/n, acera Norte, Zona Oeste.
Agencia La Cancha	Calle Esteban Arze N° 1383, entre calles Totorá y Tarata, Zona Sud.
Agencia MyPE Colcapirhua	Av. Blanco Galindo Km 9, esq. Reducto, Zona Reducto Sur, provincia de Quillacollo, localidad Colcapirhua.
Agencia MyPE Sud	Av. San Martín N° 1129, entre calles Honduras y Punata, Zona Sud.
Agencia Quillacollo	Calle Villazón, entre calles Lanza y Héroes del Chaco, lado comando policial de Quillacollo, ciudad Quillacollo.
Agencia Simón López	Av. Simón López N° 563, casi esquina Los Ceibos, Zona Cala Cala.
Oficina externa/ Autobanco Constitución	Plazuela Constitución, esq. 16 de Julio, Zona Noreste.
Oficina externa/ BNB Express Taquiña	Final Av. Centenario, interior Cervecería Taquiña, Zona Taquiña.
Oficina externa/ BNB Express Tiquipaya	Final calle Profesora Guillermina Martínez, interior UNIVALLE, localidad Tiquipaya.
Oficina externa/ Caja Externa UNIVALLE América	Av. América N° 165 entre Av. Libertador Bolívar y calle Tupak Amaru, Zona Cala Cala.

Oficina externa/ BNB Express Vinto Chico	Carretera Quillacollo - Confital Km. 20½. Localidad Vinto Chico.
Sucursal Sucre	
Oficina Principal	Calle España N° 90, Zona Central.
Agencia Barrio Petrolero	Av. Las Américas N° 433, entre calles Panamá y Honduras, Barrio Petrolero.
Agencia MyPE Mercado Campesino	Av. Jaime Mendoza N° 2150 entre Av. Germán Busch y Av. del Maestro.
Agencia Supermercado SAS	Calle J.J. Pérez N° 331, Supermercado SAS, Zona Central.
Sucursal Oruro	
Oficina Principal	Calle La Plata N° 6160, entre calles Sucre y Bolívar, Zona Central.
Agencia Mercado Bolívar	Calle Sargento Tejerina N° 1560, entre calles Bolívar y Adolfo Mier, Zona Este.
Agencia MyPE Sur	Avenida España N° 1990, entre Av. Dehene y José María Achá (acera sur), Zona Sur.
Oficina externa/BNB Express ENALBO	Av. 24 de Junio Km. 3 ½, carretera a Vinto.
Oficina externa/BNB Express Huanuni	Calle Camacho N° 79, casi Pasaje Frontón, Zona Central, localidad de Huanuni.
Oficina externa/BNB Express Huari	Av. 1° de Mayo esq. calle Federico Bolts, Cervecería Boliviana Nacional S.A. – Planta Huari, Zona Central.
Sucursal Potosí	
Oficina Principal	Calle Junín N° 4, entre calles Matos y Bolívar, Zona Central.
Agencia Murillo	Av. P. D. Murillo N° 93, entre calles M. Arellano y M. García, Zona Ciudad Satélite.
Agencia MyPE Mercado Uyuni	Av. Pando N° 410, esq. Av. Cívica, Zona San Roque.
Agencia Uyuni	Av. Potosí s/n, entre Av. Arce y calle Sucre, Zona Inmaculada Concepción.
Sucursal Tarija	
Oficina Principal	Calle Sucre N° 735, entre calles Ingavi y Bolívar, Zona Central.
Agencia Bermejo	Av. Barrientos Ortuño N° 672, esq. calle Cochabamba, ciudad de Bermejo.
Agencia MyPE Mercado Campesino	Av. Panamericana Oeste N° 1564, entre calles Luis Campero y Timoteo Raña, Zona Mercado Campesino.
Agencia Sur	Av. La Paz N° 446, entre calles Belgrano y Delfín Pino, Zona Villa Fátima.
Sucursal Beni	
Oficina Principal	Plaza Mariscal José Ballivián, acera norte N° 46, Zona Central.

Agencia Pompeya	Calle 1º de Mayo, entre calles Isiboro y Securé, Zona Pompeya.
Agencia Riberalta	Av. Dr. Juan de Dios Martínez, entre Medardo Chávez y Alberto Natush, Zona Central, ciudad de Riberalta.
Sucursal El Alto	
Oficina Principal	Avenida Satélite N° 338, entre calles Hermano Morales y José Caballero, Zona de Ciudad Satélite.
Agencia 16 de Julio	Av. Alfonso Ugarte N° 133, Zona 16 de Julio.
Agencia 6 de Marzo	Avenida 6 de Marzo N° 112, Zona Villa Bolívar "A".
Agencia Mercado Nueva Alianza	Av. Panamericana N° 107, esq. Viscarra, urbanización Nueva Alianza, Zona Villa Bolívar "D".
Agencia Río Seco	Av. Juan Pablo II, local M, Mezzanine del Centro Comercial Multicine, Zona Río Seco.
Agencia Villa Adela	Av. Bolivia N° 14, esq. Ladislao Cabrera, Manzano O, Lote N° 1, Zona Villa Bolívar Municipal.
Oficina externa/BNB Autobanco Ciudad Satélite	Avenida Satélite N° 338, entre calles Hermano Morales y José Caballero, Zona Ciudad Satélite.
Oficina externa/BNB Express Achocalla	Av. La Paz N° 61, camino principal, ex localidad Pacajes, localidad Achocalla.
Oficina externa/Caja Externa CBN El Alto	Avenida 6 de Marzo S/N, Zona Villa Bolívar "D", predios Cervecería Boliviana Nacional, El Alto.
Sucursal Pando	
Oficina Principal	Av. Tcnl. Enrique Fernández Cornejo, entre Av. Tcnl. Emilio Fernández Molina y calle Nicolás Suárez, Zona Central, ciudad de Cobija.

Fuente: Memorias Institucional Banco Nacional de Bolivia 2020.