

Estudio digitalización y exclusión financiera

ASUFIN

Noviembre 2023



· EDUCACIÓN FINANCIERA Y DIGITAL 2023 ·



Sobre **ASUFIN**

ASUFIN, la asociación de usuarios financieros, fundada en 2009 para la defensa y protección del consumidor financiero. Inscrita en el [REACU](#), es miembro del [CCU](#) (Consejo de Consumidores y Usuarios), del [BEUC](#) (*Bureau Européen des Unions de Consommateurs*), la mayor organización europea de asociaciones de consumo y de [Finance Watch](#).

ASUFIN tiene presencia, a través de su presidenta Patricia Suárez, en el Consejo Consultivo ([BSG](#)) de la [EBA](#) (Autoridad Bancaria Europea), el Comité de Protección a Inversores ([IPISC](#)) de la [ESMA](#) (Autoridad Europea de Valores y Mercados) y el Grupo de usuarios de servicios financieros ([FSUG](#)) de la [DG FISMA](#) de la Comisión Europea donde ostenta la vicepresidencia. También es vicepresidenta de [Finance Watch](#).

A nivel nacional, **ASUFIN** participa activamente en el impulso a las finanzas verdes, a través de [Spainsif](#).

Forma parte del programa [Finanzas para todos](#) que coordinan el [Banco de España](#) y la [CNMV](#). En este marco, la asociación desarrolla, entre otros, programas de educación financiera y digital, sobreendeudamiento y préstamo responsable, vivienda, seguros, inversión y finanzas sostenibles en el marco de la Agenda 2030. Por todo ello, recibió el [Premio a la trayectoria en Educación Financiera 2021](#) del programa Finanzas para todos.

Sobre **el autor**

Estudio realizado por el Departamento de Estudios de **ASUFIN**, con la colaboración de Antonio Luis Gallardo Sánchez-Toledo. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid, con las especialidades de Dirección Financiera e Investigación Económica. Tras haber trabajado en la sociedad de valores de La Caixa (hoy CaixaBank) y en el Grupo Santander, lleva más de 18 años desarrollando su labor en el ámbito de la protección de los consumidores y la educación financiera, realizando labores divulgativas que incluyen la elaboración de estudios en el ámbito de las finanzas personales y los seguros.

Introducción

La digitalización es una realidad que ha cambiado de forma radical la relación de las entidades financieras con los clientes, pero que no deja de generar un gran número de cuestiones. Por ejemplo, **hasta qué punto es una opción voluntaria que el cliente escoge** para obtener comodidad o rapidez en su operativa bancaria o si bien es forzosa, y la siente como impuesta. Esto sucede especialmente en sectores de la población que no están preparados para la misma.

Es lo que conocemos como exclusión financiera, que **tiene su origen en múltiples factores**, como la concentración bancaria vivida en las dos últimas décadas, con el ahorro de costes que ello ha traído consigo y, en general, la transformación del negocio financiero para hacer frente a la innovación tecnológica.

Para conocer más la situación que plantea la digitalización financiera partimos, en primer lugar, de un **análisis de la operativa del usuario**. En segundo lugar, cómo reflexiona usuario ante la realidad que plantea la cesión de datos e información y **su procesamiento por parte de las entidades bancarias y otros operadores del mercado, como las aseguradoras y, por supuesto, las empresas tecnológicas más importantes**. Y en último lugar, **conocer las situaciones de exclusión, especialmente en el segmento más relevante, el de los mayores**, donde se están concentrando buena parte de los esfuerzos de mejora del sector.

Cinco claves principales

1

Los españoles siguen usando mayoritariamente las herramientas de banca online para realizar consultas (96,50%) u operaciones básicas como transferencias (89,90%). Por el contrario, operativas más complejas como gestión de ahorros e inversiones (34,20%), o contratación de productos o servicios (27,80%) y financiación (25,00%) aún registran porcentajes muy bajos.

2

Hay una mayor desconfianza de los clientes ante la cesión de información, especialmente a empresas tecnológicas (74,50%), aunque también crece y es muy relevante la que se tiene ante bancos y aseguradoras (55,90%).

3

Cuatro de cada diez españoles (39,60%) no cree que la digitalización le esté ayudando en la gestión de sus finanzas, con diferencias entre grupos de edad muy notables, ya que la visión es netamente positiva para los menores de 25 años (96,80% cree que sí les ayuda frente a un 3,20% que no) y la contraria para los mayores de 65 años (32,10% cree que sí le ayuda y un 67,90% que no).

4

Un 88,80% de los mayores sigue estando obligado a realizar operaciones en cajero automático, lo que supone sólo un descenso del 2,40% con respecto al 91,20% del año 2022. En un 72,10% de los casos, el mayor es acompañado por personal de la oficina bancaria, un 2,60% más que el 69,50% de hace un año.

5

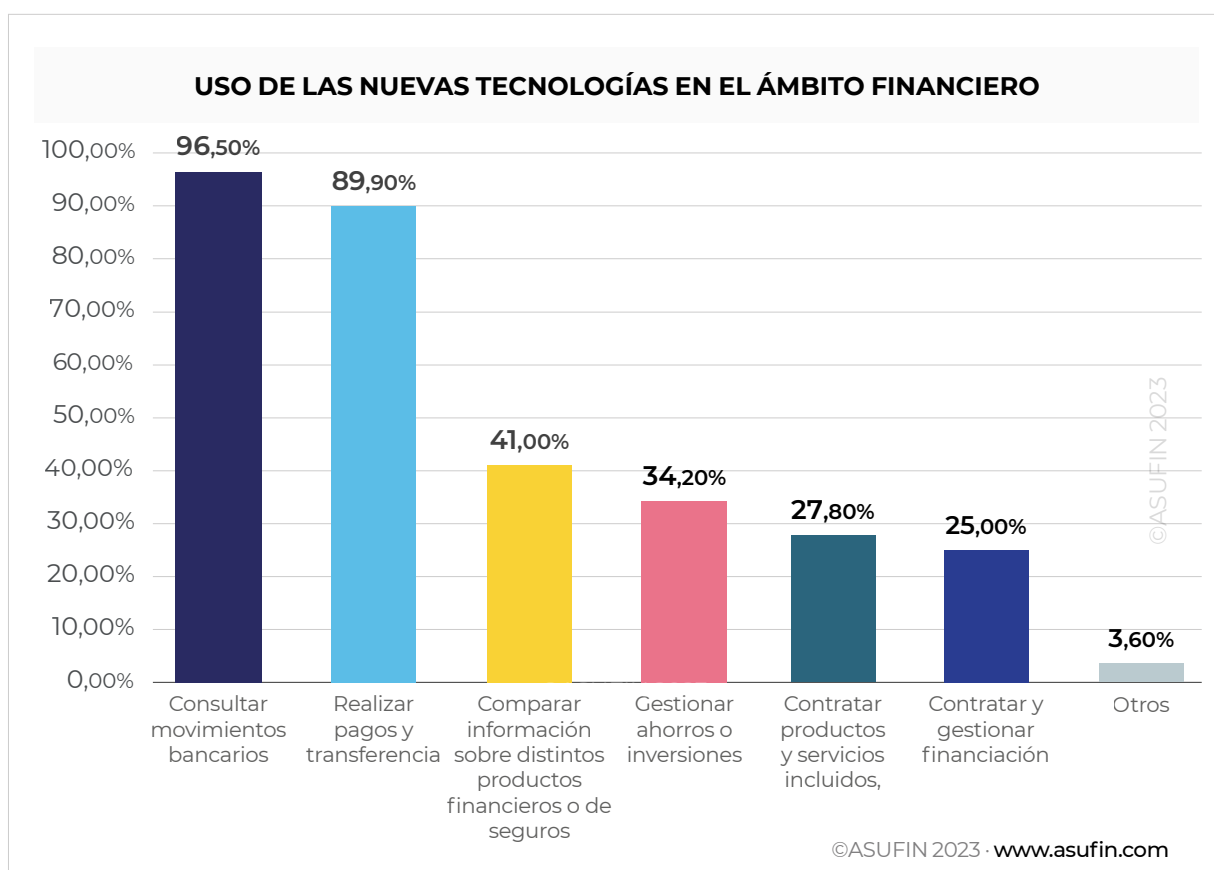
Un 35,50% de los mayores sigue considerando los cajeros difíciles de usar, con una mejora del 2,50% con respecto al 37,00% del año 2022. El 40,10% considera que su app ofrece mejor experiencia de usuario, lo que mejora sustancialmente el dato del 18,90% del año 2022.

Sólo un 34,20% usa las nuevas tecnologías para gestionar las inversiones y un 25,00% para contratar financiación

El uso de las nuevas tecnologías en la relación con la operativa bancaria se concentra de forma mayoritaria en las cuestiones básicas de consulta de movimientos y realización de pagos y transferencias. Así, un **96,50%** consulta habitualmente saldo y movimientos a través de dispositivos y haciendo uso de las *apps*, en porcentaje bastante similar al del año pasado, del 96,40%. Y el **89,90%** realiza pagos, en línea con relación al 89,60% registrado en 2022. En suma, **unos cambios mínimos que reflejan la total adhesión de las nuevas tecnologías a la operativa básica bancaria.**

Si nos referimos a la gestión y a la contratación, el escenario cambia ligeramente. Con relación al primer punto, los usuarios que gestionan la información de sus finanzas para, por ejemplo, comparar productos, se reducen a un **41,00%**, un 0,50% más que el 40,00% del año anterior; y los que admiten que gestionan de forma online sus ahorros o inversiones, se reducen a algo más de un tercio, el **34,20%**, con una subida del 0,90% con respecto al 33,30% de 2022.

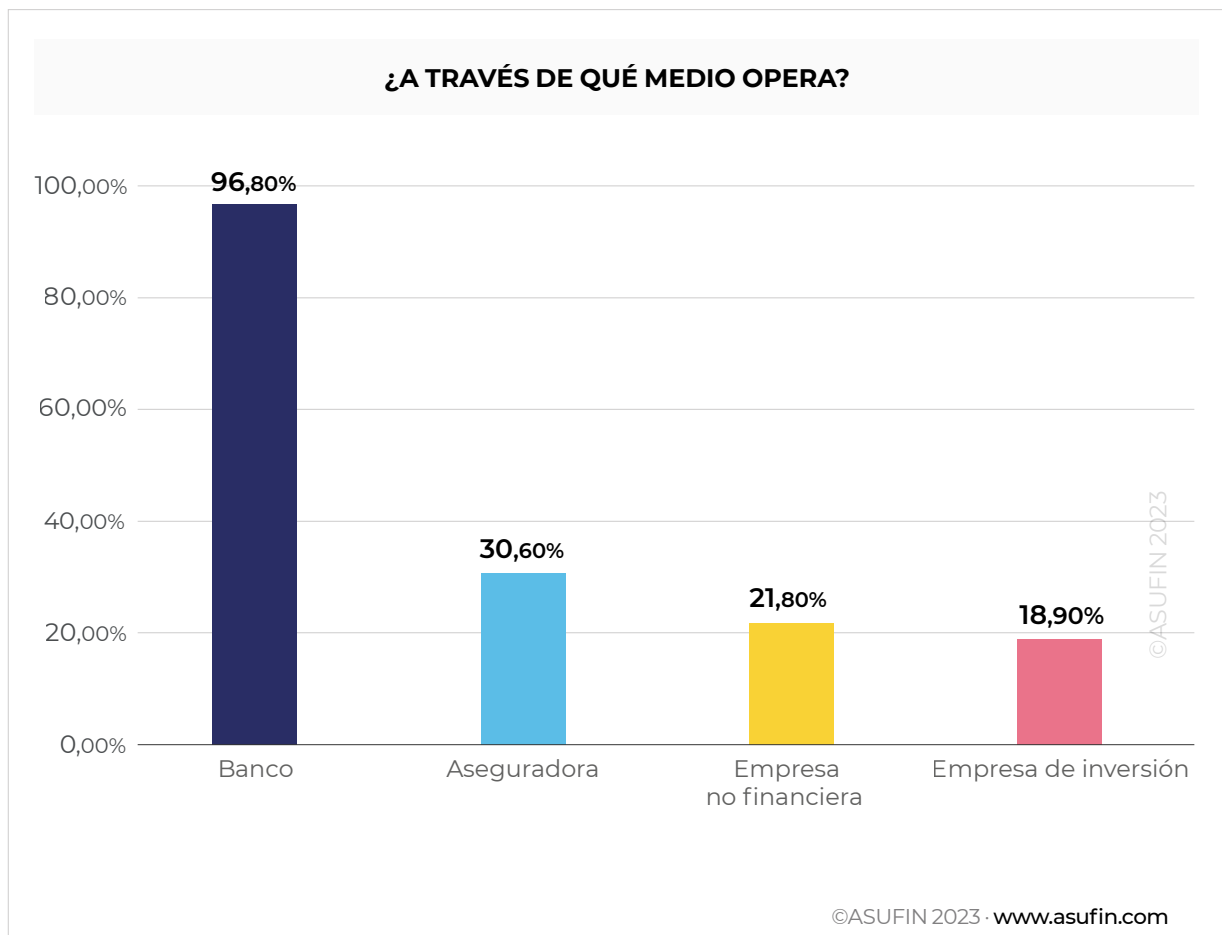
En cuanto a la contratación, los datos son más pobres. Un **27,80%** dice contratar productos y servicios, subiendo un 1,40%, con respecto al 26,40% del año anterior, mientras que contratar productos de financiación sólo lo hace el **25,00%**, pese a haber subido un 2,30% con respecto al 22,70% de 2022. Ambos porcentajes pueden considerarse bajos y deberse a reparos o desconfianza general pero también a **problemas de acceso o exclusión.**



El banco sigue siendo el medio principal para operar para un 96,80% de los ciudadanos

El **96,80%** de los españoles opera principalmente a través de su banco, lo que supone una muy leve caída del 0,20% con respecto al 97,00% del año 2022. El resto de las alternativas financieras sube, pero muy levemente. Los que operan online a través de aplicativos de las aseguradoras alcanza el **30,60%**, un 0,20% más que el 30,40% del año 2022.

Sube el dato relativo a empresas no financieras, pero dista de ser una alternativa: **sólo operan online con este tipo de compañías 2 de cada 10 españoles**, un **21,80%**, subiendo un 0,70% con respecto al 21,10% del año 2022. De la misma forma, las empresas de inversión continúan con una posición muy marginal, ya que sólo es alternativa para un **18,90%** de los españoles aunque haya crecido un 0,80% con respecto al 18,10% del año pasado



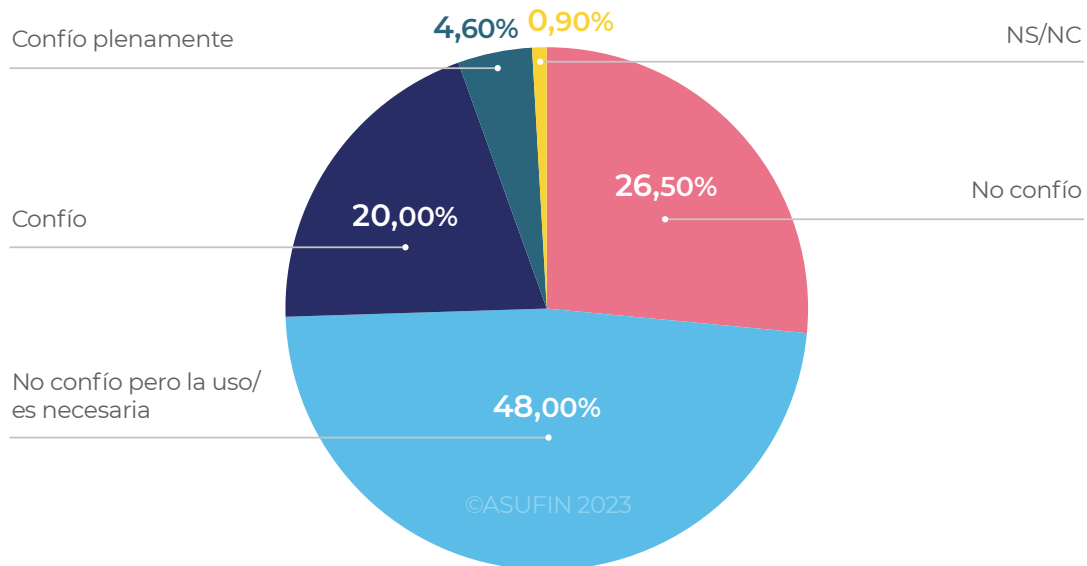
Crece la desconfianza en las grandes tecnológicas, que ya alcanza tres de cada cuatro ciudadanos

Buena parte de esta digitalización procede de las grandes empresas tecnológicas que tienen un papel muy relevante en la comercialización directa o indirecta de productos financieros. Frente al uso masivo de las que conocemos como GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple), **crece de forma muy relevante la desconfianza en cuanto a la cesión de información personal** que realizamos.

Un **26,50%** declara directamente que **desconfía del tratamiento de datos que realiza estas compañías**, un 1,40% más con respecto al 25,10% del año anterior. Un **48,00%** igualmente desconfía pero lo usa porque lo considera necesario, suponiendo una importante subida del 1,50% con respecto al 46,50% del 2022. Ambas suman un 74,50%, prácticamente 3 de cada 4 españoles.

En el lado contrario, cae un 3,10% los que confían, que pasan del 23,10% al **20,00%** este año, y se mantienen los que confían plenamente con un **4,60%**, aumentando un 0,10% con respecto al 4,50% del año pasado.

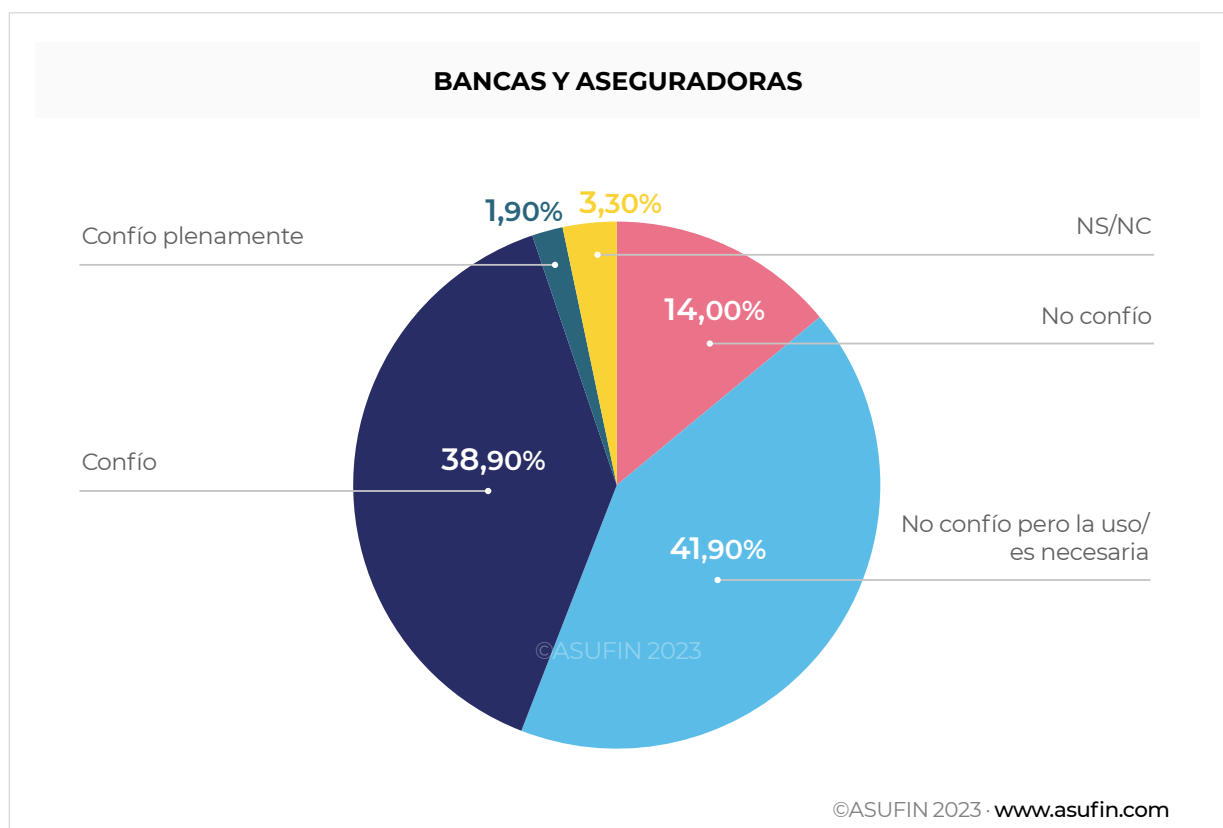
CONFÍO EN EMPRESAS GAFA (GOOGLE, AMAZON, FACEBOOK, APPLE)



La confianza en los bancos y aseguradoras desciende hasta un 40,80% de los ciudadanos

Los bancos y aseguradoras tampoco gozan del pleno nivel de confianza que cabría esperar en cuanto a la cesión y tratamiento de nuestros datos. Así, algo menos de 4 de cada 10 ciudadanos, un **38,90%** declara que confía, lo que supone una importante caída del 2,00% con respecto al 40,90% del año 2022. Igualmente, desciende ligeramente los que señalan que confían plenamente, que bajan del 2,00% de 2022 al **1,90%** en 2023. Ambos suponen apenas un 40,80% del total.

Por encima de este porcentaje, están los que señalan que no confían pero que lo consideran como necesario, que suma un **41,90%**, un 0,80% más que el 41,10% del año pasado. También crece hasta un **14,00%** los que señalan que no confían, con respecto al 13,50% del año 2022. Entre ambos suman un 55,90%, lo que supone 15 puntos más que los que confían.

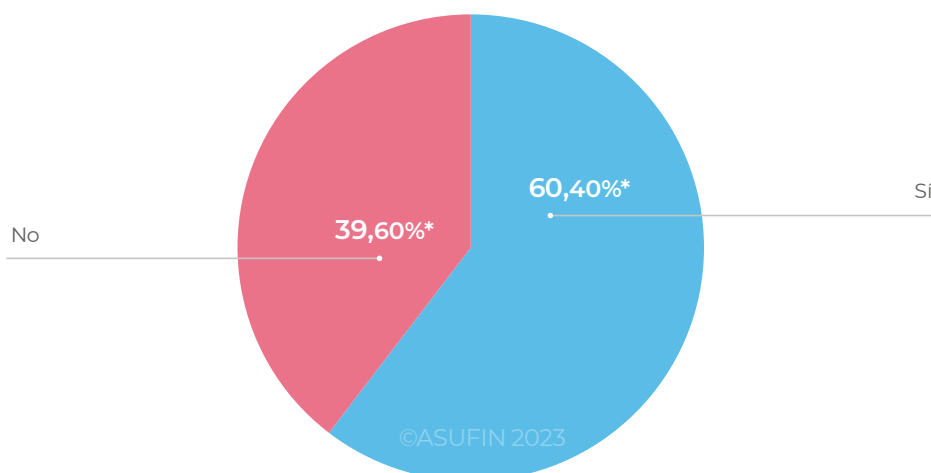
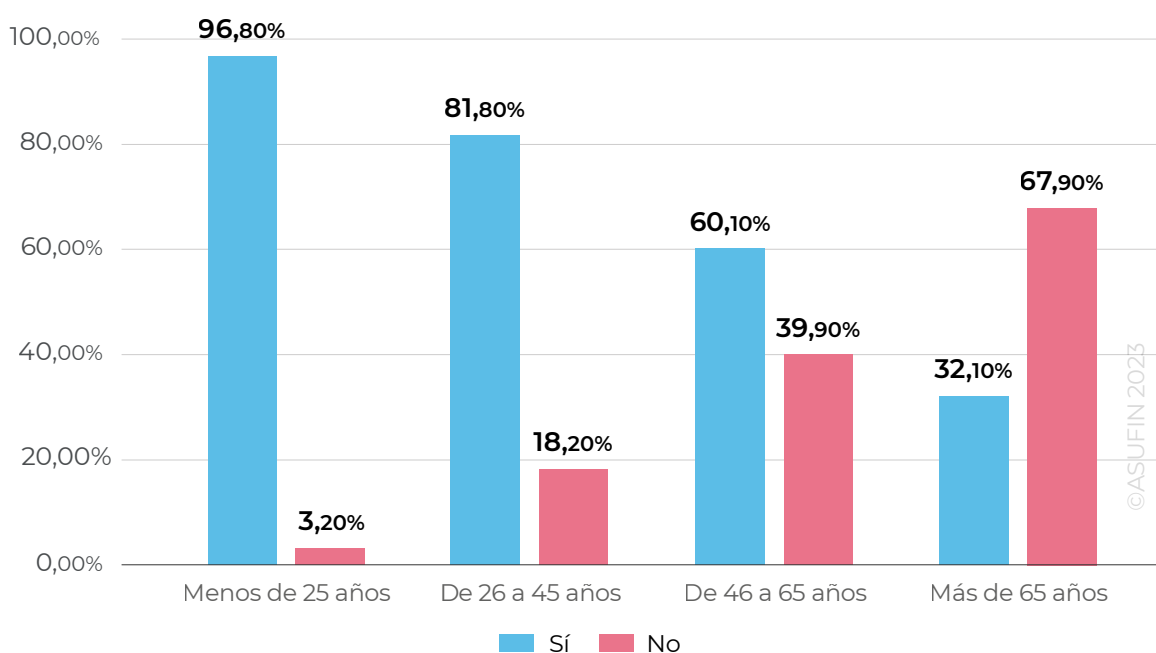


4 de cada 10 españoles consideran que la digitalización no les está ayudando en su gestión financiera

Si queremos ir más allá de conocer el tipo de uso y la confianza o desconfianza que genera la experiencia *online* del usuario a la hora de operar, tenemos que considerar la visión que tiene éste de la digitalización. Así, un **60,40%** afirma que la digitalización le ayuda en la gestión de sus finanzas, lo que supone que 4 de cada 10 ciudadanos, un **39,60%**, considera que no le ayuda.

Los datos reflejan además una brecha por edades. De este modo, prácticamente la totalidad de los más jóvenes menores de 25 años, un **96,80%**, considera que le ayuda. El porcentaje se va reduciendo a medida que se progresa por grupos de edad: un **81,80%** entre los 26 y los 45 años afirma que sí le ayuda, el **60,10%** entre los 46 y 65 años, y sólo un **32,10%** entre los mayores de 65 años.

¿CONSIDERA QUE LA DIGITALIZACIÓN LE AYUDA EN LA GESTIÓN DE SUS FINANZAS?



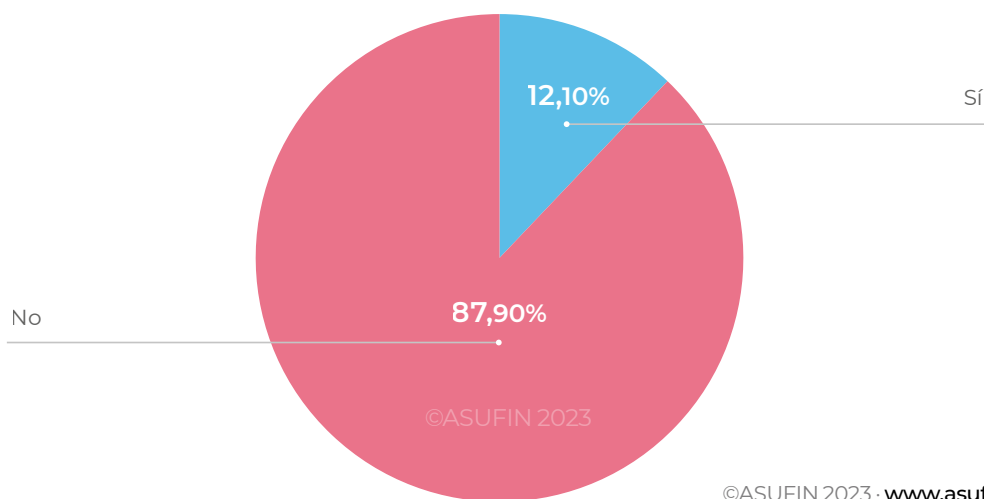
*Totalidad de las respuestas

Sólo un 12,00% de los mayores puede hacer todas las operaciones en ventanilla

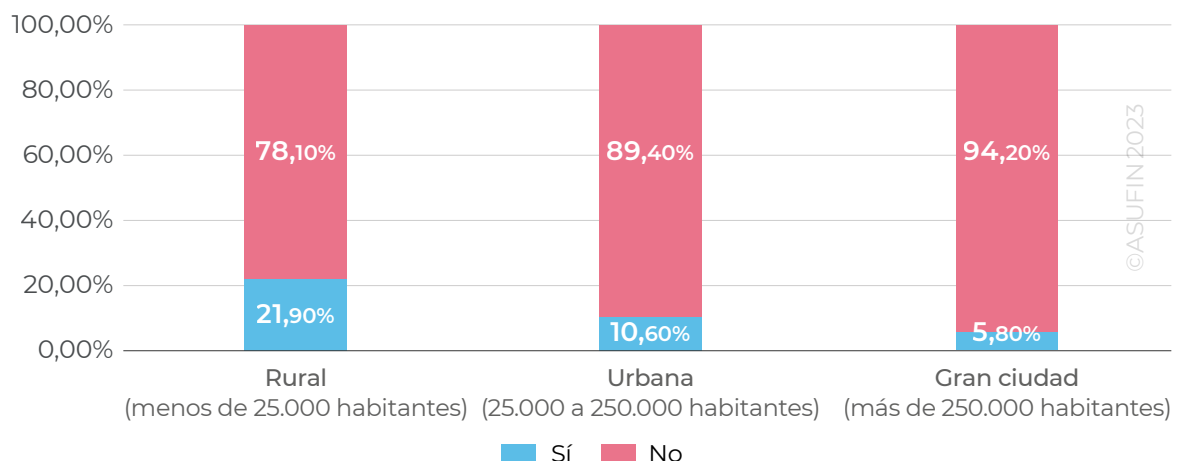
Uno de los efectos más claros de la exclusión en los mayores está en no permitir hacer operaciones en oficina en ventanilla, como disposiciones de efectivo o pagos de recibo, y obligar a hacerlas en cajeros automáticos. Esta realidad se mantiene, aunque haya mejorado muy ligeramente, y sólo un 12,10% de los mayores señala que aún pueden hacer operaciones en ventanilla, frente a un 10,30% de hace un año.

Estos datos suponen un crecimiento del 1,80% que está sustentado por las oficinas bancarias de las zonas rurales. En las poblaciones de menos de 25.000 habitantes, el porcentaje es del 21,90%, con un crecimiento del 3,50% con respecto al 18,40% del año pasado. En las localidades de 25.000 a 250.000, se produce un ligero crecimiento, pasando al 10,60% con respecto al 10,30% anterior. Por el contrario, en las grandes ciudades de más de 250.000 habitantes, se produce una ligera bajada, pasando del 5,90% del año 2022 al 5,80%, en estos momentos.

¿HA PODIDO HACER TODAS LAS OPERACIONES EN VENTANILLA?



¿HA PODIDO HACER TODAS LAS OPERACIONES EN VENTANILLA? (POR UBICACIÓN DE OFICINA)

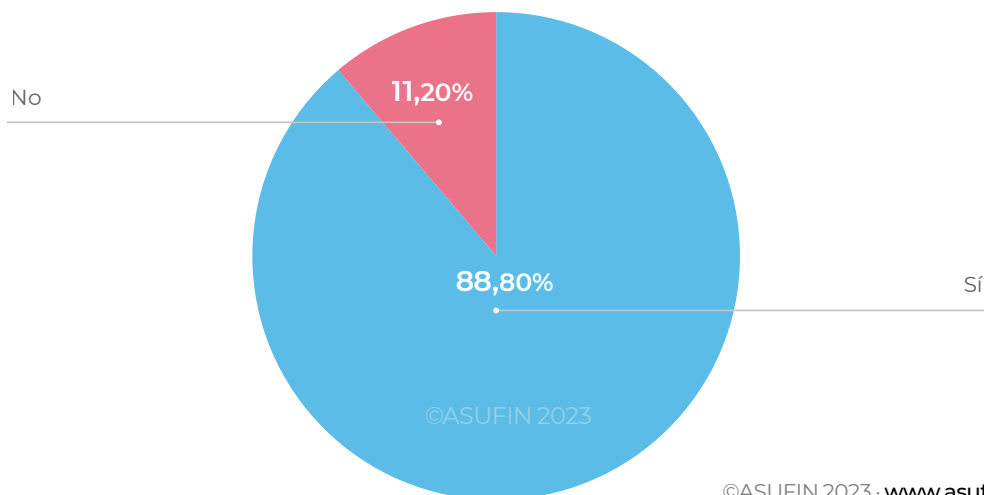


Un 88,80% de los mayores sigue obligado a hacer operaciones en el cajero

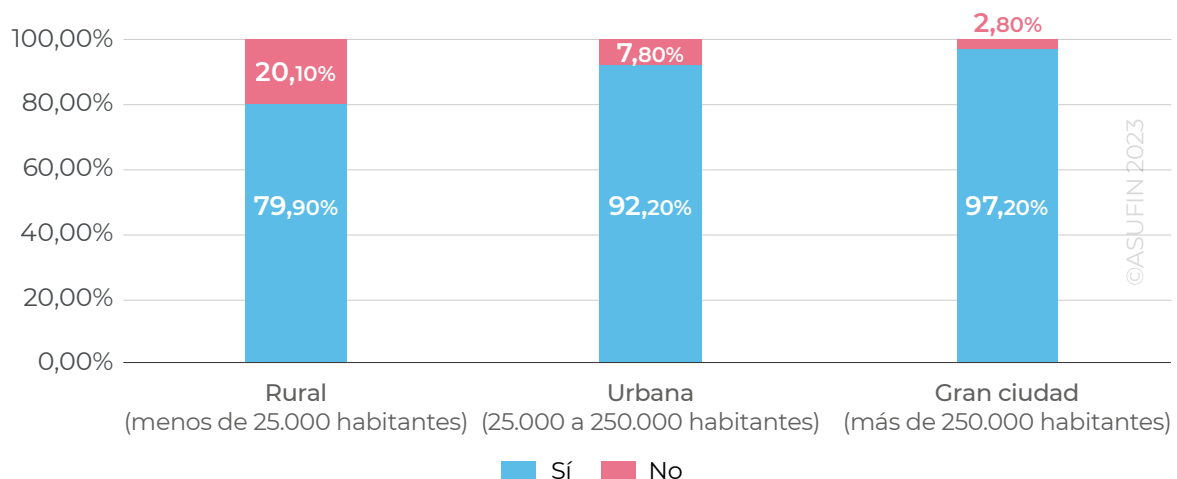
El **88,80%** de los mayores señala que sigue estando obligado a hacer operaciones en el cajero. Este porcentaje sigue siendo muy elevado, aunque **ha mejorado con respecto al 91,20% del año pasado**.

Esta mejora se debe a la aportación al dato que hacen las localidades más pequeñas, de menos de 25.000 habitantes, con un **79,90%** que declara verse obligado a realizar la operativa a través del cajero frente al 83,40% del año anterior. En el caso de las poblaciones urbanas, de 25.000 a 250.000 habitantes, este porcentaje pasa del 92,80% al **92,20%**. Por el contrario, en las ciudades de más de 250.000 habitantes se produce un leve deterioro, hasta el **97,20%**, desde el 96,9% de 2022.

¿LE HAN OBLIGADO A HACER OPERACIONES EN EL CAJERO?



¿LE HAN OBLIGADO A HACER OPERACIONES EN EL CAJERO? (POR UBICACIÓN DE OFICINA)

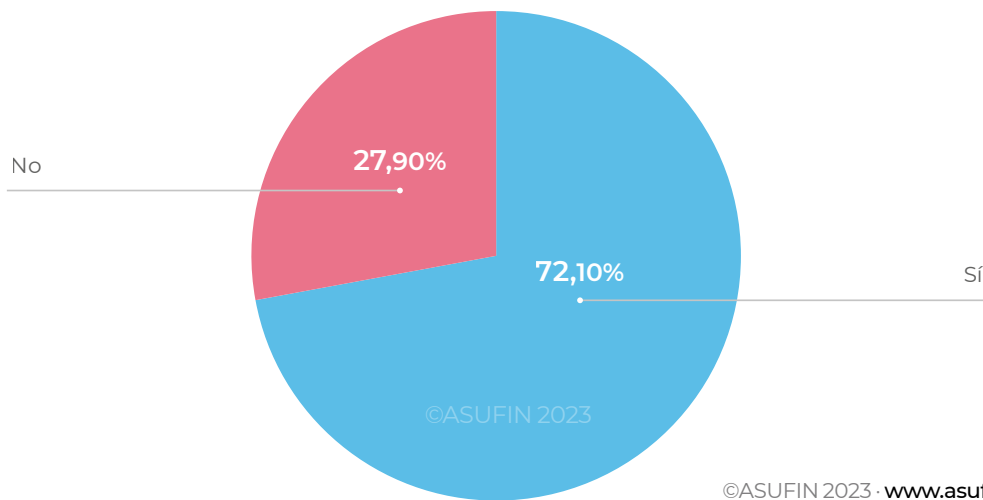


Un 72,00% de los mayores es acompañado por un empleado del banco para realizar operaciones

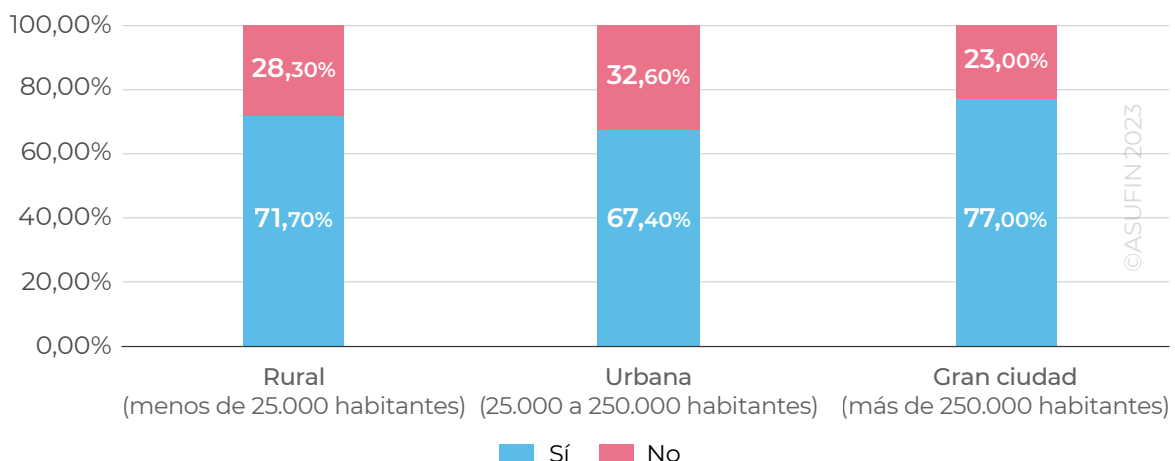
El hecho de no poder operar en ventanilla sumado al desconocimiento del manejo de todas las funciones de los cajeros automáticos o aplicaciones de banca *online* lleva a que se requiera ayuda por parte del personal del banco. **Esta asistencia es fundamental para el 72,10% de los encuestados**, frente al 69,50% del año anterior.

Asistimos al fenómeno de que **donde menos se presta servicio en ventanilla, más se suple con ayuda del personal**. En las grandes ciudades se realiza esa ayuda en un **77,00%** de los casos, frente al 73,40% de 2022. En las ciudades medianas, de 25.000 a 250.000 habitantes, se realiza en un **71,70%**, frente al 71,10% del año 2022. Por último, en las poblaciones de menos de 25.000 habitantes se reduce al **67,40%**, frente al 67,20% del año 2022.

¿LE HA ACOMPAÑADO UN EMPLEADO PARA AYUDARLE A REALIZAR OPERACIONES?



¿LE HA ACOMPAÑADO UN EMPLEADO PARA AYUDARLE A REALIZAR OPERACIONES? (POR UBICACIÓN DE OFICINA)

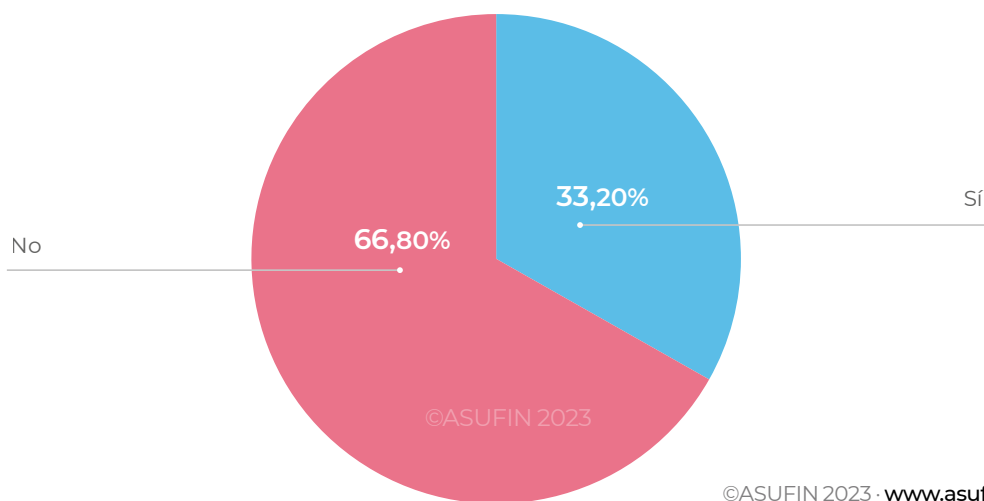


Menos de un tercio de los mayores declara poder usar libreta de ahorro

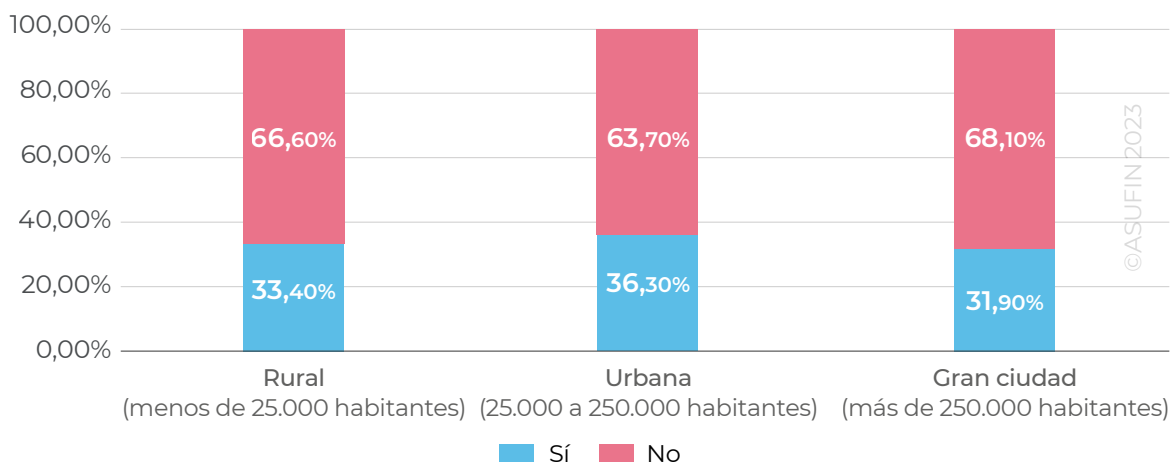
Donde sí se produce un descenso importante es en la posibilidad de usar libreta de ahorro, un producto de uso preferente entre los mayores para poder controlar su saldo y movimientos. Ante la pregunta de si puede seguir usando la libreta de ahorro contesta afirmativamente el **33,20%**, frente al 40,90% detectado en la anterior oleada de esta encuesta.

En las grandes ciudades se nota especialmente esta caída en el uso, desde el 41,50% del año pasado hasta el 31,90% del presente. En las ciudades medianas, pasamos del 41,30% al **33,40%**; y en las pequeñas, de menos de 25.000 habitantes, se mantiene en el **36,30%** frente al 40,40% del año pasado. **Estos datos revelan que las entidades de mayor tamaño, presentes en las grandes ciudades de forma más intensa, están siendo más restrictivas** con relación a las entidades más pequeñas, como cajas rurales, que mantienen este recurso de forma mayoritaria.

¿PUEDE SEGUIR USANDO LIBRETA DE AHORRO?



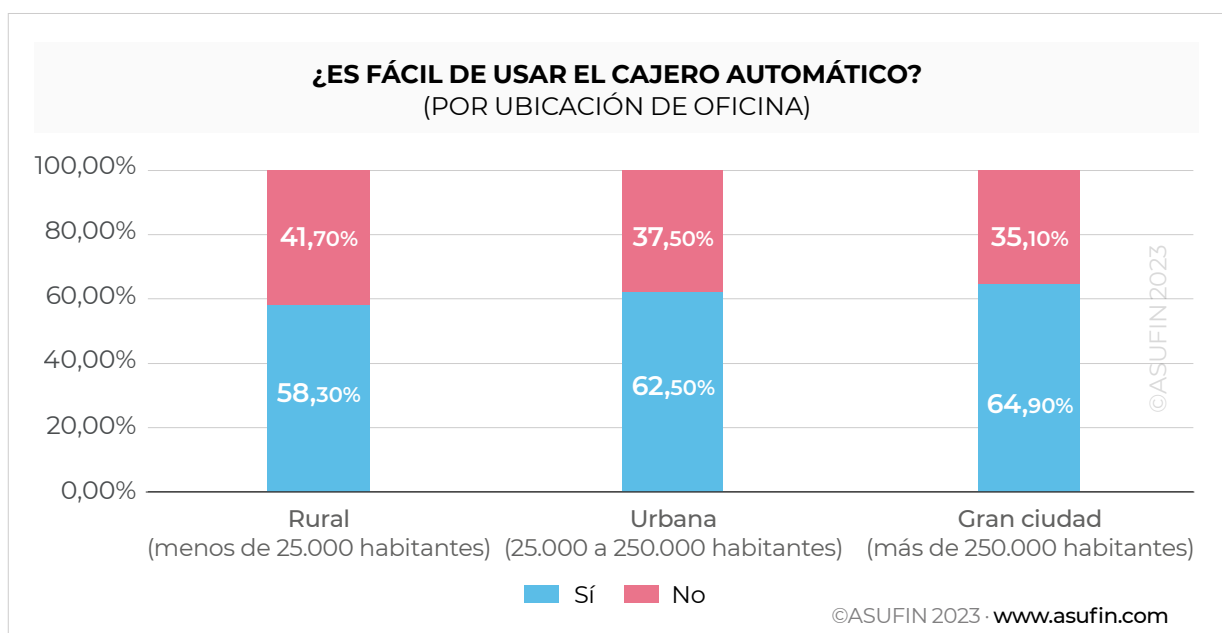
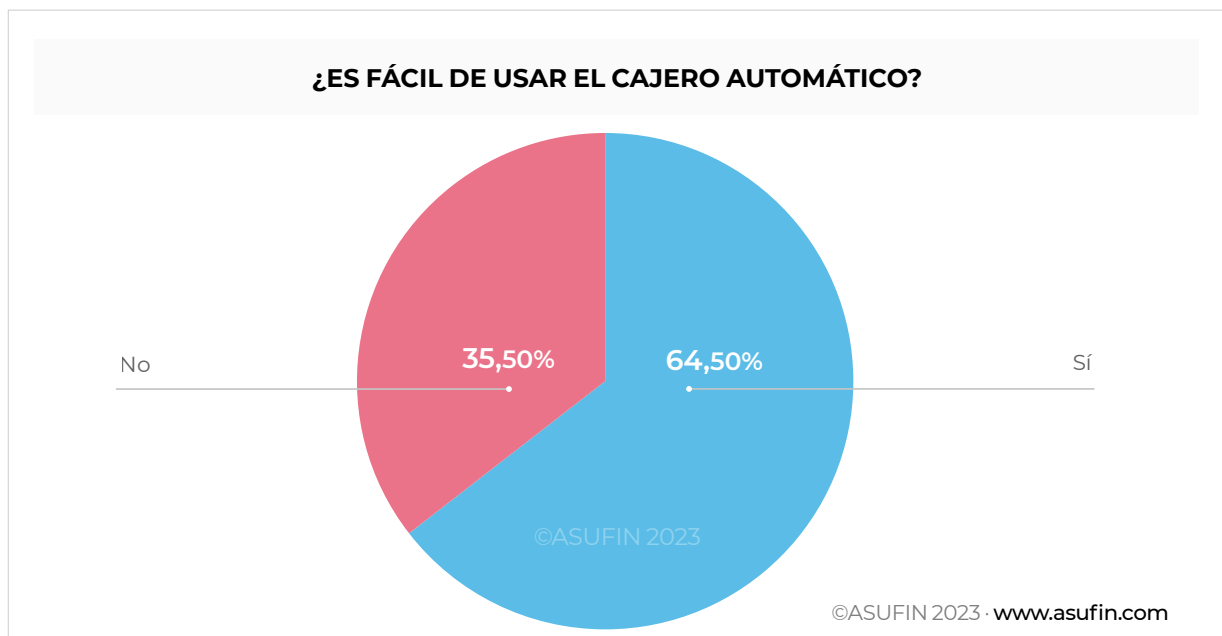
¿PUEDE SEGUIR USANDO LIBRETA DE AHORRO? (POR UBICACIÓN DE OFICINA)



Sigue mejorando la facilidad de uso de los cajeros, pero más de un tercio los considera difíciles

Apenas un **35,50%** de los mayores sigue considerando que los cajeros automáticos de su entidad **no son fáciles de usar**, frente al 37,00% que los consideraba difíciles hace un año.

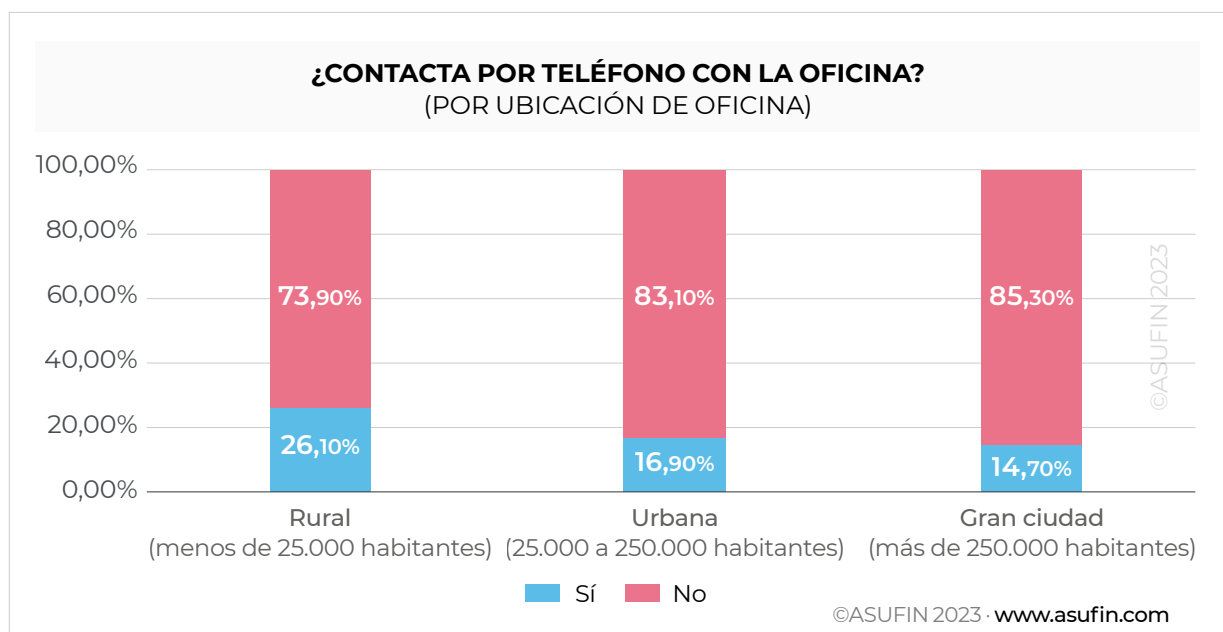
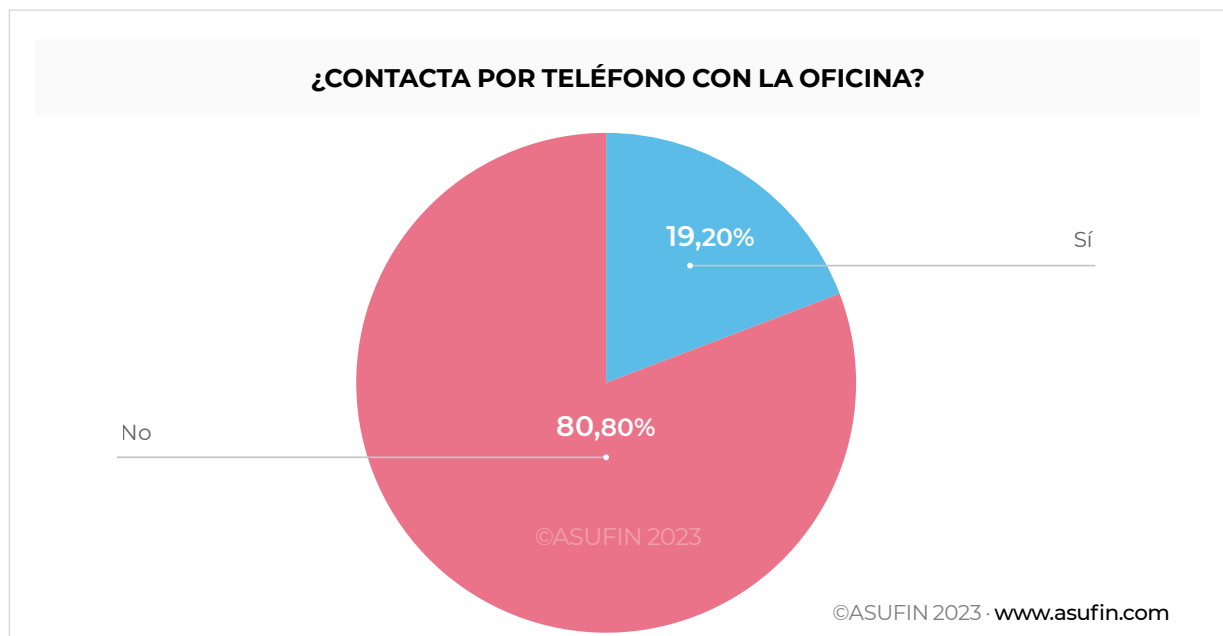
Los menores porcentajes de los que consideran difícil el cajero se sigue manteniendo en las **grandes ciudades** con un **35,10%**, frente al 36,70% de hace un año. En las ciudades de 25.000 a 250.000 habitantes, el porcentaje aumenta hasta el **37,50%**, frente al 41,10% del 2022. En las pequeñas localidades, este porcentaje sube al **41,70%**, frente al 44,60% de hace un año.



Menos de 2 de cada 10 mayores contacta telefónicamente con su oficina

Sólo el **19,20%** de los mayores usa el teléfono para contactar con su oficina, un porcentaje que se ha reducido con respecto al 23,10% que lo hacía hace un año.

Las causas de este descenso pueden deberse tanto al fin de las restricciones, como a las posibles esperas o incluso la falta de atención personal. Por ello, los porcentajes menores se concentran precisamente en las ciudades, con un **14,70%**, frente al 17,90% del año 2022. Crece al 20,20% en las ciudades de 25.000 a 250.000 habitantes, frente al 16,90% del ejercicio anterior, y es especialmente mayor en el entorno rural, con un **26,10%** frente al 32,40% de hace 12 meses.

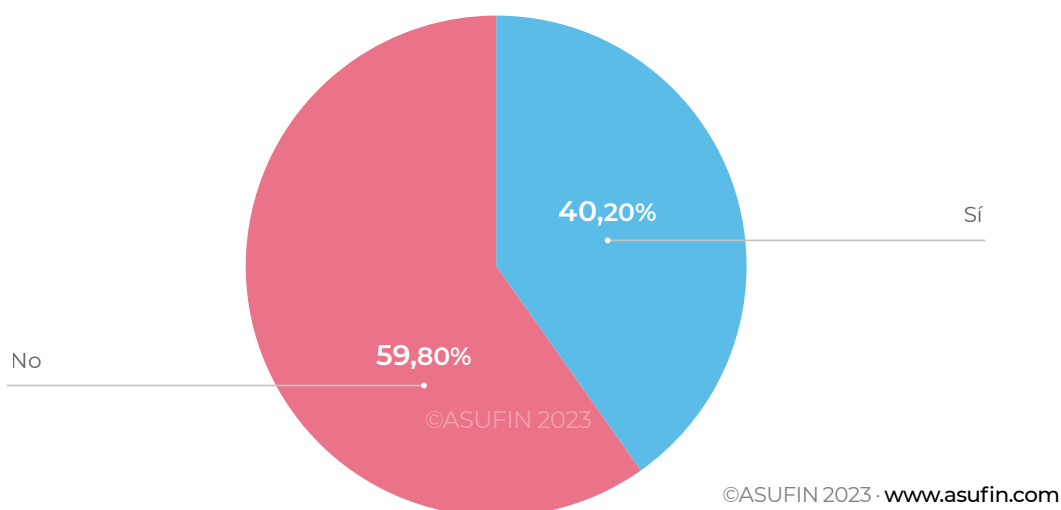


4 de cada 10 mayores utiliza las apps móviles para sus trámites con su banco

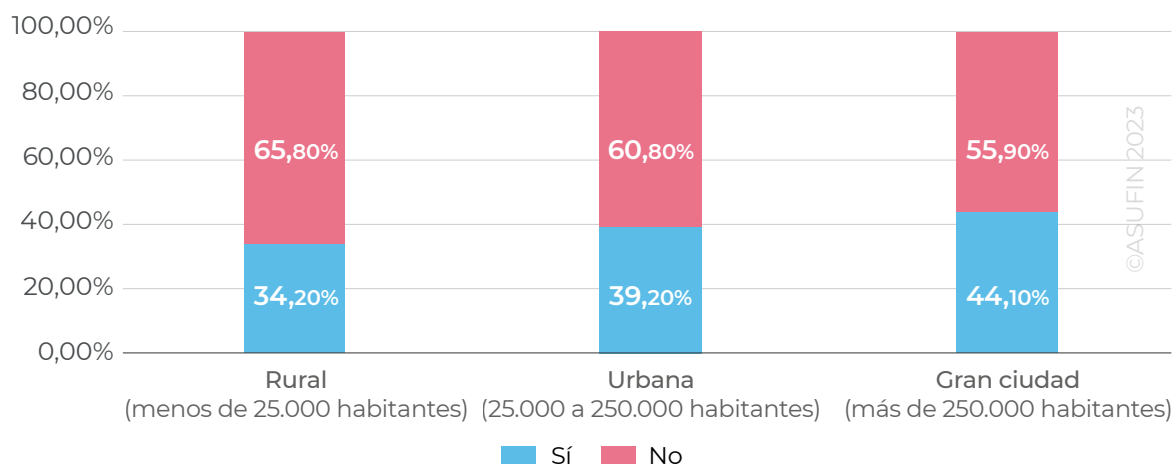
El uso de aplicaciones móviles por parte de la población mayor sube de forma importante hasta llegar a un **40,20%**, frente al 34,00% del año pasado, que puede ser **fruto de un mayor conocimiento y de facilidades por parte los bancos a la hora de adaptar sus herramientas de banca online**.

El crecimiento es especialmente relevante en grandes ciudades, donde ya supone un **44,10%**, frente al 34,80% del año anterior. En zonas urbanas de 25.000 a 250.000 habitantes crece hasta cerca del **39,20%**, frente al 34,60% del año anterior, y lo hace menos en las zonas rurales, con un **34,20%**, frente al 32,90% del año 2022. **Estos datos reflejan una importante brecha de cerca de 10 puntos porcentuales entre el cliente de gran ciudad, que tiene mayor facilidad de acceso, y el de las poblaciones de menor tamaño.**

¿USA EL MÓVIL PARA TRÁMITES CON SU BANCO?



¿USA EL MÓVIL PARA TRÁMITES CON SU BANCO? (POR UBICACIÓN DE OFICINA)

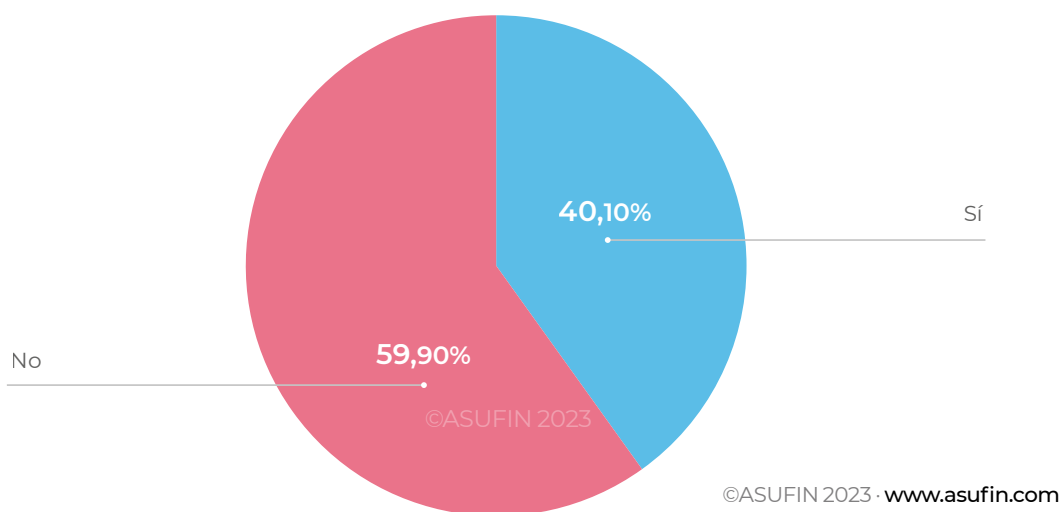


Un 40,10% de los mayores declara que las apps móviles han mejorado

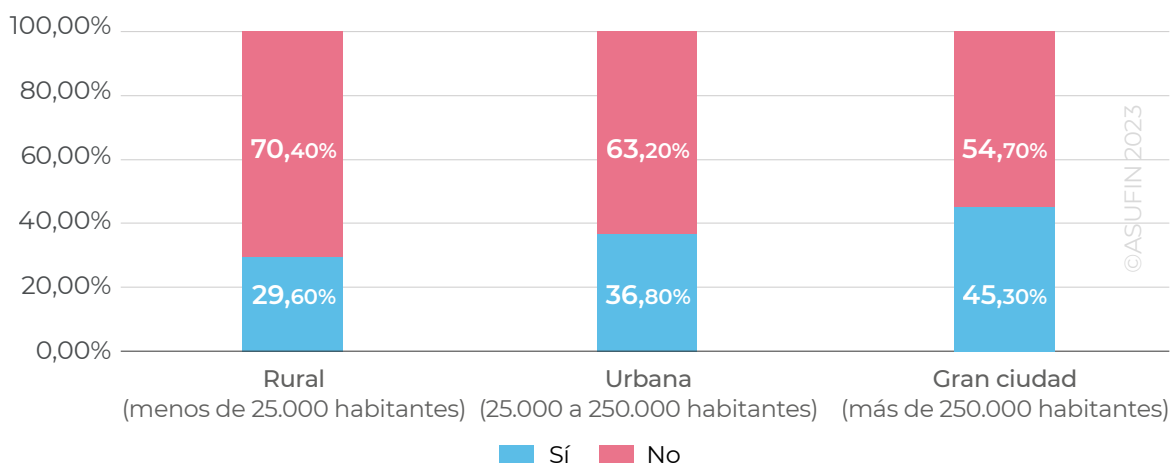
El mayor uso de las aplicaciones móviles está muy relacionado con su mejor experiencia de usuario, ámbito en el que se produce el mayor cambio con relación al año pasado. Así, un **40,10%** de los mayores declara que ha mejorado la aplicación de su banco, lo que **supone prácticamente el doble que el 18,90% del año pasado**.

También existen diferencias importantes por el tipo de lugar de residencia, lo que podría indicar una percepción menor de las mejoras o que son insuficientes, y que pondría de manifiesta que a **la brecha digital de los mayores acompaña otra: la que existe entre el mundo rural y el urbano**. Así, un **45,30%** de los mayores que vive en la gran ciudad nota la mejoría, frente al 19,30% de hace un año. En las ciudades medianas, pasa al **36,80%** desde el 18,20% de 2022. En el ámbito de las poblaciones menores de 25.000 habitantes, sube hasta el **29,60%**, frente al 18,20% del año 2022.

¿HA MEJORADO LA APP Y ES MÁS SENCILLA?



¿HA MEJORADO LA APP Y ES MÁS SENCILLA? (POR UBICACION DE OFICINA)

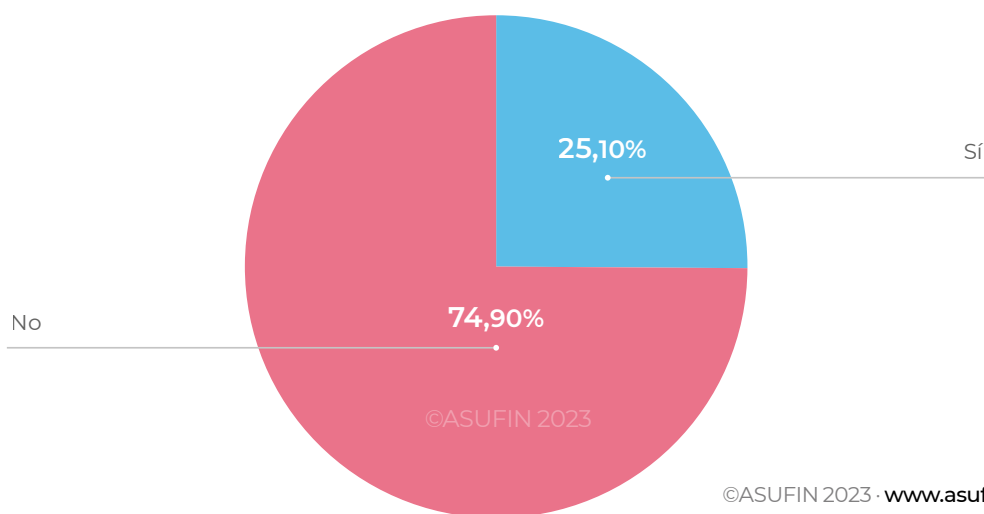


Sólo 1 de cada 4 mayores señala que ya ha recibido algún tipo de formación sobre herramientas digitales

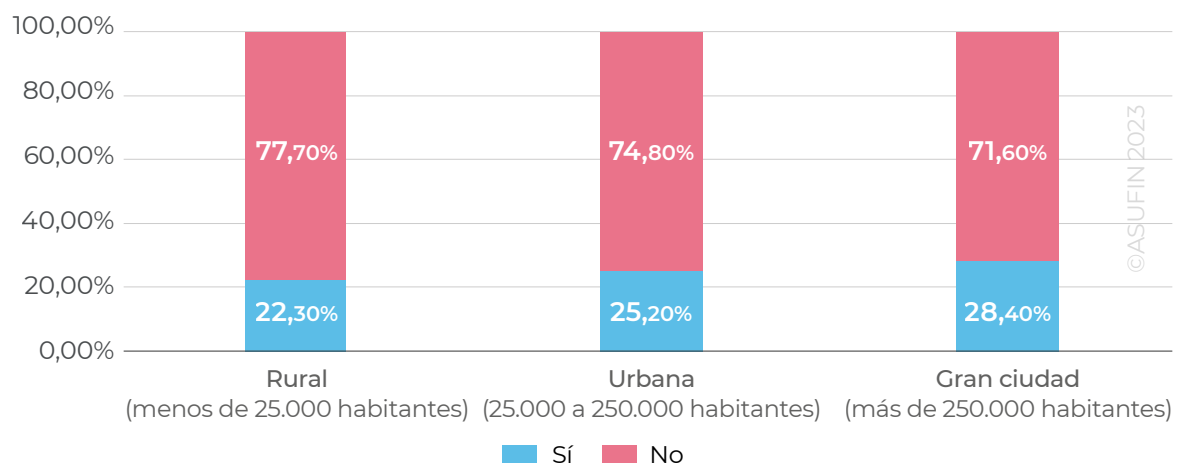
Una de las principales razones que explicaría el mayor uso de las aplicaciones para banca está en la mayor formación a los mayores, que sube del 8,90% del año 2022 hasta el **25,10%** de este año. Pese al avance de este dato, hay que considerar que **la formación sólo llega aún a una cuarta parte de este colectivo**.

La subida es además desigual. La formación crece especialmente en grandes ciudades con un **28,40%**, frente al 9,80% de 2022; en ciudades de 25.000 a 250.000 habitantes se alcanza un **25,20%**, frente al 16,20% de 2022, mientras que de nuevo, en las poblaciones de menos de 25.000 habitantes, alcanza al **22,30%**, frente al 8,20% del año 2022

¿LE HA OFRECIDO EL BANCO ALGÚN TIPO DE FORMACIÓN EN HERRAMIENTAS DIGITALES?



¿LE HA OFRECIDO EL BANCO ALGÚN TIPO DE FORMACIÓN EN HERRAMIENTAS DIGITALES? (POR UBICACIÓN DE OFICINA)



Conclusiones

La digitalización no está generando beneficios para todos los colectivos y, en este sentido, tenemos que seguir poniendo el foco en los mayores. **Hay una serie de problemas que dificulta alcanzar la plena inclusión digital y el respeto por los derechos de todos los consumidores** que deberían ser atendidos por las entidades financieras y los supervisores.

En primer lugar, queda un camino importante para que los consumidores consigan sacar el máximo provecho a la digitalización financiera, en ahorro de tiempo y eficiencia. El usuario sigue limitando su operativa a las consultas y operaciones muy básicas, como pagos y transferencias, mientras **la contratación de productos y gestión activa de patrimonio no pasa aún por el canal online de forma mayoritaria**. Si tenemos en cuenta los avances en seguridad y acceso, parece que es fruto de una mezcla de desconfianza, pero también de conocimiento, aspectos que pueden ser mejorados.

Los agentes del mercado deben trabajar para paliar la desconfianza de los clientes ante la cesión y manejo de sus datos personales. Es cierto que el procesamiento de los datos permite una mayor personalización de los productos y servicios, y conlleva beneficios, pero se percibe con una gran desconfianza, especialmente con respecto a las grandes tecnológicas (Google, Amazon, Facebook, Apple), que alcanza a tres de cada cuatro usuarios (74,50%). La desconfianza no se limita a éstas, también se extiende a los bancos y aseguradoras, que superan ampliamente la mitad de la población (55,90%). Por tanto, si se quiere avanzar en la digitalización, se debe incidir más en que el consumidor es consciente de esta cesión de información, que le está generando disconformidad, porque no percibe que todo sean beneficios, así como que son utilizados para la comercialización de productos o servicios no necesarios.

Pero ante todo, esta digitalización sigue creando una brecha muy importante. **Que 4 de cada 10 ciudadanos aún considere que la digitalización no le ayuda en su gestión financiera es un problema**, pero lo es especialmente por la enorme brecha entre distintas generaciones, que claramente avanza según lo hace la edad: desde el 96,80% de los más jóvenes, menores de 25 años, hasta el 32,10% entre los mayores de 65 años. Esta perspectiva negativa de los mayores es aún más grave si tenemos en cuenta que el proceso de digitalización está siendo “forzosa”, en la que apenas algo más de uno de cada 10, un 12,00%, señala que no puede hacer todas las operaciones en ventanilla y por tanto tiene que usar aplicaciones y cajeros automáticos.

En este sentido, **la autonomía de los más mayores no debe abandonarse o pasar a una posición secundaria**. Es muy positivo que sean ayudados, así lo declaran un 72,00% de los mayores, pero por el contrario hay otros movimientos que limitan esa independencia, como que ya menos de un tercio, un 33,20%, pueda usar la libreta de ahorro, el instrumento fundamental para tener un control de saldos y movimientos. Estos mayores son derivados a los cajeros o aplicaciones *online*, y eso que algo más de un tercio (35,50%) no considera que los primeros sean fáciles de utilizar y seis de cada diez (59,90%), que las segundas no han mejorado para hacerlas más accesibles.

Pero además se abre otra brecha, entre ciudad y campo, que genera un problema de exclusión mayor. No sólo cambia en la percepción sino en puntos tan importantes como en la formación que se recibe: un 28,40% en las grandes ciudades frente al 22,30% en las zonas rurales.

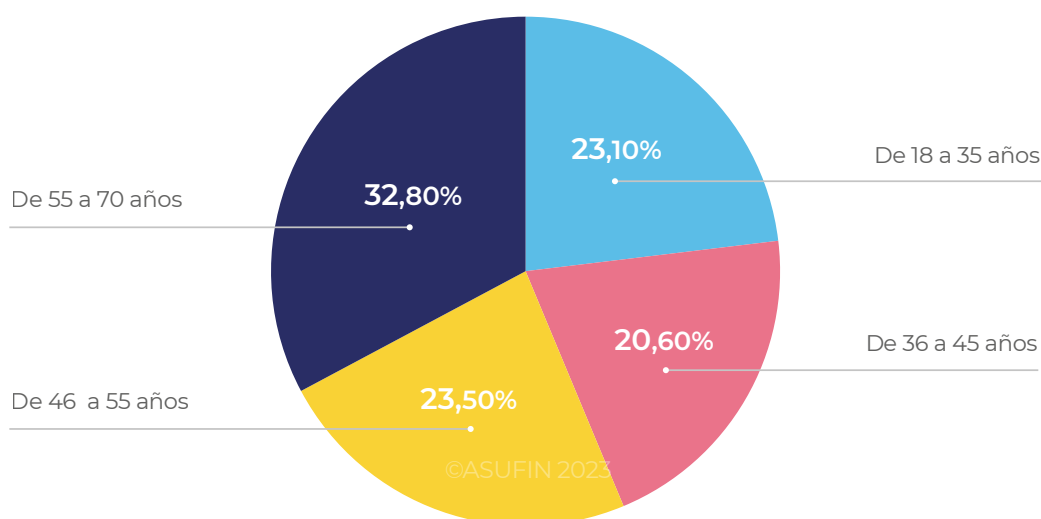
En definitiva, si queremos que la digitalización llegue y beneficie a todos, quedan muchos puntos que mejorar para conseguir acercarnos a la plena inclusión.

Anexo.

Metodología

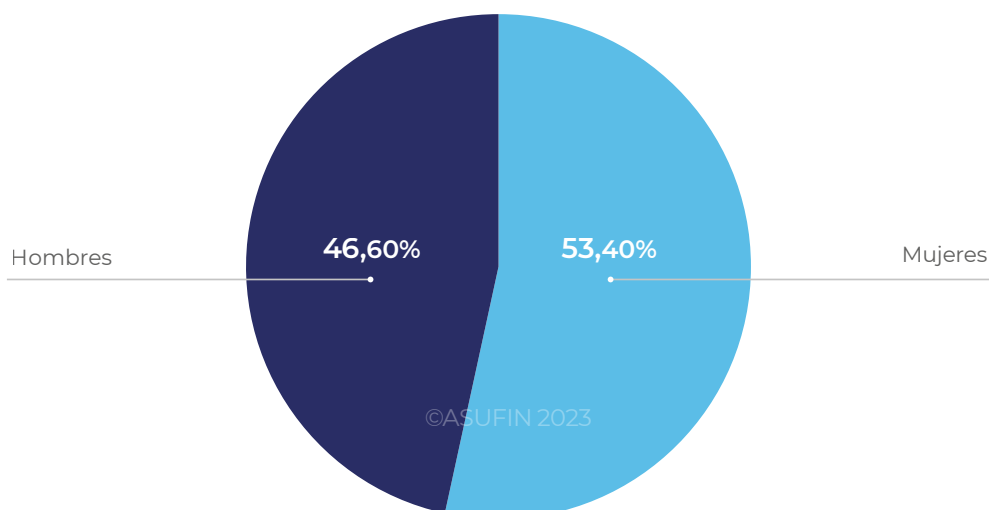
El estudio se ha realizado a través de un muestreo por cuestionario *online* entre los días 10 de octubre y 28 de octubre de 2023 a 1.494 personas, mayores de 18 años, residentes en España, con un nivel de confianza del 95,00% y un margen de error del $\pm 2,56\%$ y con un margen de error del $\pm 2,25\%$ para un nivel de confianza del 90,00%. La muestra analizada tiene las siguientes características con el objetivo de obtener la mayor proporcionalidad entre muestra y población:

DISTRIBUCIÓN DEL MUESTREO POR EDAD

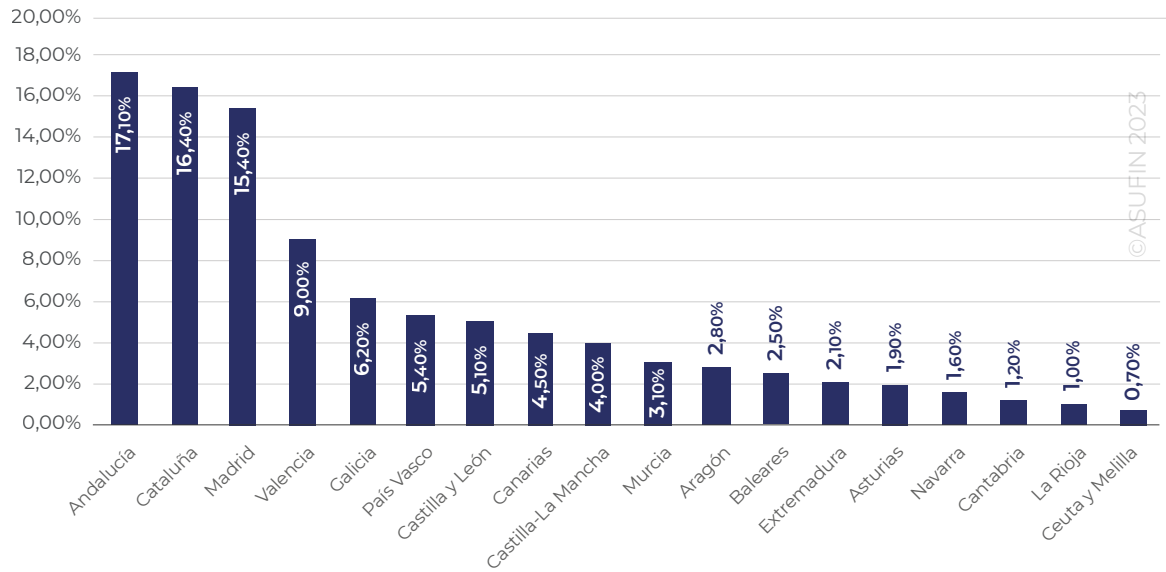


©ASUFIN 2023 · www.asufin.com

DISTRIBUCIÓN DEL MUESTREO POR SEXO



©ASUFIN 2023 · www.asufin.com

DISTRIBUCIÓN DEL MUESTREO POR COMUNIDAD AUTÓNOMA

Contacto

¿Hablamos?



TELÉFONO
91 532 75 83



EMAIL
info@asufin.com



DIRECCIÓN
Plaza de las Cortes, 4, 4ºD.
28014- Madrid



HORARIO
L-J: de 09:00 a 17:00h.
V: de 09:00 a 15:00h.



www.asufin.com

