

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMÍA**



**Modalidad PETAENG
MEMORIA LABORAL
USO DE CANALES ELECTRÓNICOS EN EL SISTEMA
FINANCIERO EN EL BANCO BISA S.A. PERIODO 2016 -2020**

POSTULANTE: INDIRA FERNÁNDEZ PAZ

TUTOR: M. Sc. ARIEL BURGOA CORTÉZ

LA PAZ – BOLIVIA

2022

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi papá Arturo, mamá Martha (†), a mi tía Rosario, a mis hermanos Katherine, Marco, Adilen y a mi pareja Andrey, quienes me apoyan, me alientan a continuar y luchar ante las adversidades de la vida y sobre todo me impulsaron a concluir el presente trabajo. Ellos son el pilar fundamental en mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que comprendieron y me colaboraron haciendo posible la culminación de este trabajo.

Agradezco a mi tutor M. Sc. Ariel Burgoa Cortéz por su colaboración y recomendaciones que me ayudaron a encaminar de mejor forma mi memoria laboral.

También agradezco a los señores miembros del tribunal:

Dr. Ricardo Yugar Flores

Dr. Ramiro Reyes Reyes

Profesionales que con sus observaciones me ayudaron a culminar el presente trabajo.

RESUMEN

El uso de canales electrónicos en Bolivia es variable, ya que no todas las entidades financieras las han implementado correctamente. Como el caso actual de investigación se centraliza en el Banco Bisa, se detecta que en los últimos años, y a consecuencia de la pandemia mundial, ésta utilización se ha incrementado, y al revisar los antecedentes documentales del banco, se logra comprobar que el uso y la asistencia al cliente respecto a éstos canales electrónicos es efectivo.

Esto se logra con el análisis de diferentes factores: la variación del índice de crecimiento en la utilización de operaciones electrónicas, el grado de confiabilidad en el uso de los canales, los elementos que dificultan su uso, y la respuesta de atención al cliente.

ABSTRACT

The use of electronic channels in Bolivia is variable, since not all financial institutions have implemented them correctly. As the current case of research is centralized in Banco Bisa, it is detected that in recent years, and as a result of the global pandemic, this use has increased, and by reviewing the bank's documentary background, it is possible to verify that the use and customer assistance regarding these electronic channels is effective.

This is achieved with the analysis of different factors: the variation of the growth rate in the use of electronic operations, the degree of reliability in the use of the channels, the elements that hinder their use, and the response of customer service.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I	1
1 Referencia Metodología.....	1
1.1. Identificación del Tema	1
1.2. Alcance del Tema	3
1.3. Delimitación del Tema	5
1.3.1. Temporal.....	5
1.3.2. Espacial	5
1.3.3. Sectorial.....	6
1.4. Delimitación de Categorías y Variables Económicas.....	6
1.4.1. Categorías Económicas.....	6
1.4.2. Variables Económicas	6
1.4.3. Operacionalización de Variables	6
1.5. Identificación del Problema.....	7
1.5.1. Formulación del problema	7
1.5.2. Identificación de Solución al problema	7
1.6. Determinación de Objetivos.....	8
1.6.1. Objetivo General.....	8
1.6.2. Objetivos Específicos	8
1.7. Justificación	8
1.8. Marco Conceptual.....	8
1.8.1. Sistema Financiero	8
1.8.2. Sistema Financiero Digital	9
1.8.3. Canales Electrónicos	9
1.8.3.1. Tipos de Canales Electrónicos.....	10

1.9. Marco Teórico.....	11
1.9.1. Servicios de Banco Bisa	15
1.9.2. Educación Financiera Banco BISA	19
1.9.2.1. Programa “Creando Futuro”	19
CAPÍTULO II	21
2. Políticas, Institucional y Normativa	21
2.1. Metodológica	21
2.1.1. Método de Investigación.....	21
2.1.2. Tipo de Investigación.....	21
2.1.3. Técnicas de Investigación.....	21
2.1.4. Fuentes de Información	22
2.1.5. Instrumentos de Investigación	22
2.1.6. Procesamiento de Datos.....	22
2.2. Marco Normativo	22
2.2.1. Ley N°393	23
2.2.2. Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero	24
2.2.3. Banco Central de Bolivia.....	27
2.2.4. Encuesta Nacional de Servicios Financieros	34
2.3. Banco Bisa S.A.....	37
2.3.1. Visión y Misión.....	37
2.3.2. Simplificando tu vida.....	38
2.3.3. Evolución de los servicios de Banco Bisa S.A.....	38
2.4. Relación con las Funciones laborales que desempeña	40
CAPÍTULO III	43
3. Factores Explicativos del Tema	43

3.1. Referencia histórica de Información.....	43
3.2. Utilización de Canales Electrónicos en Banco Bisa S.A.	47
3.2.1. Presentación de resultados	50
3.3. Verificación de objetivos	58
3.3.1. Analizar la variación del índice de crecimiento en la utilización de operaciones electrónicas en el periodo 2016 – 2020.....	58
3.3.2. Grado de confiabilidad en el uso de los canales electrónicos.....	60
3.3.3. Información del Uso de Canales Electrónicos en el Banco BISA S.A. 63	
3.3.4. Identificar los elementos que dificultan la utilización de estas herramientas electrónicas por parte de los clientes.....	63
3.3.5. Verificar que la respuesta de atención al cliente sea óptima.	64
CAPÍTULO IV	65
4. Conclusiones	65
5. Bibliografía.....	67

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variación respecto a la gestión anterior en %.	3
Tabla 2: Operacionalización de Variables	6
Tabla 3: Resultado del Programa de Educación Financiera por gestión	20
Tabla 4: Difusión de Información Financiera por gestión	21
Tabla 5: Satisfacción con los servicios ofrecidos por Banco Bisa S.A.	50
Tabla 6: Explicación del manejo de la aplicación e-bisa	51
Tabla 7: Comprensión del manejo de banca por <i>internet</i>	52
Tabla 8: Respuesta de BISA Responde a las consultas	52
Tabla 9: Familiarizado con el uso de Tarjeta de débito/crédito	53
Tabla 10: Realiza pagos de servicios por <i>internet</i>	54
Tabla 11: Familiarizado con el uso de Billetera Móvil	55
Tabla 12: Sabe qué es Bisa chat	56
Tabla 13: Sabe que puede consultar a través de <i>WhatsApp</i>	57
Tabla 14: Se informó al cliente sobre la seguridad en su uso	58
Tabla 15: Variación del índice de crecimiento en el uso de operaciones electrónicas respecto a la gestión anterior (en %)	59

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Número de transacciones electrónicas por año	2
Gráfico 2: Número de cuentas de depósito por departamento	4
Gráfico 3: Número de Puntos de Atención Financiera (PAF)	5
Gráfico 4: Estudio del Comportamiento del Consumidor Bancario.....	13
Gráfico 5: Índice de satisfacción del consumidor financiero	35
Gráfico 6: Índice de satisfacción de calidad y calidez	36
Gráfico 7: Índice de percepción de la función social de servicios financieros	36
Gráfico 8: Cierre de sucursales en 2020	43
Gráfico 9: Uso de banca por Internet y razones por las que no las realizan	44
Gráfico 10: Clientes que realizaron pagos con tarjetas de débito o crédito.....	45
Gráfico 11: Consumidores financieros que utilizaron Billetera Móvil	45
Gráfico 12: Problemas al realizar transacciones por Billetera Móvil	46
Gráfico 13: Mapa de Cobertura de Servicios Financieros	47
Gráfico 14: Satisfacción con los servicios ofrecidos por Banco Bisa S.A.	50
Gráfico 15: Explicación del manejo de la aplicación e-bisa.....	51
Gráfico 16: Comprensión del manejo de banca por <i>internet</i>	52
Gráfico 17: Respuesta de BISA Responde a las consultas.....	53
Gráfico 18: Familiarizado con el uso de Tarjeta de débito/crédito.....	53
Gráfico 19: Realiza pagos de servicios por <i>internet</i>	54
Gráfico 20: Familiarizado con el uso de Billetera Móvil	55
Gráfico 21: Sabe qué es Bisa chat	56
Gráfico 22: Sabe que puede consultar a través de <i>WhatsApp</i>	57
Gráfico 23: Se informó al cliente sobre la seguridad en su uso.....	58
Gráfico 24: Variación del índice de crecimiento (en %).....	60
Gráfico 25: Índice de satisfacción con los servicios financieros	61
Gráfico 26: Confiabilidad en los Canales Electrónicos de Banco Bisa S.A.	62
Gráfico 27: Resumen de la Encuesta.....	63

CAPÍTULO I

Referencia Metodología

Introducción

Desde 2009 se registra en el país un incremento en las operaciones electrónicas de alto y bajo valor realizadas por las Entidades Financieras y las personas respectivamente.

La cantidad de operaciones de bajo nivel, que muestran un incremento de 6.278% hasta 2018, reflejan que la población busca herramientas más rápidas y seguras para realizar sus transacciones económicas (Banco Central de Bolivia, 2019).

La situación sanitaria excepcional que se vive desde el 22 marzo de 2020; cuyas restricciones y medidas de bioseguridad adoptadas en el país, obligaron a la población a adaptarse en cada etapa pasando por cuarentena rígida, restricciones de circulación, cierre de fronteras, restricción de viajes, paralización de las actividades económicas, uso de tapabocas, evitando, en lo posible, el contacto físico; ha incrementado la cantidad de operaciones económicas a través de canales electrónicos.

El presente trabajo pretende verificar la eficiencia de la información brindada a los usuarios acerca del uso de los servicios electrónicos ofrecidos por la entidad, realizar un estudio que permita establecer la preferencia del cliente al momento de realizar las transacciones económicas tomando en cuenta los factores que influyen en ésta respuesta y, de acuerdo a los resultados obtenidos, determinar los aspectos que se podrían reforzar o modificar en la institución para poder alcanzar las metas establecidas.

1.1. Identificación del Tema

Ante la creciente demanda de servicios confiables y eficientes, las Entidades Financieras ponen a disposición de sus usuarios herramientas que permiten realizar las actividades de manera eficaz.

Con la finalidad de facilitar a los clientes las operaciones financieras, las Entidades de Intermediación Financiera ofrecen una gran variedad de servicios virtuales como ser: banca por Internet, billetera móvil, banca telefónica, cajeros automáticos, tarjetas de crédito y débito, transferencias electrónicas, etc., el Banco BISA S.A. además, realiza actividades dirigidas a orientar continuamente a la población, implementando servicios de asistencia a sus clientes en el manejo las nuevas herramientas.

Esta nueva tendencia se ve reflejada en los datos del BCB (Banco Central de Bolivia, 2021).

Gráfico 1: Número de transacciones electrónicas por año

(De diciembre de 2016 a diciembre de 2020)



Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Central de Bolivia, 2021.

Como se observa en el gráfico, la cantidad de operaciones financieras muestra un comportamiento general ascendente hasta la gestión 2018. El número de operaciones con Billetera Móvil ha reducido en 2019 en -16.08% respecto a la gestión 2018, y en 2020 -22.34% respecto a 2019. Por otra parte, las operaciones con tarjeta (débito y crédito), así como las Órdenes Electrónicas de Transferencia de Fondos han ido incrementando hasta la gestión 2020.

Tabla 1: Variación respecto a la gestión anterior en %.

Año	OETF	Tarjetas (D/C)	Billetera Móvil
2016	36.48	81.44	152.38
2017	48.02	41.31	20.04
2018	40.12	14.91	3.73
2019	46.02	36.12	(16.08)
2020	73.49	12.60	(22.34)

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Central de Bolivia, 2021.

Se puede observar el decremento en el uso de Billetera Móvil en 16.08% en la gestión 2019 y de 22.34% en la gestión 2020.

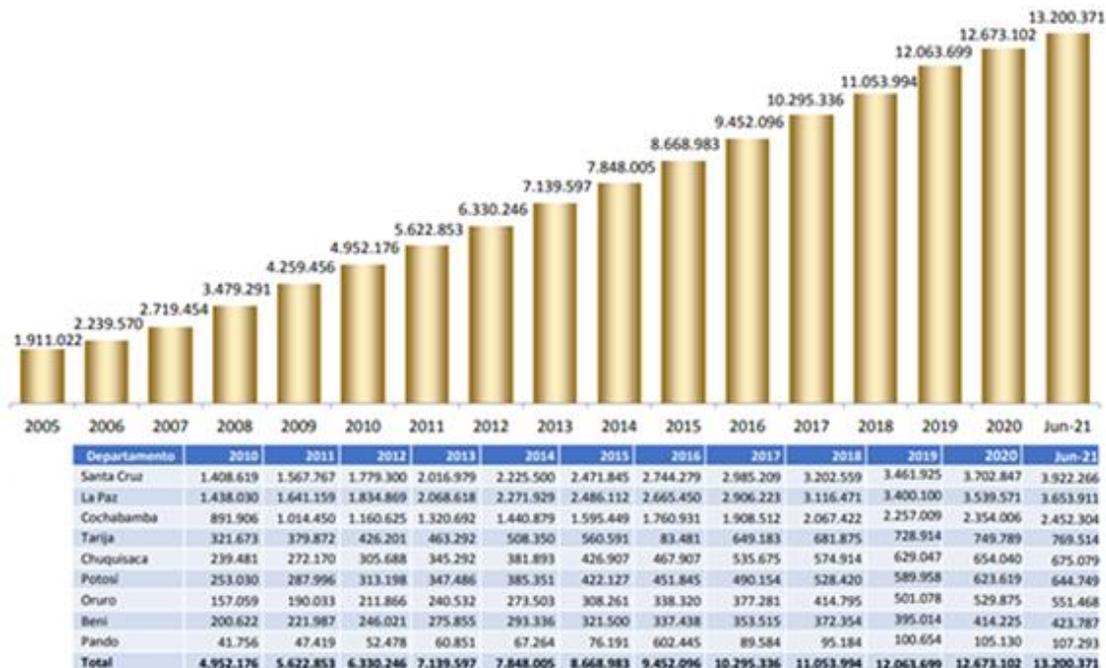
1.2. Alcance del Tema

La presente Memoria Laboral pretende establecer las preferencias del usuario en cuanto a la realización de transacciones, de manera presencial o a través de canales electrónicos, tomando en consideración la información que la entidad le brinda acerca de los beneficios que implica su uso.

El análisis a desarrollar comprende el área microeconómica que establece el consumo; individual y de empresas; de los servicios bancarios electrónicos, es así que se considera también la expectativa que tiene el cliente respecto a la seguridad y confidencialidad de éstos servicios, y el respaldo de la entidad dando cumplimiento a las normativas establecidas por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, para resguardar la seguridad en el uso de éstas herramientas.

De acuerdo a la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI (2021) el incremento en el uso de los servicios financieros de las gestiones 2016 a 2020, fue de 34.08%, el siguiente gráfico muestra el crecimiento de cuentas en forma general y por departamento.

Gráfico 2: Número de cuentas de depósito por departamento



Fuente: Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2021.

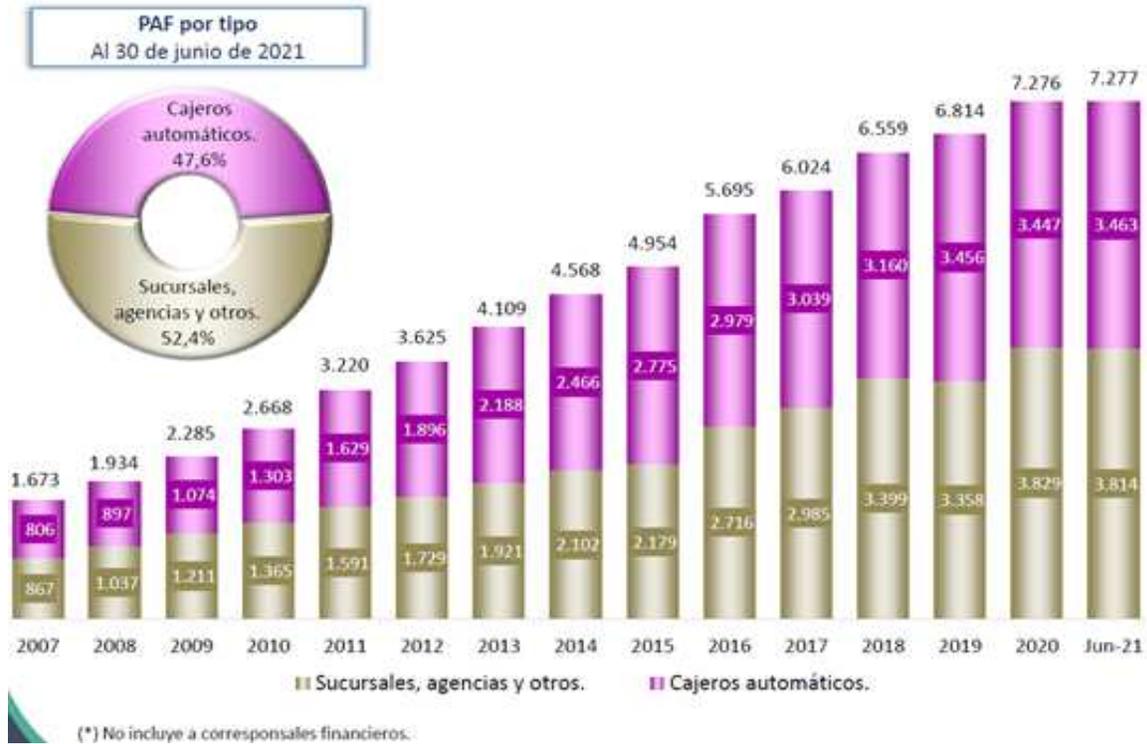
Al aumentar la población con acceso a servicios financieros, las entidades que brindan estos servicios se han visto en la obligación de incrementar los puntos de atención financiera en el territorio nacional para cubrir la demanda.

El incremento de cajeros electrónicos en el periodo especificado por el presente trabajo, llega al 15.71%. De 2.979 cajeros automáticos en la gestión 2016, se llega a un total de 3.447 en la gestión 2020.

Similar comportamiento se observa en la cantidad de agencias y sucursales con 2.716 en la gestión 2016, llegando a 3.829 en la gestión 2020, mostrando un índice de crecimiento de 40.98%.

El gráfico 3 muestra el incremento de los puntos de atención financiera a partir de 2007 hasta junio de 2021, de acuerdo al Reporte de Inclusión Financiera de la ASFI (2021).

Gráfico 3: Número de Puntos de Atención Financiera (PAF)



Fuente: Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2021.

1.3. Delimitación del Tema

1.3.1. Temporal

La presente Memoria Laboral analiza los periodos 2016 a 2020, espacio de tiempo que muestra un incremento considerable en la demanda de los servicios de canales electrónicos por parte de la población, de acuerdo a información del Banco Central de Bolivia y la ASFI, acentuada en el último año por la emergencia sanitaria imprevista que se afronta a nivel mundial.

1.3.2. Espacial

El presente trabajo se limita a la regional La Paz del Banco Bisa S.A., que comprende 20 agencias y sucursales, cuya información complementa el análisis respecto a la oferta, demanda y utilización de los canales electrónicos.

1.3.3. Sectorial

El presente trabajo se limita a la banca electrónica de la institución, el asesoramiento al usuario respecto al uso de los canales electrónicos y la percepción del cliente en cuanto al grado de dificultad en el momento de realizar las transacciones.

1.4. Delimitación de Categorías y Variables Económicas

1.4.1. Categorías Económicas

CE1. Sistema Financiero

CE2. Canales Electrónicos

1.4.2. Variables Económicas

VE1. Índice de crecimiento de operaciones OETF

VE2. Índice de crecimiento de operaciones con tarjeta

VE3. Índice de crecimiento de operaciones en billetera móvil

VE4. Percepción del cliente

1.4.3. Operacionalización de Variables

La operacionalización de variables se define en la siguiente tabla.

Tabla 2: Operacionalización de Variables

VARIABLES	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
VARIABLES INDEPENDIENTES	Índice de crecimiento de operaciones OETF	Transferencia electrónica de dinero	Operaciones realizadas por medio electrónico	Cantidad de operaciones OETF	Revisión documental estadística
	Índice de crecimiento de operaciones con tarjeta	Utilización de tarjeta de débito/crédito	Operaciones realizadas con tarjeta de débito/crédito	Cantidad de operaciones con tarjeta de débito/crédito	Revisión documental estadística
	Índice de crecimiento de operaciones en billetera móvil	Transacciones financieras desde el celular	Operaciones realizadas desde el celular	Cantidad de operaciones realizadas desde el celular	Revisión documental estadística

VARIABLE DEPENDIENTE	Percepción del cliente	Necesidad de uso de los canales electrónicos	Utilización de canales electrónicos por parte del usuario	Adaptabilidad del usuario al uso de los canales electrónicos	Revisión estadística
---------------------------------	---------------------------	---	---	--	-------------------------

Fuente: Elaboración propia

1.5. Identificación del Problema

Con el fin de reducir la propagación del Covid-19, el Banco Central de Bolivia aprobó un nuevo Reglamento de Servicios de Pago obligando al Sistema Financiero en su conjunto a habilitar banca móvil, facturación digital y realizar las actualizaciones tecnológicas necesarias para su implementación (Banco Central de Bolivia, 2021)

Es así que los usuarios han comenzado a realizar actividades financieras por medio de éstos canales electrónicos, adaptándose e integrándose al Sistema Financiero Digital claro está, de la mano de su Entidad Financiera en el aprendizaje del manejo de las plataformas disponibles, lo que se refleja en el incremento de transacciones hasta la gestión 2020.

Sin embargo, un sector de la población prefiere realizar sus transacciones de manera directa, las razones; de acuerdo a los resultados de encuestas por parte de la ASFI; son desconfianza en el proceso electrónico, dificultad en su manejo, no necesitan el servicio, etc.

1.5.1. Formulación del problema

La información general brindada a los clientes respecto al uso y aplicación de canales electrónicos a través de la plataforma de atención al cliente o por medios digitales, no está permitiendo que el usuario se familiarice con el uso eficiente de los mismos, por lo que no logra efectuar sus operaciones financieras.

1.5.2. Identificación de Solución al problema

Se identifica que es necesaria una revisión en la calidad de información financiera que se le brinda al usuario, y la implementación de programas de educación financiera en la institución, para que se logre familiarizar al cliente con el uso correcto de los canales electrónicos.

1.6. Determinación de Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Comprobar que el uso y asistencia al cliente respecto a canales electrónicos en el Banco BISA S.A. es efectivo.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Analizar la variación del índice de crecimiento en la utilización de operaciones electrónicas en el periodo 2016 – 2020.
- Determinar el grado de confiabilidad en el uso de los canales electrónicos.
- Identificar los elementos que dificultan la utilización de estas herramientas electrónicas por parte de los clientes.
- Verificar que la respuesta de atención al cliente sea óptima.

1.7. Justificación

El Presente trabajo pretende comprobar la eficiente orientación que se brinda en Banco BISA S.A. a los usuarios a través de los medios destinados para la atención al cliente, identificando y reforzando los puntos débiles que puedan optimizar la tarea para lograr los objetivos de la institución.

Se pretende demostrar que la entidad realiza una tarea eficiente en la asistencia y solución de problemas a los clientes, describiendo las actividades que realiza para el correcto uso de los canales electrónicos disponibles en la entidad.

1.8. Marco Conceptual

1.8.1. Sistema Financiero

El sistema financiero de un país es el conjunto de instituciones, medio y mercado que permiten canalizar el ahorro de aquellas unidades de gasto con superávit hacia aquellas unidades de gasto que precisamente necesitan de esos fondos para cubrir su déficit, por lo tanto, la misión fundamental del sistema financiero en una economía de mercado es la de captar el excedente de los ahorradores (unidades de gasto con superávit) y canalizarlo hacia los prestatarios públicos o privados (unidades de gasto con déficit) (Kiziryan, 2019).

Es decir, que su función básica es la transferencia de fondos de ahorristas a inversionistas generando movimiento económico,

1.8.2. Sistema Financiero Digital

De acuerdo a Angelov (2019), que cita el informe de Deutsche Bank (2015).

La digitalización de este sector es una tendencia que está siendo impulsada por tres fuerzas mayores: la experiencia del consumidor, el empuje tecnológico y los beneficios económicos. (...), los consumidores son cada vez más exigentes: tienen más recursos, mayor acceso a la información del mercado y las tendencias de consumo están cambiando a patrones en los que se busca una experiencia personalizada e inmediata. (...), los clientes son líderes, no rezagados, por ello, el deber de las entidades financieras, si desean mantenerse vivas, es adelantarse a sus necesidades y adaptar su modelo de servicio a estos nuevos patrones de consumo.

Por tanto, la Entidad Financiera está en constante actualización en relación a los servicios innovadores que ofrece a los usuarios, y a su vez en la orientación necesaria respecto a su uso.

1.8.3. Canales Electrónicos

Los canales electrónicos son servicios que ofrecen las diferentes entidades financieras, los mismos deben diseñarse de forma que satisfagan las necesidades de los clientes. Son herramientas que permite acceder a través de la red mundial de información (*internet*) a toda la información, productos y servicios con las filiales del banco, es decir, el conjunto de todos los negocios y contratos que se han establecido, tales como las cuentas corrientes, cuentas de ahorros, líneas de crédito.

Los canales electrónicos permiten proporcionar a los clientes servicios financieros sin tener que ir al banco, éstos surgieron con el propósito de permitir hacer uso de sus servicios de una manera más rápida, cómoda y conveniente, disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, 365 días al año.

Se pueden realizar operaciones desde el lugar en que se encuentre el usuario, permitiéndole ahorrar tiempo, además, de acceder al dinero de su cuenta personal y realizar pagos, transferencias, retiros, sin necesidad de tener físicamente el dinero.

1.8.3.1. Tipos de Canales Electrónicos

1) Orden Electrónica de Transferencia de Fondos (OETF)

“Instrumento Electrónico de Pago que, mediante redes de comunicación, desarrollos informáticos especializados como Banca por Internet, Banca Móvil y otros, permite a los titulares y/o usuarios originar órdenes de pago de cuentas relacionadas con el instrumento” (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, 2020).

Se entiende entonces como la transferencia electrónica de dinero de una cuenta a otra, ya sea en una sola institución financiera o en varias instituciones, a través de los sistemas electrónicos, con el objetivo de agilizar las transacciones financieras, disminuir los riesgos y costos asociados al manejo de dinero en efectivo y promover la integración electrónica del sistema de intermediación financiera.

2) Billetera Móvil

Es una cuenta de pago ligada a una línea celular, medio por el cual el consumidor financiero realiza transacciones financieras de forma ágil y segura las 24 horas del día y los 365 días del año. Permite realizar una carga de dinero electrónico, enviar dinero, efectivizar (convertir dinero electrónico a dinero tangible), consultar saldo y solicitar mini extracto (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, 2021).

3) Sistema POS o Punto de Venta

Un Sistema POS (*Point of Sale*) es un conjunto de herramientas de hardware y software, que buscan aumentar la productividad de los negocios,

ayudándolos a facturar de forma rápida y a llevar un control total de los ingresos en los puntos de venta (Escuela Emprendedores, 2019).

Un sistema de terminal de venta es una agrupación de diferente *software* y *hardware* que, al combinarse, permiten a los clientes finalizar su compra. Un POS consta de un ordenador principal que está conectado a varios terminales de caja, móviles o fijos (Sana Commerce, s.f.).

4) Banca por *internet*

Es el conjunto de herramientas tecnológicas que ofrece una entidad financiera para que sus clientes realicen operaciones bancarias a través de la computadora utilizando su conexión a *internet*.

5) Cajeros automáticos o ATM (*Automated Teller Machine*)

El cajero automático es una máquina mediante la que se puede ingresar y extraer dinero en efectivo en cualquier momento del día. Para retirar el dinero, al tratarse de un ordenador, no es necesario que se encuentre físicamente una persona del banco. Con una identificación física, como la tarjeta de crédito, o una identificación digital, como las claves de acceso y número de usuario, el cajero permite acceder a la cuenta y realizar todas las operaciones que se desee (...). Hoy en día, los cajeros permiten realizar cualquier tipo de operación financiera con tu cuenta. Desde retirar dinero en efectivo hasta hacer transferencias o pagar recibos (Morales, 2020).

6) *Call Center*

Son operadores que se encargan de administrar y proveer soporte y asistencia al consumidor según los productos, servicios o información que se necesite.

1.9. Marco Teórico

El sector financiero al adaptarse a las nuevas tecnologías, ha encontrado un nuevo tipo de clientes que a su vez tienen hábitos nuevos y requerimientos distintos, que

encuentran en los servicios de la banca por *internet* la respuesta a su acelerado ritmo de vida.

Para Botero García (2019):

El mercado competitivo fue el resultado involuntario de la evolución de las sociedades. Cada vez estamos más cerca de entender que las decisiones económicas no solo tienen que ver con el consumo, o la producción o el intercambio. También tienen que ver con las instituciones, con los ordenamientos sociales, con los incentivos que se despliegan. El diseño de mecanismos y el de mercados son ya parte de nuestro diario vivir.

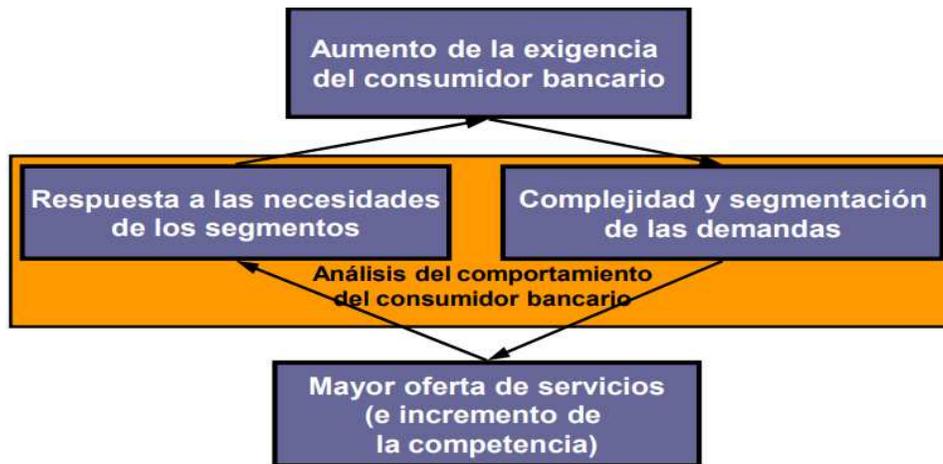
Los clientes tienen aún los requerimientos y actividades financieras acostumbradas, el banco pone a su disposición herramientas nuevas con la finalidad de cubrir todas las expectativas y lo hace tan aceleradamente como lo permiten los avances tecnológicos, y las innovaciones del mercado.

Es decir, que el banco está frente al reto de satisfacer los requerimientos de los clientes, a fin de adaptarse a las necesidades de cada sector.

Según Muñoz Leiva (2009):

La aparición de los servicios interactivos ofrecidos por *Internet* ha propiciado a su vez una nueva forma de relación entre un cliente e institución (...), en este sentido, el estudio de los usuarios de la banca por vía electrónica, desde el punto de vista de sus actitudes, opiniones, comportamiento de navegación, uso de los servicios electrónicos, etc., permite a la organización adaptarse mejor a sus necesidades financieras particulares. Tras la prestación del servicio se requiere medir en qué grado han sido cubiertas sus necesidades.

Gráfico 4: Estudio del Comportamiento del Consumidor Bancario



Fuente: Datos de Muñoz Leiva (2009).

La prioridad del banco debe estar dirigida a satisfacer los requerimientos de sus clientes, poniendo a su disposición la mayor cantidad de herramientas adecuadas que cubran sus demandas, teniendo en cuenta que cada entidad va renovando y actualizando sus servicios de tal manera que el usuario elija la entidad financiera que mejor se adapte a su actividad y necesidad.

De acuerdo a Schwaiger & Locarek-Junge, 1998:

Se establecen tres tipos de usuarios potenciales de los servicios bancarios virtuales adaptando el grado de adopción de innovaciones tecnológicas:

- Innovadores reales (“soberanos”): Se trata de individuos que se ven atraídos por los avances tecnológicos y los menores costes de transacción que ofrecen. Son los pioneros en la utilización de los servicios intensivos en tecnología y banca directa
- Seguidores (“calmados”): Son individuos adoptadores rápidos de innovaciones tecnológicas sin mostrar una preocupación hacia la pérdida de contacto personal al usar una comunicación electrónica. Muestran igualmente cierto interés en ofertas de banca directa

- Despreocupados: Se basan en el confort ofrecido por el servicio, no les importa la pérdida de contacto personal, aunque demuestran una mayor preocupación en lo que a seguridad y confidencialidad de la información se refiere.

Basados en ésta clasificación, la banca puede ofrecer a sus clientes una amplia variedad de servicios electrónicos con la seguridad de que este sector de usuarios se adaptará a los cambios y mejoras que ofrezcan con bastante facilidad.

Por otra parte están los clientes conservadores, que presentan un desafío diferente al mostrar cierta apatía en cuanto a los cambios tecnológicos que implementa el Sistema Financiero, alegando desconfianza, e incluso temor cuando se trata de incursionar en campos nuevos.

Los canales electrónicos, herramientas y dispositivos que el banco pone al servicio de los clientes; entre ellos cajeros automáticos, tarjetas de débito y crédito, billetera móvil, etc.; brindan las siguientes ventajas:

- a) Permite ahorrar tiempo.

Gracias a la banca electrónica las personas no tienen que ir más a instituciones financieras para hacer ciertas operaciones, por lo que ahora pueden por medio de una computadora, cajero o *smartphone* realizar operaciones que antes requerían hacerlas de forma presencial.

- b) Ahorra dinero en logística.

Otro de los beneficios de la banca electrónica es que al evitar ir a una entidad financiera, no se generan gastos de transporte, ya que las personas no tienen que desplazarse de una entidad a otra.

- c) Hay mayor seguridad.

Salir de una entidad financiera con dinero es muy riesgoso, pero gracias a la banca electrónica, muchas operaciones que van desde pago de servicios, hasta grandes transferencias, pueden ser realizadas directamente *online*.

- d) No hay días y horarios.

A la hora de usar un cajero automático, ingresar a nuestra banca en línea o banca móvil, no hace falta registrarse por días y horarios ya que son herramientas que están disponibles las 24 horas y los 365 días del año.

- e) No hay que ir a algún lugar.
- f) Otro de los grandes beneficios de la banca electrónica es que no hace falta ni siquiera ir a un banco o entidad financiera. Por ejemplo, con la banca móvil uno puede hacer operaciones mientras está en un taxi o en la comodidad de su casa antes de acostarse.
- g) Son plataformas seguras.

Pese a que mucha gente piensa lo contrario, la banca electrónica posee ciertas herramientas, protocolos y niveles de seguridad que hacen que las consultas y operaciones sean extremadamente seguras. Protocolos que van desde certificados de seguridad, hasta altos niveles de encriptación de datos (Cabrera, 2016).

1.9.1. Servicios de Banco Bisa

La entidad ha puesto a disposición de sus usuarios los siguientes servicios electrónicos:

- a) Cajero Automático (ATM)

Banco BISA, tiene una amplia red de Cajeros Automáticos a nivel nacional, disponibles los 365 días del año. Permite a clientes y usuarios disponer de su dinero, además de varios servicios adicionales. Al cierre de la gestión 2019, Banco BISA cuenta con 330 Cajeros Automáticos a nivel nacional.

- b) Tarjeta de débito

Bisa efectiva es la tarjeta de débito para retirar efectivo de las cuentas afiliadas a la tarjeta a través de la red de cajeros automáticos (ATM) del banco o cualquier otro cajero afiliado a la red plus en el mundo. Se pueden realizar pagos directamente en los establecimientos afiliados al sistema de compra en punto de venta (POS) a nivel internacional, así como depositar efectivo en

la red de cajeros automáticos del Banco BISA, realizar pagos de servicios *online*, entre otras transacciones.

c) Pago de servicios *On – Line*

A través de este servicio, se pueden realizar los pagos en línea de los servicios de luz, agua, telefonía fija y móvil, Tv Cable, *internet*, así como el pago de pensiones de colegios, universidades y otras instituciones, todo a través de la Banca por *Internet* e-BISA, e-BISA Móvil y cajeros automáticos.

d) Cajero sin tarjeta

Es un servicio innovador que permite a los clientes realizar de manera segura y cómoda retiros de efectivo y otras transacciones en la red de cajeros automáticos del Banco disponibles a nivel nacional, y realizar pagos en los Puntos de Ventas (POS) habilitados, sin necesidad de usar la Tarjeta de Débito.

e) Giro móvil

Este servicio permite al cliente emitir desde la banca por *internet* e-Bisa y ventanillas del banco, giros nacionales o locales a cualquier persona que tenga teléfono celular, sea este cliente o no de banco BISA para que pueda cobrar con la clave que llega a su celular, en la red de cajeros automáticos, sin necesidad de usar una tarjeta de débito.

f) DepoBISA

Servicio que permite a clientes realizar depósitos de dinero en efectivo en cajeros automáticos señalizados, los depósitos pueden ser a cuentas propias o cuentas de otros clientes del Banco BISA, los fondos son abonados en línea y están sujetos a verificación. El cliente puede depositar hasta 23.000 Bs, o su equivalente en dólares americanos por día, pudiendo depositar hasta 50 billetes por transacción.

g) Banca por *internet* e-BISA

Se pueden efectuar transacciones en línea con el banco desde una computadora, teléfono móvil o *tablet* en forma inmediata, totalmente segura y desde cualquier parte del mundo. Es un servicio innovador que permite a los clientes acceder a sus cuentas, productos y servicios del banco en forma inmediata y totalmente segura.

h) Bisa chat

Es un asistente con inteligencia artificial que responde a consultas y brinda asistencia para realizar transacciones rápidas y seguras a través de la aplicación Messenger de Facebook, tales como:

- Conocer direcciones de cajeros automáticos y agencias incluyendo el tiempo promedio de espera.
- Teléfonos de contacto
- Tipo de cambio de la fecha.
- Saldo y últimos movimientos
- Conocer el vencimiento y pagar la tarjeta de crédito
- Transferencias a los contactos que mantiene en e-BISA
- Emitir Giro móvil
- Recarga de celulares

i) Bisa Neo

Es la aplicación de Banco BISA que permite realizar transacciones de forma sencilla y segura, como ser:

- Organizar eventos y pedir colectas.
- Programar mesadas.

- Establecer lazo familiar para realizar operaciones con tus seres queridos.
- Consultar saldo y movimientos y estar siempre informado sobre tu cuenta.
- Solicitar transferencias de fondos.
- Realizar transferencias de fondos.
- Realizar transferencias programadas.
- Solicitar clave móvil para el servicio “Sin Tarjeta”.
- Realizar gestión de contactos.
- Enviar giros móviles a terceros.

La aplicación se encuentra disponible para dispositivos móviles con sistema operativo iOS y Android.

j) Biometría Facial

Es una tecnología que permite el reconocimiento de las características físicas e intransferibles del rostro de una persona, cuya identificación positiva permite el ingreso a aplicaciones o realizar diferentes transacciones bancarias.

Los principales beneficios que ofrece son:

- Es un único medio de autenticación, seguro, rápido, simple, preciso y fácil para que el cliente pueda realizar transacciones a través de sus cuentas.
- El cliente no requerirá cambiar su clave y recordarla.
- Permite tener acceso para la realización de diferentes transacciones financieras con un solo registro de imagen, en diferentes dispositivos y con la misma tecnología.

k) Simple Pagos *Express*

Es un servicio que permite al cliente realizar cobros y pagos a personas que tengan cuenta en el Banco Bisa S.A., o en otros bancos a través de un código QR, sin necesidad de usar tarjeta o efectivo (Memoria RSE Banco Bisa, 2019).

1.9.2. Educación Financiera Banco BISA

Con el objetivo de contribuir a mejorar la cultura financiera en la población, Banco Bisa S.A. lleva a cabo actividades en beneficio de la comunidad a través de su Unidad de Responsabilidad Social Empresarial.

1.9.2.1. Programa “Creando Futuro”

El objetivo del Programa es mejorar la cultura financiera en la población, respaldando las acciones que favorezcan a la comunidad en su conjunto.

Para ello, se crean dos subprogramas:

- Programa de Educación Financiera
- Programa de Información Financiera

En el primero, se llevan adelante diversos talleres con el propósito de transmitir conocimientos que permitan a los consumidores financieros mejorar su comprensión sobre los conceptos, beneficios y riesgos de los diversos productos y servicios que le ofrece el Banco.

En las gestiones 2014 y 2015, Banco Bisa S.A. llevó a cabo talleres y una campaña de difusión de información, con la finalidad de contribuir a mejorar la educación financiera de la población a través del Programa Creando Futuro, llegando a 5.919 beneficiarios el año 2014 y 21.367 beneficiarios en 2015 (Memoria RSE Banco Bisa, 2015).

En la gestión 2016 se alcanzó un total de 121.261 beneficiarios, incluyendo al grupo de Mujeres Emprendedoras (Memoria RSE Banco Bisa, 2016).

En la gestión 2017 el programa alcanzó un total de 104.646 beneficiarios (Memoria RSE Banco Bisa, 2017).

En la gestión 2018 el alcanza un total de 104,658 beneficiarios, contribuyendo con la educación financiera a clientes, micro y pequeños empresarios, emprendedores, estudiantes universitarios, jóvenes de centros juveniles y estudiantes de unidades educativas, llegando a estos últimos a través de la enseñanza masiva a sus profesores (Memoria RSE Banco Bisa, 2018).

En la gestión 2019, el programa logra alcanzar a 106.976 beneficiarios, incorporando al grupo del Portal Educación Financiera “Descubre” (Memoria RSE Banco Bisa, 2019).

En la gestión 2020, el número de beneficiarios llega a 45.860, afectada también por las medidas sanitarias necesarias con la suspensión de clases presenciales en Unidades Educativas (Memoria RSE Banco Bisa, 2020).

Tabla 3: Resultado del Programa de Educación Financiera por gestión

EDUCACIÓN FINANCIERA A GRUPO DE:	BENEFICIARIOS						
GESTIÓN	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
CLIENTES MypE's	2,812	2,539	533	270	350	421	1,067
JÓVENES	27	687	2,048	2,309	2,644	3,286	11,460
FERIAS		294					
CENTROS PENITENCIARIOS	263	575	881	920			
PERSONAS CON CAPACIDADES DISTINTAS		102				77	
NIÑAS Y NIÑOS	1,101	5,960	91,263	97,611	98,806	82,843	8,625
CLIENTES NUEVOS	1,128	10,450					
CANALES ELECTRÓNICOS	588	760					
MUJERES EMPRENDEDORAS			292	611	302	512	223
CLIENTES Y USUARIOS			26,244	2,925	2,556	11,583	19,588
DESCUBRE						8,254	4,897
TOTAL	5,919	21,367	121,261	104,646	104,658	106,976	45,860

Fuente: Elaboración propia con datos de Memoria RSE Banco Bisa (2014 - 2020).

En el segundo, se lleva a cabo una campaña de Difusión de Información Financiera con la finalidad de llegar a clientes, Ente regulador y a más sectores de la sociedad de manera continua por medio de videos, folletería, publicaciones en redes sociales, boletines, comics, cartillas, etc.

Tabla 4: Difusión de Información Financiera por gestión

INFORMACIÓN FINANCIERA	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ALUCINE	19 Comunidades	10 Comunidades					
ASOBAN (Círculo cerrado agencias)	7 Cápsulas	7 Cápsulas	4,219,423 Personas	4,372,223 Personas	4,615,995 Personas	4,678,086 Personas	2,911,579 Personas
ASOBAN (Portal Informativo)							
CREANDO FUTURO BISA TV	23 Cápsulas	43 Cápsulas	4,219,423 Personas	4,372,223 Personas	4,615,995 Personas	4,678,086 Personas	2,911,579 Personas
CREANDO FUTURO "FOLLETERÍA"	40.000 Dípticos	40.000 Dípticos	50.000 Dípticos	144.000 Dípticos	100.000 Dípticos	90.000 Dípticos	120.000 Dípticos
CREANDO FUTURO REDES SOCIALES	71 Publicaciones	100 Publicaciones	88 Publicaciones	74 Publicaciones	55 Publicaciones	55 Publicaciones	73 Publicaciones
BOLETÍN MESA DE DINERO	50 Semanales	52 Semanales	52 Boletines				
CREANDO FUTURO COMIC		480,000 Ejemplares	480,000 Ejemplares	480,000 Ejemplares	180.000 Ejemplares	7.218 Ejemplares	11.460 Ejemplares
ASFI (Círculo cerrado agencias)			4,219,423 Personas	4,372,223 Personas	4,615,995 Personas	4,678,086 Personas	2,911,579 Personas
DESCUBRE-Portal Ed. Financiera			11.462 Usuarios	6.871 Usuarios	36.489 Usuarios	8.254 Usuarios	
CUÑAS RADIALES				1.628 Pases	1.628 Pases	1.628 Pases	185 Pases
CARTILLAS PARA ESTUDIANTES					78.100 Ejemplares	82.843 Ejemplares	94.100 Ejemplares
CARTILLAS PARA TALLERES					20.000 Ejemplares		

Fuente: Elaboración propia con datos de Memoria RSE Banco Bisa (2014 - 2020).

CAPÍTULO II

2. Políticas, Institucional y Normativa

2.1. Metodológica

2.1.1. Método de Investigación

El método de investigación empleado es el deductivo.

“Una de sus cualidades es extender el conocimiento de un fenómeno en particular a otro de su misma categoría. Va de lo general a lo particular” (CESPEDES, 2008, pág. 7).

De acuerdo a la información recolectada, se respalda y confirma el objetivo o se establecen los problemas a tratar para poder proponer una solución.

2.1.2. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es correlacional, ya que se busca establecer la relación entre las variables definidas; con la percepción del cliente respecto al uso de los canales electrónicos además de la asistencia eficiente por parte del banco.

2.1.3. Técnicas de Investigación

Se emplea la recolección de datos como técnica de investigación, mediante revisión bibliográfica, documental y estadística.

2.1.4. Fuentes de Información

Se utilizan como fuentes de información:

- Memorias del Banco BISA S.A.
- Memoria Responsabilidad Social Banco BISA S.A.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI)
- Sondeo entre los usuarios

2.1.5. Instrumentos de Investigación

Los instrumentos para éste trabajo de investigación son los datos estadísticos en la bibliografía consultada y datos recolectados de los clientes.

2.1.6. Procesamiento de Datos

A partir de la información obtenida a través de estadísticas, porcentajes, gráficas, comportamiento, durante el periodo establecido para el presente trabajo (2016 – 2020), se analizan las variaciones para obtener los resultados.

2.2. Marco Normativo

El desarrollo de la banca electrónica, y la importancia de la inclusión financiera como política de desarrollo sostenible, exigen también la supervisión y regulación a cargo de las entidades e instrumentos competentes.

Los servicios financieros abarcan un amplio rango de organismos que gestionan los fondos, incluidas las cooperativas de crédito, bancos, compañías de tarjetas de crédito, compañías de seguros, fondos de inversión y muchas otras.

En fecha 21 de agosto de 2013 el Estado Plurinacional de Bolivia promulgo la Ley 393 de Servicios Financieros. La ley tiene como objeto regular las actividades de intermediación financiera y la prestación de servicios financieros, así como la organización y funcionamiento de las entidades financieras y prestadoras de servicios financieros; la protección del consumidor financiero y la participación del Estado como rector del sistema financiero velando por la universalidad de los servicios financieros y orientando su funcionamiento en apoyo de las políticas de desarrollo económico y social del país (Banco Central de Bolivia, 2013).

2.2.1. Ley N°393

La presente Ley establece los derechos del consumidor.

De acuerdo a Ley N°393 de Servicios Financieros (Banco Central de Bolivia, 2013):

Capítulo VI: Sección II: DE LOS DERECHOS DEL CLIENTE O USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS.

Artículo 74. (DERECHOS DEL CONSUMIDOR FINANCIERO)

I. Los consumidores financieros gozan de los siguientes derechos:

- a) Al acceso a los servicios financieros con trato equitativo, sin discriminación por razones de edad, género, raza, religión o identidad cultural.
- b) A recibir servicios financieros en condiciones de calidad, cuantía, oportunidad y disponibilidad adecuadas a sus intereses económicos.
- c) A recibir información fidedigna, amplia, íntegra, clara, comprensible, oportuna y accesible de las entidades financieras, sobre las características y condiciones de los productos y servicios financieros que ofrecen.
- d) A recibir buena atención y trato digno de parte de las entidades financieras, debiendo éstas actuar en todo momento con la debida diligencia.
- e) Al acceso a medios o canales de reclamo eficientes, si los productos y servicios financieros recibidos no se ajustan a lo dispuesto en los numerales precedentes.
- f) A la confidencialidad, con las excepciones establecidas por Ley.
- g) A efectuar consultas, peticiones y solicitudes.
- h) Otros derechos reconocidos por disposiciones legales y reglamentarias.

En éste marco, las entidades financieras tienen la responsabilidad de cumplir la ley, para tal objetivo utilizan los medios necesarios para satisfacer los requerimientos de los usuarios.

2.2.2. Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero

Siendo la ASFI encargada de Reglamentar la Gestión de Seguridad de la Información, publica periódicamente normas y sus modificaciones, que se aseguran de regular las actividades bancarias en relación también con el uso de canales electrónicos.

Capítulo II: Reglamento para la Emisión y Administración de Instrumentos Electrónicos de Pago

Sección 1: ASPECTOS GENERALES

Artículo 4º - (Instrumentos Electrónicos de Pago autorizados) Se consideran Instrumentos Electrónicos de Pago autorizados los siguientes:

- a) Tarjeta de débito, crédito o prepagada;
- b) Órdenes electrónicas de transferencia de fondos;
- c) Billeteras Móviles;
- d) Otros IEP que el Directorio del Banco Central de Bolivia autorice.

(Autoridad de Supervisión de Servicios Financieros, ASFI, 2018):

Sección 2: EMISIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS ELECTRÓNICOS DE PAGO

Artículo 5º - (Requisitos mínimos de seguridad de los sistemas informáticos) Los sistemas que soportan la operativa de los IEP utilizados para la emisión y administración, deben cumplir mínimamente con los siguientes requisitos:

- a. Registro, seguimiento, control, respaldo y resguardo de la información asociada a las transacciones realizadas con los IEP;
- b. Control de límites en las transacciones, por restricciones de monto establecidos por el titular y/o usuario o por restricciones normativas (límites de crédito, sobregiros, retenciones, etc.);
- c. Provisión de información necesaria para la conciliación de las transacciones efectuadas y de comprobantes de transacciones efectuadas en terminales;

- d. Mecanismos de identificación, medición y control de los riesgos operacionales asociados;
- e. Mecanismos de control e identificación de transacciones sospechosas;
- f. Mecanismos de seguridad para garantizar la realización de transacciones sólo por el cliente o titulares y/o usuarios habilitados y la existencia de mecanismos continuos para el bloqueo de transacciones;
- g. Mecanismos físicos y lógicos de seguridad para controlar que se ejecuten todas las operaciones que se inician, debiendo estar en condiciones de detectar cualquier alteración o intervención a la información transferida, entre el punto en que ésta se origina y aquel en que es recibida por el destinatario;
- h. Mecanismos que permitan registrarlos incidentes de seguridad de la información relacionados con el funcionamiento de los sistemas informáticos;
- i. Configuración de seguridad de cuentas de usuarios y contraseñas que permitan:
 - 1. El bloqueo de la cuenta de usuario en caso de introducir tres intentos erróneos de inicio de sesión;
 - 2. Realizar el cambio periódico de contraseña;
 - 3. Validar el historial de contraseñas que evite el uso repetido de una misma contraseña;
 - 4. Utilizar un largo mínimo y complejidad de contraseña (en los casos que aplique).
- j. Implementar mecanismos de seguridad al brindar servicios de pago considerando los requerimientos establecidos en el estándar PCI-DSS (*Payment Card Industry – Data Security Standard*);
- k. Cumplir con lo establecido en el Reglamento para la Gestión de Seguridad de la Información contenido en la Recopilación de Normas para Servicios Financieros (RNSF) para administrar los sistemas de

información y la tecnología que soporta la emisión y administración de los servicios de IEP. En el caso de las SAFI, se debe cumplir lo previsto en el Reglamento para la Gestión de Seguridad de la Información, contenido en la Recopilación de Normas para el Mercado de Valores (RNMV) (Autoridad de Supervisión de Servicios Financieros, ASFI, 2018):

Artículo 15° - (Obligaciones del emisor de IEP) Los emisores de IEP deben cumplir con las siguientes obligaciones:

- a. Identificar al cliente o titular;
- b. Informar al cliente o titular sobre:
 1. Las características principales del IEP y los servicios ofrecidos a través de éste;
 2. Los derechos y obligaciones en el uso del IEP;
 3. Las funcionalidades, innovaciones implementadas y las medidas de seguridad para la correcta utilización del IEP con el propósito de prevenir el fraude o la infiltración de la información;
 4. Motivo, detalle y descripción de las comisiones y otros cargos , si existieran;
 5. Procedimientos a seguir en casos de robo, clonación o pérdida del IEP;
 6. Procedimientos y plazos de reclamos;
 7. Líneas de atención al cliente y/u otros mecanismos de comunicación para brindarle apropiada atención (Autoridad de Supervisión de Servicios Financieros, ASFI, 2018)

Sección 3: TARJETAS ELECTRÓNICAS

Artículo 2° - (Uso de la tarjeta electrónica) La tarjeta electrónica podrá ser utilizada para realizar las siguientes operaciones:

- a. Retiros de efectivo de cajas de ahorro, cuentas corrientes o líneas de crédito;
- b. Rescate de cuotas de fondos de inversión abiertos;

- c. Depósitos de efectivo en cajas de ahorro, cuentas corrientes o líneas de crédito;
- d. Carga y efectivización del Instrumento Electrónico de Pago (IEP) asociado a cuentas de pago;
- e. Pagos con el IEP;
- f. Transferencia de fondos a otra cuenta y otro IEP;
- g. Consulta de movimientos y saldos (Autoridad de Supervisión de Servicios Financieros, ASFI, 2018)

2.2.3. Banco Central de Bolivia

El Banco Central de Bolivia, de acuerdo a sus atribuciones, actualiza los 3 Requerimientos Operativos Mínimos de Seguridad para OETF, tarjetas electrónicas y billeteras móviles (Banco Central de Bolivia, 2020), en su Circular Externa CIEX N°3/2020, como sigue:

I. Requerimientos Operativos Mínimos de Seguridad para Órdenes Electrónicas de Transferencia de Fondos – OETF

1. Los servicios transaccionales deben operar utilizando canales de comunicación cifrados sobre un servidor seguro bajo el protocolo SSL o TLS.
2. La página *web* segura debe indicar el nombre de la entidad que emite el certificado digital de sitio seguro y un vínculo a la entidad certificadora que permita validar: entidad certificante, nombre de la página *web*, nombre de la entidad propietaria del sitio y validez del certificado. El proveedor de los servicios transaccionales no deberá habilitar una cuenta de acceso sin consentimiento del cliente o titular.
3. El certificado digital estará vigente hasta la fecha de expiración indicada en el mismo. En ningún caso la vigencia del certificado digital debe ser superior a la definida en el Reglamento de Firma Digital para el Sistema de Pagos emitido por el BCB.
4. Las entidades financieras deben implementar en su operativa, a través de portales de *internet* y banca móvil, mecanismos de autenticación robusta,

es decir, establecer al menos doble factor para la autenticación de usuarios en las siguientes instancias operativas:

- a. Autorización para el procesamiento de las OETF.
- b. Autorización para la introducción y modificación de los datos de beneficiarios u otra información sensible, cuya modificación podría dar lugar a la comisión de delitos o fraudes.
- c. Otras autorizaciones que involucren el procesamiento de OETF, como la habilitación de tarjeta de débito para pagos por *internet*.

Al menos uno de los factores que se aplique no debe ser reutilizable ni replicable ni ser susceptible de ser robado *vía internet*. En este sentido es factible utilizar una contraseña de un solo uso, generada por un *software* generador de claves (*tokens*), o una combinación de números a partir de una tarjeta de coordenadas.

El uso de doble factor de autenticación en el inicio de sesión es opcional.

5. Las transferencias de fondos deberán ser abonadas a las cuentas de los clientes una vez que se completen los procesos de validación exigidos por el sistema de procesamiento, y como máximo al finalizar el ciclo en caso de que el procesamiento involucre procesos de compensación y liquidación.
6. Las OETF deben cumplir con las siguientes características:
 - a. Autenticidad.
 - b. Integridad.
 - c. Confidencialidad.
 - d. No repudio.
 - e. Disponibilidad.
7. El intercambio de información entre las entidades financieras y las empresas proveedoras de servicios externos de tecnologías debe cumplir con las características de seguridad descritas en el punto 6.
8. El intercambio de información para el procesamiento de OETF entre las entidades financieras y sistema de compensación y liquidación debe

cumplir con lo definido en el Reglamento de Firma Digital para el Sistema de Pagos emitido por el BCB.

9. Las entidades financieras deben realizar campañas para informar la seguridad del uso del instrumento dirigidas a los usuarios de OETF que además incluyan:
 - a. Descripción de las operaciones y/o funcionalidades.
 - b. Uso del servicio.
 - c. Uso de los mecanismos de autenticación robusta: operativa y casos de aplicación.
 - d. Cambios en la operativa y/o mecanismos de autenticación y/o procesamiento de órdenes de pago.
 - e. Sistema de atención de reclamos y consultas de clientes

II. Requerimientos Operativos Mínimos de Seguridad para Tarjetas Electrónicas

1. Las tarjetas electrónicas deben ser emitidas de manera física y pueden ser utilizadas de manera virtual a solicitud del titular.
2. Las tarjetas electrónicas deben contener en forma impresa, grabada o embozada, según corresponda, los siguientes datos: nombre del emisor, número de tarjeta, valor de verificación de la tarjeta y cuando corresponda, nombre, logo y holograma de la marca internacional. La tarjeta de crédito debe incluir fecha de vencimiento.
3. Los últimos cuatro dígitos embozados, grabados o impresos en la tarjeta deben concordar con los dígitos que figuren en el recibo generado por la terminal, cuando se imprima al momento de realizar retiros o compras presenciales.
4. Cuando se trate de tarjetas de débito o prepagadas, el emisor debe ofrecer al titular la opción de impresión del nombre del tarjetahabiente en el plástico explicando las ventajas y desventajas de la selección. En caso de que el cliente no desee incluir este dato el emisor debe registrar y guardar la selección realizada con la firma del titular.

5. La banda magnética de las tarjetas electrónicas debe contener la siguiente información: número de cuenta principal (PAN), fecha de vencimiento, valor de verificación del PIN, valor de verificación de la tarjeta (CVV) y código de servicio. Esta información debe ser validada por el emisor al momento de procesar las transacciones.
6. El código de validación de la tarjeta (CAV2, CID, CVC2, CVV2) o los datos de validación del PIN no deben poder almacenarse en sistemas o bases de datos.
7. Los mensajes que se intercambien entre las terminales deben generarse bajo el estándar ISO 8583, que podrá ser adaptado a las necesidades particulares para facilitar la interoperabilidad de las plataformas involucradas.
8. Las Empresas Administradoras de Tarjetas Electrónicas que procesen transacciones con tarjetas electrónicas deben comunicar con una anticipación de 30 días calendario a sus participantes, al BCB, y la ASFI las actualizaciones que se realicen al estándar ISO 8583.
9. Las habilitaciones de tarjetas electrónicas para compras en *internet* y el procesamiento de pagos en *internet* en páginas *web* de establecimientos comerciales o de servicios nacionales se deben realizar en entornos seguros y de confianza.
10. Los emisores deben implementar mecanismos de autenticación robusta para las autorizaciones de las tarjetas electrónicas que se usen de manera virtual, considerando que al menos uno de los factores que se aplique no debe ser reutilizable ni replicable ni ser susceptible de ser robado vía *internet* (por ejemplo, una contraseña de un solo uso específica para un pago y generada por un *software* generador de claves (*tokens*), una combinación de números a partir de una tarjeta de coordenadas, etc.),
11. Como mecanismo de autenticación robusta para tarjetas con *chip*, el titular o usuario del instrumento para realizar pagos presenciales en establecimientos comerciales o de servicios con tarjetas electrónicas,

debe introducir el PIN una vez que el encargado del establecimiento introduzca el monto de la transacción, el cual deberá estar visible para seguridad y certeza del titular o usuario. En este sentido, los emisores deben prever en el diseño del instrumento que el código de servicio requiera la introducción del PIN para realizar transacciones. Las transacciones presenciales con tarjetas de tecnología sin contacto (*contactless*) estarán exentas de la aplicación del PIN hasta un monto máximo de Bs150 (Ciento cincuenta Bolivianos).

12. Cuando se utilice tarjetas con *chip* para procesar pagos presenciales en establecimientos comerciales o de servicios, no será necesaria la firma manuscrita ni se emitirá un recibo (*voucher*) impreso para el cliente, a no ser que éste lo solicite.
13. Para el caso de tarjetas electrónicas de emisores del exterior que cuenten exclusivamente con banda magnética para su procesamiento en establecimientos comerciales o de servicios de Bolivia, el titular o usuario del instrumento al momento de realizar una compra presencial debe presentar su documento de identificación y firmar los comprobantes de la transacción.
14. Los adquirientes deben instruir a los establecimientos comerciales o de servicios procesar las transacciones siempre utilizando la lectura del chip.
15. Las comisiones que pagan los establecimientos comerciales o de servicios a las Empresas Administradoras de Tarjetas Electrónicas no se pueden transferir al titular o usuario de la tarjeta electrónica.
16. Las disputas o reclamos por el procesamiento de transacciones recaerán sobre las entidades emisoras o adquirientes que no operen con tarjeta *chip* bajo el estándar EMV de la siguiente manera:
 - a. La responsabilidad por transacciones procesadas con banda magnética en terminales que no tengan la capacidad de procesar tarjetas con *chip*, será del adquiriente.
 - b. La responsabilidad por transacciones procesadas con tarjetas únicamente de banda magnética en una terminal que tenga

habilitada la lectura de *chip*, será del emisor que no opere bajo el estándar EMV.

17. Se deben aplicar algoritmos de cifrado estándar para autenticar la tarjeta con *chip* y los datos de la operación.
18. Adicionalmente a los factores de autenticación robusta con el uso de PIN, se pueden utilizar sistemas biométricos de autenticación para verificar la identidad del tarjetahabiente.
19. En caso de que el emisor autorice la realización de operaciones fuera de línea, las tarjetas deben utilizar un mecanismo de autenticación dinámico (CAM) de tipo DDA o CDA que permita recalcular el valor de la firma digital en cada transacción, para lo que deben estar equipadas con un criptoprocesador.
20. El sistema operativo de las tarjetas podrá ser de plataforma nativa o abierta, ambos deben tener la capacidad de manejar DDA o CDA, en caso que el emisor acepte el procesamiento de transacciones fuera de línea.
21. Para los pagos con tecnología sin contacto (*contactless*) los emisores deben implementar en sus sistemas de monitoreo y seguimiento mecanismos de control interno, parámetros estrictos de seguridad y alertas para la prevención de fraude basados en la creación de reglas de frecuencia, velocidad, montos límite y otros que permitan controlar la cantidad de transacciones que se aprueban bajo la tecnología sin contacto. Entre dichas medidas, deben establecer para sus clientes un monto límite diario para este tipo de transacciones, modificable a solicitud del titular, para que cuando este sea superado las transacciones sean rechazadas.
22. Los emisores deben proporcionar a sus clientes mecanismos seguros que les permitan habilitar y deshabilitar el uso de PIN en transacciones presenciales con tarjetas de tecnología sin contacto (*contactless*).

III. Requerimientos Operativos Mínimos de Seguridad para Billetera Móvil

1. El emisor debe vincular al número de cuenta de billetera móvil, el nombre completo del titular, documento de identidad, número de dispositivo móvil, siempre y cuando previamente se efectúe la verificación positiva de la identidad del titular de la billetera móvil. Así mismo, debe mantener el registro de las operaciones procesadas por un periodo de al menos diez (10) años.
2. Las órdenes de pago deben procesarse a través de medios que garanticen el cumplimiento de las siguientes características de seguridad:
 - a. Autenticidad.
 - b. Integridad.
 - c. Confidencialidad.
 - d. No repudio.
 - e. Disponibilidad.
3. El emisor debe proporcionar al usuario una contraseña para autenticarse al servicio y generar mecanismos para recordarle su cambio al menos cada noventa (90) días. En ningún momento esta contraseña deberá almacenarse en la billetera móvil.
4. Los emisores deben implementar mecanismos de autenticación robusta. Es decir, establecer al menos un doble factor para la autenticación de usuarios en las siguientes instancias operativas:
 - a. Autorización para el procesamiento de las órdenes de pago.
 - b. Autorización para la introducción y modificación de los datos de beneficiarios u otra información sensible, cuya modificación podría dar lugar a la comisión de delitos o fraudes.
 - c. Otras autorizaciones que involucren el procesamiento de órdenes de pago como compras por *internet* o establecimientos comerciales y de servicios.

Al menos uno de los factores que se aplique no debe ser reutilizable ni replicable ni ser susceptible de ser robado vía *internet*. En este sentido es factible utilizar

una contraseña de un solo uso, generada por un *software* generador de claves (*tokens*), o una combinación de números a partir de una tarjeta de coordenadas.

El uso de doble factor de autenticación en el inicio de sesión es opcional.

Las operaciones de compra de saldo de telefonía móvil estarán exentas de la aplicación del mecanismo de doble o múltiple factor de autenticación hasta un monto máximo de Bs20 (Veinte Bolivianos).

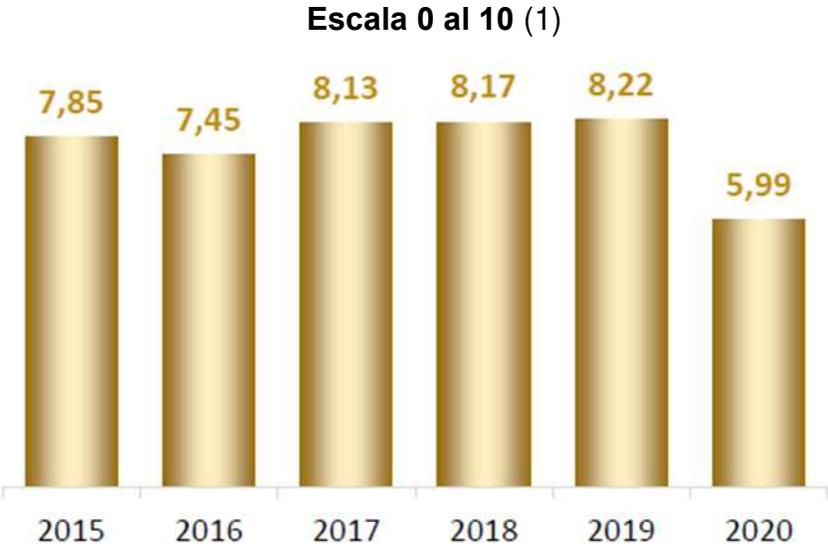
5. Para los pagos de compras de saldo de telefonía móvil estarán exentas de la aplicación del mecanismo de autenticación robusta, los emisores deberán implementar en sus sistemas de monitoreo y seguimiento mecanismos de control internos, parámetros estrictos de seguridad y alertas, para la prevención de fraude. Adicionalmente, deberán establecer límites para las transacciones, modificables a solicitud del cliente, para que cuando éstos sean superados las transacciones sean rechazadas.
6. Los emisores deben realizar campañas de información sobre la seguridad del uso del instrumento dirigidas a los usuarios de billeteras móviles que además incluyan:
 - a. Descripción de las operaciones y/o funcionalidades
 - b. Uso del servicio
 - c. Uso de los mecanismos de autenticación robusta: operativa y casos de aplicación
 - d. Cambios en la operativa y/o en los mecanismos de autenticación y/o procesamiento de órdenes de pago
 - e. Sistema de atención de reclamos y consultas de clientes
7. El tiempo máximo de inactividad en una sesión no debe superar los 60 segundos.

2.2.4. Encuesta Nacional de Servicios Financieros

Un aspecto introducido de la Ley N 393 de servicios financieros (LSF), en el marco de la nueva Constitución Política del Estado, es la función social que los servicios financieros deben cumplir.

En este marco se establece que la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) debe registrar y controlar el cumplimiento de función social de los servicios financieros, uno de los mecanismos para el fin señalado es la realización de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, cuya finalidad es evaluar las necesidades de los consumidores financieros, esta permitió estimar el índice de satisfacción con los servicios financieros que prestan las entidades y el índice de percepción del cumplimiento de la función social e índice de calidad y calidez de los servicios financieros, como se muestra en los siguientes gráficos.

Gráfico 5: Índice de satisfacción del consumidor financiero



(1) Corresponde al grado de satisfacción de los consumidores financieros.

Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2021).

Gráfico 6: Índice de satisfacción de calidad y calidez

Escala 0 al 10 (2)



(2) Corresponde a la percepción de los consumidores financieros sobre la calidad y calidez de los servicios financieros.

Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2021).

Gráfico 7: Índice de percepción de la función social de servicios financieros

Escala 0 al 10 (3)



(3) Representa la valoración que tienen los consumidores financieros sobre la incidencia de las entidades financieras en el logro de los objetivos de desarrollo integral para el vivir bien, eliminación de la pobreza y exclusión social y económica de la población.

Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2021).

2.3. Banco Bisa S.A.

De acuerdo a la clasificación de entidades financieras definida por la ley de servicios financieros, banco BISA S.A. se encuentra clasificado como banco múltiple junto a otros 13 bancos, siendo los principales actores en el sistema financiero nacional (Memoria RSE Banco Bisa, 2015).

Fundado el 5 de julio de 1963, Banco BISA asume como compromiso de vida promover el desarrollo nacional y satisfacer las necesidades de los clientes con oportunidad y calidad.

Guiado por 6 valores fundamentales:

- Calidad
- Prudencia
- Compromiso
- Coordinación
- Integridad
- Innovación;

Fieles a estos preceptos, hoy los clientes del Banco siguen constituyendo la primera prioridad.

Es precisamente gracias a este compromiso que, a casi 60 años de vida, se constituye en uno de los más importantes de Bolivia (Memoria RSE Banco Bisa, 2020).

2.3.1. Visión y Misión

- Ser la opción preferida para satisfacer las necesidades financieras en Bolivia.
- Simplificar la vida de nuestros clientes, transformando e innovando servicios y productos financieros y generando valor para nuestros grupos de interés.

Banco Bisa S.A., ha ido de la mano con los avances y requerimientos de la banca por internet, con capacitaciones constantes al personal y a sus clientes, es de ésta manera que la plataforma de Atención al Cliente se ha convertido en un punto fundamental en cuanto a capacitación y orientación del cliente respecto a los nuevos instrumentos que se ponen a disposición del usuario, siendo en ésta área donde “Simplificando tu vida” adquiere su real dimensión (Memoria RSE Banco Bisa, 2020).

2.3.2. Simplificando tu vida

Significa:

1. Atención. Estar a disposición del cliente y usuario para responder a sus requerimientos y necesidades.
2. Predisposición. Mostrar una actitud positiva para resolver cualquier duda o necesidad del cliente y usuario.
3. Dirección. Guiar a los clientes y usuarios para agilizar sus requerimientos y solicitudes.
4. Solución de problemas. Tener predisposición para atender y satisfacer con prontitud y de la mejor forma las inquietudes de los clientes y usuarios (Memoria RSE Banco Bisa, 2020).

2.3.3. Evolución de los servicios de Banco Bisa S.A.

En la gestión 2014, Banco Bisa incrementó su red de puntos de atención con nuevas agencias y cajeros automáticos, alcanzando 262 cajeros automáticos y 71 agencias a nivel nacional. Otro novedoso servicio fue la implementación del pago de impuestos de vehículos e inmuebles a través de cajeros automáticos.

Durante esta gestión se logró incrementar en un 30%, con relación al año anterior, el uso del servicio de depósito en efectivo a través de cajeros automáticos (transacciones de depósito en cajas a un canal electrónico), fácil acceso, seguridad y en cualquier momento (Banco Bisa, 2014).

En la gestión 2015 en lo que se refiere a cajeros automáticos se llegó a un total de 309 a nivel nacional, instalando 47 nuevos en la gestión y se apertura una nueva agencia en la ciudad de La Paz.

En esta gestión se desarrolló el código QR en la emisión de facturas del Banco, lo que permite consolidar la autenticidad de las mismas, además de dar cumplimiento a disposiciones del Servicio de Impuestos Nacionales (Banco Bisa, 2015).

En lo que se refiere a cajeros automáticos, en la gestión 2016 la red de atención se amplía a 322 ATM en todo el país.

De la totalidad de cajeros, 210 cuentan con el servicio de depósitos en efectivo, cómodo y accesible. En el sitio Web se instaló el servicio: Apertura de cuenta *On Line*, a través del cual los clientes pueden registrar la información requerida por el Banco para la apertura de cajas de ahorro, desde la comodidad de su casa u oficina (Banco Bisa, 2016).

En la gestión 2017, el Banco incrementó su red de puntos de atención a nivel nacional, iniciando operaciones en las Agencias Hupermall en Cochabamba, Pancara en La Paz, Riberalta en Riberalta, Oficina Externa San Cristóbal en Potosí, Oficinas Externas Yanacachi en La Paz y la de Mina Bolívar en el departamento de Oruro, en cumplimiento a la meta anual de cobertura de servicios financieros.

La red de atención se amplía a un total de 326 cajeros automáticos a nivel nacional, de los cuales, 247 cuentan con el servicio de depósitos en efectivo, facilitando la realización de transacciones con mayor comodidad y accesibilidad (Banco Bisa, 2017).

Al 31 de diciembre de 2018, el Banco opera en Bolivia a través de 1 Oficina Central, 10 sucursales y 64 agencias fijas, de las cuales 49 agencias están ubicadas en zonas urbanas y 15 agencias en zonas rurales, además, de contar con 12 oficinas externas.

A la fecha el Banco cuenta con una extensa red de 324 cajeros automáticos a nivel nacional, de los cuales, 247 cajeros automáticos cuentan con el servicio de

depósitos en efectivo, facilitando a los clientes y usuarios la opción de realizar sus transacciones con mayor comodidad y accesibilidad (Banco Bisa, 2018).

Al 31 de diciembre de 2019, el Banco operó a través de 1 Oficina Central, 10 sucursales y 63 agencias fijas, de las cuales 46 agencias están ubicadas en zonas urbanas y 17 agencias en zonas rurales, además cuenta con 13 oficinas externas. Al cierre de la gestión 2019, se dispone de 330 Cajeros Automáticos a nivel nacional (Banco Bisa, 2019).

Durante la gestión 2020, el Banco prestó servicios a través de 1 Oficina Central, 10 sucursales y 58 agencias fijas, de las cuales 41 agencias están ubicadas en zonas urbanas y 17 en zonas rurales, además de 13 oficinas externas y mediante 339 modernos cajeros automáticos a nivel nacional, permitiendo realizar no solo las transacciones tradicionales sino también depósitos en efectivo, pago de servicios, así como el retiro de dinero Sin Tarjeta, entre otros, facilitando a los clientes y usuarios la opción de realizar sus transacciones con mayor comodidad y accesibilidad.

Banco Bisa S.A., inicia el Programa Bisa Digital, se lanza la iniciativa para la definición de la Visión Digital del Banco en seis pilares fundamentales: Analítica Avanzada, Marketing Digital, Digitalización de Procesos, Agilidad, Tecnología y Organización, y Talento, iniciando la construcción de la nueva plataforma digital (Banco Bisa, 2020).

2.4. Relación con las Funciones laborales que desempeña

Desde el ingreso a la institución se fue conociendo la operativa desde el sector de cajas, trabajo que te enseña a conocer el sistema y muchas veces es un poco monótono, ya que se realizan las mismas transacciones a diario, (retiros, depósitos, pago y depósitos de cheques, depósito de cheques de otros bancos y del exterior; envíos y pagos de giros nacionales, remesas, transferencias a otros bancos, envíos de transferencias al exterior, cobro de tarjetas de crédito y débito, pago de préstamos, pagos de servicios básicos, pago de colegiaturas, pago de universidades, pago de telefonía, etc.), pero si tiene un alto riesgo, en

cuanto al tema de efectivo tanto físico como virtual ya que el error en un número podría traer diferencias que en la mayoría de los casos son asumidas por el funcionario; si no se logró determinar el error, para esto se deben tener en cuenta todas las medidas de seguridad respectivas.

Al término de un tiempo estuve como **Asistente de cajas**, a cargo de un determinado número de cajeros; dependiendo la agencia; donde existe mayor responsabilidad y manejo de más efectivo en las tres monedas con las cuales transacciona el Banco Bisa (bolivianos, dólares y euros), se debe abastecer a los cajeros y recibir el dinero que ingresa a la agencia cumpliendo con las normas en cada bóveda. Siendo también responsable del abastecimiento de los cajeros automáticos que tiene la agencia.

Se pudo colaborar un tiempo por el tema de la pandemia, en el área de archivos donde no existió un contacto directo con los clientes, pero se organizó todos los files de clientes pudiendo constatar que no todos contaban con el servicio de banca por internet, por ejemplo.

Pasada la crisis de la pandemia estuve como **Asistente de informaciones** donde mis funciones laborales se incrementaron y se tuvo un contacto directo con todos los clientes y usuarios. Asesoramiento y atención a clientes y usuarios respecto a diferentes canales electrónicos. Asistencia a nuevos clientes con la banca por internet, comenzando por la instalación de la aplicación en el celular, explicación de la plataforma, los beneficios. El año 2020 se lanzó la plataforma *e-bisa pluss*, en el cargo se ayuda a los clientes antiguos con la migración a la nueva plataforma.

Asistencia en el uso del cajero sin tarjeta, realizar depósitos en los cajeros automáticos, etc.

Asistencia en el uso de la plataforma para realizar pago de préstamos y tarjetas de crédito, giros al interior del país, exterior, transferencias entre cuentas.

Asistencia en pagos y cobros por medio del código QR, bloqueo o desbloqueo de tarjetas de débito, habilitar su uso para viajes al exterior y compras por *internet*.

Mi cargo actual es de **Asistente de atención al cliente** donde se realizan aperturas de cuentas de ahorro y cuentas corrientes, entrega de tarjetas de débito y crédito, afiliación a la banca por internet, creación de usuario para la misma, solicitud y entrega de chequeras, boletas de garantía, atención y registros de reclamos, activación para uso de tarjetas en el exterior, asesoramiento con la nueva plataforma de internet, certificación de cheques, transferencias al exterior y transferencias a otros bancos, etc.

Observaciones

En cada agencia, se dan a conocer los diferentes canales alternativos que tienen los clientes y usuarios para que puedan realizar sus transacciones (sin tener que esperar a ser atendidos por un funcionario), desde sus teléfonos móviles, indicándoles las ventajas para comodidad de los clientes, recalcando el ahorro de tiempo que tendrían en sus transacciones, cumpliendo la premisa del banco: “Simplificar la vida de nuestros clientes, a través del desarrollo y mejora permanente de productos y servicios”.

Sin embargo, aún existe desconfianza en la utilización de estos canales electrónicos; según percepción personal; motivo por el cual continúan las agencias llenas, las personas prefieren pagar en ventanilla una factura ya que no quieren recogerla después de 5 días hábiles, también se nota la molestia cuando recogen las facturas debido a los requisitos necesarios para hacerlo (si es una empresa deben recoger la(s) factura(s) con una carta y sello de la misma, y si es una persona natural debe recoger la misma persona que realizó el pago, si es un tercero debe tener una autorización).

En mi percepción, las facturas se deben enviar al correo electrónico del cliente para que él las imprima.

CAPÍTULO III

3. Factores Explicativos del Tema

A continuación presento un análisis previo de la evolución en la utilización de los canales electrónicos y su afectación directa o indirecta a las entidades y usuarios.

3.1. Referencia histórica de Información

La actividad bancaria también se ha adecuando a la constante innovación de la tecnología, es así que la expansión tradicional de oficinas se ve reemplazada por una expansión virtual, lo que significa a su vez, una disminución en los gastos operativos de la entidad financiera.

De acuerdo a El Deber (Vargas, 2020), hasta el mes de septiembre de 2020, se han cerrado un promedio de tres sucursales por mes, distribuidas de la siguiente manera: 16 en Santa Cruz, 7 en La Paz, 3 en El Alto, 1 en Cochabamba, 1 en Chuquisaca, 1 en Tarija. Mostrando la preferencia de los clientes por el uso de los canales digitales para realizar las transacciones, disminuyendo la afluencia en las oficinas por temor a los contagios.

Gráfico 8: Cierre de sucursales en 2020

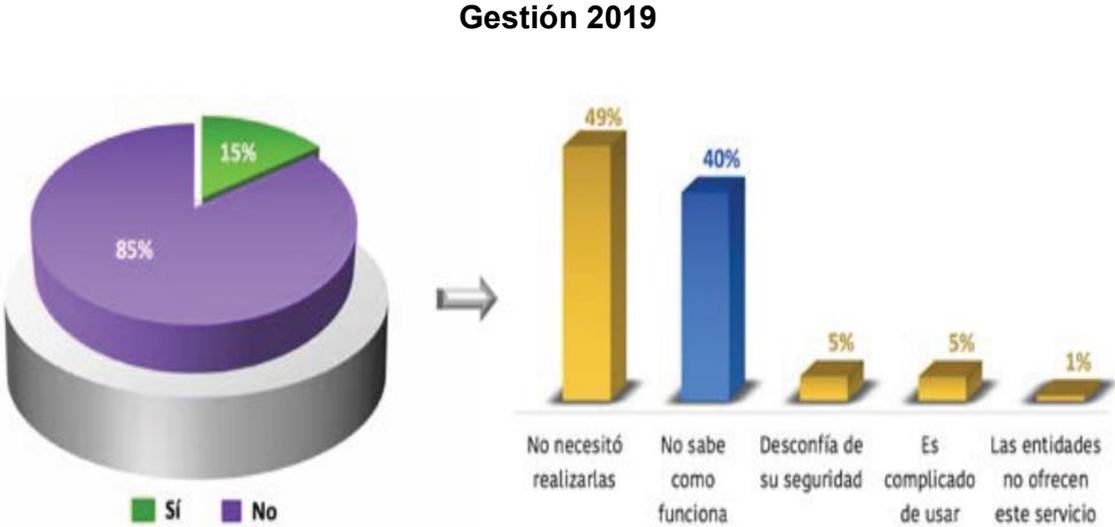


Fuente: El Deber (Vargas, 2020).

Pese a las ventajas que la nueva banca brinda a los clientes: rapidez, comodidad, disponibilidad inmediata, etc., aún existen clientes que ven con desconfianza los sistemas de seguridad que esta nueva propuesta ofrece, en parte por el desconocimiento de los servicios e incluso por la escasa cultura financiera que poseen.

De acuerdo a los resultados de la 5ta. Encuesta Nacional de Servicios Financieros (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2019), en 2019 el 85% de consumidores financieros no realizó transacciones electrónicas a través de banca por internet, como se observa en el siguiente gráfico:

Gráfico 9: Uso de banca por Internet y razones por las que no las realizan



Fuente: 5ta. Encuesta Nacional de Servicios Financieros (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2019).

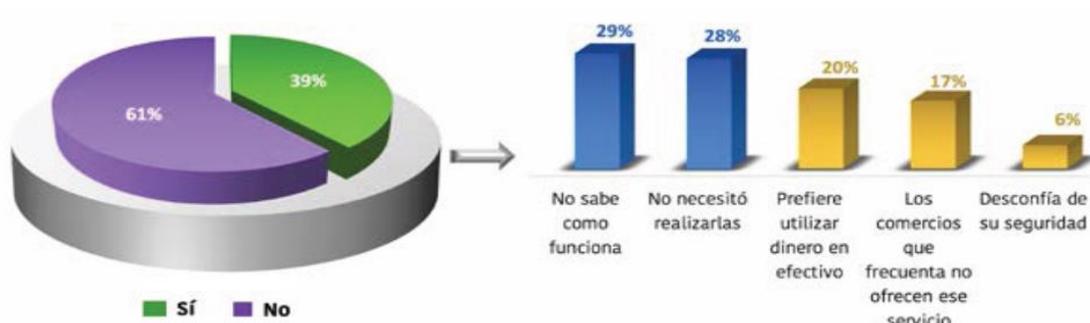
El 49% de los consumidores financieros no necesitó realizar transacciones a través de banca por internet, 40% no conoce el funcionamiento, 5% desconfía de la seguridad, 5% encuentra complicado el uso.

Los pagos realizados con tarjetas de débito o crédito, se redujeron al 39% de clientes que sí utilizaron ésta herramienta, sin embargo, del 61% de consumidores financieros que no utilizaron tarjetas en ésta gestión, el 57% muestra que es necesario promover más el uso de éstos instrumentos electrónicos de pago, 20%

aún prefiere usar dinero en efectivo y el 6% desconfían de su seguridad, como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 10: Clientes que realizaron pagos con tarjetas de débito o crédito

Gestión 2019

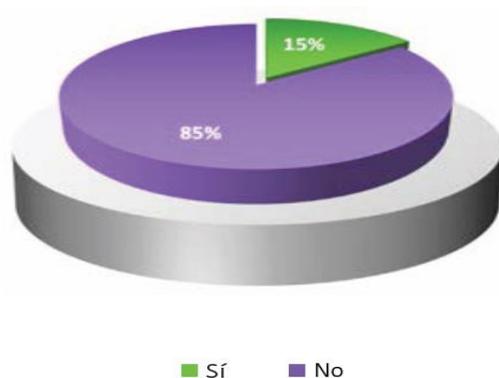


Fuente: 5ta. Encuesta Nacional de Servicios Financieros (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2019).

Los datos relacionados al uso de la Billetera Móvil se muestran en el siguiente gráfico.

Gráfico 11: Consumidores financieros que utilizaron Billetera Móvil

Gestión 2019



Fuente: 5ta. Encuesta Nacional de Servicios Financieros (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2019).

El 15% de los consumidores financieros realizó transacciones por Billetera Móvil.

El 18% de ellos tuvo inconvenientes en el momento de realizar las operaciones, 44% tuvo dificultades al cargar la billetera móvil y 24% indican que el personal no pudo atender sus consultas.

Gráfico 12: Problemas al realizar transacciones por Billetera Móvil

Gestión 2019



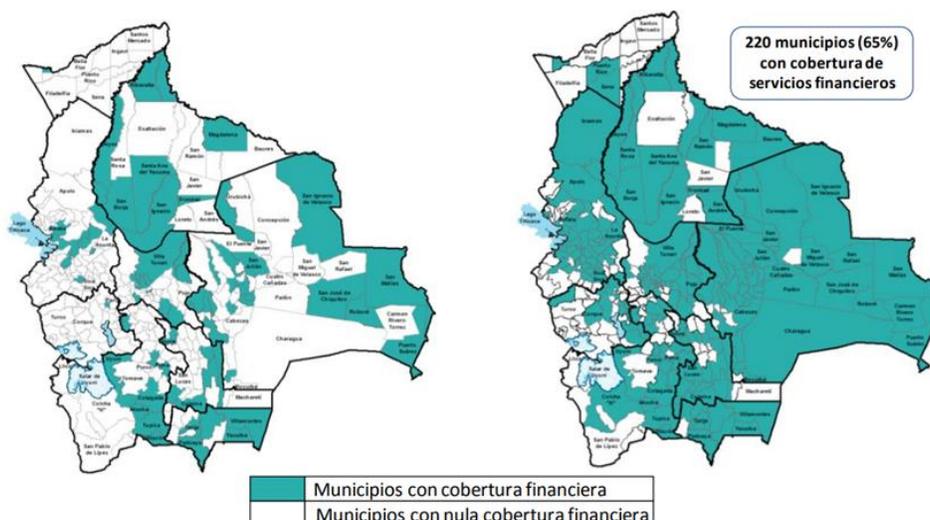
Fuente: 5ta. Encuesta Nacional de Servicios Financieros (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2019).

De acuerdo a la ASFI (ASFI, Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, 2019), los puntos de atención financiera (PAF) crecieron desde 2007 hasta 2019, 4 veces en el área urbana y más de 5 veces en el área rural. Dando lugar a que el 93% de la población boliviana cuente con cobertura de servicios financieros, el número de prestatarios creció en 122%, lo que demuestra que en los últimos años, la población tuvo mayor acceso a los servicios financieros en el país.

Además, se destaca el incremento en la utilización de los servicios a través de banca por *internet*, que creció en 67% entre 2016 y 2019, al igual que el uso de la billetera móvil. El número de tarjetas de débito aumentó cerca de 2,5 veces en los últimos 9 años, lo que va en línea con el crecimiento en el uso de medios electrónicos de pago.

A continuación se muestra en el gráfico, la evolución que ha sufrido la oferta de servicios financieros en el país, desde 2007 donde la cobertura era incipiente, hasta 2019 con cobertura mayor al 60%.

Gráfico 13: Mapa de Cobertura de Servicios Financieros



Fuente: Jefatura de Comunicación Institucional (ASFI, Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, 2019).

3.2. Utilización de Canales Electrónicos en Banco Bisa S.A.

A partir de la implementación de los servicios electrónicos, el banco ha acompañado a sus clientes en todos los pasos necesarios para adaptarse a la nueva tecnología, en ésta tarea la participación de cada colaborador ha sido fundamental, especialmente en el puesto laboral en el que desempeño mis actividades. Es así que en mi posición de trato directo con el cliente realizo actividades innovadoras que permiten establecer las necesidades particulares de cada usuario.

El primer paso fue establecer los grupos de usuarios y sus características determinadas por los siguientes factores: edad, actividad económica, educación, género, capacidades especiales.

Ya que la utilización de tarjetas de débito y crédito era; en un principio; exclusividad de personas económicamente activas, pero se ha podido observar que se ha generalizado su uso en la población, el segundo paso fue informa y orienta constantemente a los usuarios acerca de su utilización, ya que implicaba un servicio que el banco ofrecía a todos sus clientes, pero muy pocos conocían sus beneficios.

El tercer paso que se tomó, debido a que el uso de los cajeros automáticos incrementó cuando se puso a disposición de los clientes el servicio DepoBISA, fue realizar la orientación práctica a los clientes cuyas actividades requieren celeridad en las transacciones bancarias y no pueden esperar a ser atendidos en ventanilla. Esto llevó a reducir la cantidad de clientes en espera en las sucursales del banco.

La cuarta implementación fue la aplicación e-Bisa Móvil, que en lo personal, significó un nuevo reto, ya que cada cliente tiene necesidades y prioridades distintas, lo que requiere capacitación específica en cuanto al manejo de ésta herramienta. La aplicación permite al usuario realizar varias operaciones desde su teléfono móvil, sin embargo, sugerí y puse en práctica una orientación personalizada basada en los requerimientos de cada cliente, desde mi puesto en Plataforma del banco.

Esto me ha permitido crear una relación más cercana con cada cliente y poderle guiar en el manejo de las operaciones de uso frecuente en su actividad particular.

También es importante destacar que el cliente percibe la calidez y atención especial, además de la seguridad de que va a obtener la información que necesita, de manera clara y concisa, cumpliendo a cabalidad con nuestro lema: "Simplificando tu vida".

Otro punto importante ha sido la orientación a adultos mayores que; en un principio; mostraban una actitud pasiva originada en la desconfianza y recelo frente a los cambios tecnológicos. Destacar también que mi actividad de trato directo con el cliente, me permite identificar las necesidades de éste grupo en particular, lo que ha dado lugar a la implementación de servicios novedosos, que son de utilidad para los usuarios en general.

Finalmente, en el caso de *BisaChat*, que no solamente responde a las consultas de los clientes, sino que periódicamente envía mensajes a los dispositivos móviles de los usuarios para informarles acerca de las nuevas facilidades que le brinda el banco, además de constantes recordatorios acerca de las medidas de seguridad que cada usuario debe conocer; inicialmente no tenía buena recepción, ya que no se llegaba a todos los clientes, por lo que luego de consultar con algunos de los

usuarios, se ha recomendado al Jefe de sistemas, poder replicar los mensajes de forma más periódica, y así estar más presentes.

Algo que evidencié, luego de la experiencia extraordinaria que vivimos en la gestión 2020 a causa del Covid-19, y las situaciones que cada persona y familia tuvieron que afrontar, es que muchos de los clientes del banco se vieron en la necesidad de aprender a utilizar los instrumentos electrónicos y, claro está, el equipo de atención al cliente apoyamos constantemente con información precisa.

Banco Bisa S.A. considera confidencial la información estadística del uso de canales electrónicos, por tanto, se realizó la siguiente encuesta a clientes del banco con la finalidad de establecer la aceptación y conformidad con los servicios prestados:

Encuesta:

1.- ¿Está satisfecho con los servicios electrónicos que le ofrece su banco?

Sí _____ No _____

2.- ¿Se le explicó el manejo de la aplicación e-bisa?

Sí _____ No _____

3.- ¿Es comprensible para usted el manejo de banca por *internet*?

Sí _____ No _____

4.- ¿Cómo es la respuesta de BISA Responde a sus consultas?

Eficiente _____ Deficiente _____ Nunca llamó _____

5.- ¿Está familiarizado con el uso de la Tarjeta de débito/crédito?

Sí _____ No _____

6.- ¿Realiza pago de servicios vía *internet*?

Sí _____ No _____

7.- ¿Está familiarizado con el uso de Billetera móvil?

Sí _____ No _____

8.- ¿Sabe qué es Bisa chat?

Sí _____ No _____

9.- ¿Sabe usted que puede realizar consultas a través de *WhatsApp*?

Sí _____ No _____

10.- ¿Se le ha informado acerca de la seguridad en el uso del instrumento electrónicos en el banco?

Sí _____ No _____

3.2.1. Presentación de resultados

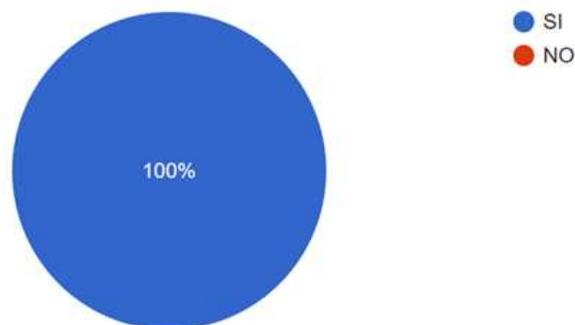
1.- ¿Está satisfecho con los servicios electrónicos que le ofrece su banco?

Tabla 5: Satisfacción con los servicios ofrecidos por Banco Bisa S.A.

Satisfacción con los servicios	Frecuencia Abs.	Frecuencia %
SI	12	100
NO	0	0
Total	12	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Gráfico 14: Satisfacción con los servicios ofrecidos por Banco Bisa S.A.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Tabla 5

Análisis e Interpretación de resultados

Los datos muestran la satisfacción del 100% de los clientes encuestados, con los servicios electrónicos que el Banco Bisa S.A. tiene a su disposición.

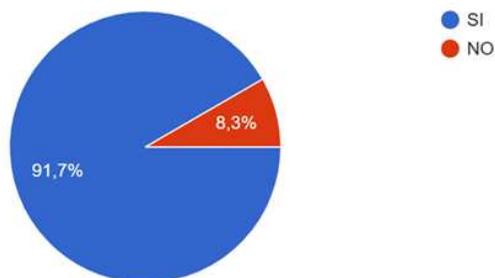
2.- ¿Se le explicó el manejo de la aplicación e-bisa?

Tabla 6: Explicación del manejo de la aplicación e-bisa

Se explicó el manejo	Frecuencia Abs.	Frecuencia %
SI	11	91,7
NO	1	8,3
Total	12	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Gráfico 15: Explicación del manejo de la aplicación e-bisa



Fuente: Elaboración propia con datos de la Tabla 6

Análisis e Interpretación de resultados

Los resultados muestran que el 91,7% de los clientes recibieron capacitación acerca del uso de la aplicación e-bisa, por otra parte, el 8,3% de los clientes, no recibieron la explicación necesaria.

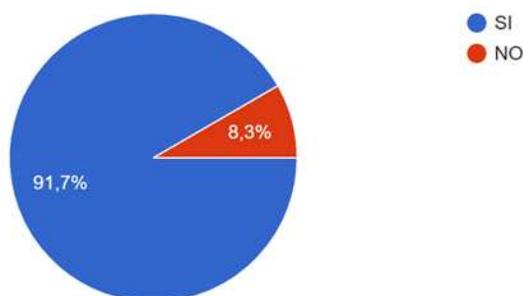
3.- ¿Es comprensible para usted el manejo de banca por *internet*?

Tabla 7: Comprensión del manejo de banca por *internet*

Comprende el manejo	Frecuencia Abs.	Frecuencia %
SI	11	91,7
NO	1	8,3
Total	12	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Gráfico 16: Comprensión del manejo de banca por *internet*



Fuente: Elaboración propia con datos de la Tabla 7

Análisis e Interpretación de resultados

Los resultados muestran que el 91.7% de los clientes comprenden el manejo de la banca por *internet*, sin embargo el 8.3% no comprenden su manejo.

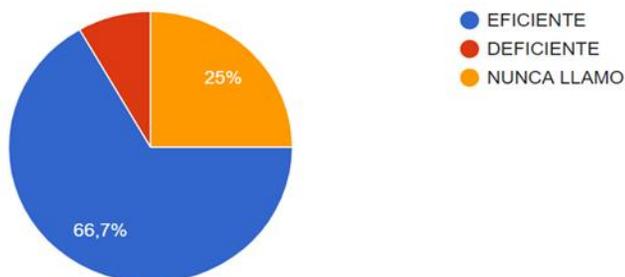
4.- ¿Cómo es la respuesta de BISA Responde a sus consultas?

Tabla 8: Respuesta de BISA Responde a las consultas

Respuesta de BISA Responde	Frecuencia Abs.	Frecuencia %
EFICIENTE	8	66,7
DEFICIENTE	1	8,3
NUNCA LLAMO	3	25,0
Total	12	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Gráfico 17: Respuesta de BISA Responde a las consultas



Fuente: Elaboración propia con datos de la Tabla 8

Análisis e Interpretación de resultados

Los resultados muestran que el 66,7% de los clientes del banco califican de eficiente la respuesta y solución a sus consultas, el 8,3% de clientes le da una nota deficiente y el 25% de los clientes, nunca llamó.

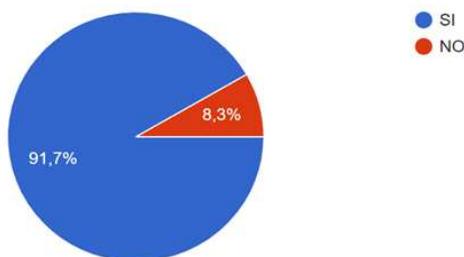
5.- ¿Está familiarizado con el uso de la Tarjeta de débito/crédito?

Tabla 9: Familiarizado con el uso de Tarjeta de débito/crédito

Cliente familiarizado con el uso de Tarjetas	Frecuencia Abs.	Frecuencia %
SI	11	91,7
NO	1	8,3
Total	12	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Gráfico 18: Familiarizado con el uso de Tarjeta de débito/crédito



Fuente: Elaboración propia con datos de la Tabla 9

Análisis e Interpretación de resultados

De acuerdo a los resultados, el 91,7% de los clientes del banco están familiarizados con el uso de las tarjetas de débito y crédito, y el 8,3% de ellos no lo están.

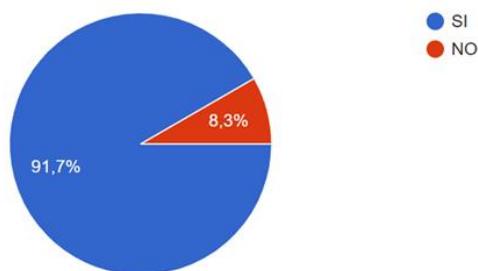
6.- ¿Realiza pago de servicios vía *internet*?

Tabla 10: Realiza pagos de servicios por *internet*

Realiza pagos por <i>internet</i>	Frecuencia Abs.	Frecuencia %
SI	11	91,7
NO	1	8,3
Total	12	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Gráfico 19: Realiza pagos de servicios por *internet*



Fuente: Elaboración propia con datos de la Tabla 10

Análisis e Interpretación de resultados

Los resultados muestran que el 91,7% de los clientes si realiza pago de servicios vía internet, y el 8,3% no lo realiza.

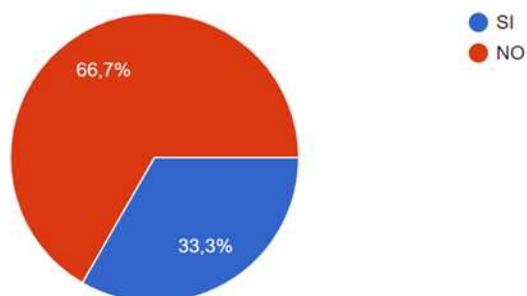
7.- ¿Está familiarizado con el uso de Billetera móvil?

Tabla 11: Familiarizado con el uso de Billetera Móvil

Cliente familiarizado con el uso de BM	Frecuencia Abs.	Frecuencia %
SI	4	33,3
NO	8	66,7
Total	12	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Gráfico 20: Familiarizado con el uso de Billetera Móvil



Fuente: Elaboración propia con datos de la Tabla 11

Análisis e Interpretación de resultados

Los resultados muestran que el 66,7% de los clientes no están familiarizados con la utilización de la Billetera móvil, y que sólo el 33,3% conoce su uso.

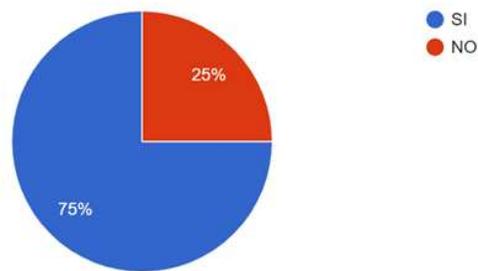
8.- ¿Sabe qué es Bisa chat?

Tabla 12: Sabe qué es Bisa chat

Conoce BisaChat	Frecuencia Abs.	Frecuencia %
SI	9	75,0
NO	3	25,0
Total	12	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Gráfico 21: Sabe qué es Bisa chat



Fuente: Elaboración propia con datos de la Tabla 12

Análisis e Interpretación de resultados

De acuerdo a los resultados, se observa que el 75% de los clientes del banco conocen el servicio de Bisa chat, y el 25% de clientes no saben qué es este servicio ofrecido por el banco.

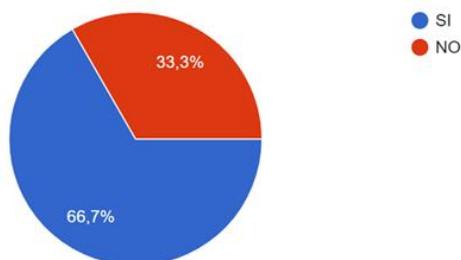
9.- ¿Sabe usted que puede realizar consultas a través de *WhatsApp*?

Tabla 13: Sabe que puede consultar a través de *WhatsApp*

Sabe del servicio por <i>WhatsApp</i>	Frecuencia Abs.	Frecuencia %
SI	8	66,7
NO	4	33,3
Total	12	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Gráfico 22: Sabe que puede consultar a través de *WhatsApp*



Fuente: Elaboración propia con datos de la Tabla 13

Análisis e Interpretación de resultados

Los resultados muestran que el 66,7% de los clientes saben que pueden realizar consultas a través de *WhatsApp*, y el 33,3% de los clientes, no conoce de este servicio.

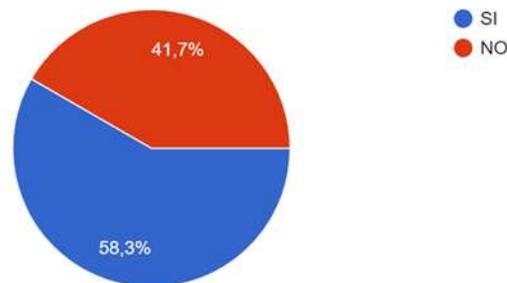
10.- ¿Se le ha informado acerca de la seguridad en el uso del instrumento electrónicos en el banco?

Tabla 14: Se informó al cliente sobre la seguridad en su uso

Está informado	Frecuencia Abs.	Frecuencia %
SI	7	58,3
NO	5	41,7
Total	12	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Gráfico 23: Se informó al cliente sobre la seguridad en su uso



Fuente: Elaboración propia con datos de la Tabla 14

Análisis e Interpretación de resultados

Los resultados muestran que el 58,3% de los clientes aseguran haber sido informados acerca de la seguridad en el uso de los instrumentos electrónicos, y el 41,7% de los clientes indica que no se les ha informado.

3.3. Verificación de objetivos

3.3.1. Analizar la variación del índice de crecimiento en la utilización de operaciones electrónicas en el periodo 2016 – 2020.

El acceso a la información estadística de Banco BISA S.A., relacionada con este punto, ha sido negada por considerarla confidencial, por tanto se procede a realizar el análisis con datos generales.

En la siguiente tabla se observa la variación del índice del uso de operaciones electrónicas respecto a la gestión anterior en porcentajes.

Tabla 15: Variación del índice de crecimiento en el uso de operaciones electrónicas respecto a la gestión anterior (en %)

AÑO	OETF	TARJETAS DÉBITO/CRÉDITO	BILLETERA MÓVIL
2016	36.48	81.44	152.38
2017	48.02	41.31	20.04
2018	40.12	14.91	3.73
2019	46.02	36.12	- 16.08
2020	73.49	12.60	- 22.34

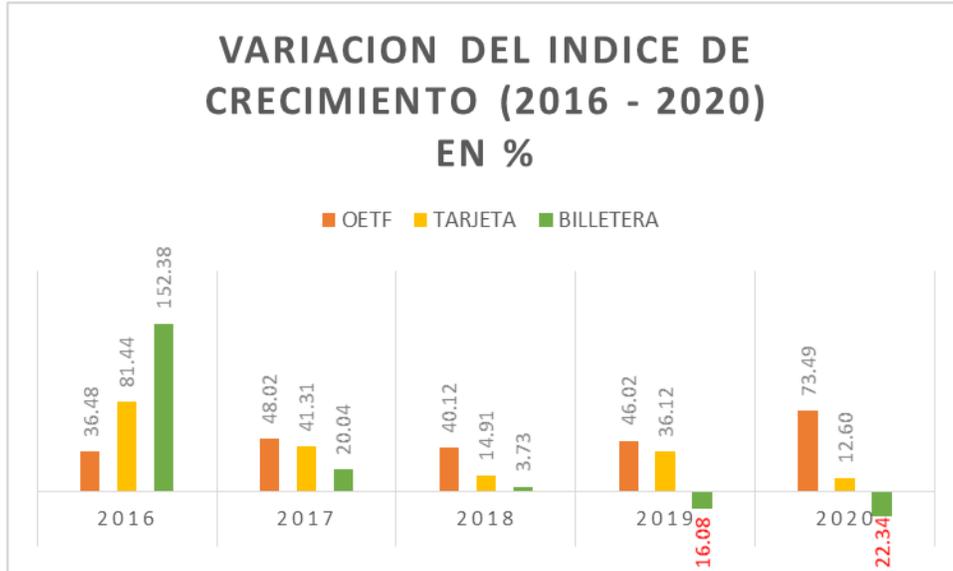
Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Central de Bolivia (2021).

Las Órdenes Electrónicas de Transferencia de Fondos muestran, a partir de 2016, un comportamiento ascendente en cuanto se refiere a la preferencia de los usuarios respecto a su uso, un leve decremento en la gestión 2018, elevando el índice en 2019 y mostrando un notorio crecimiento durante la gestión 2020.

El uso de Tarjetas de Débito y Crédito, que durante la gestión 2016 presenta un importante crecimiento, comienza a descender durante las gestiones 2017 y 2018, incrementando levemente en 2019, para descender en 2020 a su punto más bajo.

Por otra parte, la utilización de la Billetera móvil, describe un comportamiento inusual, comenzando en 2016 con un índice de crecimiento que sobrepasa el 150% respecto a la gestión anterior, sin embargo en 2017 muestra un decremento muy significativo, lo mismo que en la gestión 2018. Durante la gestión 2019, el descenso se muestra como un valor negativo, lo mismo que en 2020, lo que muestra la disminución en el uso de ésta herramienta electrónica por parte de los usuarios.

Gráfico 24: Variación del índice de crecimiento (en %)



Fuente: Elaboración propia con datos de datos del Banco Central de Bolivia (2021).

Se puede observar que las Órdenes Electrónicas de Transferencia de Fondos, tienen tendencia creciente, lo que lleva a deducir que el cliente busca agilizar sus transacciones financieras, inclinándose también por disminuir los riesgos asociados al manejo de dinero en efectivo.

Lo propio sucede con la utilización de tarjetas de débito y/o crédito, que muestran un crecimiento; aunque leve; en la preferencia del cliente por la utilización de éste medio, evitando los riesgos que implica en manejo de dinero en efectivo.

Es notoria la disminución en el uso de la billetera móvil en las dos últimas gestiones, debidas a factores variados, que provienen de la pérdida de confianza en el manejo de éste medio electrónico.

3.3.2. Grado de confiabilidad en el uso de los canales electrónicos

De acuerdo al Informe de Resultados de la Sexta Encuesta Nacional de Servicios Financieros, en cuanto a la satisfacción del usuario con los Servicios que el Sistema Financiero le brinda, ha alcanzado el valor más bajo desde la implementación de la ENSF en 2015

La pregunta utilizada en la Encuesta ha sido: “En general, ¿cuán satisfecho está con los servicios que le brinda el sistema financiero? (0 = Nada Satisfecho; 10 = Totalmente Satisfecho), observemos el registro por gestión en el siguiente gráfico.

Gráfico 25: Índice de satisfacción con los servicios financieros



Fuente: Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, (2021).

En relación a la gestión 2019, se observa un decremento de 27.13%. Se debe notar que el resultado no especifica a un servicio en particular, sin embargo, el último índice (5.99) permite alertar a las entidades financieras en cuanto a la atención requerida por los clientes, más aún, tomando en cuenta el incremento en el uso de instrumentos electrónicos en los últimos años.

Por otra parte, de acuerdo a los resultados de la Encuesta realizada a los clientes de Banco Bisa S.A., se observa el resultado efectivo que tiene hasta el momento el programa de capacitación a través de todos los colaboradores del banco, que tienen a su cargo la asistencia directa a los usuarios.

El siguiente gráfico muestra cuál es el grado de confiabilidad de los clientes, en el uso de los canales electrónicos de la Entidad, y además refleja el resultado de la orientación y ayuda permanentes a cada uno de los clientes por los diferentes medios descritos previamente.

Gráfico 26: Confiabilidad en los Canales Electrónicos de Banco Bisa S.A.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

El grado de satisfacción con el uso de los canales electrónicos llega al 100% de los clientes entrevistados.

La capacitación en el uso de estas herramientas, que se la realiza de manera individual, ha alcanzado a un 91.6% de los clientes. Este indicador obliga a encontrar los mecanismos necesarios para alcanzar a la totalidad de los clientes.

El conocimiento de las medidas de seguridad que debe considerar cada cliente en el momento de realizar sus operaciones a través de los canales electrónicos, es indispensable, sin embargo, el resultado de la Encuesta muestra que sólo el 58.3% de los clientes tiene conocimiento de su importancia.

Se observa que el 91.6% de los clientes realizan los pagos y operaciones financieras por *internet*, a través de la Plataforma disponible.

El uso de Billetera Móvil alcanza al 33.3% de los clientes.

Finalmente, el 91.6% de los clientes, utilizan las tarjetas de débito y/o crédito.

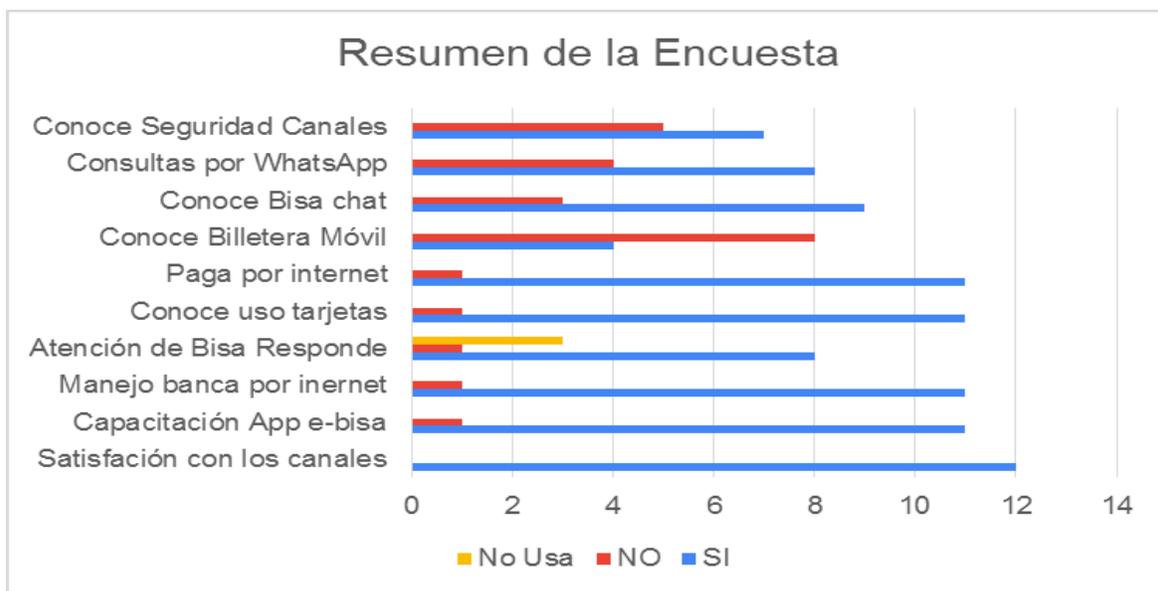
3.3.3. Información del Uso de Canales Electrónicos en el Banco BISA S.A.

De acuerdo a la Encuesta realizada aleatoriamente a clientes de Banco BISA S.A., se puede establecer que los usuarios tienen acceso a la información acerca de la seguridad que ofrecen los canales electrónicos.

La información que el banco brinda a sus clientes es constante especialmente en lo referente a los nuevos servicios disponibles, medidas de seguridad de la información y precauciones que deben ser tomadas en cuenta por el cliente a momento de utilizar los instrumentos electrónicos de pago.

El resultado de la encuesta realizada a los clientes del banco; como muestra el Gráfico 27; revela el incremento en la utilización de los instrumentos electrónicos y por consecuencia, la confianza en la institución.

Gráfico 27: Resumen de la Encuesta



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta.

3.3.4. Identificar los elementos que dificultan la utilización de estas herramientas electrónicas por parte de los clientes.

El análisis de los resultados de la encuesta y la observación desde el puesto de trabajo, permiten identificar los siguientes puntos limitantes para algunos usuarios, que dificultan el uso de los canales electrónicos:

- El pago por internet implica recoger la factura física en el banco en los días posteriores, incluyendo algunos requisitos si se trata de una empresa, o de un tercero, entonces, el cliente ve por conveniente realizar el pago directamente en la agencia de forma presencial.

Ésta dificultad se puede resolver enviando la factura al correo del cliente.

- Algunos usuarios prefieren realizar los pagos con dinero físico, mostrando desconfianza de las transacciones virtuales.

El proceso de adaptación a la evolución tecnológica depende de la predisposición individual, es así que el banco brinda a los clientes toda la información y asesoramiento necesarios de acuerdo a cada requerimiento.

3.3.5. Verificar que la respuesta de atención al cliente sea óptima.

Los resultados de la encuesta confirman que los clientes son capacitados en el uso de la aplicación e-bisa móvil y que ésta capacitación es comprensible para ellos.

Es importante señalar los resultados puesto que ésta aplicación es una de las herramientas más completas para el manejo de Banca por *internet* desde el teléfono celular, además de incorporar periódicamente nuevas funciones para la comodidad del cliente.

El cliente también puede encontrar orientación a través de BISA responde, además de realizar reclamos, solicitudes y/o consultas.

Está también disponible para la atención al cliente la consulta por *WhatsApp* sin restricción de horario.

CAPÍTULO IV

4. Conclusiones

En éste capítulo se describen las conclusiones de la presente Memoria Laboral de acuerdo a los análisis precedentes respecto al objetivo descrito inicialmente.

De acuerdo al análisis realizado se comprueba que el uso de los canales electrónicos por parte de los clientes del Banco BISA S.A. responde a una efectiva capacitación y asesoramiento por parte de la entidad bancaria a través de Plataforma de Atención al Cliente en forma presencial en las agencias, y a través de Servicios en línea.

En el periodo definido para el análisis; 2016 – 2020; Banco BISA S.A. acentuó las actividades de educación financiera dirigida a varios sectores de la población, utilizando diferentes medios de información. Tal actualización ha facilitado el incremento de operaciones con tarjeta de débito y crédito, las operaciones a través de órdenes electrónicas de transacciones financieras, además de nuevos servicios puestos a disposición del usuario, orientada a cubrir las necesidades y requerimientos de los clientes con el objetivo fundamental de Simplificarles la vida.

De forma específica, se ha analizado la variación del índice de crecimiento en la utilización de operaciones electrónicas, que a nivel nacional si es bastante fluctuante, ya que no todos los bancos la han implementado correctamente, a nivel del Banco BISA, si se detecta un incremento en la utilización de ésta herramienta.

El grado de confiabilidad que tiene los clientes en el uso de los canales electrónicos, en el Banco BISA, es alto.

Lo que dificulta la utilización de estas herramientas electrónicas en los clientes, es la falta de capacitación por parte de la institución bancaria.

Finalmente, se logró verificar, que si bien se tienen herramientas amigables (BISA Chat y WhatsApp) para atención al cliente, no se ha socializado su uso, por ello no todos los clientes las usan.

Por tanto, se puede concluir que la información general brindada a los clientes respecto al uso y aplicación de canales electrónicos a través de la plataforma de atención al cliente o por medios digitales, ha permitido su pronta familiarización con dichos medios para efectuar sus operaciones financieras.

5. Bibliografía

Angelov, A. S. (abril de 2019). *El Sistema Financiero Digita: los nuevos agentes*.

Obtenido de www.iaes.es:
http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_04_19.pdf

Ariola, P. B. (2005). *Las Microfinanzas en Bolivia: Historia y situación actual*.

Obtenido de Asofin Bolivia:
<https://asofinbolivia.com/web/archivos/LAS%20MICRO..dic%202005%20PE DRO%20ARRIOLA.pdf>

ASFI, Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero. (17 de septiembre de 2019).

Nota de Prensa. Obtenido de Bolivia Avanza en el uso y acceso a los Servicios Financieros:
https://www.asfi.gob.bo/images/ASFI/DOCS/SALA_DE_PRENSA/Notas_de_prensa/2019/N37_Nota_Inclusi%C3%B3n_Financiera.pdf

Autoridad de Supervisión de Servicios Financieros, ASFI. (15 de enero de 2018).

Circular ASFI/518. Obtenido de <https://servdmzw.asfi.gob.bo>:
https://servdmzw.asfi.gob.bo/circular/circulares/ASFI_518.pdf

Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero. (2012). *RECOPIACIÓN DE NORMAS PARA BANCOS Y ENTIDADES FINANCIERAS*. Obtenido de

<https://servdmzw.asfi.gob.bo>:
<https://servdmzw.asfi.gob.bo/circular/textos/t09.pdf>

Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero. (21 de enero de 2014). *ASFI_220*.

Obtenido de <https://servdmzw.asfi.gob.bo>:
https://servdmzw.asfi.gob.bo/circular/circulares/ASFI_220.pdf

Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero. (2018). *4ta Encuesta Nacional de Servicios Financieros*. Obtenido de <https://www.asfi.gob.bo>:

https://www.asfi.gob.bo/images/INT_FINANCIERA/DOCS/Publicaciones/Estudios/4TA_ENCUESTA_NACIONAL_DE_SERVICIOS_FINANCIEROS.pdf

- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero. (9 de noviembre de 2020). *Proyecto de Modificaciones a la Recopilación de Normas para Servicios Financieros*. Obtenido de ASFI_660: https://servdmzw.asfi.gob.bo/circular/circulares/ASFI_660.pdf
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero. (2021). *Consumidor Financiero*. Obtenido de <https://www.asfi.gob.bo>: <https://www.asfi.gob.bo/index.php/mercado-de-valores/12-cf/14-billetera.html>
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI. (2019). *Encuesta Nacional de Servicios Financieros*. Informe de Resultados, ASFI, La Paz.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI. (2021). *Informe de Resultados - 6ta Encuesta Nacional de Servicios Financieros*. Obtenido de <https://www.asfi.gob.bo>: https://www.asfi.gob.bo/images/INT_FINANCIERA/DOCS/Publicaciones/Estudios/ENSF_2020.pdf
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI. (junio de 2021). *Reporte de Inclusión Financiera*. Obtenido de <https://www.asfi.gob.bo>: https://www.asfi.gob.bo/images/INT_FINANCIERA/DOCS/Publicaciones/Inclusion_Financiera.pdf
- Banco Bisa. (2014). *Memoria Anual*. Obtenido de <https://www.bisa.com>: https://www.bisa.com/memoria2014/memoria_bisa_2014.pdf
- Banco Bisa. (2015). *Memoria Anual*. Obtenido de <https://www.bisa.com>: https://www.bisa.com/memoria2015/memoria_bisa_2015.pdf
- Banco Bisa. (2016). *Memoria Anual*. Obtenido de <https://www.bisa.com>: https://www.bisa.com/memoria2016/memoria_bisa_2016.pdf
- Banco Bisa. (2017). *Memoria Anual*. Obtenido de <https://www.bisa.com>: https://www.bisa.com/memoria2017/memoria_bisa_2017.pdf

- Banco Bisa. (2018). *Memoria Anual*. Obtenido de https://www.bisa.com:https://www.bisa.com/memoria2018/memoria_bisa_2018.pdf
- Banco Bisa. (2019). *Memoria Anual*. Obtenido de https://bisa.com:https://bisa.com/memoria2019/memoria_bisa_2019.pdf
- Banco Bisa. (2020). *Memoria Anual*. Obtenido de https://bisa.com:https://bisa.com/memoria2020/memoria_bisa_2020.pdf
- Banco Bisa. (s.f.). *Portal de Educación Financiera*. Obtenido de <https://www.bisa.com/personas:https://www.bisa.com/personas.php?page=97>
- Banco Central de Bolivia. (2013). *Ley 0393 Servicios Financieros*. Obtenido de https://www.bcb.gob.bo:https://www.bcb.gob.bo/webdocs/sistema_pagos/2013%20-%20LEY%200393%20-%20Servicios%20Financieros.pdf
- Banco Central de Bolivia. (28 de enero de 2019). *INCREMENTO SIGNIFICATIVO DE LAS TRANSACCIONES ELECTRONICAS EN BOLIVIA*. Obtenido de Nota de Prensa 07-Sistema de Pagos Electrónicos: https://www.bcb.gob.bo/webdocs/files_noticias/NP%2007%20-%20Sistema%20de%20Pagos%20Electr%C3%B3nico.pdf
- Banco Central de Bolivia. (2 de enero de 2020). *Circular Externa CIEX N°3/2020*. Obtenido de https://www.bcb.gob.bo/webdocs/sistema_pagos:https://www.bcb.gob.bo/webdocs/sistema_pagos/CIEX_N_3-2020_Requerimientos_Op_Minimos_Seguridad_IEP.pdf
- Banco Central de Bolivia. (30 de abril de 2021). *CP_23SISTEMADEPAGOS.pdf*. Obtenido de Comunicado de Prensa: https://www.bcb.gob.bo/webdocs/files_noticias/CP_23SISTEMADEPAGOS.pdf

- Banco Central de Bolivia. (1 de julio de 2021). *INFORMACION ECONOMICA*. Obtenido de Boletines Mensuales: <https://www.bcb.gob.bo/?q=boletines-mensuales>
- Banco Central de Bolivia, BCB. (2021). *Informe de Vigilancia del Sistema de Pagos 2020*. Banco Central de Bolivia. Obtenido de <https://www.bcb.gob.bo>: https://www.bcb.gob.bo/webdocs/sistema_pagos/IVSP_SISTEMA_DE_PAGOS_2020.pdf
- Basilea, c. d. (2008). *Principios Basicos para una supervicion bancaria efectiva . brasil*.
- Botero García, J. (2019). *Microeconomía: Paradigmas, anomalías y retos teóricos*. Colombia: AD-minister.
- Cabrera, M. (20 de junio de 2016). *Delta Financiero*. Obtenido de <http://www.eldeber.com.bo/economia/beneficios-ofrece-banca-electronica.html>: <http://deltafinanciero.com/54-Beneficios-que-ofrece-la-banca-electronica>
- Camacho, J. (2018). *Las Finanzas* . La Paz .
- CESPEDES, J. (2008). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION, CUARTA REIMPRESION*. COLUMBIA: UNIVERSIDAD DE MISSOURI.
- Deutsche Bank. (2015). *investor-relations.db.com*. Obtenido de https://investor-relations.db.com/files/documents/annual-reports/Deutsche_Bank_Annual_Report_2015.pdf?language_id=1
- Escuela Emprendedores. (20 de mayo de 2019). <https://escuela-emprendedores.alegra.com>. Obtenido de <https://escuela-emprendedores.alegra.com/ventas/que-es-un-sistema-pos-todo-lo-que-debes-saber/>
- Kiziryán, M. (2019). *economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/sistema-financiero.html>

LANDRETH, H., & COLANDER, D. (2006). *HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONOMICO*. MADRID: MC.GRAW.HILL.

LEADRETH, H., & COLANDER, D. (2006). *OB,CIT*.

Memoria RSE Banco Bisa. (2015). *Memoria_RSE_2014-2015*. Obtenido de <https://www.bisa.com>:
https://www.bisa.com/memoriaRSE/memoria_RSE_2014-2015.pdf

Memoria RSE Banco Bisa. (2016). *Memoria_RSE_2016*. Obtenido de <https://bisa.com>:
https://www.bisa.com/memoriaRSE/memoria_RSE_2016.pdf

Memoria RSE Banco Bisa. (2017). *Memoria_RSE_2017*. Obtenido de <https://www.bisa.com>:
https://www.bisa.com/memoriaRSE/memoria_RSE_2017.pdf

Memoria RSE Banco Bisa. (2018). *Memoria_RSE_2018*. Obtenido de <https://www.bisa.com>:
https://www.bisa.com/memoriaRSE/memoria_RSE_2018.pdf

Memoria RSE Banco Bisa. (2019). *Memoria_RSE_2019*. Obtenido de <https://www.bisa.com>:
https://www.bisa.com/memoriaRSE/memoria_RSE_2019.pdf

Memoria RSE Banco Bisa. (2020). *Memoria_RSE_2020*. Obtenido de <https://www.bisa.com>:
https://www.bisa.com/memoriaRSE/memoria_RSE_2020.pdf

Morales, F. C. (04 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com>: <https://economipedia.com/definiciones/cajero-automatico.html>

Muñoz Leiva, F. (2009). Caracterización de los Clientes de Banca Electrónica. *Revista de Estudios Empresariales, Segunda época*(1), 7.

Sana Commerce. (s.f.). *Conceptos de Comercio Electrónico*. Obtenido de <https://www.sana-commerce.com>: <https://www.sana-commerce.com/es/conceptos-de-comercio-electronico/que-es-terminal-punto-de-venta/>

SCHUMPETER, J. (1942). *CAPITALISMO Y SOCIALISMO DEMOCRACIA* . MEXICO DF: AGUILAR.

Schwaiger, M., & Locarek-Junge, H. (enero de 1998). Realizing Customer Retention Potentials by Electronic Banking. *ResearchGate*, 8(4), 24.

Vargas, C. P. (11 de septiembre de 2020). Cada mes se cierra un promedio de tres agencias financieras en Bolivia. *EL DEBER*.