



4^a ENCUESTA NACIONAL DE SERVICIOS FINANCIEROS



INFORME DE RESULTADOS
Gestión 2018



INFORME DE RESULTADOS

Gestión 2018

Informe de Resultados de la 4.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros: La Paz – Bolivia

© 2018 Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI

Dirección de Estudios y Publicaciones

Para mayor información comuníquese con:

ASFI – Dirección de Estudios y Publicaciones

Plaza Isabel La Católica N.º 2507, telf. (591) 2174444, La Paz - Bolivia

Puede visitar también la página web de ASFI: www.asfi.gob.bo

PRESENTACIÓN

Conforme establece la Ley N° 393 de Servicios Financieros, la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) llevó a cabo la cuarta versión de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, que tiene como finalidad evaluar las necesidades en materia financiera de los consumidores financieros, el nivel de atención a las mismas por parte de las Entidades de Intermediación Financiera y las percepciones de la población sobre el grado de cumplimiento de la función social en la prestación de servicios financieros.

El 5 de septiembre de 2018 se realizó la 4.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros (4ENSF), en la cual se visitó 489 puntos de atención financiera (PAF) de bancos, entidades financieras de vivienda, instituciones financieras de desarrollo y cooperativas de ahorro y crédito abiertas, ubicados en 53 municipios de todos los departamentos del país. En términos numéricos, la 4ENSF superó en dos municipios, 17 PAF y 272 encuestados a la anterior versión de la misma. Para llevar adelante la encuesta, ASFI contó con el apoyo de 403 estudiantes de 11 universidades públicas y privadas del país y desplegó 135 servidores públicos, entre encuestadores, supervisores y coordinadores.

Considerando la exitosa implementación del uso de aplicativos informáticos en la 3ENSF, se mantuvo dicha hermenéutica para la toma de la encuesta; permitiendo realizar un proceso de tabulación automática de la información recolectada el 5 de septiembre y contar con los resultados principales el mismo día para conocimiento de la población en general.

En cuanto al grado de satisfacción de los consumidores financieros, los resultados de la 4ENSF muestran que el factor explicativo más importante de esta variable es la calidad y la calidez con que son brindados los servicios financieros. Por otra parte, entre los factores más relevantes que explicarían las percepciones de la población respecto al grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros por parte de las entidades financieras están los tiempos y los costos de los servicios financieros.

En cuanto a las necesidades financieras, al margen del avance registrado en las últimas gestiones, producto de la intervención de esta Autoridad de Supervisión en coordinación con las entidades financieras, se debe continuar promoviendo el uso de las Transacciones Electrónicas y Medios Electrónicos de Pago (TEYMEP). Asimismo, debe continuarse avanzando en educación financiera, informando a los consumidores financieros sobre los servicios que ofrecen las entidades a través de diversos canales, como ser sus centros de llamadas.

Considerando la creciente importancia de las operaciones realizadas a través de medios electrónicos, en la presente gestión, ASFI llevó adelante una encuesta online sobre «Transacciones a través de Banca por Internet», dirigida exclusivamente a consumidores financieros que usan estos servicios. Si bien dicha encuesta no cuenta con la misma rigurosidad en la selección de la muestra que la 4ENSF, permitió recabar las opiniones de 25.569 participantes.

La realización de la 4ENSF no hubiese sido posible sin la participación de los 6.102 consumidores financieros que fueron encuestados, quienes brindaron su tiempo para contestar las preguntas del cuestionario, a quienes agradezco su participación, así como a los 403 estudiantes universitarios que participaron como encuestadores. Por su parte, las EIF dieron cumplimiento cabal a las instrucciones de ASFI al proporcionar las condiciones para llevar a cabo esta importante actividad y los servidores públicos de ASFI culminaron con éxito el operativo desarrollado. Bajo los elementos precedentes, tengo el grato placer de presentar el Informe de Resultados de la 4.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros.

Ivette Espinoza Vásquez

Directora General Ejecutiva a.i.

Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero

CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	DISEÑO Y METODOLOGÍA	3
2.1.	EL CONSUMIDOR FINANCIERO	3
2.2.	REPRESENTATIVIDAD A NIVEL NACIONAL	4
2.3.	ENCUESTAS ANUALES	6
2.4.	OBJETIVOS DE LA ENCUESTA	7
2.5.	INDICADORES	7
2.6.	ESCALAS DE MEDICIÓN	8
2.7.	METODOLOGÍA DE ESTIMACIÓN	9
2.8.	ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO	10
2.9.	TRABAJO DE CAMPO	10
3.	RESULTADOS DE LA ENCUESTA	13
3.1.	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO	13
3.1.1.	<i>El Índice de Satisfacción y sus dimensiones explicativas</i>	13
3.1.2.	<i>Satisfacción según características demográficas del consumidor</i>	17
3.2.	CUMPLIMIENTO DE LA FUNCIÓN SOCIAL	23
3.2.1.	<i>Percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros y sus dimensiones explicativas</i>	23
3.2.2.	<i>Percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros según características demográficas del consumidor</i>	26
3.3.	NECESIDADES EN MATERIA FINANCIERA	32
3.3.1.	<i>Ahorros</i>	32
3.3.2.	<i>Cajeros automáticos</i>	35
3.3.3.	<i>Créditos</i>	36
3.3.4.	<i>Transacciones electrónicas</i>	38
3.3.5.	<i>Pagos con tarjetas de débito o crédito</i>	40
3.3.6.	<i>Centro de llamadas</i>	41
3.3.7.	<i>Necesidades a partir de la evaluación de las afirmaciones que requerían una calificación</i>	42
4.	TABULACIÓN DEL CUESTIONARIO	47
	Sección 1: Ahorros	47
	Sección 2: Cajeros Automáticos	50
	Sección 3: Créditos	57
	Sección 4: Atención de Reclamos y Centro de Llamadas	58
	Sección 5: Niveles de Satisfacción	61

Sección 6: Transacciones Electrónicas	65
Sección 7: Calificaciones Finales	74
Sección 8: Datos del (la) encuestado (a)	78
5. AVANCES RESPECTO A NECESIDADES IDENTIFICADAS EN ANTERIORES ENCUESTAS	83
6. CONCLUSIONES	85
ANEXO	87
A.1 ENCUESTA <i>ONLINE</i> SOBRE TRANSACCIONES A TRAVÉS DE BANCA POR INTERNET	87
A.1.1 Índice de Satisfacción del servicio de banca por internet	87
A.1.1.1 <i>Satisfacción según características demográficas del encuestado</i>	88
A.1.2 Intensidad de uso del servicio de banca por internet	90
A.2 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA <i>ONLINE</i> SOBRE BANCA POR INTERNET	93
Sección 1: Transacciones a través de medios electrónicos	93
Sección 2: Datos del (la) encuestado (a)	98
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	103
ERRORES MUESTRALES	104
LISTA DE MUNICIPIOS DE LA MUESTRA	106
AGRADECIMIENTOS	107

GRÁFICAS Y TABLAS

Gráfica 3.1 Correlación significativa entre variables	15
Gráfica 3.2 Índice de Satisfacción de las cuatro encuestas nacionales	17
Gráfica 3.3 Satisfacción promedio por género y edad	17
Gráfica 3.4 Satisfacción promedio según departamento	18
Gráfica 3.5 Satisfacción promedio según nivel educativo	19
Gráfica 3.6 Satisfacción promedio según tipo de entidad	19
Gráfica 3.7 Satisfacción promedio según intensidad de uso de servicios del consumidor financiero	20
Gráfica 3.8 Satisfacción promedio según urbanidad	21
Gráfica 3.9 Satisfacción promedio según actividad económica del consumidor financiero	21
Gráfica 3.10 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social de las cuatro encuestas nacionales	24
Gráfica 3.11 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social	26
Gráfica 3.12 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según nivel de educación	27
Gráfica 3.13 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según departamento	27
Gráfica 3.14 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según tipo de entidad	28
Gráfica 3.15 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según intensidad de uso de servicios del consumidor financiero	29
Gráfica 3.16 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según urbanidad	30
Gráfica 3.17 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según actividad económica del consumidor financiero	30
Gráfica 3.18 Proporción de consumidores financieros que tienen ahorros en la entidad o en otra y principales motivos por los que no tiene ahorros en las EIF	33
Gráfica 3.19 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito asociada a su cuenta de ahorro y razones por las que no cuenta con tarjeta de débito	33
Gráfica 3.20 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su nivel de educación	34
Gráfica 3.21 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su edad	34
Gráfica 3.22 Proporción de consumidores financieros, con tarjeta de débito, que utilizan cajeros automáticos y el problema que más le afecta al utilizar este servicio	35
Gráfica 3.23 Proporción de consumidores financieros, con tarjeta de débito, que utilizan cajeros automáticos según su edad	36
Gráfica 3.24 Proporción de consumidores financieros que tienen un crédito, y las principales razones por las que no tienen crédito	36
Gráfica 3.25 Proporción de consumidores financieros que tienen crédito(s) por nivel de ingreso mensual	37
Gráfica 3.26 Proporción de consumidores financieros que no tienen créditos por nivel de ingreso mensual y sus principales razones	37
Gráfica 3.27 Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones electrónicas, y principales razones por las que no realizaron	38
Gráfica 3.28 Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones financieras mediante internet por nivel educativo e ingreso	39

Gráfica 3.29 Proporción de consumidores financieros que no saben cómo funcionan o desconfían de las transacciones electrónicas	39
Gráfica 3.30 Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con su tarjeta de débito o crédito	40
Gráfica 3.31 Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con tarjeta de débito o crédito por nivel educativo e ingreso	41
Gráfica 3.32 Proporción de consumidores financieros que no utilizaron el centro de llamadas y sus principales razones	42
Gráfica 3.33 Calificación a las afirmaciones con escala de 0 a 10 de la 4ENSF	42
Gráfica 3.34 Calificación a la afirmación 5.4, por edad	43
Gráfica 3.35 Calificación a la afirmación 5.4, por nivel de ingresos	43
Gráfica 3.36 Calificación a la afirmación 5.4, por urbanidad	44
Gráfica 3.37 Calificación a la afirmación 2.7, por edad	44
Gráfica 3.38 Calificación a la afirmación 2.7, por nivel de ingresos	45
Gráfica 3.39 Calificación a la afirmación 2.7, por urbanidad	45
Gráfica A.1 Satisfacción promedio por género y edad (Banca por internet)	88
Gráfica A.2 Satisfacción promedio según departamento (Banca por internet)	89
Gráfica A.3 Satisfacción promedio según nivel educativo (Banca por internet)	89
Gráfica A.4 Proporción de encuestados que teniendo el servicio de banca por internet habilitado lo utilizaron en el último año y tipo de transacciones que realiza	90
Gráfica A.5 Motivos de los encuestados para no utilizar el servicio de banca por internet	90
Gráfica A.6 Proporción de encuestados que utilizan el servicio por género	91
Gráfica A.7 Proporción de encuestados que utilizan el servicio según edad	91
Gráfica A.8 Proporción de encuestados que utilizan el servicio según nivel educativo	92
Ilustración 2.1 Municipios nacionales incluidos en la 4ENSF y detalle de la muestra	5
Ilustración 2.2 Número de transacciones por mes, gestión 2017	6
Ilustración 2.3 Secciones del cuestionario de la 4ENSF	10
Ilustración 3.1 Calidad y calidez con sus dimensiones explicativas	14
Ilustración 3.2 Factores que determinan el Índice de Satisfacción de los consumidores financieros	16
Ilustración 3.3 Modelo: Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social	25
Tabla 2.1 Marco muestral, número de PAF y municipios incluidos por departamento	6
Tabla 3.1 Evolución del Índice de Satisfacción según departamento	18
Tabla 3.2 Evolución del Índice de Satisfacción según tipo de Entidad	20
Tabla 3.3 Evolución del Índice de Percepción Cumplimiento de la Función Social según departamento	28
Tabla 3.4 Evolución del Índice de Percepción Cumplimiento de la Función Social según tipo de entidad	29
Tabla 5.1 Proporción de Consumidores Financieros que utiliza TEYMEP	83

ACRÓNIMOS

1ENSF	1.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros
2ENSF	2.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros
3ENSF	3.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros
4ENSF	4.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros
ASFI	Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero
BMU	Bancos Múltiples
BPY	Bancos PYME
CAC	Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas
CF	Consumidores Financieros
EIF	Entidades de Intermediación Financiera
EFV	Entidades Financieras de Vivienda
ENSF	Encuesta Nacional de Servicios Financieros
FS	Función Social
IFD	Instituciones Financieras de Desarrollo
IPCFS	Índice de Percepción del Cumplimiento de la Función Social
IS	Índice de Satisfacción
LSF	Ley N° 393 de Servicios Financieros
PAF	Punto de Atención Financiera
PYME	Pequeñas y medianas empresas
SF	Servicios Financieros
TEYMEP	Transacciones electrónicas y medios electrónicos de pago

RESUMEN EJECUTIVO

Uno de los aspectos novedosos introducidos en 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 (Artículo 4). En este marco, se establece que la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) debe registrar y controlar el cumplimiento de la función social de los servicios financieros (Artículo 116). Uno de los mecanismos para el fin señalado es la realización de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros (ENSF), cuya finalidad es evaluar las necesidades de los consumidores financieros (CF) en materia financiera, el nivel de atención de los mismos y las percepciones del grado de cumplimiento de la función social de las entidades financieras.

Cumpliendo la responsabilidad dada a ASFI, en la gestión 2018 se llevó adelante la 4.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros (4ENSF) el miércoles 5 de septiembre, visitando un total de 489 Puntos de Atención Financiera (PAF) de Bancos Múltiples, el Banco Público, Bancos PYME, Entidades Financieras de Vivienda, Instituciones Financieras de Desarrollo y Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas, en 53 municipios de todos los departamentos del país (de esta manera se cumplió con el mandato de tener una muestra representativa de consumidores financieros de todos los segmentos de la población).

Para facilitar la aplicación de la encuesta, al igual que en gestiones anteriores, se empleó un cuestionario estructurado con preguntas distribuidas en ocho secciones. En línea con el uso de nuevas tecnologías, de manera similar a la gestión 2017, se utilizó aplicativos informáticos desarrollados por servidores públicos de ASFI para capturar la percepción de los consumidores financieros seleccionados, lo cual permitió acelerar notablemente el proceso de tabulación y consolidación de resultados.

El operativo tuvo el apoyo de 403 estudiantes de

las facultades de ciencias económicas y financieras y de otras áreas, de 11 universidades del país. Asimismo, participaron 135 servidores públicos de ASFI en calidad de encuestadores, supervisores y coordinadores departamentales.

La encuesta 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, en función de la calificación promedio, entre 0 y 10, que otorgaron los consumidores financieros. Los factores que explican estos índices fueron determinados a través de un modelo de ecuaciones estructurales estimado con mínimos cuadrados parciales (*structural equation modeling with partial least squares path modeling [PLS-SEM]*).

El Índice de Satisfacción obtenido en 2018 (8,17 en una escala que va del 0 al 10) tiene un leve incremento respecto del valor obtenido en la gestión 2017 (8,13). La variable que explica la mayor parte de la satisfacción es la calidad y calidez con que se ofrecen los servicios y productos (69%), seguida del acceso a los servicios financieros (17%) y el beneficio percibido por el consumidor financiero (14%).

En cuanto al Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social, se registró un aumento relativo de 0,4% respecto al valor registrado en 2017 (el índice subió de 7,84 en 2017 a 7,87 en 2018).

Sobre las necesidades financieras, se debe continuar promoviendo el uso de las Transacciones Electrónicas y Medios Electrónicos de Pago (TEYMEP). Si bien existen importantes avances en la intensidad de uso, su utilización todavía está muy por debajo de su potencial. En el último año, el 61% de los consumidores financieros utilizó cajeros automáticos, un 23% efectuó pagos con tarjetas de débito o crédito y solamente un

15% realizó transacciones a través de banca por internet.

También se observa que las Entidades de Intermediación Financiera deben dedicar mayores esfuerzos para promover el uso de servicios como el centro de llamadas, de manera que los consumidores financieros ahorren tiempo en servicios que pueden ser atendidos por esta vía.

Otro aspecto llamativo es la inconformidad de los consumidores financieros con los períodos de espera en las Entidades de Intermediación Financiera. En este marco, las EIF deben generar mecanismos más eficientes para que existan menos CF en espera, tanto en cajas como en plataforma de atención.

El desarrollo de una encuesta *online*, adicional a la 4ENSF, dirigida a personas que tienen habilitado el servicio de banca por internet, permitió encontrar algunas características referenciales que permiten enriquecer el análisis sobre la prestación de este servicio en particular.¹

Finalmente, es importante señalar que, si bien en las últimas gestiones el país avanzó en términos de profundización financiera, pues los indicadores están entre los más altos de la región, se debe mantener los esfuerzos que se están llevando a cabo, con la finalidad de que la población pueda beneficiarse del acceso a la prestación de servicios financieros.

¹ El anexo contiene las características, resultados y los estadísticos descriptivos de las respuestas de la encuesta *online* sobre transacciones a través de banca por internet.



Estudiantes de la Universidad Amazónica de Pando en la capacitación para encuestadores.



Estudiantes de la Universidad Privada Tecnológica de Santa Cruz y supervisor de ASFI, iniciando el trabajo de campo en la ciudad de Santa Cruz.

1. INTRODUCCIÓN

La Ley N° 393 de Servicios Financieros (LSF) establece la función social que cumplen los servicios financieros en la contribución a los objetivos de desarrollo integral para el vivir bien, la reducción de la pobreza, la exclusión social y económica de la población. Asimismo, dispone que entre los objetivos de la regulación y supervisión financiera se encuentra el asegurar que las entidades financieras satisfagan las necesidades del consumidor financiero (Artículo 17). Uno de los mecanismos establecidos en la citada ley (Artículo 73), para el logro de ese objetivo, es la realización de estudios sobre necesidades y grado de satisfacción de los consumidores financieros.

La ENSF permite evaluar las necesidades de los consumidores financieros, el nivel de atención de las mismas, el grado de satisfacción con los servicios financieros y las percepciones del grado de cumplimiento de la función social de las entidades financieras (Artículo 116 de la LSF).

La realización de la ENSF de manera anual, acerca a los consumidores financieros con la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI). Si bien ASFI cumple con el rol tradicional de velar por la estabilidad y solvencia del sistema financiero, en el marco de la nueva visión de la política financiera del país, también debe garantizar y defender los derechos del consumidor financiero. En este sentido, la LSF establece que los servicios financieros deben ser accesibles y ser brindados

con calidad, calidez, continuidad, eficiencia y seguridad.

En 2015, 2016 y 2017 se realizaron la 1.ª, 2.ª y 3.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros (1ENSF, 2ENSF y 3ENSF) los días 4, 9 y 6 de septiembre, respectivamente.² Los consumidores financieros otorgaron un puntaje de 7,85; 7,45 y 8,13 sobre 10 a la satisfacción que tienen con los servicios financieros en las citadas encuestas. Asimismo, el puntaje promedio para el cumplimiento de la función social de las entidades financieras fue de 7,59; 7,23 y 7,84 sobre 10.

En la gestión 2018, la 4ENSF se llevó a cabo el día 5 de septiembre. Al igual que en las gestiones anteriores, la selección de la fecha de la encuesta consideró la alta afluencia de consumidores financieros observada históricamente. La muestra considerada abarcó 489 PAF en 53 municipios de todos los departamentos del país.

El presente informe contiene los principales resultados de la 4.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros. La segunda sección, presenta una breve descripción del diseño y metodología de la encuesta. La tercera sección, contiene los resultados de la encuesta bajo el marco de los objetivos de la Ley de Servicios Financieros: medición del Índice de Satisfacción y de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social, e identificación de las necesidades del consumidor financiero. La cuarta sección, muestra estadísticos descriptivos de las respuestas al cuestionario. La

Es relevante el acercamiento de ASFI a los consumidores financieros a través de la encuesta.

² Los informes de resultados de las encuestas se encuentran publicados en el sitio web de ASFI.

quinta sección, expone un resumen de los avances respecto a las necesidades de los consumidores financieros relevadas en las anteriores encuestas. Finalmente, se presentan las conclusiones que

se constituyen en un parámetro de referencia para la emisión de normativa y supervisión de las entidades financieras en las siguientes gestiones.

2. DISEÑO Y METODOLOGÍA

La Encuesta Nacional de Servicios Financieros se realiza por mandato de la LSF, específicamente, el Artículo 116 que señala: «La Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero - ASFI implementará encuestas anuales representativas que abarquen a todos los segmentos de consumidores financieros de todas las regiones del país, con el fin de evaluar sus necesidades en materia financiera, el nivel de atención a las mismas por parte de las entidades financieras y las percepciones de la población sobre el grado de cumplimiento de la función social de las entidades de intermediación financiera en la prestación de

*Necesidades financieras
Nivel de satisfacción
Percepciones cumplimiento
función social.*

servicios financieros». Asimismo, el Artículo 73 parágrafo V de la misma ley señala la necesidad de «realizar análisis y estudios sobre necesidades y grado de satisfacción de los consumidores financieros». Por lo tanto, los tres elementos básicos que busca evaluar la ENSF en lo relacionado con los consumidores financieros son: 1) sus necesidades financieras, 2) el nivel de satisfacción que tienen con los servicios financieros y 3) sus percepciones sobre el grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros.

2.1 El consumidor financiero

El consumidor financiero (CF) es el protagonista de la ENSF pues, a través de la encuesta, proporciona datos sobre sus necesidades financieras, nivel de satisfacción y percepciones del grado de cumplimiento de la función social. Los resultados de la ENSF se constituyen en importantes insumos para coadyuvar el accionar de ASFI como regulador del sistema financiero en beneficio de la sociedad en su conjunto.

Consumidor financiero es un usuario y/o cliente financiero.

La Ley N° 393 define al consumidor financiero como «cliente y/o usuario financiero». En este marco, una persona puede ser cliente de una entidad, usuario de sus servicios financieros o ambas cosas. Una vez que se suscribe uno o más contratos entre una persona natural con una entidad financiera se genera un cliente financiero. De esta manera, son clientes naturales de una entidad financiera sus depositantes, independientemente del tipo de

Se encuestó a los consumidores financieros en los PAF de las entidades.

cuenta que tengan, pudiendo ser cuenta corriente, caja de ahorros o depósitos a plazo fijo; también son clientes los prestatarios, los cuales pueden acceder a distintos tipos de crédito como el empresarial, PYME, microcrédito, créditos de consumo o de vivienda. Por otra parte, son usuarios de servicios financieros aquellas personas que hacen uso de los mismos, pero sin que exista la suscripción de contratos. Por ejemplo, personas que en determinada entidad financiera únicamente realizan pagos de servicios básicos, impuestos u otros, pero no tienen depósitos, créditos u otro servicio que requiera la firma de contratos.

Para que una persona sea consumidor financiero, es imprescindible que sea cliente de una entidad financiera o haya hecho uso de algún servicio financiero. La cantidad relativa de consumidores financieros en un país

está estrechamente relacionada con su desarrollo económico. En los últimos años, se observaron mejoras importantes en el acceso y uso de los servicios financieros; el número de cuentas de depósito a agosto de 2018 ascendió a 10.794.807 y el número de prestatarios en el mismo mes fue de 1.553.210. Asimismo, la cobertura de servicios financieros alcanzó al 60% de todos los municipios del país.

Apesar de las cifras disponibles, no existe una base de datos exhaustiva de los CF a nivel nacional, lo que condiciona la forma de relevamiento de información para la ENSF. Para optimizar el trabajo y garantizar el contacto con los consumidores financieros, en lugar de buscarlos en sus hogares, los encuestadores de la ENSF visitan los puntos de atención financiera seleccionados mediante un método de muestreo, eligiendo CF aleatoriamente entre personas mayores de 18 años que, el día determinado para el operativo, hagan uso de servicios financieros.

2.2. Representatividad a nivel nacional

Por mandato de la LSF, la ENSF debe tener representatividad a nivel nacional y debe permitir abarcar a «todos los segmentos de consumidores financieros de todas las regiones del país». Para alcanzar este objetivo se consideró el tipo de entidad financiera, el tipo de servicio financiero ofrecido por éstas y la región geográfica.

Entre los tipos de EIF señalados en la Ley de Servicios Financieros se incluyó a los Bancos Múltiples, los Bancos PYME, las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas, las Entidades Financieras de Vivienda, las Instituciones Financieras de Desarrollo y el Banco Público. Los servicios considerados de manera explícita en la encuesta fueron: ahorros,

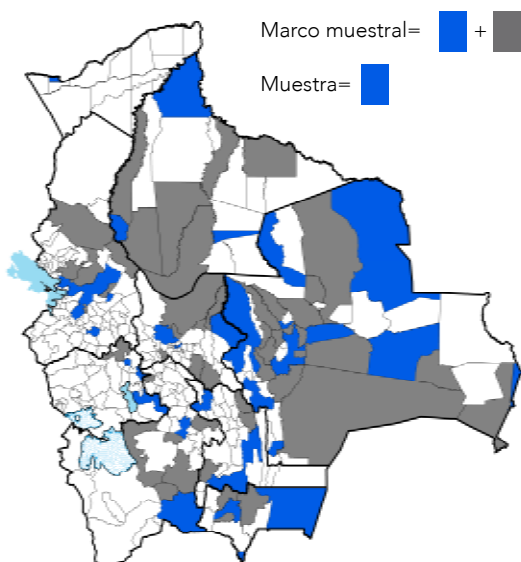
créditos, banca electrónica, atención de reclamos y el centro de llamadas de las entidades.

En cuanto a la representatividad a nivel geográfico, de los 105 municipios que cuentan con dos o más PAF, la encuesta consideró 53, pertenecientes a los nueve departamentos, que incluyen las nueve ciudades capitales y la ciudad de El Alto. De esta manera, el componente

geográfico (departamento y municipios) junto con el componente de diseño (población, número de PAF y número de transacciones) constituyen el marco muestral de la encuesta, que está constituido por un total de 1.552 puntos de atención financiera.

La 4^a ENSF consideró 53 municipios de los nueve departamentos, que incluyen las nueve ciudades capitales y El Alto.

Ilustración 2.1 Municipios nacionales incluidos en la 4ENSF y detalle de la muestra



DEPARTAMENTOS	MUNICIPIOS	PAF
BENI	4	18
CHUQUISACA	3	20
COCHABAMBA	10	96
LA PAZ	9	136
ORURO	3	14
PANDO	1	8
POTOSÍ	3	18
SANTA CRUZ	16	149
TARIJA	4	30
TOTALES	53	489

El marco muestral fue construido a partir del listado de puntos de atención financiera (PAF) en todo el país, identificando oficinas centrales, agencias y sucursales que ofrecen productos y servicios financieros. Para cada uno de los tipos de PAF considerados se obtuvo información sobre el número de transacciones que se realizaron durante la gestión 2017. El diseño considera que el número de transacciones es proporcional al número de consumidores financieros en cada PAF, de manera que se utilizó como un criterio la estratificación de dichas unidades. La selección de la muestra se realizó en las siguientes etapas:

- Selección de estratos: uno de inclusión forzosa (capitales departamentales) y cuatro que se distinguen por el grado de urbanización.
- Se seleccionaron los conglomerados (PAF) a través de muestreo aleatorio proporcional

al número de transacciones del PAF y con estratificación asimétrica implícita.

- En la última etapa mediante un muestreo aleatorio sistemático se seleccionó a 12 consumidores financieros por cada PAF en ciudades capitales y 15 en municipios rurales, en diferentes horarios.

Así, desde un punto de vista estadístico, la unidad de observación y de muestreo fueron los puntos de atención financiera, pues fue allí donde se buscó a los consumidores financieros (unidad de análisis) para encuestarlos. Se encuestó a 12 o 15 consumidores financieros en cada PAF, seleccionados al azar dentro de sus instalaciones mediante un muestreo aleatorio sistemático.

Tabla 2.1 Marco muestral, número de PAF y municipios incluidos por departamento

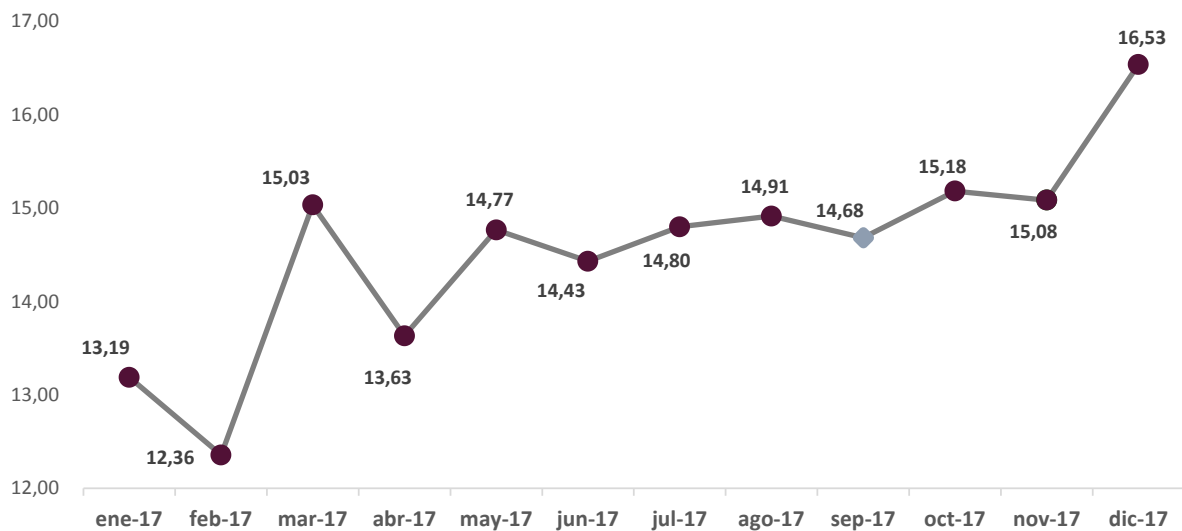
Departamento	MARCO MUESTRAL		MUESTRA	
	Municipios ⁽¹⁾	PAF	Municipios	PAF
Beni	10	71	4	18
Chuquisaca	6	76	3	20
Cochabamba	17	281	10	96
La Paz	17	407	9	136
Oruro	4	52	3	14
Pando	1	15	1	8
Potosí	10	74	3	18
Santa Cruz	33	470	16	149
Tarija	7	106	4	30
Total	105	1.552	53	489

(1) Municipios con 2 o más PAF

2.3. Encuestas anuales

La Ley de Servicios Financieros establece que ASFI debe realizar la ENSF de forma anual. Para la elección de la fecha, se consideró el número de transacciones realizadas en los PAF de las entidades en las pasadas gestiones, a fin de garantizar la presencia de consumidores financieros. Dado que el mes de septiembre

mantiene un nivel promedio de transacciones en el sistema financiero y con el fin de mantener un grado de comparabilidad con las gestiones pasadas (las anteriores encuestas se efectuaron en fechas cercanas), se optó por realizar la encuesta el día miércoles 5 de septiembre de 2018.

Ilustración 2.2 Número de transacciones por mes, gestión 2017 (en millones)

2.4. Objetivos de la encuesta

Los objetivos que persigue la Encuesta Nacional de Servicios Financieros son:

- Evaluar las necesidades de los consumidores en materia financiera y el nivel de atención de las mismas;
- Analizar el grado de satisfacción de los consumidores financieros en relación con los servicios proporcionados por las entidades financieras;

- Evaluar la percepción de los consumidores financieros sobre el grado de cumplimiento de la función social de las entidades de intermediación financiera en la prestación de servicios financieros.

A continuación, se describen los indicadores usados para el cumplimiento de los objetivos establecidos precedentemente.

2.5. Indicadores

La ENSF recolectó información relativa a las necesidades de los consumidores financieros y el uso que hacen éstos de dichos servicios. En correspondencia con la jerarquía de necesidades (Maslow, 1943), la detección de necesidades financieras parte de la existencia de servicios financieros básicos, como son el ahorro y el crédito, y se amplía a la satisfacción de necesidades más «sofisticadas», como ser el uso de medios electrónicos y el uso de servicios financieros de forma integral. Para el análisis de las necesidades se recurrió a la estadística descriptiva e inferencial, a fin de determinar frecuencias y correlaciones, entre otros.

Se evaluaron las necesidades financieras mediante técnicas de estadística descriptiva e inferencial; para medir la satisfacción y las percepciones del cumplimiento de la función social se consideraron, por su complejidad, metodologías de estimación de variables latentes a partir de variables manifiestas, obteniéndose los Índices de Satisfacción y de Percepción del Cumplimiento de la Función Social.

La medición de la satisfacción y las percepciones del cumplimiento

de la función social, plantean dificultades técnicas, toda vez que se tratan de conceptos abstractos y complejos, además de no ser posible su observación directa. Sin embargo, es posible observar manifestaciones de lo que consideramos

satisfacción o percepciones del cumplimiento de la función social. El enfoque adecuado consiste en medir los conceptos de interés (constructos o variables latentes) indirectamente a través de un conjunto de indicadores (variables manifiestas) que sirven de variables proxy (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014).

Bajo el enfoque descrito se usa un conjunto de características para medir un solo concepto. La satisfacción con los servicios financieros, por ejemplo, puede ser

explicada por la calidad y calidez con la que se atiende al consumidor financiero; la ubicación, número y horarios de atención de los PAF; la rapidez con la cual es atendido; entre otros. Esta técnica permite reducir el error de medición.

Otra alternativa sería preguntar al CF simplemente cuán satisfecho está con todos los servicios financieros que le brinda una entidad. Si bien este enfoque permitiría hacer el formulario de encuesta muy corto, no se conocerían los factores que determinan esa satisfacción. Un cuestionario que incorpore una gran variedad de servicios financieros, permite conocer qué es lo que más le interesa al encuestado y qué servicio(s) financiero(s) son los que más influyen en su satisfacción global. Por ejemplo, un consumidor financiero podría expresar que está altamente satisfecho con los servicios que recibe de las entidades, también podría descubrirse que el único servicio con el cual está satisfecho son los cajeros automáticos, pero tiene una baja satisfacción con el resto de servicios. Este conocimiento permite que ASFI

enfoque sus esfuerzos en lo que en verdad importa al consumidor financiero.

Una ventaja adicional del enfoque adoptado es que permite preguntar sobre las percepciones del cumplimiento de la función social de los servicios financieros sin mencionar directamente al encuestado este concepto complejo. Es fácil comprender que preguntar por «la función social de los servicios financieros» puede generar confusión. La ley N° 393 y la reglamentación clarifican la forma de entender la «función social de los servicios financieros». Así, el cuestionario consultó a los consumidores, si los servicios financieros contribuyeron a que mejore su calidad de vida y la importancia que tienen para el desarrollo de su ciudad, localidad o comunidad.

El resultado final para el cumplimiento de los dos últimos objetivos mencionados en párrafos precedentes, es la estimación de los Índices de Satisfacción y de Percepción del Cumplimiento de la Función Social.

2.6. Escalas de medición

En la ENSF, las variables relacionadas con la evaluación de las necesidades financieras y el nivel de atención, tienen por lo general una escala de medición nominal u ordinal. Se definieron variables manifiestas que explican variables latentes (Índices de Satisfacción y de Percepción del Cumplimiento de la Función Social) con una escala discreta de medición de intervalo de 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10.³

Las variables relacionadas con los Índices de Satisfacción y de Cumplimiento de la Función Social tienen valores de 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 o 10.

El número 0 se interpreta, en todos los casos, como total desacuerdo, total insatisfacción o pésima calificación.⁴ El número 10 se interpreta, de forma opuesta, como acuerdo total, total satisfacción o excelente calificación. Como es probable que los consumidores financieros prefieran no usar ninguna de estas calificaciones extremas, todas las valoraciones intermedias son posibles.

³ En (Fornell, Johnson, Anderson, Cha, & Bryant, Oct 1996) se discute el posible uso de otras escalas.

⁴ Escalas de calificación para medir satisfacción de los consumidores fueron utilizados ampliamente, entre ellos se menciona a Reichheld (2011).

2.7. Metodología de estimación

Las técnicas de análisis estadístico multivariado pueden ser usadas para confirmar teorías establecidas de forma previa, o para identificar relaciones o patrones en los datos. En el primer caso se prueba las hipótesis de teorías y conceptos existentes. Por otra parte, son exploratorios cuando se realiza la búsqueda de patrones en los datos, lo cual sucede cuando el conocimiento previo de las relaciones existentes entre las variables es limitado. La metodología *PLS-SEM* es usada fundamentalmente para el desarrollo de teorías en la investigación exploratoria, lo cual se realiza al explicar la varianza de las variables dependientes (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014).

La metodología usada para la estimación de los índices de la 4ENSF se aplica internacionalmente para el estudio de variables complejas relacionadas con el comportamiento del consumidor.

Para la obtención de factores próximos a los Índices de Satisfacción y de Percepción del Cumplimiento de la Función Social se trabajó con un modelado de rutas que consideran ecuaciones estructurales estimadas con mínimos cuadrados parciales (*structural equation modeling with partial least squares path modeling – [PLS-SEM]*). Los diagramas de rutas permiten visualizar las relaciones entre variables, las cuales sustentan las hipótesis del modelo. Un modelo de rutas con mínimos cuadrados parciales consta de dos elementos: 1) un modelo estructural (o modelo interior) que representa los constructos, señalando las relaciones (rutas) entre las variables; y 2) los modelos de medición (modelos exteriores) de los constructos, que contienen las relaciones entre éstos y los indicadores (variables manifiestas).

El *PLS-SEM* usa un método basado en la regresión por mínimos cuadrados para la estimación de los coeficientes. El objetivo es minimizar la varianza de los términos de error, por lo tanto, este método es el preferido cuando el objetivo de la investigación es desarrollar una teoría y explicar la varianza, es decir, predecir los constructos. El *PLS-SEM* considera las relaciones especificadas en el diagrama de rutas, así como entre los constructos y sus variables indicadores. Esta metodología trabaja eficientemente con muestras de tamaño pequeño y modelos complejos y no requiere supuestos respecto a la distribución de los datos (*ibíd*).

Si bien existen muchas otras metodologías usadas internacionalmente para el análisis de la satisfacción de los consumidores, las cuales van desde la estadística descriptiva, el análisis de regresión básico, modelos de probabilidad condicional, entre otros; la metodología *PLS-SEM* ha sido usada ampliamente porque tiene la ventaja de que permite evaluar variables complejas de comportamiento del consumidor (Grigoroudis & Siskos, 2010).

La percepción del cumplimiento de la función social de los servicios financieros, podría ser difícil de medir si no se enfocan las preguntas del cuestionario en sus manifestaciones. Por su parte, en el caso de la variable satisfacción, dado que no es suficiente conocer si los consumidores están satisfechos o no, sino que es importante señalar los factores que explican esta variable, la ENSF usa la metodología *PLS-SEM*.

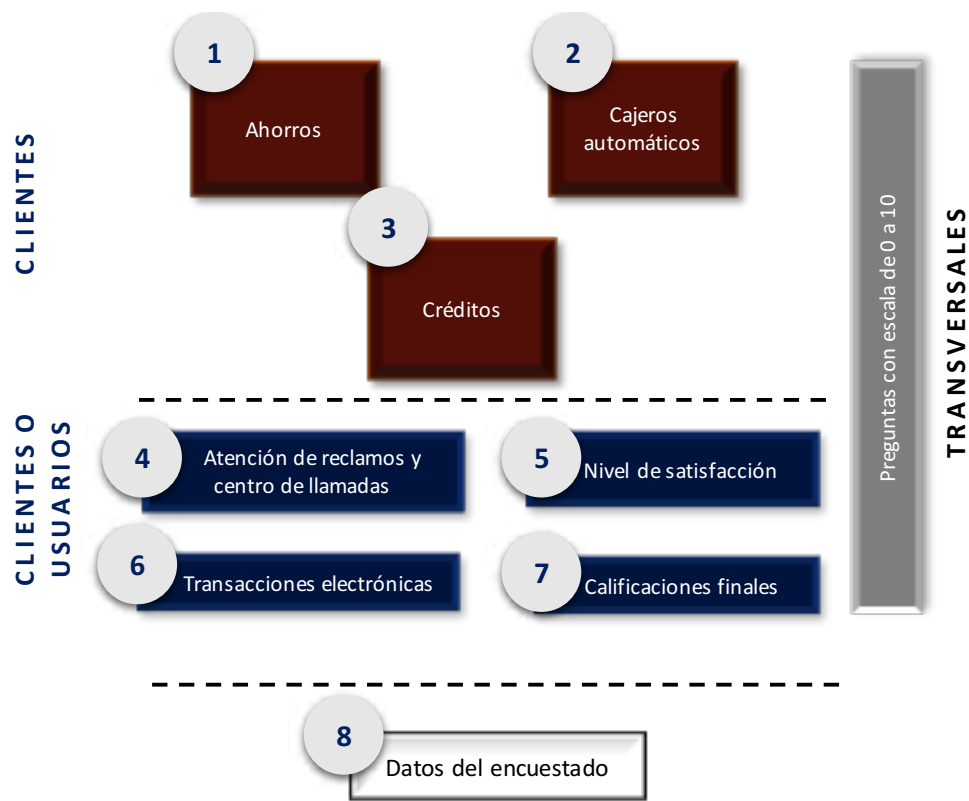
2.8. Estructura del cuestionario

El cuestionario de la ENSF busca facilitar el proceso de la encuesta; consta de un total de 79 preguntas distribuidas en ocho secciones. En promedio, cada consumidor financiero puede llegar a responder un aproximado de 62 preguntas, dependiendo de los servicios financieros que utilice.

El cuestionario de la ENSF busca facilitar el proceso de la encuesta.

Las primeras tres secciones están dirigidas a los clientes de las entidades, las siguientes cuatro pueden ser respondidas por los clientes o usuarios, y la última sección contiene información demográfica del encuestado.

Ilustración 2.3 Secciones del cuestionario de la 4ENSF



2.9. Trabajo de campo

La recolección de datos contó con el apoyo de 11 universidades del país y la participación de 403 estudiantes de las carreras de ciencias económicas y financieras y de otras áreas. Asimismo, se contó con el apoyo de 125

servidores públicos de ASFI que participaron como encuestadores y supervisores, además del personal directivo de la Institución (10) que cumplió funciones de coordinación a nivel departamental y nacional.

Nuevamente, la movilización de encuestadores en un solo día fue la estrategia elegida por ASFI debido a las ventajas que ofrece, principalmente por la menor exposición de las respuestas frente a cambios en circunstancias externas. Otro objetivo perseguido fue contar con los datos de la encuesta el mismo día.

Al igual que la gestión anterior, este año se mantuvo la recolección de información en línea, mediante computadoras, tabletas electrónicas o teléfonos celulares con conexión a internet.⁵ Los datos recabados por los encuestadores fueron transmitidos inmediatamente a los servidores de ASFI; un proceso que fue realizado con éxito durante la jornada. El control del operativo de campo fue riguroso, sobre todo porque

se efectuó al interior de los PAF y se realizó un monitoreo permanente desde la oficina central de ASFI.

El apoyo de las EIF facilitó el éxito del proceso, las mismas brindaron los equipos y la infraestructura para el relevamiento de la información, así como la selección ordenada de consumidores financieros. Este despliegue proporcionó mayor comodidad a los informantes para responder el cuestionario y minimizó las faltas de respuesta, errores de interpretación del flujo de las preguntas, errores de transcripción y otras contingencias asociadas al trabajo de campo.

⁵ En lugares con conexiones deficientes de internet se usó un aplicativo móvil (*apk*) que permitió relevar información *offline* y posteriormente fue transmitido a los servidores de ASFI.



Estudiante de la Universidad Privada Tecnológica de Santa Cruz llevando a cabo la encuesta en la capital cruceña.



Estudiante de la Universidad Franz Tamayo, realizando la encuesta en la ciudad de El Alto.

3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

La encuesta de servicios financieros releva información que permite cuantificar variables relacionadas con la satisfacción de los consumidores, las percepciones sobre el cumplimiento de la función social de las entidades financieras y sus necesidades en materia financiera.

El Índice de Satisfacción presentado en el informe, es una medida que resume el nivel de satisfacción de los consumidores financieros y proporciona el peso relativo de las dimensiones o características

que conforman dicho índice. La satisfacción del consumidor es un concepto multidimensional, y esencialmente una medida indirecta; depende de la experiencia que tienen los consumidores con los productos o servicios que recibe y en gran medida está relacionada con su percepción de la calidad y calidez en la atención. Además, características propias como el género o la edad cambian la percepción del consumidor financiero respecto de un mismo producto o servicio.

3.1. Índice de Satisfacción del Consumidor Financiero

En este apartado se exponen las dimensiones o constructos que explican al Índice de Satisfacción del consumidor financiero y la relevancia de

cada concepto. Posteriormente, se muestra este índice según las características demográficas del consumidor financiero.

3.1.1. El Índice de Satisfacción y sus dimensiones explicativas

Siguiendo la metodología de las gestiones pasadas, la estimación del Índice de Satisfacción se realizó a través de la valoración de los consumidores financieros respecto a las características que forman la calidad y calidez de los servicios, el beneficio obtenido por el consumidor y el

grado de acceso a los servicios que ofrecen las EIF. El enfoque considera una valoración basada en la calificación de puntajes comprendidos entre cero y diez que expresa el nivel de conformidad o disconformidad con los productos y/o servicios que ofrece la entidad.

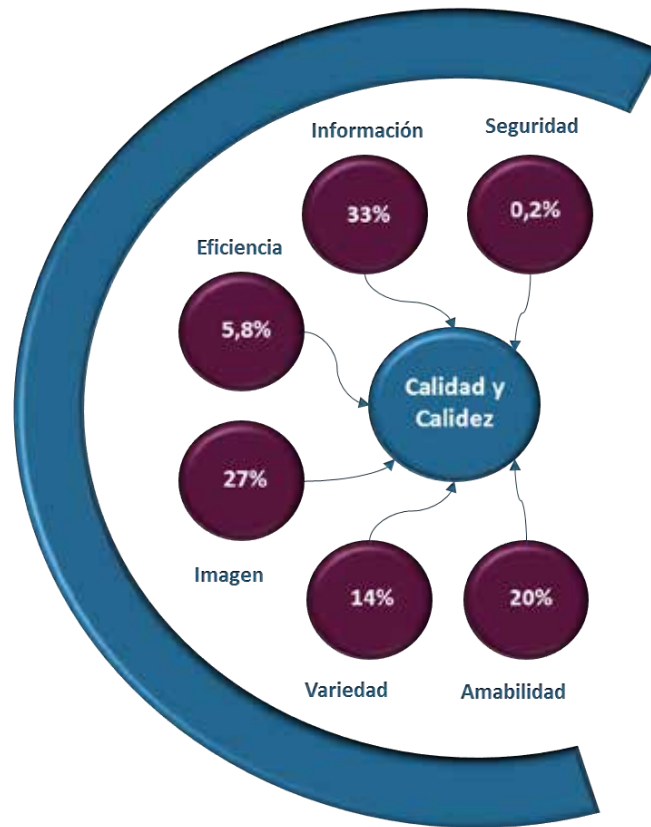
La calidad y calidez percibida por los consumidores es un agregado de variables más simples. Así, las variables que explican las calificaciones de la calidad y calidez son la información que proporcionan a los

consumidores, la imagen percibida de la entidad, la amabilidad de los funcionarios de la entidad, la

variedad de servicios que ofrece ésta, la eficiencia en la prestación de los servicios y la seguridad que brindan las EIF (Ilustración 3.1).



Ilustración 3.1 Calidad y calidez con sus dimensiones explicativas



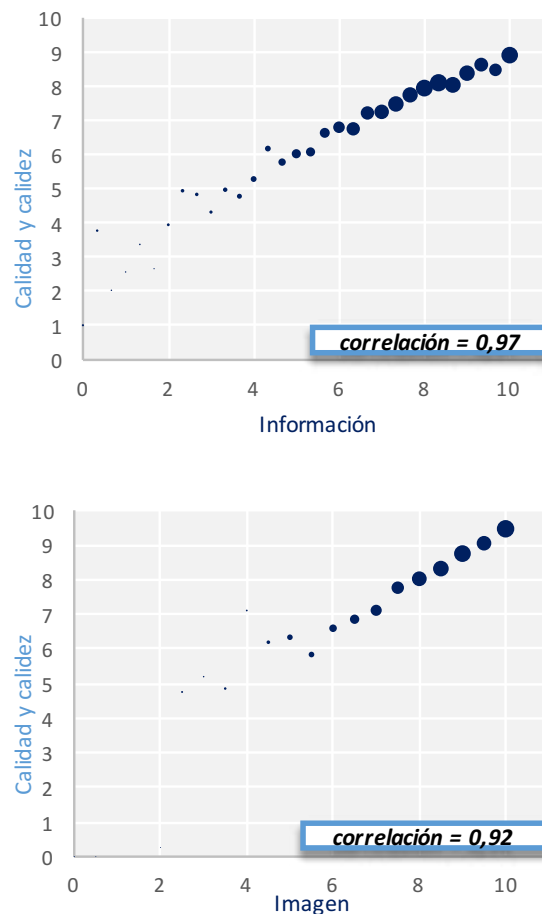
Las variables que explican la calidad y calidez se miden a través de una o más preguntas específicas del cuestionario. Existe una alta correlación entre las variables explicativas y las que definen la variable calidad y calidez.

Por ejemplo, la variable información es cuantificada mediante las siguientes afirmaciones: *P2.16 El personal toma atención y tiene paciencia a las preguntas que usted realiza*, *P7.3 Esta entidad le orienta adecuadamente cuando no conoce algún servicio* y *P7.4 En esta entidad le informan sobre servicios que le permiten reducir el tiempo de espera en sus oficinas o incluso prescindir de ir a ellas*. Para la variable Imagen se consideraron las

siguientes afirmaciones: *P2.8 Se siente a gusto y cómodo en las oficinas de esta entidad financiera* y *P2.13 La iluminación y limpieza de esta entidad son de su agrado*.

La Gráfica 3.1 muestra la relación entre las variables información y calidad y calidez, que tiene un coeficiente de correlación de 0,97. Similar resultado (0,92) muestra la relación entre imagen y calidad y calidez (el diámetro de los círculos es proporcional al número de consumidores financieros que respondieron con las calificaciones señaladas en los ejes).

Gráfica 3.1 Correlación significativa entre variables



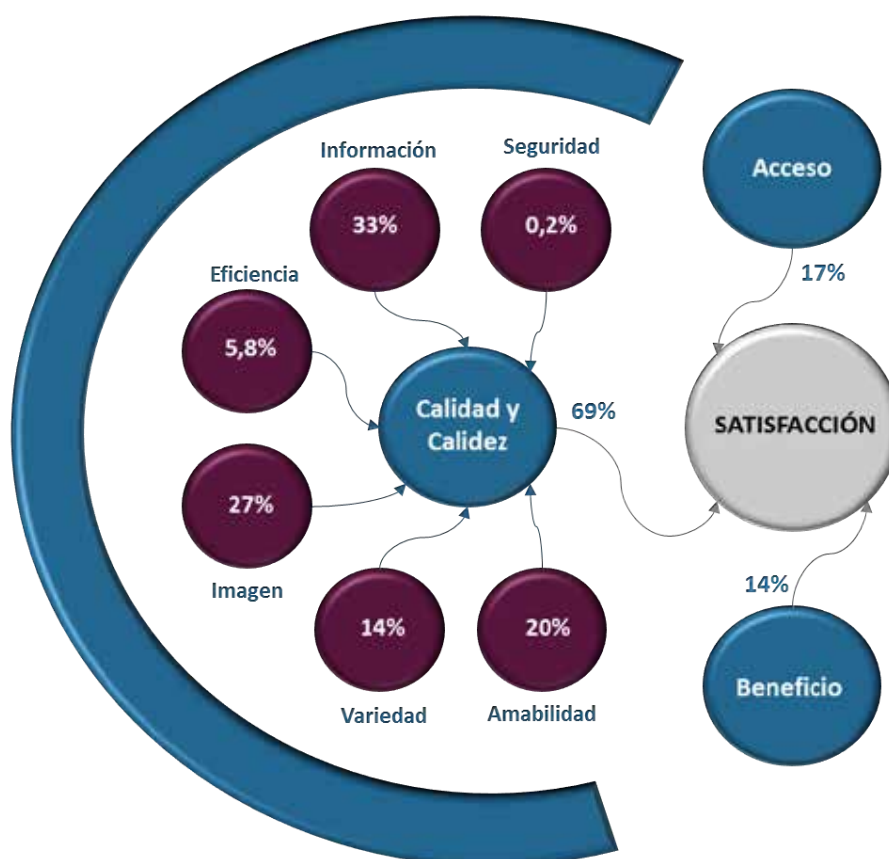
Por otro lado, para la obtención del Índice de Satisfacción se utilizaron los puntajes de calificación que otorgaron los consumidores cuando se presentó la siguiente afirmación: Cuán satisfecho(a) está usted con todos los servicios y productos financieros que proporciona esta entidad (valoración entre 0 y 10).

Las calificaciones otorgadas a la satisfacción con todos los productos y servicios que le otorga la entidad donde se realizó la encuesta, se correlacionan significativamente con la calidad y calidez con que se brindan estos servicios financieros. Sin embargo, se observó que las variables beneficio y acceso también se relacionan

positivamente con la satisfacción. El beneficio se refiere a la preferencia de los consumidores financieros por mantener sus depósitos en una entidad financiera, así como la posibilidad de realizar pagos de servicios básicos y otros a través de las EIF. El acceso se relaciona con la satisfacción de los consumidores financieros con los horarios de atención, la ubicación de las agencias y la cantidad de puntos de atención financiera con los que cuenta la entidad.

La variable que explica la mayor parte de la satisfacción es la calidad y calidez (69%), seguida del acceso (17%) y el beneficio (14%) (Ilustración 3.2).

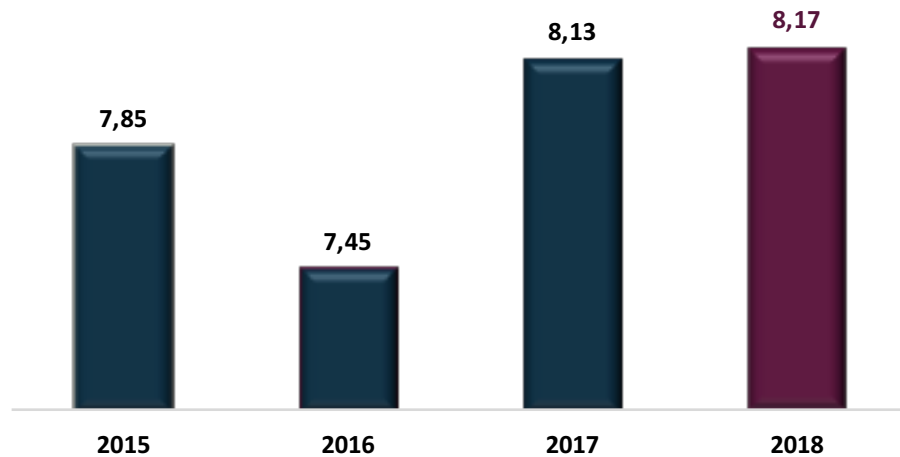
Ilustración 3.2 Factores que determinan el Índice de Satisfacción de los Consumidores Financieros



La Gráfica 3.2 expone los Índices de Satisfacción obtenidos en las cuatro ENSF; el nivel de satisfacción alcanzado en el 2018 (8,17 sobre un máximo de 10) es el más alto. Comparado con

el Índice de Satisfacción del 2017, se observa un incremento de 0,04 equivalente a un incremento relativo de 0,5%.

Gráfica 3.2 Índice de Satisfacción de las cuatro encuestas nacionales

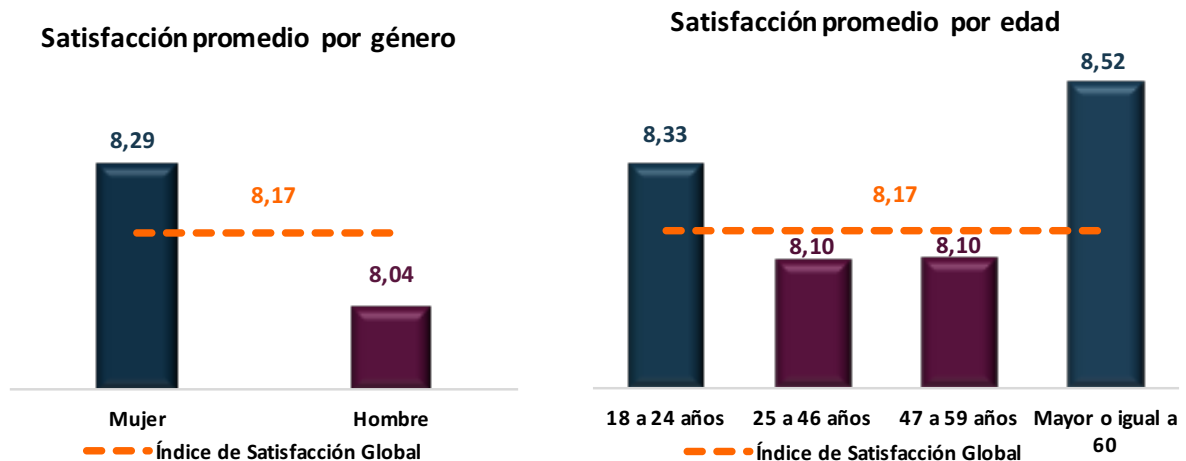


3.1.2. Satisfacción según características demográficas del consumidor

El nivel de satisfacción con los productos y servicios financieros varía según las características demográficas del consumidor financiero. Así, según género, las mujeres otorgaron una calificación promedio mayor que los hombres

(8,29 y 8,04 respectivamente); en la gestión pasada la calificación fue 8,20 (mujeres) y 8,05 (hombres). Por edades, las personas con edades entre 25 y 59 años otorgaron, en promedio, calificaciones inferiores al Índice de Satisfacción Global.

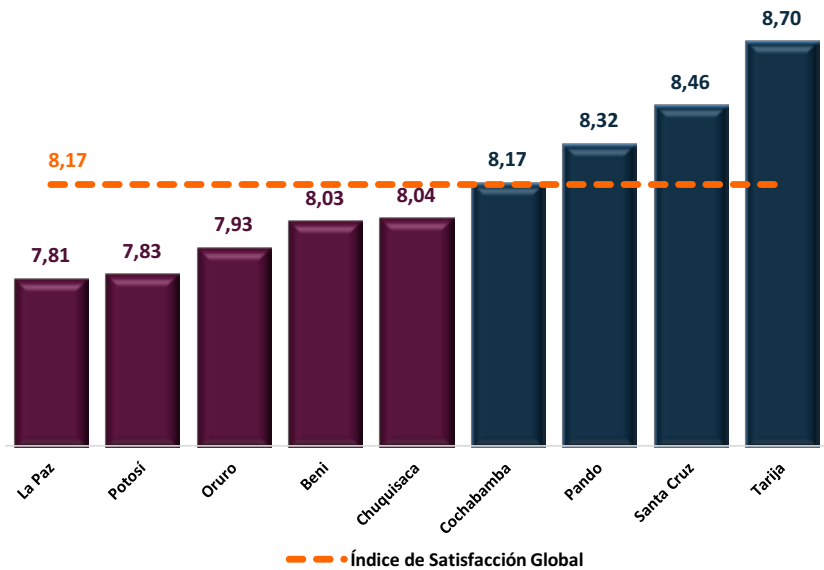
Gráfica 3.3 Satisfacción promedio por género y edad



Por departamentos, el Índice de Satisfacción es mayor, respecto al promedio nacional, en Tarija, Santa Cruz y Pando. Los departamentos que

evaluaron con un menor nivel de satisfacción son La Paz, Potosí y Oruro.

Gráfica 3.4 Satisfacción promedio según departamento



La Tabla 3.1 muestra la evolución del Índice de Satisfacción por departamento desde la 1ENSF a la 4ENSF. Si bien algunos departamentos presentan fluctuaciones, Santa Cruz se mantiene en segundo lugar durante los últimos tres años. Por otra parte, los departamentos de La Paz y Potosí se encuentran sistemáticamente con los Índices de Satisfacción más bajos.

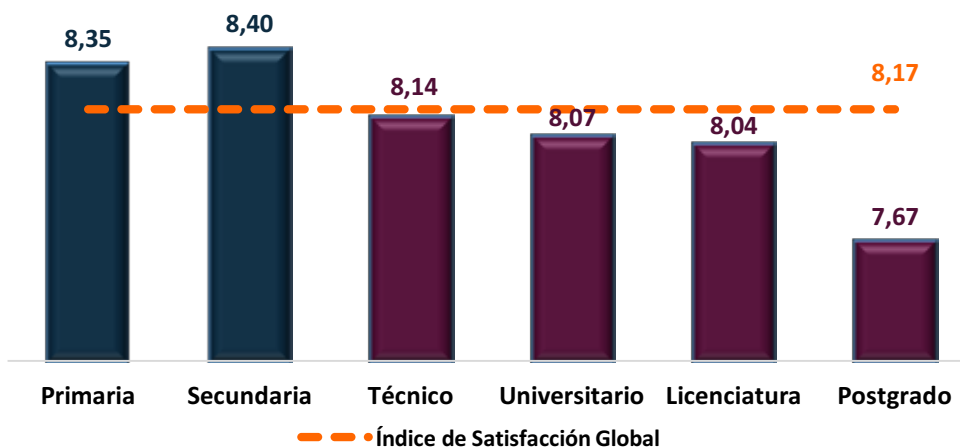
Tabla 3.1 Evolución del Índice de Satisfacción según departamento

Departamento	4ENSF		3ENSF		2ENSF		1ENSF	
	IS	Posición	IS	Posición	IS	Posición	IS	Posición
Tarija	8,70	1	8,10	4	7,81	1	7,89	5
Santa Cruz	8,46	2	8,38	2	7,75	2	7,99	4
Pando	8,32	3	8,17	3	7,26	6	8,41	1
Cochabamba	8,17	4	7,99	8	7,39	5	8,08	2
Chuquisaca	8,04	5	8,08	5	7,21	7	7,71	8
Beni	8,03	6	8,61	1	7,62	3	8,07	3
Oruro	7,93	7	8,03	6	7,59	4	7,80	7
Potosí	7,83	8	7,94	9	6,72	9	7,81	6
La Paz	7,81	9	7,99	7	7,20	8	7,58	9

Considerando el nivel educativo, se mantiene la relación inversa registrada en las anteriores encuestas entre el grado de educación del consumidor financiero y la valoración a los servicios financieros a través del Índice de Satisfacción.⁶

⁶ Informe de resultados 1ENSF, 2ENSF y 3ENSF.

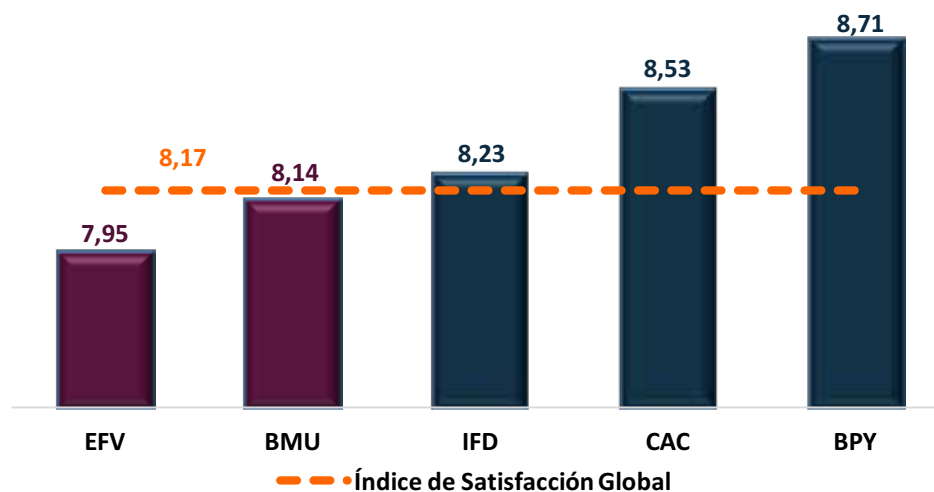
Gráfica 3.5 Satisfacción promedio según nivel educativo



Por tipo de entidad, los Bancos PYME (BPY), las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas (CAC) y las Instituciones Financieras de Desarrollo (IFD) recibieron, en promedio, las más altas

calificaciones. En contraste, los Bancos Múltiples (BMU) y las Entidades Financieras de Vivienda (EFV), obtuvieron calificaciones menores al promedio del sistema de intermediación financiera.

Gráfica 3.6 Satisfacción promedio según tipo de entidad



La Tabla 3.2 presenta la evolución del Índice de Satisfacción por tipo de entidad de las últimas cuatro Encuestas Nacionales de Servicios Financieros. Se destaca la mejora sostenida de los

Bancos PYME, considerando que en la 1ENSF su Índice de Satisfacción era el más bajo (7,57). Por otro lado, los Bancos Múltiples se encuentran en la cuarta posición en los últimos tres años.

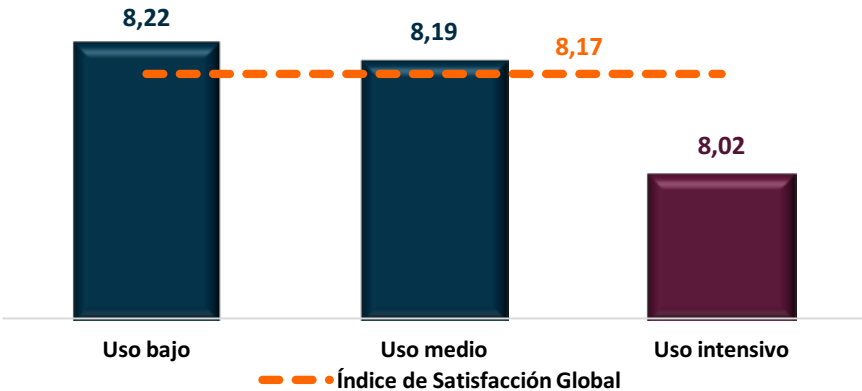
Tabla 3.2 Evolución del Índice de Satisfacción según tipo de entidad

Tipo de entidad	4ENSF		3ENSF		2ENSF		1ENSF	
	IS	Posición	IS	Posición	IS	Posición	IS	Posición
BPY	8,71	1	8,43	2	7,44	3	7,57	4
CAC	8,53	2	8,04	5	7,73	2	8,36	1
IFD	8,23	3	8,31	3	7,80	1		
BMU	8,14	4	8,11	4	7,41	4	7,80	2
EFV	7,95	5	8,49	1	7,35	5	7,77	3

También se puede disgregar el Índice de Satisfacción según el uso de servicios que contrata el consumidor financiero, considerando créditos, ahorros, utilización de banca por internet, cajeros automáticos, pago con tarjeta de débito y/o crédito, y otras transacciones financieras (por ejemplo: cobro de rentas, pago de servicios básicos y otros).

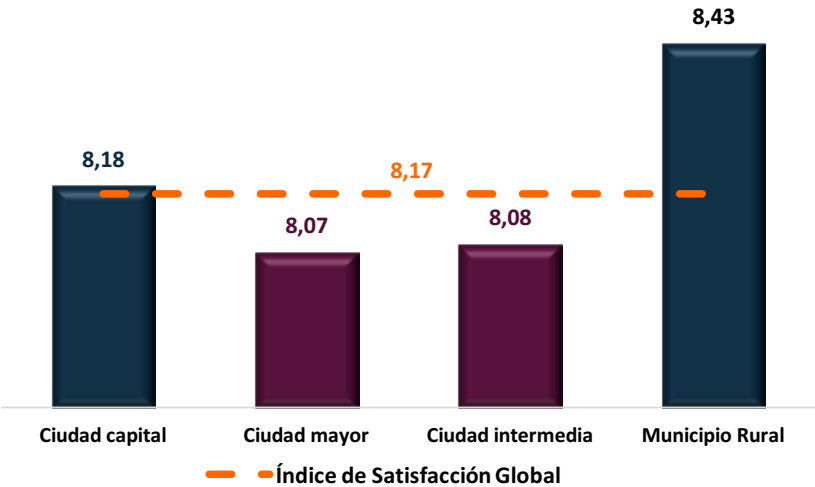
La Gráfica 3.7 expone las calificaciones promedio según la intensidad de uso de los servicios financieros mencionados; donde un «Uso bajo» (8,22) corresponde a la utilización hasta dos servicios, «Uso medio» (8,19) cuando el CF emplea entre tres y cuatro servicios; y «Uso intensivo» (8,02) cuando se consumen cinco o seis servicios. Se aprecia que existe una relación inversamente proporcional entre el número de servicios que utiliza un consumidor financiero y el valor del Índice de Satisfacción.

Gráfica 3.7 Satisfacción promedio según intensidad de uso de servicios del consumidor financiero



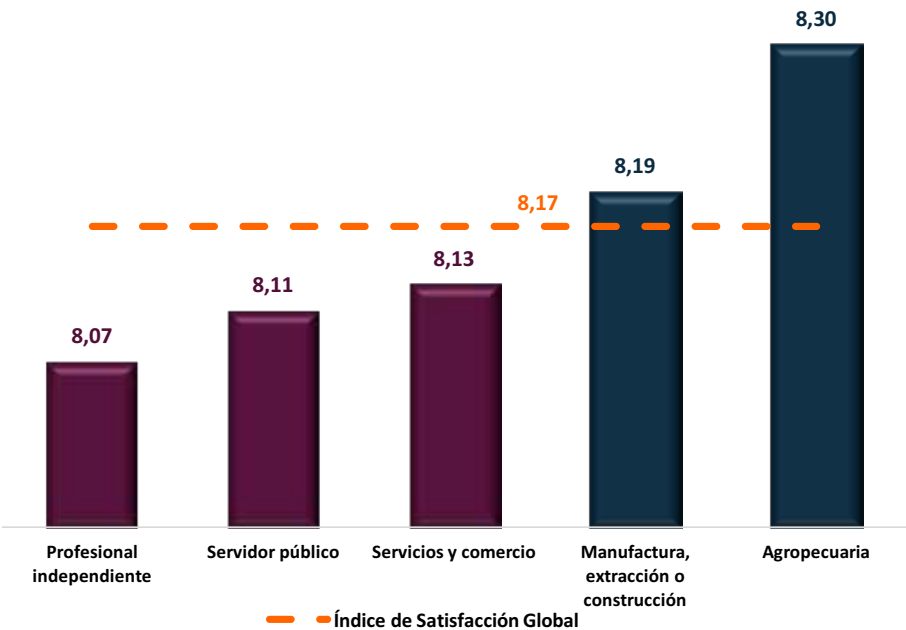
Considerando el nivel de urbanidad, la Gráfica 3.8 expone las calificaciones promedio otorgadas por cada uno de estos grupos; el Índice de Satisfacción es mayor tanto en los municipios rurales como en las capitales, mientras que en las ciudades mayores e intermedias la calificación es menor.⁷

Gráfica 3.8 Satisfacción promedio según urbanidad



Considerando la actividad económica a la que se dedica el consumidor financiero, la Gráfica 3.9 muestra que los sectores «Agropecuaria» y «Manufactura, extracción o construcción» tienen las calificaciones más altas del Índice de Satisfacción. En contrapartida, el grupo de «Profesional independiente» otorga la menor calificación.

Gráfica 3.9 Satisfacción promedio según actividad económica del consumidor financiero



⁷ Para la clasificación de urbanidad se utiliza los criterios empleados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), y el criterio definido de zonas rurales según lo establecido en la LSF.



Estudiante de la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, llevando a cabo la encuesta en el municipio de Sucre.



Equipo de trabajo conformado por estudiantes de la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, iniciando el trabajo de campo en la ciudad de Sucre.

3.2. Cumplimiento de la Función Social

La Ley N° 393 de Servicios Financieros establece que los servicios financieros deben cumplir la función social de contribuir al logro de los objetivos de desarrollo integral para el vivir bien, eliminar la pobreza y la exclusión social y económica de la población, cumpliendo mínimamente los siguientes objetivos:

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

- e) Optimizar tiempos y costos en la entrega de servicios;
- f) Informar a los consumidores financieros acerca de la manera de utilizar con eficiencia y seguridad los servicios financieros.

La 4.^a Encuesta Nacional de Servicios Financieros recabó la percepción de los consumidores financieros sobre el grado de cumplimiento de los objetivos de la Función Social (FS) de los servicios financieros. Para ello, los consumidores respondieron preguntas concretas sobre los servicios que reciben por parte de las EIF, finalmente estos son relacionados con los constructos presentes en el concepto de función social.

3.2.1. Percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros y sus dimensiones explicativas

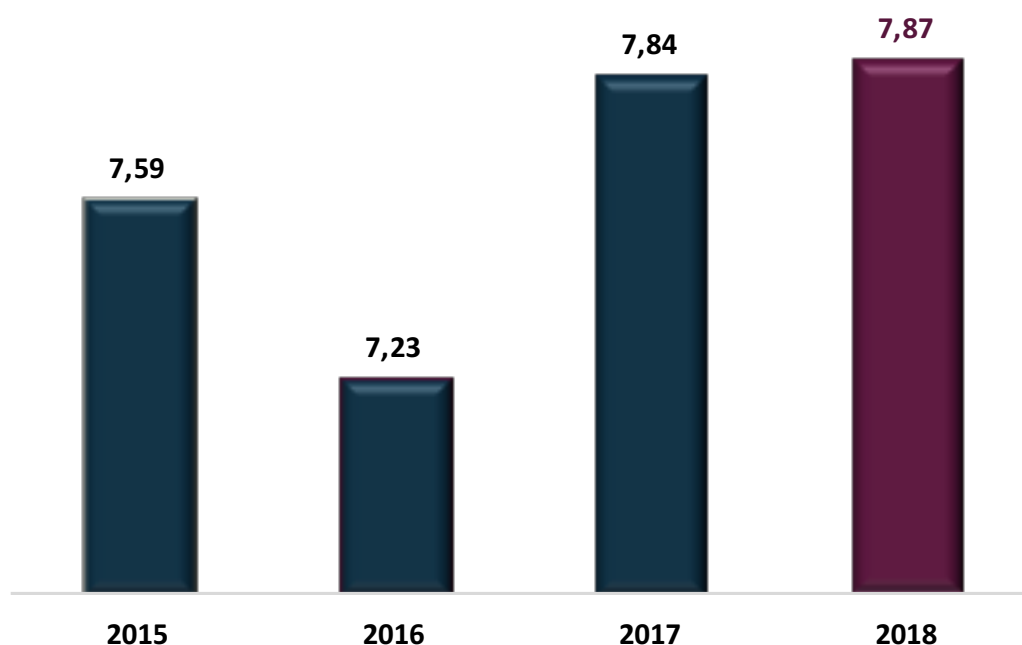
La percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros fue aproximada por dos preguntas, una de ellas desde un punto de vista global, abarcando el entorno social y económico del consumidor financiero; la otra desde un plano individual, refiriéndose a los beneficios percibidos por el mismo consumidor financiero.

Una de las preguntas valoró mediante una escala de 0 a 10, la importancia de la entidad para el desarrollo de la ciudad, localidad o comunidad del CF (punto de vista global); la otra pregunta estuvo más relacionada con la contribución de los servicios financieros a la mejora de la situación

individual del consumidor financiero. Con similar metodología a la medición del Índice de Satisfacción, se obtuvo un Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social de los servicios financieros, que este año fue de 7,87, en una escala de 0 a 10.

La Gráfica 3.10 muestra el comportamiento histórico del IPCFS. El nivel alcanzado en la gestión 2018 (7,87) supera los índices alcanzados anteriormente, el mismo mostró un incremento de 0,03 respecto al observado en el 2017, equivalente a un incremento relativo de 0,4%.

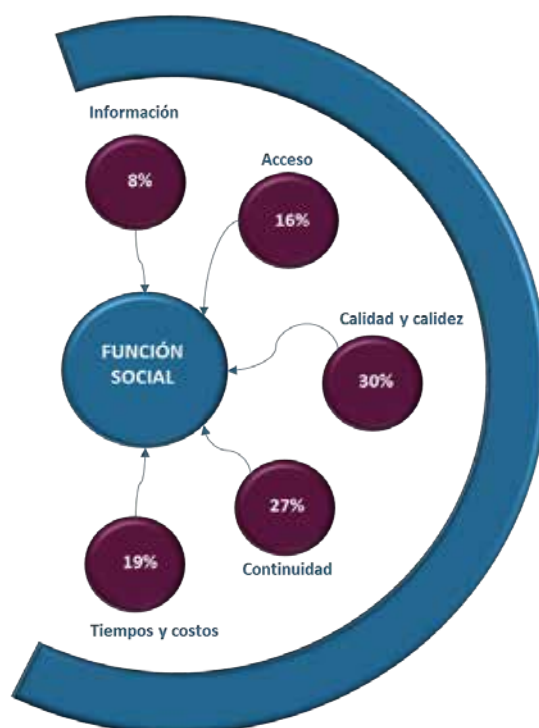
Gráfica 3.10 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social de las cuatro encuestas nacionales



Con base en el Artículo 4 de la Ley N°393, se consideraron variables latentes, expuestas en la Ilustración 3.3, para medir la percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros. El aporte de las variables latentes se expresa en ponderadores o pesos relativos del coeficiente de determinación del modelo propuesto. La valoración de la prestación

de servicios con calidad y calidez tuvo un peso relativo de 30%; la percepción sobre la continuidad de los servicios ponderó 27%; la optimización de tiempos y costos 19%; la facilidad en el acceso a los servicios financieros 16% y, finalmente, la información brindada por las EIF para el uso de los servicios financieros con eficiencia y seguridad 8%.

Ilustración 3.3 Modelo: Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social



A continuación, se detalla el conjunto de características que se usaron para estimar las variables latentes del Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social.

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

Las calificaciones otorgadas al asesoramiento claro y oportuno realizado por el personal de las entidades financieras, la información brindada de servicios que permiten optimizar el tiempo de espera y la seguridad proporcionada por las entidades al realizar transacciones financieras, son utilizadas para evaluar el cumplimiento de este objetivo de función social. Este aspecto logra explicar un 8% del IPCFS.

Facilitar el acceso universal a todos sus servicios

Los horarios de atención, el número de oficinas de atención al público y su ubicación, son las características consideradas para evaluar la facilidad para el acceso a los servicios financieros. Esta variable explica un 16% del comportamiento del Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social.

Proporcionar servicios financieros con atención de calidad y calidez

Mediante la evaluación del trato de los funcionarios a los consumidores financieros, la amabilidad, la colaboración, el asesoramiento en el uso de servicios financieros y la calidad de los servicios financieros ofertados por las entidades, se estima la importancia de este objetivo (30%) en el IPCFS.

Asegurar la continuidad de los servicios ofrecidos

La continuidad de los servicios financieros depende de la capacidad operacional de las entidades financieras, es decir, de políticas y planes de continuidad que posean las mismas. Sin embargo, estos aspectos no son revelados a sus clientes y/o usuarios, en ese sentido, no se evalúan las políticas y planes como tal; sino la percepción que tiene el consumidor sobre la capacidad de la entidad para responder a problemas operativos. Para esto, se solicitó calificar la disponibilidad de los servicios sin interrupciones, así como la confianza sobre la vigencia de la EIF en el mediano plazo. El peso relativo de este objetivo

como factor explicativo del Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social fue de 27%.

Optimizar tiempos y costos en la entrega de servicios financieros

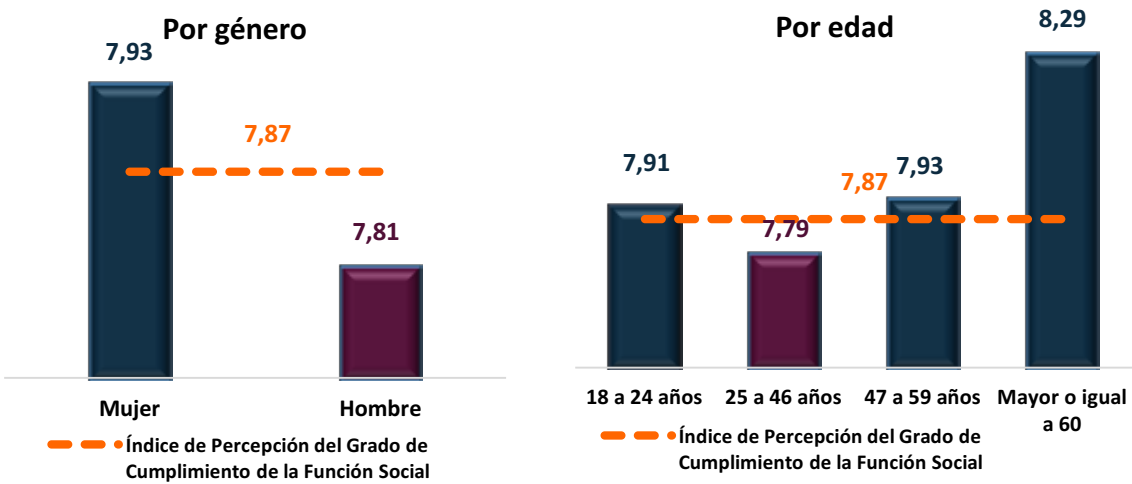
A través de la evaluación a los tiempos de atención en los PAF y la rapidez con que se realizan las transacciones financieras, así como el beneficio percibido por la posibilidad de realizar pagos de servicios básicos en las EIF, se estimó la participación relativa de este objetivo en el IPCFS (19%).

3.2.2. Percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros según características demográficas del consumidor

En esta sección se analiza el Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social por las características del consumidor financiero. Por género, se observa que las mujeres calificaron con un puntaje mayor (7,93) el cumplimiento de la función social respecto a los varones (7,81).

La Gráfica 3.11 muestra los valores del índice de percepción por grupo etario, donde las personas con edades entre 25 a 46 años, otorgaron en promedio, calificaciones inferiores del aporte de las EIF al cumplimiento de la función social de los servicios financieros.

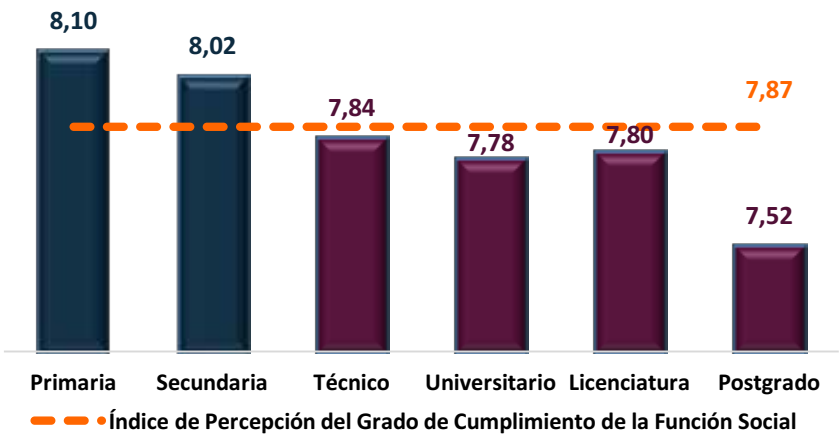
Gráfica 3.11 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social



Por nivel de educación, los consumidores financieros con menor grado de educación brindaron una mayor calificación en comparación con los de mayor formación. El Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la

Función Social tiene una relación inversa con el nivel de educación, es decir, a mayor nivel de educación menor calificación, tal como se muestra en la Gráfica 3.12.

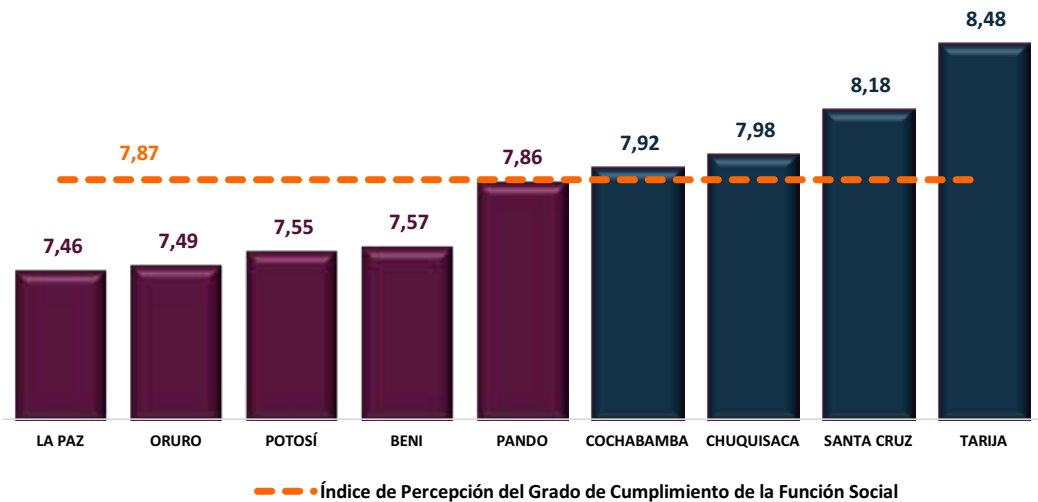
Gráfica 3.12 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según nivel de educación



Considerando el ámbito geográfico, los departamentos de Tarija, Santa Cruz, Chuquisaca y Cochabamba fueron los que otorgaron una mayor

calificación; La Paz, Oruro y Potosí confirieron las menores calificaciones al grado de cumplimiento de la función social.

Gráfica 3.13 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según departamento



La Tabla 3.3 muestra la evolución del Índice de Percepción Cumplimiento de la Función Social por departamento desde la 1ENSF a la 4ENSF. En general, Santa Cruz es uno de los departamentos que tiene mayor estabilidad en la posición de

este índice (durante los últimos tres años estuvo en segundo o tercer lugar). En contrapartida, los departamentos de La Paz y Potosí se encuentran sistemáticamente con los índices más bajos.

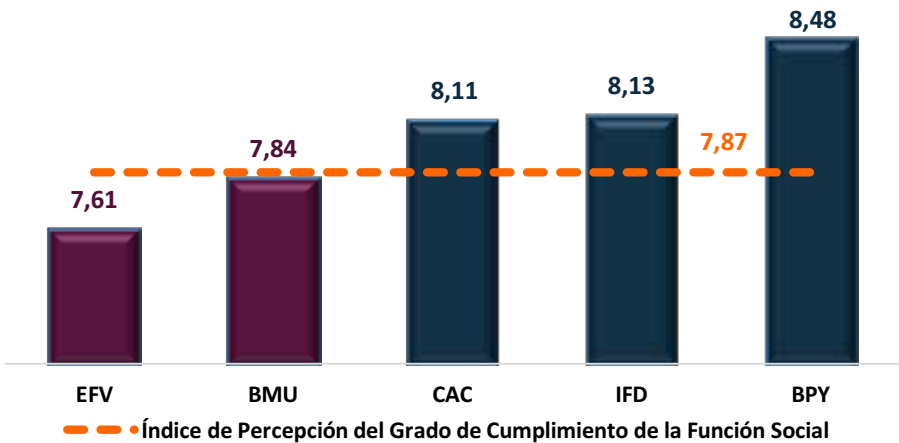
Tabla 3.3 Evolución del Índice de Percepción Cumplimiento de la Función Social según departamento

Departamento	4ENSF		3ENSF		2ENSF		1ENSF	
	FS	Posición	FS	Posición	FS	Posición	FS	Posición
Tarija	8,48	1	7,77	6	7,42	4	7,79	5
Santa Cruz	8,18	2	8,11	2	7,50	3	7,51	8
Chuquisaca	7,98	3	7,73	7	6,57	8	7,61	6
Cochabamba	7,92	4	7,82	5	7,25	5	7,95	3
Pando	7,86	5	7,88	4	7,66	1	8,50	1
Beni	7,57	6	8,15	1	6,98	7	8,33	2
Potosí	7,55	7	7,65	8	6,50	9	7,55	7
Oruro	7,49	8	8,04	3	7,60	2	7,95	4
La Paz	7,46	9	7,61	9	6,99	6	7,40	9

Comparativamente por tipo de entidad, las Entidades Financieras de Vivienda (EFV) y los Bancos Múltiples (BMU) recibieron calificaciones menores al promedio; por encima de este valor se

encuentran, las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas (CAC), las Instituciones Financieras de Desarrollo (IFD) y los Bancos PYME (BPY).

Gráfica 3.14 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según tipo de entidad



La Tabla 3.4 presenta la evolución del Índice de Percepción Cumplimiento de la Función Social por tipo de entidad de las últimas cuatro Encuestas

Nacionales. Destaca la estabilidad en la posición de las IFD, manteniéndose en primer o segundo lugar durante las últimas tres gestiones.

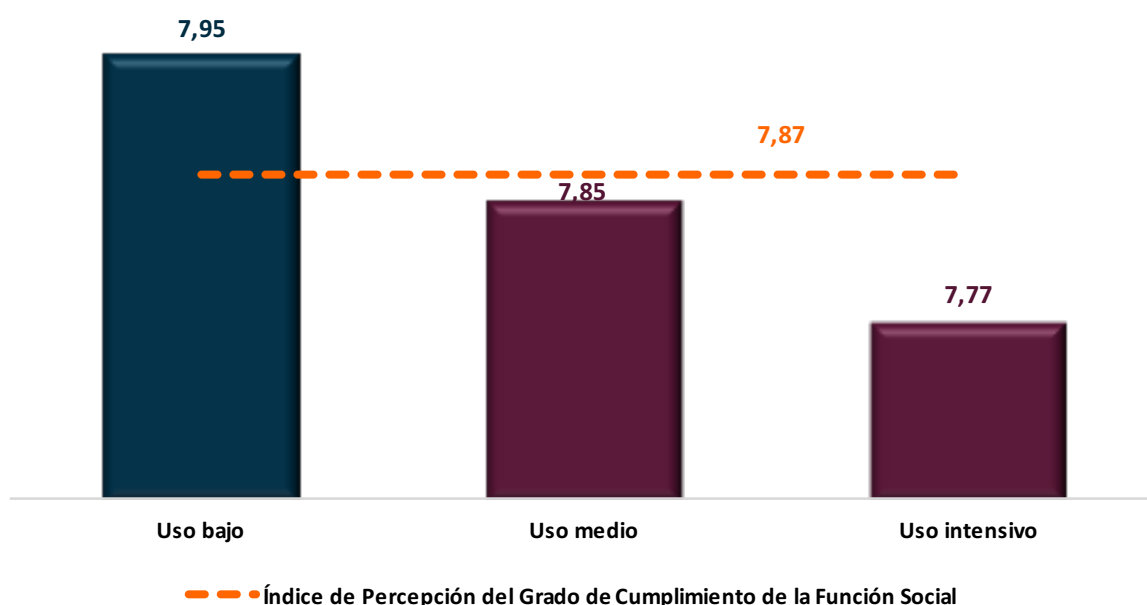
Tabla 3.4 Evolución del Índice de Percepción Cumplimiento de la Función Social según tipo de entidad

Tipo de entidad	2018		2017		2016		2015	
	FS	Posición	FS	Posición	FS	Posición	FS	Posición
BPY	8,48	1	8,00	3	7,48	3	7,30	3
IFD	8,13	2	8,02	2	7,87	1		
CAC	8,11	3	7,80	5	7,55	2	7,79	1
BMU	7,84	4	7,82	4	7,16	4	7,64	2
EFV	7,61	5	8,09	1	6,92	5	6,94	4

Clasificando a los consumidores financieros en función de la intensidad de uso de servicios, se observa que los consumidores financieros que utilizan con menor intensidad los servicios financieros otorgan un mayor puntaje (7,95) al Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento

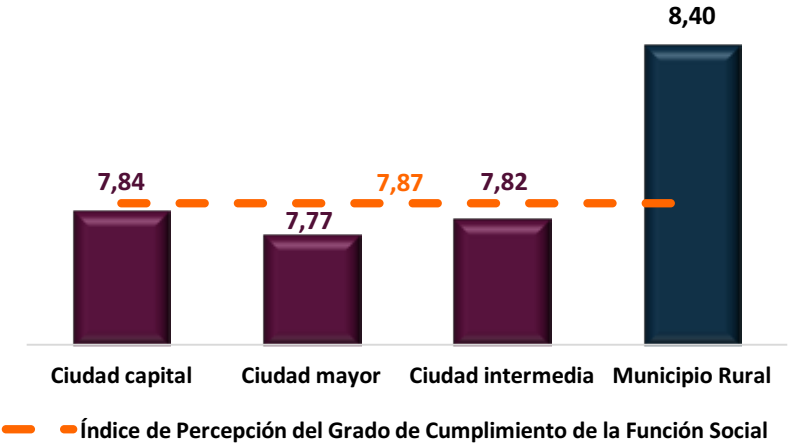
de la Función Social. Por otra parte, aquellos CF que emplean con mayor intensidad los servicios de las Entidades de Intermediación Financiera asignaron la calificación más baja (7,77) al índice (Gráfica 3.15).

Gráfica 3.15 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según intensidad de uso de servicios del consumidor financiero



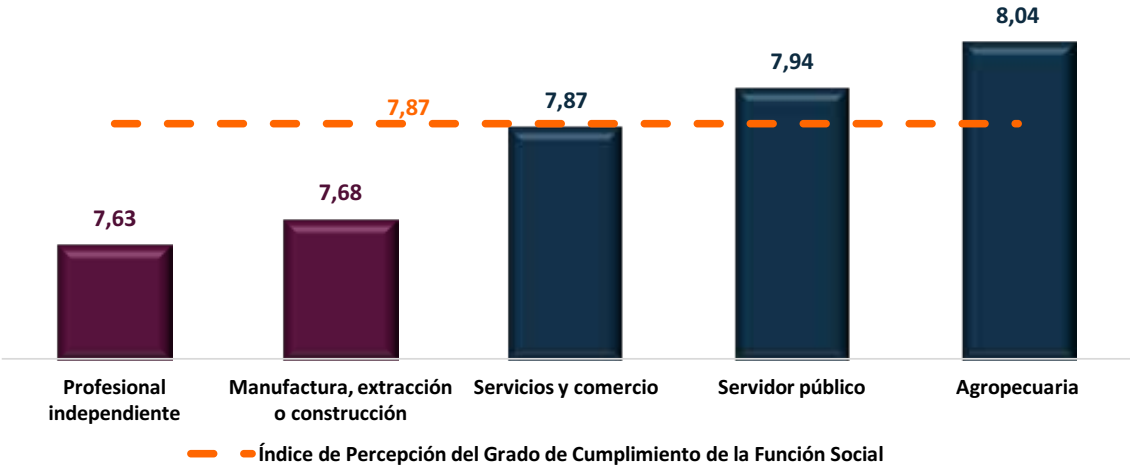
Considerando el nivel de urbanidad, los consumidores financieros ubicados en municipios rurales otorgaron la calificación más alta al Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social (Gráfica 3.16).

Gráfica 3.16 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según urbanidad



Finalmente, considerando la actividad económica, los consumidores financieros dedicados a actividades agropecuarias concedieron la mayor nota al Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social. Por otra parte, los CF que son profesionales independientes dieron la calificación más baja al índice.

Gráfica 3.17 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según actividad económica del consumidor financiero





Servidor público de ASFI realizando la encuesta en el municipio de Copacabana.



Estudiante de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) llevando a cabo la encuesta en el municipio de La Paz.

3.3. Necesidades en materia financiera

Las necesidades de los consumidores financieros se analizan considerando: (i) el acceso a los servicios financieros y (ii) las razones por las que el consumidor financiero no cuenta con los servicios financieros. Los resultados describen estos aspectos a través de servicios ofrecidos por las entidades, como ser: ahorros, créditos, cajeros automáticos, transacciones electrónicas, centro de llamadas y otros servicios.

La información permite concluir que la mayor parte de consumidores financieros que no tienen ahorros son trabajadores independientes que viven en el eje troncal, en ciudades capitales o ciudades mayores.

El uso de Transacciones Electrónicas y Medios Electrónicos de Pago (TEYMEP) aún es limitado y el principal motivo señalado por los

consumidores financieros está relacionado con el desconocimiento sobre el uso de estos servicios.

Respecto al «Centro de Llamadas», solamente el 20% de los CF lo utilizó y una de las principales causas en su baja intensidad de uso es el desconocimiento de la atención a través de este servicio de las entidades.

Finalmente, se destaca que los consumidores financieros no están muy satisfechos con la cantidad de personas esperando ser atendidas en una EIF. La afirmación 2.7 referida a este tema recibió la segunda peor calificación tanto en la 3ENSF como en la 4ENSF.

Estas necesidades sugieren generar campañas por ASFI y las Entidades de Intermediación Financiera para mejorar la calidad de los servicios financieros y la satisfacción de los consumidores.

3.3.1. Ahorros

Uno de los principales elementos para incrementar la inclusión financiera es promover la cultura del ahorro en entidades de intermediación financiera. Así, además de optimizar sus decisiones intertemporales de consumo, ahorrar en EIF reguladas por ASFI ofrecen otros beneficios, como el acceso a medios electrónicos de pago, principalmente tarjetas de débito y banca por internet, entre otros.

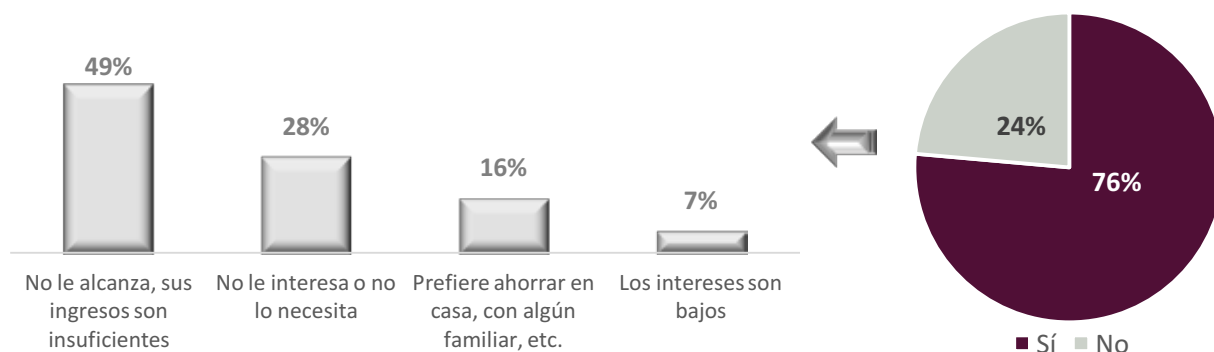
El 24% de los consumidores financieros no tienen ahorros en las EIF con licencia de funcionamiento otorgada por ASFI. De este grupo, los CF que señalaron como principal motivo la insuficiencia de sus ingresos alcanza a 49%, seguido de la opción «no le interesa o no necesita ahorrar», que representa el 28%. Existe otro grupo de CF que

ahorra, pero en casa o con algún familiar (16%). Finalmente, el 7% de los CF que no tienen ahorros indicaron que se encuentran en esa situación porque los intereses percibidos por sus ahorros son bajos (Gráfica 3.18).

De los consumidores financieros que no tienen ahorros en alguna EIF, el 53% son mujeres y el restante 47% varones; además, el 46% es trabajador(a) independiente con una edad entre 25 a 46 años.

Desagregando a nivel departamento, en el eje troncal se concentra la mayor población sin ahorros (76%), y a nivel de urbanidad, las ciudades capitales reúnen un 55% de CF en esta situación.

Gráfica 3.18 Proporción de consumidores financieros que tienen ahorros en la entidad o en otra y principales motivos por los que no tiene ahorros en las EIF

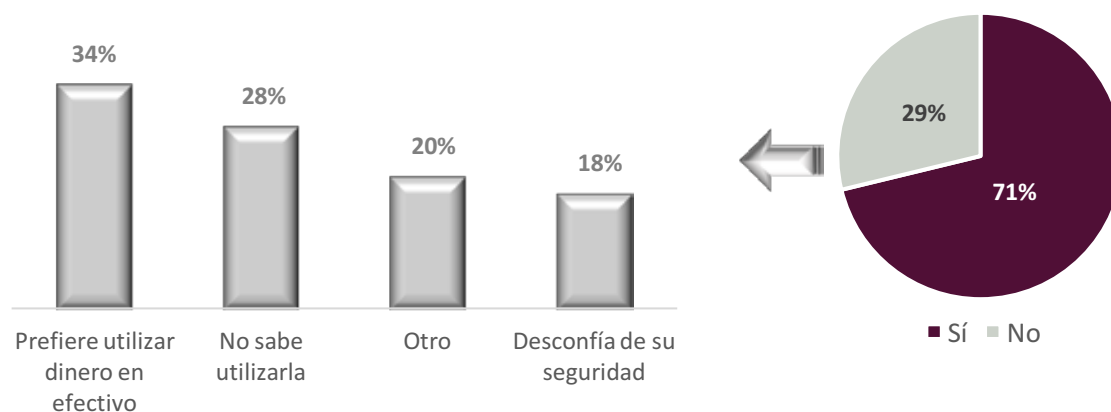


Por otra parte, el 71% de los consumidores financieros que tienen ahorros en el sistema financiero, indicó que tiene tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro o cuenta corriente (Gráfica 3.19).

Los CF que no cuentan con tarjeta de débito señalan como principal motivo que prefieren utilizar dinero en efectivo (34%), seguido por el 28% que no sabe utilizar las tarjetas y el 18%

que desconfía de su seguridad, estas tres razones totalizan un 80%. En las últimas gestiones, ASFI y las entidades financieras trabajaron en la promoción del uso de este servicio, buscando que, al menos, el 75% de los consumidores financieros que tienen ahorros accedan a las ventajas de este servicio y evitar los inconvenientes del uso de dinero en efectivo (billetes falsos, inseguridad en las calles, entre otros).

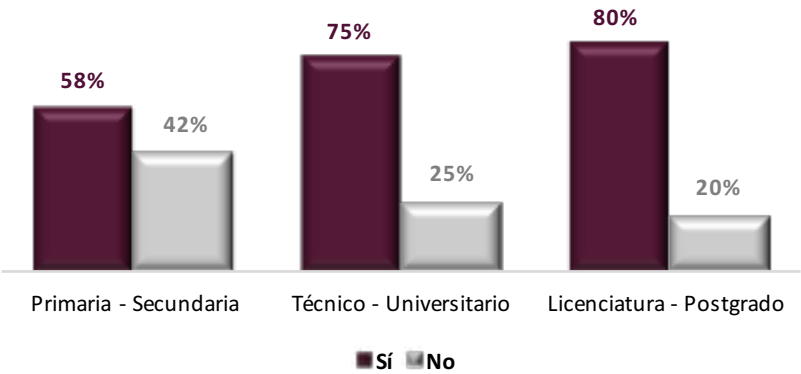
Gráfica 3.19 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito asociada a su cuenta de ahorro y razones por las que no cuenta con tarjeta de débito



Disgregando la información según características de educación, se observa que el porcentaje de consumidores financieros que tiene tarjeta de débito aumenta con el nivel educativo del consumidor financiero.

En niveles de educación inferiores, el 58% de los consumidores financieros tiene tarjeta de débito; por otra parte, para consumidores financieros con licenciatura o postgrado el porcentaje aumenta a 80%. Por lo tanto, continúa la necesidad de difundir el uso de tarjetas de débito, especialmente en sectores de la población con menores niveles de educación (Gráfica 3.20).

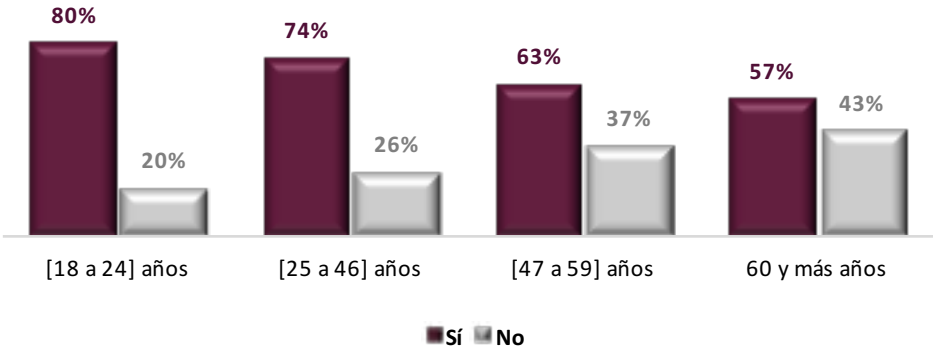
Gráfica 3.20 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su nivel de educación



Analizando la misma información según su grupo etario, se encuentra una relación inversa entre la edad y el uso de tarjetas de débito.

El 80% de los CF más jóvenes (18 a 24 años) cuentan con una tarjeta de débito; esta proporción disminuye al 57% en los CF de 60 años o más.

Gráfica 3.21 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su edad

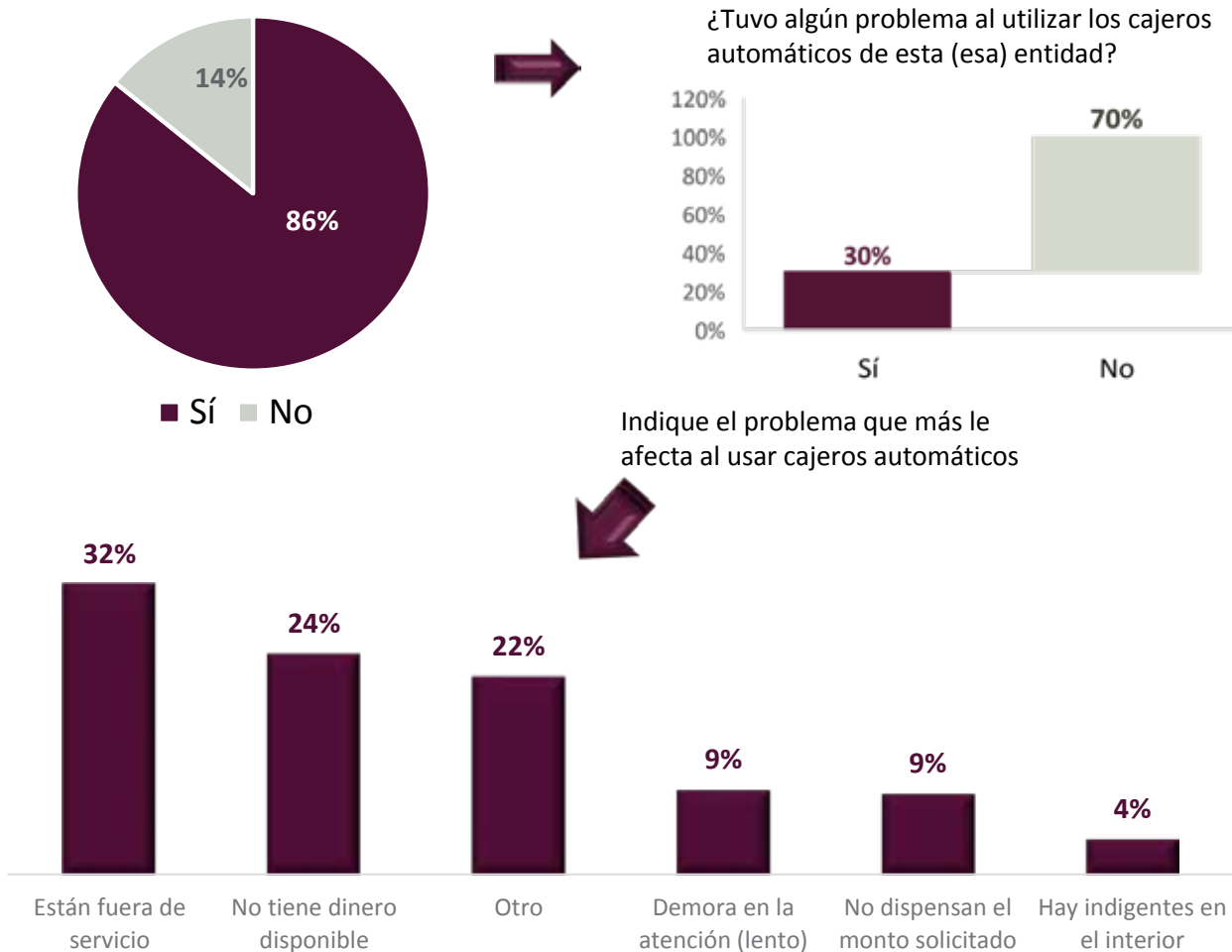


3.3.2. Cajeros automáticos

Del 71% de los consumidores financieros que tiene una tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro, el 86% utiliza los cajeros automáticos de las entidades del sistema financiero. De este

grupo, el 30% tuvo alguna dificultad al utilizar este servicio; los principales problemas relacionados son que los cajeros están fuera de servicio o no tienen dinero disponible.

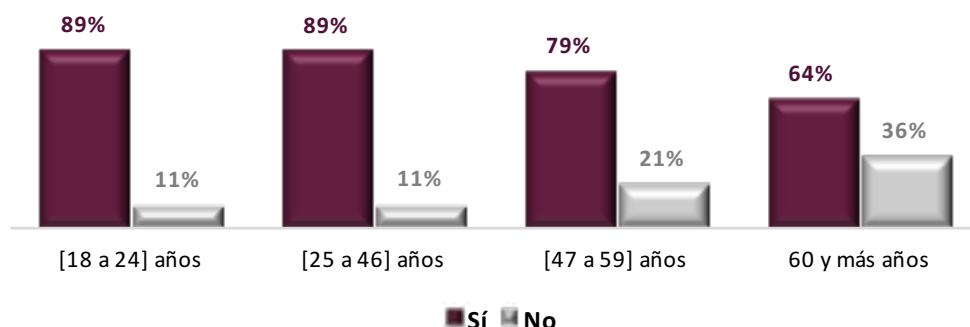
Gráfica 3.22 Proporción de consumidores financieros, con tarjeta de débito, que utilizan cajeros automáticos y el problema que más le afecta al utilizar este servicio



El uso de cajeros automáticos tiene una correlación negativa con la edad. El 89% de los consumidores financieros con edades entre 18 y 46 años usan los

cajeros automáticos de las EIF; esta proporción disminuye al 64% si consideramos CF de 60 años o más (Gráfica 3.23).

Gráfica 3.23 Proporción de consumidores financieros, con tarjeta de débito, que utilizan cajeros automáticos según su edad

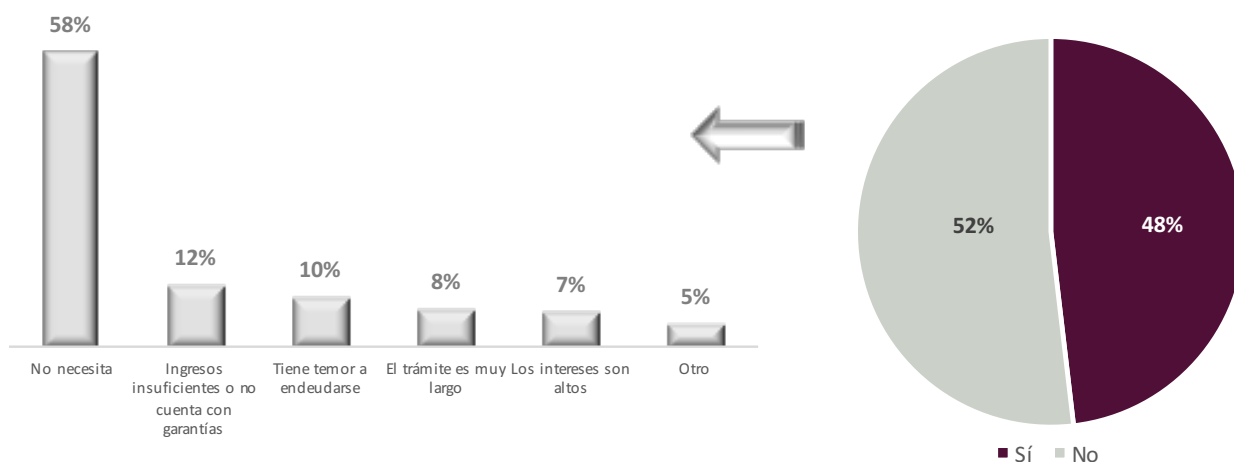


3.3.3. Créditos

El 48% de los consumidores financieros afirmaron que tienen crédito con alguna EIF. Del 52% de CF que no tienen crédito con una EIF, el principal motivo es: «No necesita» (58%). El restante 42%

se explica por las siguientes razones: ingresos o garantías insuficientes (12%), tiene temor a endeudarse (10%), el trámite es muy largo (8%), los intereses son altos 7% y otro 5%.

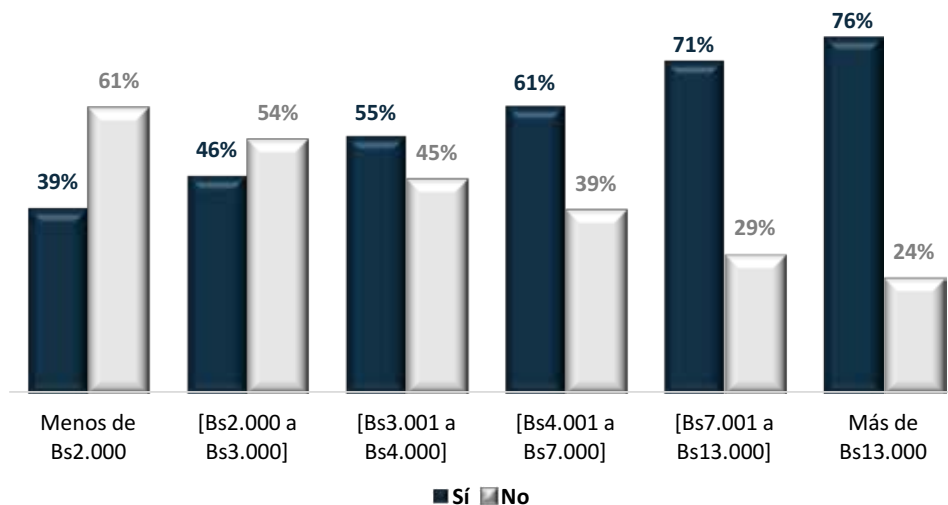
Gráfica 3.24 Proporción de consumidores financieros que tienen un crédito, y las principales razones por las que no tienen crédito



La proporción de consumidores financieros que tienen créditos mantiene una relación directa con el nivel de ingresos (Gráfica 3.25). El 39% de los consumidores financieros que tienen ingresos

menores a Bs2.000 tiene créditos; esta proporción se incrementa hasta el 76% en los CF con ingresos mensuales superiores a Bs13.000.

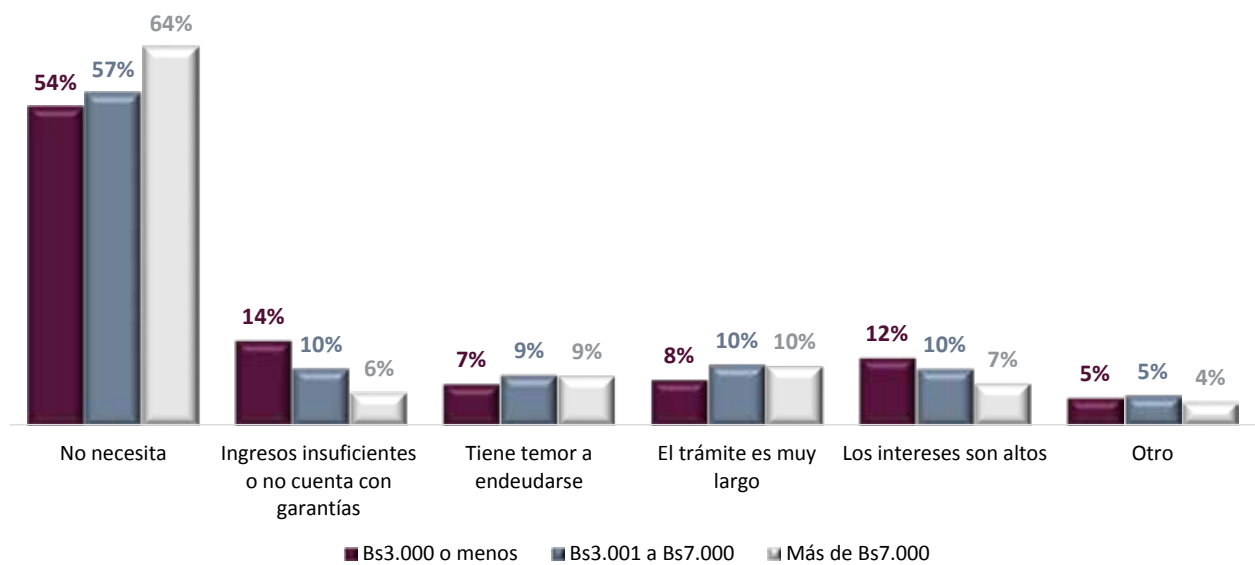
Gráfica 3.25 Proporción de consumidores financieros que tienen crédito(s) por nivel de ingreso mensual



Analizando a los consumidores financieros que no tienen créditos en el sistema financiero, el principal motivo es la ausencia de la necesidad en el momento; este hecho es independiente al nivel de sus ingresos. El segundo motivo en importancia

es «Ingresos insuficientes o no cuenta con garantías»; los CF con menores ingresos, tienen una capacidad de pago más limitada para obtener un crédito que los consumidores financieros con mayores ingresos.

Gráfica 3.26 Proporción de consumidores financieros que no tienen créditos por nivel de ingreso mensual y sus principales razones

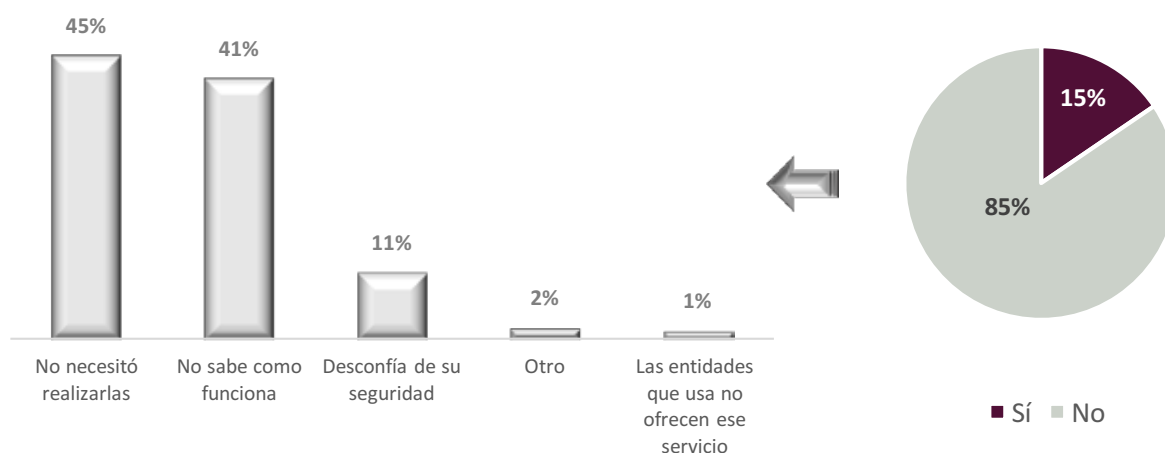


3.3.4. Transacciones electrónicas

El 85% de los consumidores financieros no realizó transacciones electrónicas en el último año; de este grupo, el 41% desconoce el funcionamiento de las mismas y el 11% desconfía de su seguridad.

Otro porcentaje importante (45%) de los CF que no efectuaron transacciones electrónicas no necesitó realizarlas.

Gráfica 3.27 Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones electrónicas, y principales razones por las que no realizaron

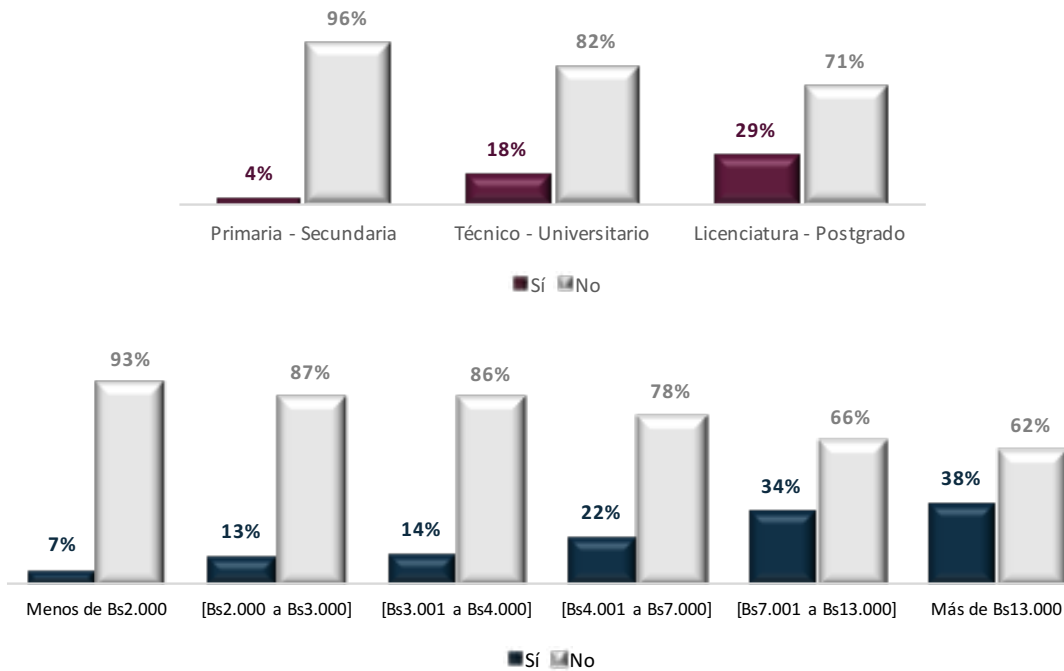


La utilización de las transacciones electrónicas mediante internet está correlacionada positivamente con el nivel de educación y de ingreso. El uso de estos servicios en los CF que alcanzaron un nivel máximo de educación secundaria es apenas del 4%; incrementándose al 29% en aquellos que alcanzaron un nivel de licenciatura o postgrado. Este comportamiento pone en manifiesto la necesidad de dar a conocer

el funcionamiento de estos servicios, así como los beneficios que ofrecen los mismos.

Respecto al nivel de ingresos, solamente el 7% de los CF que tienen un nivel de ingresos menor a Bs2.000 utiliza este servicio, mientras que esta proporción se incrementa a 34% para aquellos que logran un nivel de ingresos mayor a Bs7.000 (Gráfica 3.28).

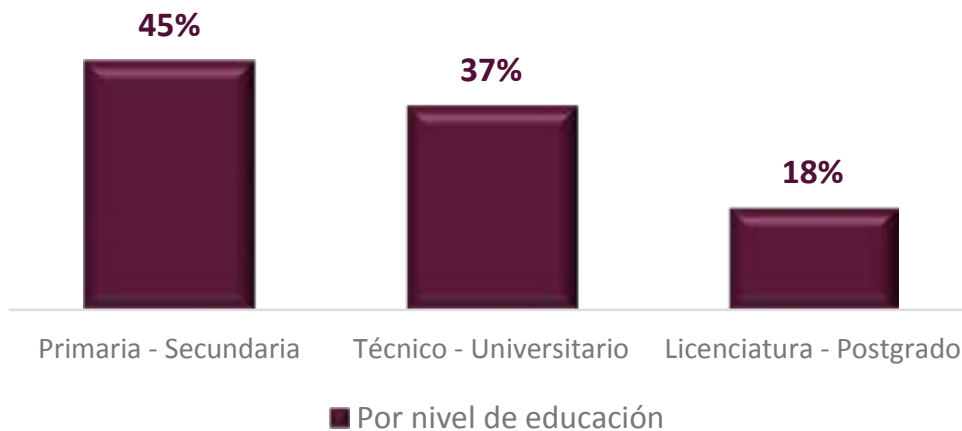
Gráfica 3.28 Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones financieras mediante internet por nivel educativo e ingreso

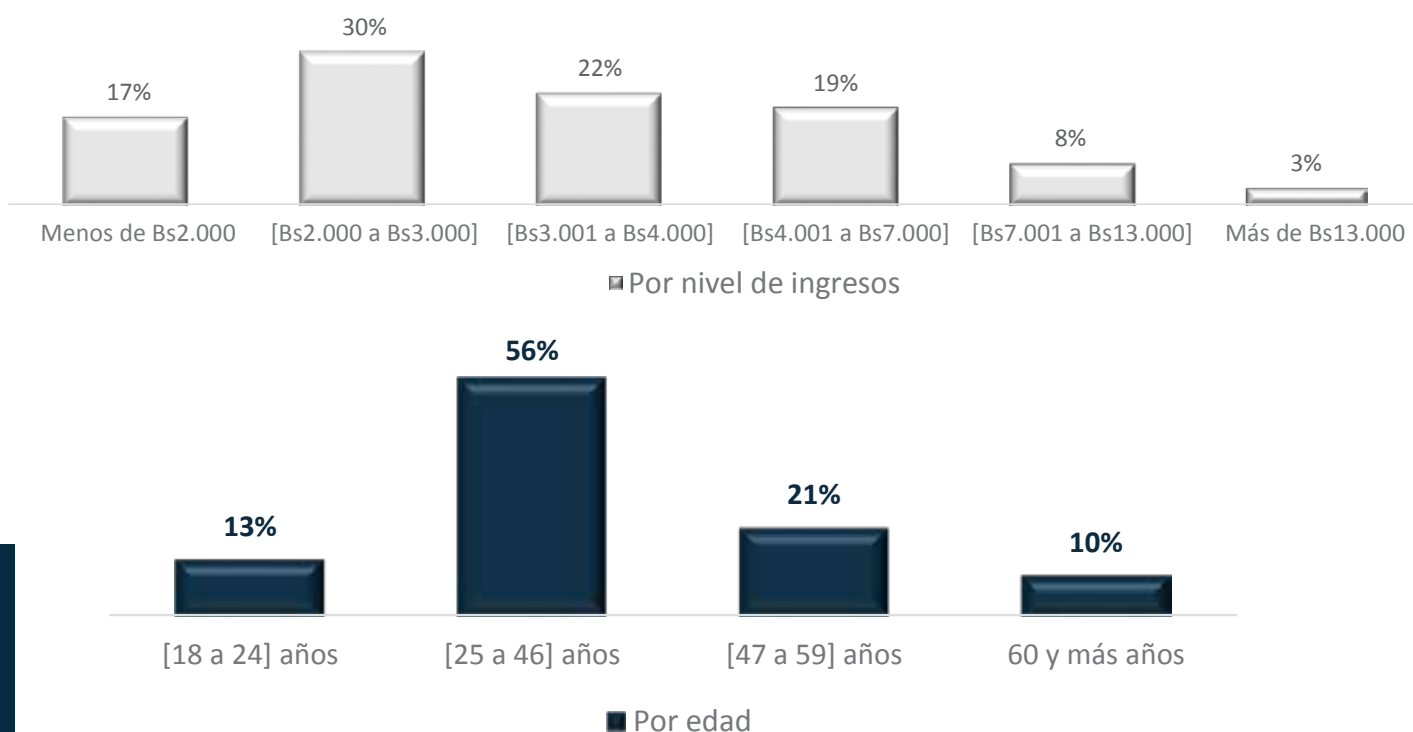


La Gráfica 3.29 expone las principales características de los consumidores financieros que no realizaron transacciones electrónicas. Los CF con menor nivel de educación y con ingresos entre Bs2.000 a Bs3.000 son los que más desconocen este servicio

o desconfían del mismo; disgregando por edad, se observa que el 56% de este grupo se encuentra en la población con una edad entre 25 a 46 años.

Gráfica 3.29 Proporción de consumidores financieros que no saben cómo funcionan o desconfían de las transacciones electrónicas



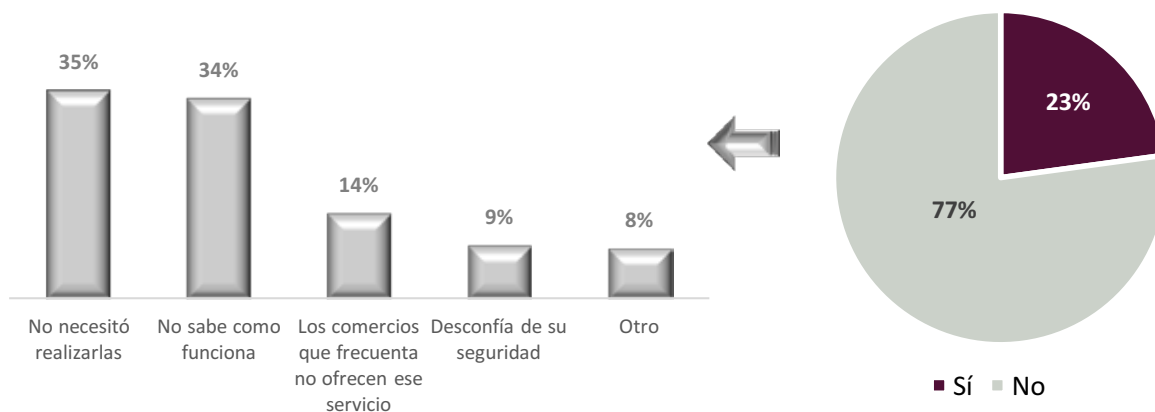


3.3.5. Pagos con tarjetas de débito o crédito

El 77% de los consumidores financieros no realizó pagos con tarjetas de débito o crédito. De este grupo, el 69% no sabe cómo funcionan o no

necesitó utilizarlas. Este comportamiento sugiere mantener los esfuerzos para promover el uso generalizado de estos instrumentos.

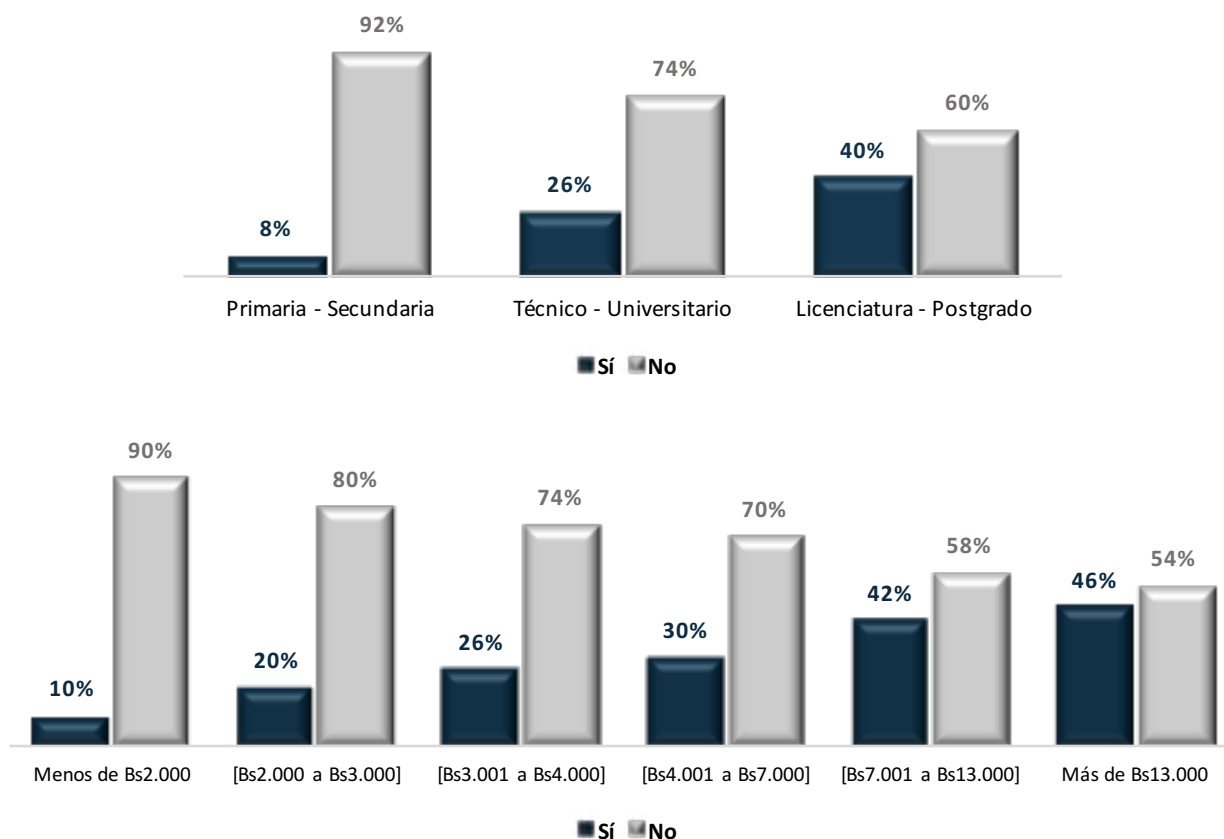
Gráfica 3.30 Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con su tarjeta de débito o crédito



El uso de tarjetas se encuentra positivamente correlacionado con el nivel de educación y de ingresos. Los CF con un nivel de educación de licenciatura o postgrado alcanzan un 40% de uso

de tarjetas para realizar compras o pagar servicios; por su parte, el 46% de los CF con ingresos mensuales de Bs13.000 o más usan tarjetas para estos mismos fines.

Gráfica 3.31 Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con tarjeta de débito o crédito por nivel educativo e ingreso

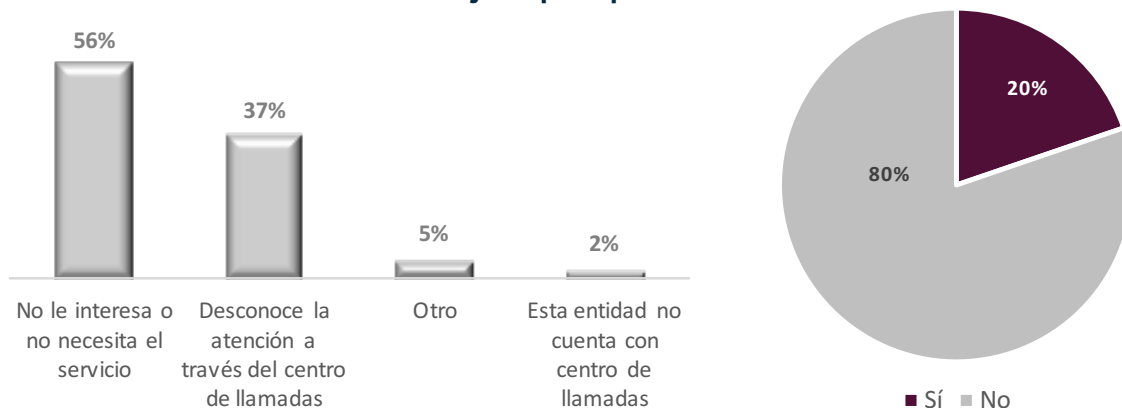


3.3.6. Centro de llamadas

De acuerdo a la Gráfica 3.32, el 80% de los consumidores financieros no utilizó el centro de llamadas de ninguna EIF. Si bien de este grupo, el 56% de los CF no necesitó usarlas, un 37% «Desconoce la atención a través del

centro de llamadas». Esta situación sugiere generar campañas por ASFI y las Entidades de Intermediación Financiera para promover el uso de los centros de llamadas.

Gráfica 3.32 Proporción de consumidores financieros que no utilizaron el centro de llamadas y sus principales razones

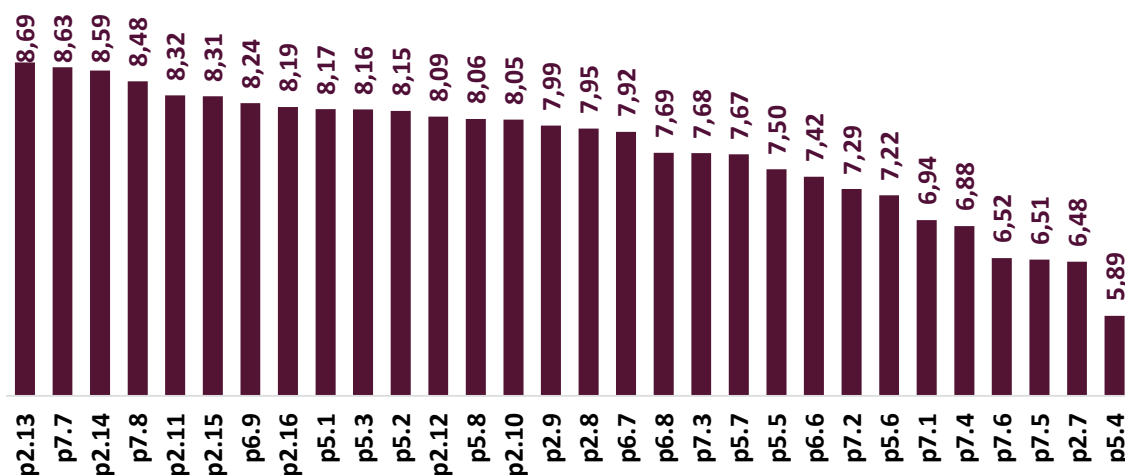


3.3.7. Necesidades a partir de la evaluación de las afirmaciones que requerían una calificación

De todas las afirmaciones que requerían ser evaluadas en la 4ENSF (con una nota entre el 0 y 10), los consumidores financieros calificaron con la nota más baja la afirmación 5.4 «Existen agencias

de esta entidad cerca de su domicilio para realizar transacciones», con una nota de 5,89 sobre un máximo de 10 (Gráfica 3.33).

Gráfica 3.33 Calificación a las afirmaciones con escala de 0 a 10 de la 4ENSF

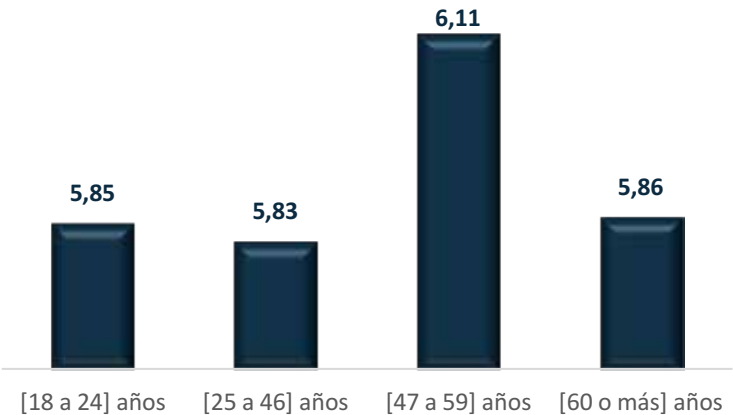


Por tipo de entidad, esta afirmación también fue la que recibió la peor calificación en Bancos PYME (6,43), Bancos Múltiples (5,92), Cooperativas de

Ahorro y Crédito Abiertas (5,59), Instituciones Financieras de Desarrollo (5,46) y Entidades Financieras de Vivienda (4,82).

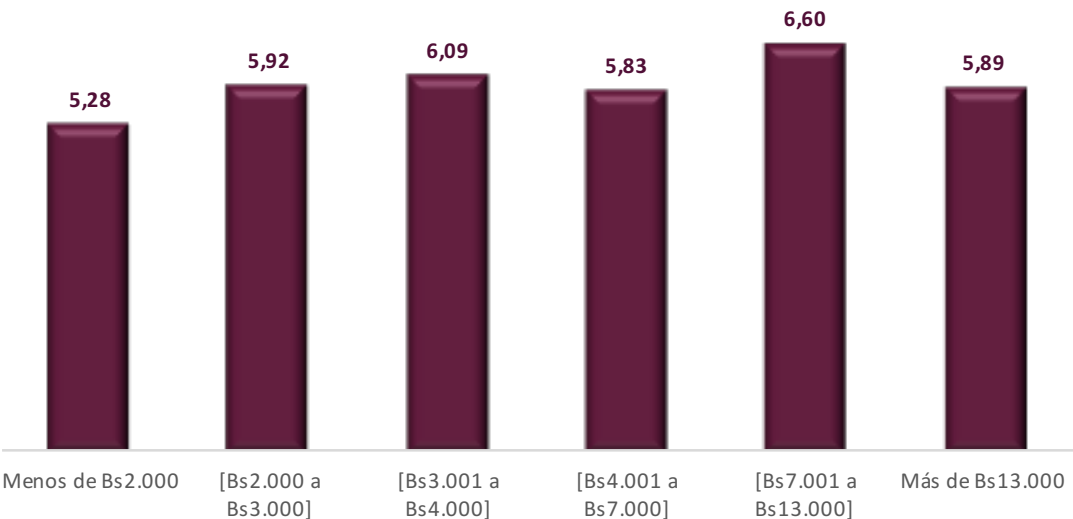
La calificación otorgada a la citada afirmación no muestra una relación directa con la edad de los consumidores financieros. Solo el grupo etario entre 47 a 59 años calificó con una nota considerablemente más alta que los demás grupos (6,11).

Gráfica 3.34 Calificación a la afirmación 5.4, por edad



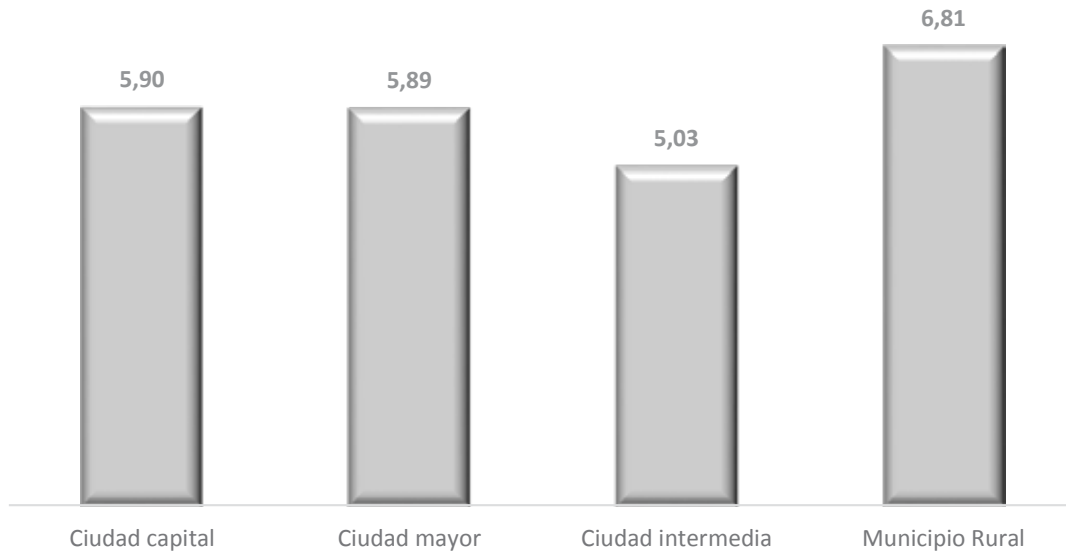
Por nivel de ingresos mensuales, los consumidores financieros que cuentan con ingresos menores a Bs2.000, son los más insatisfechos (5,28); la mayor calificación (6,60) fue otorgada por los consumidores financieros de ingresos medios y altos.

Gráfica 3.35 Calificación a la afirmación 5.4, por nivel de ingresos



Por urbanidad, los consumidores financieros de los municipios rurales son los que se encuentran más satisfechos con la proximidad de las agencias de las EIF a sus domicilios (6,81); por su parte, los CF de las ciudades intermedias otorgaron la calificación más baja (5,03) (Gráfica 3.36).

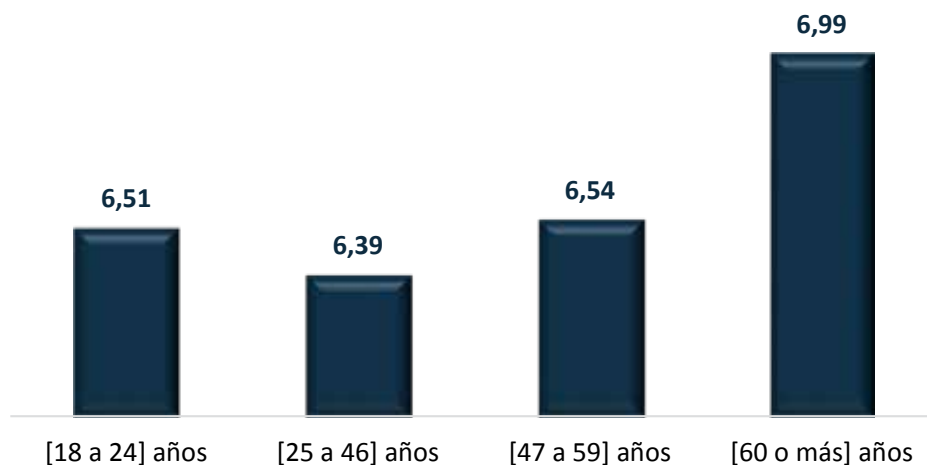
Gráfica 3.36 Calificación a la afirmación 5.4, por urbanidad



La afirmación que obtuvo la segunda peor calificación fue la 2.7 «En las oficinas de esta entidad, siempre hay pocas personas esperando ser atendidas.», con una nota de 6,48 sobre un máximo de 10. En este escenario, ASFI junto con

las Entidades de Intermediación Financiera deben generar mecanismos más eficientes para que existan menos CF en espera de atención tanto en cajas como en plataforma de atención.

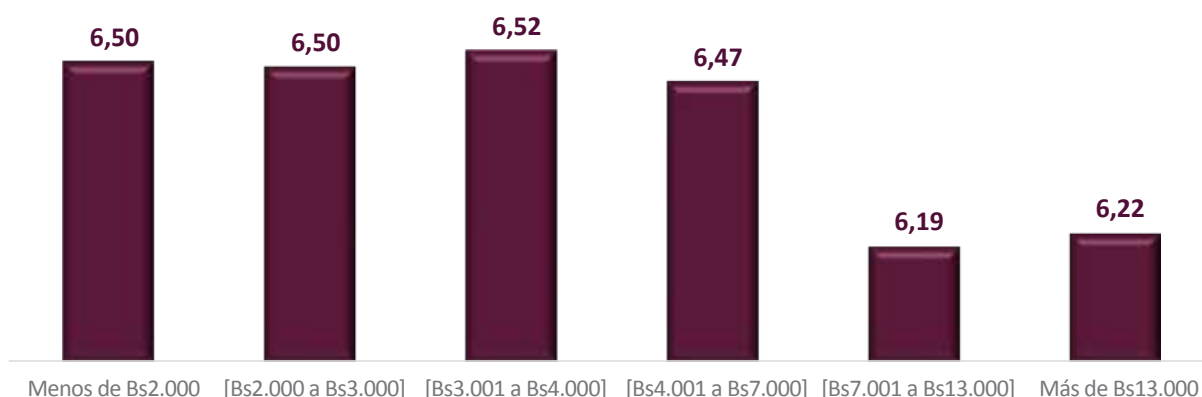
Gráfica 3.37 Calificación a la afirmación 2.7, por edad



Por nivel de ingresos, la Gráfica 3.38 muestra que los consumidores financieros con ingresos mensuales superiores a Bs7.000, califican con

puntajes considerablemente más bajos la afirmación 2.7.

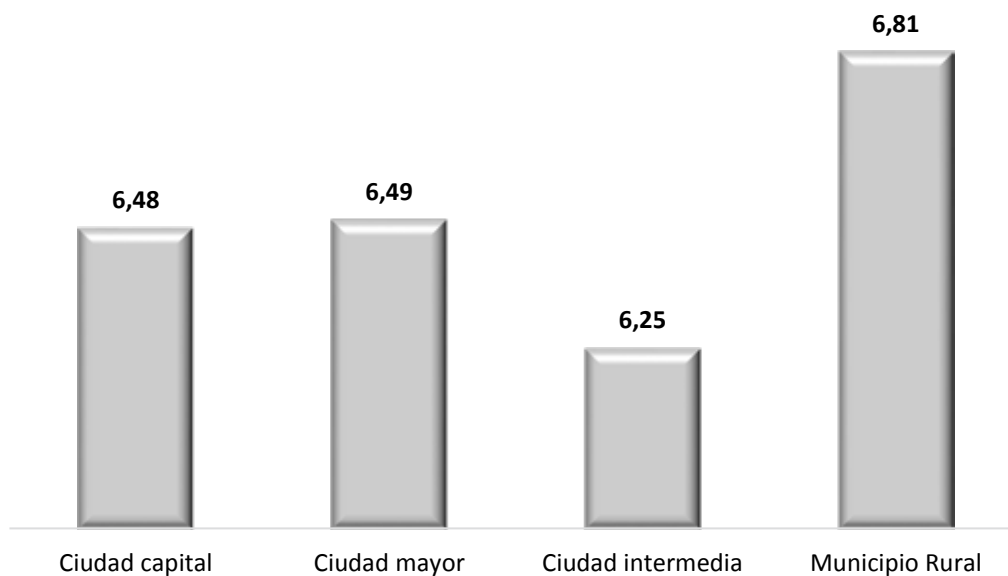
Gráfica 3.38 Calificación a la afirmación 2.7, por nivel de ingresos



Los Municipios Rurales dieron la calificación más alta (6,81) a la afirmación 2.7. Destaca, que el puntaje más bajo fue otorgado en las ciudades intermedias (6,25) y no así las ciudades capitales

donde se podría presumir que la gente tiene menos tiempo disponible para ir a una entidad financiera.

Gráfica 3.39 Calificación a la afirmación 2.7, por urbanidad





Equipo de trabajo conformado por estudiantes de la Universidad Técnica de Oruro preparados para iniciar el trabajo de campo.



Estudiante de la Universidad Autónoma Tomás Frías, realizando la encuesta en el municipio de Potosí.

4. TABULACIÓN DEL CUESTIONARIO

A continuación, se presentan las preguntas y los resultados de la 4.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros. Predominantemente, los resultados se exponen en cuatro tipos de gráficos estandarizados:

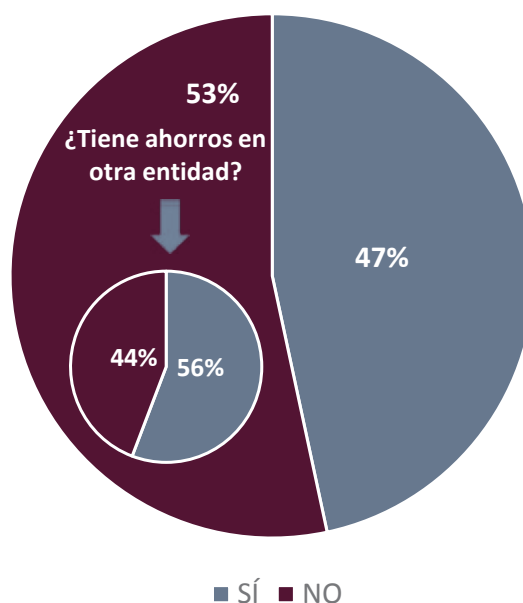
- a) **Barras acumuladas en bicolor**, las barras superiores de color azul representan el porcentaje de participación de cada calificación en el total. Los datos superiores expresan el porcentaje de participación acumulado.
- b) **Gráficos de cascada**, usados para representar la participación de cada

opción en el total, dando la impresión de una acumulación.

- c) **Gráfico de torta**, en el caso de las respuestas binarias (Sí/No), cuando el consumidor financiero no tiene el servicio en la entidad donde se realiza la encuesta (respuesta No), se consultó si tenía el servicio en otra entidad. Los resultados de la segunda consulta son expuestos al interior de la gráfica de la opción «No».
- d) **Gráfico circular (Donuts)**, usadas para representar las participaciones de las opciones en cada consulta.

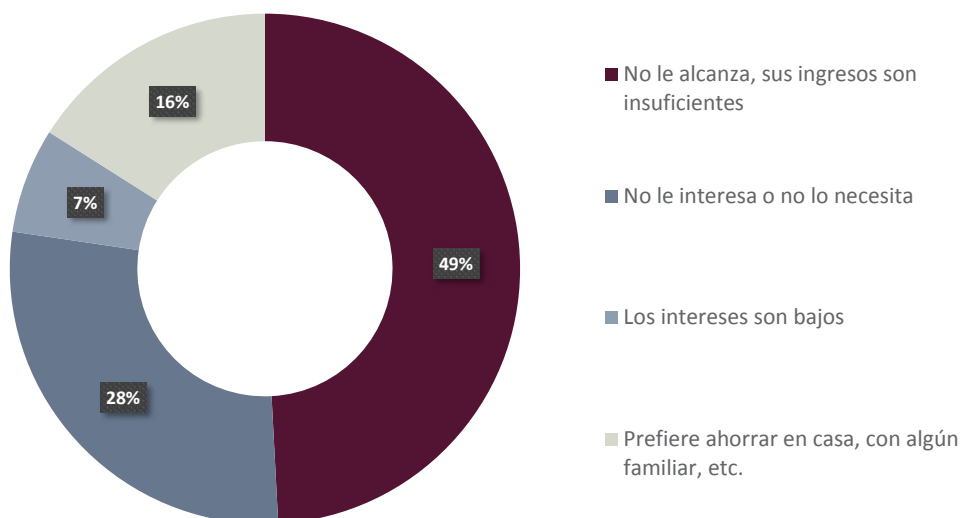
Sección 1: Ahorros

Pregunta 1.1 ¿Tiene ahorros en esta entidad?



El 47% de los consumidores financieros tiene ahorros en la entidad donde se realizó la consulta. Del resto de los consumidores financieros, el 56% tiene ahorros en una entidad financiera diferente a donde se realizó la encuesta. Esto permite concluir que el 76% de los consumidores financieros tiene ahorros en el sistema financiero.

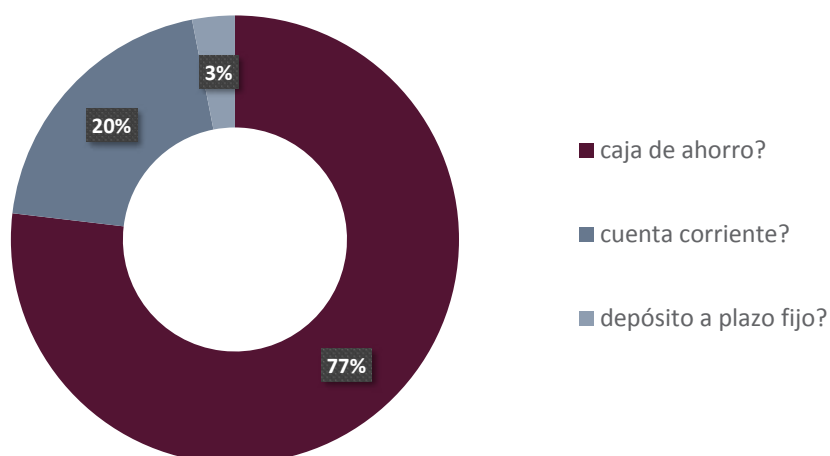
Pregunta 1.4 ¿Por qué no ahorra en esta u otra entidad?



De las personas que indicaron no tener ahorros en el sistema financiero, el 49% señaló no tener ingresos suficientes para ahorrar, el 28% expresó que no le interesa o no lo necesita y el 7% que los intereses son bajos. Es decir, que del total de CF que no ahorra, el 51% afirma que no lo hace por motivos diferentes a la falta de ingresos.

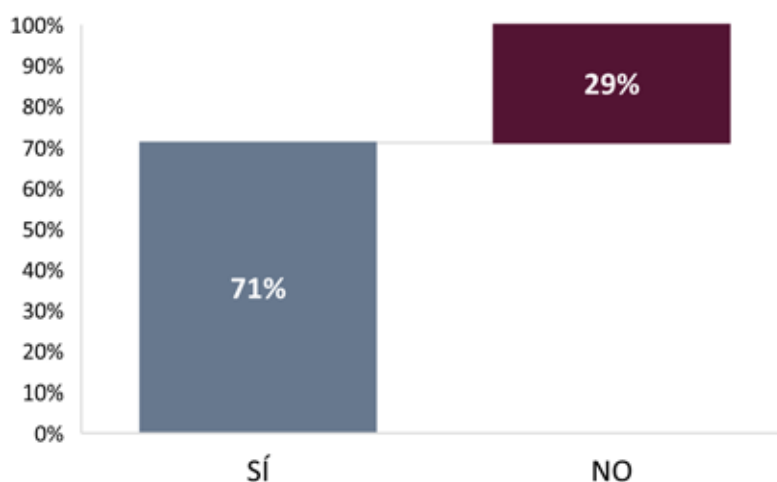
Se destaca que el 16% de los consumidores financieros indicó que prefiere ahorrar en casa o con algún familiar.

Pregunta 1.5 ¿Tiene usted ...



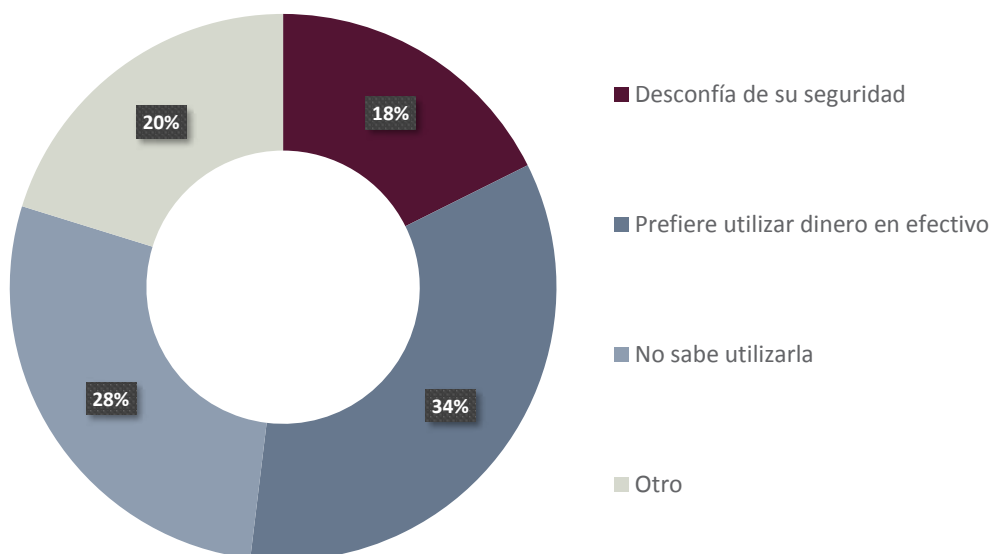
De los consumidores financieros que tienen ahorros (que representa el 76%), la mayoría (77%) indicó que tiene caja de ahorro, seguido de un 20% que tiene cuenta corriente y un 3% depósitos a plazo a fijo.

Pregunta 1.6 ¿Tiene tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro o cuenta corriente?



Del grupo de consumidores financieros que tienen ahorros en el sistema financiero, el 71% indicó que tiene tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro o cuenta corriente.

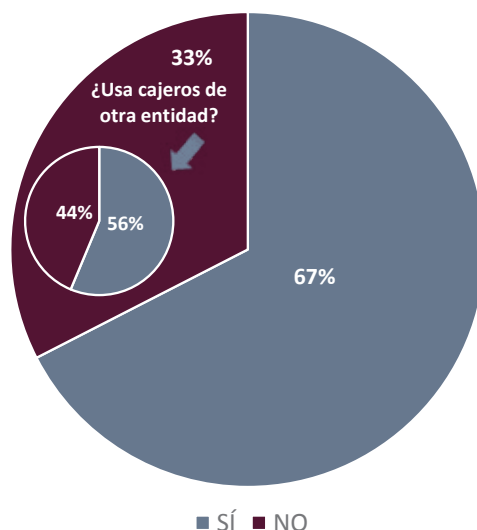
Pregunta 1.7 ¿Por qué no cuenta con una tarjeta de débito?



De los consumidores financieros que no tienen tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro, el 34% indicó que prefiere utilizar dinero en efectivo, el 28% no sabe utilizarla y el 18% manifestó desconfiar de la seguridad.

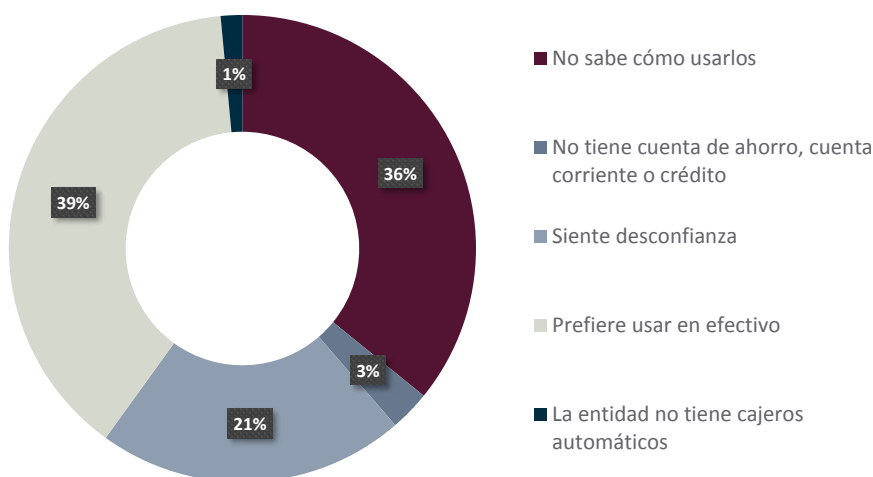
Sección 2: Cajeros Automáticos

Pregunta 2.1 ¿Utiliza los servicios de cajeros automáticos de esta entidad?



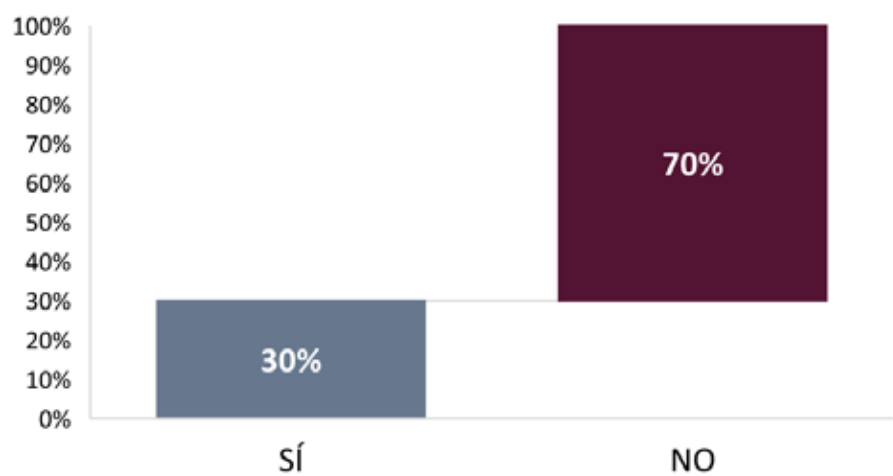
Del 71% de los consumidores financieros que tiene una tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro (pregunta 1.6), el 67% utiliza los cajeros automáticos de la entidad donde se encontraban al momento de la entrevista. Por su parte, de los que no utilizan el servicio de la entidad, afirmaron que sí usan de otras entidades (56%), lo que hace concluir que en total el 61% de consumidores financieros utiliza cajeros automáticos.

Pregunta 2.4 ¿Por qué no usa cajeros en esta u otra entidad?



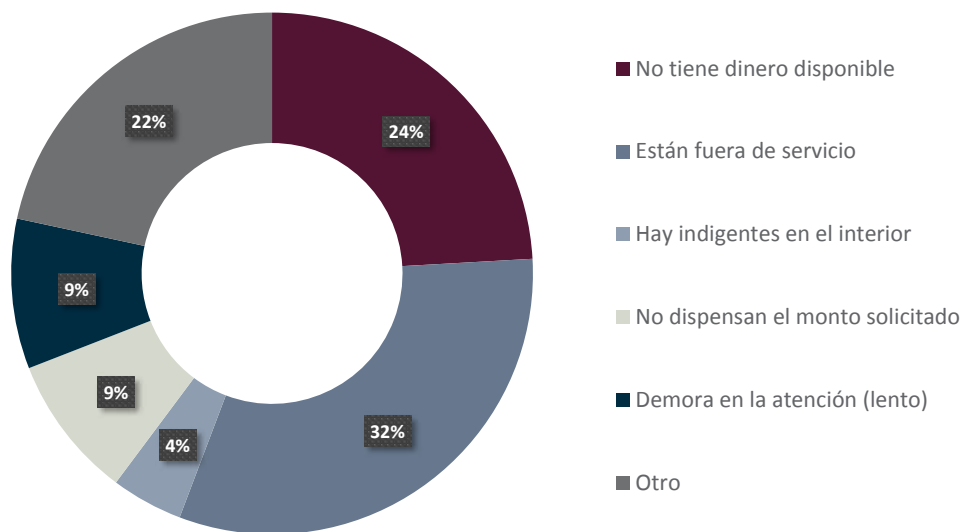
De las personas que no usan cajeros automáticos el 39% prefiere usar dinero en efectivo, el 36% no sabe cómo usarlos y el 21% desconfía de su seguridad.

Pregunta 2.5 ¿Tuvo algún problema al utilizar los cajeros automáticos de esta(esa) entidad?



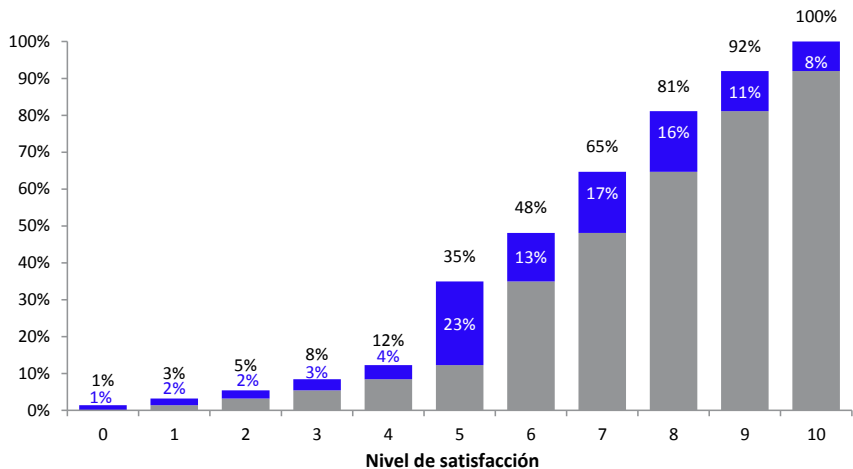
Del conjunto de consumidores que usa cajeros automáticos, el 70% afirmó no haber tenido ningún problema al utilizarlos.

Pregunta 2.6 Indique el problema que más le afecta al usar cajeros automáticos.



Del 30% de los consumidores financieros que afirmó tener dificultades al usar cajeros automáticos, se observa que la mayoría indica como principal problema la situación de «fuera de servicio» (32%) y le sigue la disponibilidad de dinero (24%). Así, el 56% de estos CF estarían afectados por alguno de estos dos problemas.

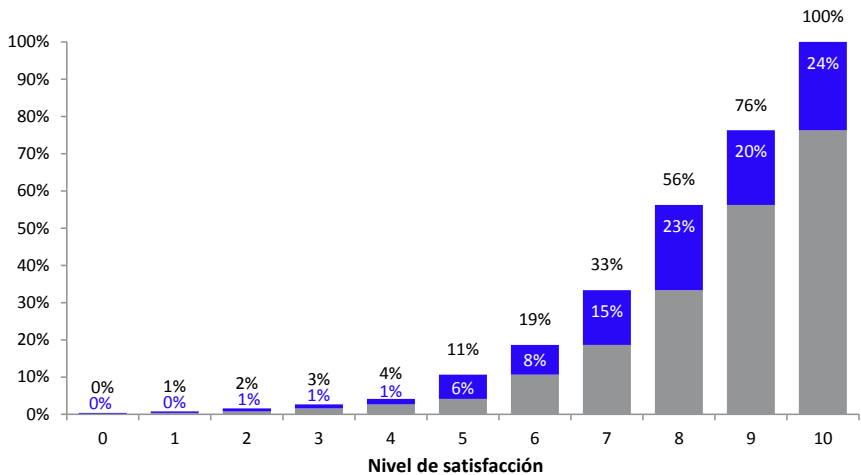
Pregunta 2.7 En las oficinas de esta entidad, siempre hay pocas personas esperando ser atendidas.



Considerando que una nota igual a 10 indica que el CF está completamente de acuerdo con la afirmación y totalmente en desacuerdo cuando califica con 0, una nota de cinco sobre 10 es equivalente a una calificación neutral por parte del consumidor financiero. Así, el 23% de los CF mostró neutralidad sobre esta afirmación.

Por otro lado, el 12% de los consumidores financieros calificaron la afirmación 2.7 con una nota menor a cinco, mostrando algún grado de desacuerdo con ella. En contraste, el 65% de los CF estuvo de acuerdo en mayor o menor medida con la afirmación planteada.

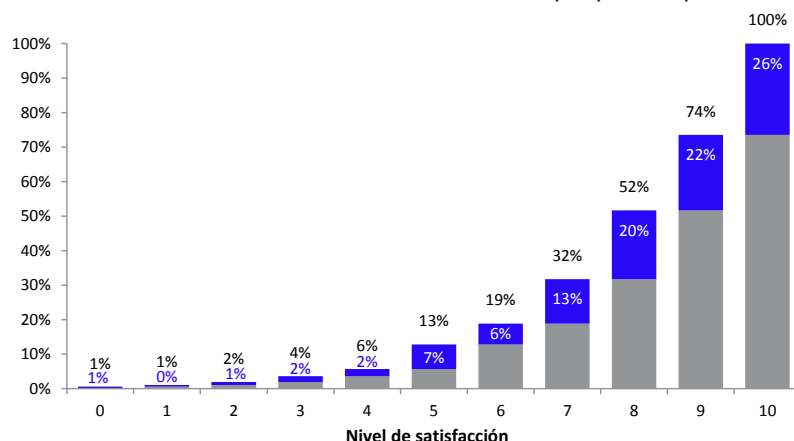
Pregunta 2.8 Se siente a gusto y cómodo en las oficinas de esta entidad financiera.



El 4% de los consumidores financieros calificaron a la afirmación 2.8 con puntuaciones inferiores a cinco, mostrando algún grado de desacuerdo con la aseveración planteada.

La mayoría de los consumidores financieros calificaron a la afirmación 2.8 con notas por encima de cinco sobre 10. Asimismo, el 24% de los CF expresaron estar a gusto y cómodos en las oficinas de las entidades financieras, es decir, completamente de acuerdo con la afirmación.

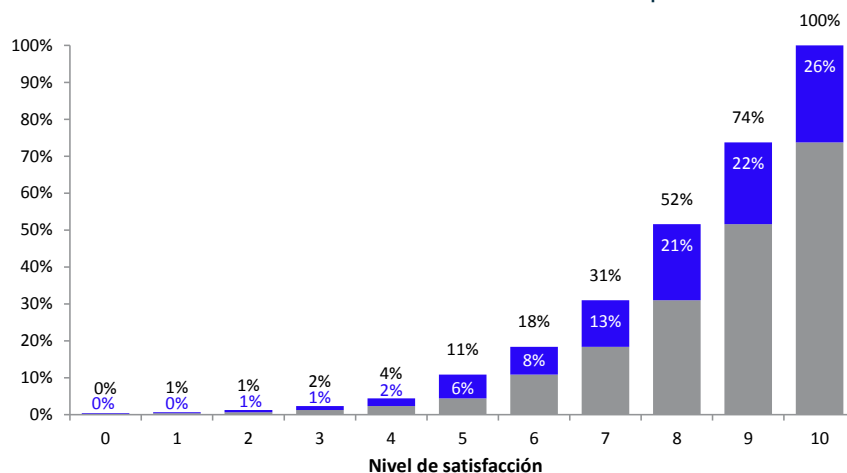
Pregunta 2.9 Los horarios de atención de esta entidad son apropiados para sus actividades.



La mayor parte (87%) de los CF aprobó en alguna medida los horarios de atención de las entidades financieras. El 26% está completamente de acuerdo con los horarios ya establecidos.

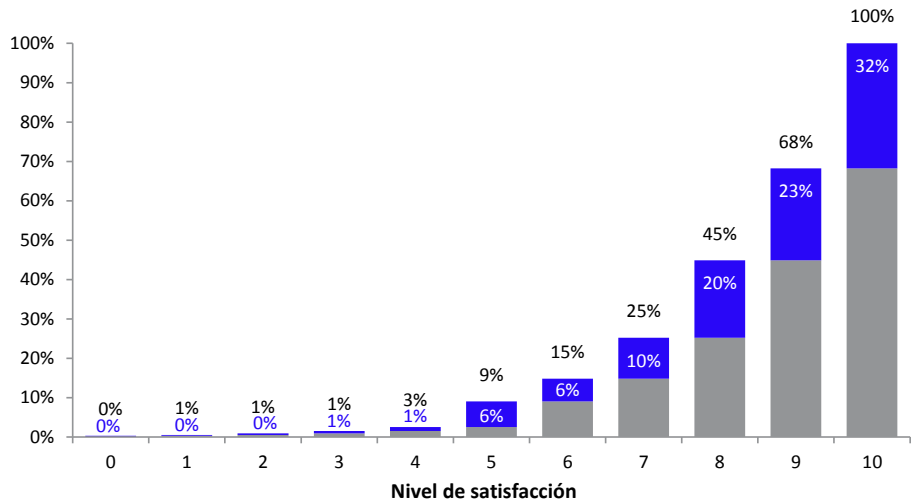
En el otro sentido, solo el 6% de los consumidores financieros reprobó, en alguna medida, los horarios de atención.

Pregunta 2.10 Esta entidad ofrece todos los servicios financieros que usted necesita.



El 26% de los consumidores financieros expresó tener sus necesidades financieras satisfechas (completamente de acuerdo con la afirmación). Otra cantidad importante de CF (43%) calificaron con notas de ocho o nueve a esta afirmación, lo cual indica que los servicios ofrecidos por las entidades financieras cubrirían en gran parte sus necesidades en materia financiera.

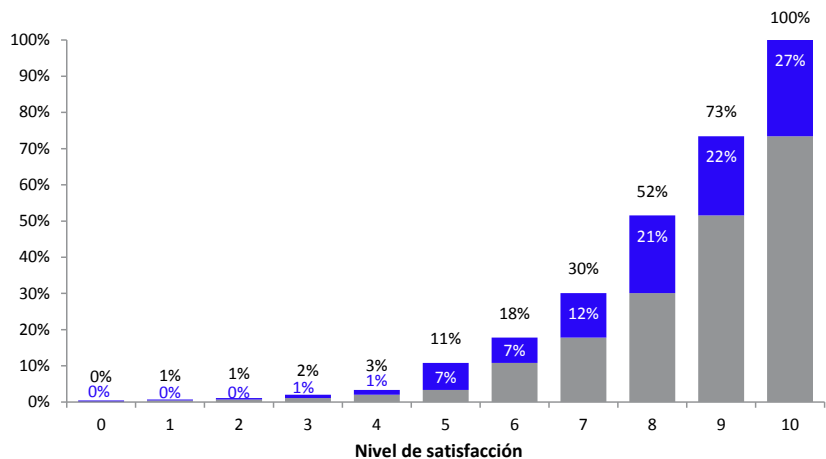
Pregunta 2.11 Los funcionarios de esta entidad son amables con los clientes y usuarios.



La mayor parte (91%) de los CF percibe la amabilidad de los funcionarios de las entidades financieras. El 32% está completamente de acuerdo con la afirmación.

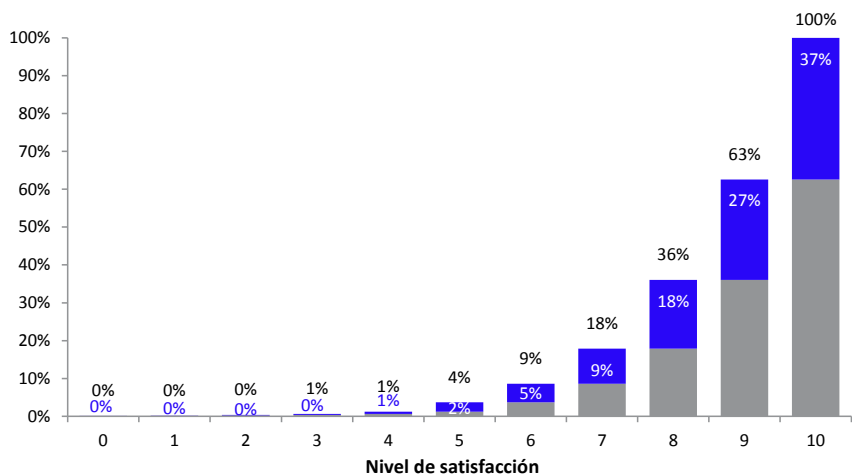
Solo el 9% de los consumidores financieros duda o está en desacuerdo en algún grado con la afirmación planteada (calificaciones inferiores o iguales a cinco sobre 10).

Pregunta 2.12 El trato que recibe de los funcionarios de esta entidad financiera, hace que usted se sienta importante.



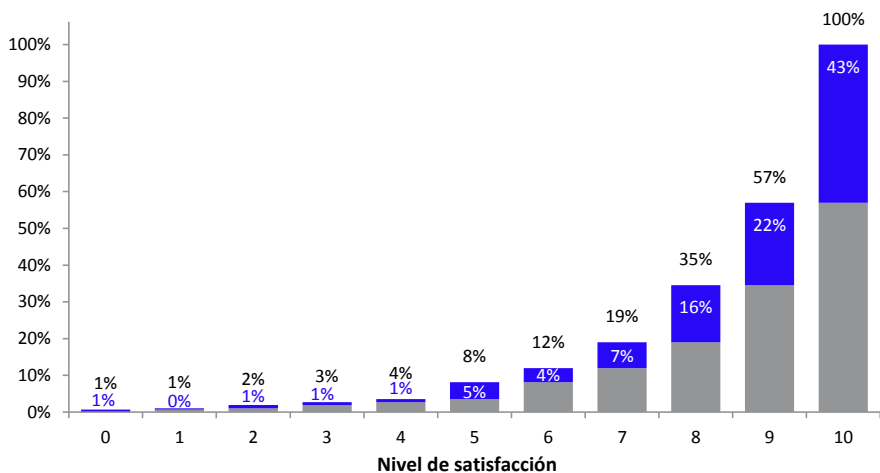
El 27% de los consumidores financieros estuvo completamente de acuerdo con la afirmación 2.12, es decir que el trato otorgado por los funcionarios de la entidad hace que el consumidor financiero se sienta importante.

Pregunta 2.13 La iluminación y limpieza de esta entidad son de su agrado.



El 96% de los consumidores financieros aprueba la iluminación y limpieza de las entidades financieras. El 37% de los CF está completamente de acuerdo con esta afirmación.

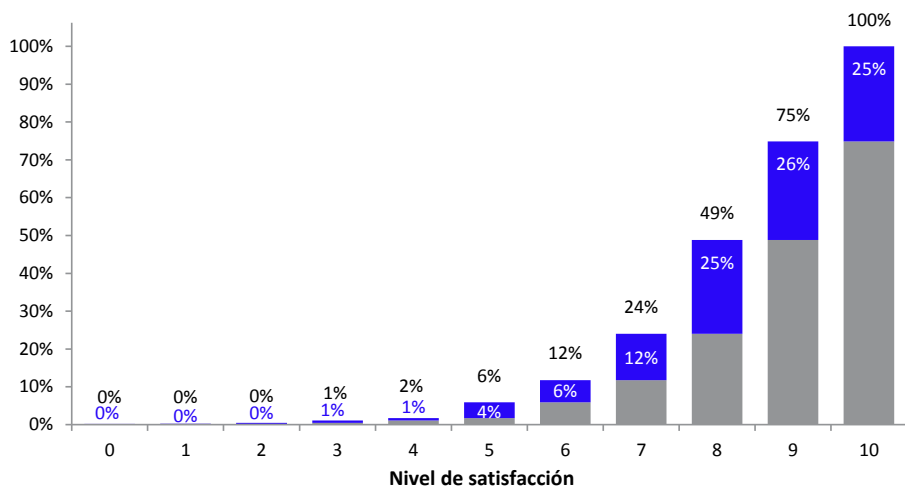
Pregunta 2.14 Es mejor ahorrar en una entidad financiera que mantener su dinero en su casa.



El 43% de los consumidores financieros está completamente de acuerdo (calificación de 10) con que es mejor ahorrar en una entidad financiera que mantener su dinero en casa. Si además consideramos a los CF que califican con ocho y nueve, esta proporción se incrementa a 81%.

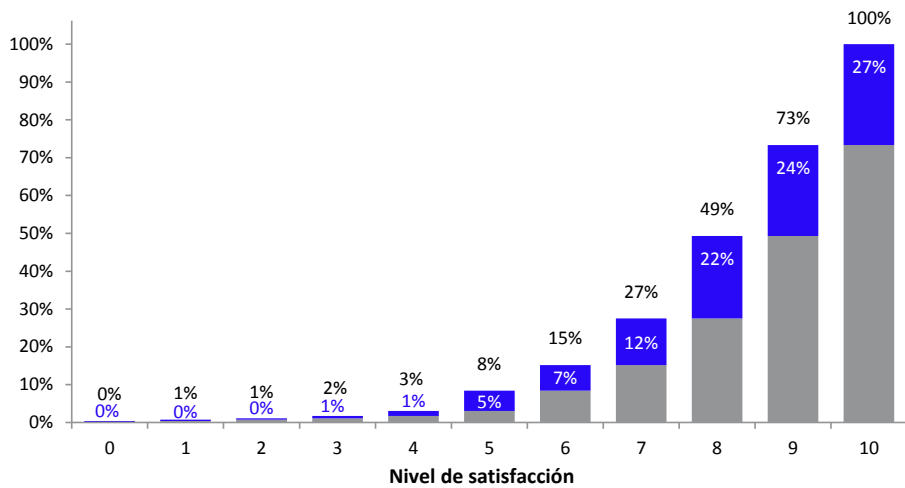
En contraste, solo el 4% de los CF no está de acuerdo con la afirmación.

Pregunta 2.15 Califique la calidad de los servicios que ofrece esta entidad.



El 94% de los consumidores financieros aprueba, en alguna medida, la calidad de los servicios de la entidad donde fue encuestado. El 25% de los CF otorgaron la mayor calificación posible. Sólo un 2% calificó con una nota inferior a cinco.

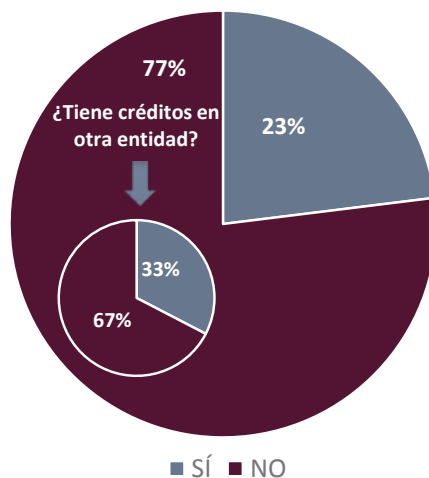
Pregunta 2.16 El personal toma atención y tiene paciencia a las preguntas que usted realiza.



Casi la totalidad de los CF (92%) considera que, en alguna medida, el personal de las entidades financieras toma atención y tiene paciencia con las preguntas que ellos realizan. En contraste, solo el 3% no está de acuerdo con esa afirmación.

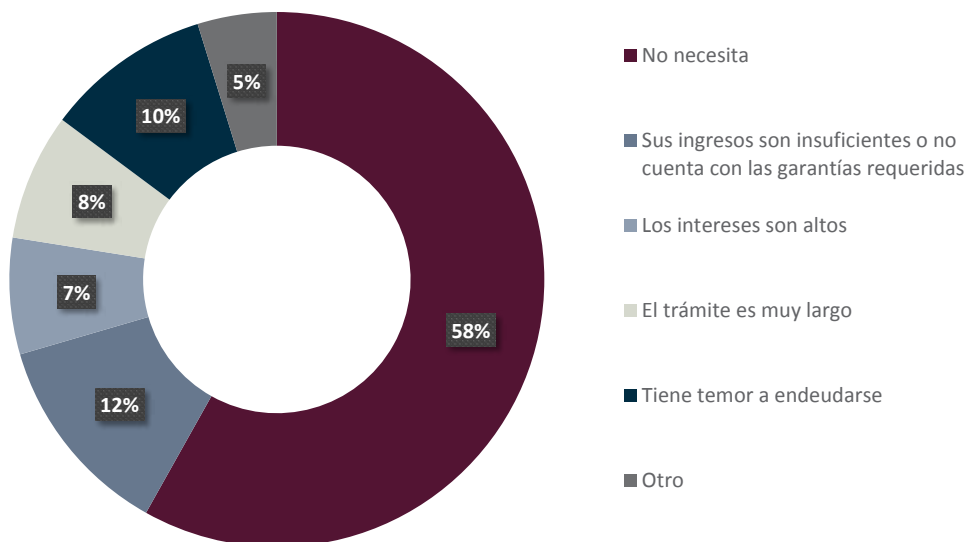
Sección 3: Créditos

Pregunta 3.1 ¿Tiene algún crédito en esta entidad?



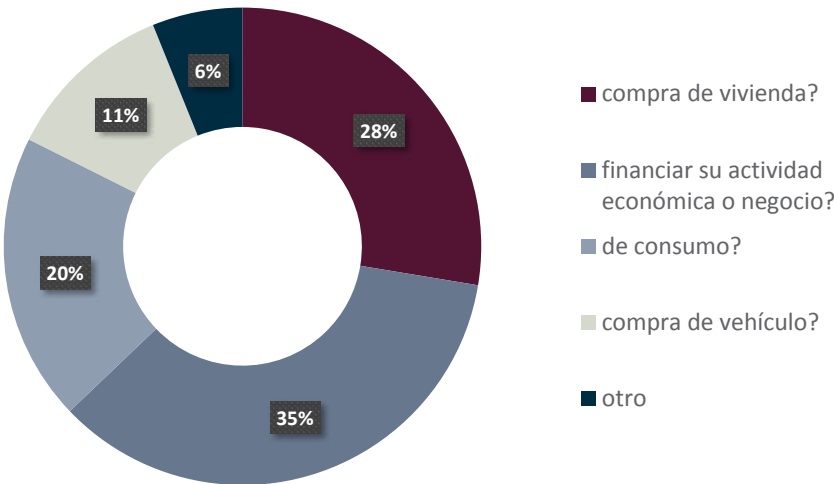
El 23% de los consumidores financieros afirma que tiene algún crédito en la entidad donde fue encuestada. Del 77% restante, el 33% indicó tener crédito(s) en otra EIF. Por lo tanto, el 48% de todos los consumidores financieros cuenta con crédito(s) en el sistema financiero.

Pregunta 3.4 ¿Por qué no tiene un crédito?



De los consumidores financieros que no tienen crédito, la mayoría de ellos (58%) manifestaron no tener la necesidad por el momento y solo el 12% indicó que sus ingresos son insuficientes o no cuenta con las garantías requeridas.

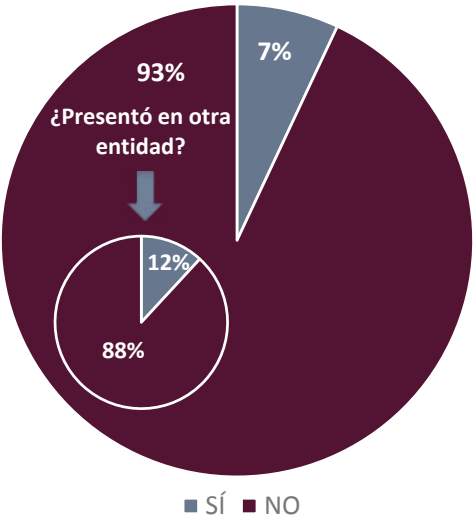
Pregunta 3.5 ¿Tiene usted crédito para...



De los consumidores financieros que cuentan con crédito, la mayoría de ellos (35%) tiene financiamiento para su actividad económica o negocio, el 28% para compra de vivienda, el 20% adquirió crédito de consumo y el 11% para la compra de vehículo.

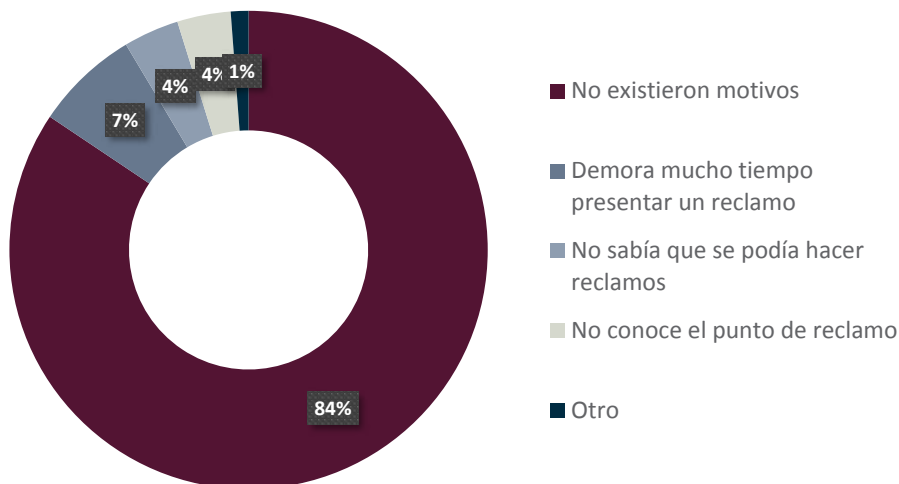
Sección 4: Atención de Reclamos y Centro de Llamadas

Pregunta 4.1 En el último año, ¿presentó algún reclamo en esta entidad?



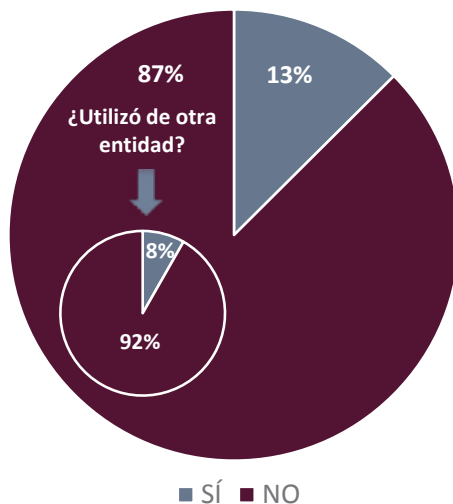
Solo el 7% de los consumidores financieros presentaron algún reclamo en la entidad donde se encontraban. De los que respondieron negativamente a la pregunta, el 12% señaló haber presentado reclamos en otra entidad, por lo que el 18% de los consumidores financieros presentaron algún reclamo en el sistema financiero.

Pregunta 4.4 ¿Por qué no presentó reclamos en esta o en otra entidad?



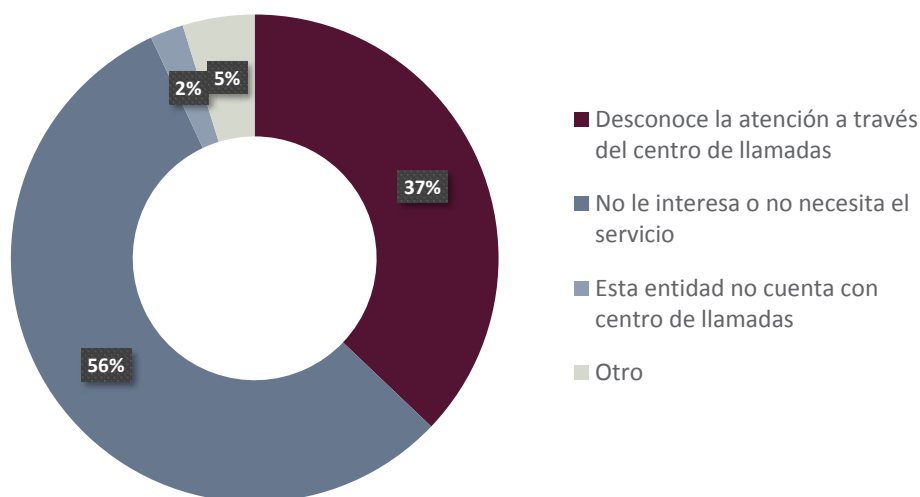
Del 93% de los consumidores financieros que no presentaron algún reclamo en el sistema financiero, el 84% afirma que no existió motivos para hacerlo, el 7% considera que demora mucho tiempo presentar un reclamo y el 4% afirma que no sabía que se podía hacer reclamos o que no conoce el punto de reclamo.

Pregunta 4.5 ¿Ha utilizado en el último año el centro de llamadas de atención al cliente de esta entidad?



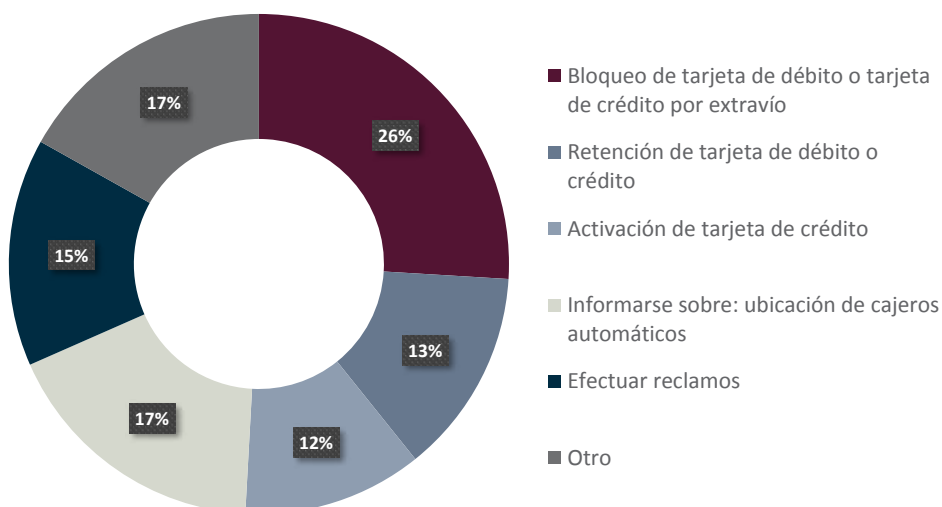
Con relación al servicio del centro de llamadas que ofrecen las entidades financieras, el 13% de los consumidores financieros que se encontraban en el PAF el día de la encuesta, afirmaron haber usado este servicio de la entidad; el 8% de los que dijeron no usar los de la entidad donde se encontraban, afirmaron que sí lo usaron en otra entidad; es decir, que el 20% de los CF usaron el centro de llamadas alguna vez en el último año.

Pregunta 4.8 ¿Por qué no ha utilizado el centro de llamadas de atención al cliente de esta u otra entidad?



Del grupo de consumidores financieros que no usaron el centro de llamadas (que representan el 87%), la mayoría (56%) indicó que «no le interesa o no necesita el servicio». Mientras que un 37% desconoce la atención a través del centro de llamadas.

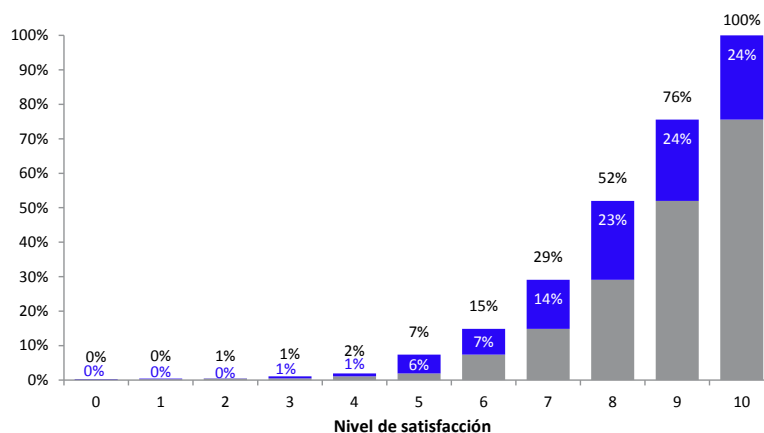
Pregunta 4.9 ¿Qué tipo de servicios requirió en el centro de llamadas?



Del 13% de consumidores financieros que afirmó haber usado el centro de llamadas en el sistema financiero, en su mayoría lo hizo para bloqueo de tarjeta de débito o tarjeta de crédito por extravío (26%), para solicitar información acerca de la ubicación de los cajeros automáticos el 17%, para efectuar reclamos el 15%, por la retención de tarjeta de débito o crédito el 13% y para la activación de tarjeta de crédito el 12%.

Sección 5: Niveles de Satisfacción

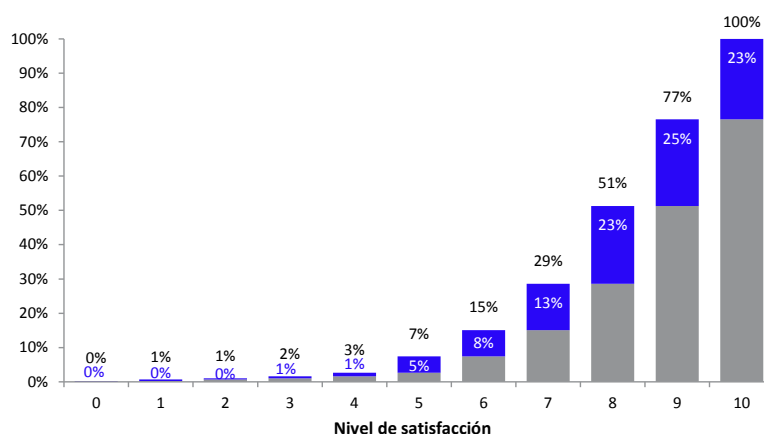
Pregunta 5.1 Cuán satisfecho(a) está usted con todos los servicios financieros que le proporciona esta entidad.



En cuanto al nivel de satisfacción que tienen los consumidores financieros con relación a todos los servicios que ofrecen las entidades financieras, la información recolectada muestra un alto grado de aceptación, es así que, el 71% de los consumidores dieron calificaciones desde ocho hasta 10. Asimismo, el 24% está totalmente satisfecho con los servicios ofrecidos.

Por otra parte, los porcentajes acumulados describen que, solo el 7% de los CF asignaron calificaciones menores o iguales a cinco sobre 10 a la afirmación 5.1.

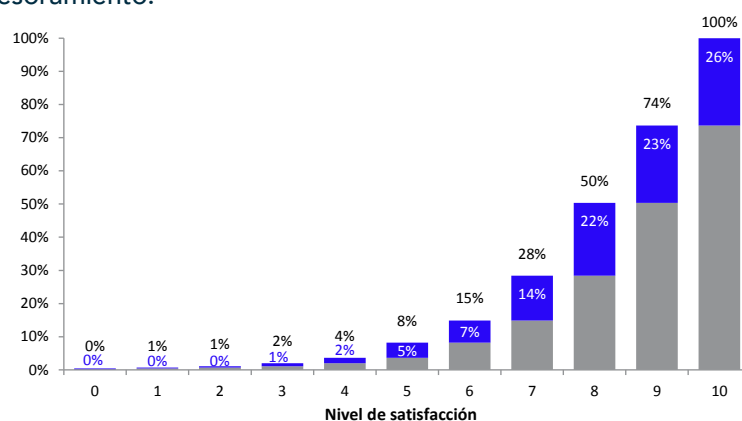
Pregunta 5.2 Los servicios ofrecidos por esta entidad, se adecuan a sus necesidades y preferencias.



El gráfico anterior, muestra que los servicios ofrecidos por las entidades financieras, en la mayoría de los casos se adecuan a las necesidades y preferencias de los consumidores

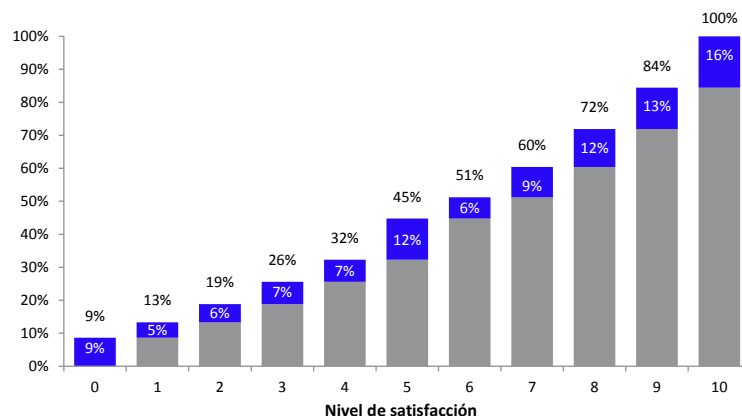
financieros. Es así, que cuando se les consultó que califiquen la afirmación 5.2, solo el 7% asignó calificaciones iguales o inferiores a cinco sobre 10, por lo que la distribución es altamente concentrada en calificaciones mayores (23% para ocho sobre 10, 25% para nueve sobre 10 y de 23% para 10 sobre 10).

Pregunta 5.3 Los funcionarios de esta entidad brindan, en todo momento, colaboración y asesoramiento.



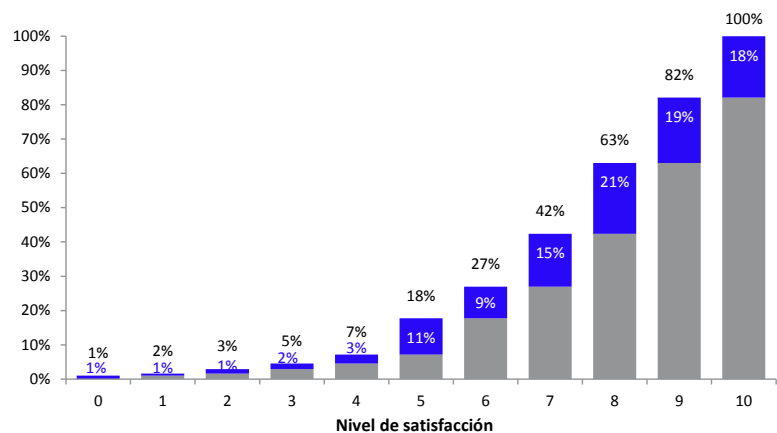
En cuanto a la colaboración y el asesoramiento que brindan los funcionarios de las entidades financieras, los consumidores financieros perciben que las mismas son adecuadas, ya que el 26% está completamente de acuerdo con esa afirmación y solo el 8% de los CF consideran que este asesoramiento merece una calificación igual o menor a cinco sobre 10.

Pregunta 5.4 Existen agencias de esta entidad cerca de su domicilio para realizar transacciones.



En cuanto a la percepción de la existencia de agencias de entidades financieras cerca del domicilio del consumidor financiero, un 55% manifestó estar de acuerdo en algún grado (calificaciones mayores o iguales a seis), mientras que un 32% no estuvo de acuerdo con la afirmación.

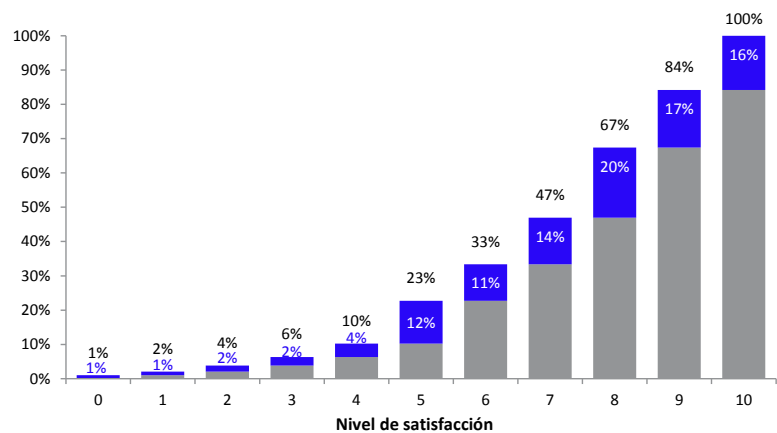
Pregunta 5.5 Los mecanismos de esta entidad, para evitar asaltos o atracos en sus oficinas son adecuados.



Las calificaciones otorgadas por los CF apoyan la afirmación planteada. La calificación más frecuente es de ocho sobre 10 con 21%.

En la misma línea, solo el 18% de los consumidores financieros calificó la afirmación con puntuaciones de cinco sobre 10 hacia abajo.

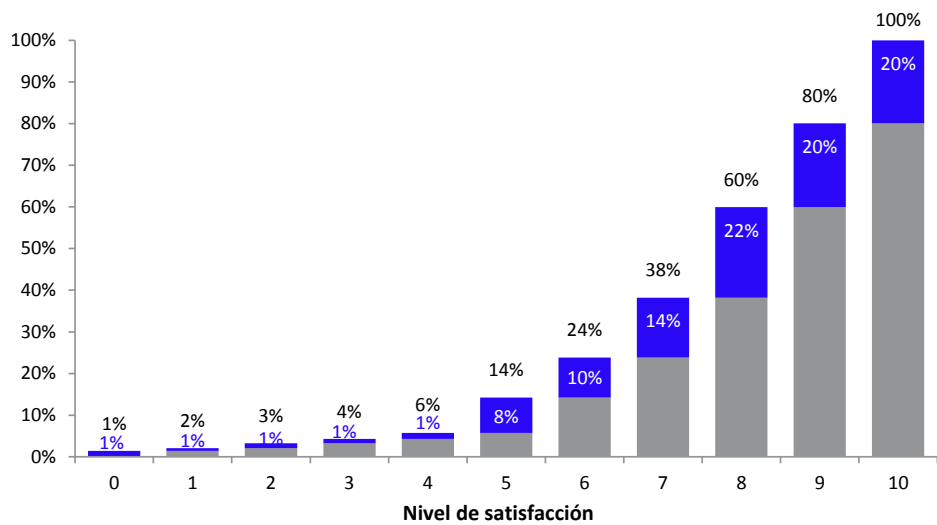
Pregunta 5.6 Esta entidad cuenta con un número adecuado de oficinas de atención al público.



El 23% de los consumidores financieros calificó a la afirmación 5.6 “Esta entidad cuenta con un número adecuado de oficinas de atención al público” con puntuaciones inferiores o iguales a cinco sobre 10.

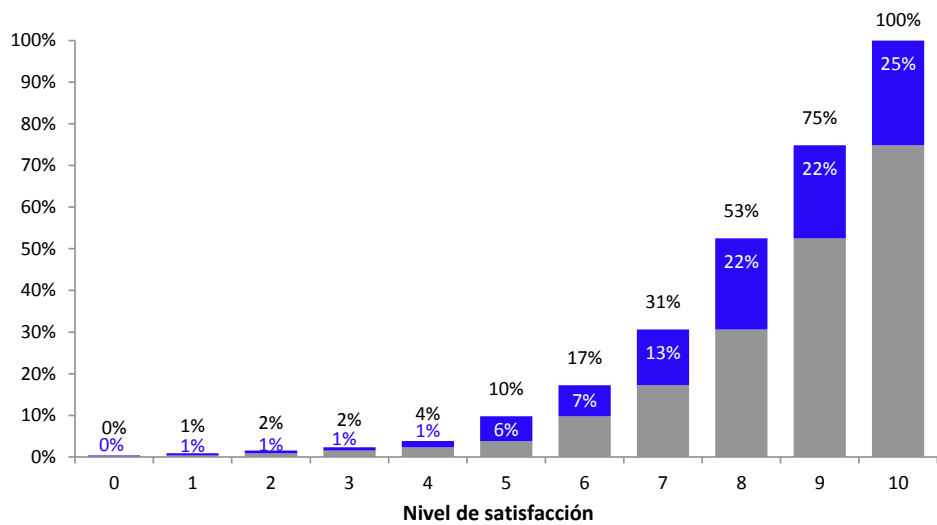
La mayoría de los consumidores financieros (77%) está de acuerdo, en algún grado, con la afirmación 5.6, otorgando a la misma un nivel de aceptación mayor a cinco. Asimismo, el 16% de los CF está completamente de acuerdo con la sentencia planteada (10 sobre 10).

Pregunta 5.7 Esta entidad contribuyó a que usted mejore su calidad de vida.



Los datos señalan que los CF, en gran medida, valoran el aporte de los servicios financieros para mejorar su calidad de vida; el 20% está completamente de acuerdo con la afirmación 5.7.

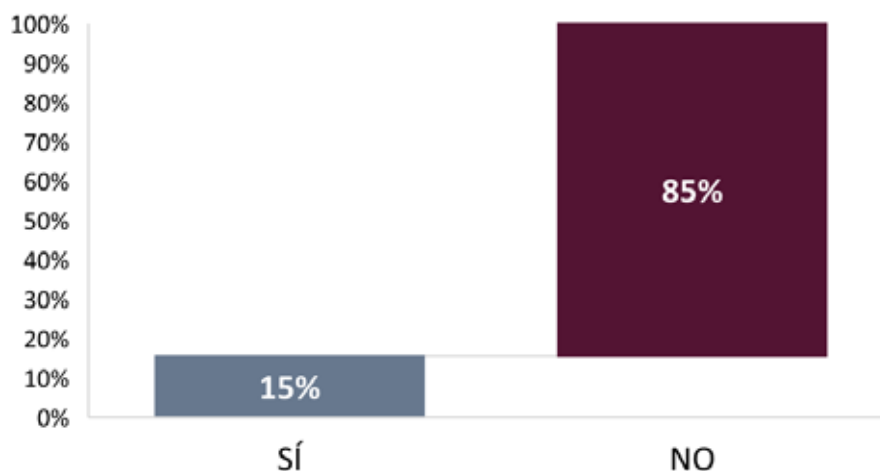
Pregunta 5.8 El tono de voz que usan en su trato los funcionarios de esta entidad, hace que sienta confianza para realizar consultas cuando lo necesita.



La mayoría de los consumidores (90%) está de acuerdo con el tono de voz que recibe en la atención por parte de los funcionarios de las entidades financieras; este trato hace que sientan confianza para realizar consultas a los funcionarios. Por su parte, el 4% de los CF están en desacuerdo con la afirmación (calificación igual o menor a cuatro sobre 10).

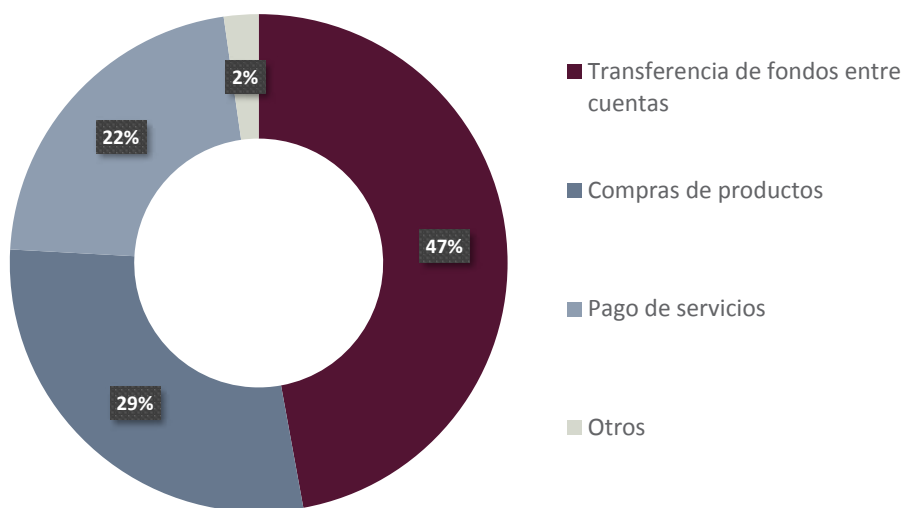
Sección 6: Transacciones Electrónicas

Pregunta 6.1 En el último año, ¿realizó transacciones financieras mediante internet?



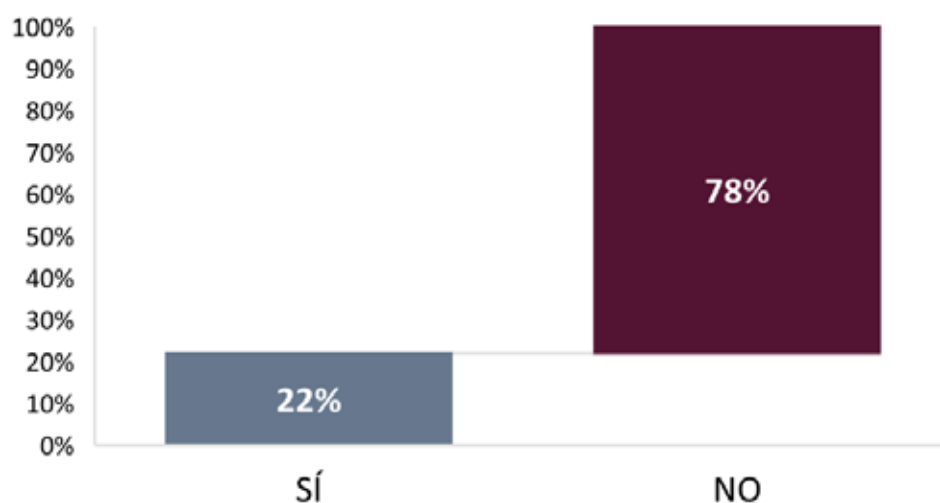
El 15% de los consumidores financieros realizó transacciones financieras por internet en el último año.

Pregunta 6.2 ¿Qué tipo de transacciones realizó?



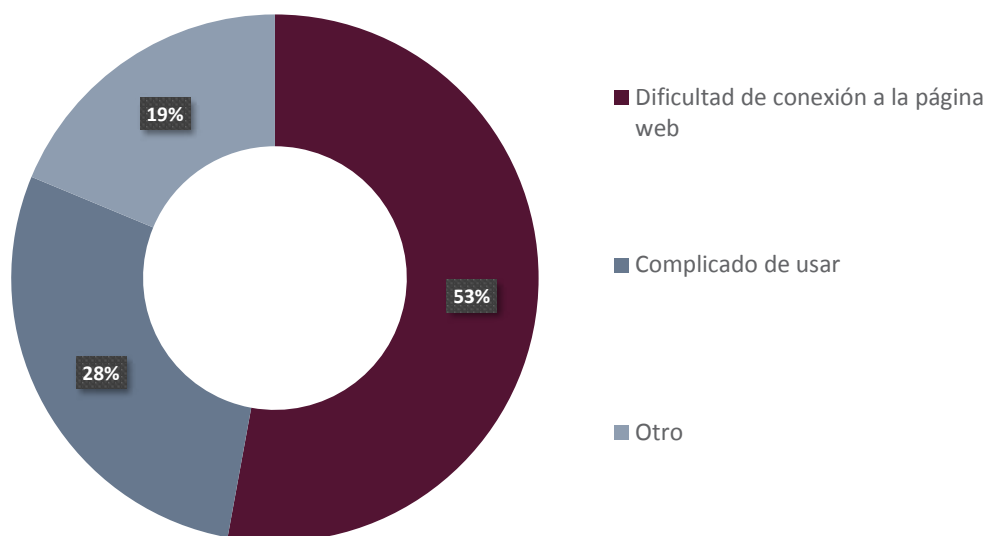
Del 15% de los consumidores financieros que realizó transacciones por internet, se observa que el servicio más utilizado es la transferencia de fondos entre cuentas (47%), seguido de compras de productos con 29% de participación y el 22% con pagos de servicios.

Pregunta 6.3 ¿Tuvo algún problema al realizar transacciones electrónicas?



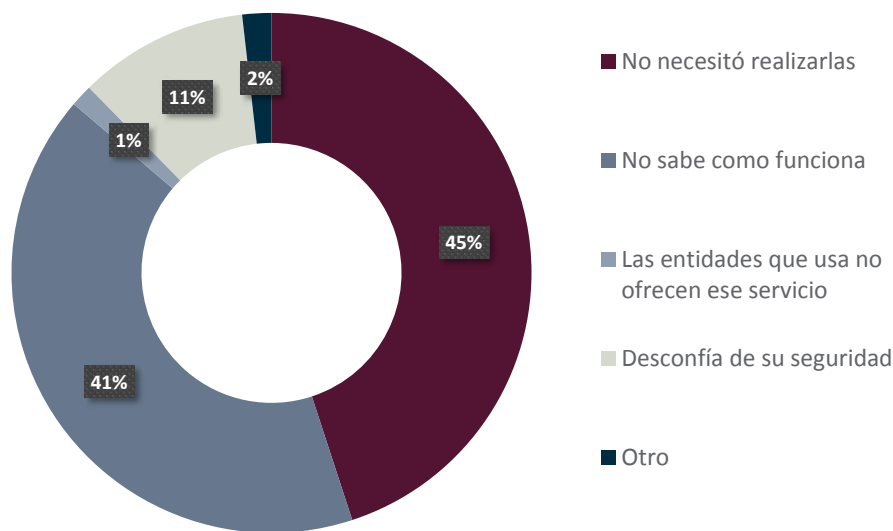
De los consumidores financieros que realizaron transacciones por internet, el 22% tuvo algún problema al realizar las mismas.

Pregunta 6.4 ¿Cuál es el problema que más le afecta?



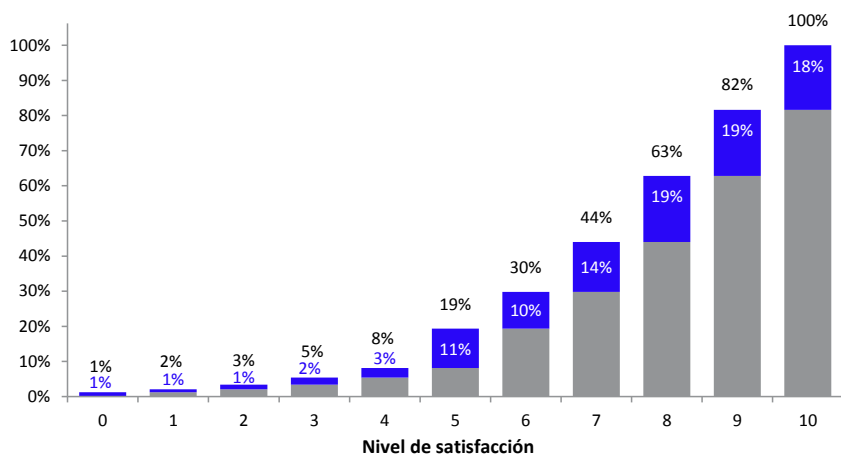
De aquellos consumidores financieros que tuvieron dificultades para realizar transacciones por internet, el 53% identifica como principal problema la dificultad a la conexión de la página web de la EIF y el 28% considera que es complicado de usar.

Pregunta 6.5 ¿Por qué no ha realizado transacciones por internet?



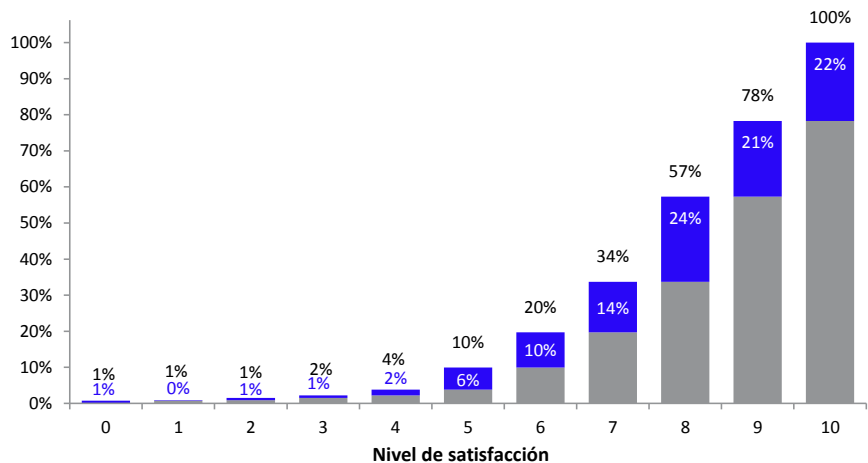
En el grupo de consumidores financieros que no efectuaron transacciones mediante internet, el 45% no necesitó realizarlas, un 41% expresó que no las realizó debido a que desconoce su funcionamiento y un 11% que desconfía de su seguridad.

Pregunta 6.6 Los servicios brindados por esta entidad, en cajeros automáticos u oficinas, están siempre disponibles, sin interrupción.



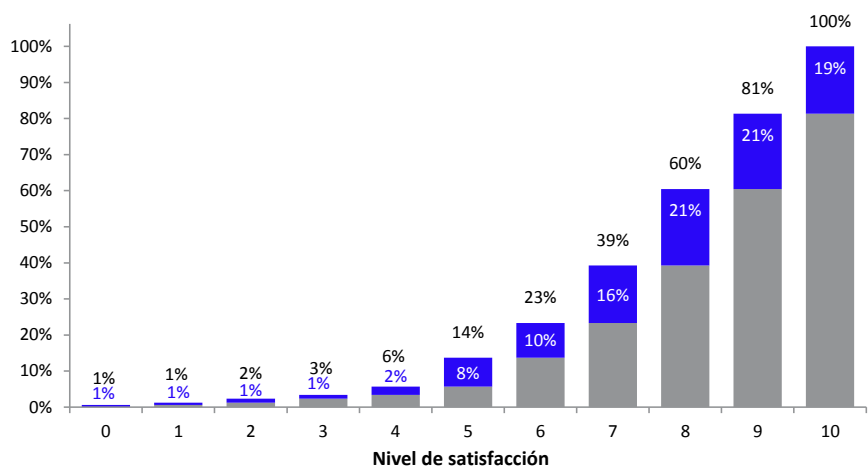
La percepción del consumidor financiero en cuanto a la continuidad de los servicios, se describe en los resultados del anterior gráfico. La mayoría (70%) percibe que existe continuidad del servicio en un grado significativamente alto (calificación igual o mayor a siete), por su parte, el 18% de los CF está plenamente de acuerdo con la afirmación planteada.

Pregunta 6.7 Esta entidad contribuye al desarrollo de su ciudad, localidad o comunidad.



Los beneficios individuales que perciben los CF con relación a los servicios financieros que reciben, fueron cuantificados de alguna manera en las anteriores preguntas de calificación de escala 0 a 10. Para el caso de la afirmación 6.7 “Esta entidad contribuye al desarrollo de su ciudad, localidad o comunidad”, la percepción adquiere un carácter más colectivo y por ende social y no individual. La mayoría de los CF está de acuerdo con la afirmación (el 66% otorga calificaciones iguales o mayores a ocho sobre 10 a la afirmación). Además, el 22% de los CF está convencido plenamente de la importancia de las EIF para su ciudad localidad o comunidad.

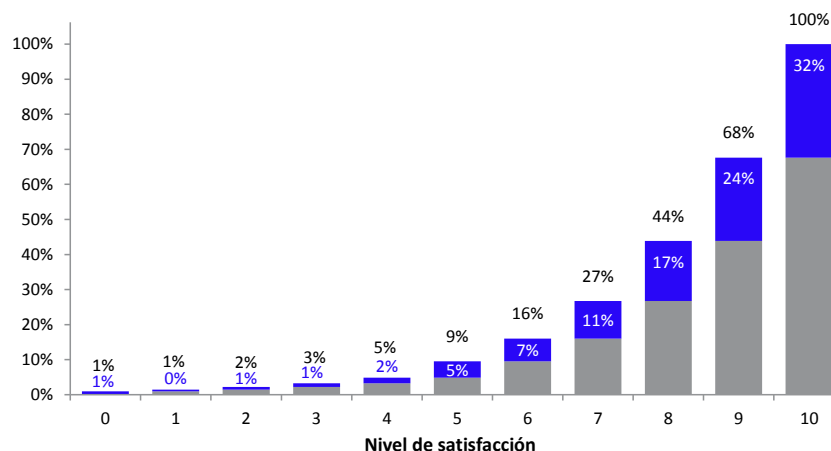
Pregunta 6.8 Gracias a la atención de los funcionarios de esta entidad, no pierde tiempo en la realización de transacciones financieras.



Con relación a la percepción del tiempo que invierten los consumidores financieros al realizar transacciones, un 86% está en algún grado satisfecho con la afirmación 6.8 (calificaciones mayores a cinco). Asimismo, el 19% está totalmente de acuerdo con la eficiencia en tiempos de atención de las EIF.

Solo el 6% de los CF no estaría de acuerdo con la afirmación, al puntuar con calificaciones menores a cinco sobre 10.

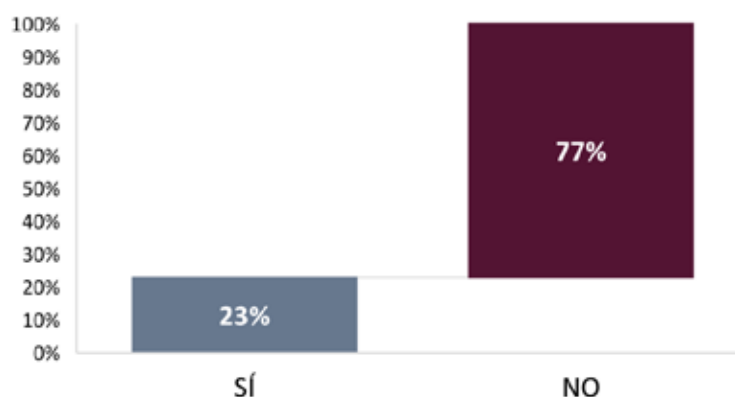
Pregunta 6.9 La opción de pagar servicios (agua, luz y otros) en las entidades financieras le facilita sus actividades cotidianas.



Con relación al pago de servicios en las entidades financieras, el beneficio que percibe el CF es aún más alto, debido a que la mayoría de ellos (32%) está totalmente de acuerdo con la afirmación 6.9, otorgando una calificación de 10 sobre 10. Consecuencia de ello se observa una distribución sesgada hacia puntuaciones altas, donde el 73% de los CF asignan calificaciones superiores o iguales a ocho sobre 10.

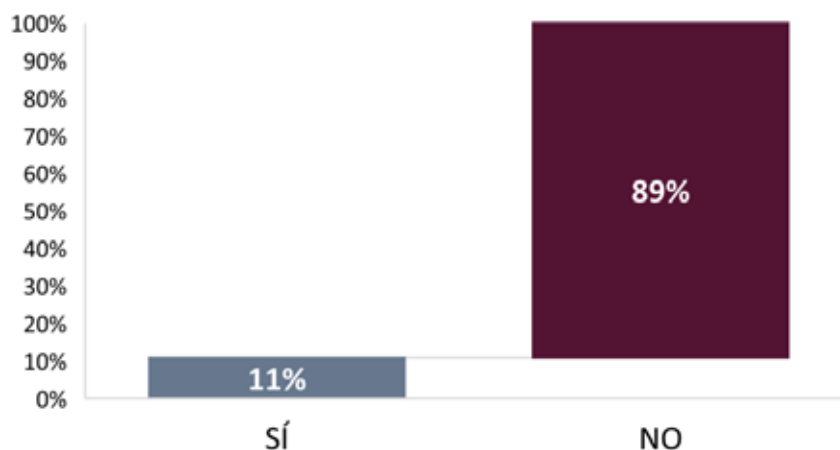
Por otro lado, solo el 5% de los CF considera que el pago de servicios en las entidades financieras no le facilita sus actividades cotidianas.

Pregunta 6.10 En el último año, ¿realizó pagos con su tarjeta de débito o crédito en supermercados, comercios, farmacias u otros lugares?



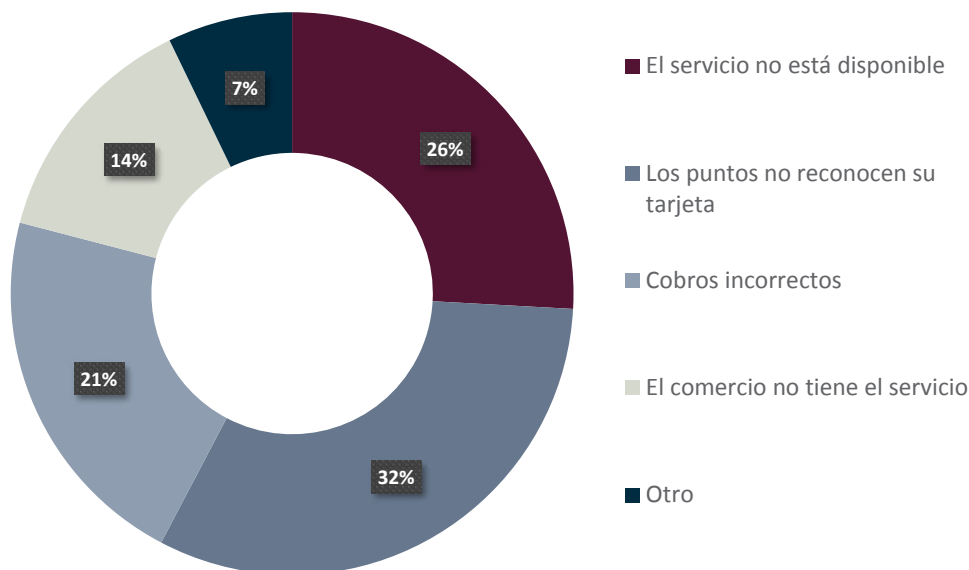
El 23% de los consumidores financieros utilizó su tarjeta de débito o crédito para realizar pagos en comercios habilitados con el servicio.

Pregunta 6.11 ¿Tuvo algún problema cuando quiso realizar pagos con tarjeta?



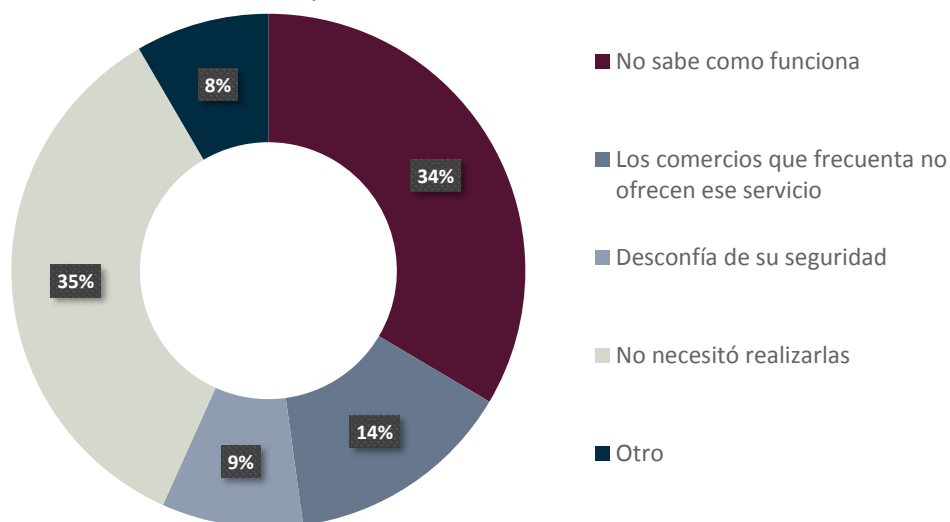
Respecto de la anterior pregunta, el 11% de los consumidores financieros presentó algún problema al realizar los pagos con tarjeta.

Pregunta 6.12 ¿Cuál es el problema que más le afecta?



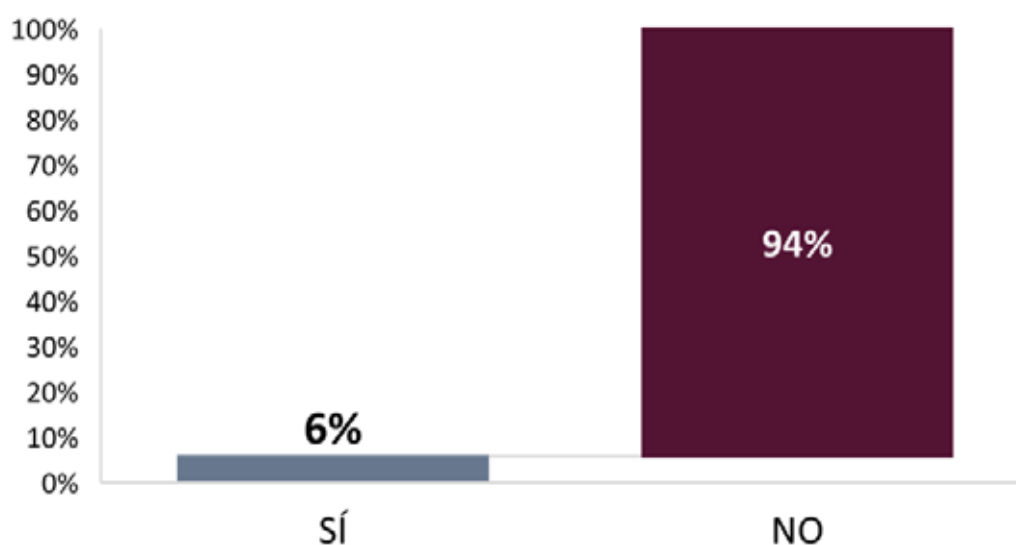
De todos los consumidores financieros que realizaron pagos con su tarjeta de débito o crédito solo el 11% indicó haber tenido algún problema. La principal dificultad que experimentaron fue que los puntos no reconocen su tarjeta (32%), como segundo problema el servicio no estaba disponible (26% de los CF mantiene esa afirmación). Asimismo, es importante resaltar que un 14% afirmó la inexistencia del servicio en comercios que frecuenta.

Pregunta 6.13 ¿Por qué no realizó pagos con su tarjeta?



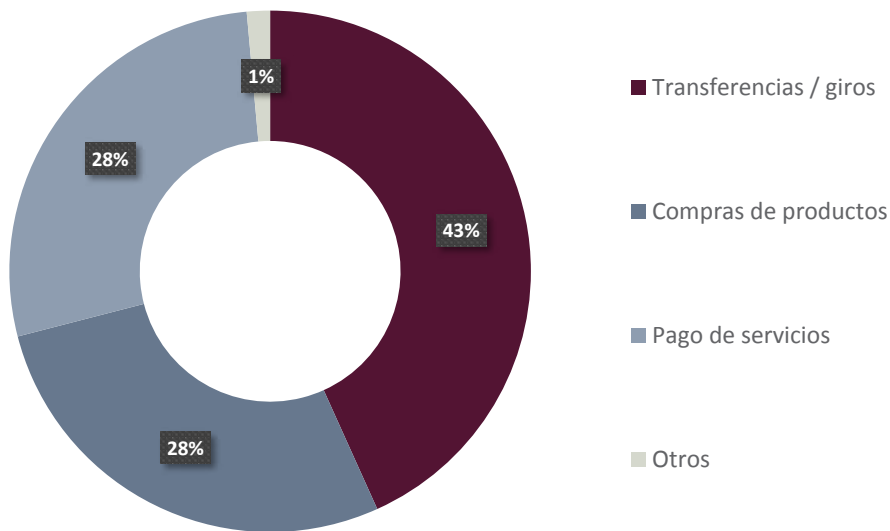
Del 77% de los consumidores financieros que no utilizó en el último año su tarjeta para compras en comercios, la mayoría de ellos no necesitó el servicio (35%). También es relevante que el 34% de los CF expresó como razón el desconocimiento del servicio y en menor proporción (14%) debido a que los comercios que frecuenta no ofrecen el mismo.

Pregunta 6.14 En el último año, ¿realizó transacciones mediante billetera móvil?



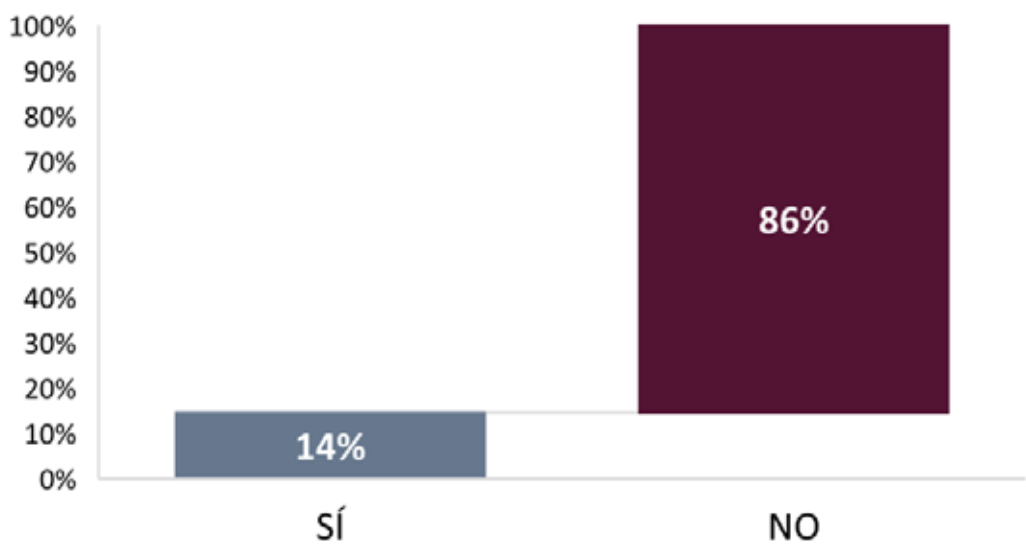
El 6% de los consumidores financieros realizó transacciones por billetera móvil.

Pregunta 6.15 ¿Qué tipo de transacciones realizó?



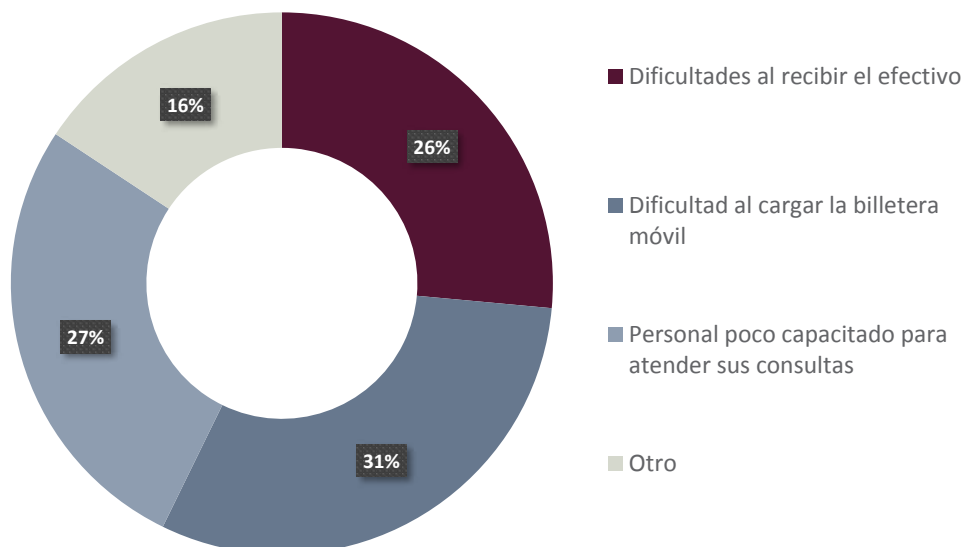
De los CF que usan este servicio, la mayoría recurre al mismo para transferencias o giros (43%) mientras que un 28% utiliza el servicio tanto para compras de productos o pago de servicios.

Pregunta 6.16 ¿Tuvo algún problema al realizar transacciones por billetera móvil?



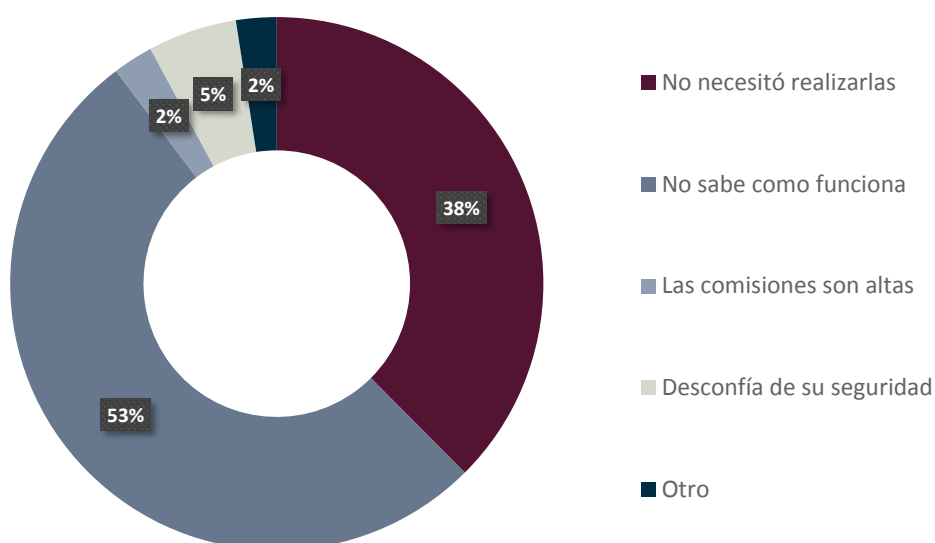
El 14% de los consumidores financieros tuvo algún problema al realizar transacciones por billetera móvil.

Pregunta 6.17 ¿Cuál es el problema que más le afecta?



Del grupo de consumidores financieros que usan la billetera móvil, el 14% afirmó tener algún tipo de problema; entre los principales problemas que experimentaron están la dificultad al cargar la billetera móvil (31%), el personal es poco capacitado (27%) y dificultades al recibir el efectivo (26%).

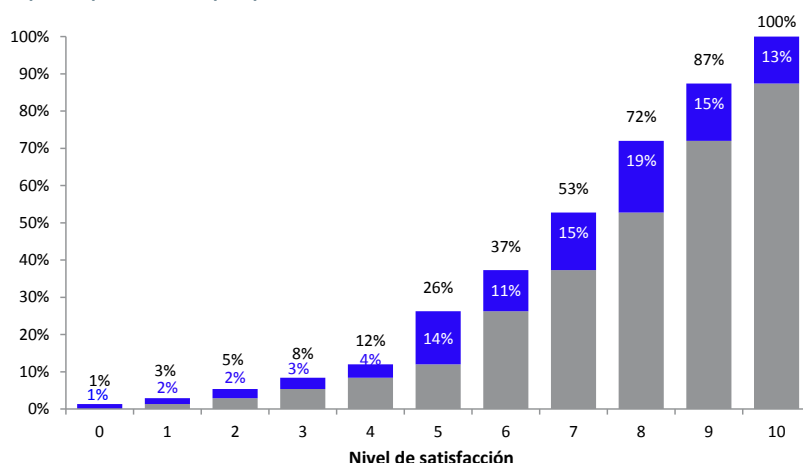
Pregunta 6.18 ¿Por qué no ha realizado transacciones por billetera móvil?



De las personas que no usan billetera móvil, la mayoría no lo hace debido al desconocimiento en el funcionamiento (53%) y el 38% no necesitó realizarlas.

Sección 7: Calificaciones Finales

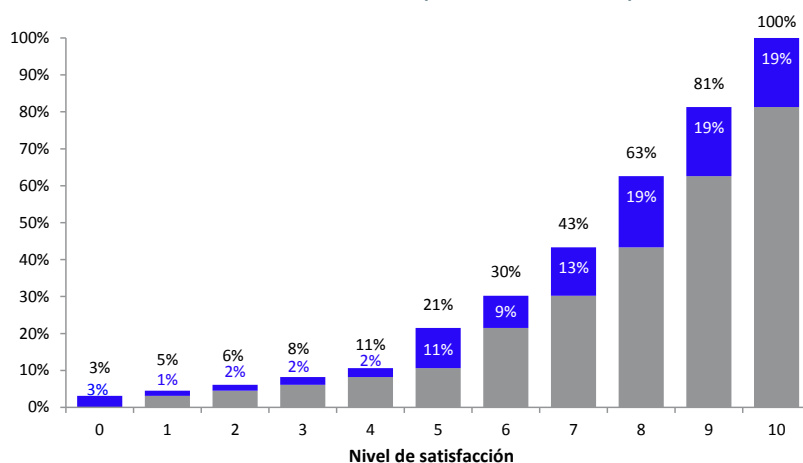
Pregunta 7.1 Espera poco tiempo para ser atendido en las oficinas de esta entidad financiera.



El 26% de los consumidores financieros califican a la afirmación 7.1 con puntuaciones inferiores o iguales a cinco sobre 10.

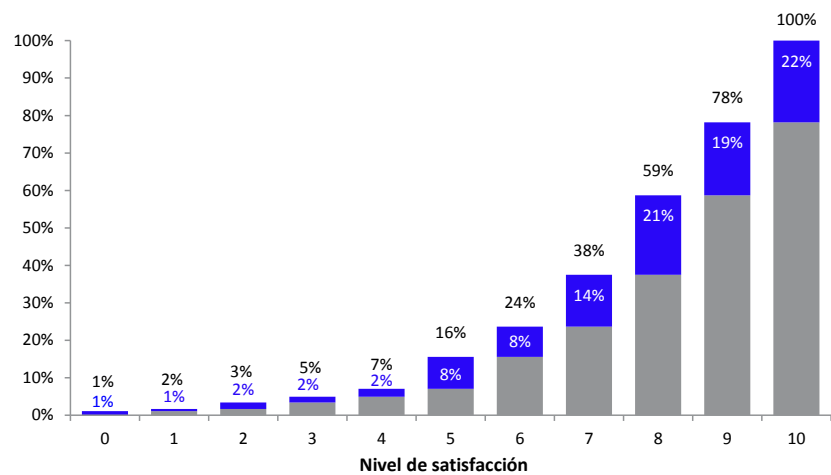
La mayoría de los consumidores financieros (74%) está de acuerdo, en alguna medida, con la afirmación 7.1. Asimismo, el 15% de los consumidores financieros otorgaron puntuaciones de nueve sobre 10 y el 13% de 10 sobre 10.

Pregunta 7.2 Si usa su tarjeta de débito o crédito para realizar compras, evitará robos o estafas



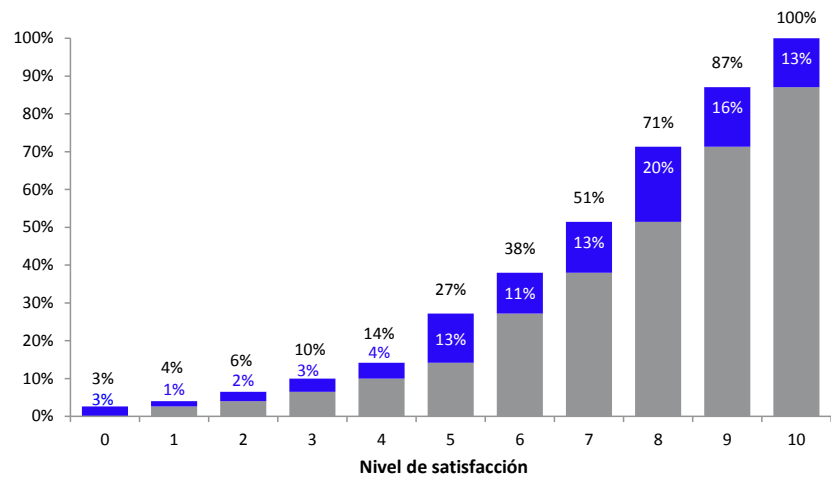
La evidencia de los resultados apoya la hipótesis de que el uso de la tarjeta de débito o crédito, es un aspecto que coadyuva a evitar robos o estafas en los consumidores financieros. Así, el 19% de los consumidores financieros calificaron a la afirmación 7.2 con el máximo nivel de conformidad de 10 sobre 10.

Pregunta 7.3 Esta entidad le orienta adecuadamente cuando no conoce algún servicio.



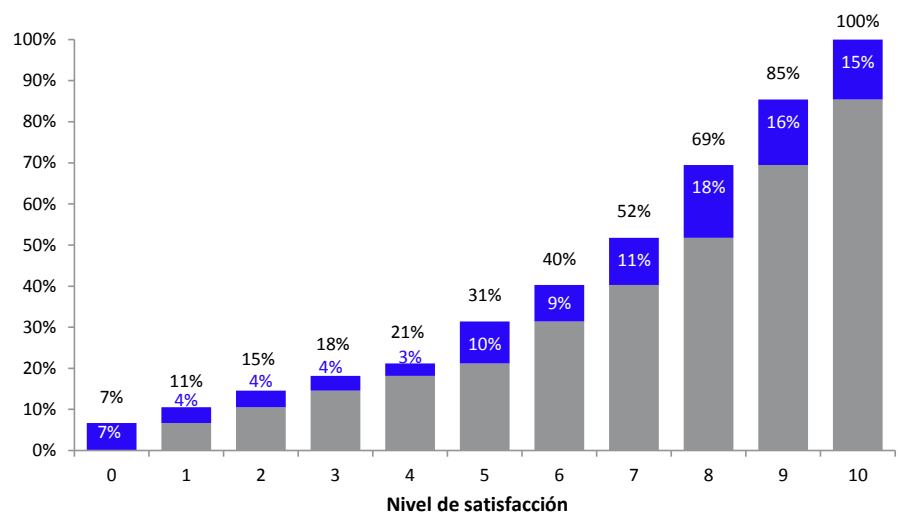
El 84% de los consumidores financieros está de acuerdo, en algún grado, con la afirmación 7.3, otorgando a la misma un nivel de aceptación mayor a cinco. Asimismo, el 22% de los consumidores financieros está completamente de acuerdo con el enunciado (10 sobre 10).

Pregunta 7.4 En esta entidad le informan sobre servicios que le permiten reducir el tiempo de espera en sus oficinas o incluso prescindir de ir a ellas



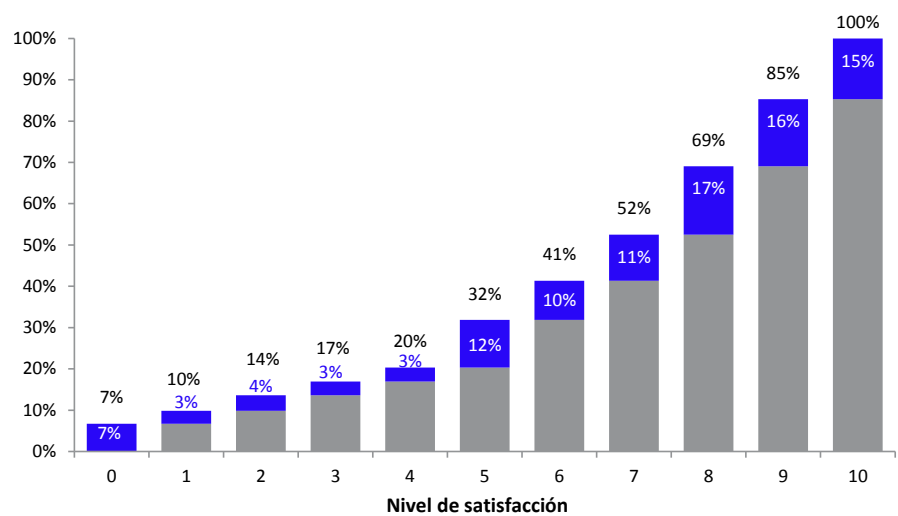
Con relación a la información que ofrecen las entidades financieras en temas relacionados con servicios que permiten reducir el tiempo de permanencia en ellas o incluso dejar de ir a sus oficinas, el 27% de los consumidores financieros calificaron a la afirmación 7.4 con puntuaciones inferiores o iguales a cinco sobre 10, es decir que la mayoría está de acuerdo en alguna medida con dicha afirmación.

Pregunta 7.5 Debido al trato que recibió anteriormente, se siente incómodo al ingresar y solicitar algún servicio de esta entidad financiera



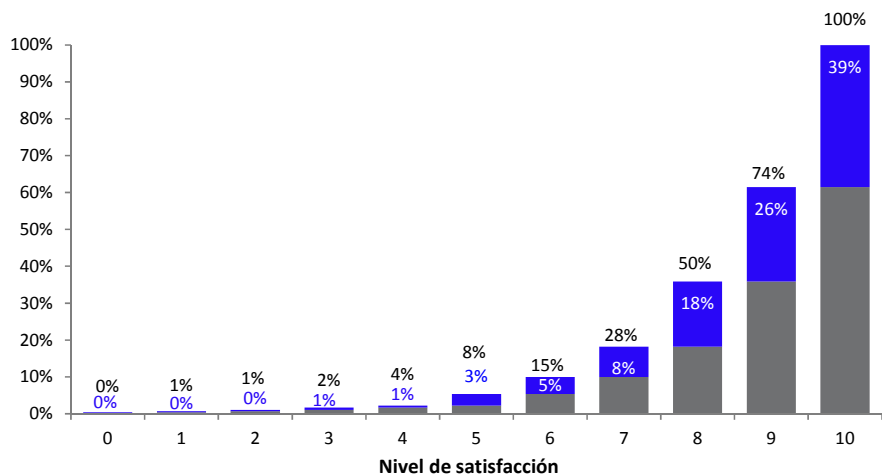
El 31% de los consumidores financieros calificaron a la afirmación 7.5 con puntuaciones inferiores o iguales a cinco sobre 10.

Pregunta 7.6 Esta entidad tiene problemas frecuentes por caídas de sistema



El 32% de los consumidores financieros duda o no está de acuerdo en algún grado con la proposición planteada (notas menores o iguales a cinco).

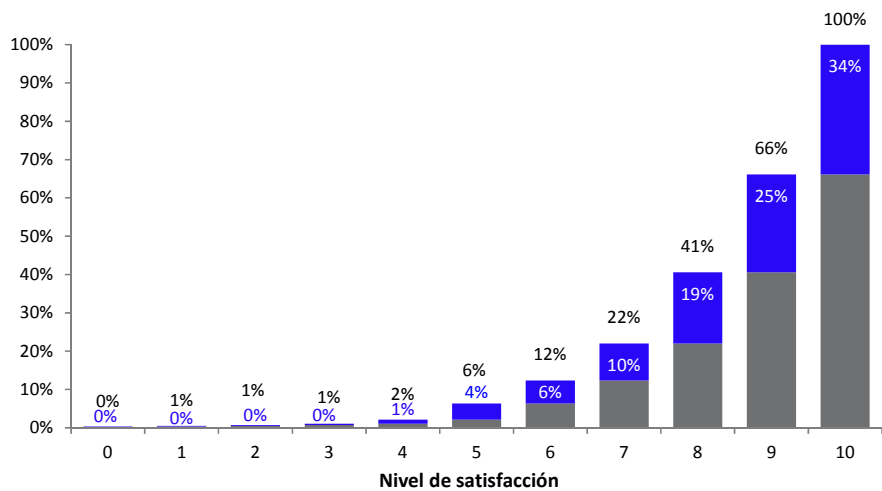
Pregunta 7.7 Si tiene que realizar transacciones de montos elevados de dinero, es mejor utilizar una entidad financiera.



Solo el 5% de los consumidores financieros expresó duda sobre la conveniencia de realizar transacciones de elevados montos de dinero en una entidad financiera (puntuaciones inferiores a cinco sobre 10).

La mayoría de los consumidores financieros (95%) está de acuerdo con la afirmación 7.7. Asimismo, el 39% de los consumidores financieros están completamente de acuerdo con realizar transacciones de montos mayores en entidades financieras.

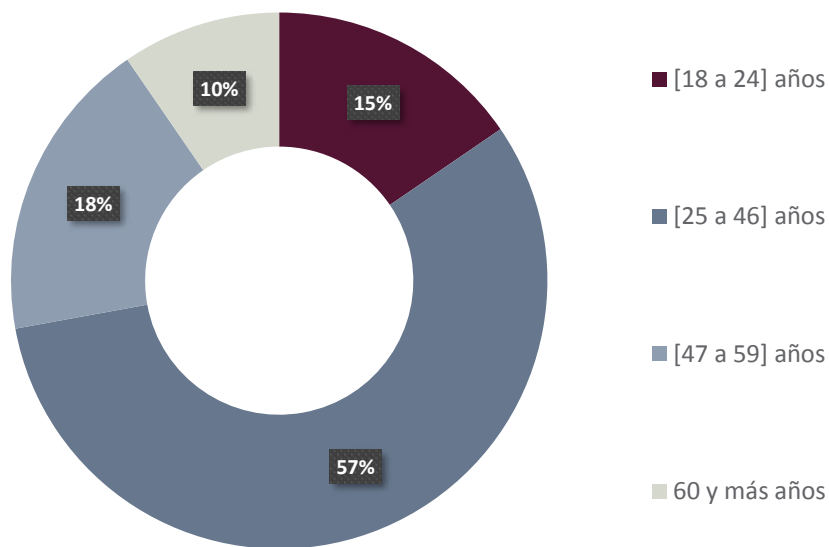
Pregunta 7.8 En los próximos cinco años, esta entidad financiera continuará realizando operaciones.



El 34% de los consumidores financieros confía plenamente que la entidad donde fue encuestada continuará funcionando, sin cerrar o quebrar, en el mediano plazo (cinco años). Este porcentaje asciende a 94% si consideramos a todos los consumidores financieros que en alguna medida están de acuerdo con esta afirmación.

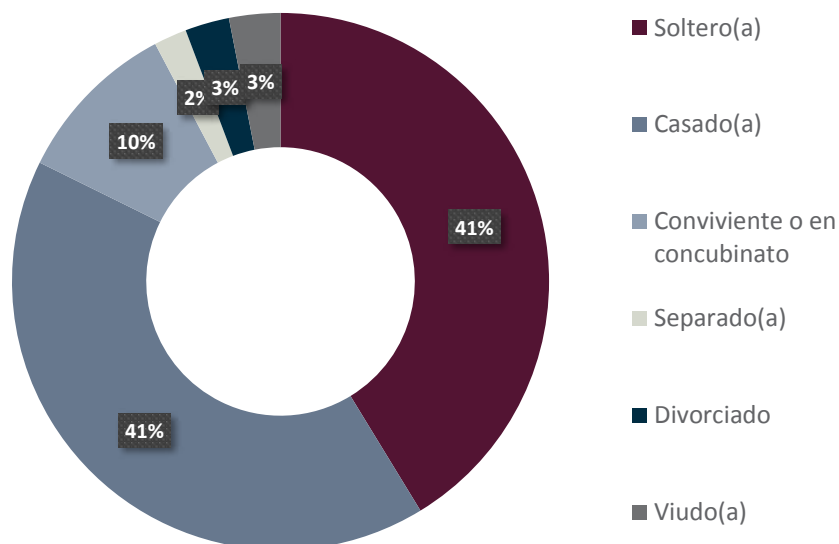
Sección 8: Datos del (la) encuestado (a)

Pregunta 8.1 ¿En qué rango se encuentra su edad?



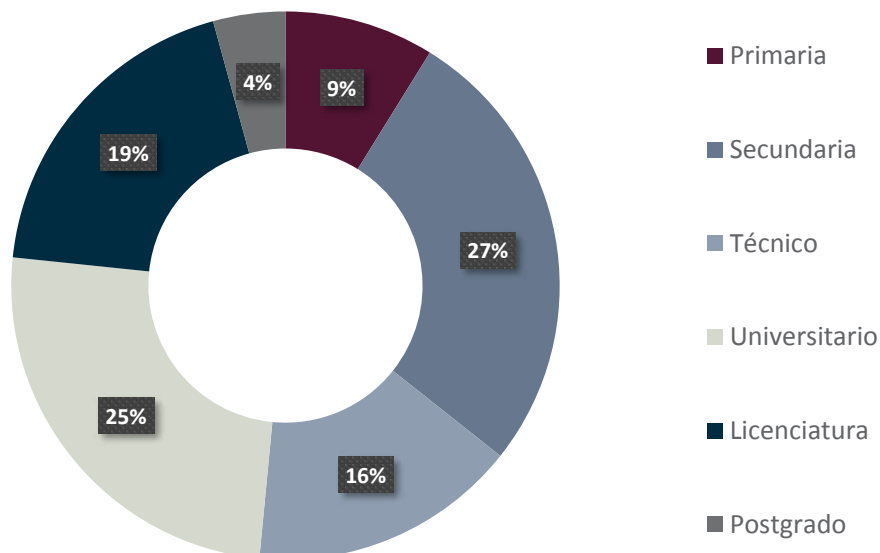
La mayoría de los consumidores financieros consultados el día de la encuesta fueron personas con edades entre 25 a 46 años (57%).

Pregunta 8.2 Actualmente, ¿cuál es su estado civil?



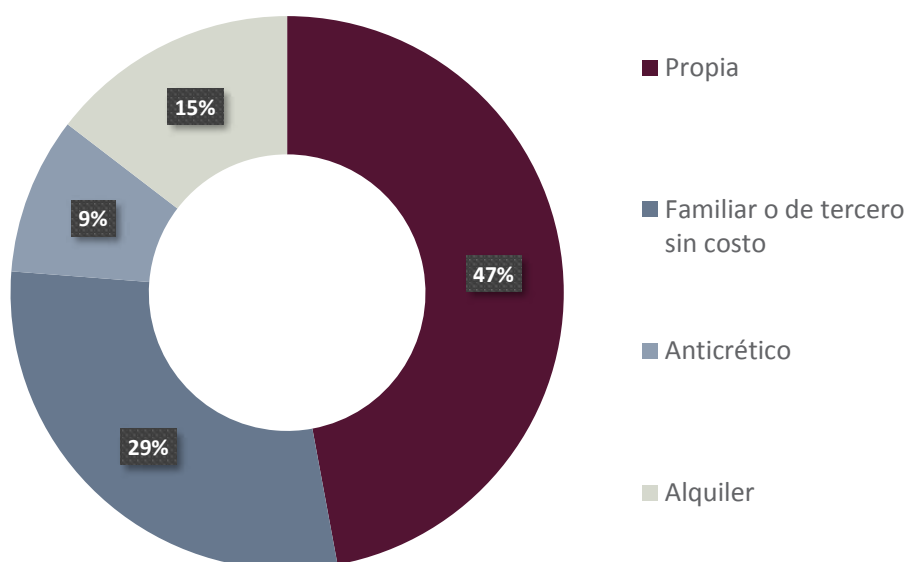
En cuanto al estado civil de los consumidores financieros, se evidencia que el 41% eran casados al igual solteros.

Pregunta 8.3 ¿Cuál es el nivel de educación más alto que alcanzó?



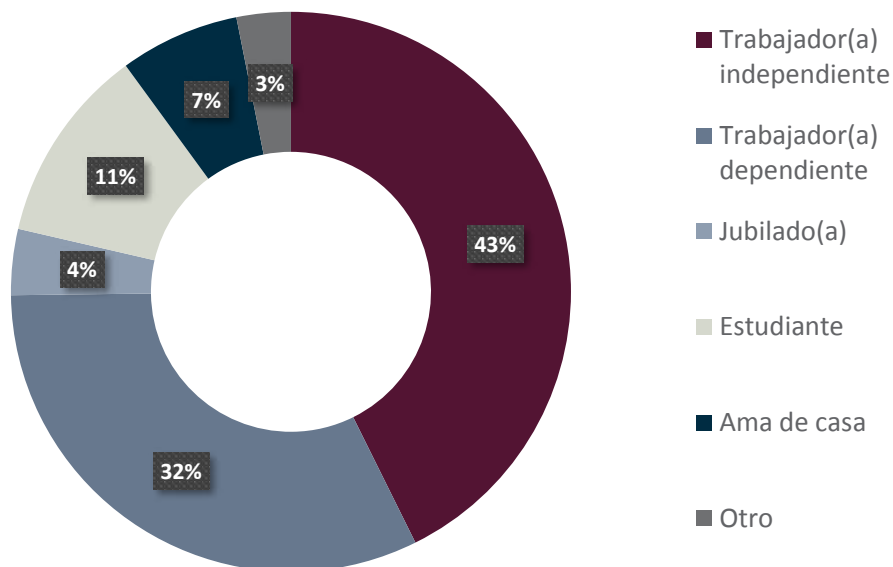
Con relación al nivel de instrucción de los consumidores financieros, en su mayoría alcanzaron la secundaria y cursaron estudios universitarios con participaciones de 27% y 25%, respectivamente.

Pregunta 8.4 La vivienda que ocupa es ...



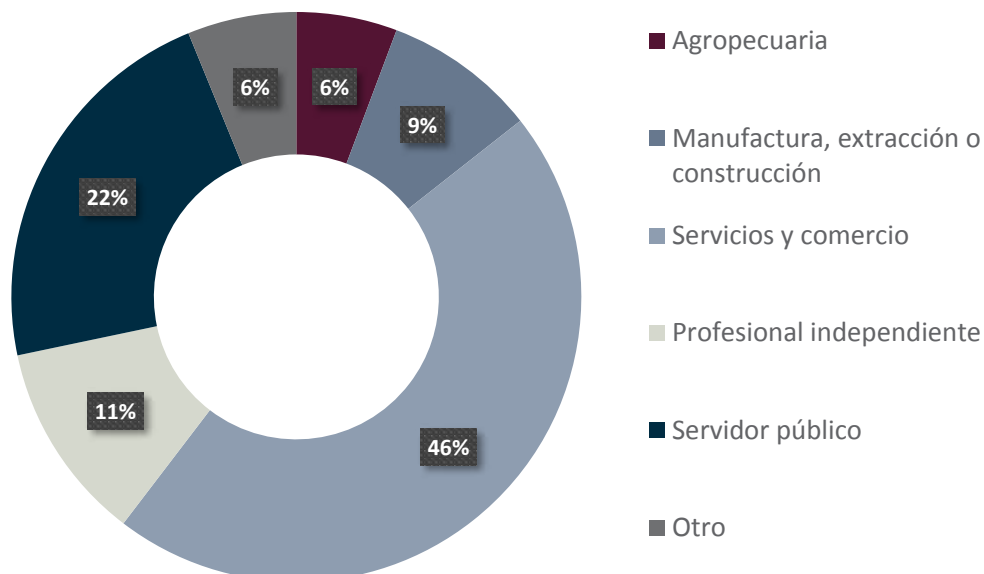
La mayoría de los consumidores financieros afirmaron tener vivienda propia (47%) y el 29% de un familiar o de tercero sin costo.

Pregunta 8.5 ¿Cuál es su ocupación principal?



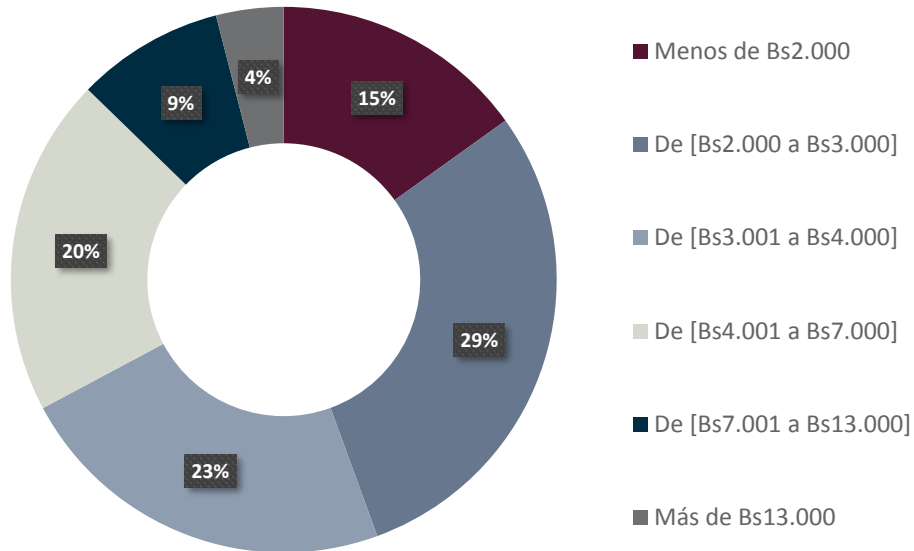
La ocupación principal de la mayoría de los consumidores financieros encuestados fue trabajador independiente y dependiente con participaciones de 43% y 32%, respectivamente.

Pregunta 8.6 ¿A qué actividad económica pertenece su ocupación principal?



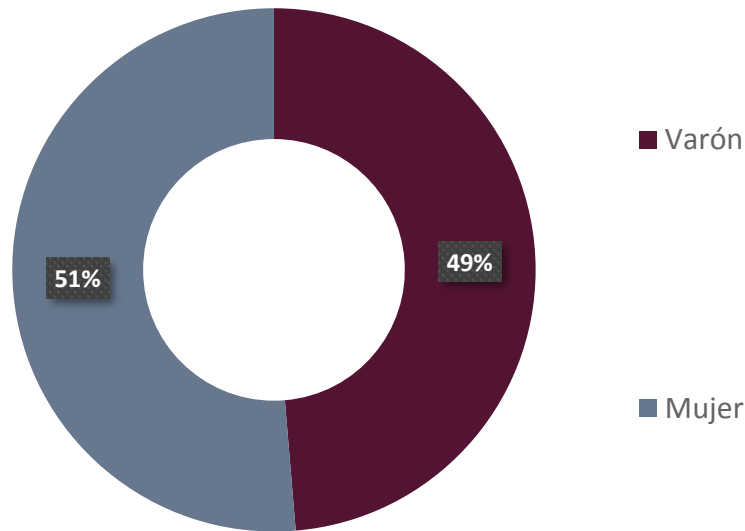
La principal actividad económica de las personas encuestadas con un trabajo, es en el sector de servicios y comercio con una participación de 46%.

Pregunta 8.7 ¿En qué rango se encuentra el monto que usted percibe al mes por su trabajo, actividad o negocio?



La mayoría de los consumidores financieros encuestados, tienen ingresos en el rango de Bs2.000 a Bs3.000.

Pregunta 8.8 Género:



La cantidad de CF varones y mujeres que participaron en la encuesta fue muy similar (51% de mujeres y 49% de varones).



Servidor público de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero y un encuestado en el municipio de Monteagudo del departamento de Chuquisaca.



Servidora pública de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero encuestando en el municipio de Achocalla del departamento de La Paz.

5. AVANCES RESPECTO A NECESIDADES IDENTIFICADAS EN ANTERIORES ENCUESTAS

Uno de los objetivos de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros es «Evaluar las necesidades de los consumidores en materia financiera y el nivel de atención de las mismas». Durante las últimas tres gestiones se han identificado necesidades insatisfechas, principalmente en el ámbito del uso de Transacciones electrónicas y medios electrónicos de pago (TEYMEP).

En el marco señalado, la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, en coordinación con las entidades financieras, impulsó decididamente la incorporación de estos nuevos servicios al uso cotidiano de los consumidores financieros. Por lo tanto, si se hace una comparación de

la información recolectada por la ENSF en las últimas tres gestiones, se evidencia el avance experimentado.

La Tabla 5.1 refleja el avance en la utilización de diversas TEYMEP.

Respecto a las transacciones electrónicas, el 15% de los CF utilizó este servicio en el último año, este porcentaje representa un incremento del 66% en relación con el año 2016. Igualmente, se aprecia un importante crecimiento (56%) en los pagos realizados con tarjetas de débito o crédito que en la actualidad utilizan el 23% de los CF.

Tabla 5.1 Proporción de Consumidores Financieros que utiliza TEYMEP

	2016	2017	2018	Var 16 - 18
REALIZA TRANSACCIONES ELECTRÓNICAS	9%	11%	15%	66%
REALIZA PAGOS CON TARJETAS DE DÉBITO O CRÉDITO	15%	21%	23%	56%

Según el Estudio en Innovación Digital y Financiera del Sistema Cooperativo Abierto de Información Bancaria (COBIS: Cooperative Open Banking Information System),⁸ los consumidores financieros requieren soluciones móviles y digitales de parte de las instituciones financieras al igual que mejores canales digitales de pago; similares necesidades también fueron identificadas en versiones previas de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros.

Adicionalmente, este estudio presenta perspectivas positivas a futuro en la profundización de estos servicios debido al importante nivel de inversión que están realizando las EIF nacionales en innovación digital y financiera. En Latinoamérica, Bolivia es el país que más habría aumentado su nivel de inversión en innovación digital y financiera (34,6%). Respecto al presupuesto anual de las EIF, en 2017 y 2018 la inversión destinada a innovación digital y financiera fue 8,67% y 11,67%, respectivamente.

⁸ COBIS 2018.

Las EIF deben continuar con la inversión en innovación tecnológica en sus productos y servicios, garantizando la ciberseguridad para mejorar la experiencia del consumidor financiero. Por ello, la mejor forma de asegurar estas innovaciones tecnológicas es impulsando el uso

masivo e intensivo de sus clientes. La facilidad de acceso (no tener que ir al banco), el ahorro de tiempo y seguridad (respecto a manejar dinero en efectivo) son los principales beneficios de la banca digital.

6. CONCLUSIONES

Con la 4.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros realizada el 5 de septiembre de 2018, ASFI obtuvo información sobre las necesidades, el nivel de atención de las mismas por parte de las EIF y las percepciones del grado de cumplimiento de la función social de las entidades financieras.

En cuanto al grado de satisfacción, se determinó que los factores que más explican esta variable son: i) la calidad y calidez con que se ofrecen los servicios y productos, ii) el acceso a los servicios financieros y iii) el beneficio percibido por el consumidor financiero. De estos tres, el constructo calidad y calidez determina en mayor medida el nivel de satisfacción (69%) que, a su vez, está explicada por la seguridad, información, eficiencia, imagen, variedad y amabilidad con que son brindados los servicios financieros. El acceso se relaciona con la satisfacción que tienen los consumidores con el número de PAF, su ubicación y horarios de atención. El beneficio percibido se aproxima a través de la preferencia de los consumidores financieros por mantener sus depósitos en las EIF, así como la posibilidad de realizar pagos de servicios básicos.

El Índice de Satisfacción en el 2018 fue de 8,17. Comparado con los resultados de las gestiones pasadas (7,85 en 2015, 7,45 en 2016 y 8,13 en 2017), el IS alcanzó su nota más alta; aspecto atribuible principalmente a mayores calificaciones al acceso percibido por los CF y la atención con calidad y calidez por parte del personal de las EIF. Por género, los varones otorgaron una menor calificación promedio (8,04) que las mujeres (8,29). Por grupo etario, los consumidores financieros entre las edades comprendidas entre los 25 y 59 años otorgaron una calificación menor (8,10). Por departamento, los consumidores financieros de La Paz reportaron la menor satisfacción (índice 7,81) y los de Tarija la mayor satisfacción (índice

8,70). Existe una relación inversa entre el nivel de satisfacción y el nivel educativo, observándose mayores calificaciones en consumidores que como máximo grado de instrucción alcanzaron el nivel secundario. Por tipo de entidad, los Bancos PYME recibieron la calificación promedio más alta (8,71), seguida de las Cooperativas de Ahorro Abiertas (8,53), las Instituciones Financieras de Desarrollo (8,23), los Bancos Múltiples (8,14) y las Entidades Financieras de Vivienda (7,95).

Para elaborar el Índice de Percepción de Cumplimiento de la Función Social (IPCFS), se consideraron dos preguntas: una de ellas valoró la importancia de la entidad para el desarrollo de la ciudad, localidad o comunidad del CF (punto de vista social); la otra se relaciona con la contribución de los servicios financieros a la mejora de la situación individual de los consumidores financieros. Entre los factores más significativos que explican dicha variable se encuentran: la atención con calidad y calidez (30%), la continuidad de los servicios ofrecidos (27%) y la optimización de tiempos y costos en la entrega de servicios financieros (19%).

El IPCFS 2018 fue de 7,87, en una escala que va de 0 al 10. Comparando con los valores alcanzados en las gestiones pasadas, 7,59 en 2015, 7,23 en 2016 y 7,84 en 2017, el IPCFS del 2018 alcanzó una mayor calificación. La calificación dada por los varones (7,81), en promedio, fue inferior a la de las mujeres (7,93). Se observa que solamente el grupo etario comprendido entre 25 a 46 años calificó en promedio un valor por debajo del IPCFS (7,79); mientras que los adultos mayores otorgaron la mejor calificación (8,29). El puntaje promedio otorgado por CF con postgrado es el más bajo (7,52), mientras que los consumidores financieros que solamente culminaron primaria califican en promedio con la mayor calificación

(8,10). Por departamento, La Paz también cuenta con el menor índice (7,46) y Tarija con el mayor índice (8,48). Por tipo de entidad, los Bancos PYME tienen un mayor IPCFS (8,48), seguidas de las Instituciones Financieras de Desarrollo (8,13), las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas (8,11), los Bancos Múltiples (7,84) y las EFV (7,61).

En cuanto a las necesidades financieras, se debe continuar promoviendo el uso de las TEYMEP, aspecto que resulta fundamental en el contexto del acelerado crecimiento de innovaciones tecnológicas experimentado en las últimas dos décadas. El escenario es alentador, considerando el incremento en la intensidad de uso de estas tecnologías y los múltiples beneficios para los consumidores financieros. Además, existe un potencial importante para promover los medios de pago electrónicos (tarjetas de débito y crédito) al

igual que el servicio de banca por internet donde, pese a importantes mejoras en los últimos dos años, la intensidad de uso todavía se encuentra en niveles relativamente bajos.

Por otra parte, es importante fomentar el uso de los centros de llamadas que las entidades financieras mantienen. Actualmente, el 80% de los consumidores financieros no accede a este servicio; y de esta fracción, el 37% desconoce la atención a través del mismo.

Finalmente, se destaca que los consumidores financieros no están muy satisfechos con el tiempo de espera que tienen que realizar en las Entidades de Intermediación Financiera. Es necesario generar mecanismos más eficientes para reducir el número de CF en espera en oficinas de las entidades.

ANEXO

A.1. Encuesta *online* sobre transacciones a través de banca por internet

Considerando que los resultados de las Transacciones Electrónicas y Medios Electrónicos de Pago (TEYMEP), en particular «transacciones a través de banca por internet», reportaron valores relativamente bajos en la 3ENSF, en esta gestión se realizó la encuesta *online* sobre transacciones a través de banca por internet, dirigida exclusivamente a consumidores financieros que tengan habilitado este servicio.

Esta encuesta tiene por objetivo capturar las percepciones sobre el uso de la banca por internet a través de la siguiente pregunta: «Cuán satisfecho(a) está usted con los servicios a través de banca por internet.»

Esta primera encuesta online contó con la respuesta de 25.569 clientes financieros.

A diferencia de 4ENSF, la encuesta *online* sobre banca por internet no siguió una metodología establecida para la selección de los consumidores financieros, sino que estuvo abierta a todos aquellos que tienen habilitado el servicio en las entidades financieras. En este sentido, los resultados obtenidos tienen solamente un carácter referencial descriptivo y no es posible realizar ningún tipo de inferencia estadística a partir de los mismos.

La encuesta se llevó a cabo, en la modalidad *online*, del 17 de agosto al 5 de septiembre, con la participación de consumidores financieros que tienen habilitado el servicio de banca por internet en 15 EIF: once Bancos Múltiples, dos Bancos

PYME, una Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta y el Banco Público.

La difusión de la encuesta estuvo a cargo de cada EIF, enviando a sus clientes un mensaje «SMS» con la invitación y el enlace de ASFI para ingresar a la encuesta. Igualmente, cada EIF dispuso en su plataforma web el enlace para acceder directamente al cuestionario.

Con el fin de minimizar el tiempo de llenado del cuestionario, se elaboraron 17 preguntas distribuidas en dos secciones. La toma de la encuesta fue realizada exclusivamente a través de un

aplicativo informático en línea, lo que permitió la automatización del proceso de tabulación de las respuestas de 25.569 clientes financieros.

Para la estimación del Índice de Satisfacción del Servicio de Banca por Internet, se consideró la calificación promedio (en la escala de 0 a 10) que otorgaron los clientes a las EIF que proveen el servicio.

Considerando la información de las personas que respondieron esta encuesta, el Índice de Satisfacción del Servicio de Banca por Internet fue de 7,80. Respecto a la intensidad de uso, se tiene que el 72% de los encuestados que tiene habilitado el servicio de banca por internet, lo utilizó durante el último año.

A.1.1 Índice de Satisfacción del Servicio de Banca por internet

La encuesta *online* sobre transacciones a través de banca por internet relevó información que permite cuantificar el Índice de Satisfacción del servicio.

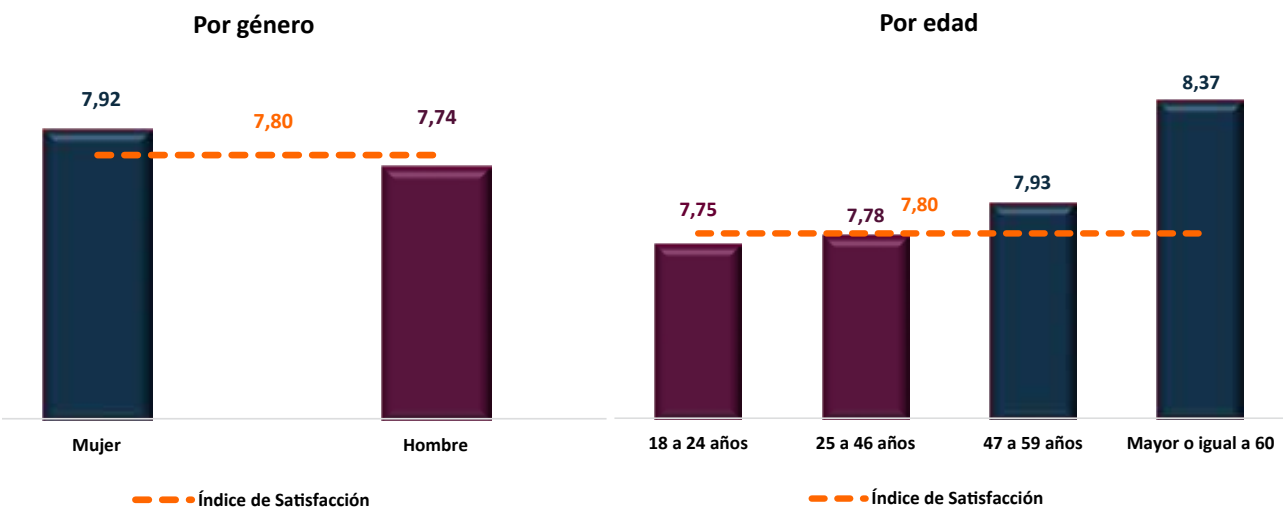
Esta medida resume el nivel de satisfacción de los encuestados que tienen habilitado el servicio.

A.1.1.1 Satisfacción según características demográficas del encuestado

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el nivel de satisfacción del servicio de banca por internet varía según las características demográficas. Así, según género, las mujeres otorgaron una calificación promedio mayor que los hombres (7,92 y 7,74

respectivamente). Por edades, las personas más jóvenes, con edades entre 18 y 46 años otorgaron, en promedio, calificaciones inferiores al Índice de Satisfacción del servicio de banca por internet.

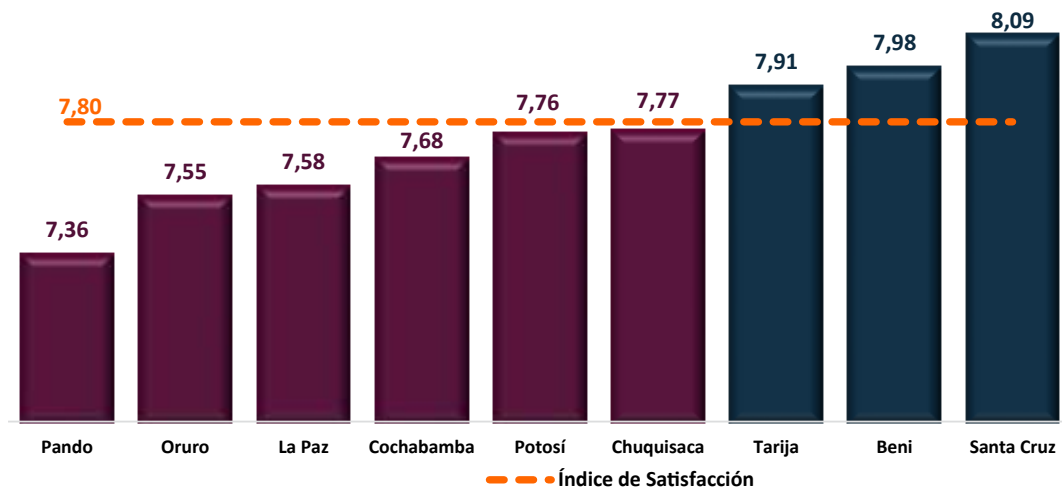
Gráfica A.1 Satisfacción promedio por género y edad (Banca por internet)



Por departamentos, el Índice de Satisfacción del servicio es mayor, respecto al promedio nacional, en Santa Cruz, Beni, y Tarija. Los departamentos

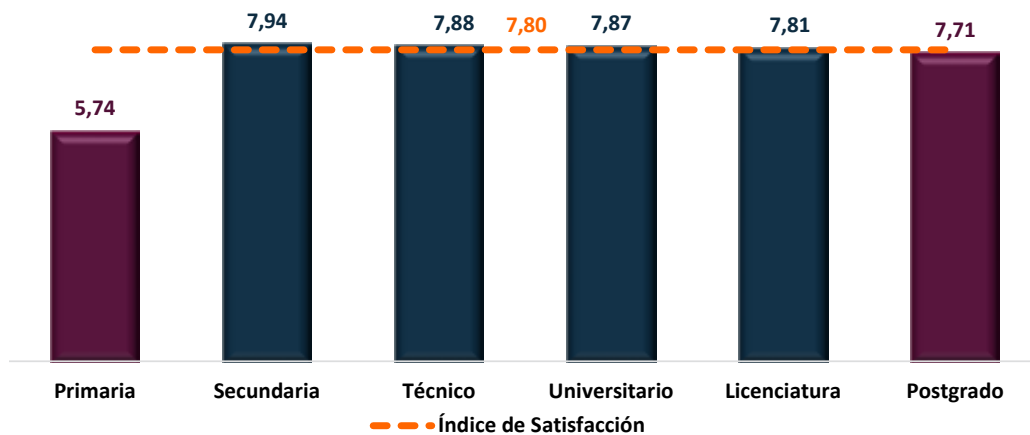
que evaluaron con un menor nivel de satisfacción el servicio de banca por internet son Pando, Oruro y La Paz (Gráfica A.2).

Gráfica A.2 Satisfacción promedio según departamento (Banca por internet)



Con excepción de las personas que solo alcanzaron el nivel de educación primaria, existe una relación inversa entre el grado de educación y la calificación otorgada al índice.

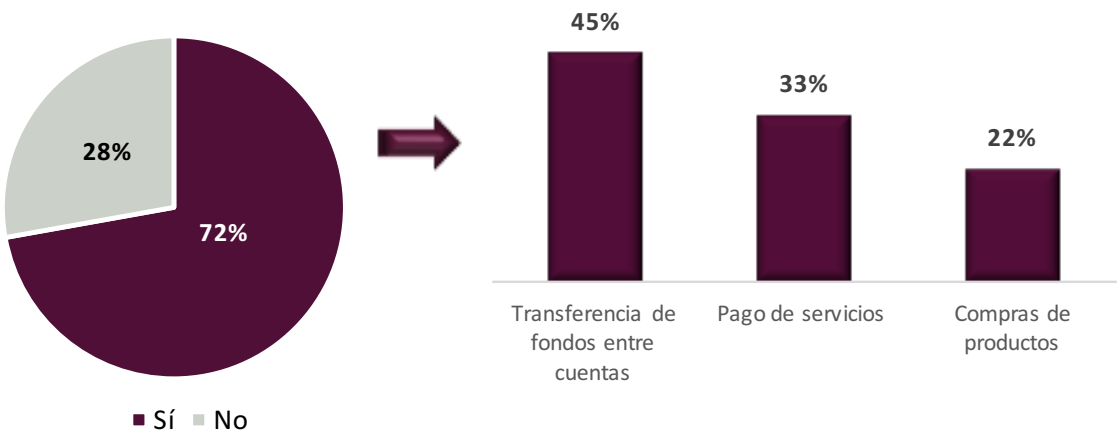
Gráfica A.3 Satisfacción promedio según nivel educativo (Banca por internet)



A.1.2 Intensidad de uso del servicio banca por internet

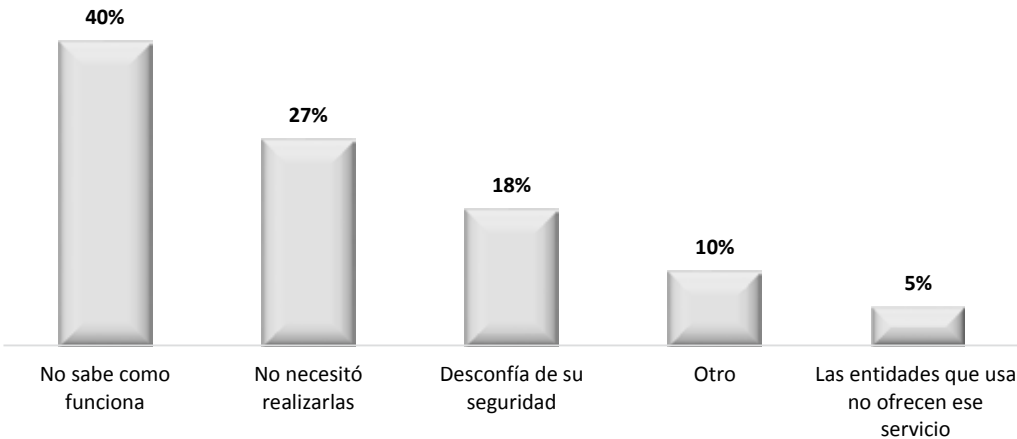
En esta sección se analiza la intensidad de uso del servicio de banca por internet de las personas que respondieron la encuesta. El 72% de los encuestados utiliza el servicio de banca por internet; principalmente realizan «Transferencia de fondos entre cuentas» (45%), «Pago de servicios» (33%) y «Compras de productos» (22%).

Gráfica A.4 Proporción de encuestados que teniendo el servicio de banca por internet habilitado lo utilizaron en el último año y tipo de transacciones que realiza



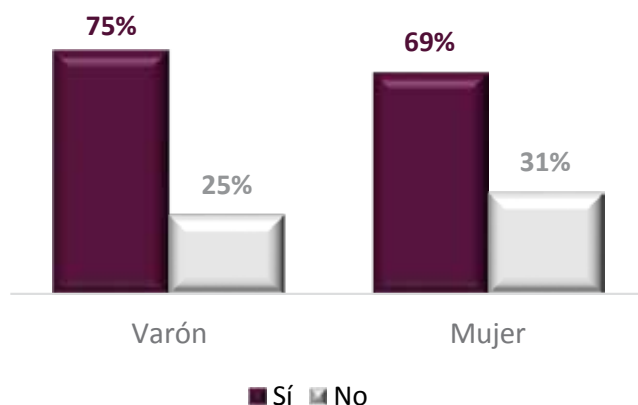
Los encuestados que no utilizaron el servicio señalan como principal motivo el desconocimiento de este (40%), seguido por el 27% que no necesitó utilizarlo y el 18% que «Desconfía de su seguridad», entre otras. (Gráfica A.5).

Gráfica A.5 Motivos de los encuestados para no utilizar el servicio de banca por internet



La Gráfica A.6 muestra que, de los participantes de la encuesta, el 75% de los varones y el 69% de las mujeres utilizó el servicio durante el último año.

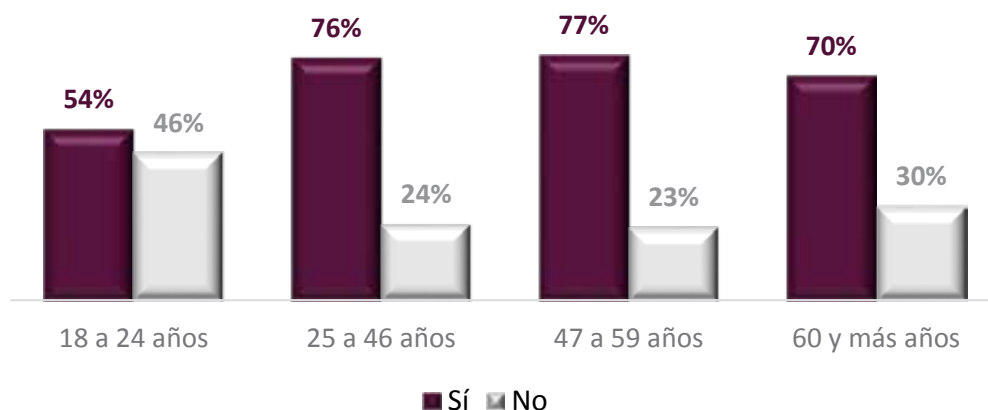
Gráfica A.6 Proporción de encuestados que utilizan el servicio por género



Analizando la misma información según grupo etario, se encuentra que los encuestados entre 25 y 59 años son las que más utilizan el servicio. (Gráfica A.7). Se destaca que el 70% de los

encuestados de 60 o más años utilizan el servicio en mayor proporción que el grupo etario más joven (18 a 24 años).

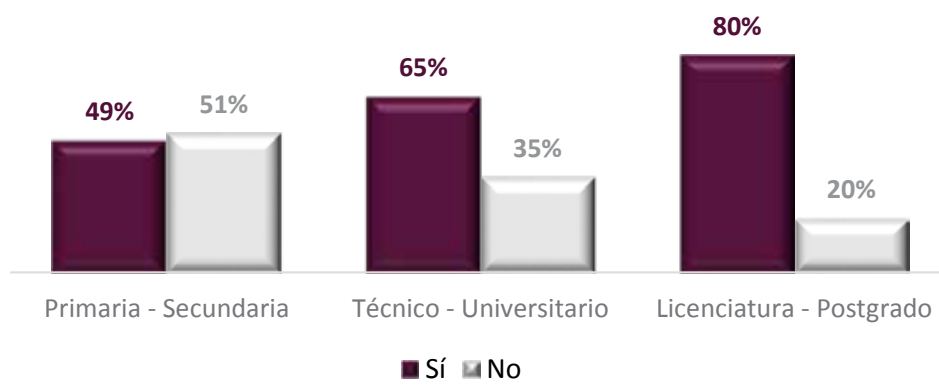
Gráfica A.7 Proporción de encuestados que utilizan el servicio según edad



Disgregando la información según características de educación, se observa que el porcentaje de encuestados que utiliza banca por internet es proporcional a un mayor nivel educativo (Gráfica A.8).

En niveles de educación inferiores, el 49% de los encuestados emplean el servicio; por otra parte, para personas con licenciatura o postgrado el porcentaje aumenta a 80%. Por tanto, continúa la necesidad de difundir el uso del servicio de banca por internet en sectores de la población con menores niveles de educación.

Gráfica A.8 Proporción de encuestados que utilizan el servicio según nivel educativo



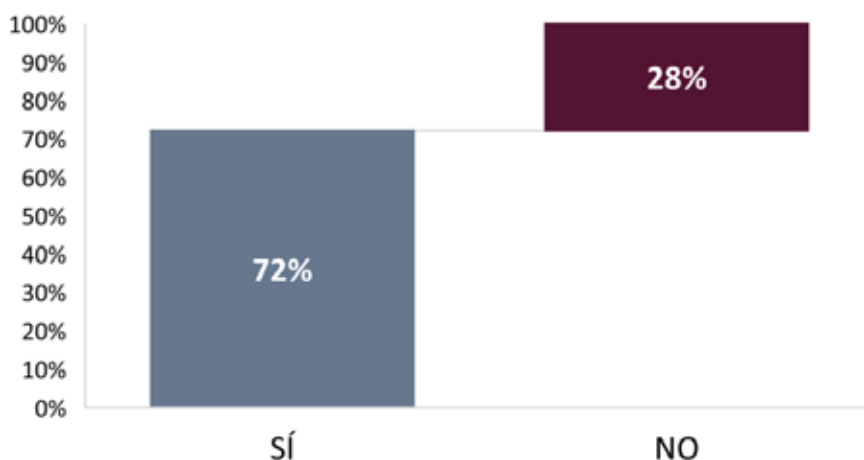
A.2. Tabulación de la encuesta *online* sobre banca por internet

A continuación, se presentan las preguntas y los resultados de la encuesta *online* sobre transacciones a través de banca por internet. Predominantemente, los resultados se exponen en tres tipos de gráficos estandarizados:

- a) **Barras acumuladas en bicolor**, las barras superiores de color azul representan el porcentaje de participación de cada calificación en el total. Los datos superiores expresan el porcentaje de participación acumulado.
- b) **Gráficos de cascada**, usados para representar la participación de cada opción en el total de las respuestas binarias (Sí/No).
- c) **Gráfico circular (Donuts)**, usadas para representar las participaciones de las opciones en cada consulta.

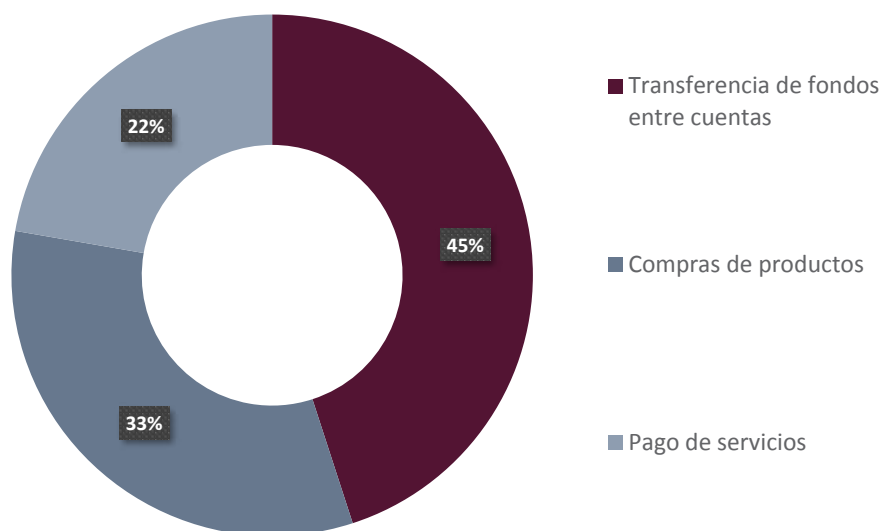
Sección 1: Transacciones a través de medios electrónicos

Pregunta 1. 1 En el último año, ¿realizó transacciones financieras mediante internet?



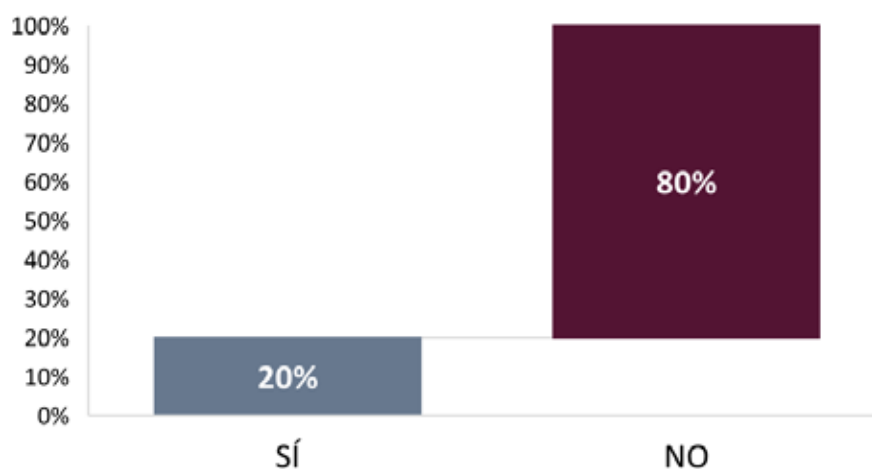
El 72% de los encuestados que cuentan con el servicio habilitado realizó transacciones financieras por internet en el último año.

Pregunta 1.2 ¿Qué tipo de transacciones realizó?



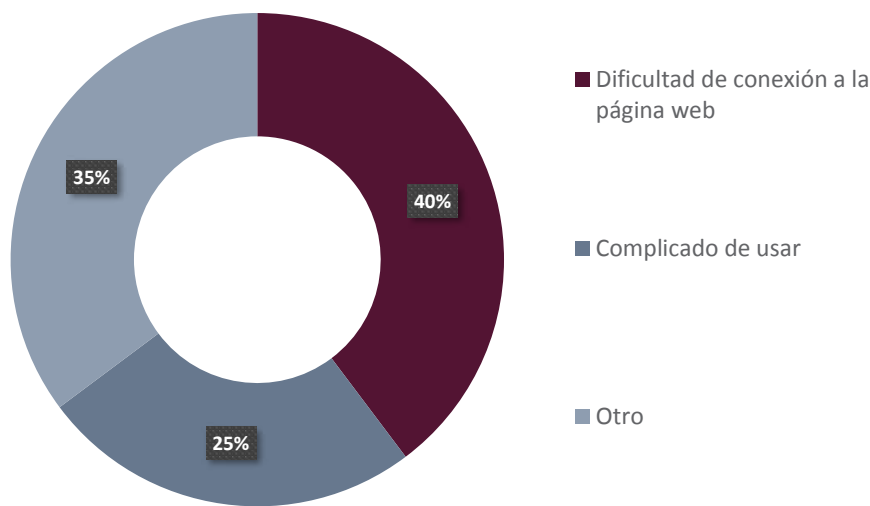
Del 72% de los encuestados que realizó transacciones por internet, se observa que el servicio más utilizado es la transferencia de fondos entre cuentas (45%), seguido de compras de productos con 33% de participación y el 22% con pagos de servicios.

Pregunta 1.3 ¿Tuvo algún problema al realizar transacciones electrónicas?



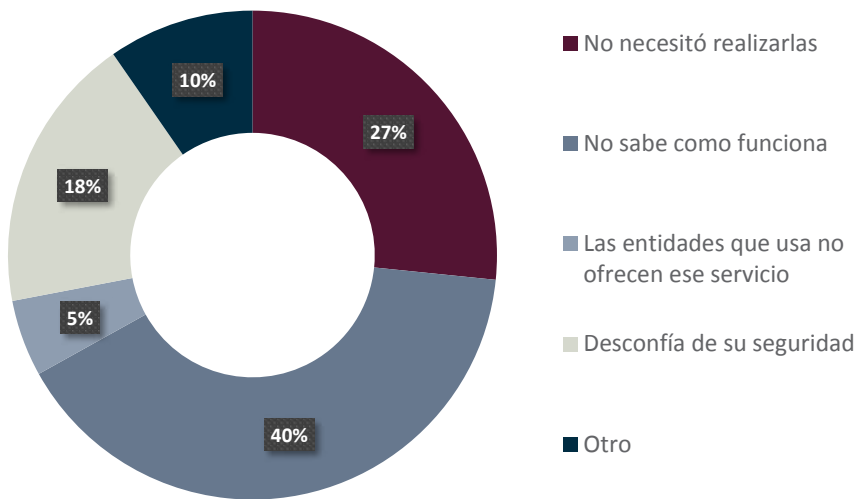
De aquellos encuestados que realizaron transacciones por internet, el 20% tuvo algún problema al realizar las mismas.

Pregunta 1.4 ¿Cuál es el problema que más le afecta?



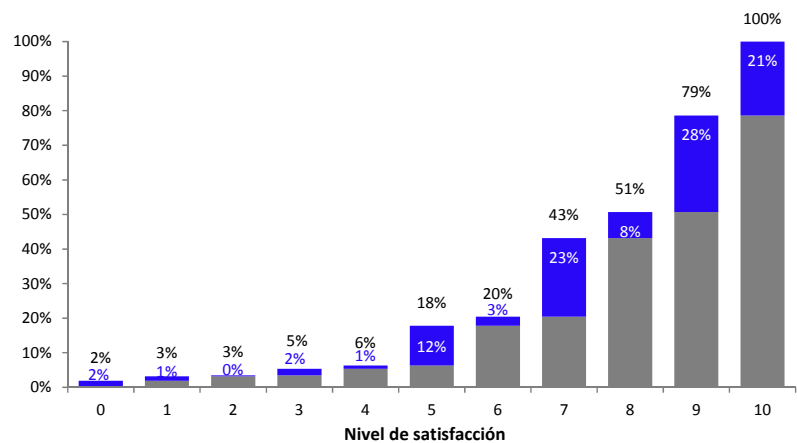
Del 20% que tuvieron problemas para realizar transacciones por internet, el 40% identifica como principal motivo la dificultad a la conexión de la página web de la EIF y el 25% considera que es complicado de usar.

Pregunta 1.5 ¿Por qué no ha realizado transacciones por internet?



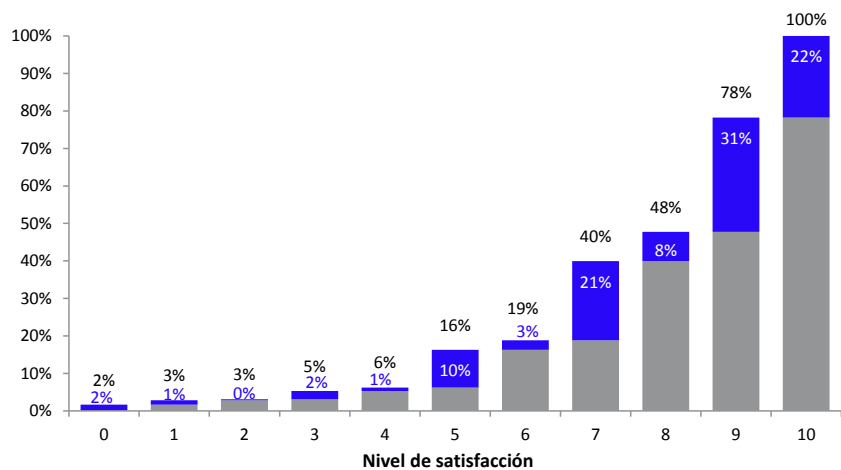
De los encuestados que no efectuaron transacciones mediante internet, el 40% expresó que no las realizó debido a que desconoce su funcionamiento, el 27% no necesitó realizarlas, y un 18% que desconfía de su seguridad.

Pregunta 1.6 Los servicios brindados por esta entidad a través de banca por internet están siempre disponibles sin interrupción.



La percepción del encuestado en cuanto a la continuidad de los servicios de banca por internet, se describe en los resultados del anterior gráfico. La mayoría percibe que existe continuidad del servicio en un grado significativamente superior (49% de los clientes califica con nota igual a nueve o superior esta afirmación).

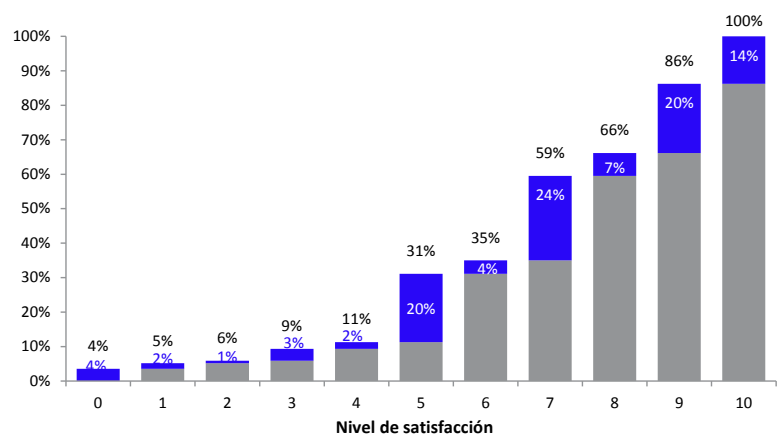
Pregunta 1.7 Cuán satisfecho(a) está usted con los servicios a través de banca por internet.



En cuanto al nivel de satisfacción de los encuestados con relación a los servicios de banca por internet que ofrecen las entidades financieras, la información recolectada muestra un muy buen grado de aceptación, es así que, el 81% otorgó calificaciones iguales o mayores a siete sobre 10. Asimismo, el 22% está totalmente satisfecho con los servicios ofrecidos (otorgando una puntuación de 10 sobre 10).

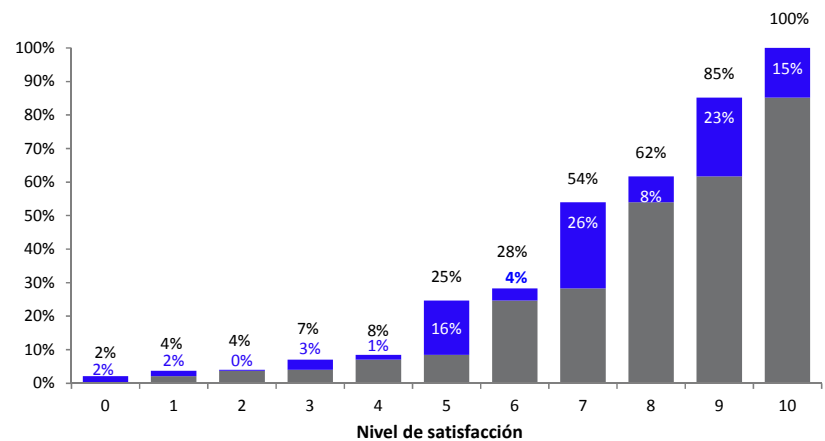
Por otra parte, los porcentajes acumulados describen que, solo el 16% de los encuestados asignaron calificaciones menores o iguales a cinco sobre 10 a la afirmación 1.7.

Pregunta 1.8 Esta entidad financiera contribuye al desarrollo de su ciudad, localidad o comunidad.



La afirmación 1.8 “Esta entidad contribuye al desarrollo de su ciudad, localidad o comunidad” intenta capturar la percepción global y no individual de la persona que participó en la encuesta. A diferencia de las otras afirmaciones, ésta plantea el rol de la entidad más allá del beneficio propio en busca del bien común. La mayoría de los encuestados está de acuerdo con la afirmación, pues el 65% otorgó calificaciones iguales o mayores a siete sobre 10 a la afirmación. Además, el 14% está convencido plenamente de la importancia de las EIF para su ciudad localidad o comunidad.

Pregunta 1.9 Cuán satisfecho(a) está usted con todos los servicios financieros que le proporciona esta entidad.

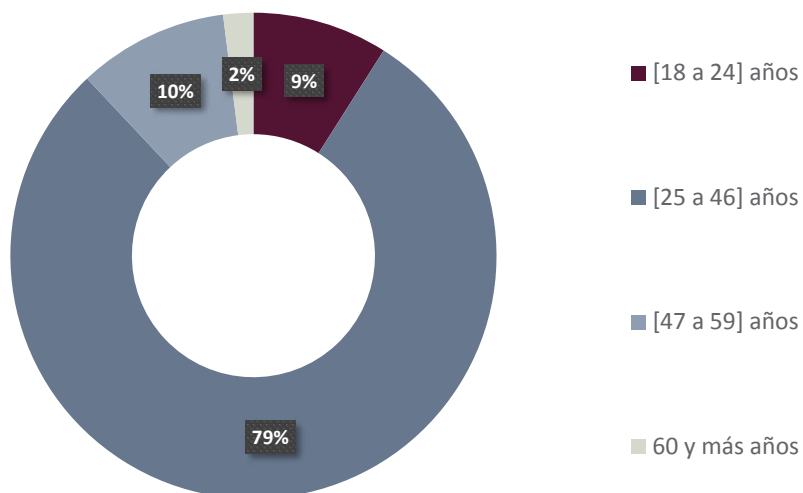


En cuanto al nivel de satisfacción de los encuestados con relación a todos los servicios que ofrecen las entidades financieras, la información recolectada muestra un buen grado de aceptación, es así que, el 72% dio calificaciones desde siete hasta 10. Asimismo, el 15% está totalmente satisfecho con los servicios ofrecidos (otorgando una puntuación de 10 sobre 10).

Por otra parte, los porcentajes acumulados describen que, el 25% de los participantes de la encuesta asignaron calificaciones menores o iguales a cinco sobre 10 a la afirmación.

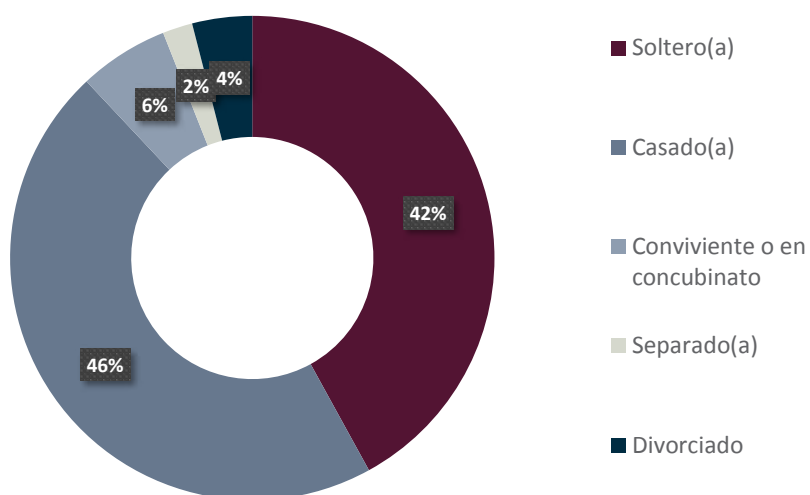
Sección 2: Datos del (la) encuestado (a)

Pregunta 2.1 ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su edad?



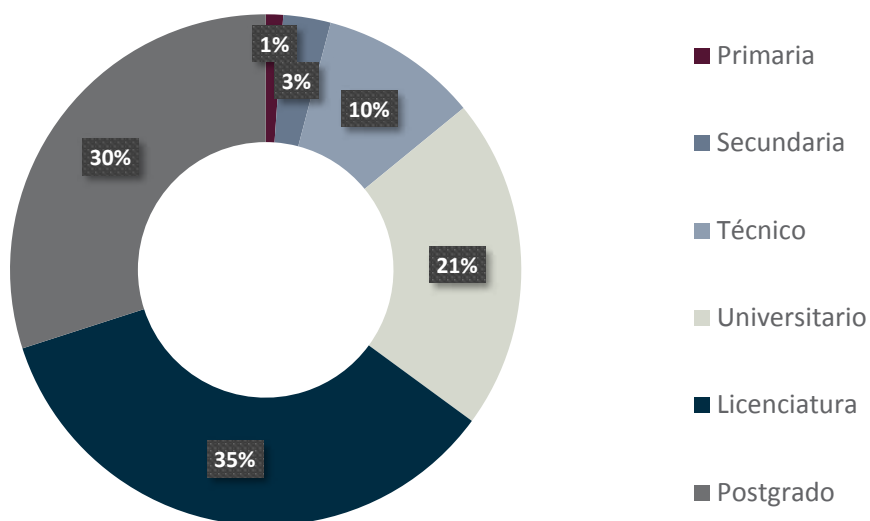
La mayoría de los participantes de la encuesta se encontraba en un rango de edad entre 25 a 46 años (79%).

Pregunta 2.2 Actualmente, ¿cuál es su estado civil?



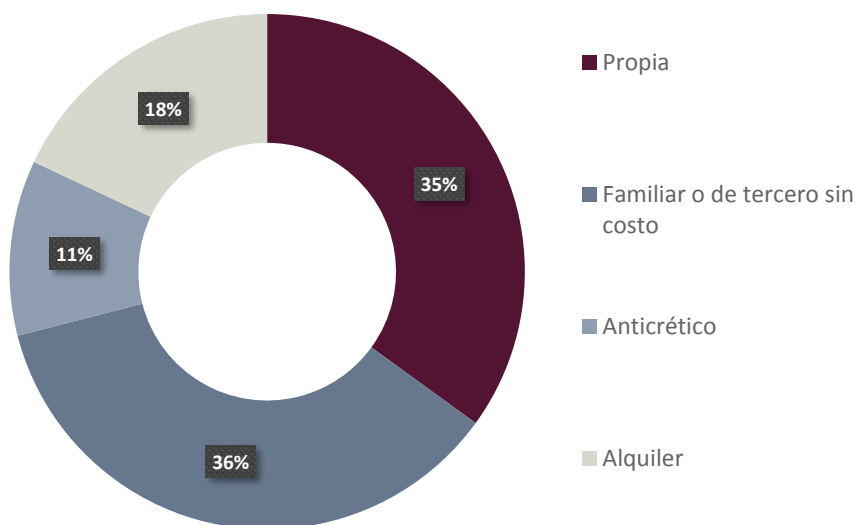
En cuanto al estado civil, un 46% de los participantes de la encuesta sobre banca por internet estaban casados y un 42% solteros.

Pregunta 2.3 ¿Cuál es el nivel de educación más alto que alcanzó?



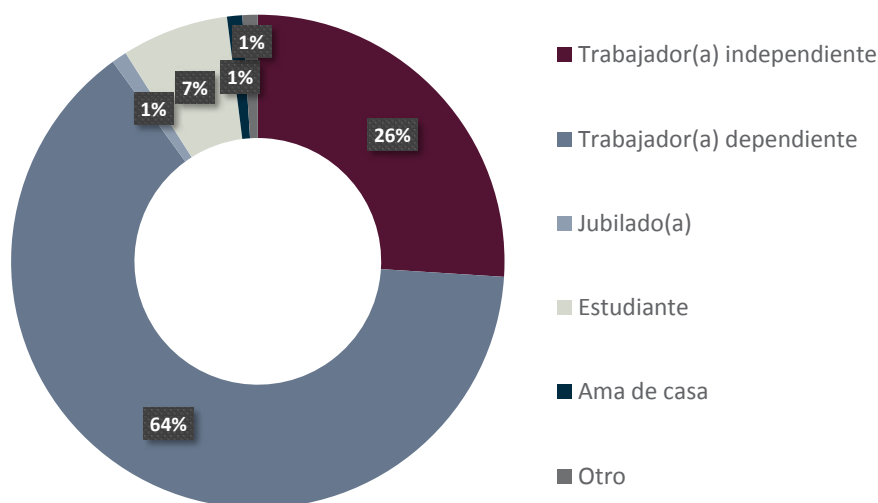
Con relación al nivel de instrucción de los encuestados, en su mayoría alcanzaron la licenciatura o postgrado con participaciones de 35% y 30%, respectivamente.

Pregunta 2.4 La vivienda que ocupa es:



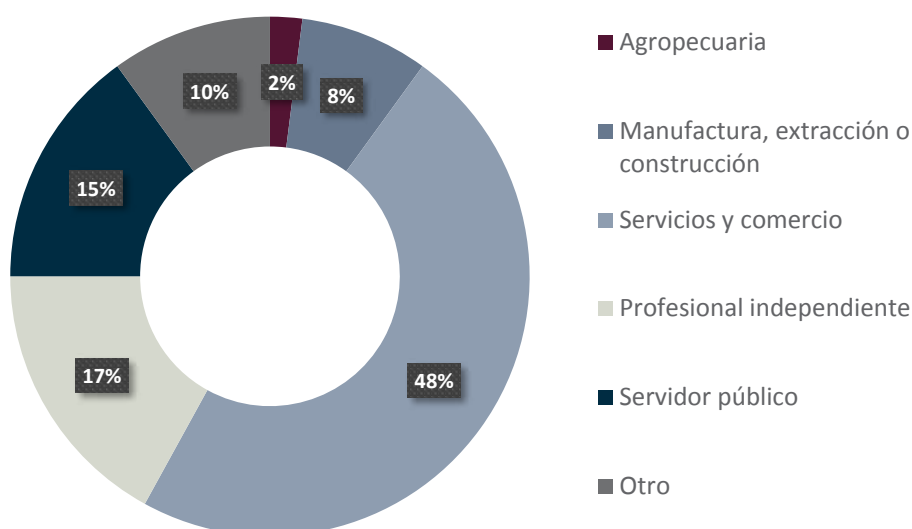
La mayoría de las personas que respondieron la encuesta afirmaron tener vivienda propia o de un familiar o tercero sin costo, con porcentajes de 35% y 36% respectivamente.

Pregunta 2.5 ¿Cuál es su ocupación principal?



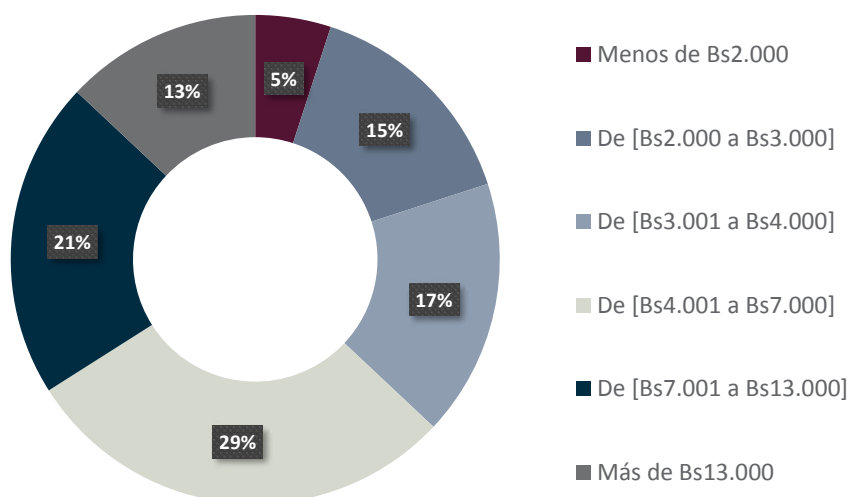
La ocupación principal de la mayoría de los encuestados fue trabajador independiente y dependiente, con participaciones de 26% y 64%, respectivamente.

Pregunta 2.6 ¿A qué actividad económica pertenece su ocupación principal?



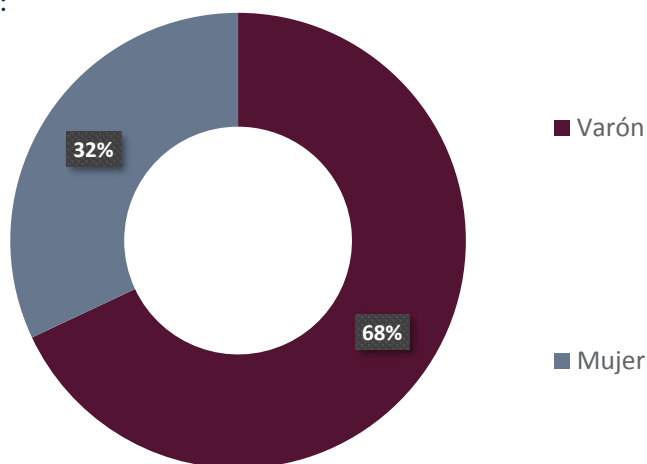
La principal actividad económica de los participantes de la encuesta con un trabajo, es en el sector de servicios y comercio con una participación de 48%.

Pregunta 2.7 ¿A cuál de los siguientes rangos pertenece el monto que usted percibe al mes por su trabajo, actividad o negocio?



La mayoría de los encuestados, tienen ingresos en el rango de Bs4.001 a Bs7.000.

Pregunta 2.8 Género:



La distribución por género indica que el 68% de las personas participantes de la encuesta en línea de banca por internet fueron hombres y el 32% restante mujeres.



Estudiante de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" – Regional Cochabamba y servidor público de ASFI iniciando el trabajo de campo en el municipio de Cochabamba.



Estudiantes de la Universidad Autónoma Tomás Frías, antes de iniciar la encuesta en la ciudad de Potosí.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASFI. (2015). Informe de Resultados Encuesta Nacional de Servicios Financieros - 2015. Dirección de Estudios y Publicaciones. La Paz - Bolivia: ASFI.

ASFI. (2016). Informe de Resultados Encuesta Nacional de Servicios Financieros - 2016. Dirección de Estudios y Publicaciones. La Paz - Bolivia: ASFI.

ASFI. (2017). Informe de Resultados Encuesta Nacional de Servicios Financieros - 2017. Dirección de Estudios y Publicaciones. La Paz - Bolivia: ASFI.

CAF. (2011). Servicios financieros para el desarrollo: promoviendo el acceso en América Latina. Bogotá - Colombia: Corporación Andina de Fomento.

COBIS. (2018). Perspectivas en Innovación Digital Financiera. PULSO. Colombia.

Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant. (Oct 1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing*, 7-18.

Grigoroudis, E., & Siskos, Y. (2010). CUSTOMER SATISFACTION EVALUATION, Methods for Measuring and Implementing Service Quality. New York: Springer.

Hair, J., Hult, T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). United States of America: SAGE.

Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psicological Review*, 50, 370-396.

ERRORES MUESTRALES

Índice de Satisfacción

Desagregación	Tipo	Estimación	Error estándar	95% de intervalo de confianza		Coeficiente de variación
				Inferior	Superior	
	Bolivia	8,17	0,04	8,08	8,26	0,53%
DEPARTAMENTO	Beni	8,03	0,17	7,69	8,37	2,13%
	Chuquisaca	8,04	0,26	7,53	8,55	3,21%
	Cochabamba	8,17	0,09	8,00	8,35	1,07%
	La Paz	7,81	0,08	7,66	7,97	1,03%
	Oruro	7,93	0,21	7,51	8,35	2,68%
	Pando	8,32	0,15	8,02	8,61	1,77%
	Potosí	7,83	0,20	7,43	8,23	2,59%
	Santa Cruz	8,46	0,08	8,30	8,62	0,94%
	Tarija	8,70	0,12	8,45	8,94	1,43%
GÉNERO	Varón	8,04	0,06	7,93	8,15	0,71%
	Mujer	8,29	0,05	8,19	8,39	0,62%
EDAD	de 18 a 24 años	8,33	0,07	8,18	8,47	0,87%
	de 25 a 46 años	8,10	0,05	7,99	8,20	0,65%
	de 47 a 59 años	8,10	0,09	7,93	8,27	1,07%
	más de 60 años	8,52	0,12	8,29	8,74	1,36%
NIVEL EDUCATIVO	Primaria	8,35	0,11	8,13	8,57	1,35%
	Secundaria	8,40	0,07	8,27	8,54	0,80%
	Técnico	8,14	0,09	7,97	8,32	1,09%
	Universitario	8,07	0,07	7,93	8,21	0,88%
	Licenciatura	8,04	0,07	7,89	8,18	0,92%
	Postgrado	7,67	0,17	7,33	8,00	2,21%
TIPO DE ENTIDAD	BMU	8,14	0,05	8,04	8,23	0,58%
	BPY	8,71	0,18	8,36	9,06	2,05%
	CAC	8,53	0,10	8,34	8,72	1,15%
	EFV	7,95	0,58	6,81	9,10	7,34%
	IFD	8,23	0,13	7,98	8,48	1,55%

Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social

Desagregación	Tipo	Estimación	Error estándar	95% de intervalo de confianza		Coeficiente de variación
				Inferior	Superior	
	Bolivia	7,87	0,05	7,77	7,98	0,66%
DEPARTAMENTO	Beni	7,57	0,26	7,06	8,08	3,39%
	Chuquisaca	7,98	0,22	7,55	8,41	2,72%
	Cochabamba	7,92	0,10	7,72	8,12	1,28%
	La Paz	7,46	0,09	7,29	7,64	1,18%
	Oruro	7,49	0,24	7,02	7,96	3,18%
	Pando	7,86	0,24	7,38	8,33	3,02%
	Potosí	7,55	0,28	6,99	8,11	3,74%
	Santa Cruz	8,18	0,10	7,99	8,38	1,22%
	Tarija	8,48	0,16	8,17	8,79	1,85%
GÉNERO	Varón	7,81	0,06	7,69	7,94	0,82%
	Mujer	7,93	0,06	7,81	8,05	0,75%
EDAD	de 18 a 24 años	7,91	0,09	7,73	8,08	1,13%
	de 25 a 46 años	7,79	0,06	7,67	7,90	0,76%
	de 47 a 59 años	7,93	0,09	7,75	8,10	1,14%
	más de 60 años	8,29	0,10	8,09	8,48	1,19%
NIVEL EDUCATIVO	Primaria	8,10	0,10	7,90	8,31	1,29%
	Secundaria	8,02	0,08	7,87	8,18	0,99%
	Técnico	7,84	0,10	7,64	8,04	1,30%
	Universitario	7,78	0,08	7,62	7,93	1,00%
	Licenciatura	7,80	0,09	8,63	7,97	1,12%
	Postgrado	7,52	0,17	7,19	7,84	2,22%
TIPO DE ENTIDAD	BMU	7,84	0,06	7,73	7,95	0,71%
	BPY	8,48	0,21	8,06	8,90	2,53%
	CAC	8,11	0,20	7,72	8,50	2,45%
	EFV	7,61	0,67	6,30	8,93	8,78%
	IFD	8,13	0,13	7,88	8,38	1,55%

LISTA DE MUNICIPIOS DE LA MUESTRA

Departamento	Municipio
Beni	Trinidad
Beni	Riberalta
Beni	Guayaramerín
Beni	Rurrenabaque
Chuquisaca	Sucre
Chuquisaca	Culpina
Chuquisaca	Monteagudo
Cochabamba	Cochabamba
Cochabamba	Quillacollo
Cochabamba	Tiquipaya
Cochabamba	Vinto
Cochabamba	Colcapirhua
Cochabamba	Sacaba
Cochabamba	Puerto Villarroel
Cochabamba	Entre Ríos (Bulo Bulo)
Cochabamba	Punata
Cochabamba	Cliza
La Paz	La Paz
La Paz	El Alto
La Paz	Viacha
La Paz	Copacabana
La Paz	Achacachi
La Paz	Batallas
La Paz	Achocalla
La Paz	Desaguadero
La Paz	Patacamaya
Oruro	Oruro
Oruro	Challapata
Oruro	Villa Huanuni

Departamento	Municipio
Pando	Cobija
Potosí	Potosí
Potosí	Tupiza
Potosí	Villazón
Santa Cruz	Santa Cruz de la Sierra
Santa Cruz	El Torno
Santa Cruz	La Guardia
Santa Cruz	Warnes
Santa Cruz	San Ignacio de Velasco
Santa Cruz	Yapacaní
Santa Cruz	San José de Chiquitos
Santa Cruz	Camiri
Santa Cruz	Mairana
Santa Cruz	Montero
Santa Cruz	Mineros
Santa Cruz	Cuatro Cañadas
Santa Cruz	Comarapa
Santa Cruz	Puerto Quijarro
Santa Cruz	Ascensión de Guarayos
Santa Cruz	Vallegrande
Tarija	Tarija
Tarija	Bermejo
Tarija	Yacuiba
Tarija	Villamontes

AGRADECIMIENTOS

Lista de colaboradores que participaron en la encuesta:

Coordinadores de las universidades

N°	Nombre y apellido	Cargo	Universidad	Ciudad
1	Lic. Erick Mita Arancibia	Director Carrera de Ingeniería Comercial	Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca	Sucre
2	Msc. Roberto Ticona García	Director Carrera de Economía	Universidad Mayor de San Andrés	La Paz
3	Lic. Bryam Daza Vicker	Director Carrera Contaduría Pública	Universidad Franz Tamayo Sede El Alto	El Alto
4	Mgr. Marcelo S. Quiroga Soria	Director de Carrera de Ingeniería Financiera	Universidad Católica Boliviana "San Pablo" - Regional Cochabamba	Cochabamba
5	Lic. Augusto Vela Chacón	Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Financieras y Administrativas	Universidad Técnica de Oruro	Oruro
6	Lic. Bernardo Choque	Director Carrera de Economía	Universidad Autónoma Tomás Frías	Potosí
7	Mgr. José Loaiza Torres	Rector Regional	Universidad Católica Boliviana "San Pablo" - Regional Tarija	Tarija
8	Msc. Lic. José Luis Ayala del Castillo	Decano de la Facultad de Ciencias Integrales del Gran Chaco	Universidad Autónoma Juan Misael Saracho	Yacuiba
9	Lic. Daniel Mendoza	Jefe Académico Área Financiera	Universidad Privada Tecnológica de Santa Cruz	Santa Cruz
10	Lic. Roberto Kreistein	Director Carrera de Economía	Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián"	Trinidad
11	Lic. Delsy Ortiz Arteaga	Responsable de Interacción Social y Prácticas Estudiantiles	Universidad Amazónica de Pando	Cobija

Estudiantes universitarios

N°	Nombre y apellido	Ciudad/Municipio	N°	Nombre y apellido	Ciudad/Municipio
1	Nicole Andrea Cordova Romero	Sucre	41	Wilmar Heriberto Pinaya Ramos	La Paz
2	Ciro Brian Duran Rosas	Sucre	42	Fabiola Rossemary Caceres Alvarez	La Paz
3	Paula Beatriz Mamani Serrano	Sucre	43	Vivian Yandira Flores Intipampa	La Paz
4	Juan Carlos Flores Limachi	Sucre	44	Gely Gabriela Morales Iriarte	La Paz
5	Isabel Quispe Lopez	Sucre	45	Wara Daniela Sirpa Chavez	La Paz
6	Carolay Jenny Colque Terrazas	Sucre	46	Magali Catari Mamani	La Paz
7	Carla Daniela Burgos Garnica	Sucre	47	Abigail Ticona Valencia	La Paz
8	Vanessa Valeria Lescano Aramayo	Sucre	48	Bruno Rolando Santos Mamani	La Paz
9	Guelly Iveth Rengel Santillan	Sucre	49	Alejandro Magne Clemente	La Paz
10	Nicole Jeomara Hinojosa	Sucre	50	Mirian Limachi Lima	La Paz
11	Jhamyleth Valeria Sardan Rojas	Sucre	51	Gaby Gabriela Aroa Calizaya	La Paz
12	Lizeth Mariel Dávalos Fernandez	Sucre	52	Rosmery Laura Argani Bustencio	La Paz
13	Gloria Bentura Tapia	Sucre	53	Ximena Condori Choque	La Paz
14	Gabriela Maite Martinez Ustarez	Sucre	54	Gerardo Melquiades Copaja Mayta	La Paz
15	Katty Daniela Llanos	Sucre	55	Carlos Aldo Ascarrunz Sonco	La Paz
16	Jazmin Viviana Mamani Choque	Sucre	56	Anahi Belen Tambo Fernandez	La Paz
17	Sara Lopez de Terceros	La Paz	57	Emily Camila Barahona Lanza	La Paz
18	Leticia Torrez Aduviri	La Paz	58	Pablo Chura Choquevilca	La Paz
19	Nelly Zoraida Torrez Layme	La Paz	59	Raquel Mamani Ramos	La Paz
20	Ygor Aruquipa Parizaca	La Paz	60	Miguel Angel Chacolla Ramos	La Paz
21	Claudia Colque Arcani	La Paz	61	Geraldine Juvika Flores	La Paz
22	Yuslin Catty Alanoca Aduviri	La Paz	62	Marvin Liborio Fernandez Alarcon	La Paz
23	Marco Antonio Chuquimia Mamani	La Paz	63	Danny Ariel Urquiola Chura	La Paz
24	Rocio Gabriela Villegas Villegas	La Paz	64	Deyanira Huaygua Marquez	La Paz
25	Yheraldin Gabriela Villca Segales	La Paz	65	Kathya Isabel Gonzales Quispe	La Paz
26	Janeth Milenka Quispe Aroa	La Paz	66	Dayana Karen Ramos Gonzales	La Paz
27	Nataly Guicel Ventura Ulloa	La Paz	67	Silvia Wendy Argani Mamani	La Paz
28	Alberto Chavez Garcia	La Paz	68	Angel Rafael Surco Chuquimia	La Paz
29	Jazmin Tesoro Rosales Cereso	La Paz	69	Bayerlin Leyvi Cruz Poma	La Paz
30	Remberto Quenta Carvajal	La Paz	70	Yovana Pamela Quispe Puña	La Paz
31	Ronaldo Flavio Aruquipa Ramos	La Paz	71	Rocio Lourdes Zacarias Lopez	La Paz
32	Helmut Tadeo Melgarejo	La Paz	72	Eva Maritza Usnayo Catunta	La Paz
33	Victor Hermenegildo Chungara Alvarado	La Paz	73	Luis Miguel Chavez Garcia	La Paz
34	Helen Josefa Calderon Collao	La Paz	74	Silvina Monica Flores Callisaya	La Paz
35	Carlos Ivan Choquehuanca Choque	La Paz	75	Heidy Acahuana Pinto	La Paz
36	Leydi Mamani Mamani	La Paz	76	Armstrong Lenin Apaza Ticona	La Paz
37	Maribel Ericka Navarro Quispe	La Paz	77	Moises Rodrigo Mamani Mamani	La Paz
38	Miriam Marina Loza Mamani	La Paz	78	Maria Isabel Quehui Martinez	La Paz
39	Nohemi Mamani Chavez	La Paz	79	Daniela Ana Perez Castro	La Paz
40	Daniela Zurita Raldes	La Paz	80	Miriam Roldan Espinal	La Paz

N°	Nombre y apellido	Ciudad/Municipio	N°	Nombre y apellido	Ciudad/Municipio
81	Irma Fernandez Calderon	La Paz	126	Raquel Nina Alanoca	El Alto
82	Lisbeth Lidia Limachi Cruz	La Paz	127	Edwin Piza Ajpi	El Alto
83	Renzo Adhemar Yanaguaya Apaza	La Paz	128	Beatriz Chipana Arcani	El Alto
84	Lucia Leon Tiñini	La Paz	129	Wendy Francia Quispe Mayta	El Alto
85	Vania Flores Catari	La Paz	130	Noe Martin Mejillones Chambi	El Alto
86	Jose Miguel Alvarez Medina	El Alto	131	Mayra Scarlet Rodriguez Callisaya	El Alto
87	Maribel Massi Choque	El Alto	132	Edgar Yauripara Mamani	El Alto
88	Delia Ortiz Churqui	El Alto	133	Marisol Veronica Patzi Bernal	El Alto
89	Maria Waraliz Calle Quispe	El Alto	134	Maura Nina Bautista	El Alto
90	Roxana Paco Apaza	El Alto	135	Milenka Pocoaca Mamani	El Alto
91	Luz Estela Tarqui Challapa	El Alto	136	Jessica Luz Villalba Carlo	El Alto
92	Pamela Adriana Barco Cardozo	El Alto	137	Roxana Abigail Jimenez Mallea	El Alto
93	Yesmy Choquetarqui Camasita	El Alto	138	Petrona Apaza Chavez	El Alto
94	Dina Elizabeth Mendieta Limachi	El Alto	139	Linda Katherine Quispe Condori	El Alto
95	Zenon Roberto Flores Argollo	El Alto	140	Weymar Guillermo Sanchez Bando	El Alto
96	Maribel Choque Zegarra	El Alto	141	Alejandra Alegre Inocente	Cochabamba
97	Jhon Franco Barreto Aruquipa	El Alto	142	Ariana Beyma Quiroga Castellon	Cochabamba
98	Jhenny Pilco Cussy	El Alto	143	Andres Omonte Argote	Cochabamba
99	Deborah Girona Girona	El Alto	144	Maria Rene Soto Lopez de Vallejos	Cochabamba
100	Ruddy Copa Baltazar	El Alto	145	Andrea Cecilia Cortez Rojas	Cochabamba
101	Erlan Douglas Sucojaya Matta	El Alto	146	Alison Belen Osorio Nuñez	Cochabamba
102	Raquel Carrillo Bautista	El Alto	147	Bryan Marvin Fernandez Mercado	Cochabamba
103	Kevin Scott Frias Miranda	El Alto	148	Ana Paula Fernandez Inturias	Cochabamba
104	Jose Alfredo Flores Lobo	El Alto	149	Yesica Filiberta Rodriguez Heredia	Cochabamba
105	Margarita del Rosario Muñoz	El Alto	150	Alejandro Javier Usseglio Perez	Cochabamba
106	Angeles Daysi Rojas Quisbert	El Alto	151	Sergio Rodrigo Muñoz Mercado	Cochabamba
107	Neyza Gabriela Paredes Otazo	El Alto	152	Valeria Jazmin Zurita Cabrera	Cochabamba
108	Silvia Choque Cayo	El Alto	153	Victoria Belen Perez Montaña Baya	Cochabamba
109	Luz Olivia Fernandez Quispe	El Alto	154	Gabriela Gonzalez Gandarillas	Cochabamba
110	Dayana Torrez Blanco	El Alto	155	Ruth Mariela Apaza Flores	Cochabamba
111	Michelina Espinoza Condori	El Alto	156	Lorena Barriga Arnez	Cochabamba
112	Joel Aduviri Callizaya	El Alto	157	Alan Oscar Mamani Taqui	Cochabamba
113	Milton Blanco Mamani	El Alto	158	Jose Luis Barrera Guzman	Cochabamba
114	Blanca Katherine Nina Ticona	El Alto	159	Cristhian Merida Carreño	Cochabamba
115	Jacob Quispe Alanoca	El Alto	160	Luis Fernando Rojas Alvarez	Cochabamba
116	Sergio Armando Huanca Calle	El Alto	161	Mayra Rebeca Balderrama Lima	Cochabamba
117	Alvaro Ticona Ticona	El Alto	162	Ana Carola Guzman Zabalaga	Cochabamba
118	Carmen Rosa Miranda Cruz	El Alto	163	Rolando Soto Oño	Cochabamba
119	Noelia Condori Paco	El Alto	164	Frida Rodriguez Valdez	Cochabamba
120	Ruth Abigail Cachi Mamani	El Alto	165	Kevin Mejia Salazar	Cochabamba
121	Juan Carlos Laura Chipana	El Alto	166	Belen Carolay Vargas Quinteros	Cochabamba
122	Rossio Carmen Ayaviri Perez	El Alto	167	Mariela Veliz Montaña	Cochabamba
123	Carmen Yola Aguilar Paco	El Alto	168	Henry Yamil Quintana Aguilar	Cochabamba
124	Marcela Ivonne Choque Orihuela	El Alto	169	Alexia Ivanna Garron Claros	Cochabamba
125	Neyzon Jabeth Atahuachi Paco	El Alto	170	Adriana Perez Zegarra	Cochabamba

N°	Nombre y apellido	Ciudad/Municipio
171	Arianne Andrea Guzman Soria Galvarro	Cochabamba
172	Karen Lizeth Tavera Moreno	Cochabamba
173	Vanesa Lopez Rojas	Cochabamba
174	Pamela Jhoselin Choque Foronda	Cochabamba
175	Erika Daniela Garcia Cueto	Cochabamba
176	Tatiana Sandivar Orellana	Cochabamba
177	Maria Fernanda Orellana Molina	Cochabamba
178	Leny Alvarez Condori	Cochabamba
179	Carlos Gabriel Revollo Moreira	Cochabamba
180	Antoni Karol Klemens Stevenson	Cochabamba
181	Andrea Laura Gamboa Omonete	Cochabamba
182	Ilen Morales Castellon	Cochabamba
183	Cristhian Rodrigo Orellana Aguilar	Cochabamba
184	Roly Javier Veliz Silvestre	Cochabamba
185	Nelson Mauricio Alcocer Morales	Cochabamba
186	Carla Vanessa Jaldin Zeballos	Cochabamba
187	Alexandra Angelica Guzman Cespedes	Cochabamba
188	Jhonatan Peñaloza Gonzales	Cochabamba
189	Adriana Raquel Choque Estrada	Cochabamba
190	Skarlet Daneyba Gomez Tellez	Cochabamba
191	Tesoro Katherine Aliaga Daza	Cochabamba
192	Carla Quisbert Pinedo	Cochabamba
193	Margot Fabiola Salazar Ovando	Cochabamba
194	Aron Joshua La Torre	Cochabamba
195	Jesus Soliz	Cochabamba
196	Cristian Guzman Zenteno	Cochabamba
197	Alejandro Aquiles Nuñez del Prado Gutierrez	Cochabamba
198	Constanza Sanchez Bustamante	Cochabamba
199	Isabella Bustamante Galvez	Cochabamba
200	Gabriela Isabel Weiss Palacios	Cochabamba
201	Alfonso Diaz Zurita	Cochabamba
202	Mauricio Alejandro Soria Medrano	Cochabamba
203	Nicole Valeria Quispe Rojas	Cochabamba
204	Miguel Sebastian Garnica Gonzalez	Cochabamba
205	Jose Milton Gonzales Valenzuela	Cochabamba
206	Juan Pablo Cortez Quezada	Cochabamba
207	Rodrigo Andres Quiroga Villarroel	Cochabamba
208	Fernanda Manjon Torrico	Cochabamba
209	Carla Lorena Zalles Claros	Cochabamba
210	Daniel Claude Torrico	Cochabamba
211	Vivian Sanchez Mercado	Cochabamba
212	Aracely Erika Luna Pita	Cochabamba
213	Abigail Daniela Rojas Paredes	Cochabamba

N°	Nombre y apellido	Ciudad/Municipio
214	Alejandra Lenny Martinez Flores	Cochabamba
215	Jheferson Cardenas Vallejos	Cochabamba
216	Pablo Perez Herbas	Cochabamba
217	Laura Poquechoque Arnez	Quillacollo
218	Paola Orihuela Escobar	Quillacollo
219	Octavio Andres Olaguivel Añez	Quillacollo
220	Nicole Ananda Manicone Zeballos	Quillacollo
221	Nataly Nicole Rojas Crespo	Quillacollo
222	Sergio Leandro Pozo Gutierrez	Quillacollo
223	Rosi Maiz Hinojosa	Quillacollo
224	Melissa Adriana Tess Quiñones Castro	Quillacollo
225	Paola Diana Rodriguez Choque	Quillacollo
226	Yessica Noelia Navarro Flores	Quillacollo
227	Gabriela Candia Viscarra	Quillacollo
228	Erik Elvys Caceres Nina	Oruro
229	Daniela Karen Huaylluco Canavire	Oruro
230	Pablo Gustavo Bejarano Condori	Oruro
231	Daniel Boris Espinoza Lamas	Oruro
232	Deysi Mendoza Lopez	Oruro
233	Rosalía Quispe Mamani	Oruro
234	Kashel Juliana Gomez Flores	Oruro
235	Rossel Rosalina Choque Escobar	Oruro
236	Alvaro Santos Torrez	Oruro
237	Sara Costa Chuquimia Villarroel	Oruro
238	Susan Gabriela Patzi Mancilla	Oruro
239	Cristina Choque Ojeda	Potosí
240	Albertha Escalera Lopez	Potosí
241	Juan Daniel Marquina Rojas	Potosí
242	Maria Cristina Callapa Quispe	Potosí
243	Jhennifer Aurora Quentasi Choque	Potosí
244	Jimena Oñaja Armijo	Potosí
245	Wilber Saul Mamani Murillo	Potosí
246	Raquel Torrez Mendoza	Potosí
247	Maria Elena Aviza Aviza	Potosí
248	Jaczmin Silva Lopez	Tarija
249	Dania Lorena Martinez Gutierrez	Tarija
250	Jhoseline Abigail Mansilla Rivera	Tarija
251	Marcela Beatriz Hoyos Osorio	Tarija
252	Maria Gimena Galarza Vaca	Tarija
253	Gabriela Angelica Galian Lenz	Tarija
254	Rodrigo Farid Cuevas Gareca	Tarija
255	Dayana Alexia Murillo Cruz	Tarija
256	Ximena Stephanie Torrico Gonzales	Tarija

N°	Nombre y apellido	Ciudad/Municipio	N°	Nombre y apellido	Ciudad/Municipio
257	Rhijanet Cristina Alba Leyton	Tarija	300	Coral Maydana Martinez	Santa Cruz
258	Tania Anabel Castrillo Condori	Tarija	301	Rodrigo Luis Flores Challapa	Santa Cruz
259	Bernardo Fabricio Nieto Angulo	Tarija	302	Willan Sanchez Arana	Santa Cruz
260	Lizeth Irahola Valencia	Yacuiba	303	Katherine Iveth Cuellar Jimenez	Santa Cruz
261	Carlos Damian Quiroga Caverio	Yacuiba	304	Juan Alan Soria Cano	Santa Cruz
262	Ruth Noemi Vargas Rojas	Yacuiba	305	Alvaro Gutierrez Rivero	Santa Cruz
263	Dimelsa Rocio Ortiz Romero	Yacuiba	306	Rosario Saravia Casanova	Santa Cruz
264	Carlos Andres Liendo Sagardia	Yacuiba	307	Ana Mendoza Flores	Santa Cruz
265	Gissel Merlyn Ortiz Huailla	Yacuiba	308	Roly Arenas Laura	Santa Cruz
266	Nataly Velasquez Chavarria	Yacuiba	309	Marisol Ramos Salazar	Santa Cruz
267	Mayra Lisbeth Barrientos Rojo	Santa Cruz	310	Emma Carolina Eguez Guzman	Santa Cruz
268	Luis Fernando Soria Martinez	Santa Cruz	311	Giovanny Antelo Cabezas	Santa Cruz
269	Maria de Lourdes Machaca Carrillo	Santa Cruz	312	Maria Fernanda Molina Capobianco	Santa Cruz
270	Noemi Alavi Diaz	Santa Cruz	313	Kevin Villca Martinez	Santa Cruz
271	Jose Luis Flores Camacho	Santa Cruz	314	Miriam Daysy Rojas Jurado	Santa Cruz
272	Gloria Choquemisa Cocarico	Santa Cruz	315	Esther Velez Gongora	Santa Cruz
273	Anderzon Alex Gomez Colque	Santa Cruz	316	Marianela Ballesteros Salazar	Santa Cruz
274	David Alejandro Soliz Ribera	Santa Cruz	317	Carlos Hector Mamani Velasco	Santa Cruz
275	Jhyson Loza Loza	Santa Cruz	318	Alejandra Vanessa Achata Cahuana	Santa Cruz
276	Danesa Rojas Alba	Santa Cruz	319	Carolina Sofia Menacho Tabary	Santa Cruz
277	Alejandra Pimentel Torrico	Santa Cruz	320	Laura Jhoselyn Llusco Acho	Santa Cruz
278	Melisa Gutierrez Arancibia	Santa Cruz	321	Luis Enrique Mendez Hinojosa	Santa Cruz
279	Dalma Arianne Rengel Bejarano	Santa Cruz	322	Claudia Estefani Achata Mamani	Santa Cruz
280	Elvy Stephanie Balcazar Coimbra	Santa Cruz	323	Cessia Gabriela Encinas Blanco	Santa Cruz
281	Harold Castillo Dorado	Santa Cruz	324	Sonia Carballo Salguero	Santa Cruz
282	Rocio Chambi Montaño	Santa Cruz	325	Bella Perez de Lijeron	Santa Cruz
283	Xiomara Daritza Eguez Pedraza	Santa Cruz	326	Dayana Cristina Ondarza Escobar	Santa Cruz
284	Lizet Mareño Silvestre	Santa Cruz	327	Julia Pinto Huanca	Santa Cruz
285	Maria Nazaria Vaca Parraga	Santa Cruz	328	Maria Belen Ortuño Gonzales	Santa Cruz
286	Alex Gabriel Laime Flores	Santa Cruz	329	Diana Torrico Mendoza	Santa Cruz
287	Blanca Aleny Hilarion Flores	Santa Cruz	330	Dayana Pinto Prado	Santa Cruz
288	David Estrada Garcia	Santa Cruz	331	Brian Daniel Flores Sejas	Santa Cruz
289	Lizcareli Azucena Pimentel Buchapi	Santa Cruz	332	Valeria Nicole Garcia Quiroz	Santa Cruz
290	Oscar Antonio Blacutt Cortez	Santa Cruz	333	Ana Belen Velasco Surubi	Santa Cruz
291	Sergio Adrian Castro Rodriguez	Santa Cruz	334	Mirian Raquel Jordan Campos	Santa Cruz
292	Cecilia Michelle Vaca Mendoza	Santa Cruz	335	Karla Cecilia Sanchez Pinto	Santa Cruz
293	Edith Soto Alvarez	Santa Cruz	336	Carla Lorena Languidey Choque	Santa Cruz
294	Tatiana Guardia Rojas	Santa Cruz	337	Laura Luisa Languidey Choque	Santa Cruz
295	Yenedy Moron Bustos	Santa Cruz	338	Ximena Canqui Bohorquez	Santa Cruz
296	Hilda Camacho Orellana	Santa Cruz	339	Javier Alberto Chuquimia Mamani	Santa Cruz
297	Yamina Arancibia Yucra	Santa Cruz	340	Rodrigo Ramos Encinas	Santa Cruz
298	Lidia Veronica Soliz Castillo	Santa Cruz	341	Carla Peñaranda Bargaz	Santa Cruz
299	Gabriela Zarzuri Ibarra	Santa Cruz	342	David Claure Cabello	Santa Cruz

N°	Nombre y apellido	Ciudad/Municipio	N°	Nombre y apellido	Ciudad/Municipio
343	Johny Viscarra Escobar	Santa Cruz	374	Jordy Franco Yucra Escudero	Santa Cruz
344	Ronnie Armando Arteaga Greilberger	Santa Cruz	375	Surianne Saucedo Ramos	Santa Cruz
345	Malena Gallardo Carballo	Santa Cruz	376	Einer Alexander Pedraza Pizoto	Santa Cruz
346	Brian Arturo Saucedo Menacho	Santa Cruz	377	Cristhian Abelardo Torrico Montaña	Santa Cruz
347	Luis Alberto Ali Rodas	Santa Cruz	378	Yenny Nelly Macuchapi Quispe	Santa Cruz
348	Rosnely Tapia Florez	Santa Cruz	379	Pascuala Aricoma Espino	Santa Cruz
349	Glenn Raul Vargas Fernandez	Santa Cruz	380	Rolando Jaldin Montecinos	Santa Cruz
350	Patrocinia Salazar Vasquez	Santa Cruz	381	Yohany Jiron Morales	Montero
351	Yamid Yoselin Barrios Oros	Santa Cruz	382	Yenny Fernandez Heese	Montero
352	Dayanne Arauz Arteaga	Santa Cruz	383	Ana Isabel Uribe Peredo	Montero
353	Maria Fernanda Yatavery Vallejos	Santa Cruz	384	Evelin Torrez Flores	Montero
354	Nelly Orono Campos	Santa Cruz	385	Alison Jhoseline Gutierrez Casas	Montero
355	Tatiana Vaca Mendoza	Santa Cruz	386	Erika Daniela Rueda Frias	Montero
356	Dayana Katherine Alvarez Aranibar	Santa Cruz	387	Maria Griselda Nina Flores	Montero
357	Diana Stefany Serrano Lima	Santa Cruz	388	Liz Norka Añez Noza	Trinidad
358	Leonardo Perez Santander	Santa Cruz	389	Betina Ovale Vasquez	Trinidad
359	Charlie Richard Gutierrez Calle	Santa Cruz	390	Sayuri Villarroel Beltran	Trinidad
360	Vianka Vannesa Lozada Gonzales	Santa Cruz	391	Esequiel Gualy Yumacale	Trinidad
361	Rene Andres Rojas Arauz	Santa Cruz	392	Mario Fernandez Padilla	Trinidad
362	Melissa Leon Lozano	Santa Cruz	393	Prissila Zelady Machado	Trinidad
363	Valeria Tanaka Rojas	Santa Cruz	394	Henrry Vaca Rodriguez	Trinidad
364	Yulisa Mamani Apaza	Santa Cruz	395	Mishela Da Silva Dorado	Trinidad
365	Steffhani Hurtado Zumba	Santa Cruz	396	Edwin Vargas Guevara	Cobija
366	Alison Mariana Urquidi Sanchez	Santa Cruz	397	Liliana Mezquita Soria	Cobija
367	Jeaninne Hurtado Gutierrez	Santa Cruz	398	Alfredo Javier Anagua Chumacero	Cobija
368	Laura Liliana Sanabria Rivero	Santa Cruz	399	Rossisela Molina Guardia	Cobija
369	Alisson Maite Jimenez Reales	Santa Cruz	400	Nadir Xenia Fabian Alarcon	Cobija
370	Carla Melitza Becerra Rivero	Santa Cruz	401	Alvaro Nosa Vaca	Cobija
371	Gary Inocente Crispin	Santa Cruz	402	Taylor Huanca Morales	Cobija
372	Gabriela Flores Vaca	Santa Cruz	403	Ayde Miriam Laura Lopez	Cobija
373	Yoselin Garcia Quintana	Santa Cruz			



La Paz: Oficina central, Plaza Isabel La Católica N° 2507 • Telf: (591-2) 2174444-2431919 Fax: (591-2) 2430028 • Casilla N° 447 • Condominio Torres Del Poeta, Torre "A", pisos 4, 5, 6 • Calle Reyes Ortiz Esq. Federico Zuazo Edificio Gundlach, Torre Este, Piso 3 • Telf: (591-2) 2311818 • Casilla N° 6118. **El Alto:** Centro de consulta, Urbanización Villa Bolívar Municipal, Mzno. "O" Av. Ladislao Cabrera N° 15 (Cruce Villa Adela) • Telf: (591-2) 2821464. **Potosí:** Centro de consulta, Plaza Alonso de Ibáñez N° 20, Galería El Siglo, Piso 1 • Telf: (591-2) 6230858. **Oruro:** Centro de consulta, Pasaje Guachalla, Edif. Cámara de Comercio, Piso 3, Of. 307 • Telf: (591-2) 5117706 – 5112468. **Santa Cruz:** Oficina departamental, Av. Irala N° 585, Of. 201, Casilla N° 1359 • Telf: (591-3) 3336288 Fax: (591-3) 3336289. **Cobija:** Centro de consulta, Calle Beni N° 042 esq. Av. Teniente Coronel Emilio Fernández Molina, Barrio Central • Telf: (591-3) 8424841. **Trinidad:** Centro de consulta, Calle Antonio Vaca Díez N° 26 entre Nicolás Suárez y Av. 18 de Noviembre, Zona Central. • Telf/Fax (591-3) 4629659. **Cochabamba:** Oficina departamental, Calle Colombia N° 364 casi Calle 25 de Mayo • Telf: (591-4) 4584505 Fax: (591-4) 4584506. **Sucre:** Centro de consultas, Calle Ayacucho s/n, entre calles Junín y Loa (Planta baja edificio Ex ECOBOL) • Telf: (591-4) 6439777 - 6439776. **Tarija:** Centro de consulta, Calle Junín N° 0451, entre 15 de Abril y Virgilio Lema • Telf: (591-4) 6113709

- Línea gratuita: 800 103 103 • Sitio web: www.asfi.gob.bo
- Correo electrónico: asfi@asfi.gob.bo.