



**ENCUESTA NACIONAL** 2019  
de Servicios Financieros

**INFORME DE RESULTADOS**  
GESTIÓN 2019



Informe de Resultados de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2019: La Paz – Bolivia

© 2019 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° 2507, telf. (591) 2174444, La Paz - Bolivia  
Puede visitar también la página web de ASFI: [www.asfi.gob.bo](http://www.asfi.gob.bo)

## PRESENTACIÓN

Entre julio y septiembre de la presente gestión, la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) realizó la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2019 cuyo propósito es identificar las necesidades de los consumidores financieros en materia financiera, la atención por parte de las entidades de intermediación financiera y las percepciones de la población sobre el grado de cumplimiento de la función social de las entidades de intermediación financiera, aspectos que se encuentran en la Ley N° 393 de Servicios Financieros.

Con relación a los anteriores años, la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2019 presentó un avance significativo, pues estuvo conformada por cuatro componentes: tres encuestas en línea y una presencial. Además de la encuesta presencial y de la encuesta en línea para los clientes que tienen habilitado el servicio de banca por internet en las entidades financieras, se introdujeron en la presente gestión dos encuestas en línea dirigidas a los prestatarios (empresas y personas naturales) con la finalidad de identificar necesidades puntuales en materia financiera.

Las tres encuestas en línea, de banca por internet y prestatarios (empresas y personas naturales), estuvieron vigentes entre el 29 de julio y el 4 de septiembre de 2019; esta última fecha, fue la elegida para desarrollar la encuesta presencial que cubrió 534 puntos de atención financiera en 67 municipios de los nueve departamentos del país. Entre las cuatro encuestas se logró la participación de más de 34 mil consumidores financieros, destacando que en el operativo presencial se contó con el apoyo de 434 estudiantes de 13 universidades públicas y privadas del país, y se desplegó 141 servidores públicos de ASFI, entre encuestadores, supervisores y coordinadores.

Por tercer año consecutivo, el nivel de satisfacción de los consumidores financieros mostró una mejoría alcanzando un valor de 8,22 (sobre un máximo de 10). Similar situación se dio con el índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social que logró su máximo histórico obteniendo una calificación de 7,94. Asimismo, el índice de satisfacción del servicio de banca por internet fue mayor al registrado en 2018, alcanzando un valor de 8,21.

Otro elemento novedoso incorporado en la presente gestión fue la inclusión de preguntas relacionadas con el cálculo del índice de expectativas del sector financiero y del índice de situación económica. El primero permite conocer las expectativas de los consumidores financieros sobre el sistema financiero, en tanto que el segundo evalúa la situación actual de la economía. En ambos casos, los resultados muestran que los consumidores tienen una percepción positiva sobre ambos aspectos, pues los índices alcanzaron valores de 130 y 123 sobre un máximo de 200, respectivamente.

En lo que respecta a las necesidades en materia financiera, quedó en evidencia la importancia de continuar fomentando el uso de las transacciones electrónicas y medios electrónicos de pago, aspecto que resulta fundamental en el contexto del acelerado crecimiento de innovaciones tecnológicas experimentado en las últimas dos décadas. Asimismo, se deben extender los programas de educación financiera, incorporando, entre otros, información a los consumidores financieros sobre los beneficios que reciben los Clientes con Pleno y Oportuno Cumplimiento de Pago (CPOP).

Finalmente, agradezco a todos los consumidores financieros que participaron en la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2019, quienes brindaron su tiempo para contestar a las preguntas de los diferentes cuestionarios, así como a los estudiantes universitarios que participaron como

encuestadores, al equipo académico de directores, jefes de carrera y docentes de cada universidad que apoyó esta actividad. Asimismo, un especial agradecimiento a la Máxima Autoridad Ejecutiva y al equipo técnico del Instituto Nacional de Estadística que colaboró en el muestreo y elaboración del cuestionario de la encuesta presencial a los consumidores financieros, y a los servidores públicos de esta Autoridad de Supervisión. También se debe ponderar el cumplimiento cabal de las instrucciones emitidas por ASFI por parte de las entidades financieras, para llevar adelante con éxito esta actividad.

En el marco citado, tengo el grato placer de presentar el Informe de Resultados de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2019.

Gonzalo Guillermo Romano Rivero

**Director General Ejecutivo a.i.**

**Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero**

## CONTENIDO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b>   | <b>1</b>  |
| <b>1. ASPECTOS GENERALES</b>  | <b>3</b>  |
| 1.1 MARCO LEGAL   | 5         |
| 1.2 JUSTIFICACIÓN   | 6         |
| 1.3 OBJETIVOS DE LA ENCUESTA  | 6         |
| <b>2. METODOLOGÍA</b>   | <b>7</b>  |
| 2.1 MARCO MUESTRAL Y COBERTURA  | 9         |
| 2.2 INDICADORES   | 11        |
| 2.3 METODOLOGÍA DE ESTIMACIÓN DE LOS FACTORES EXPLICATIVOS DE LOS<br>ÍNDICES DE SATISFACCIÓN Y DE CUMPLIMIENTO DE LA FUNCIÓN SOCIAL               | 11        |
| 2.4 ESTRUCTURA DE LOS CUESTIONARIOS   | 12        |
| 2.4.1 Cuestionario de la encuesta presencial a los consumidores financieros   | 12        |
| 2.4.2 Cuestionario de la encuesta en línea para prestatarios (empresas)   | 13        |
| 2.4.3 Cuestionario de la encuesta en línea para prestatarios (personas naturales)   | 13        |
| 2.4.4 Cuestionario de la encuesta en línea sobre transacciones a través de banca por internet   | 14        |
| 2.5 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN  | 14        |
| <b>3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA</b>   | <b>15</b> |
| 3.1 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO  | 17        |
| 3.1.1 El índice de satisfacción y su evolución  | 17        |
| 3.1.2 Satisfacción según características demográficas del consumidor  | 17        |
| 3.1.3 Las dimensiones explicativas del índice de satisfacción   | 20        |
| 3.2 CUMPLIMIENTO DE LA FUNCIÓN SOCIAL   | 21        |
| 3.2.1 Percepción del grado de cumplimiento de la función social y su evolución  | 21        |
| 3.2.2 Las dimensiones explicativas del índice de percepción del grado de cumplimiento<br>de la función social                                     | 22        |
| 3.2.3 Percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios<br>financieros según características demográficas del consumidor | 23        |
| 3.3 EXPECTATIVAS DEL SECTOR FINANCIERO  | 26        |
| 3.3.1 Índice de expectativas del sector financiero  | 27        |
| 3.4 SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE BANCA POR INTERNET   | 28        |
| 3.4.1 Evolución del índice de satisfacción del servicio de banca por internet   | 28        |
| 3.4.2 Satisfacción del servicio de banca por internet según características demográficas<br>del encuestado  | 28        |
| 3.5 NECESIDADES EN MATERIA FINANCIERA   | 30        |
| 3.5.1 Ahorros   | 30        |
| 3.5.2 Cajeros automáticos   | 32        |
| 3.5.3 Créditos  | 33        |
| 3.5.4 Transacciones a través de banca por internet  | 37        |
| 3.5.5 Pagos con tarjetas de débito o crédito  | 39        |
| 3.5.6 Centro de llamadas  | 40        |
| 3.5.7 Necesidades a partir de la evaluación de las afirmaciones que requerían una calificación  | 41        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>4. CONCLUSIONES</b>   | <b>43</b> |
| ANEXO. TABULACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS   | 47        |
| A.1. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA EN LÍNEA A PRESTATARIOS (EMPRESAS)                          | 47        |
| Sección 1: Créditos  | 47        |
| Sección 2: Servicios generales   | 53        |
| Sección 3: Utilización banca por internet  | 54        |
| Sección 4: Percepciones del sistema financiero   | 56        |
| A.2. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA EN LÍNEA A PRESTATARIOS (PERSONAS NATURALES)                | 59        |
| Sección 1: Créditos  | 59        |
| Sección 2: Servicios generales   | 67        |
| Sección 3: Percepciones del sistema financiero   | 68        |
| Sección 4: Datos del (la) encuestado(a)  | 70        |
| A.3. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA EN LÍNEA SOBRE TRANSACCIONES A TRAVÉS DE BANCA POR INTERNET | 75        |
| Sección 1: Transacciones a través de banca por internet                                      | 75        |
| Sección 2: Calificaciones generales  | 77        |
| Sección 3: Datos del (la) encuestado(a)  | 78        |
| A.4. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA PRESENCIAL A LOS CONSUMIDORES FINANCIEROS                   | 83        |
| Sección 1: Ahorros   | 83        |
| Sección 2: Créditos  | 84        |
| Sección 3: Tarjeta de débito, crédito, cajeros automáticos y billetera móvil                 | 91        |
| Sección 4: Atención de reclamos y centro de llamadas   | 98        |
| Sección 5: Niveles de Satisfacción   | 101       |
| Sección 6: Transacciones a través de banca por internet                                      | 105       |
| Sección 7: Percepciones del sistema financiero   | 109       |
| Sección 8: Calificaciones Finales  | 113       |
| Sección 9: Datos del (la) encuestado (a)   | 118       |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS   | 123       |
| ERRORES MUESTRALES   | 125       |
| LISTA DE MUNICIPIOS DE LA MUESTRA  | 127       |
| AGRADECIMIENTOS  | 129       |

## ÍNDICE DE GRÁFICAS, ILUSTRACIONES Y TABLAS

### GRÁFICAS

|                   |   |    |
|-------------------|---|----|
| <b>Gráfica 1</b>  | Número de transacciones por mes, gestión 2018   | 10 |
| <b>Gráfica 2</b>  | Índice de satisfacción de las cinco ENSF  | 17 |
| <b>Gráfica 3</b>  | Satisfacción promedio según nivel educativo   | 18 |
| <b>Gráfica 4</b>  | Satisfacción promedio según tipo de entidad   | 19 |
| <b>Gráfica 5</b>  | Satisfacción promedio según urbanidad   | 19 |
| <b>Gráfica 6</b>  | Principales variaciones del índice de satisfacción entre 2018 y 2019  | 19 |
| <b>Gráfica 7</b>  | Calidad y calidez con sus dimensiones explicativas  | 20 |
| <b>Gráfica 8</b>  | Correlación significativa entre variables   | 20 |
| <b>Gráfica 9</b>  | Factores que determinan el índice de satisfacción de los consumidores financieros   | 21 |
| <b>Gráfica 10</b> | Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social de las cinco ENSF   | 21 |
| <b>Gráfica 11</b> | Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social y sus dimensiones explicativas  | 22 |
| <b>Gráfica 12</b> | Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según nivel de educación  | 24 |
| <b>Gráfica 13</b> | Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según tipo de entidad   | 25 |
| <b>Gráfica 14</b> | Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según urbanidad   | 25 |
| <b>Gráfica 15</b> | Principales variaciones del índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social entre 2018 y 2019   | 26 |
| <b>Gráfica 16</b> | Índice de expectativas del sector financiero  | 27 |
| <b>Gráfica 17</b> | Índice de satisfacción del servicio de banca por internet de las últimas dos ENSF   | 28 |
| <b>Gráfica 18</b> | Índice de satisfacción del servicio de banca por internet según nivel educativo   | 29 |
| <b>Gráfica 19</b> | Principales variaciones del índice de satisfacción del servicio de banca por internet entre 2018 y 2019   | 29 |
| <b>Gráfica 20</b> | Proporción de consumidores financieros que tienen ahorros en alguna entidad y principales motivos por los que no tiene ahorros en las EIF                 | 30 |
| <b>Gráfica 21</b> | Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito asociada a su cuenta de ahorro y motivos por las que no cuenta con tarjeta de débito | 30 |
| <b>Gráfica 22</b> | Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su nivel de educación  | 31 |
| <b>Gráfica 23</b> | Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su edad  | 31 |
| <b>Gráfica 24</b> | Proporción de consumidores financieros, con tarjeta de débito, que utilizan cajeros automáticos y el problema que más le afecta al utilizar este servicio | 32 |
| <b>Gráfica 25</b> | Proporción de consumidores financieros, con tarjeta de débito, que utilizan cajeros automáticos según su edad   | 32 |
| <b>Gráfica 26</b> | Proporción de consumidores financieros que tienen un crédito, y los principales motivos por los que no tienen crédito                                     | 33 |
| <b>Gráfica 27</b> | Proporción de consumidores financieros que tienen crédito(s) por nivel de ingreso mensual   | 33 |
| <b>Gráfica 28</b> | Proporción de consumidores financieros que no tienen créditos por nivel de ingreso mensual y sus principales motivos                                      | 34 |
| <b>Gráfica 29</b> | Aspectos a ser mejorados o implementados por las EIF según los prestatarios   | 34 |
| <b>Gráfica 30</b> | Aspectos que dificultan el acceso al crédito según prestatarios personas naturales  | 35 |
| <b>Gráfica 31</b> | Aspectos que dificultan el acceso al crédito según prestatarios personas jurídicas  | 35 |
| <b>Gráfica 32</b> | Grado de dificultad para obtener un crédito   | 36 |
| <b>Gráfica 33</b> | Factores más valorados después de obtener un crédito  | 36 |
| <b>Gráfica 34</b> | Proporción de encuestados que conoce que es un cliente CPOP y porcentaje que recibió algún beneficio  | 37 |

|                   |  |    |
|-------------------|--|----|
| <b>Gráfica 35</b> | Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones a través de banca por internet y principales razones por las que no realizaron _____ | 37 |
| <b>Gráfica 36</b> | Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones financieras mediante banca por internet por nivel educativo e ingreso _____          | 38 |
| <b>Gráfica 37</b> | Proporción de encuestados que tienen habilitado el servicio de banca por internet y principales razones por las que no lo utilizaron _____               | 38 |
| <b>Gráfica 38</b> | Proporción de encuestados que tiene habilitado el servicio de banca por internet y lo utiliza, desagregado por género y edad _____                       | 39 |
| <b>Gráfica 39</b> | Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con su tarjeta de débito o crédito _____   | 39 |
| <b>Gráfica 40</b> | Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con tarjeta de débito o crédito por nivel educativo e ingreso _____                          | 40 |
| <b>Gráfica 41</b> | Proporción de consumidores financieros que no utilizaron el centro de llamadas y sus principales razones _____   | 40 |
| <b>Gráfica 42</b> | Calificación a las afirmaciones con escala de 0 a 10 de la encuesta presencial a los consumidores financieros _____                                      | 41 |
| <b>Gráfica 43</b> | Calificación a la afirmación con menor calificación según urbanidad _____  | 41 |

## ILUSTRACIONES

|                       |   |    |
|-----------------------|---|----|
| <b>Ilustración 1</b>  | Municipios incluidos en la encuesta presencial a los consumidores financieros y detalle de la muestra _____ | 9  |
| <b>Ilustración 2</b>  | Secciones del cuestionario de la encuesta presencial a los consumidores financieros                         | 12 |
| <b>Ilustración 3</b>  | Secciones del cuestionario de la encuesta en línea para prestatarios (empresas)                             | 13 |
| <b>Ilustración 4</b>  | Secciones del cuestionario de la encuesta en línea para prestatarios (personas naturales)                   | 13 |
| <b>Ilustración 5</b>  | Secciones del cuestionario de la encuesta en línea sobre transacciones a través de banca por internet _____ | 14 |
| <b>Ilustración 6</b>  | Satisfacción promedio por género y edad _____   | 18 |
| <b>Ilustración 7</b>  | Satisfacción promedio según departamento _____  | 18 |
| <b>Ilustración 8</b>  | Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social por género y edad                       | 23 |
| <b>Ilustración 9</b>  | Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según departamento                      | 24 |
| <b>Ilustración 10</b> | Índice de expectativas del sector financiero e índice de situación económica según departamento _____       | 27 |
| <b>Ilustración 11</b> | Índice de satisfacción del servicio de banca por internet según género y edad                               | 28 |
| <b>Ilustración 12</b> | Índice de satisfacción del servicio de banca por internet según departamento                                | 29 |

## TABLAS

|                  |  |    |
|------------------|--|----|
| <b>Tabla 3.1</b> | Índice de expectativas del sector financiero y sus componentes _____ | 26 |
| <b>Tabla 3.2</b> | Índice de situación económica _____                                  | 27 |

## Acrónimos

|               |  |
|---------------|--|
| <b>ASFI</b>   | Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero            |
| <b>BMU</b>    | Bancos múltiples   |
| <b>BPY</b>    | Bancos PYME  |
| <b>CF</b>     | Consumidor financiero                                      |
| <b>CAC</b>    | Cooperativas de ahorro y crédito abiertas                  |
| <b>CPOP</b>   | Cliente con pleno y oportuno cumplimiento de pago          |
| <b>EFV</b>    | Entidades financieras de vivienda                          |
| <b>EIF</b>    | Entidades de intermediación financiera                     |
| <b>ENSF</b>   | Encuesta Nacional de Servicios Financieros                 |
| <b>IESF</b>   | Índice de expectativas del sector financiero               |
| <b>IFD</b>    | Instituciones financieras de desarrollo                    |
| <b>IPCFS</b>  | Índice de percepción del cumplimiento de la función social |
| <b>IS</b>     | Índice de satisfacción                                     |
| <b>ISE</b>    | Índice de situación económica                              |
| <b>LSF</b>    | Ley N° 393 de Servicios Financieros                        |
| <b>PAF</b>    | Punto de atención financiera                               |
| <b>PYME</b>   | Pequeñas y medianas empresas                               |
| <b>TEYMEP</b> | Transacciones electrónicas y medios electrónicos de pago   |



## INTRODUCCIÓN

Desde la gestión 2015, con una periodicidad anual, ASFI lleva adelante la Encuesta Nacional de Servicios Financieros que está dirigida a todos los segmentos de consumidores financieros de todas las regiones del país. Para el desarrollo de la ENSF 2019, se vio por conveniente considerar cuatro componentes: una encuesta presencial (con las mismas características a las desarrolladas desde 2015) y tres encuestas en línea, una dirigida a los consumidores financieros que tienen habilitado el servicio de banca por internet y otras dos nuevas direccionadas a prestatarios, empresas y personas naturales, con el objetivo de identificar necesidades puntuales en materia financiera.

Las encuestas en línea de la ENSF 2019 estuvieron vigentes entre el 29 de julio y el 4 de septiembre de 2019, en tanto que la encuesta presencial “a los consumidores financieros” se realizó el miércoles 4 de septiembre. Las encuestas en línea recabaron la información de más de 27 mil consumidores financieros, en tanto que, la encuesta presencial capturó la percepción de más de 7 mil CF en 534 puntos de atención financiera de bancos múltiples, del banco público, bancos PYME, entidades financieras de vivienda, instituciones financieras de desarrollo y cooperativas de ahorro y crédito abiertas, en 67 municipios de todos los departamentos del país.

De manera análoga a lo ocurrido desde hace dos gestiones, para la captura de la información de la ENSF 2019 se utilizó aplicativos informáticos desarrollados por servidores públicos de ASFI lo que permitió acelerar notablemente el proceso de tabulación y consolidación de resultados.

El operativo de campo de la encuesta presencial “a los consumidores financieros”, contó con la participación de 434 estudiantes de las facultades de ciencias económicas y financieras, y de otras áreas de 13 universidades del país. Asimismo, se contó con el apoyo de 141 servidores públicos de ASFI en calidad de encuestadores, supervisores y coordinadores departamentales.

Las encuestas llevadas a cabo como parte de la ENSF 2019 permitieron estimar los índices de satisfacción de los servicios financieros prestados por las entidades financieras, de percepción del cumplimiento de la función social, de satisfacción del servicio de banca por internet y de expectativas del sector financiero. Cada índice, con excepción del último, se calculó utilizando las calificaciones entre 0 y 10 dada por los consumidores financieros; para la estimación del índice de expectativas del sector financiero se siguió una metodología ampliamente utilizada en el ámbito internacional a partir de las respuestas a preguntas cerradas cuyas respuestas se categorizaron en optimistas, neutrales o pesimistas. De manera similar a lo efectuado en gestiones anteriores, a través del uso de un modelo de ecuaciones estructurales estimado con mínimos cuadrados parciales (structural equation modeling with partial least squares path modeling [PLS-SEM]), también se encontraron los factores explicativos de los Índices de Satisfacción (IS) y de Percepción de Cumplimiento de la Función Social (IPCFS).

El IS alcanzado en la gestión 2019 fue de 8,22 (sobre un máximo de 10). La variable que explica la mayor parte de la satisfacción es la calidad y calidez (69%), seguida del acceso a los servicios financieros (17%) y el beneficio percibido por el consumidor financiero (14%).

El IPCFS fue estimado a partir de dos preguntas, una de ellas desde un punto de vista global, abarcando el entorno social y económico del consumidor financiero, y la otra desde un plano individual, refiriéndose a los beneficios percibidos por el mismo consumidor financiero. De esta manera, el IPCFS fue de 7,94 (sobre un máximo de 10).

Por su parte, los clientes que respondieron a la encuesta en línea “sobre transacciones a través de banca por internet”, calificaron su satisfacción con este servicio con un puntaje de 8,21 (sobre un máximo de 10), valor más alto que el registrado en la gestión 2018 (7,80).

El índice de expectativas del sector financiero (IESF), calculado por primera vez en la presente gestión, permite conocer las perspectivas de los consumidores financieros sobre la evolución futura del sistema financiero a partir de la valoración de cinco preguntas, tres de ellas relacionadas con la expectativa de los consumidores financieros sobre el comportamiento actual y futuro del crédito, y dos con la perspectiva actual y futura del ahorro. Adicionalmente, la encuesta recogió información sobre la percepción de la situación actual de la economía, con lo que se construyó el índice de situación económica (ISE) siguiendo la misma metodología del IESF. Ambos índices se ubicaron por encima de los 100 puntos (130 y 123, respectivamente), lo cual indica expectativas optimistas por parte de los consumidores financieros.

En cuanto a las necesidades en materia financiera, el uso de transacciones electrónicas y medios electrónicos de pago aún es limitado y el principal motivo señalado por los consumidores financieros está relacionado con el desconocimiento sobre el uso de estos servicios; la educación financiera juega un rol preponderante para reducir esta brecha de desconocimiento tecnológico en los servicios financieros. Asimismo, los consumidores financieros también señalaron la necesidad de mejoras en el nivel de continuidad de los servicios de cajeros automáticos que en algunos casos presentan fallas de sistema o están fuera de servicio.

Por otra parte, el desconocimiento de las características y beneficios que reciben los clientes con pleno y oportuno cumplimiento de pago (CPOP) requiere la atención de las entidades de intermediación financiera. Un mayor conocimiento de los beneficios y servicios que otorgan las entidades de intermediación financiera, repercutirá en un mayor uso de los servicios financieros. Adicionalmente, los prestatarios (personas naturales y empresas) manifestaron la necesidad de que se simplifique y agilice el procedimiento para la obtención de créditos. Finalmente, los consumidores financieros demandan menores tiempos de espera en las oficinas de las entidades, tanto en cajas como en plataforma de atención; por lo que es necesario que las entidades generen mecanismos más eficientes para optimizar la atención a los consumidores financieros en el marco regulatorio existente.

El presente informe describe los resultados de la ejecución de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2019. En la primera parte, se desarrollan los aspectos generales relativos a la ENSF, incluyendo los objetivos; una segunda parte contiene una breve descripción de los aspectos metodológicos; la tercera parte, contiene los resultados de las encuestas en el marco de los objetivos determinados en la Ley de Servicios Financieros; en la cuarta parte se presentan las conclusiones derivadas de la encuesta; y finalmente, en el anexo se encuentran los estadísticos descriptivos de las respuestas de cada uno de los cuatro cuestionarios utilizados en la presente gestión.

# 1

## ASPECTOS GENERALES



## 1. ASPECTOS GENERALES

En la presente sección se presentan los aspectos generales relacionados con la realización de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, fundamentalmente el marco legal y los objetivos perseguidos.

### 1.1 Marco legal

Con relación a la Encuesta de Servicios Financieros, los artículos 116 y 73 de la Ley 393 de Servicios Financieros señalan específicamente lo siguiente:

Artículo 116: “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 servicios financieros”.

Artículo 73: en el numeral v) señala que “[...] la Defensoría del Consumidor Financiero, como parte de ASFI, se instituirá como área especializada para realizar análisis y estudios sobre necesidades y grado de satisfacción de los consumidores financieros”.

Las disposiciones citadas se constituyen en el marco específico para la realización de la encuesta de servicios financieros. Asimismo, otras disposiciones relacionadas son las citadas a continuación:

Por otra parte, el Artículo 4 señala 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”*.

Asimismo, el artículo 74 indica en su párrafo lo siguiente:

*1. Los consumidores financieros gozan de los siguientes derechos:*

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

## 1.2 Justificación

Puesto que el Artículo 116 de la Ley de Servicios Financieros señala que la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero debe registrar y controlar el cumplimiento de la función social de los servicios financieros, la realización de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros (ENSF) es uno de los mecanismos para cumplir con este fin, ya que a través de ella es posible evaluar las necesidades de los consumidores financieros en materia financiera, el nivel de atención a las mismas 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 servicios financieros.

## 1.3 Objetivos de la encuesta

A través de sus componentes, la ENSF es una herramienta que permite conseguir los siguientes objetivos:

- ▶ Establecer el grado de satisfacción en relación con los servicios proporcionados por las entidades financieras;
- ▶ Evaluar el grado de cumplimiento de la función social de las entidades de intermediación financiera en la prestación de servicios financieros.
- ▶ Evaluar las necesidades en materia financiera y el nivel de atención de las mismas;
- ▶ Indagar sobre las perspectivas de los consumidores financieros sobre el sistema financiero y la economía en su conjunto.

La medición del grado de satisfacción con los servicios proporcionados por las entidades financieras es un elemento central para evaluar si los servicios financieros cumplen con los requerimientos de los consumidores financieros. En un contexto de una dinámica incesante en el desarrollo de los servicios financieros, impulsada especialmente por los avances tecnológicos en el último tiempo, las entidades financieras tienen el importante reto de ajustar su infraestructura física y tecnológica, así como su operativa, para conseguir la conformidad de los clientes y usuarios financieros.

La evaluación del grado de cumplimiento de la función social de las entidades financieras es otro aspecto relevante que deriva de los lineamientos dados en la CPE sobre el rol que debe cumplir el sistema financiero. En este sentido es importante la percepción de los consumidores sobre algo que trasciende más allá de la experiencia con las entidades financieras a la hora de realizar una transacción, incluyendo elementos como la contribución de las entidades a la mejora de la calidad de vida de las personas o el aporte al desarrollo de la comunidad.

La evaluación de las necesidades en materia financiera es un aspecto que también es importante rescatar de los consumidores financieros, pues permite identificar las debilidades existentes en la prestación de servicios financieros, así como las oportunidades de mejora. Esto, se constituye en una guía para el actuar tanto desde el punto de vista de la regulación, como de parte de las instituciones financieras.

Por último, también es importante conocer las expectativas de los consumidores financieros sobre el desempeño futuro del sistema financiero y la economía en su conjunto, pues esto, de alguna manera es un reflejo de la efectividad con la que se llevan las políticas en materia financiera y económica, así como un elemento prospectivo a considerar por parte de las entidades financieras y las autoridades en materia económica.

# 2

## METODOLOGÍA



## 2. METODOLOGÍA

Según lo establecido en la Ley de Servicios Financieros sobre la implementación de 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 servicios financieros y la necesidad de realizar análisis y estudios sobre necesidades y grado de satisfacción de los consumidores financieros, se diseñó un marco metodológico que permitió llevar adelante la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2019 en función de los objetivos buscados.

### 2.1 Marco muestral y cobertura

La ENSF tiene el mandato de tener representatividad a nivel nacional para llegar a todos los segmentos de consumidores financieros.<sup>1</sup> En este sentido, la selección de la muestra de la encuesta presencial se realizó en las siguientes etapas:

- ▶ Selección de municipios (estratos): uno de inclusión forzosa (capitales departamentales) y cuatro que se distinguen por el grado de urbanización;
- ▶ Se eligieron los conglomerados (PAF) de los municipios elegidos;
- ▶ En la última etapa mediante un muestreo aleatorio sistemático se seleccionó a 12 consumidores financieros por cada PAF en ciudades capitales y El Alto, y 15 en municipios rurales.

De esa manera, el marco muestral de la encuesta presencial consideró aquellos puntos de atención financiera que se encuentran en municipios en los que existen dos o más PAF (un total de 1.669 puntos de atención financiera, distribuidos en 110 municipios del país cumplieron con este requisito).

La encuesta presencial incorporó **14** municipios y **45** PAF adicionales a la gestión 2018

Este año, la encuesta estuvo presente en 534 puntos de atención financiera en 67 municipios; 14 municipios y 45 PAF adicionales a los visitados en la encuesta realizada en 2018 (Ilustración 1).

### Ilustración 1 Municipios incluidos en la encuesta presencial a los consumidores financieros y detalle de la muestra



| Departamento | MARCO MUESTRAL |              | MUESTRA    |            |
|--------------|----------------|--------------|------------|------------|
|              | Municipios(*)  | PAF          | Municipios | PAF        |
| Beni         | 10             | 74           | 6          | 24         |
| Chuquisaca   | 8              | 90           | 4          | 23         |
| Cochabamba   | 18             | 302          | 12         | 97         |
| La Paz       | 18             | 425          | 12         | 148        |
| Oruro        | 4              | 67           | 3          | 20         |
| Pando        | 2              | 19           | 1          | 11         |
| Potosí       | 9              | 78           | 6          | 28         |
| Santa Cruz   | 33             | 500          | 18         | 150        |
| Tarija       | 8              | 114          | 5          | 33         |
| <b>Total</b> | <b>110</b>     | <b>1.669</b> | <b>67</b>  | <b>534</b> |

(\*) Municipios con 2 o más PAF.

<sup>1</sup> La Ley N°393 establece que el consumidor financiero (CF) puede ser «cliente y/o usuario financiero». En este marco, una persona puede ser cliente de una entidad, usuario de sus servicios financieros o ambas cosas. Para que una persona natural o jurídica sea un cliente financiero, es necesaria la suscripción de uno o más contratos con una entidad de intermediación financiera (EIF); en el caso de los usuarios no es necesaria la citada condición.

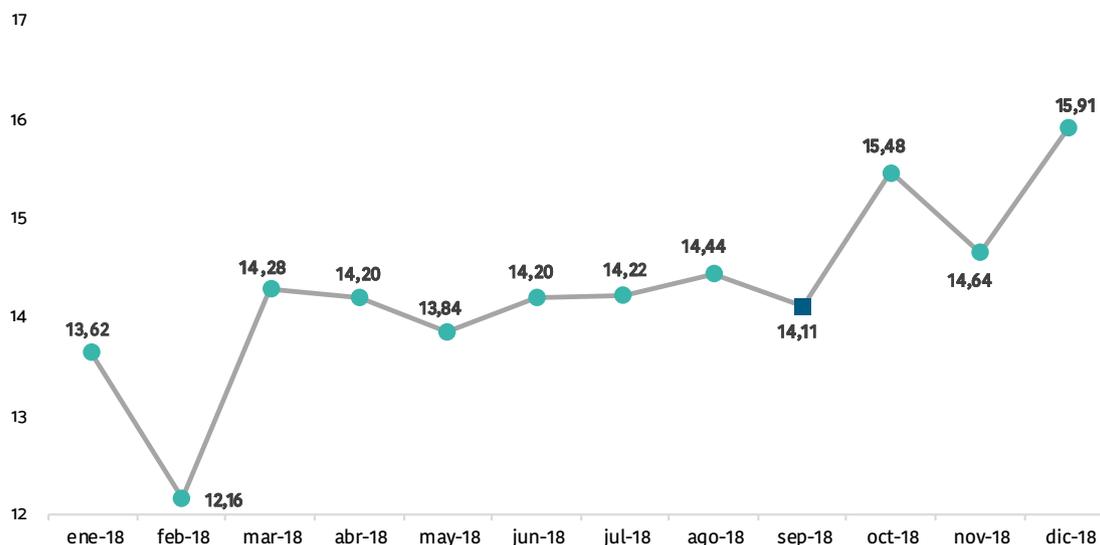
En el marco descrito previamente, desde un punto de vista estadístico, para la encuesta presencial “a los consumidores financieros” la unidad de observación y de muestreo fueron los puntos de atención financiera, pues fue allí donde se buscó a los consumidores financieros (unidad de análisis) para encuestarlos. Por ello, los encuestadores visitan los puntos de atención financiera seleccionados de la muestra, eligiendo aleatoriamente CF entre personas mayores de 18 años que, el día determinado para el operativo de campo, hagan uso de servicios financieros.

En lo que respecta a las encuestas en línea a prestatarios, se tomó como referencia a las empresas y personas que tenían al menos un crédito con las entidades de intermediación financiera. A partir, de esta primera segmentación se estratificaron a los consumidores financieros según el tipo de crédito que tenían y se eligió de forma aleatoria la muestra para cada una de estas encuestas. Los CF seleccionados recibieron invitaciones para participar de las encuestas mediante un enlace electrónico.

Para la encuesta en línea “sobre transacciones a través de banca por internet” se optó por invitar a participar de la encuesta a toda la población que tiene habilitado el servicio de banca por internet.

Finalmente, para determinar la fecha de la encuesta presencial y asegurar la suficiente cantidad de consumidores financieros en los PAF, se utilizó la información del número de transacciones realizadas en los PAF de las entidades de la gestión 2018 (Gráfica 1). Tomando en cuenta que en el mes de septiembre se 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 la misma semana), se decidió realizar la encuesta presencial “a los consumidores financieros” el día miércoles 4 de septiembre de 2019.

**Gráfica 1 Número de transacciones por mes, gestión 2018  
(en millones)**



## 2.2 Indicadores

La encuesta nacional de servicios financieros proporciona información para estimar los índices de satisfacción, de percepción del grado de cumplimiento de la función social, de satisfacción del servicio de banca por internet y de expectativas del sector financiero, así como el análisis de necesidades en materia financiera.

Para el cálculo de los índices mencionados previamente, salvo el índice de expectativas del sector financiero, se utiliza una escala discreta de medición de intervalo entre 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10.<sup>2</sup> El número 0 se interpreta, en todos los casos, como total desacuerdo, total insatisfacción o pésima calificación.<sup>3</sup> 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.

Por otra parte, considerando que la “satisfacción” y las “percepciones del cumplimiento de la función social” son conceptos abstractos y complejos cuya observación no es directa (variables latentes), es necesario utilizar un conjunto de indicadores observables que sirvan de variables proxi (variables manifiestas) de estas variables latentes (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014).

Bajo el enfoque descrito se utiliza una serie de cualidades para medir un solo concepto. Por ejemplo, la satisfacción con los servicios financieros es posible que se explique por la calidad y calidez con la que se atiende al consumidor financiero, el acceso a los servicios que prestan las entidades financieras y el beneficio que perciben las personas al hacer uso de los mismos. La ventaja de esta metodología es que permite conocer los principales intereses del CF sobre los diferentes servicios que utiliza y cómo influyen en su satisfacción.

Considerando que el concepto de “percepciones sobre el cumplimiento de la función social de los servicios financieros” es complejo, el enfoque adoptado permite realizar preguntas sobre situaciones reales que acerquen al consumidor financiero con este concepto. En este sentido, se pregunta a los CF 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.

En el caso del índice de expectativas del sector financiero, éste se construye a partir del promedio del balance<sup>4</sup> de cinco preguntas, tres de ellas relacionadas con la expectativa de los CF sobre el comportamiento actual y futuro del crédito; y dos con la expectativa actual y futura del ahorro.

## 2.3 Metodología de estimación de los factores explicativos de los índices de satisfacción y de cumplimiento de la función social

Las técnicas de análisis estadístico multivariado pueden ser utilizadas 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).

<sup>2</sup> En (Fornell, Johnson, Anderson, Cha, & Bryant, Oct 1996) se discute el posible uso de otras escalas.

<sup>3</sup> Escalas de calificación para medir satisfacción de los consumidores fueron utilizados ampliamente, entre ellos se menciona a Reichheld (2011).

<sup>4</sup> El balance se construye calculando la diferencia entre el porcentaje de respuestas positivas y el porcentaje de respuestas negativas de cada pregunta sin considerar las respuestas neutrales como ser “igual”, “regular” o “se mantendrá”.

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 utilizadas 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 muy difícil de medir si no se enfocan las preguntas del cuestionario en la forma en la que se manifiesta. Por su parte, en el caso de la variable satisfacción, dado que no es suficiente conocer si los consumidores están satisfechos o no, es importante señalar los factores que explican esta variable, la ENSF usa la metodología PLS-SEM.

## 2.4 Estructura de los cuestionarios

### 2.4.1 Cuestionario de la encuesta presencial a los consumidores financieros

El cuestionario de la encuesta presencial “a los consumidores financieros” consideró un total de 89 preguntas distribuidas en nueve secciones (Ilustración 2). En promedio, cada consumidor financiero dio respuesta a 70 preguntas, dependiendo de los servicios financieros utilizados. Cinco secciones fueron dirigidas a los usuarios de las entidades, mientras que los clientes llegaron a contestar una cantidad mayor de secciones en función de los servicios financieros utilizados.

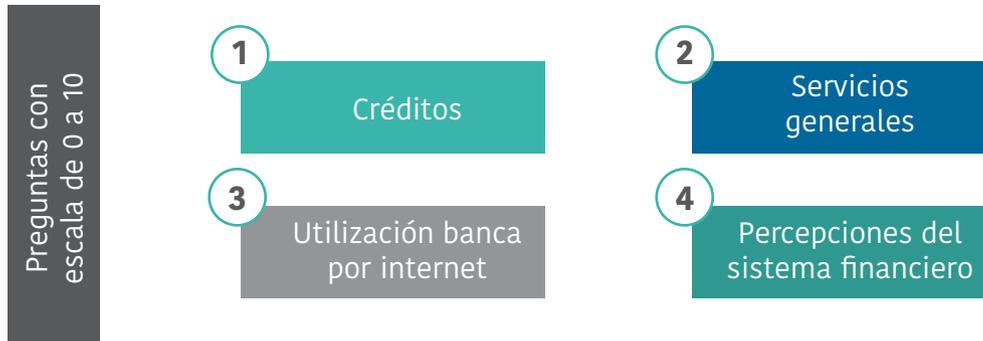
**Ilustración 2 Secciones del cuestionario de la encuesta presencial a los consumidores financieros**



## 2.4.2 Cuestionario de la encuesta en línea para prestatarios (empresas)

La boleta de esta encuesta tuvo un total de 23 preguntas distribuidas en cuatro secciones y cada empresa respondió entre 17 y 21 preguntas. La ilustración 2.4 presenta las secciones de la boleta utilizada para recolectar la información.

**Ilustración 3 Secciones del cuestionario de la encuesta en línea para prestatarios (empresas)**



## 2.4.3 Cuestionario de la encuesta en línea para prestatarios (personas naturales)

El cuestionario de la encuesta en línea para prestatarios (personas naturales) consideró un total de 32 preguntas divididas en cuatro secciones (Ilustración 4) y cada cliente respondió entre 21 y 30 preguntas.

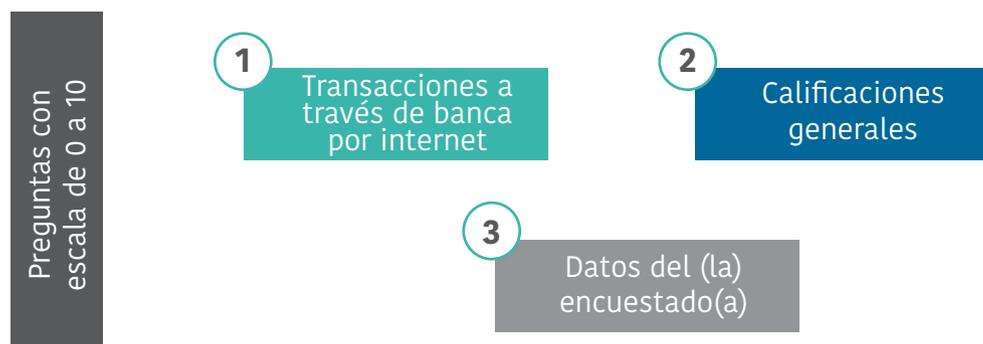
**Ilustración 4 Secciones del cuestionario de la encuesta en línea para prestatarios (personas naturales)**



## 2.4.4 Cuestionario de la encuesta en línea sobre transacciones a través de banca por internet

La boleta de esta encuesta estuvo compuesta por un total de 16 preguntas distribuidas en tres secciones. Cada cliente respondió entre 8 y 15 preguntas en un tiempo máximo de 4 minutos. En la Ilustración 5 se muestran las secciones de esta boleta.

**Ilustración 5 Secciones del cuestionario de la encuesta en línea sobre transacciones a través de banca por internet**



## 2.5 Recolección de información

Las encuestas en línea fueron realizadas a través de un aplicativo informático desarrollado por servidores públicos de ASFI, lo que permitió que los consumidores financieros, mediante computadoras, tabletas o teléfonos celulares, proporcionen sus respuestas en tiempo real. Estas encuestas estuvieron vigentes entre el 29 de julio y el 4 de septiembre de 2019, contando con la participación de más de 27 mil consumidores financieros.

Para el levantamiento de datos de la encuesta presencial “a los consumidores financieros”, la estrategia elegida por ASFI fue la de movilizar a los encuestadores en un solo día (4 de septiembre). Para este cometido, se contó con el apoyo de 13 universidades del país y la participación de 434 estudiantes de las carreras de ciencias económicas y financieras y de otras áreas. Asimismo, se contó con el apoyo de 141 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.

Para la encuesta presencial y considerando el buen desempeño en la recolección de la información de las últimas dos gestiones, se mantuvo la hermenéutica de captura de información en línea, mediante computadoras, tabletas o teléfonos celulares con conexión a internet. El apoyo de las EIF facilitó el éxito del proceso, ya que 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, minimizó el abandono de las encuestas y otras contingencias asociadas al trabajo de campo.

La encuesta contó con el apoyo de **434** estudiantes de **13** universidades y **151** servidores públicos de **ASFI**

# 3

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA



### 3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

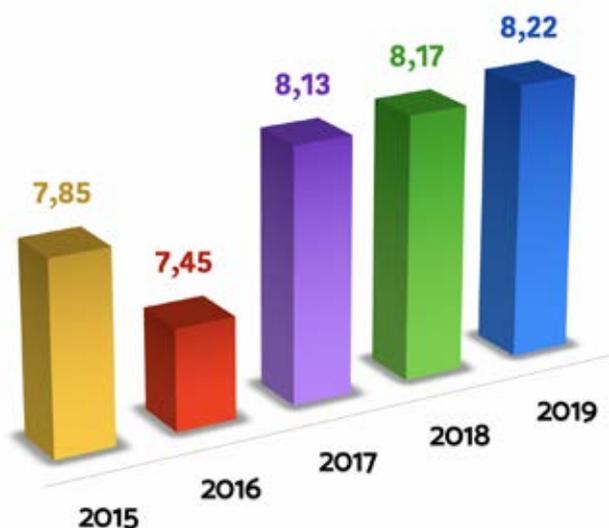
En esta sección se presentan los resultados y el análisis de las variables relacionadas a la satisfacción de los consumidores financieros, las percepciones sobre el cumplimiento de la función social de las entidades financieras, el índice de satisfacción del servicio de banca por internet, las expectativas del sector financiero y las necesidades de los consumidores financieros en materia financiera.

#### 3.1 Índice de satisfacción del consumidor financiero

##### 3.1.1 El índice de satisfacción y su evolución

Para la obtención del índice de satisfacción se utilizaron los puntajes de calificación que otorgaron los consumidores a la siguiente afirmación: “Cuan satisfecho(a) está usted con todos los servicios y productos financieros que proporciona esta entidad” (valoración entre 0 y 10), habiéndose obtenido un índice de 8,22 sobre un máximo de 10 en la gestión 2019. Este valor es el más alto desde la implementación de la ENSF en 2015 (Gráfica 2). Si se compara con el índice de satisfacción del 2018, se observa un aumento absoluto de 0,05, equivalente a un incremento relativo de 0,6%.

Gráfica 2 Índice de satisfacción de las cinco ENSF



##### 3.1.2 Satisfacción según características demográficas del consumidor

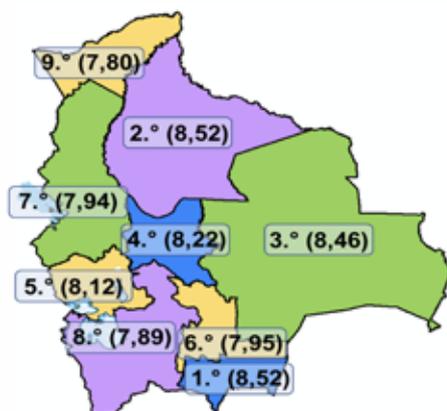
No todos los consumidores financieros tienen el mismo nivel de satisfacción con los productos y servicios financieros que ofrecen las entidades de intermediación financiera. De hecho, en algunos casos, existen notorias variaciones de acuerdo con las características demográficas del consumidor financiero. De esta manera, por género, las mujeres otorgaron una calificación promedio considerablemente mayor que los hombres (8,29 y 8,15 respectivamente). Por grupos etarios, las personas con edades entre 25 y 46 años otorgaron, en promedio, calificaciones inferiores al índice de satisfacción (8,14); en tanto que las personas de mayor edad otorgaron la mayor calificación (8,60) (Ilustración 6).

### Ilustración 6 Satisfacción promedio por género y edad



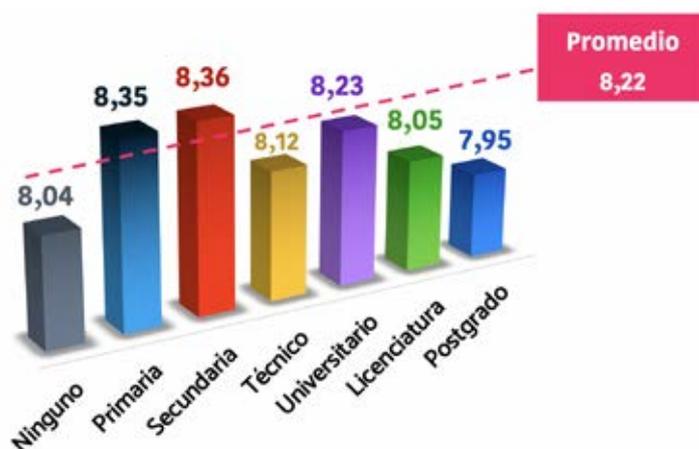
En lo que respecta a las calificaciones por departamento, Tarija, Beni y Santa Cruz otorgaron las mayores notas al índice de satisfacción. En cambio, los consumidores financieros de los departamentos de La Paz, Potosí y Pando fueron los menos satisfechos con los productos y servicios financieros de las entidades financieras (Ilustración 7).

### Ilustración 7 Satisfacción promedio según departamento



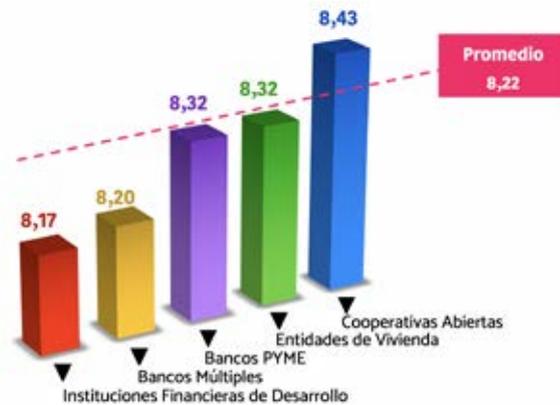
Según nivel educativo, los consumidores financieros con mayor nivel de instrucción académica (licenciatura y postgrado) tienden a tener una valoración más baja sobre la prestación de los servicios financieros, situación que es similar a la observada en los CF sin ningún nivel educativo. En contraste, los consumidores financieros cuyo nivel máximo de instrucción fue secundaria, son los más satisfechos (índice de 8,36) (Gráfica 3).

### Gráfica 3 Satisfacción promedio según nivel educativo



Por tipo de entidad, las cooperativas de ahorro y crédito abiertas (CAC), las entidades financieras de vivienda (EFV) y los bancos PYME (BPY) recibieron, en promedio, las más altas calificaciones. En contraste, los bancos múltiples (BMU) y las instituciones financieras de desarrollo (IFD) obtuvieron calificaciones menores al promedio del sistema financiero (Gráfica 4).

**Gráfica 4 Satisfacción promedio según tipo de entidad**



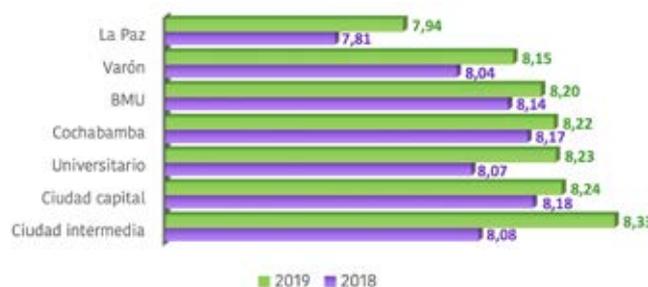
Considerando el nivel de urbanidad, la Gráfica 5 expone las calificaciones promedio otorgadas por cada uno de estos grupos; el índice de satisfacción es mayor tanto en las ciudades intermedias (8,33) como en los municipios rurales (8,26), mientras que en las ciudades capitales y ciudades mayores la calificación es menor, 8,24 y 8,08 respectivamente.<sup>5</sup>

**Gráfica 5 Satisfacción promedio según urbanidad<sup>6</sup>**



La Gráfica 6 presenta las principales variaciones de las calificaciones del índice de satisfacción entre la gestión 2018 y 2019. En la ENSF 2019 se incrementó significativamente la calificación de consumidores financieros varones entrevistados en bancos múltiples que viven en ciudades capitales e intermedias de los departamentos de La Paz y Cochabamba, y que tienen un nivel educativo universitario.

**Gráfica 6 Principales variaciones del índice de satisfacción entre 2018 y 2019**



<sup>5</sup> Para la clasificación de urbanidad se utiliza los criterios empleados por el Instituto Nacional de Estadística, y el criterio definido de zonas rurales según lo establecido en la LSF.

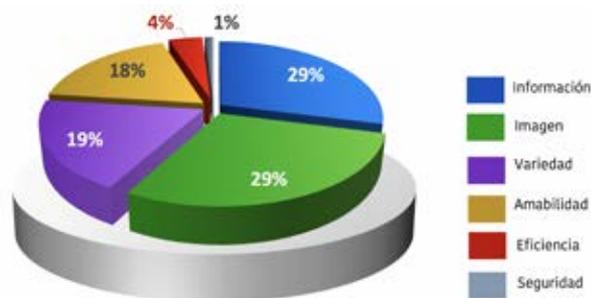
<sup>6</sup> Municipio rural: localidades del municipio tienen hasta 20 mil habitantes; Ciudad intermedia: localidad que tiene entre 20 mil y 50 mil habitantes; Ciudad mayor: localidad con más de 50 mil habitantes; Ciudad capital: incluye las 9 capitales de departamento.

### 3.1.3 Las dimensiones explicativas del índice de satisfacción

Según el modelo definido, tres variables explican el índice de satisfacción: 1) La calidad y calidez con los que se otorgan los productos y servicios financieros, 2) el beneficio obtenido por el consumidor, y 3) el grado de acceso a los servicios que ofrecen las entidades de intermediación financiera. 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 ofrecen las entidades financieras.

Seis diferentes variables conforman la calidad y calidez percibida por los consumidores financieros: la imagen percibida de la entidad, la información que brindan las EIF a los consumidores financieros, la variedad de servicios ofertados, la amabilidad de los funcionarios de la entidad, la eficiencia en la prestación de los servicios y la seguridad que proporcionan las EIF (Gráfica 7).

**Gráfica 7 Calidad y calidez con sus dimensiones explicativas**

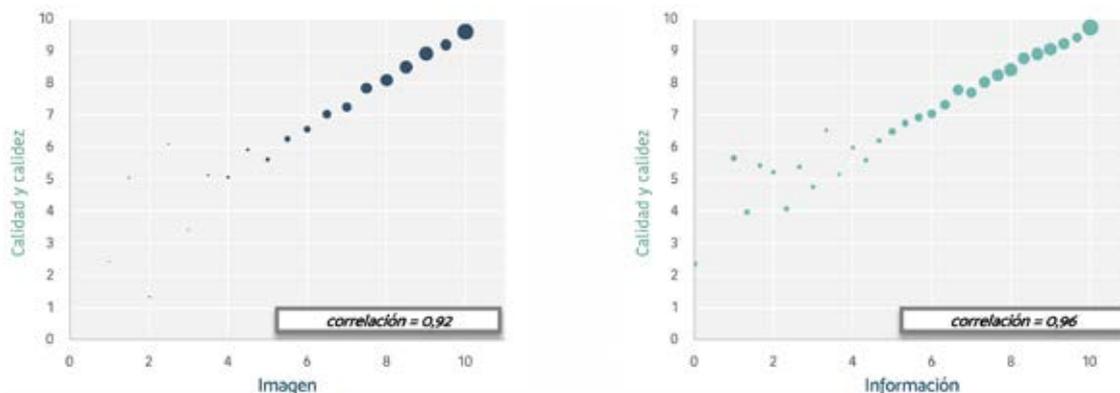


Las variables que explican la calidad y calidez se miden a través de más de una pregunta específica del cuestionario. Además, existe una alta correlación entre las variables explicativas y las que definen la variable calidad y calidez.

Por ejemplo, para la variable “Imagen” se consideraron las siguientes afirmaciones: *“Se siente a gusto y cómodo en las oficinas de esta entidad financiera”* y *“La iluminación y limpieza de esta entidad financiera son de su agrado”*. En tanto que, la variable información es cuantificada mediante las siguientes afirmaciones: *“El personal toma atención y tiene paciencia a las preguntas que usted realiza”*, *“Esta entidad financiera le orienta adecuadamente cuando no conoce algún servicio”* y *“En esta entidad financiera le informan sobre servicios que le permiten reducir el tiempo de espera en sus oficinas o incluso prescindir de ir a ellas”*.

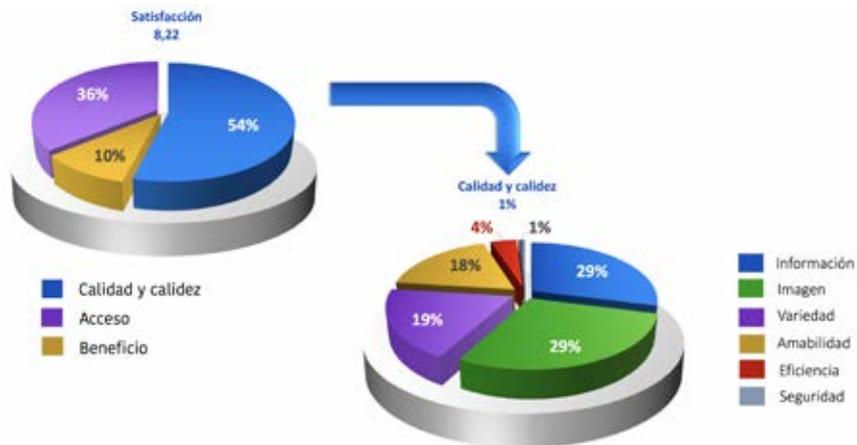
La Gráfica 8 muestra la elevada relación entre las variables imagen y calidad y calidez (correlación de 0,92), similar a lo que sucede entre las variables información y calidad y calidez (correlación de 0,96); en ambos casos, el diámetro de los círculos es proporcional al número de consumidores financieros que respondieron con las calificaciones señaladas en los ejes.

**Gráfica 8 Correlación significativa entre variables**



Las calificaciones otorgadas a la satisfacción de todos los productos y servicios financieros se correlacionan significativamente con la calidad y calidez con que se brindan estos servicios. Adicionalmente, se observó que las variables beneficio y acceso también se relacionan positivamente con la satisfacción. El beneficio se relaciona con la valoración de los consumidores financieros por realizar transacciones en las entidades financieras. Por su parte, el acceso tiene relación con la percepción de los consumidores financieros sobre aspectos como los horarios de atención, la ubicación de las agencias y la cantidad de puntos de atención financiera con los que cuentan las entidades financieras. La variable que explica la mayor parte de la satisfacción es la calidad y calidez (54%), seguida del acceso (36%) y el beneficio (10%) (Gráfica 9).

**Gráfica 9 Factores que determinan el índice de satisfacción de los consumidores financieros**



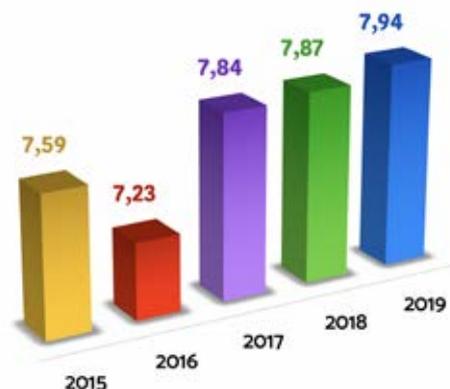
## 3.2 Cumplimiento de la función social

### 3.2.1 Percepción del grado de cumplimiento de la función social y su evolución

La percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros fue aproximada mediante dos afirmaciones, una de ellas desde un plano individual, refiriéndose a los beneficios percibidos por el mismo consumidor financiero y otro desde un punto de vista global, que abarca el entorno social y económico del consumidor financiero. Ambas preguntas se valoraron mediante una escala de 0 a 10.

Con similar metodología a la medición del índice de satisfacción, se obtuvo el índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros, que en la presente gestión fue de 7,94. La Gráfica 10 muestra el comportamiento histórico del IPCFS. El nivel alcanzado en la gestión 2019 (7,94) supera en 0,07 al observado en el año 2018, equivalente a un incremento relativo de 0,9%.

**Gráfica 10 Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social de las cinco ENSF**



### 3.2.2 Las dimensiones explicativas del índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social

En observancia al Artículo 4 de la Ley N° 393 de Servicios Financieros, se consideraron las variables expuestas en la Gráfica 11 para explicar la percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros. El aporte de las variables 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 33%; la optimización de tiempos y costos 23%; la facilidad en el acceso a los servicios financieros 20%; la continuidad de los servicios 17%; y, finalmente, la información brindada por las EIF para el uso de los servicios financieros 7%.

**Gráfica 11 Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social y sus dimensiones explicativas**



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.

#### ***Proporcionar servicios financieros con atención de calidad y calidez***

Mediante la evaluación de la amabilidad, la colaboración, el asesoramiento en el uso de servicios financieros de los funcionarios a los consumidores financieros y la calidad de los servicios financieros ofertados por las entidades, se estimó la importancia de este objetivo en el IPCFS (33%).

#### ***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 transacciones en las EIF, se estimó la participación relativa de este objetivo en el IPCFS (23%).

#### ***Facilitar el acceso universal a todos sus servicios***

Los horarios de atención, la infraestructura adecuada para la atención de personas con discapacidad, el número de oficinas de atención al público y su ubicación, fueron las características consideradas para evaluar la facilidad para el acceso a los servicios financieros. Esta variable explica un 20% del comportamiento del índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social.

#### ***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 las innovaciones tecnológicas empleadas. El peso relativo de este objetivo como factor explicativo del índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social fue de 17%.

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

Las valoraciones atribuidas 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 7% del IPCFS.

### **3.2.3 Percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros según características demográficas del consumidor**

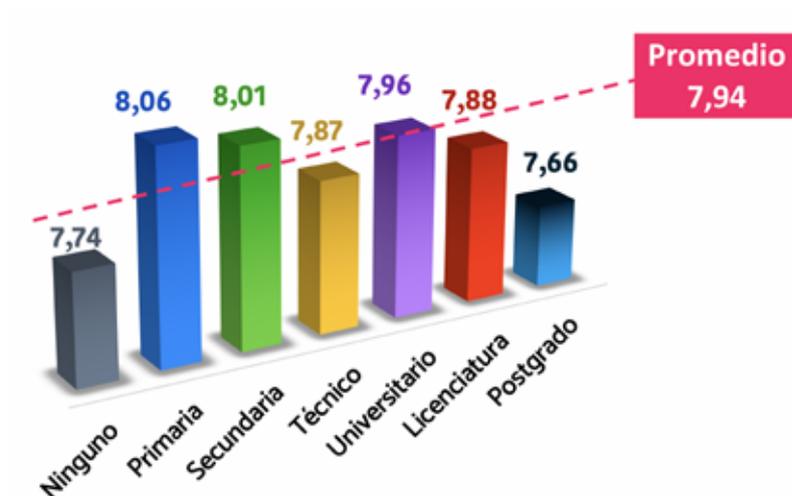
Por género, se observa que las mujeres calificaron con un puntaje mayor (7,99) el cumplimiento de la función social que los varones (7,90) (Ilustración 8). La misma ilustración muestra los valores del índice de percepción por grupo etario, donde con excepción del grupo etario entre 25 a 46 años, los consumidores financieros otorgaron en promedio, calificaciones superiores a la de la media (7,94).

**Ilustración 8 Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social por género y edad**



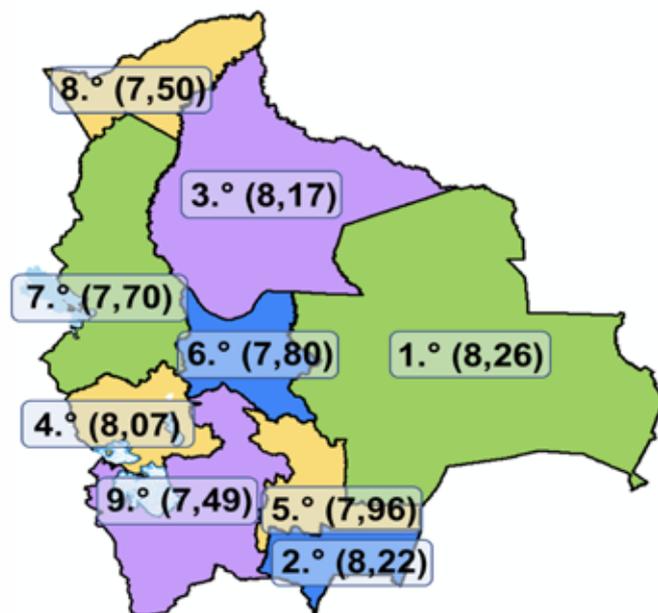
Considerando el nivel educativo, los consumidores financieros con mayor nivel educativo (postgrado) tienen la valoración más baja del cumplimiento de la función social. En contraste, los CF con nivel de educación de primaria y secundaria otorgaron las mayores calificaciones al IPCFS (Gráfica 12).

**Gráfica 12 Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según nivel de educación**



Según ámbito geográfico, los departamentos de Santa Cruz, Tarija y Beni fueron los que otorgaron una mayor calificación; La Paz, Pando y Potosí dieron las menores calificaciones al índice del grado de cumplimiento de la función social (Ilustración 9).

**Ilustración 9 Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según departamento**



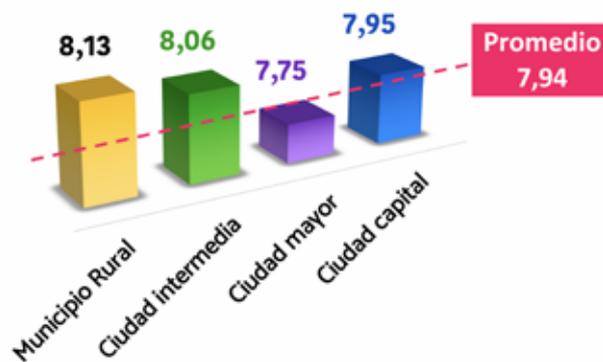
Comparativamente, por tipo de entidad, las cooperativas de ahorro y crédito abiertas (CAC) y las entidades financieras de vivienda (EFV) recibieron calificaciones mayores al promedio, situación inversa a los bancos múltiples (BMU), las instituciones financieras de desarrollo (IFD) y los bancos PYME (BPY) (Gráfica 13).

**Gráfica 13 Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según tipo de entidad**



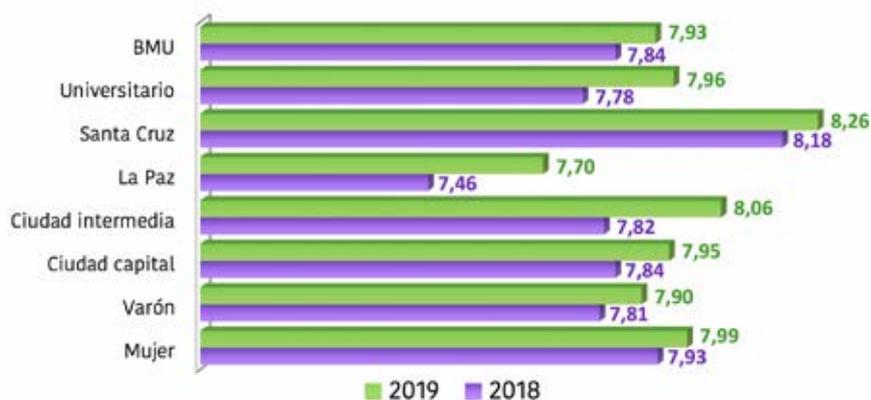
Por nivel de urbanidad, los consumidores financieros ubicados en municipios rurales otorgaron la calificación más alta al índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social (Gráfica 14). Además, los consumidores financieros que viven en ciudades intermedias y ciudades capitales otorgaron calificaciones mayores al promedio del IPCFS.

**Gráfica 14 Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según urbanidad**



Finalmente, la Gráfica 15 presenta las principales variaciones de las calificaciones del IPCFS entre la gestión 2018 y 2019. En la ENSF 2019 se incrementó la calificación de consumidores financieros de bancos múltiples en ciudades capitales e intermedias de los departamentos de La Paz y Santa Cruz, que tienen un nivel educativo universitario.

**Gráfica 15 Principales variaciones del índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social entre 2018 y 2019**



### 3.3 Expectativas del sector financiero

Un elemento nuevo de la ENSF 2019 es el índice de expectativas del sector financiero, que tiene como objetivo conocer las expectativas de los consumidores financieros sobre la evolución futura del sistema financiero. Este índice se construye a partir del promedio del balance <sup>7</sup> de cinco preguntas, tres de ellas relacionadas con la expectativa de los CF sobre el comportamiento actual y futuro del crédito; y otras dos con la expectativa actual y futura del ahorro. Adicionalmente, se construyó dos subíndices: el índice de expectativas del crédito (IECR) y el índice de expectativas de los depósitos (IED). La Tabla 3.1 resume la forma de cálculo del índice de expectativas del sector financiero y sus componentes.

**Tabla 1 Índice de expectativas del sector financiero y sus componentes**

| ÍNDICE DE EXPECTATIVAS DEL SECTOR FINANCIERO  |   |   |
|---|---|---|
| <b>Índice de expectativas del crédito (IECR)</b>  |   |   |
| ¿Usted cree que ahora es un buen o mal momento para solicitar un crédito?   | <b>(A) Balance =</b> (%buen momento - %mal momento)*100+100<br>Rango: [0,200] | <b>IECR =</b><br>$\frac{\text{Balance (A)} + \text{Balance (B)} + \text{Balance (C)}}{3}$ |
| En los próximos tres años, ¿usted piensa que la gente continuará accediendo a créditos y pagándolos sin inconvenientes?                               | <b>(B) Balance =</b> (%sí - %no)*100+100<br>Rango: [0,200]                    |   |
| Considerando la tasa de interés que se cobra por un crédito, ¿usted cree que en los próximos 12 meses esta tasa se mantendrá, disminuirá o aumentará? | <b>(C) Balance =</b> (%disminuirá - %aumentará)*100+100<br>Rango: [0,200]     |   |
| <b>Índice de expectativas de los depósitos (IED)</b>  |   |   |
| ¿Usted cree que ahora es un buen o mal momento para ahorrar?  | <b>(D) Balance =</b> (%buen momento - %mal momento)*100+100<br>Rango: [0,200] | <b>IED =</b><br>$\frac{\text{Balance (D)} + \text{Balance (E)}}{2}$                       |
| Analizando su capacidad de ahorro, ¿usted cree que de aquí a un año podrá ahorrar más, menos o igual que ahora?                                       | <b>(E) Balance =</b> (%más - %menos)*100+100<br>Rango: [0,200]                |   |
| <b>Índice de expectativas del sector financiero (IESF)</b>  |   |   |
| <b>IESF =</b> $\frac{\text{Balance (A)} + \text{Balance (B)} + \text{Balance (C)} + \text{Balance (D)} + \text{Balance (E)}}{5}$                      |   |   |

Fuente: Elaboración de ASFI a partir de las fórmulas de IECR, IED e IESF, 2019

<sup>7</sup> El balance se construye calculando la diferencia entre el porcentaje de respuestas positivas y el porcentaje de respuestas negativas de cada pregunta sin considerar las respuestas neutrales como ser "igual", "regular" o "se mantendrá".

La encuesta también recogió información sobre la percepción de la situación actual de la economía a través de dos nuevas preguntas, con lo que se construyó el índice de situación económica (ISE) siguiendo la misma metodología de los índices previamente mencionados (Tabla 2).

**Tabla 2 Índice de situación económica**

| ÍNDICE DE SITUACIÓN ECONÓMICA (ISE)               |  |   |
|---|--|---|
| ¿Cómo cree que se encuentra la economía del país? | <b>(F) Balance =</b> (%muy bien+%bien -%mal)*100+100<br>Rango: [0,200] | <b>ISE =</b><br>$\frac{\text{Balance (F)} + \text{Balance (G)}}{2}$ |
| ¿Su economía mejoró en los últimos años?          | <b>(G) Balance =</b> (%mejoró -%empeoró)*100+100<br>Rango: [0,200]     |   |

El rango es un aspecto importante de estos índices, el límite inferior es cero (indicando una expectativa totalmente pesimista) y el límite superior es 200 (expectativa totalmente optimista). El valor de 100 indica una expectativa neutra de parte del CF a cualquiera de las preguntas formuladas.

### 3.3.1 Índice de expectativas del sector financiero

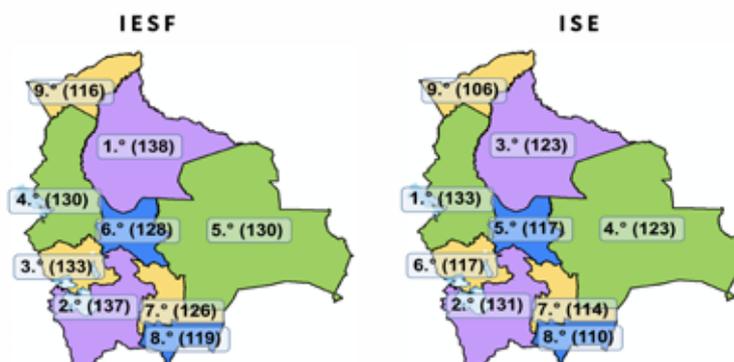
Los índices calculados a partir de las respuestas obtenidas, muestran las perspectivas optimistas de los consumidores financieros. El IESF obtuvo un valor de 130 puntos, el IED 151 y el IECR alcanzó una calificación de 115 puntos. Asimismo, el ISE alcanzó una calificación de 123 puntos (sobre un máximo de 200).

**Gráfica 16 Índice de expectativas del sector financiero**



La Ilustración 10 presenta los IESF e ISE por departamento. Para el IESF, los departamentos de Beni, Potosí, Oruro, La Paz y Santa Cruz tuvieron calificaciones mayores al promedio. Para el ISE los CF de La Paz, Potosí, Beni y Santa Cruz mostraron las expectativas más optimistas; los consumidores financieros de Pando tienen la expectativa menos optimista para ambos índices.

**Ilustración 10 Índice de expectativas del sector financiero e índice de situación económica según departamento**

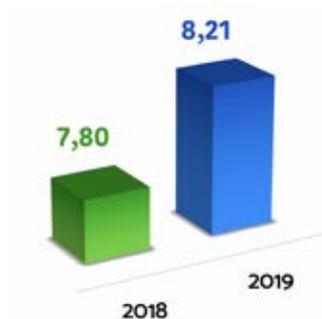


### 3.4 Satisfacción del servicio de banca por internet

#### 3.4.1 Evolución del índice de satisfacción del servicio de banca por internet

La Gráfica 17 expone los índices de satisfacción del servicio de banca por internet obtenidos en las dos últimas ENSF; el nivel de satisfacción alcanzado en el 2019 (8,21 sobre un máximo de 10) fue más alto que el correspondiente a la gestión 2018 (7,80), incrementándose en 0,41 equivalente a un aumento relativo de 5%.

**Gráfica 17 Índice de satisfacción del servicio de banca por internet de las últimas dos ENSF**



#### 3.4.2 Satisfacción del servicio de banca por internet según características demográficas del encuestado

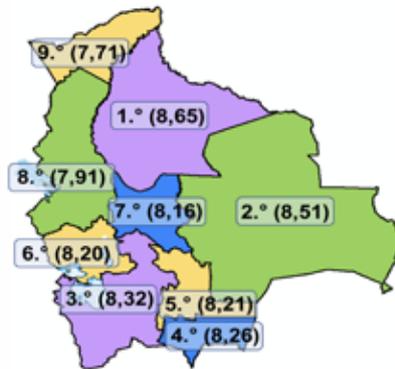
Según género, las mujeres otorgaron una calificación promedio mayor que los varones (8,24 y 8,20 respectivamente). Por edades, solamente el grupo etario con edades entre 25 y 46 años otorgó, en promedio, calificaciones inferiores al índice de satisfacción del servicio de banca por internet (Ilustración 11).

**Ilustración 11 Índice de satisfacción del servicio de banca por internet según género y edad**



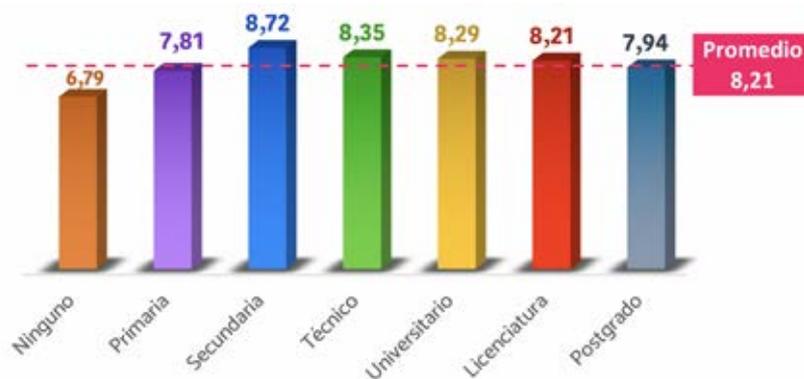
La Ilustración 12 presenta el índice de satisfacción del servicio por departamento, observando que los departamentos de Beni, Santa Cruz y Potosí se encuentran más satisfechos con el servicio de banca por internet, en tanto que Cochabamba, La Paz y Pando fueron los que dieron las calificaciones más bajas.

### Ilustración 12 Índice de satisfacción del servicio de banca por internet según departamento



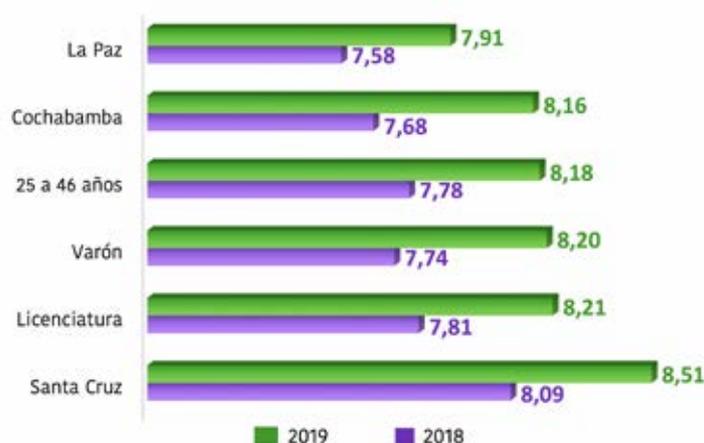
En general, las personas con menor nivel educativo tienden a otorgar las menores calificaciones al servicio de banca por internet. Los CF que alcanzaron un nivel educativo de secundaria son los más satisfechos con el servicio (Gráfica 18).

### Gráfica 18 Índice de satisfacción del servicio de banca por internet según nivel educativo



La Gráfica 19 presenta las principales variaciones de las calificaciones del índice del servicio de banca por internet entre la gestión 2018 y 2019. En 2019 se incrementó la calificación de consumidores financieros varones que tienen entre 25 y 46 años, que viven en departamentos del eje central y tienen un nivel educativo de licenciatura.

### Gráfica 19 Principales variaciones del índice de satisfacción del servicio de banca por internet entre 2018 y 2019



### 3.5 Necesidades en materia financiera

#### 3.5.1 Ahorros

Uno de los principales elementos para incrementar la inclusión financiera es promover la cultura del ahorro, pues esto permite que los CF optimicen sus decisiones intertemporales de consumo, además de conocer los beneficios asociados como el acceso a medios electrónicos de pago, principalmente tarjetas de débito y banca por internet, entre otros.

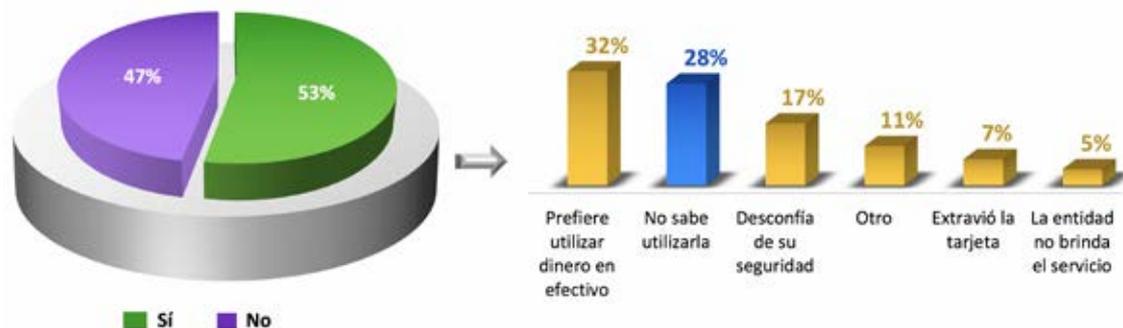
El 27% de los consumidores financieros no tienen ahorros en las EIF con licencia de funcionamiento otorgada por ASFI. De este grupo, los CF que señalaron como principal motivo la insuficiencia de sus ingresos alcanza al 37%, seguido de la opción “no le interesa o no necesita ahorrar”, que representa el 31%. Existe otro grupo de consumidores financieros que ahorra, pero en casa o con algún familiar (22%). Finalmente, el 10% de los CF que no tienen ahorros indicaron que se encuentran en esa situación porque los intereses percibidos por sus ahorros son bajos (Gráfica 20).

**Gráfica 20 Proporción de consumidores financieros que tienen ahorros en alguna entidad y principales motivos por los que no tiene ahorros en las EIF**



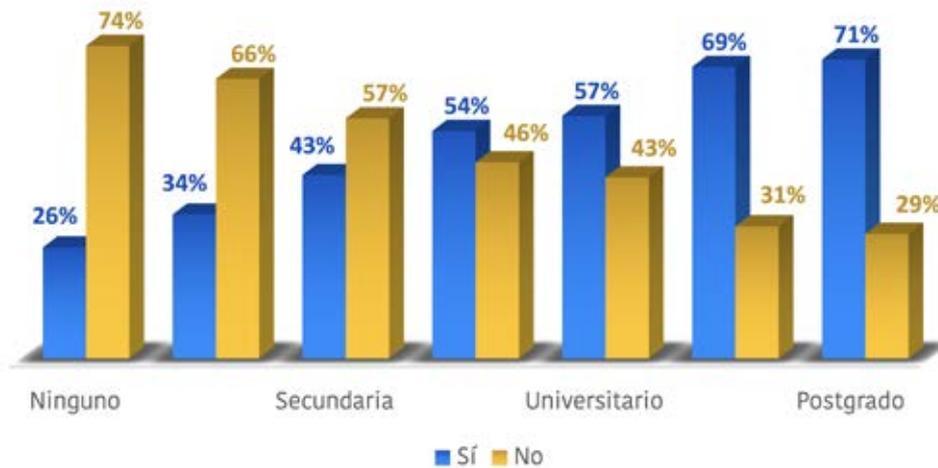
Por otra parte, el 53% de los CF que tienen ahorros en alguna entidad de intermediación financiera, señaló que tiene tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro o cuenta corriente (Gráfica 21). Los consumidores financieros que no tienen tarjeta de débito señalaron como motivos principales su preferencia por el uso de dinero en efectivo (32%), el desconocimiento del uso de las tarjetas (28%) y la desconfianza de su seguridad (17%); estas tres razones agrupan el 77% de motivos. En este ámbito, es importante señalar que ASFI y las entidades financieras trabajan de manera permanente en la promoción del uso de este servicio para que los CF que tienen ahorros se beneficien de sus ventajas y eviten potenciales riesgos del uso de dinero en efectivo (billetes falsos e inseguridad en las calles, entre otros).

**Gráfica 21 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito asociada a su cuenta de ahorro y motivos por las que no cuenta con tarjeta de débito**



Analizando la información por nivel de educación, se aprecia la existencia de una relación inversa entre el nivel educativo y el porcentaje de CF que tienen tarjeta de débito. Menos de la mitad de consumidores financieros que no superaron el nivel de educación secundaria cuentan con tarjetas de débito. En contrapartida, el 70% de CF con niveles de licenciatura o superior tienen una tarjeta de débito asociada a su cuenta. En este marco, continúa la necesidad de difundir el uso de tarjetas de débito, especialmente en sectores de la población con menores niveles de educación (Gráfica 22).

**Gráfica 22 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su nivel de educación**



La Gráfica 23 considera la misma información según grupo etario, en tres de cuatro estratos, al menos la mitad de CF tiene tarjeta de débito. No obstante, solamente el 33% de los consumidores financieros con edad igual o superior a los 60 años cuenta con tarjeta de débito.

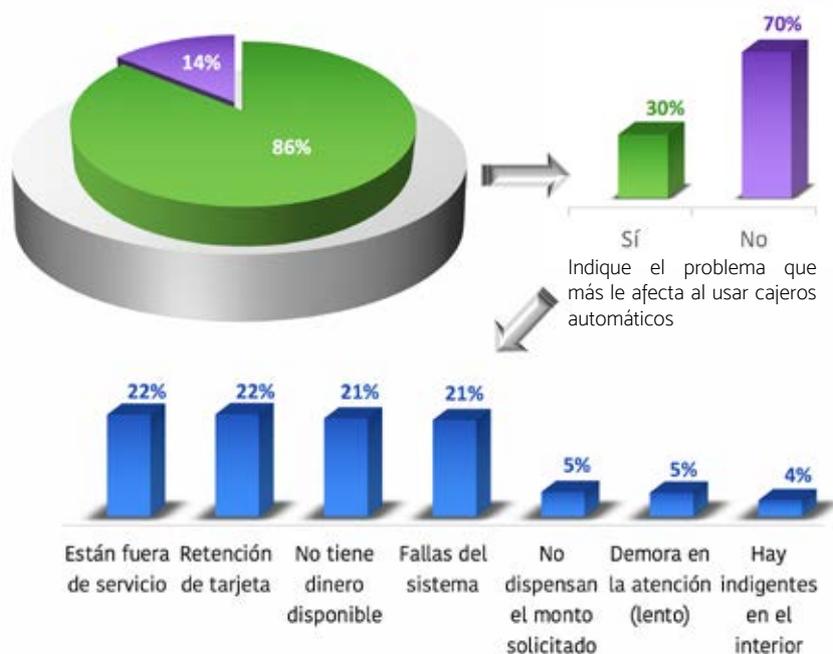
**Gráfica 23 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su edad**



### 3.5.2 Cajeros automáticos

Del 53% de CF que tiene una tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro, el 86% utiliza los cajeros automáticos de alguna EIF. De este grupo, el 30% tuvo alguna dificultad al utilizar este servicio; los principales problemas relacionados son que los cajeros están fuera de servicio, retienen tarjetas, no cuentan con dinero disponible o presentan fallas en el sistema (Gráfica 24).

**Gráfica 24 Proporción de consumidores financieros, con tarjeta de débito, que utilizan cajeros automáticos y el problema que más le afecta al utilizar este servicio**



De la Gráfica 25 se aprecia que los CF más jóvenes son los que en mayor proporción utilizan cajeros automáticos (91%). Asimismo, con excepción de los consumidores financieros de mayor edad (60 o más años), al menos, el 80% de los CF de los otros grupos etarios utilizan los cajeros automáticos.

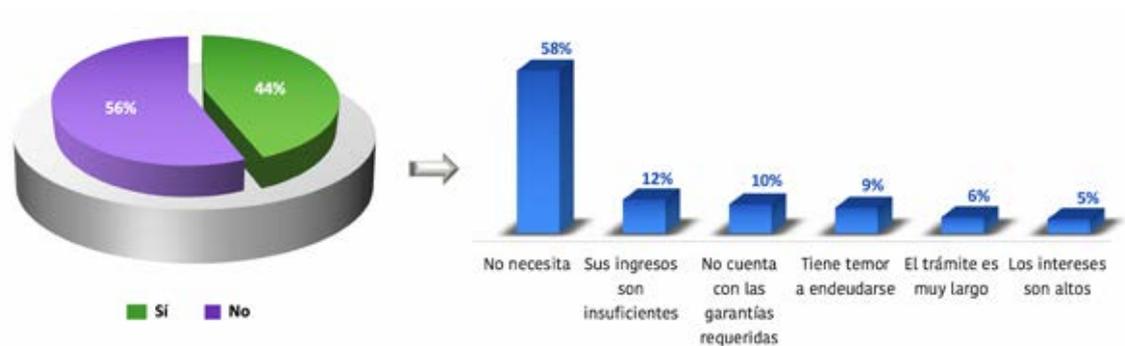
**Gráfica 25 Proporción de consumidores financieros, con tarjeta de débito, que utilizan cajeros automáticos según su edad**



### 3.5.3 Créditos

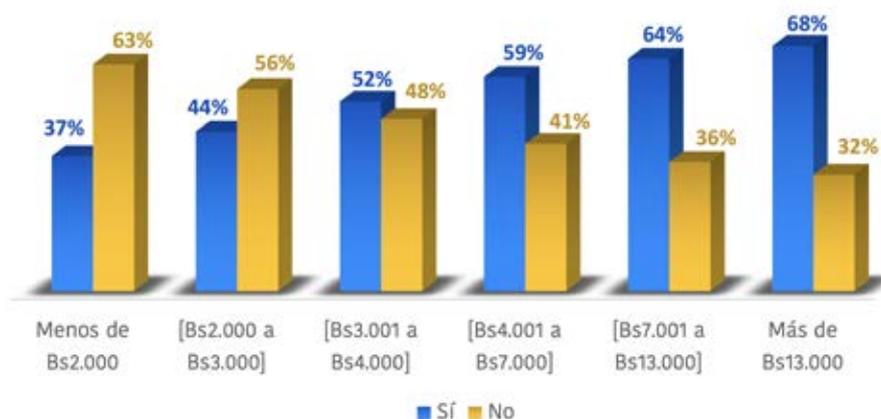
El 44% de los consumidores financieros tienen al menos un crédito con alguna entidad de intermediación financiera. Del 56% de CF que no tienen crédito con una EIF, el principal motivo es que no lo necesita (58%). El restante 42% se explica por las siguientes razones: “ingresos insuficientes” (12%), “no cuenta con las garantías requeridas” (10%), “tiene temor a endeudarse” (9%), “el trámite es muy largo” (6%) y “los intereses son altos” (5%), (Gráfica 26).

**Gráfica 26 Proporción de consumidores financieros que tienen un crédito, y los principales motivos por los que no tienen crédito**



La Gráfica 27 muestra que a medida que se incrementan los ingresos, aumenta la proporción de consumidores financieros que tienen, al menos, un crédito con alguna EIF. El 37% de CF que tienen ingresos menores a Bs2.000 tiene créditos; esta proporción se incrementa hasta el 68% en los consumidores financieros con ingresos mensuales superiores a Bs13.000.

**Gráfica 27 Proporción de consumidores financieros que tienen crédito(s) por nivel de ingreso mensual**



La mayor parte de consumidores financieros (superan el 51%) no tiene créditos en el sistema financiero debido a que no lo necesitan en el momento, hecho que es independiente del nivel de ingresos. El segundo y tercer motivo en importancia es que los ingresos son insuficientes y que no se cuentan con las garantías requeridas respectivamente; los CF con menores ingresos, tienen una capacidad de pago más limitada para obtener un crédito que los consumidores financieros con mayores ingresos (Gráfica 28).

**Gráfica 28 Proporción de consumidores financieros que no tienen créditos por nivel de ingreso mensual y sus principales motivos**



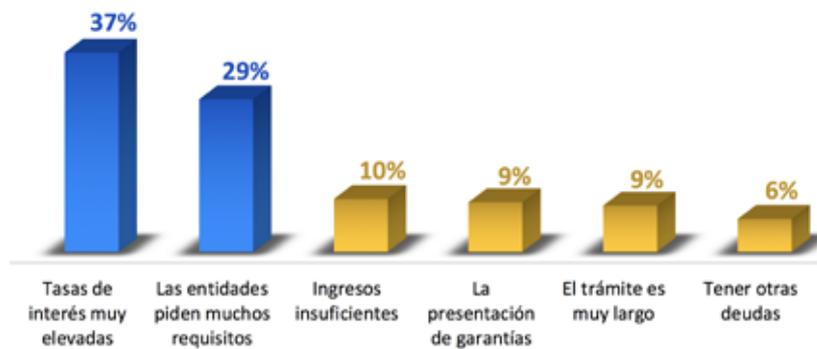
Los prestatarios (personas naturales y jurídicas) consideran que los principales aspectos a ser mejorados o implementados por parte de las entidades de intermediación financiera son la “simplificación de trámites cuando ya es cliente de la entidad” y “simplificación/agilización del trámite de la solicitud del crédito”. Asimismo, casi una tercera parte de clientes que son personas naturales (32%) señaló que se requiere “mayor transparencia en las condiciones que ofrecen en sus contratos de crédito”; este último factor puede estar relacionado con la falta de explicación detallada de parte de las EIF a los prestatarios a la hora de la obtención de un crédito (Gráfica 29).

**Gráfica 29 Aspectos a ser mejorados o implementados por las EIF según los prestatarios**



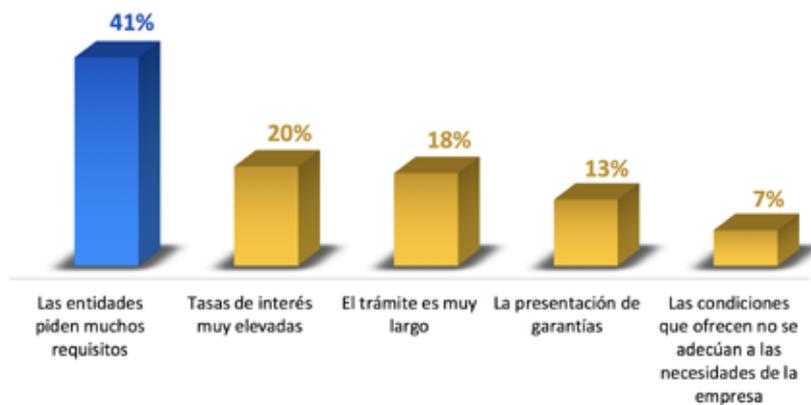
En este mismo marco, el 37% de las personas naturales que son clientes señaló que las “tasas de interés muy elevadas” serían el principal motivo que dificulta la obtención de un crédito. Asimismo, el 29% de este grupo de clientes cree que la cantidad de requisitos que piden las EIF hace más difícil el acceso al crédito (Gráfica 30).

**Gráfica 30 Aspectos que dificultan el acceso al crédito según prestatarios personas naturales**



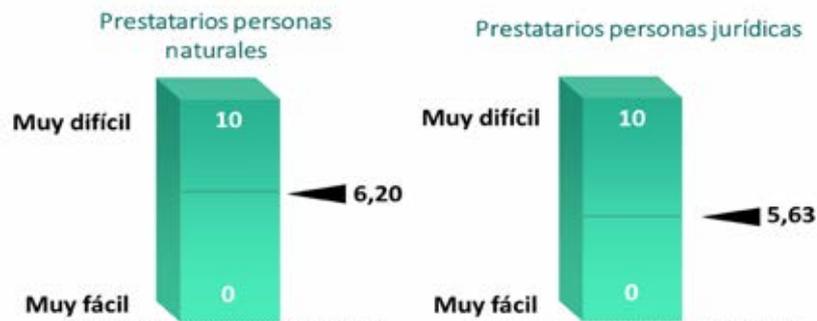
Por su parte, un 41% de los prestatarios que corresponden a personas jurídicas (empresas) señalaron que “las entidades piden muchos requisitos” como el principal aspecto que hace más difícil la obtención del crédito. Otros motivos que dificultan la obtención de un crédito son las “tasas de interés muy elevadas” (20%), el excesivo tiempo que dura el trámite (18%), “la presentación de garantías” (13%) y que las condiciones ofrecidas por las EIF no se adecúan a las necesidades de las empresas (7%) (Gráfica 31).

**Gráfica 31 Aspectos que dificultan el acceso al crédito según prestatarios personas jurídicas**



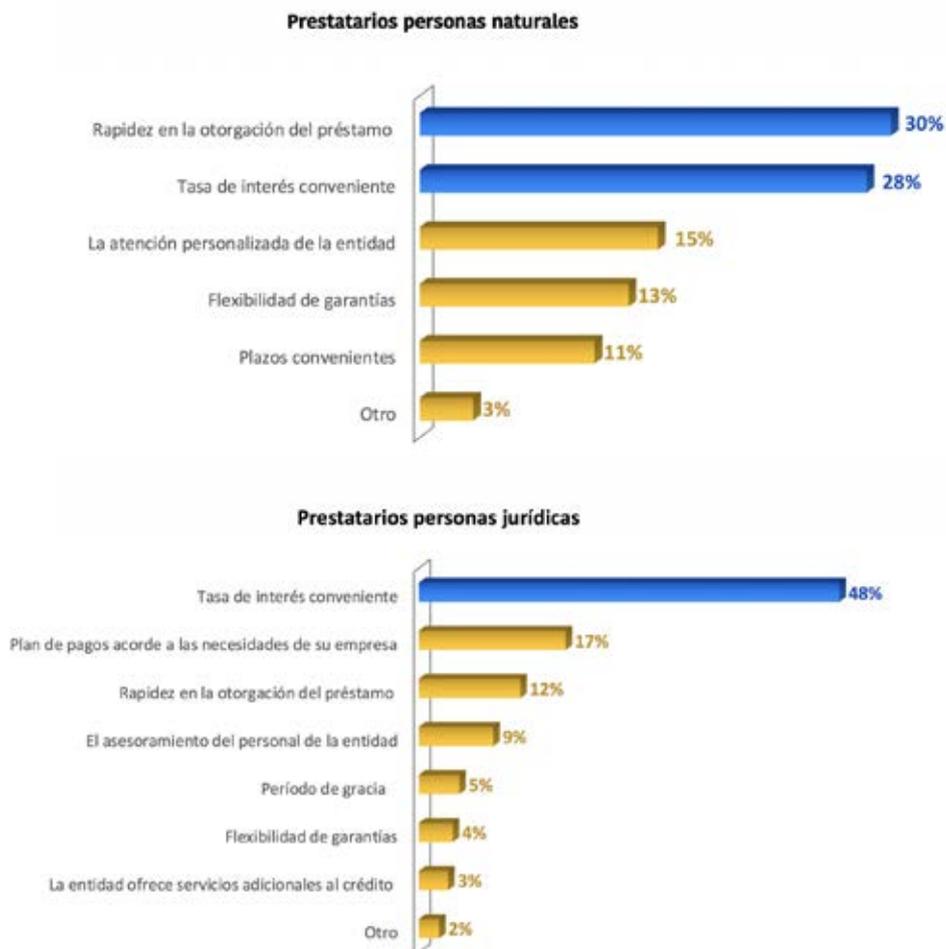
La Gráfica 32 muestra el grado de dificultad que perciben los prestatarios (personas naturales y jurídicas) en la obtención de un crédito; las personas naturales consideran tener una mayor dificultad que las empresas para obtener un crédito. Para esta estimación, se utilizó una calificación de escala entre 0 y 10, donde cero indica que es “muy fácil” acceder a un crédito, en tanto que 10 representa la mayor dificultad posible.

**Gráfica 32 Grado de dificultad para obtener un crédito**



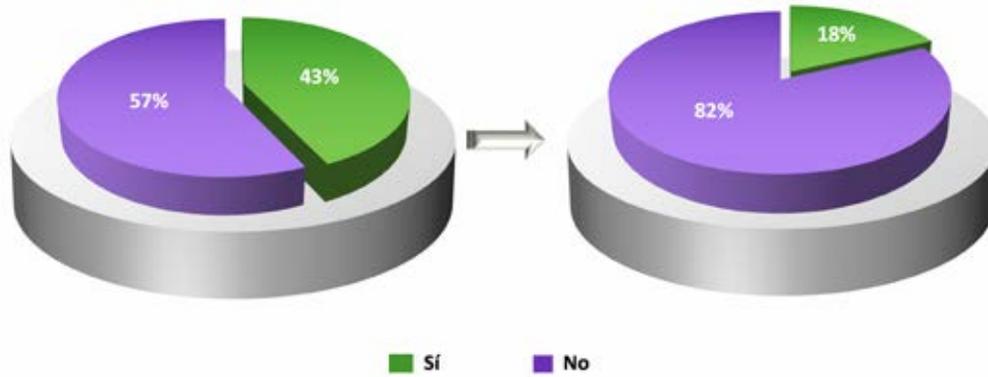
Asimismo, los prestatarios personas naturales señalaron que la rapidez en la otorgación del préstamo y la “tasa de interés conveniente” son los dos aspectos más valorados después de haber obtenido el crédito. En tanto que, lo más valorado para las personas jurídicas es la conveniencia de la tasa de interés (Gráfica 33).

**Gráfica 33 Factores más valorados después de obtener un crédito**



También, se consultó a los prestatarios personas naturales sobre el conocimiento de lo que es un cliente con pleno y oportuno cumplimiento de pago y si es que ha recibido algún beneficio por ser cliente CPOP. La Gráfica 34 muestra que solo el 43% de los encuestados sabe qué es un cliente CPOP y que el 18% recibió algún beneficio.

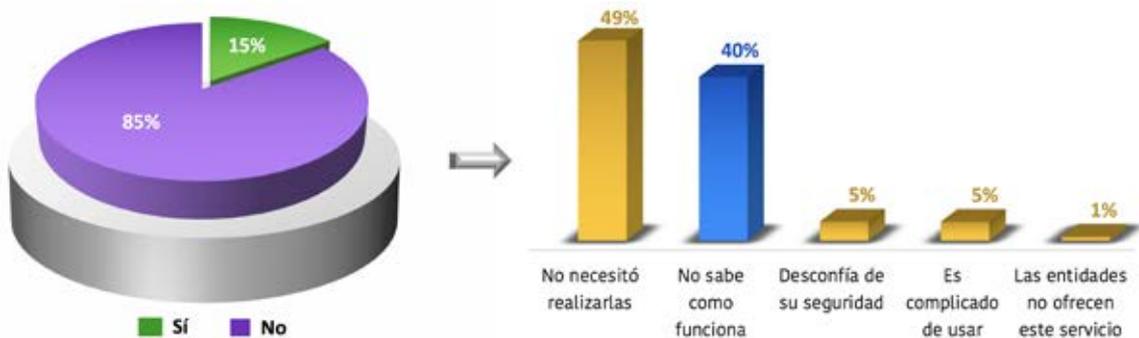
**Gráfica 34 Proporción de encuestados que conoce que es un cliente CPOP y porcentaje que recibió algún beneficio**



### 3.5.4 Transacciones a través de banca por internet

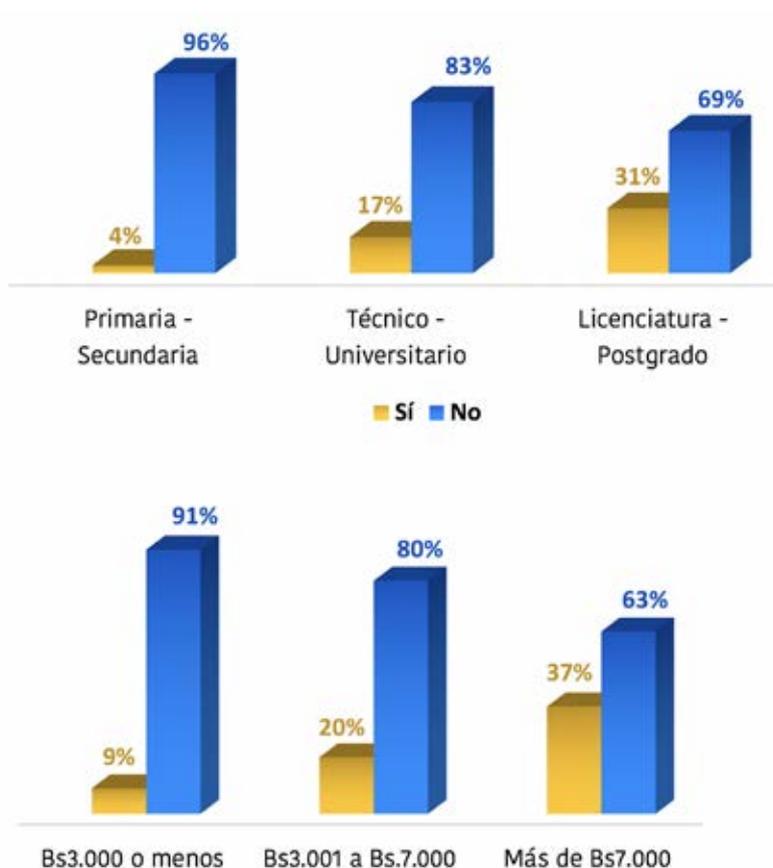
El 85% de los consumidores financieros no realizó transacciones electrónicas en la gestión 2019; de este grupo, el 40% desconoce el funcionamiento de las mismas, en tanto que un 5% indica que desconfía de la seguridad y otro 5% considera que el sistema es complicado de usar. Por otra parte, un 49% de CF no necesitó realizar transacciones a través de banca por internet (Gráfica 35).

**Gráfica 35 Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones a través de banca por internet y principales razones por las que no realizaron**



La realización de transacciones electrónicas mediante banca por 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 fue de 4%; incrementándose al 31% en aquellos que alcanzaron un nivel educativo de licenciatura o postgrado. Respecto al nivel de ingresos, solamente el 9% de los CF que tienen un nivel de ingresos menor a Bs3.000 utiliza este servicio, mientras que esta proporción se incrementa a 37% para aquellos que logran un nivel de ingresos mayor a Bs7.000 (Gráfica 36).

**Gráfica 36 Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones financieras mediante banca por internet por nivel educativo e ingreso**



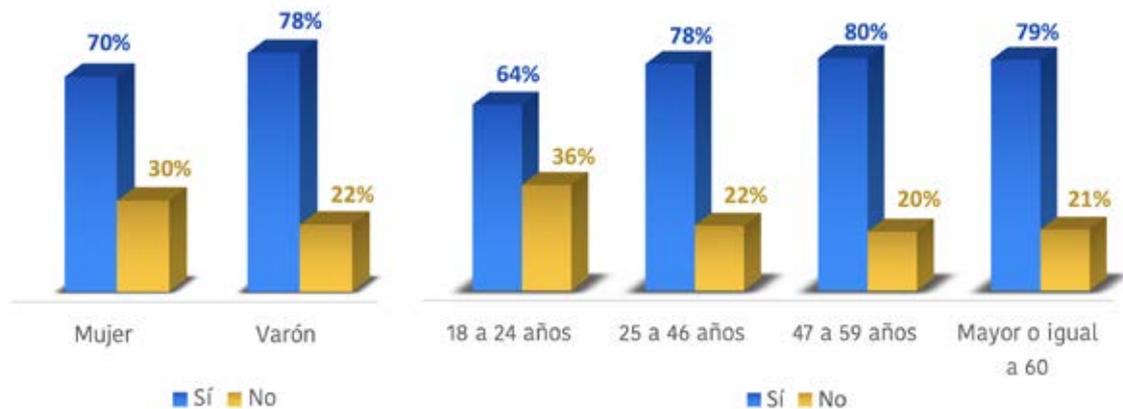
La Gráfica 37 muestra que el 75% de los encuestados de la encuesta en línea “sobre transacciones a través de banca por internet” utilizó el servicio durante el año 2019. Del 25% de CF que no usaron el servicio, el 39% desconoce el funcionamiento del mismo, un 20% desconfía de la seguridad y un 15% considera que la banca por internet es complicada de usar.

**Gráfica 37 Proporción de encuestados que tienen habilitado el servicio de banca por internet y principales razones por las que no lo utilizaron**



De los participantes de la encuesta en línea “sobre transacciones a través de banca por internet”, el 70% de las mujeres y 78% de los varones utilizó el servicio en la presente gestión. Asimismo, por grupo etario destaca que alrededor del 80% de los encuestados de todos los segmentos, a excepción de los más jóvenes (64%), usaron el servicio durante el año 2019 (Gráfica 38).

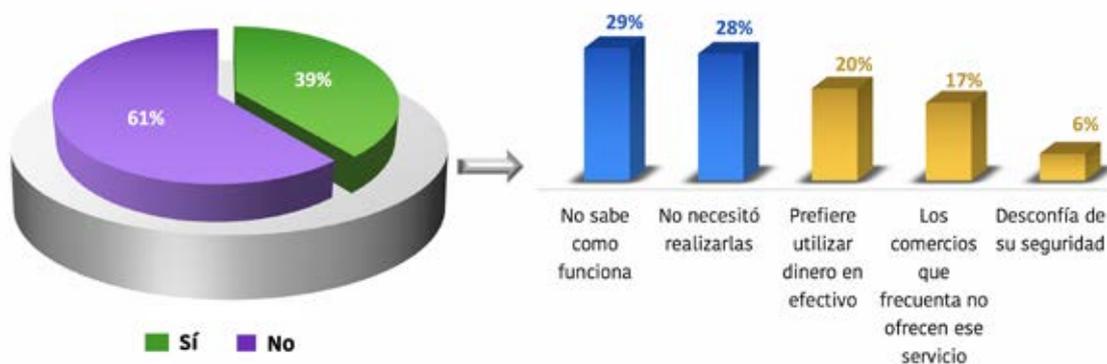
**Gráfica 38 Proporción de encuestados que tiene habilitado el servicio de banca por internet y lo utiliza, desagregado por género y edad**



### 3.5.5 Pagos con tarjetas de débito o crédito

El 61% de los consumidores financieros no realizó pagos con tarjetas de débito o crédito. De este conjunto, el 57% no sabe cómo funcionan o no necesitó utilizarlas, lo cual sugiere mantener los esfuerzos para promover el uso generalizado de estos instrumentos electrónicos de pago (Gráfica 39).

**Gráfica 39 Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con su tarjeta de débito o crédito**



Asimismo, existe una correlación positiva entre el nivel educativo y los ingresos, con los pagos realizados con tarjetas. El 56% de los consumidores financieros con un nivel de educación de licenciatura o postgrado manifestaron haber utilizado sus tarjetas para realizar compras o pagar servicios. El 63% de los CF con ingresos mensuales mayores a Bs7.000 usan tarjetas para estos mismos fines (Gráfica 40).

**Gráfica 40 Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con tarjeta de débito o crédito por ingreso y nivel educativo**



### 3.5.6 Centro de llamadas

Según lo expresado por los CF, el 81% de los consumidores financieros no utilizó el centro de llamadas de ninguna EIF en la gestión 2019. Si bien de este grupo, el 58% de los CF no necesitó el servicio, un 37% desconoce la atención a través del centro de llamadas (Gráfica 41).

**Gráfica 41 Proporción de consumidores financieros que no utilizaron el centro de llamadas y sus principales razones**



### 3.5.7 Necesidades a partir de la evaluación de las afirmaciones que requerían una calificación

De todas las afirmaciones que requerían ser evaluadas en la encuesta “presencial a los consumidores financieros” (con una nota entre el 0 y 10), las calificaciones más bajas se relacionaron con tiempos de espera y cantidad de personal en cajas y plataforma para la atención del público:

- P.2.6: En las oficinas de esta entidad financiera hay suficiente personal en cajas y plataforma para la atención del público (7,23);
- P.8.4: En esta entidad financiera le informan sobre servicios que le permiten reducir el tiempo de espera en sus oficinas o incluso prescindir de ir a ellas (7,29);
- P.8.1: Espera poco tiempo para ser atendido en las cajas de esta entidad financiera (7,44).

**Gráfica 42 Calificación a las afirmaciones con escala de 0 a 10 de la encuesta presencial a los consumidores financieros <sup>8</sup>**



La Gráfica 43 compara las tres preguntas con menor calificación por urbanidad, en todos los casos la calificación de los CF que viven en ciudades intermedias es la más baja seguida de la valoración de los consumidores financieros que residen en ciudades mayores. Asimismo, los encuestados en las ciudades capitales perciben que hay mayor cantidad de personal asignado en cajas y plataforma para atención del público que en las demás localidades (P.2.6), al igual que, una mejor información sobre los servicios que permiten reducir el tiempo de espera en oficinas de la EIF (P.8.4). En los municipios rurales, es donde menos tiempo se espera para ser atendido en las cajas de una entidad financiera (P.8.1). En este marco, se debe profundizar los esfuerzos para brindar una atención más eficiente a los CF.

**Gráfica 43 Afirmaciones que recibieron la menor calificación según urbanidad**



<sup>8</sup> Las preguntas mejor valoradas se describen a continuación:

Pregunta 2.12 La iluminación y limpieza de esta entidad financiera son de su agrado.

Pregunta 8.7 Si tiene que realizar transacciones de montos elevados de dinero, es mejor utilizar una entidad financiera.

Pregunta 8.9 Esta entidad financiera brinda buen trato a adultos mayores, mujeres embarazadas y personas con discapacidad.



# 4

## CONCLUSIONES



## 4. CONCLUSIONES

El índice de satisfacción alcanzado en la gestión 2019 fue de 8,22 (sobre un máximo de 10), el valor más alto desde que se lleva adelante la ENSF. La encuesta identificó, en relación al nivel de satisfacción, que la variable que explica la mayor parte de la satisfacción es la calidad y calidez (54%), seguida del acceso a los servicios financieros (36%) y el beneficio percibido por el consumidor financiero (10%).

La calificación de consumidores financieros varones entrevistados en bancos múltiples que viven en ciudades capitales e intermedias de los departamentos de La Paz y Cochabamba, y que tienen un nivel educativo universitario se incrementó significativamente respecto de 2018. Por género, las mujeres otorgaron una mayor calificación promedio (8,29) que los varones (8,15). Por grupo etario, los consumidores financieros entre las edades comprendidas entre los 25 y 46 años otorgaron la menor calificación (8,14). Por departamento, los consumidores financieros de Tarija reportaron el mayor grado de satisfacción (8,52) y los de Pando el menor (7,80). Por nivel educativo, los consumidores financieros que alcanzaron un nivel máximo de educación secundaria asignaron la mayor calificación (8,36) y los que tienen postgrado la calificación más baja (7,95). Por tipo de entidad, las cooperativas de ahorro y crédito abiertas recibieron la calificación promedio más alta (8,43), seguida de las entidades financieras de vivienda (8,32), los bancos PYME (8,32), los bancos múltiples (8,20) e instituciones financieras de desarrollo (8,17).

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. La valoración de la prestación de servicios con calidad y calidez tuvo un peso relativo de 33%; la optimización de tiempos y costos 23%; la facilidad en el acceso a los servicios financieros 20%; la percepción sobre la continuidad de los servicios ponderó 17%; y, finalmente, la información brindada por las EIF para el uso de los servicios financieros con eficiencia y seguridad 7%.

El índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social en 2019 fue de 7,94 (sobre un máximo de 10), siendo el valor más alto desde la implementación de las ENSF en 2015. La calificación dada por las mujeres (7,99), en promedio, fue superior a la de los varones (7,90). Solo el grupo etario comprendido entre 25 a 46 años calificó en promedio un valor por debajo del IPCFS (7,87); mientras que los adultos mayores otorgaron la mejor calificación (8,09). Santa Cruz fue el departamento con el mayor índice (8,26), en contraposición a Potosí que dio la nota más baja (7,49). Por tipo de entidad, las cooperativas de ahorro y crédito abiertas presentaron un mayor IPCFS (8,21).

Considerando la información de los clientes que respondieron a la encuesta en línea sobre transacciones a través de banca por internet, el índice de satisfacción del servicio fue de 8,21 (sobre un máximo de 10), 0,41 más alto que el valor de 2018 (7,80). Por género, las mujeres otorgaron una mayor calificación promedio (8,24) que los varones (8,20). Por grupo etario, los consumidores financieros entre las edades comprendidas entre los 25 y 46 años otorgaron la menor calificación (8,18). Por departamento, los consumidores financieros de Beni reportaron la mayor satisfacción (8,65) y los de Pando la menor (7,71). Por nivel educativo, los consumidores financieros que alcanzaron un nivel máximo de educación secundaria asignaron la mayor calificación (8,72) y los que no tienen ningún nivel educativo la calificación más baja (6,79).

Por primera vez, este año se calculó el índice de expectativas del sector financiero que permite conocer las perspectivas de los consumidores financieros sobre la evolución futura del sistema financiero. Este año, el IESF alcanzó los 130 puntos y el ISE logró 123 puntos (ambos sobre un máximo de 200). Por departamento, los consumidores financieros de Beni reportaron el mayor IESF (138) y los de Pando el menor valor (116). Para el ISE los consumidores financieros de La Paz

otorgaron la mayor calificación (133) y los de Pando asignaron el menor puntaje (106). Los índices obtenidos muestran que los consumidores financieros tienen expectativas favorables sobre el comportamiento del sistema financiero y la economía en su conjunto.

En cuanto a las necesidades en materia financiera, 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. 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 las importantes mejoras experimentadas en los últimos años, la intensidad de uso todavía se encuentra en niveles relativamente bajos, especialmente en sectores de la población cuyo nivel educativo no es alto. En este marco, los consumidores financieros requieren mayor continuidad en los servicios que brindan los cajeros automáticos.

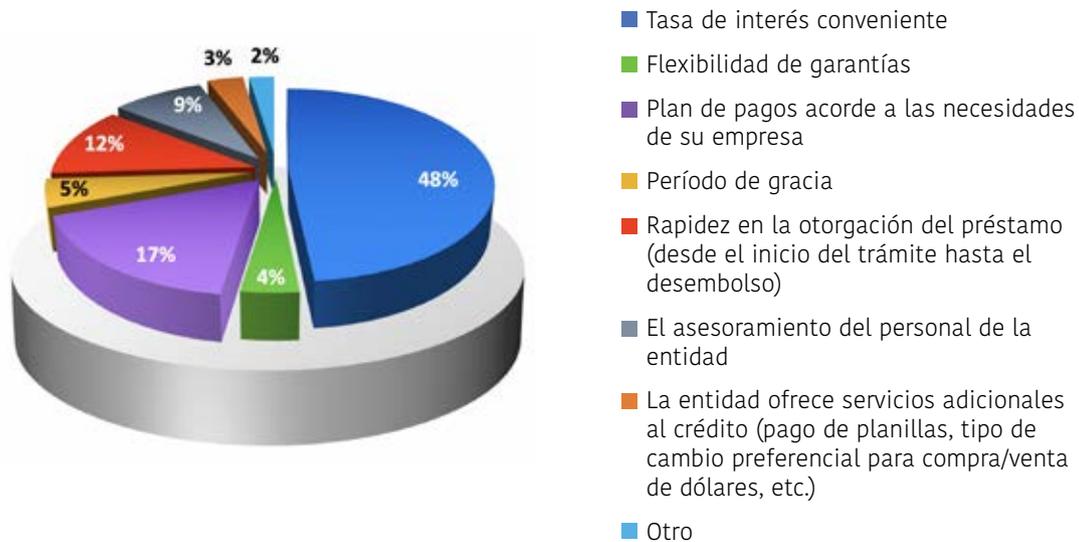
Por otra parte, el desconocimiento de las características y beneficios que reciben los clientes con pleno y oportuno cumplimiento de pago (CPOP) requiere la atención de las entidades de intermediación financiera mediante campañas de educación financiera. Adicionalmente, los prestatarios (personas naturales y empresas) sugieren que los trámites para solicitudes de créditos deberían ser más simples y ágiles. Finalmente, se destaca que los consumidores financieros requieren una reducción en los tiempos de espera en las oficinas de las entidades, tanto en cajas como en plataforma de atención.

## ANEXO. TABULACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS

### A.1. Cuestionario de la encuesta en línea a prestatarios (empresas)

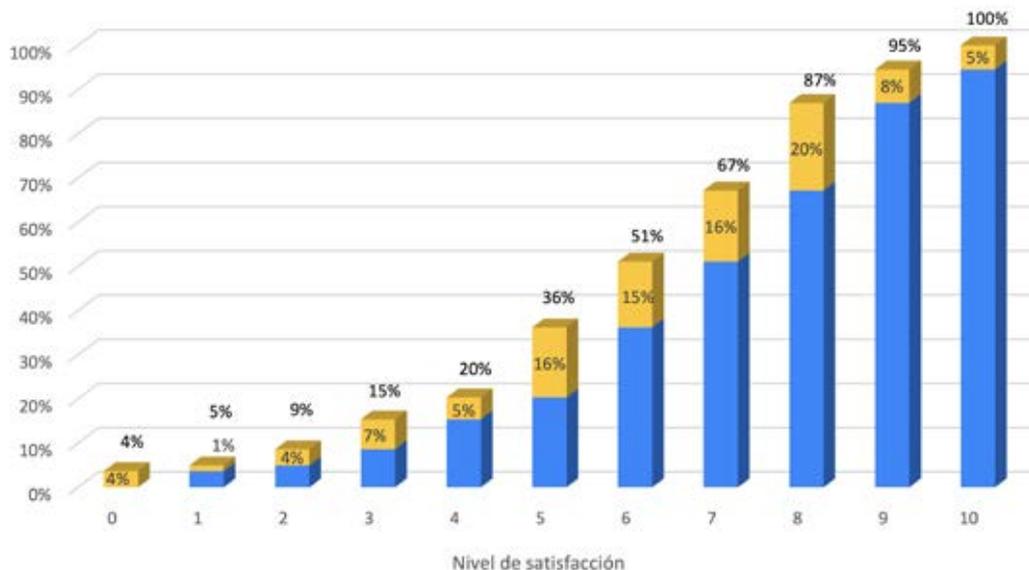
#### Sección 1: Créditos

**Pregunta 1.1** Después de haber obtenido el crédito de la entidad en la que tiene mayor endeudamiento, ¿cuál de las siguientes condiciones es la que más valora?

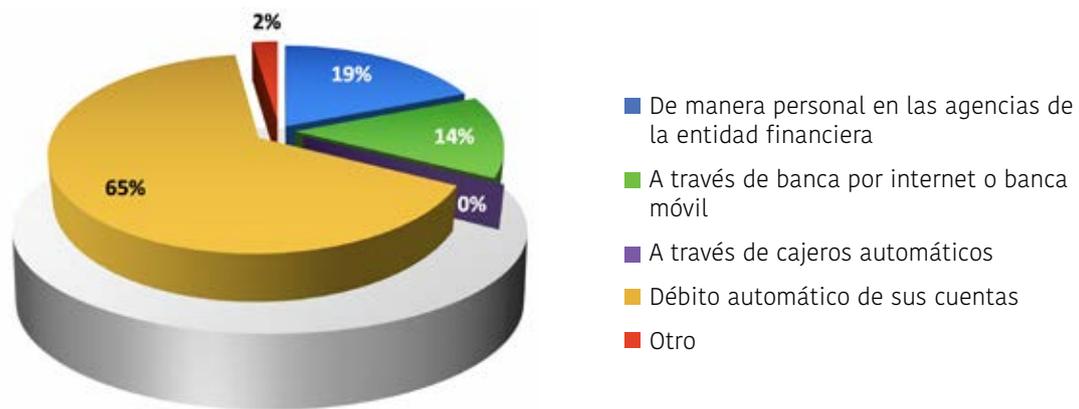


Casi la mitad de las empresas encuestadas (48%) indicaron que la tasa de interés conveniente es lo más valorado una vez obtenido el crédito. La segunda condición más valorada es el plan de pagos acorde a las necesidades de las empresas (17%). En tercer lugar, se encuentra la rapidez en la otorgación del crédito.

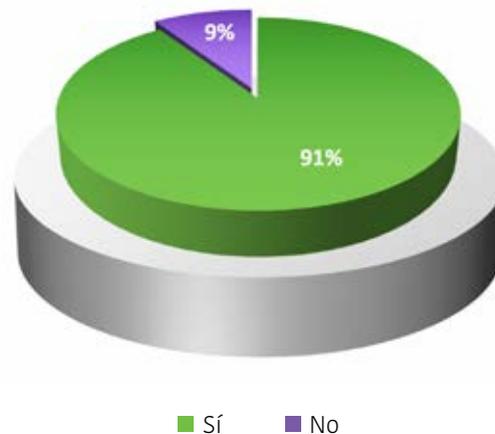
**Pregunta 1.2** Cuán satisfecho está con la tasa de interés de este crédito



Considerando que una nota igual a 10 indica que la empresa 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 de la empresa. Así, el 64% de encuestados mostró algún grado de satisfacción con la tasa de interés del crédito obtenido (calificaciones mayores o iguales a seis).

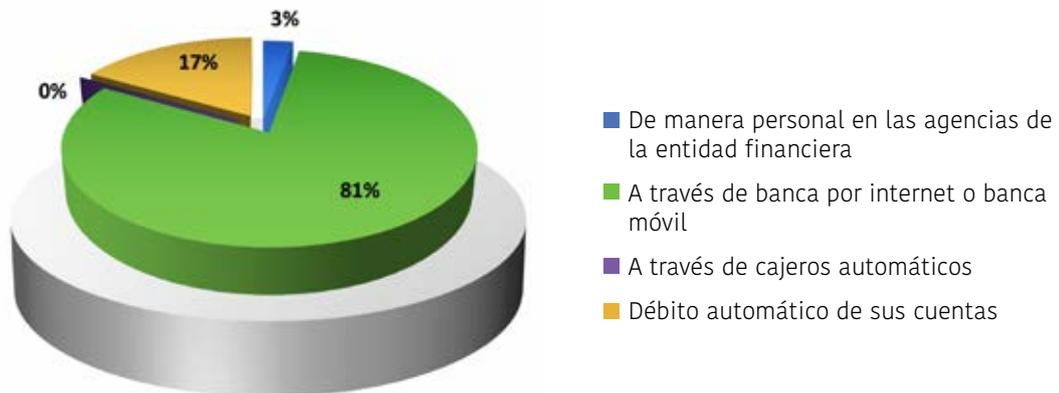
**Pregunta 1.3 ¿Cuál es la forma en la que habitualmente paga sus créditos?**

El 65% de las empresas encuestadas paga sus créditos mediante débito automático de sus cuentas. Un 19% lo hace de forma presencial en las agencias de las entidades de intermediación financiera, en tanto que un 14% lo realiza mediante banca por internet o banca móvil. Por otro lado, ninguna empresa realiza el pago de sus créditos a través de cajeros automáticos.

**Pregunta 1.4 ¿Usted considera que el medio por el que habitualmente paga sus créditos es el más simple y se adecúa a sus necesidades?**

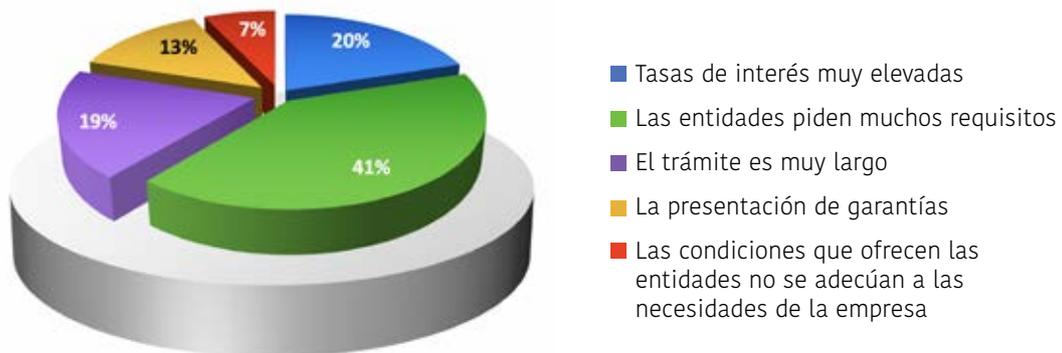
El 91% de encuestados cree que la forma en la que habitualmente paga sus créditos es la más simple y adecuada.

**Pregunta 1.5 ¿Cuál medio considera usted que es la forma más simple para pagar sus créditos?**

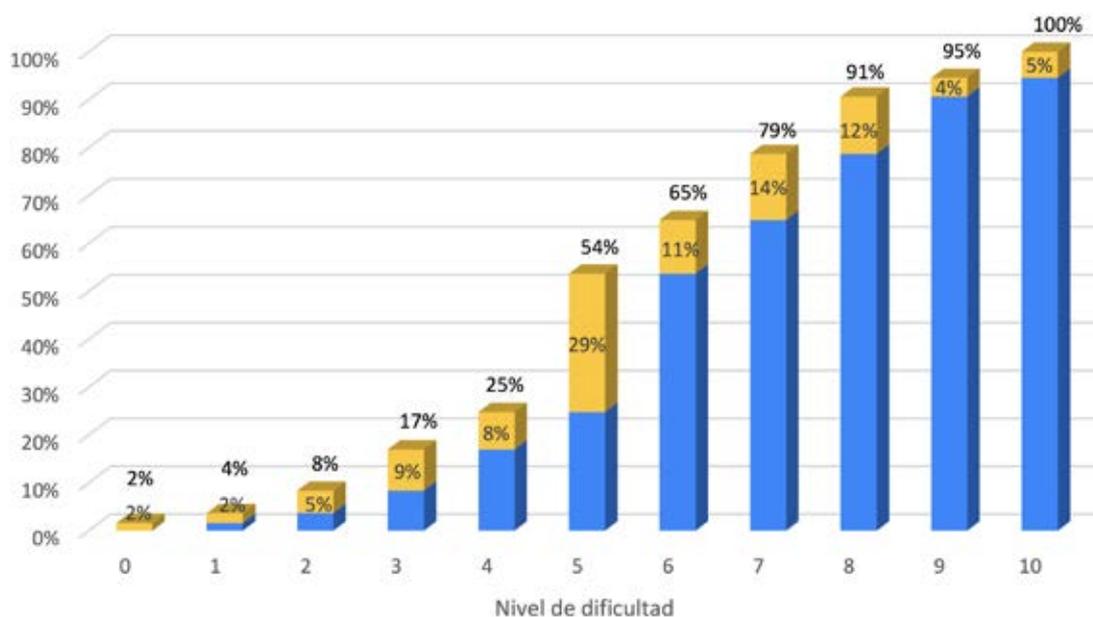


Del 9% de empresas que indicó que la forma de pago de créditos no es la más simple y adecuada, el 81% considera que la mejor forma de pago es a través de banca por internet o banca móvil. Un 17% cree que es mediante débito automático de sus cuentas y solamente un 3% de forma presencial en la EIF. Asimismo, ninguna empresa cree que la mejor opción de pago de créditos es a través de cajeros automáticos.

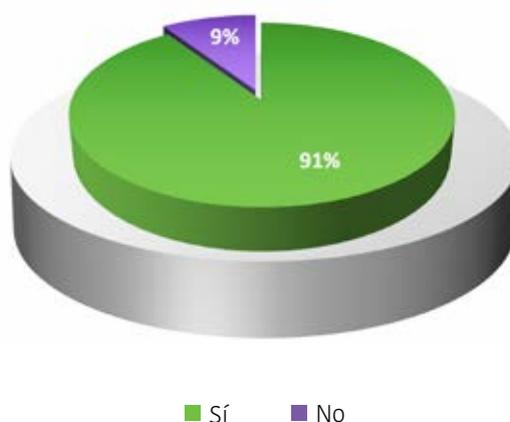
**Pregunta 1.6 ¿Cuál de los siguientes aspectos considera que hace más difícil la obtención de un crédito para una empresa?**



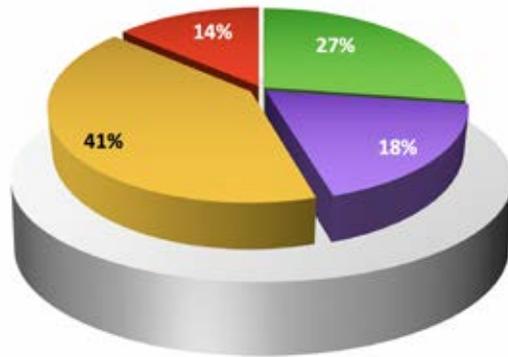
Las empresas encuestadas consideran que el aspecto más difícil a la hora de obtener un crédito es la excesiva cantidad de requisitos que piden las entidades (41%). Asimismo, un 20% considera que las tasas de interés son muy elevadas y un 19% cree que el trámite es muy largo.

**Pregunta 1.7 Califique la dificultad para obtener un crédito para su empresa.**

Considerando que una nota igual a 10 indica el mayor nivel de dificultad para obtener un crédito, una calificación de 0 la inexistencia de dificultades y una nota de cinco sobre 10 es equivalente a una calificación neutral por parte de la empresa. El 46% de las empresas encuestadas considera algún grado de dificultad para la obtención de un crédito (calificaciones mayores a cinco).

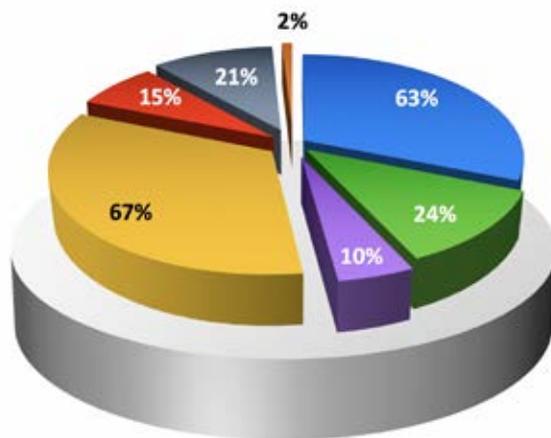
**Pregunta 1.8 ¿El plan de pagos del último crédito obtenido está adecuado a las características de su empresa?**

El 91% de empresas encuestadas indicó que el plan de pagos de su último crédito está adecuado a las características de la empresa.

**Pregunta 1.9 ¿Por qué el plan de pagos no está adecuado a las características de su negocio?**

- La entidad no reconoció todas las particularidades de mi empresa
- El personal de la entidad no conoce las condiciones de mi empresa lo suficiente
- Los ingresos de mi negocio son muy variables
- Otro

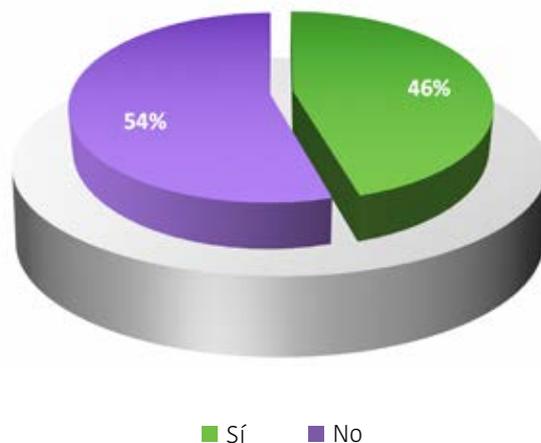
Del 9% que señaló que el plan de pagos no se ajustó a las características de la empresa, el 41% indicó que no se lo realizó debido a que los ingresos del negocio son muy variables.

**Pregunta 1.10 En la otorgación de crédito, ¿cuáles de los siguientes aspectos considera que deberían ser mejorados o implementados?**

- Simplificación/agilización del trámite de la solicitud del crédito
- Ampliación de las garantías aceptadas
- Atención más personalizada
- Simplificación de trámites cuando ya es cliente de la entidad
- Mayor transparencia en las condiciones que ofrecen las entidades en sus contratos
- Mayor información y facilidades para acceder al leasing financiero
- Otro

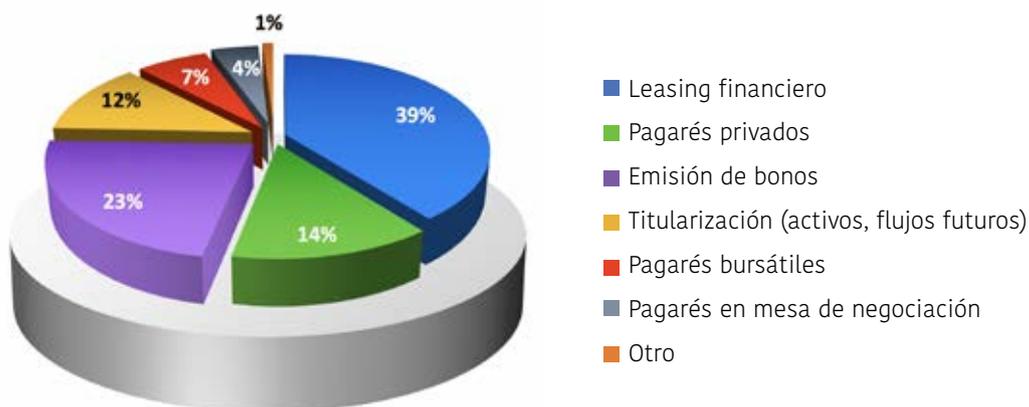
La mayor parte de empresas encuestadas, considera que el principal aspecto que debería ser mejorado o implementado es la simplificación y agilización de los trámites de la solicitud del crédito; más aún si la empresa ya es cliente de la entidad.

**Pregunta 1.11 Además del financiamiento que obtuvo su empresa por parte de las entidades de intermediación financiera, ¿usted conoce otras alternativas de financiamiento como ser leasing financiero, pagarés, bonos, etc.?**



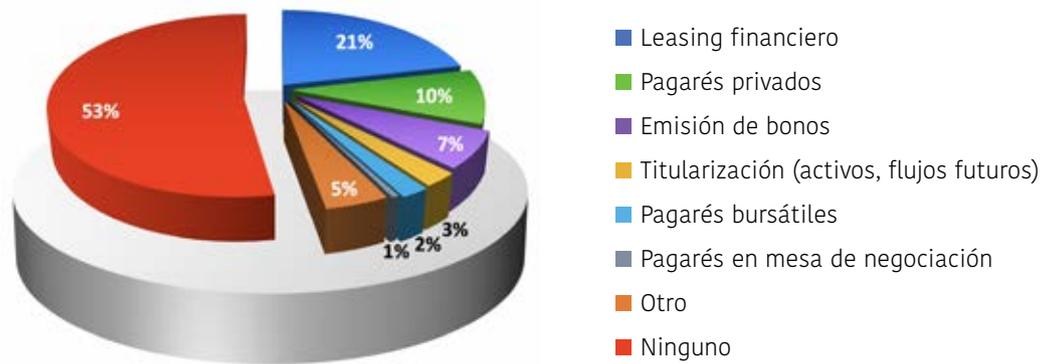
Casi la mitad de las empresas encuestadas (46%) conoce otras alternativas de financiamiento.

**Pregunta 1.12 Específicamente, ¿cuáles de los siguientes instrumentos financieros conoce?**



El instrumento financiero más conocido es el leasing financiero (39% de las empresas encuestadas lo conocen), el segundo más conocido son los bonos (23%) y en tercer lugar los pagarés privados (14%).

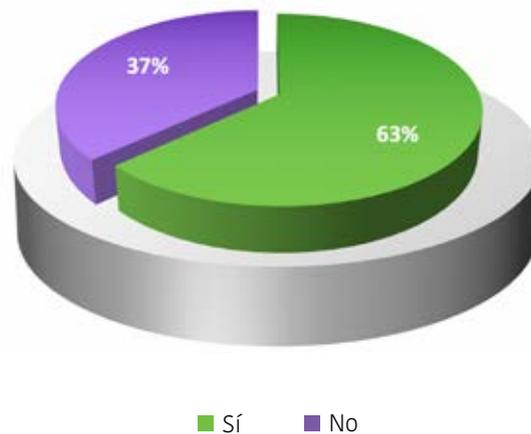
**Pregunta 1.13 ¿Su empresa obtiene (u obtuvo) financiamiento a través de los siguientes instrumentos financieros?**



Si bien 46% de empresas encuestadas conocen otros instrumentos financieros de endeudamiento diferente al crédito, el 53% no se financia con ellos. El leasing financiero es el instrumento más utilizado por las empresas encuestadas (21%), seguido por los pagarés privados (10%).

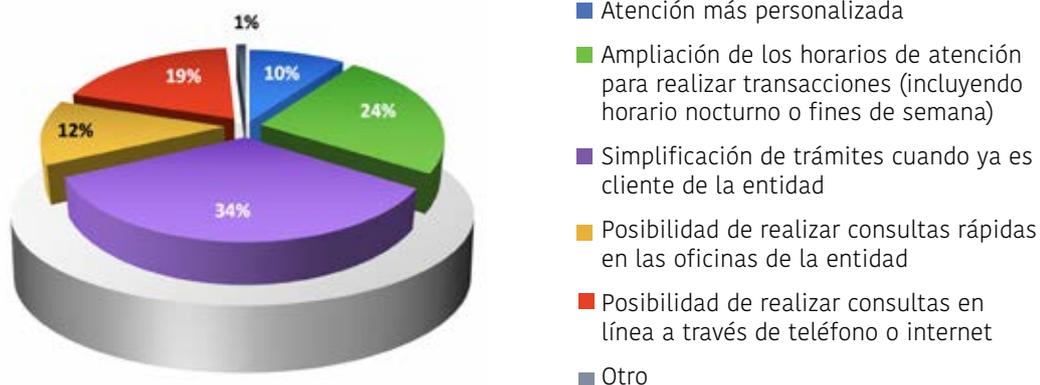
## Sección 2: Servicios generales

**Pregunta 2.1 ¿Utiliza otros servicios financieros de la entidad financiera con la que tiene su mayor endeudamiento?**



El 63% de las empresas encuestadas utiliza otros servicios financieros de la entidad aparte del crédito obtenido.

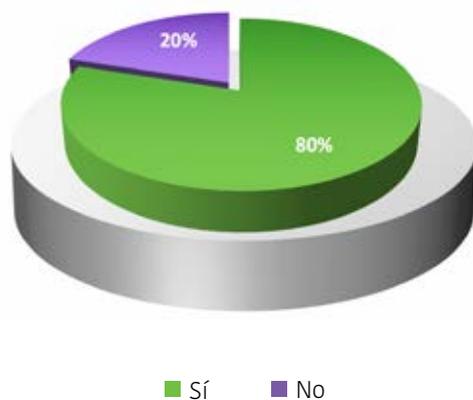
**Pregunta 2.2 ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera que deberían ser mejorados o implementados?**



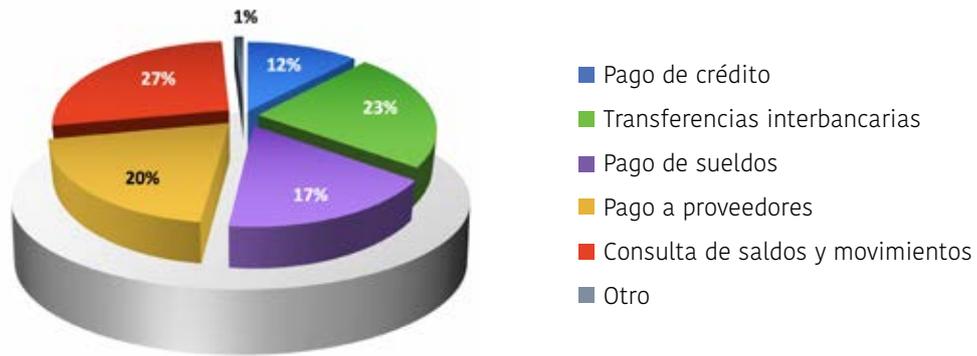
Del grupo que utiliza otros servicios (63%), el 34% indica que los trámites de los clientes de la entidad deberían ser simplificados. Asimismo, el 24% considera que deberían ampliarse los horarios de atención de las EIF para la realización de transacciones.

**Sección 3: Utilización banca por internet**

**Pregunta 3.1 ¿Su empresa utiliza los servicios de banca por internet con frecuencia?**



El 80% de empresas encuestadas utiliza frecuentemente los servicios de banca por internet.

**Pregunta 3.2 ¿Cuáles son los servicios de banca por internet que más utiliza su empresa?**

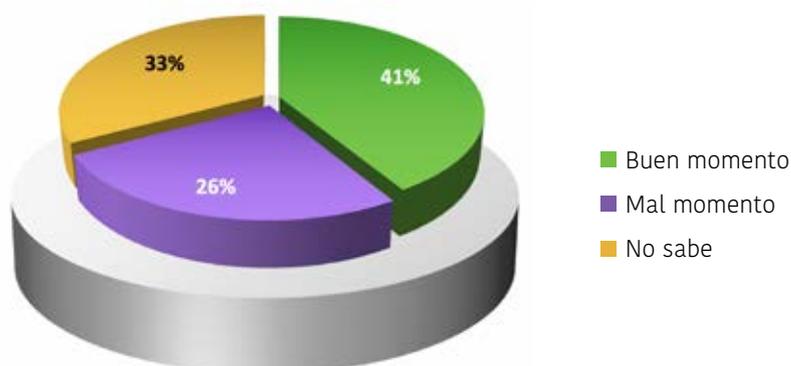
Las empresas que utilizan banca por internet consultan saldos y movimientos (27%), realizan transferencias interbancarias (23%), ejecutan pagos a proveedores (20%), pagan sueldos (17%) y créditos (12%).

**Pregunta 3.3 ¿Por qué no realizó transacciones por internet?**

Del 20% de empresas que señaló que no realizó transacciones a través de banca por internet, el principal motivo es la falta de confianza en la seguridad del servicio (36%). Por otra parte, el 33% de empresas indicó que no necesitó utilizar el servicio.

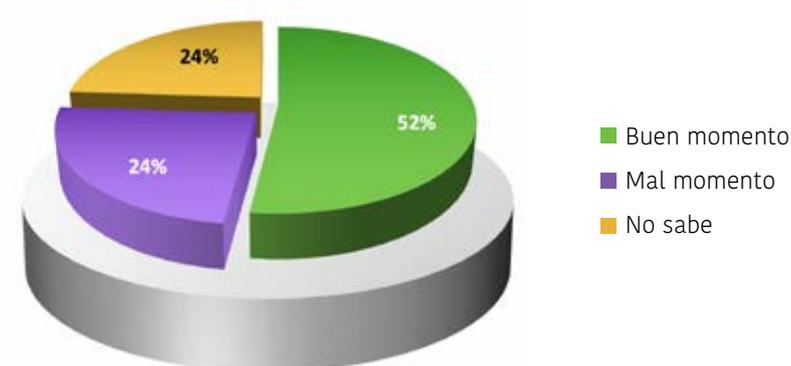
## Sección 4: Percepciones del sistema financiero

### Pregunta 4.1 ¿Usted cree que ahora es un buen o mal momento para solicitar un crédito?



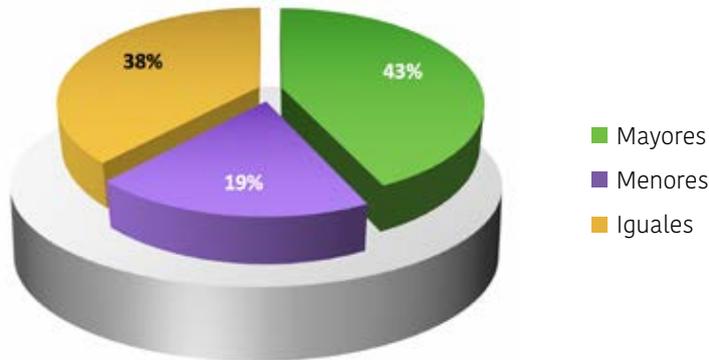
Con relación a las percepciones del sistema financiero, el 41% de empresas cree que actualmente es un buen momento para solicitar un crédito. En tanto que, un 26% considera que es un mal momento, y un 33% no emitió una posición definida sobre este tema.

### Pregunta 4.2 ¿Usted cree que ahora es un buen o mal momento para ahorrar?



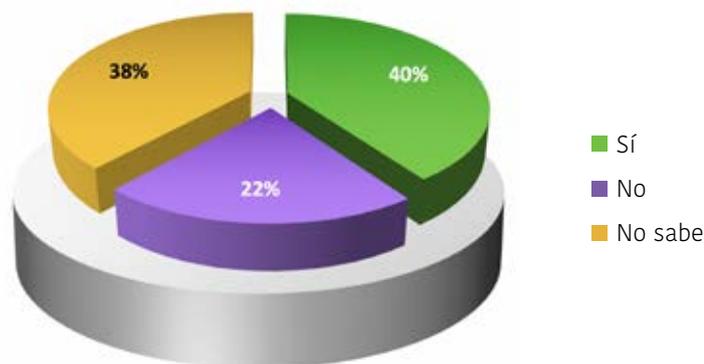
Más de la mitad de empresas encuestadas considera que ahora es un buen momento para ahorrar; un 24% tiene la perspectiva opuesta e indica que es un mal momento para ahorrar. Asimismo, el restante 24% no sabe si es un buen o mal momento para ahorrar.

**Pregunta 4.3** *Analizando la capacidad de generar flujos de su empresa, ¿usted cree que de aquí a un año sus ingresos serán mayores, menores o iguales a los de ahora?*



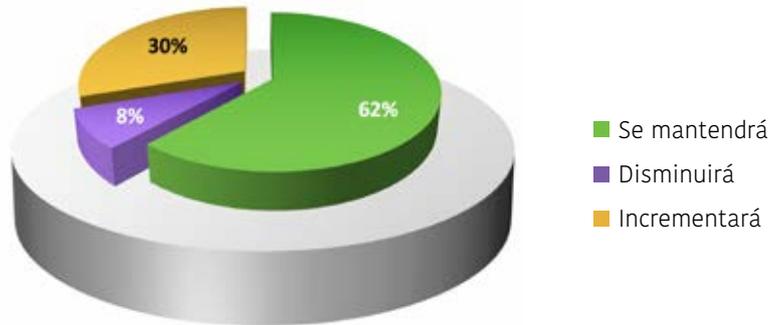
El 81% de empresas encuestadas cree que de aquí a un año sus ingresos serán iguales o mayores, 38% y 43% respectivamente. Solamente el 19% tiene la expectativa que los ingresos de su empresa disminuirán en un año.

**Pregunta 4.4** *En los próximos tres años, ¿usted piensa que las empresas continuarán accediendo a créditos y pagándolos sin inconvenientes?*



A mediano plazo, el 40% de los encuestados piensa que las empresas continuarán accediendo a créditos y pagándolos sin problemas; un 22% cree que esta situación ya no se mantendrá y el restante 38% no tiene una posición definida al respecto.

**Pregunta 4.5** Considerando la tasa de interés que se cobra por un crédito, ¿usted cree que en los próximos 12 meses esta tasa se mantendrá, disminuirá o incrementará?

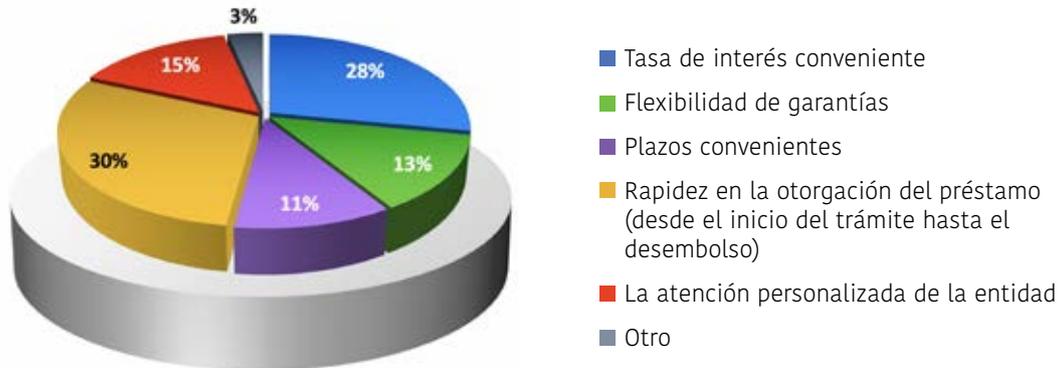


La mayoría de empresas encuestadas (62%) tiene la expectativa que en los próximos 12 meses la tasa de interés de los créditos se mantendrá, un 30% cree que esta tasa se incrementará y el restante 8% considera que la misma disminuirá.

## A.2. Cuestionario de la encuesta en línea a prestatarios (personas naturales)

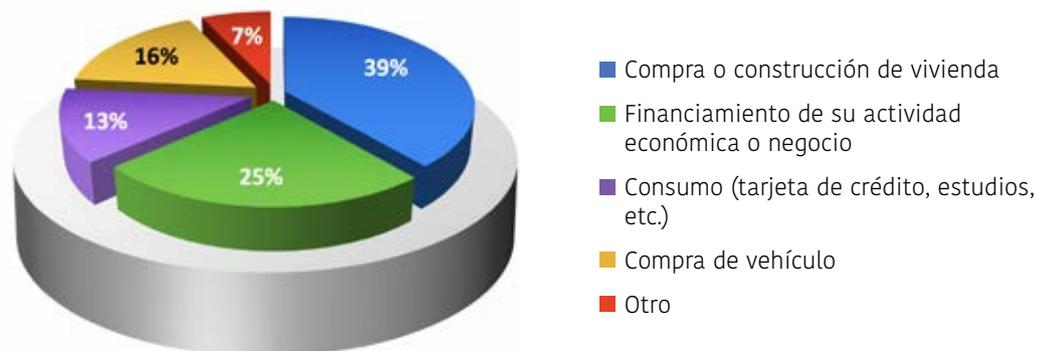
### Sección 1: Créditos

**Pregunta 1.1** Después de haber obtenido su último crédito, ¿cuál de las siguientes condiciones es la que más valora?



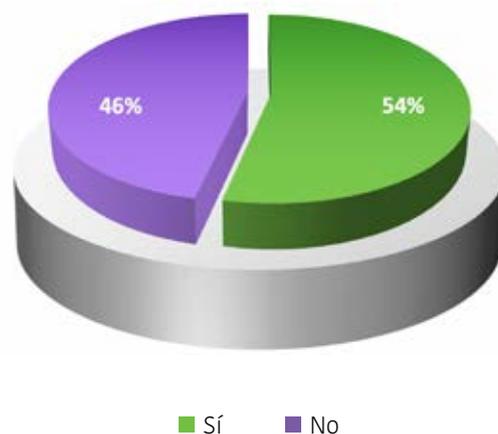
Una vez obtenido el crédito, las dos condiciones más valoradas por parte de los prestatarios (personas naturales) son la rapidez en la otorgación del mismo (30%) y la conveniencia de la tasa de interés (28%).

**Pregunta 1.2** ¿A qué tipo de crédito corresponde su último préstamo?



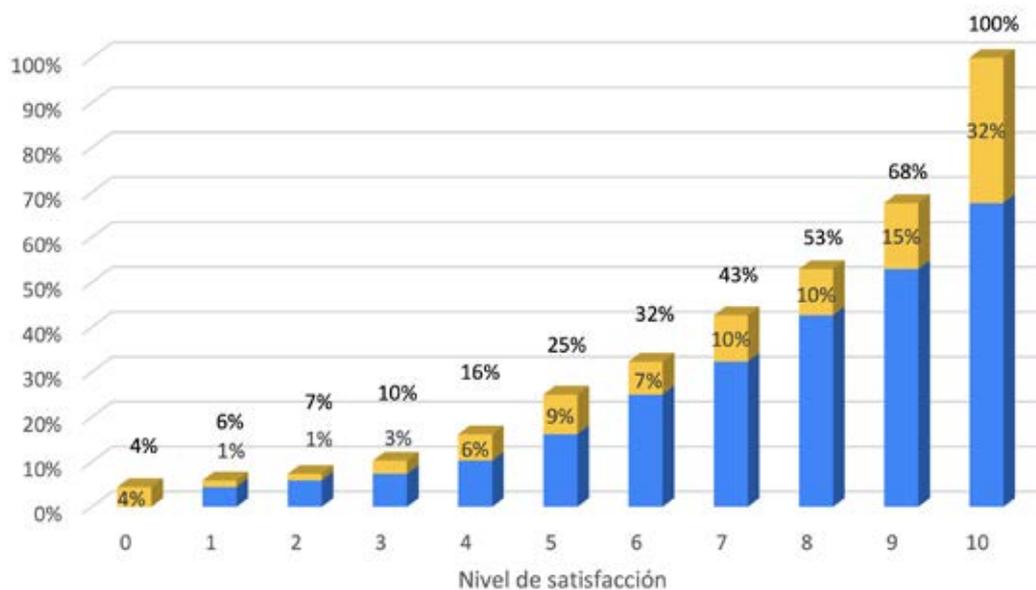
Los dos principales tipos de crédito que reportaron los prestatarios fueron el de vivienda (para compra o construcción (39%)) y para financiamiento de su actividad económica o negocio (25%).

**Pregunta 1.3 ¿Su último crédito corresponde a vivienda de interés social?**



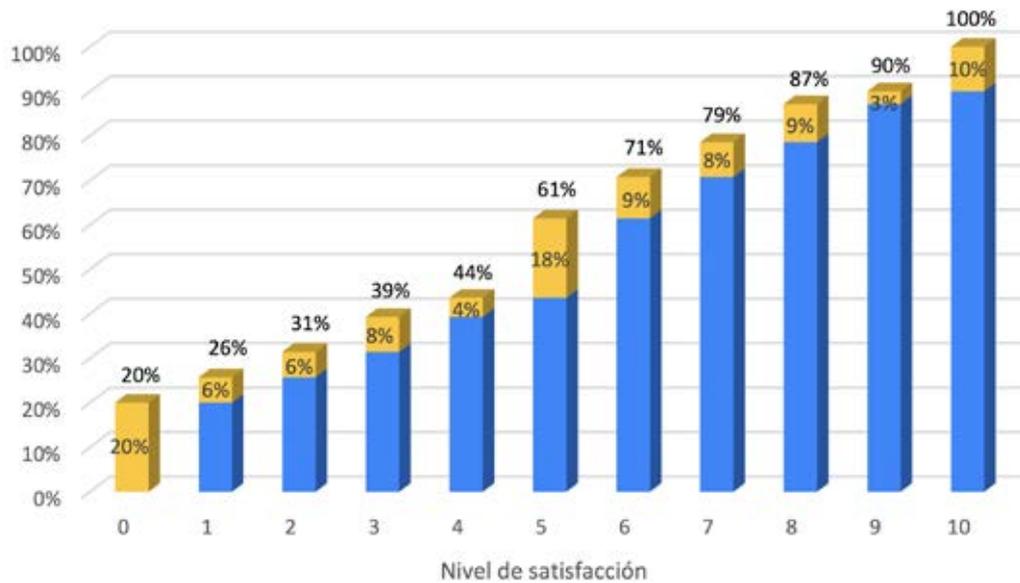
El 54% de los encuestados cuenta con un crédito de vivienda de interés social.

**Pregunta 1.4 Califique cuán satisfecho está con todas las condiciones del crédito de vivienda de interés social**



Considerando que una nota igual a 10 indica que el prestatario 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 prestatario. Así, el 75% de encuestados mostró algún grado de satisfacción con todas las condiciones del crédito de vivienda de interés social (calificaciones mayores o iguales a seis). Asimismo, el 32% de clientes está completamente satisfecho (10 sobre 10) con la afirmación planteada.

**Pregunta 1.5 Califique cuán satisfecho está con la tasa de interés de su último crédito**



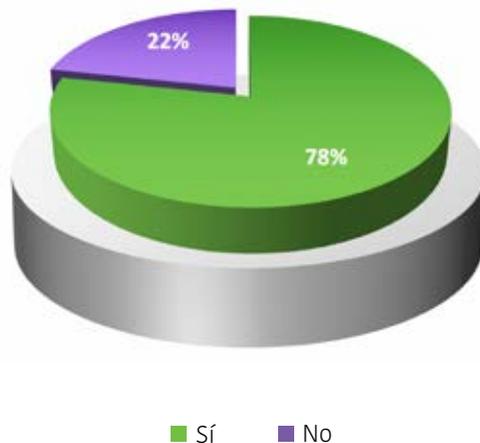
De los clientes que tienen créditos distintos al de vivienda de interés social, el 39% está satisfecho en algún grado con la tasa de interés de su último crédito (calificaciones mayores a cinco). En contraste, el 20% no está nada satisfecho con su tasa de interés (calificaciones iguales a cero).

**Pregunta 1.6 ¿Cuál es la forma en la que habitualmente paga sus créditos?**



Un alto porcentaje de prestatarios (69%) paga sus créditos de manera personal en las agencias de las entidades de intermediación financiera. Un 23% lo realiza mediante débito automático de su cuenta, un 6% a través de banca por internet o banca móvil y el restante 2% mediante los cajeros automáticos.

**Pregunta 1.7 ¿Usted considera que el medio por el que habitualmente paga sus créditos es el más simple y se adecúa a sus necesidades?**



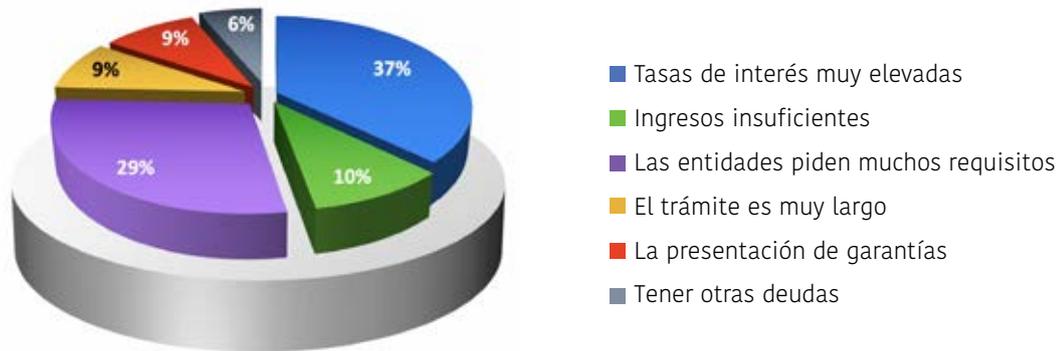
El 78% de los clientes encuestados cree que la forma en la que habitualmente paga sus créditos es la más simple y adecuada.

**Pregunta 1.8 ¿Cuál medio considera usted que es la forma más simple para pagar sus créditos?**



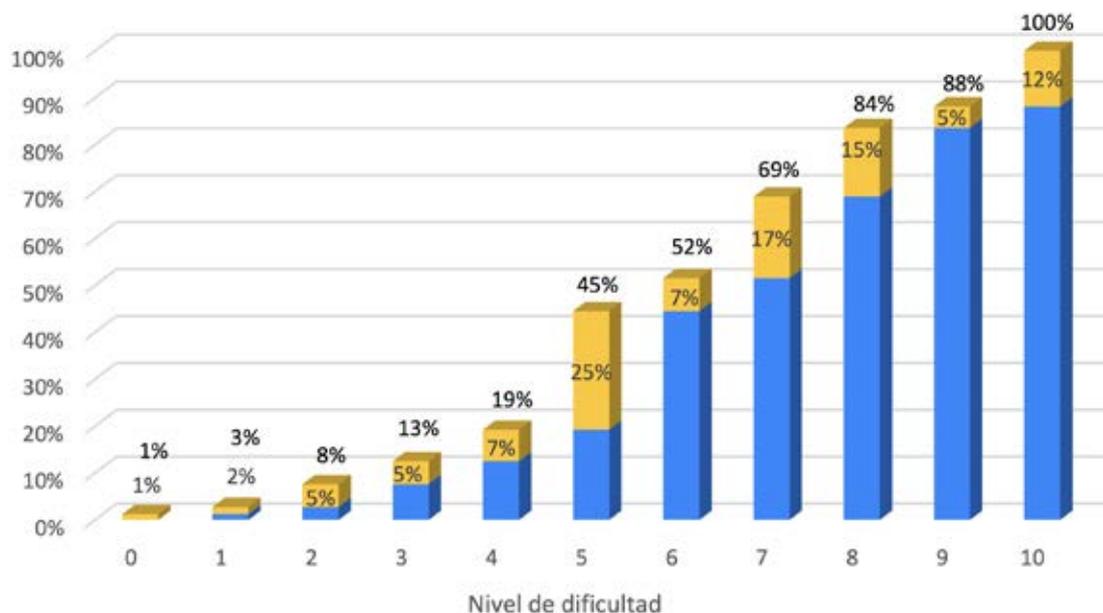
Del 22% de prestatarios que indicó que la forma de pago de créditos no es la más simple y adecuada, el 59% considera que la mejor forma de pago es a través de banca por internet o banca móvil. Un 19% cree que es realizando el pago personalmente a las agencias de la entidad, en tanto que, un 13% piensa que es mediante débito automático de sus cuentas. Asimismo, un 9% cree que la mejor opción de pago de créditos es a través de cajeros automáticos.

**Pregunta 1.9 ¿Cuál de los siguientes aspectos considera que hace más difícil la obtención de un crédito?**



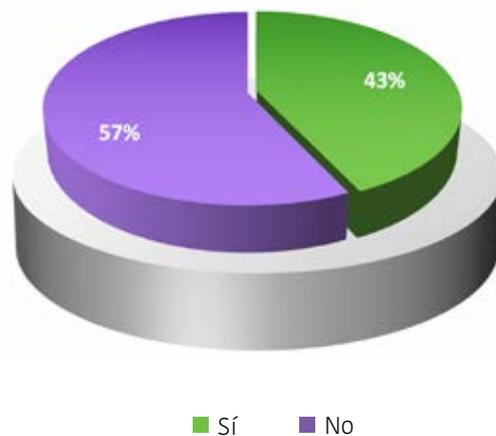
Los clientes encuestados consideran que los dos principales aspectos que hacen más difícil la obtención de un crédito son las tasas de interés muy elevadas (37%) y la excesiva cantidad de requisitos que piden las entidades de intermediación financiera (29%). Otros motivos menos importantes son la falta de ingresos (10%), el tiempo que demora el trámite (9%), las garantías requeridas (9%) y tener otras deudas que afectan la capacidad de pago (6%).

**Pregunta 1.10 Califique la dificultad para obtener un crédito**



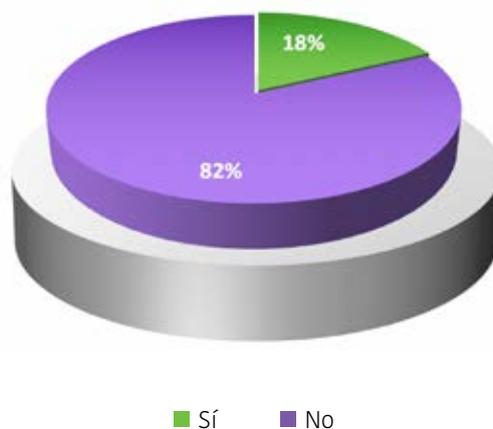
Considerando que una nota igual a 10 indica el mayor nivel de dificultad para obtener un crédito, una calificación de 0 la inexistencia de dificultades y una nota de cinco sobre 10 es equivalente a una calificación neutral. El 56% de prestatarios encuestados considera algún grado de dificultad para la obtención de un crédito (calificaciones mayores a cinco).

**Pregunta 1.11 ¿Sabe usted qué es un Cliente con Pleno y Oportuno Cumplimiento de Pago (CPOP) o un cliente en la lista azul?**

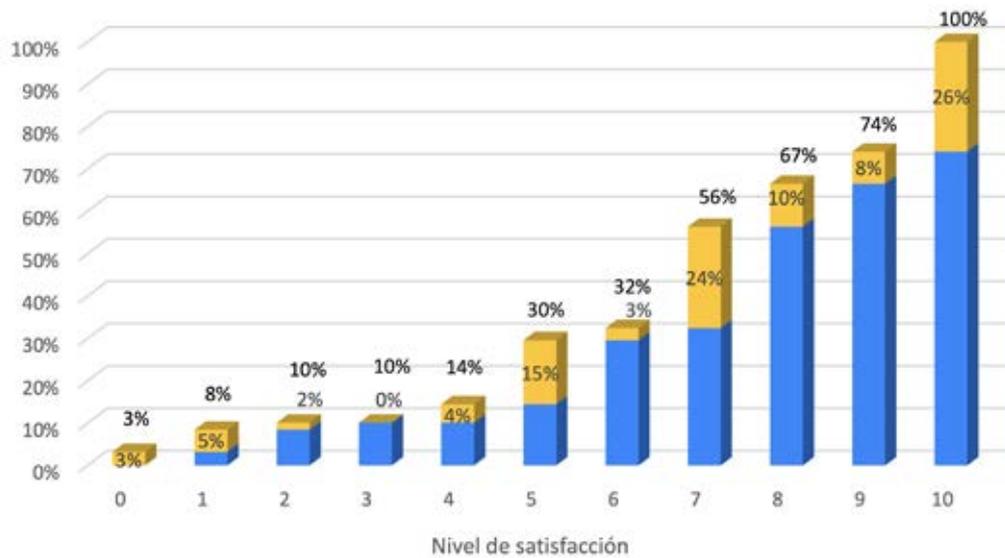


Menos de la mitad de clientes encuestados (43%) sabe los que es un cliente con pleno y oportuno cumplimiento de pago o un cliente en la lista azul.

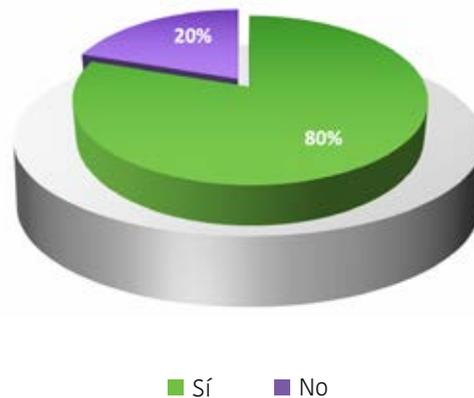
**Pregunta 1.12 ¿Ha recibido algún beneficio por ser cliente CPOP o ser un cliente en la lista azul?**



Del 43% de encuestados que sí conocen lo que es un cliente CPOP, el 18% ha recibido algún beneficio por ser un cliente en la lista azul.

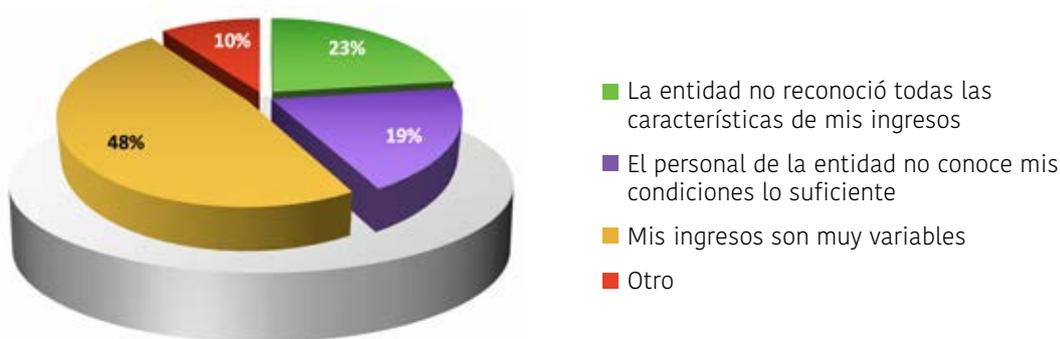
**Pregunta 1.13 Califique cuán satisfecho está con los beneficios que recibe de su entidad**

El 71% de los clientes CPOP está en alguna medida satisfecho con los beneficios recibidos de su entidad financiera (calificaciones mayores o iguales a seis). Asimismo, el 26% de prestatarios otorgó la máxima calificación (10 sobre 10) a la afirmación 1.13.

**Pregunta 1.14 ¿El plan de pagos de su último crédito está adecuado a sus condiciones?**

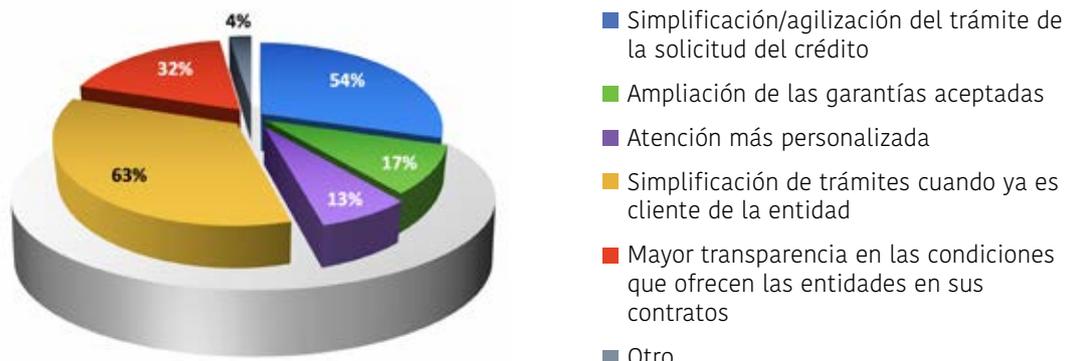
En lo que respecta al plan de pagos, el 80% de los clientes considera que el mismo está adecuado a sus condiciones.

**Pregunta 1.15 ¿Por qué el plan de pagos no está adecuado a sus condiciones?**



Del 20% de clientes que señaló que el plan de pagos no se ajustó a sus condiciones, el 48% indicó como razón la alta variabilidad de sus ingresos.

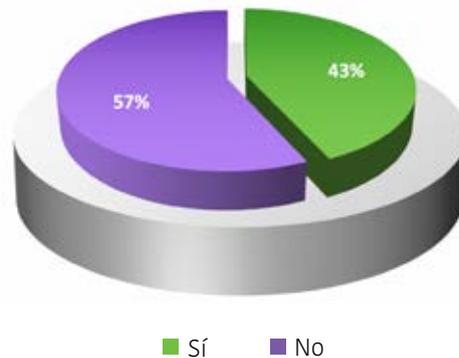
**Pregunta 1.16 En la otorgación de créditos, ¿cuáles de los siguientes aspectos considera que deberían ser mejorados o implementados?**



La mayor parte de los prestatarios considera que el principal aspecto que debería ser mejorado o implementado es la simplificación y agilización de los trámites de la solicitud del crédito; más aún si ya es cliente de la entidad.

## Sección 2: Servicios generales

### Pregunta 2.1 Además del crédito que usted tiene, ¿utiliza otros servicios financieros de la entidad financiera?



El 43% de los prestatarios encuestados utiliza otros servicios financieros de la entidad aparte del crédito obtenido.

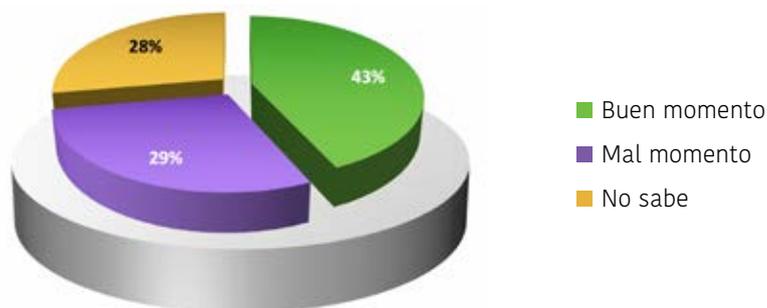
### Pregunta 2.2 ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera que deberían ser mejorados o implementados?



De los prestatarios que utilizan otros servicios (43%), el 32% indica que los trámites de los clientes de la entidad deberían ser simplificados. Asimismo, el 23% cree que debería mejorarse/implementarse el servicio de consultas en línea por teléfono o internet y un 19% requiere ampliación de los horarios de atención para realizar transacciones.

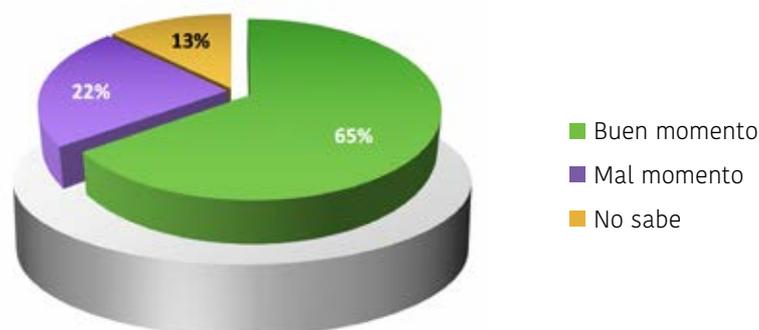
### Sección 3: Percepciones del sistema financiero

#### **Pregunta 3.1 ¿Usted cree que ahora es un buen o mal momento para solicitar un crédito?**



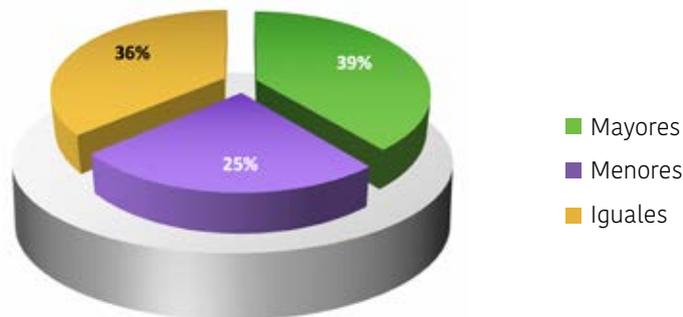
Con relación a las percepciones del sistema financiero, el 43% de prestatarios (personas naturales) cree que actualmente es un buen momento para solicitar un crédito. En tanto que, un 29% considera que es un mal momento, y un 28% no emitió una posición definida sobre este tema.

#### **Pregunta 3.2 ¿Usted cree que ahora es un buen o mal momento para ahorrar?**



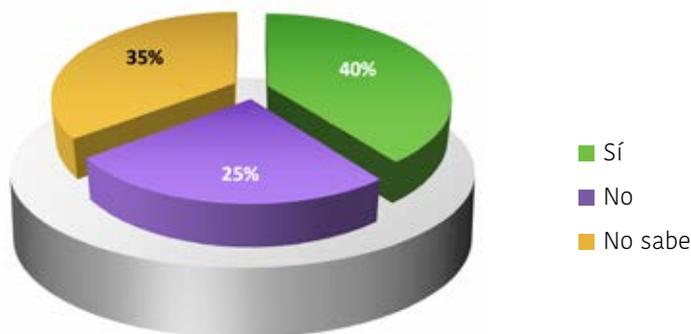
El 65% de los encuestados considera que ahora es un buen momento para ahorrar; un 22% tiene la perspectiva opuesta e indica que es un mal momento para ahorrar. Asimismo, el restante 13% no sabe si es un buen o mal momento para ahorrar.

**Pregunta 3.3** *Analizando su capacidad de ahorro, ¿usted cree que de aquí a un año podrá ahorrar más, menos o igual que ahora?*



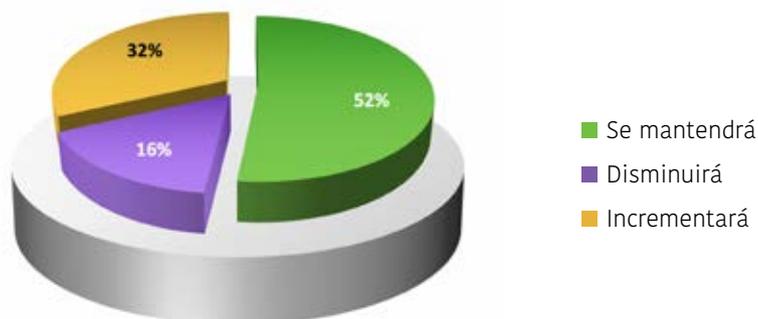
El 75% de clientes encuestados cree que de aquí a un año su capacidad de ahorro será mayor o igual a la actual, 39% y 36% respectivamente. El 25% tiene la expectativa de que su capacidad de ahorro disminuirá.

**Pregunta 3.4** *En los próximos tres años, ¿usted piensa que la gente continuará accediendo a créditos y pagándolos sin inconvenientes?*



A mediano plazo, el 40% de los encuestados piensa que la gente continuará accediendo a créditos y pagándolos sin inconvenientes; un 25% cree que esta situación ya no se mantendrá y el restante 35% no tiene una posición definida al respecto.

**Pregunta 3.5** Considerando la tasa de interés que se cobra por un crédito, ¿usted cree que en los próximos 12 meses esta tasa se mantendrá, disminuirá o incrementará?

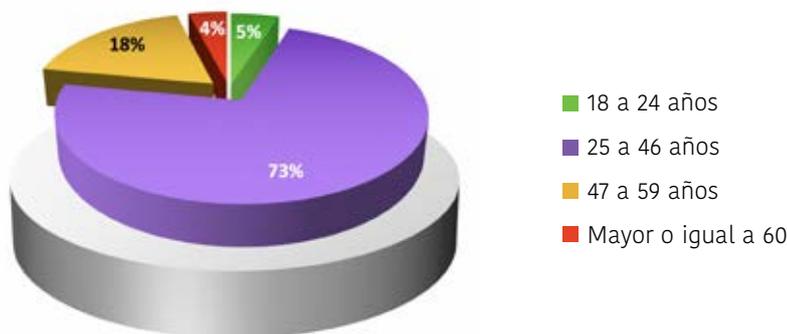


Un poco más de la mitad de los clientes encuestados (52%) tiene la expectativa que en los próximos 12 meses la tasa de interés de los créditos se mantendrá, un 32% cree que esta tasa se incrementará y el restante 16% considera que la misma disminuirá.

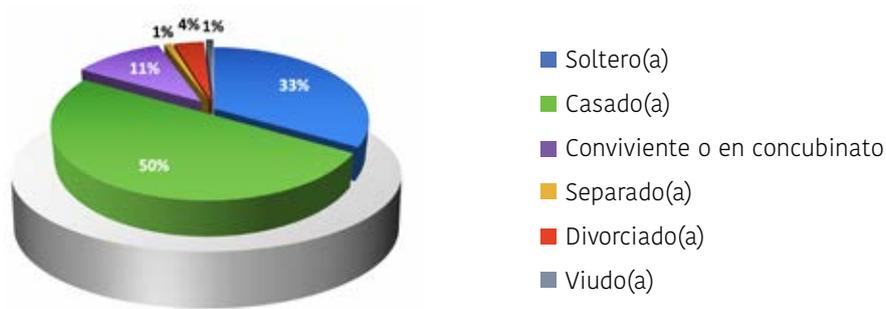
#### Sección 4: Datos del (la) encuestado(a)

**Pregunta 4.1** ¿En qué rango se encuentra su edad?

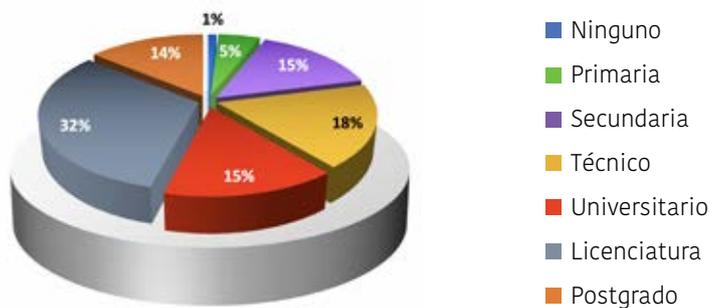
70



La gran mayoría de los clientes encuestados fueron personas con edades entre 25 a 46 años (73%). Un 18% tenía entre 47 a 59 años, un 5% pertenece al estrato más joven (18 a 24 años) y el grupo etario con menor participación es el de prestatarios mayores a 59 años (4%).

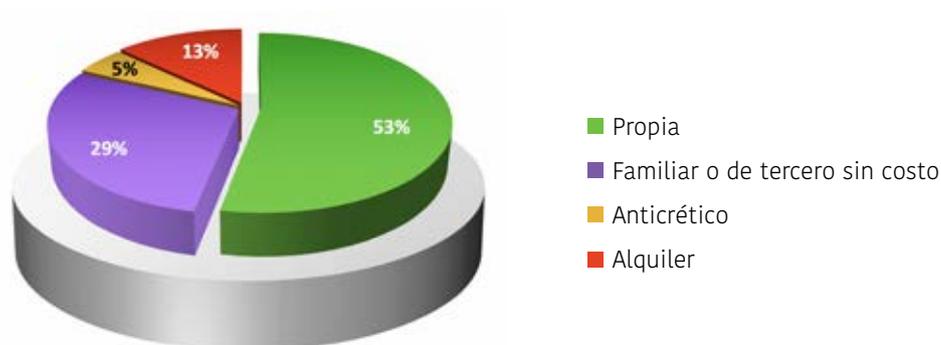
**Pregunta 4.2 Actualmente, ¿cuál es su estado civil?**

Dos estados civiles concentran el 83% de respuestas de los prestatarios: 50% son casados y 33% son solteros. El restante 17% se distribuye de la siguiente manera: conviviente o en concubinato (11%), separado (1%), divorciado (4%) y viudo (1%).

**Pregunta 4.3 ¿Cuál es el nivel de educación más alto que alcanzó?**

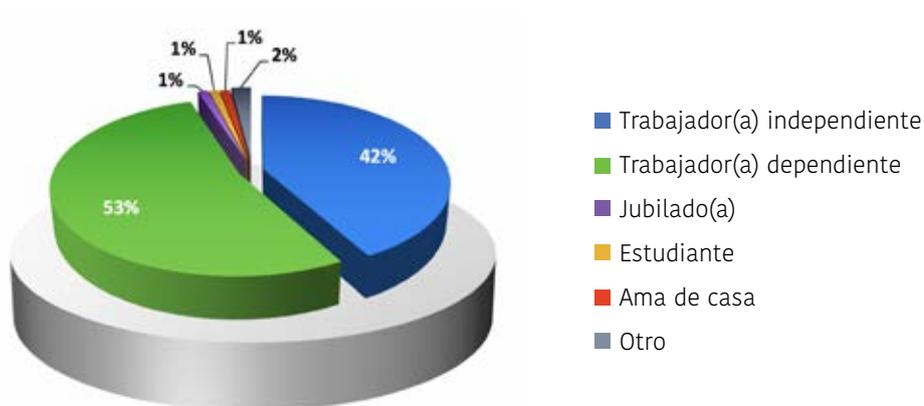
Con relación al nivel de instrucción de los clientes con créditos encuestados, en su mayoría alcanzaron nivel de licenciatura (32%).

**Pregunta 4.4 La vivienda que ocupa es...**



La mayoría de los prestatarios afirmaron tener vivienda propia (53%), el 29% de un familiar o de tercero sin costo, 13% paga un alquiler y un 5% vive en anticrético.

**Pregunta 4.5 Usted es ...**

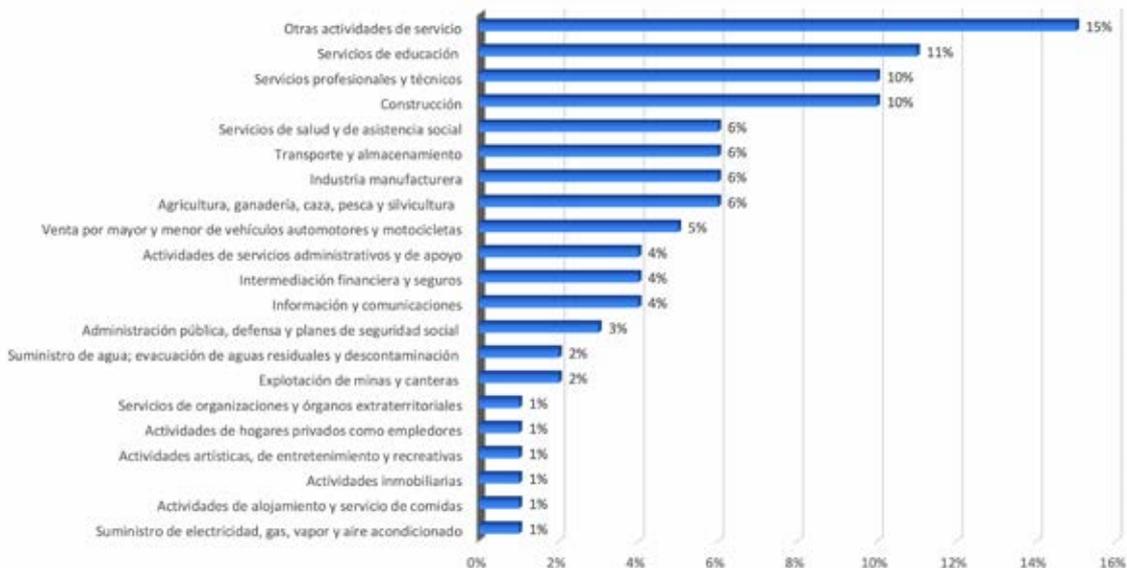


Prácticamente la totalidad de los clientes encuestados (95%) pertenece a dos categorías: trabajador independiente y dependiente con participaciones de 42% y 53%, respectivamente.

**Pregunta 4.6 ¿Cuál es su ocupación principal?**

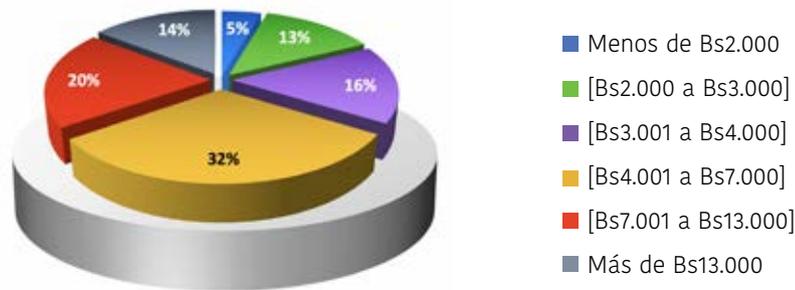
- Militar
- Directivo(a) de la Administración pública o de empresa
- Profesional científico(a) o intelectual
- Técnico de nivel medio
- Empleado(a) de oficina
- Trabajador(a) de servicio o vendedor
- Trabajador(a) agrícola, pecuario, agropecuario, forestal o pesquero
- Trabajador(a) de la construcción, industria manufacturera u otro oficio
- Operador(a) de instalaciones, maquinarias o ensambladoras
- Trabajador(a) no calificado

Las tres principales ocupaciones de los encuestados fueron: trabajador de servicio o vendedor (21%), empleado de oficina (20%) y profesional científico o intelectual (20%). Otras ocupaciones que tienen un peso relativamente importante son: trabajador de la construcción, industria manufacturera u otro oficio (10%); directivo de la administración pública o privada (10%), y técnico de nivel medio (7%).

**Pregunta 4.7 ¿A qué actividad económica pertenece su ocupación principal?**

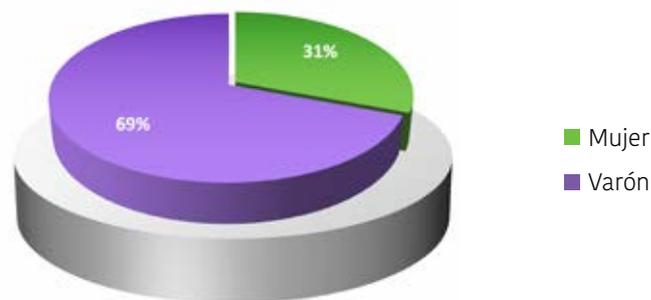
La principal actividad económica de los prestatarios está en otras actividades de servicio (15%), seguida de servicios de educación (11%), servicios profesionales y técnicos al igual que en la construcción se encuentran en tercer lugar con un peso relativo de 10%.

**Pregunta 4.8 ¿En qué rango se encuentra el monto que usted percibe al mes por su trabajo, actividad o negocio?**



La mayoría de los clientes encuestados, tienen ingresos en el rango de Bs4.001 a Bs7.000 (32%). Un 20% percibe ingresos entre Bs7.001 y Bs13.000, en tanto que un 16% gana entre Bs3.001 y Bs4.000.

**Pregunta 4.9 Género:**

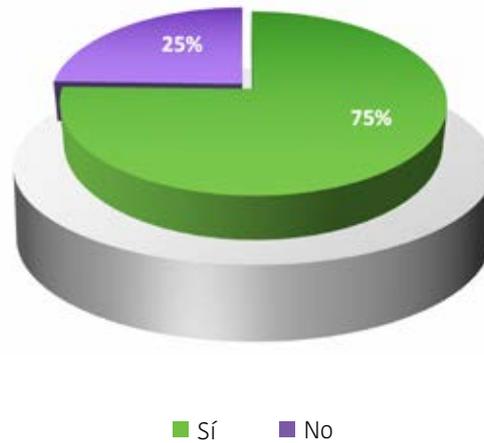


La proporción de clientes varones que participaron en la encuesta en línea para prestatarios (personas naturales) fue ampliamente superior a la de mujeres, 69% y 31% respectivamente.

### A.3. Cuestionario de la encuesta en línea sobre transacciones a través de banca por internet

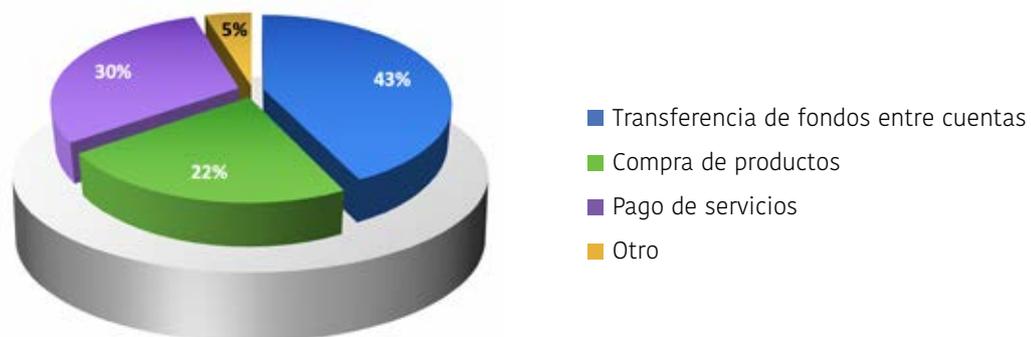
#### Sección 1: Transacciones a través de banca por internet

**Pregunta 1.1** En el año 2019, ¿realizó transacciones financieras a través de banca por internet?



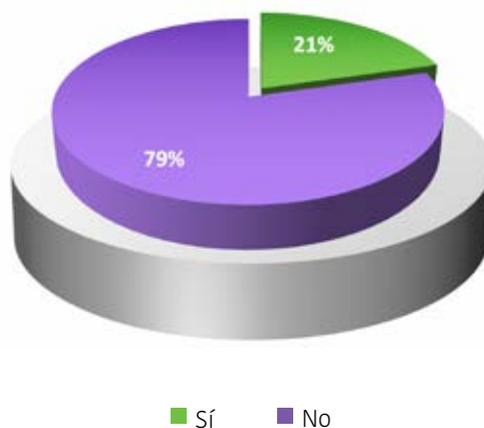
El 75% de los encuestados que cuentan con el servicio habilitado realizó transacciones financieras por internet en el último año.

**Pregunta 1.2** ¿Qué tipo de transacciones realizó?



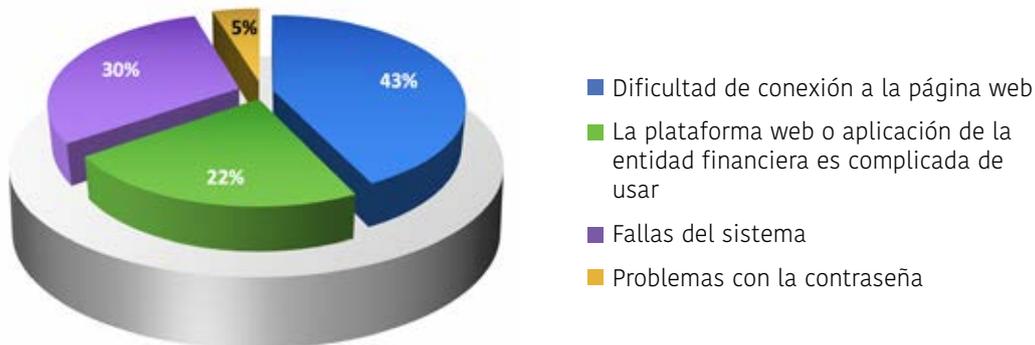
Del 75% de los encuestados que realizó transacciones por internet, se observa que el servicio más utilizado es la transferencia de fondos entre cuentas (43%), seguido del pago de servicios (30%) y, en tercer lugar, la compra de productos con el 22%.

**Pregunta 1.3 ¿Tuvo algún problema al realizar transacciones financieras por internet?**

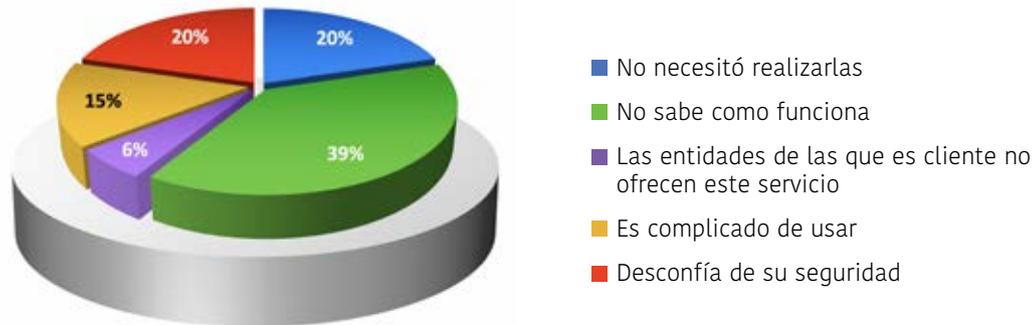


De aquellos encuestados que realizaron transacciones por internet, el 21% tuvo algún inconveniente al realizarlas.

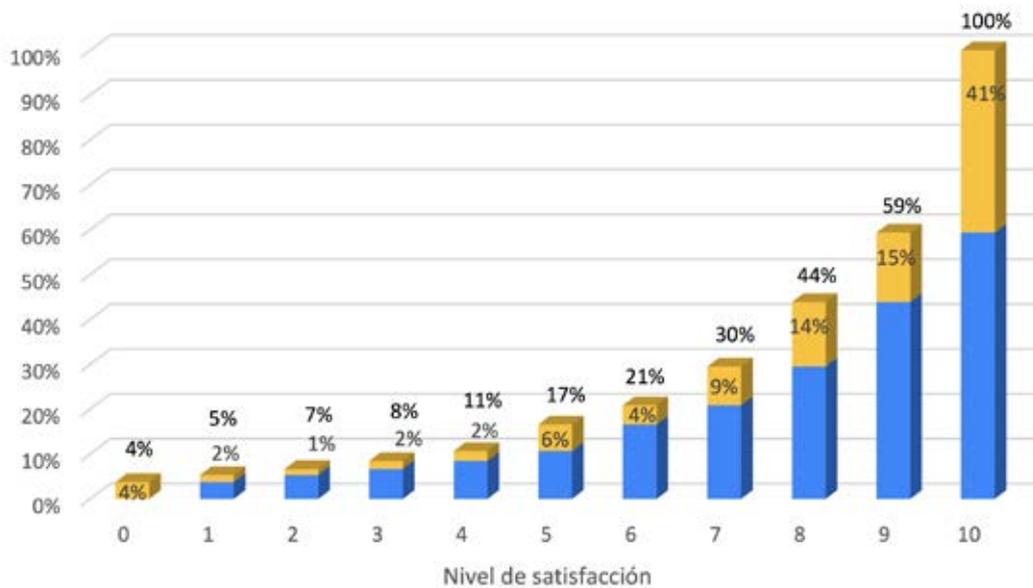
**Pregunta 1.4 ¿Cuál es el problema que más le afecta?**



Del 21% que tuvieron problemas para realizar transacciones por internet, el 43% identifica como principal motivo la dificultad a la conexión de la página web de la EIF, un 30% señala las fallas del sistema y un 22% considera que la plataforma web o aplicación de la entidad es complicada de usar. Asimismo, el restante 5% tuvo problemas con la contraseña.

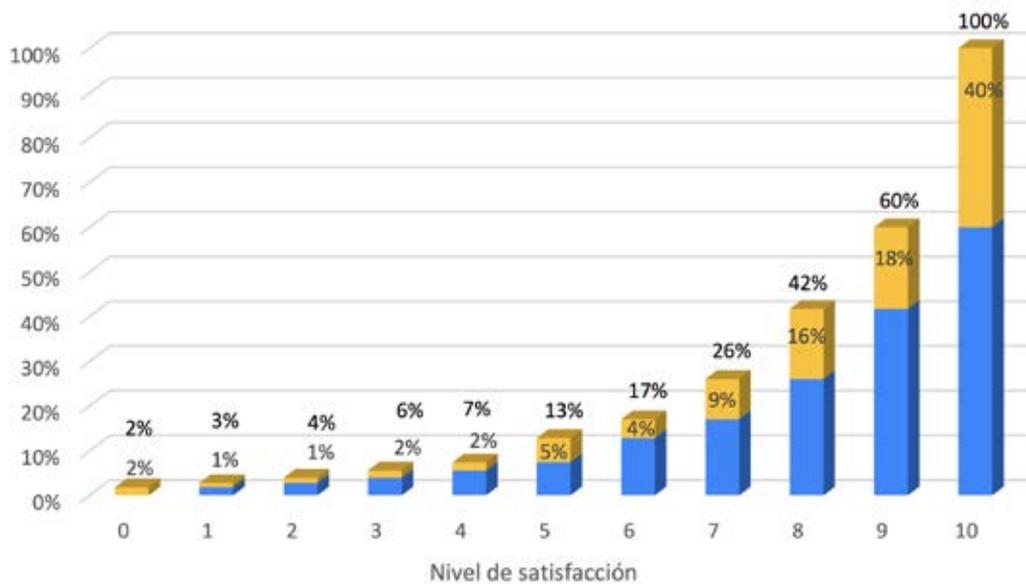
**Pregunta 1.5 ¿Por qué no ha realizado transacciones por internet?**

De los encuestados que no efectuaron transacciones mediante internet, el 39% expresó que no las realizó debido a que desconoce su funcionamiento, el 20% no necesitó realizarlas y otro 20% desconfía de su seguridad.

**Sección 2: Calificaciones generales****Pregunta 2.1 Los servicios brindados por esta entidad financiera 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 (56% de los clientes califica con nota igual a nueve o superior esta afirmación).

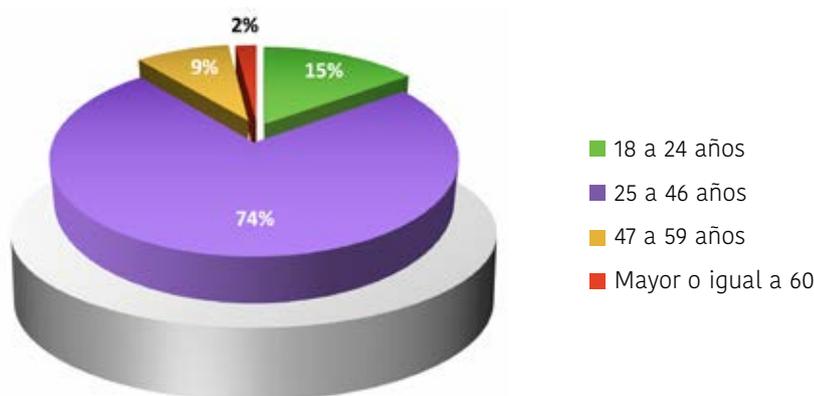
**Pregunta 2.2 Cuán satisfecho(a) está usted con los servicios a través de banca por internet.**



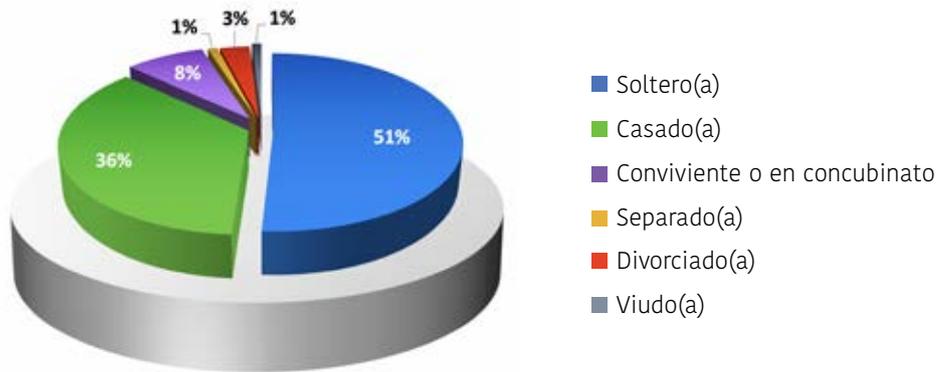
En cuanto al nivel de satisfacción de los encuestados con relación a los servicios de banca por internet que ofrecen las entidades financieras, la información recolectada muestra un muy buen grado de aceptación, es así que, el 83% otorgó calificaciones iguales o mayores a siete sobre 10. Asimismo, el 40% está totalmente satisfecho con los servicios ofrecidos (otorgando una puntuación de 10 sobre 10). Por otra parte, los porcentajes acumulados describen que, solo el 13% de los encuestados asignaron calificaciones menores o iguales a cinco sobre 10 a la afirmación 2.2.

**Sección 3: Datos del (la) encuestado(a)**

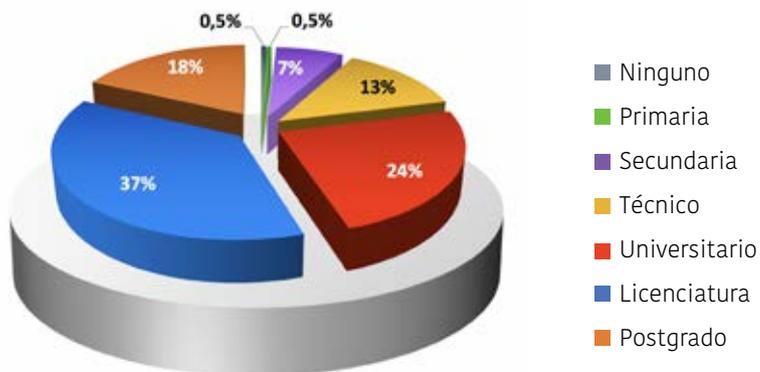
**Pregunta 3.1 ¿En qué rango se encuentra su edad?**



La mayoría de los participantes de la encuesta en línea sobre transacciones a través de banca por internet se encontraba en un rango de edad entre 25 a 46 años (74%).

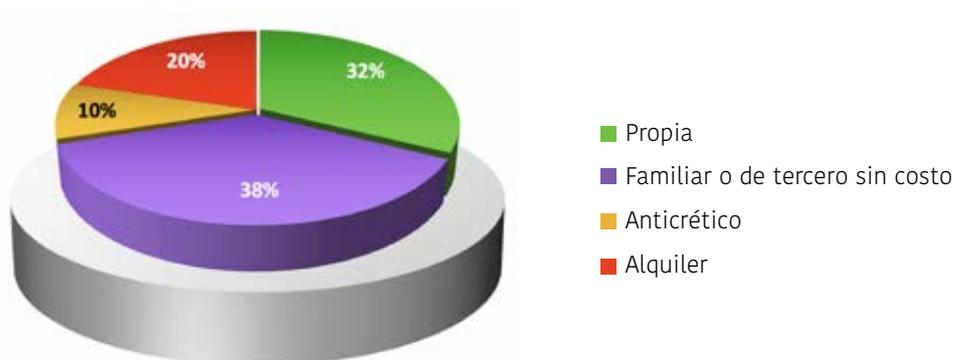
**Pregunta 3.2 Actualmente, ¿cuál es su estado civil?**

En cuanto al estado civil, un 51% de los participantes de la encuesta son solteros y un 36% casados.

**Pregunta 3.3 ¿Cuál es el nivel de educación más alto que alcanzó?**

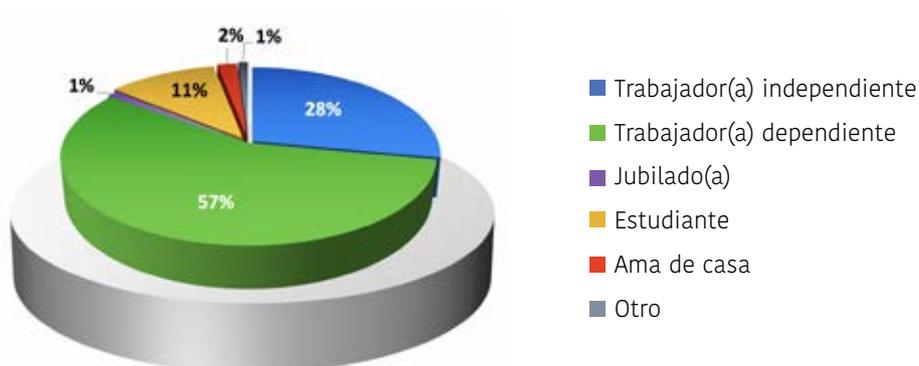
Con relación al nivel de instrucción de los encuestados, en su mayoría alcanzaron nivel universitario o licenciatura con participaciones de 24% y 37%, respectivamente.

**Pregunta 3.4 La vivienda que ocupa es...**



La mayoría de las personas que respondieron la encuesta afirmaron vivir en la vivienda de un familiar o tercero sin costo o tener vivienda propia, con porcentajes de 38% y 32% respectivamente. Asimismo, un 20% paga alquiler y un 10% tiene un anticrético.

**Pregunta 3.5 Usted es ...**



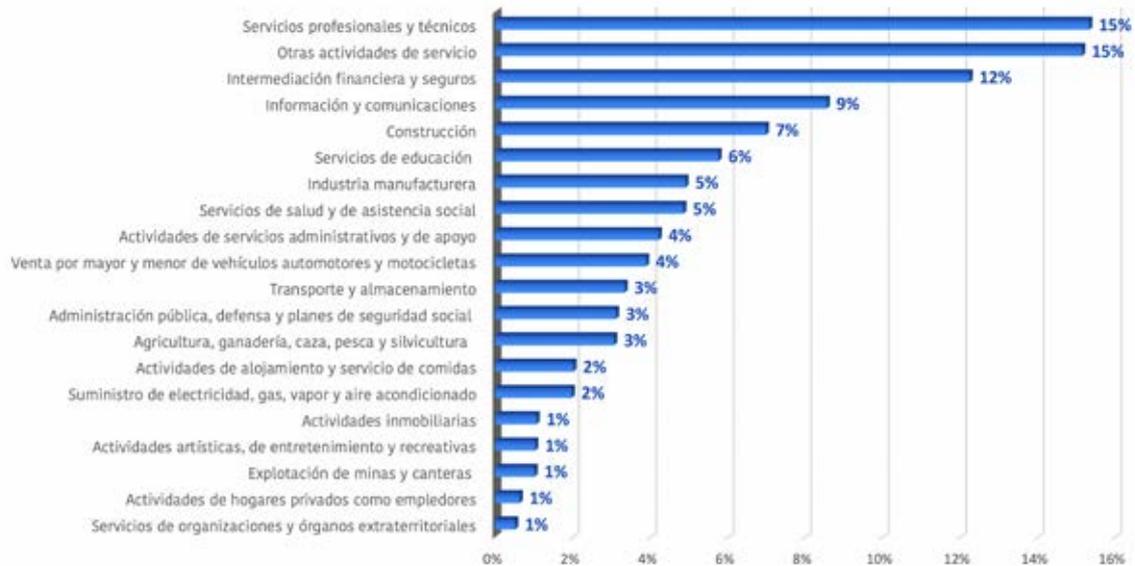
La ocupación principal de la mayoría de los encuestados fue trabajador dependiente con un 57% e independiente con un 28%.

### Pregunta 3.6 ¿Cuál es su ocupación principal?



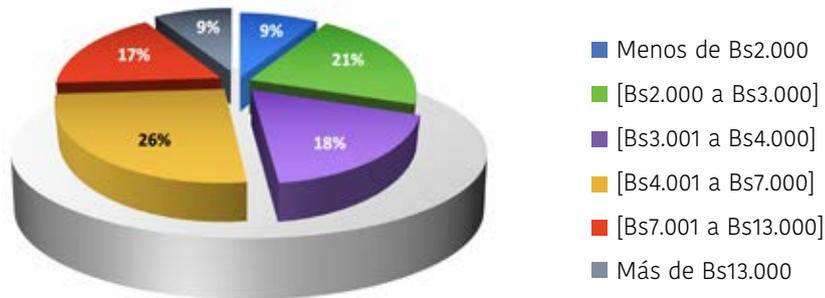
Las tres principales ocupaciones de los encuestados fueron: empleado de oficina (32%), profesional científico o intelectual (20%) y trabajador de servicio o vendedor (15%). Otras ocupaciones que tienen un peso relativamente importante son: directivo de la administración pública o privada (10%) y técnico de nivel medio (8%).

### Pregunta 3.7 ¿A qué actividad económica pertenece su ocupación principal?



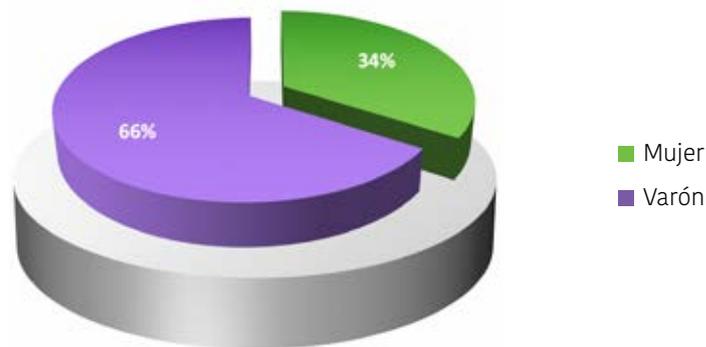
La principal actividad económica de los encuestados está en servicios profesionales y técnicos, y otras actividades de servicio, ambas con una participación de 15%; seguida de intermediación financiera y seguros (12%), información y comunicaciones se encuentran en tercer lugar con un peso relativo de 9%.

**Pregunta 3.8 ¿En qué rango se encuentra 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 3.9 Género**

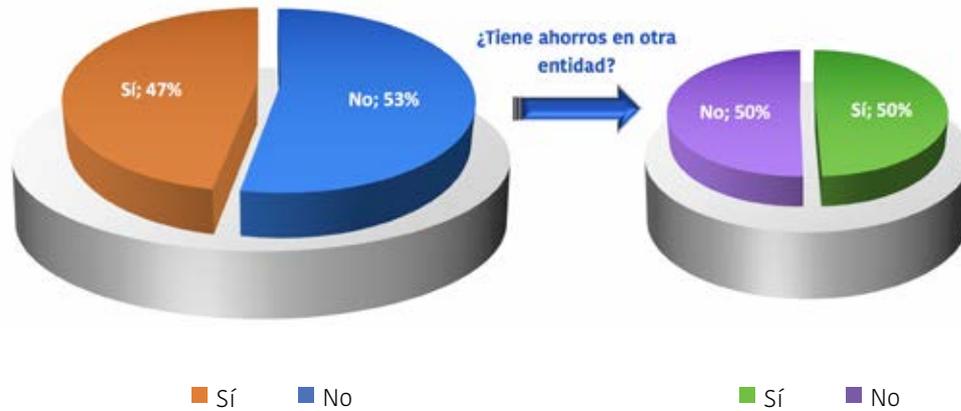


La distribución por género indica que el 66% de las personas participantes de la encuesta en línea sobre transacciones a través de banca por internet fueron hombres y el 34% restante mujeres.

#### A.4. Cuestionario de la encuesta presencial a los consumidores financieros

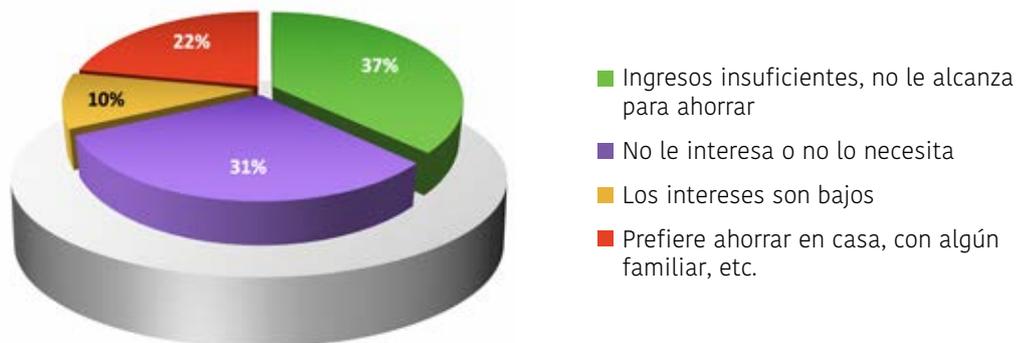
##### Sección 1: Ahorros

##### Pregunta 1.1 ¿Tiene ahorros en esta entidad?



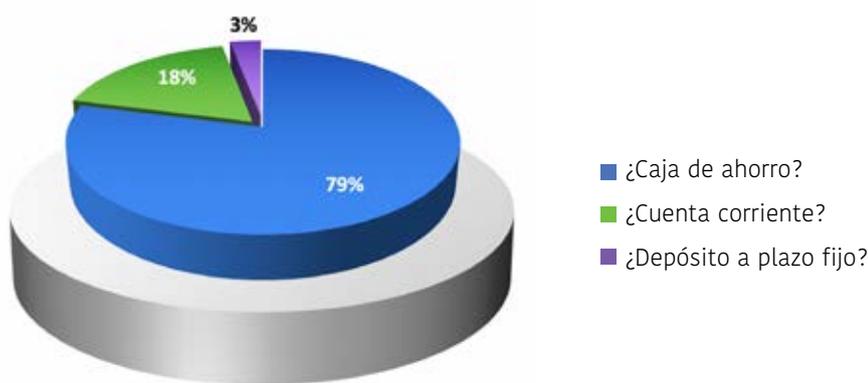
El 47% de los consumidores financieros tiene ahorros en la entidad donde se realizó la consulta. Del resto de los consumidores financieros, el 50% tiene ahorros en una entidad financiera diferente a donde se realizó la encuesta. Esto permite concluir que el 73% de los consumidores financieros tiene ahorros en entidades de intermediación financiera.

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



De las personas que indicaron no tener ahorros en el sistema financiero, el 37% señaló no tener ingresos suficientes para ahorrar, el 31% expresó que no le interesa o no lo necesita y el 10% que los intereses son bajos. Es decir, que del total de CF que no ahorra, el 41% afirma que no lo hace por motivos diferentes a la falta de ingresos. Asimismo, el 22% 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 73%), la mayoría (79%) indicó que tiene caja de ahorro, seguido de un 18% que tiene cuenta corriente y un 3% depósitos a plazo a fijo.

**Sección 2: Créditos**

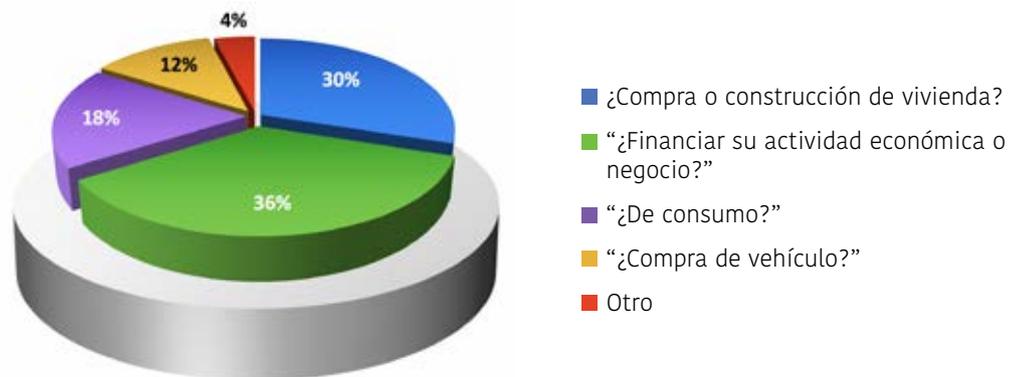
**Pregunta 2.1 ¿Tiene algún crédito en esta entidad?**



El 23% de los consumidores financieros afirma que tiene algún crédito en la entidad donde fue encuestado. Del 77% restante, el 27% indicó tener crédito(s) en otra EIF. Por lo tanto, el 44% de todos los consumidores financieros cuenta con al menos un crédito en el sistema financiero.

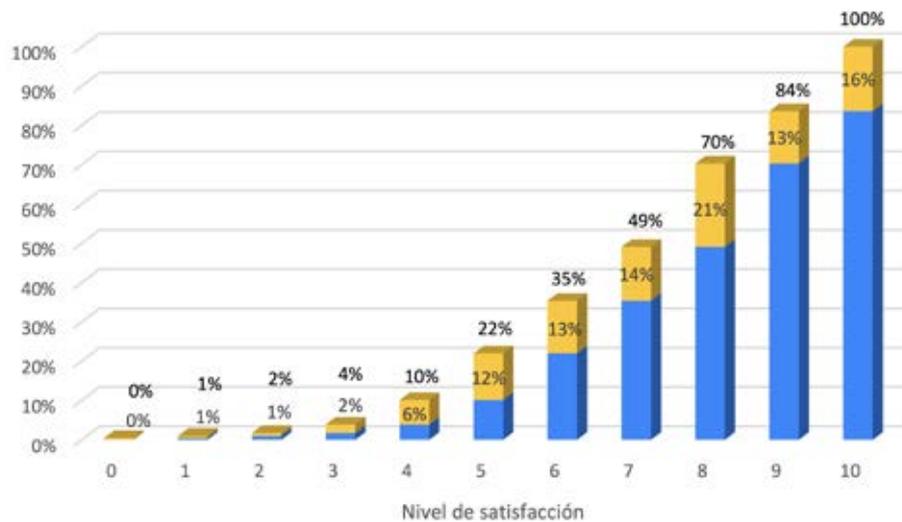
**Pregunta 2.4 ¿Por qué no tiene un crédito?**

De los consumidores financieros que no tienen crédito, la mayoría de ellos (58%) manifestaron no tener la necesidad por el momento, un 12% indicó que sus ingresos son insuficientes y un 10% que no cuenta con las garantías requeridas.

**Pregunta 2.5 ¿Tiene usted crédito para...**

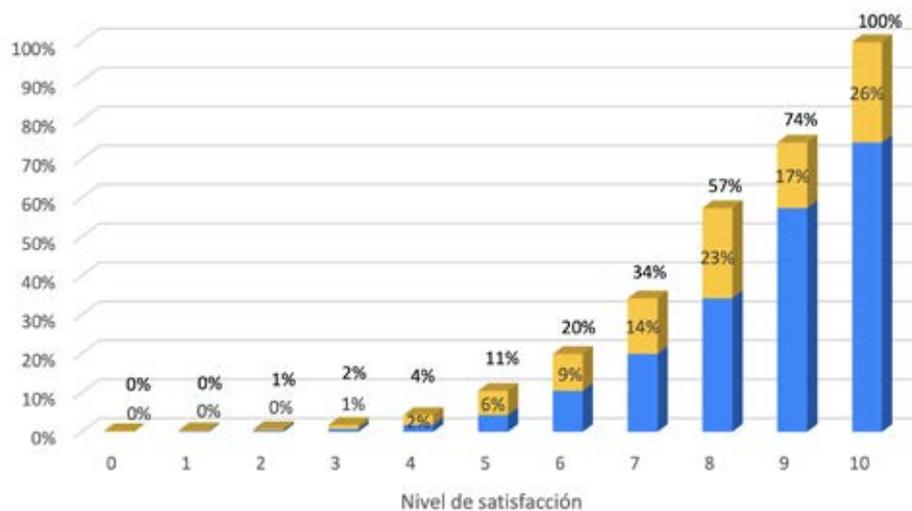
De los consumidores financieros que cuentan con crédito, la mayoría de ellos (36%) tiene financiamiento para su actividad económica o negocio, el 30% para compra o construcción de vivienda, el 18% obtuvo crédito de consumo y el 12% para la compra de vehículo.

**Pregunta 2.6** *En las oficinas de esta entidad financiera hay suficiente personal en cajas y plataforma para la atención del público.*



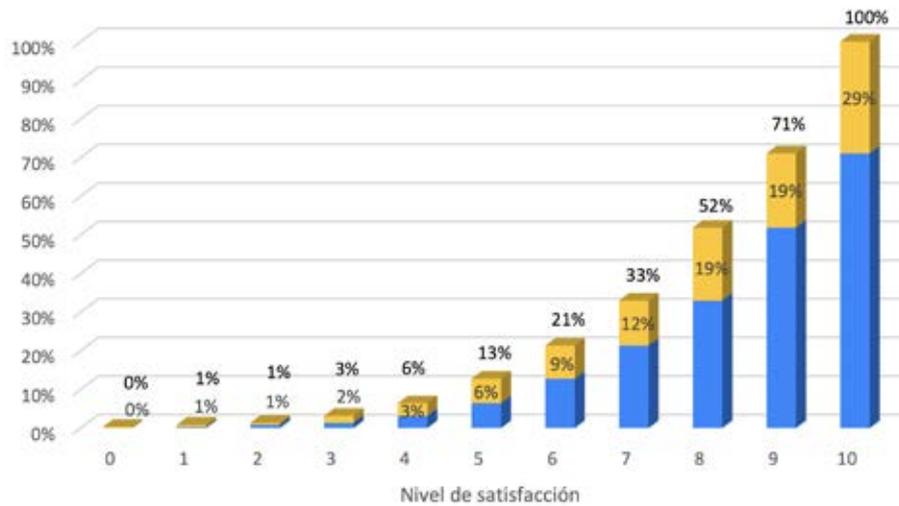
Considerando que una nota igual a 10 indica que el CF está completamente de acuerdo con la afirmación y totalmente en desacuerdo cuando califica con 0, una nota de cinco sobre 10 es equivalente a una calificación neutral por parte del consumidor financiero. Así, el 22% de los CF mostró neutralidad sobre esta afirmación. Por otro lado, el 10% de los consumidores financieros calificaron la afirmación 2.6 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 2.7** *Se siente a gusto y cómodo en las oficinas de esta entidad financiera.*



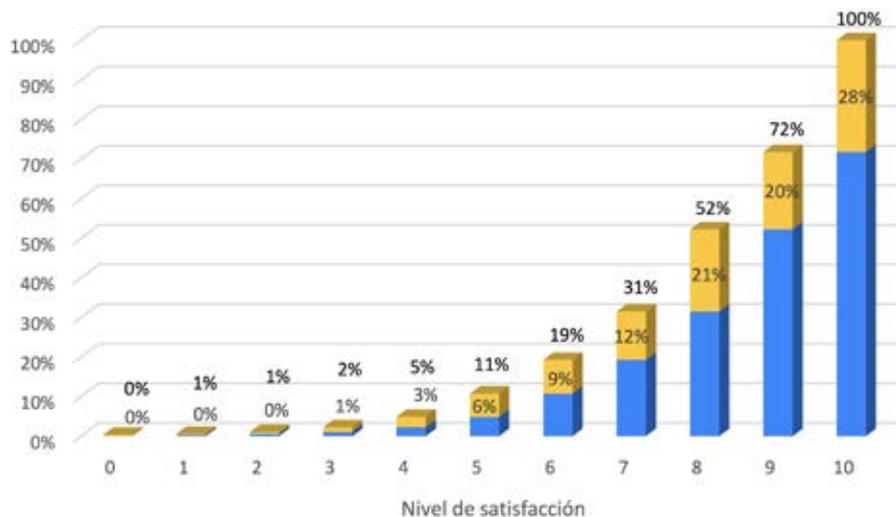
El 4% de los consumidores financieros calificaron a la afirmación 2.7 con puntuaciones inferiores a cinco, mostrando algún grado de desacuerdo con la aseveración planteada. La gran mayoría de los consumidores financieros calificaron a la afirmación con notas por encima de cinco sobre 10 (89%). Asimismo, 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 2.8** *Los horarios de atención de esta entidad financiera son apropiados para las actividades que usted realiza.*



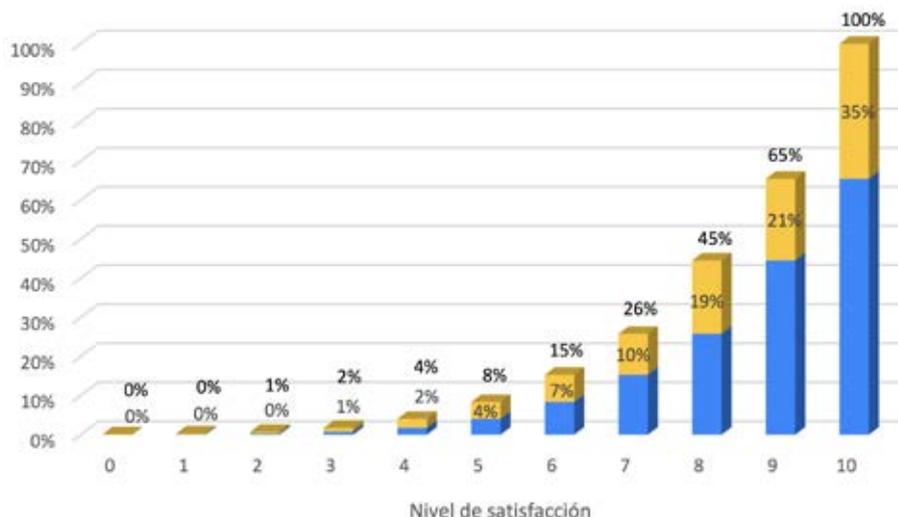
La mayor parte (87%) de los CF aprobó en alguna medida los horarios de atención de las entidades financieras. El 29% está completamente de acuerdo con los horarios ya establecidos. Por otra parte, solo el 6% de los consumidores financieros reprobaron, en alguna medida, los horarios de atención.

**Pregunta 2.9** *Esta entidad financiera ofrece todos los servicios financieros que usted necesita.*



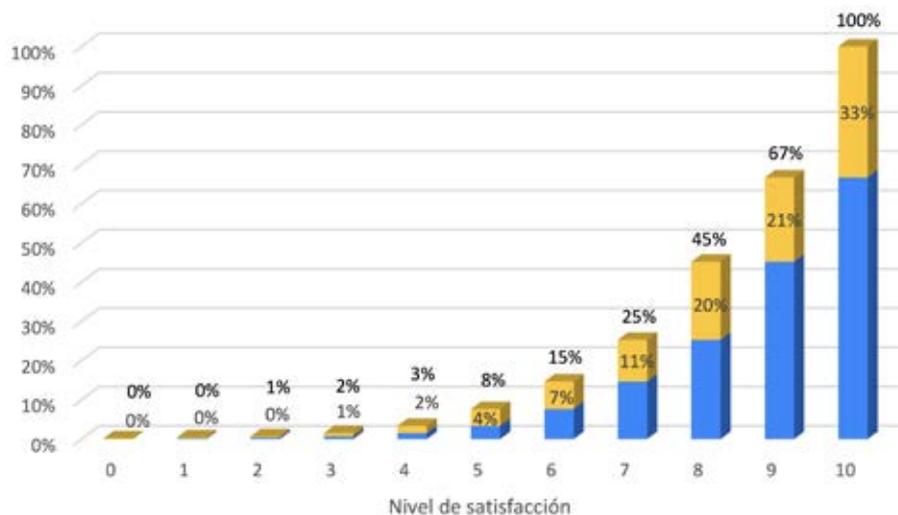
El 28% de los consumidores financieros expresó tener sus necesidades financieras satisfechas (completamente de acuerdo con la afirmación). Otra cantidad importante de CF (41%) calificaron con notas de ocho o nueve a esta afirmación, lo cual indica que los servicios ofrecidos por las entidades financieras cubrirían en gran parte sus necesidades en materia financiera.

**Pregunta 2.10** *Los funcionarios de esta entidad financiera son amables con los clientes y usuarios.*



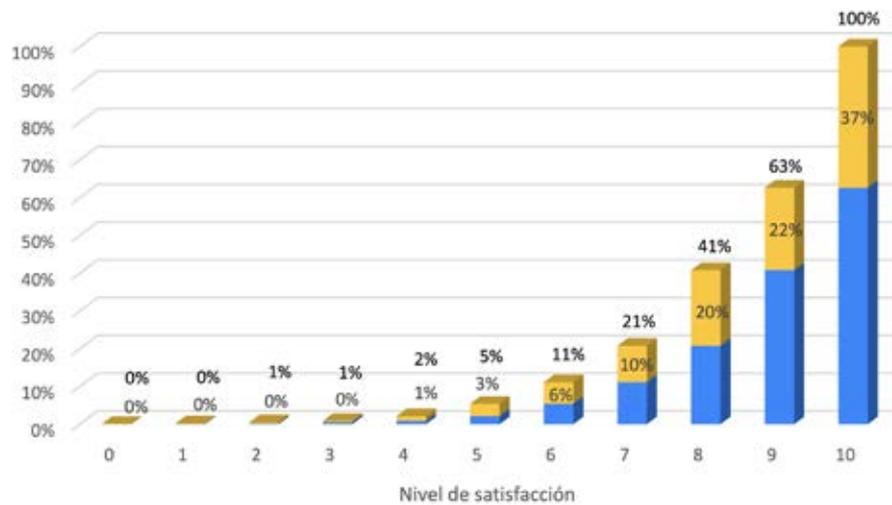
Casi la totalidad (92%) de los CF percibe la amabilidad de los funcionarios de las entidades financieras. El 35% está completamente de acuerdo con la afirmación. Solo el 8% de los consumidores financieros duda o está en desacuerdo en algún grado con la afirmación planteada (calificaciones inferiores o iguales a cinco sobre 10).

**Pregunta 2.11** *El trato que recibe de los funcionarios de esta entidad financiera, hace que usted se sienta satisfecho con el servicio.*



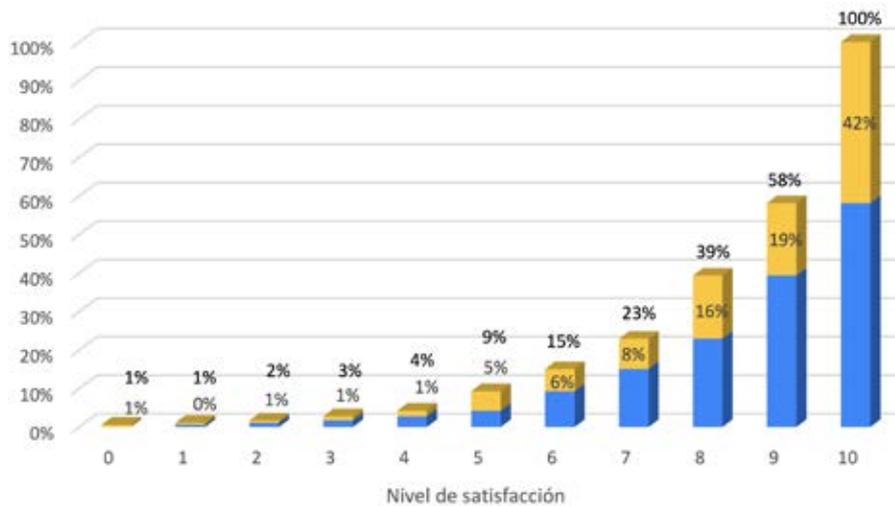
El 33% de los consumidores financieros estuvo completamente de acuerdo con la afirmación 2.11, es decir que el trato otorgado por los funcionarios de la entidad hace que el consumidor financiero se sienta satisfecho con el servicio.

**Pregunta 2.12 La iluminación y limpieza de esta entidad financiera son de su agrado.**



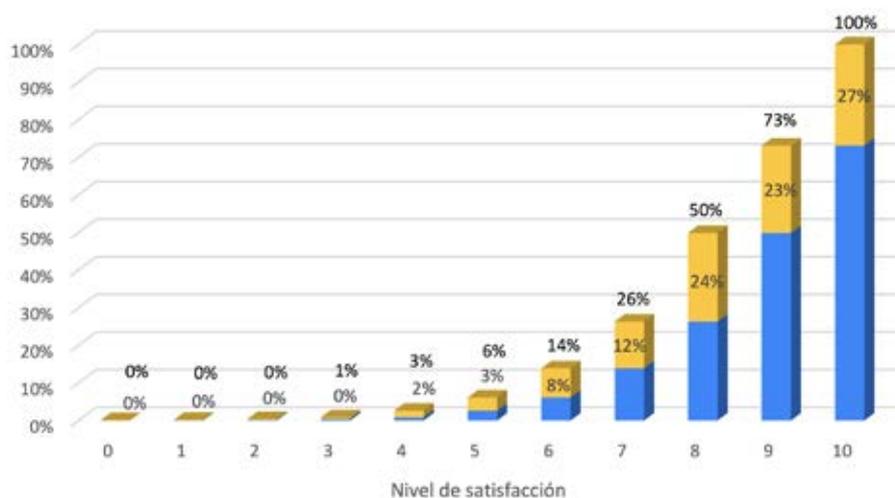
El 95% de los consumidores financieros califica de forma positiva la iluminación y limpieza de las entidades financieras. El 37% de los CF está completamente de acuerdo con esta afirmación.

**Pregunta 2.13 Es mejor ahorrar en una entidad financiera que mantener su dinero en su casa.**



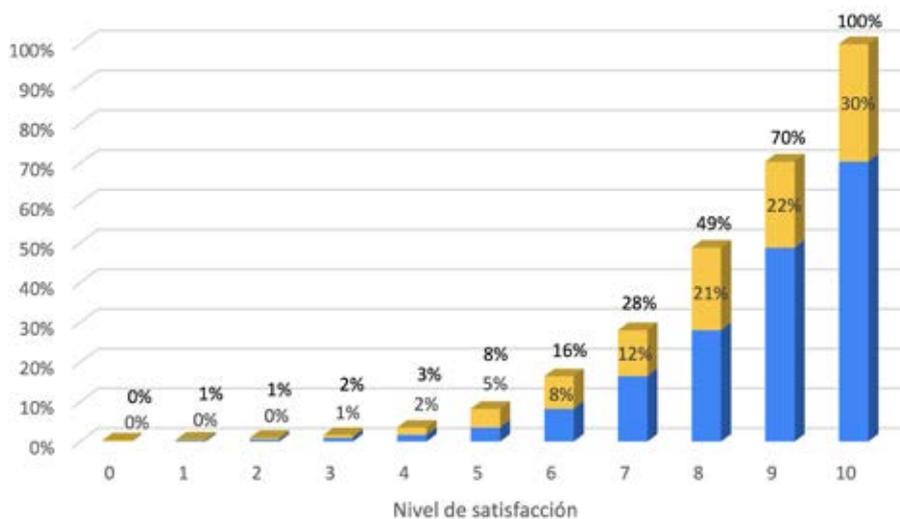
El 42% de los consumidores financieros está completamente de acuerdo (calificación de 10) con que es mejor ahorrar en una entidad financiera que mantener su dinero en casa. Si además consideramos a los CF que califican con ocho y nueve, esta proporción se incrementa a 77%. En contraste, solo el 4% de los CF no está de acuerdo con la afirmación.

**Pregunta 2.14 Califique la calidad de los servicios que ofrece esta entidad financiera.**



El 94% de los consumidores financieros aprueba, en alguna medida, la calidad de los servicios de la entidad donde fue encuestado. El 27% de los CF otorgaron la mayor calificación posible. Sólo un 3% de consumidores financieros calificó con una nota inferior a cinco.

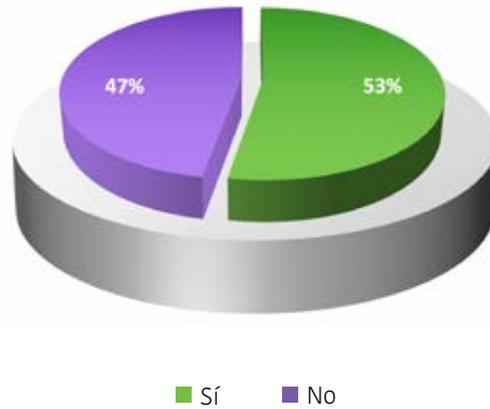
**Pregunta 2.15 El personal toma atención y tiene paciencia a las preguntas que usted realiza.**



El 84% de los consumidores financieros 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.

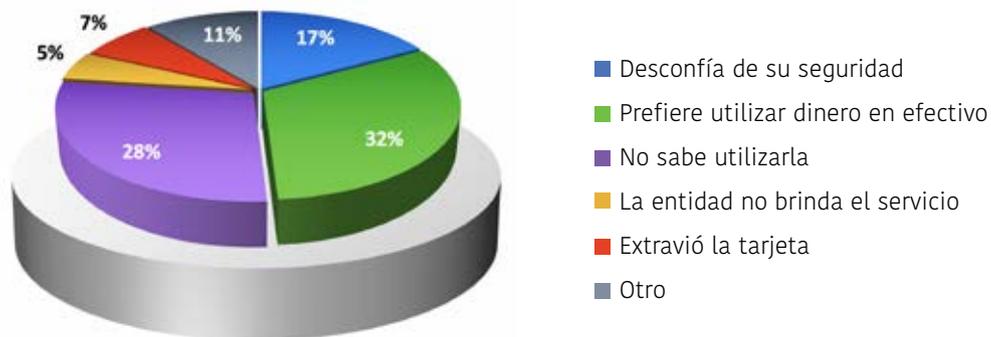
### Sección 3: Tarjeta de débito, crédito, cajeros automáticos y billetera móvil

#### Pregunta 3.1 ¿Tiene tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro o cuenta corriente?



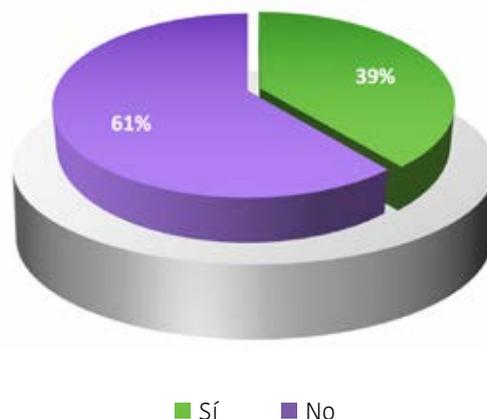
Del grupo de consumidores financieros que tienen ahorros en el sistema financiero, el 53% indicó que tiene tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro o cuenta corriente.

#### Pregunta 3.2 ¿Por qué no cuenta con una tarjeta de débito?



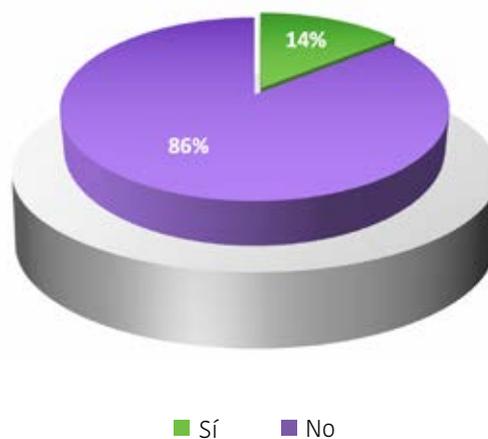
De los consumidores financieros que no tienen tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro, el 32% indicó que prefiere utilizar dinero en efectivo, el 28% no sabe utilizarla y el 17% manifestó desconfiar de la seguridad.

**Pregunta 3.3** *En el año 2019, ¿realizó pagos con su tarjeta de débito o crédito en supermercados, comercios, farmacias u otros lugares?*

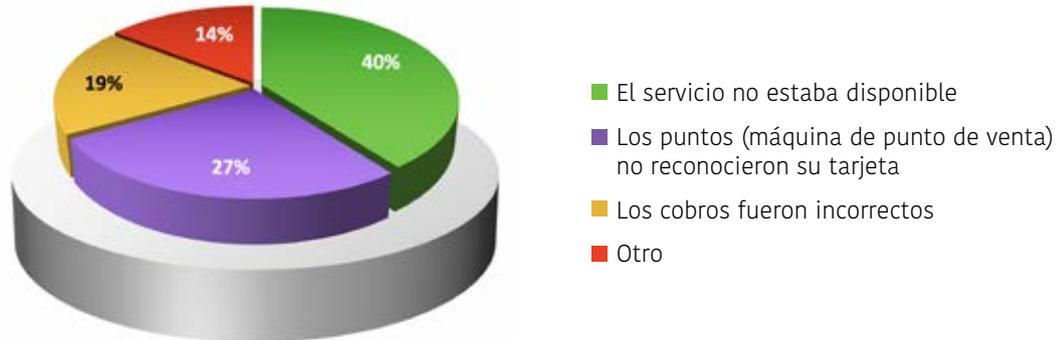


En el año 2019 el 39% de los consumidores financieros utilizó su tarjeta de débito o crédito para realizar pagos en comercios habilitados con el servicio.

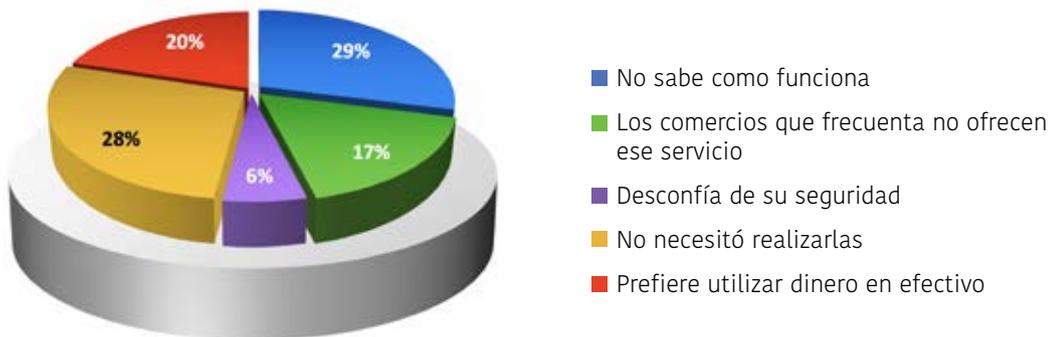
**Pregunta 3.4** *¿Tuvo algún problema cuando quiso realizar pagos con tarjeta?*



Considerando la anterior pregunta, el 14% de los consumidores financieros tuvo algún problema al realizar pagos con tarjeta. A continuación, se desglosan los problemas identificados por los encuestados.

**Pregunta 3.5 ¿Qué problema tuvo?**

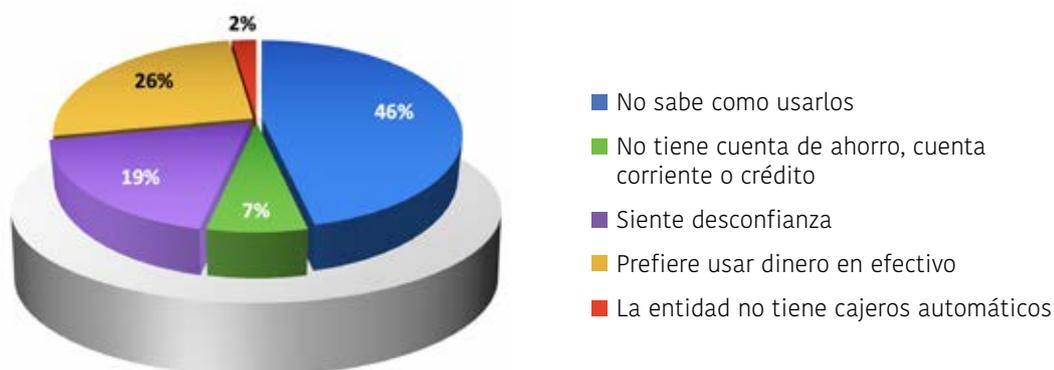
De todos los consumidores financieros que realizaron pagos con su tarjeta de débito o crédito solo el 14% indicó haber tenido algún problema. La principal dificultad que experimentaron fue que el servicio no estaba disponible (40%), como segundo problema los puntos no reconocen su tarjeta (27% de los CF mantiene esa afirmación). Asimismo, es importante resaltar que un 19% indicó que se realizaron cobros incorrectos al realizar pagos con tarjeta.

**Pregunta 3.6 ¿Por qué no realizó pagos con su tarjeta?**

Del 61% de los consumidores financieros que no utilizó su tarjeta para compras en comercios durante la gestión 2019, la mayoría de ellos no sabe cómo funciona el servicio (29%). También es relevante que el 20% de los CF prefiere utilizar dinero en efectivo y un 17% indicó que los comercios que frecuenta no ofrecen el servicio. Asimismo, un 28% de los CF señaló que no necesitó realizar pagos con su tarjeta.

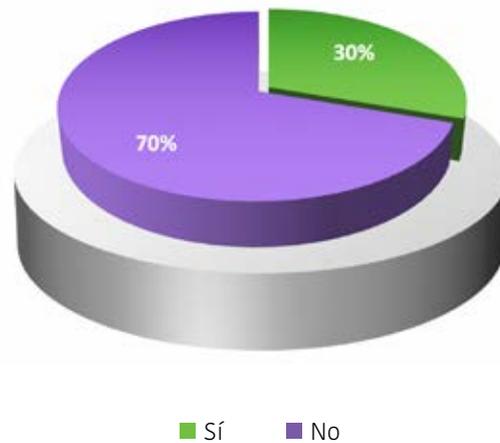
**Pregunta 3.7 ¿Utiliza los servicios de cajeros automáticos de esta entidad?**

Del 53% de los consumidores financieros que tiene una tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro (pregunta 3.1), el 67% utiliza los cajeros automáticos de la entidad donde se encontraban al momento de la toma de la encuesta. Por su parte, de los que no utilizan el servicio de esa entidad, afirmaron que sí usan de otras entidades (57%), lo que hace concluir que en total el 86% de consumidores financieros utiliza cajeros automáticos.

**Pregunta 3.10 ¿Por qué no usa cajeros en esta u otra entidad?**

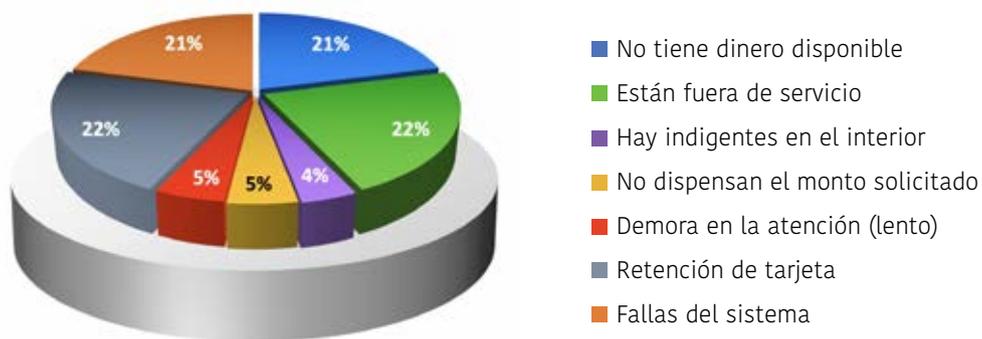
De las personas que no usan cajeros automáticos, el 46% no sabe cómo utilizarlos, el 26% prefiere usar dinero en efectivo y el 19% desconfía de su seguridad.

**Pregunta 3.11 ¿Tuvo algún problema al utilizar los cajeros automáticos de esta (esa) entidad?**

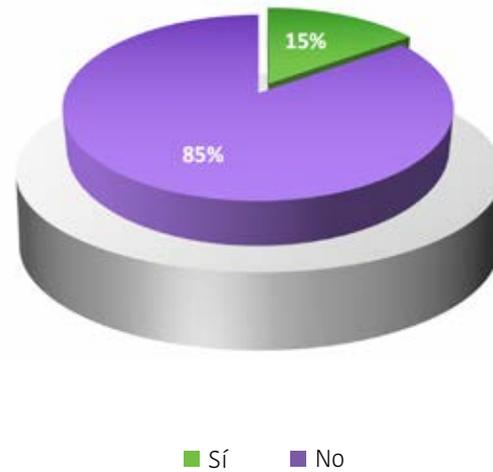


Del conjunto de consumidores que utiliza cajeros automáticos, el 70% afirmó no haber tenido ningún problema al usarlos.

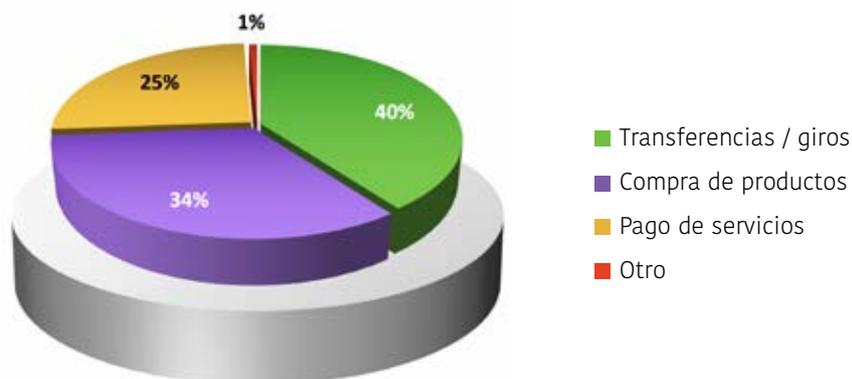
**Pregunta 3.12 Indique el problema que más le afecta al usar cajeros automáticos.**



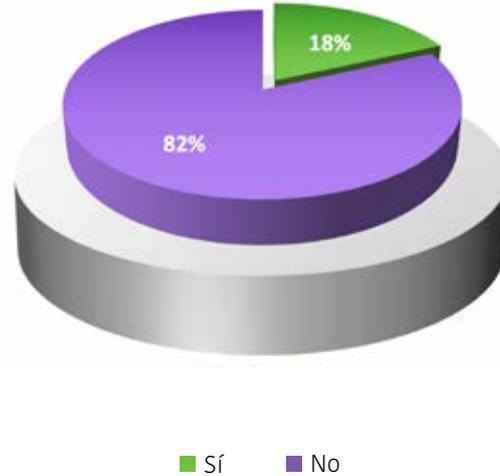
Del 30% de los consumidores financieros que tuvo alguna dificultad al utilizar este servicio; los principales problemas relacionados son que los cajeros están fuera de servicio (22%), retienen tarjetas (22%), no cuentan con dinero disponible (21%) y presentan fallas en el sistema (21%).

**Pregunta 3.13 En el año 2019, ¿realizó transacciones mediante billetera móvil?**

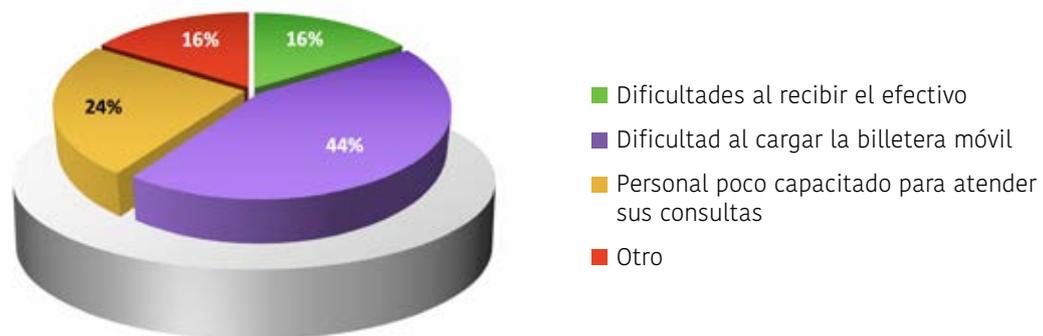
Durante la gestión 2019 el 15% de los consumidores financieros realizó transacciones por billetera móvil.

**Pregunta 3.14 ¿Qué tipo de transacciones realizó?**

De los consumidores que utilizan este servicio, la mayoría recurre al mismo para transferencias o giros (40%), un 34% utiliza el servicio tanto para compras de productos o pago de servicios y un 25% para pago de servicios.

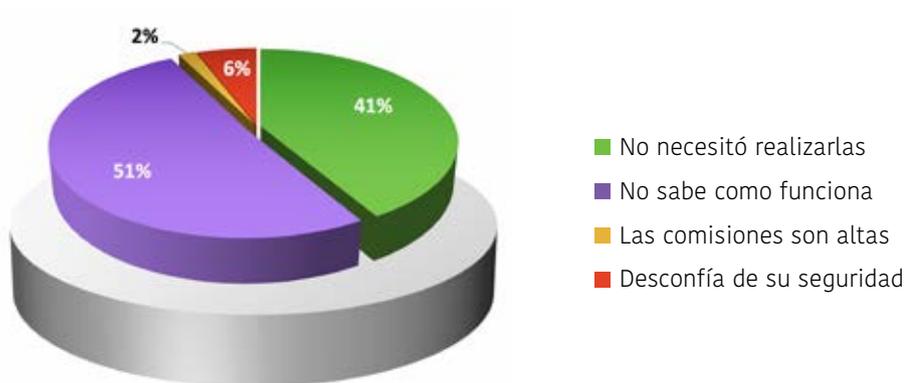
**Pregunta 3.15 ¿Tuvo algún problema al realizar transacciones por billetera móvil?**

El 18% de los consumidores financieros tuvo algún problema al realizar transacciones por billetera móvil.

**Pregunta 3.16 ¿Cuál es el problema que más le afecta?**

Del grupo de consumidores financieros que usan la billetera móvil, el 18% afirmó tener algún tipo de problema; entre los principales problemas que experimentaron están la dificultad al cargar la billetera móvil (44%), el personal es poco capacitado (24%) y dificultades al recibir el efectivo (16%).

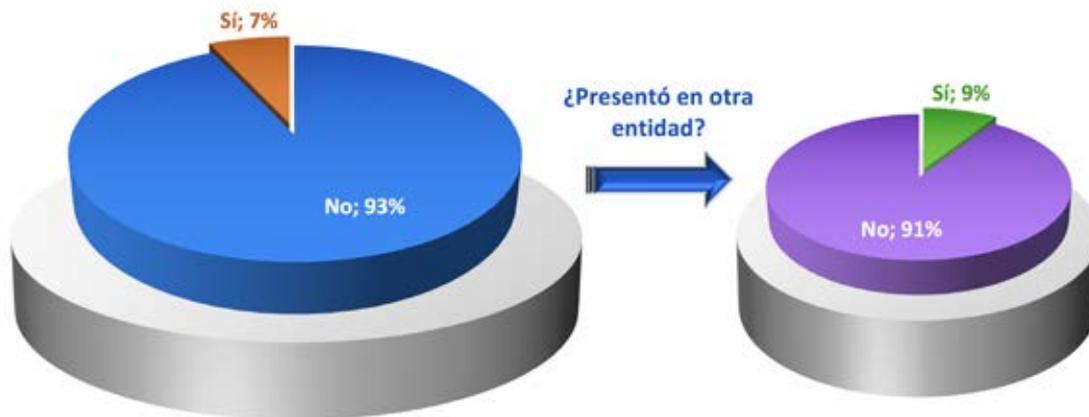
**Pregunta 3.17 ¿Por qué no ha realizado transacciones por billetera móvil?**



De las personas que no usan billetera móvil, la mayoría no lo hace debido al desconocimiento en el funcionamiento (51%) y el 41% no necesitó realizarlas.

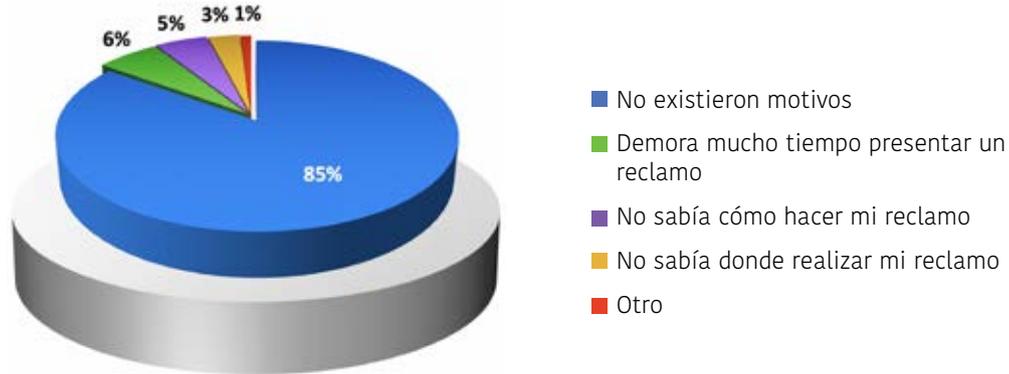
**Sección 4: Atención de reclamos y centro de llamadas**

**Pregunta 4.1 En el año 2019, ¿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 9% señaló haber presentado reclamos en otra entidad, por lo que el 15% 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?**



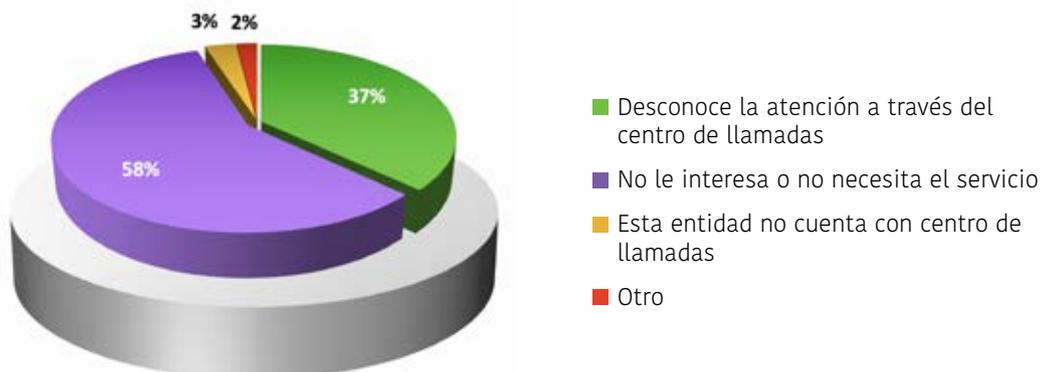
Del 85% de los consumidores financieros que no presentaron reclamos en el sistema financiero, también el 85% afirma que no existieron motivos para hacerlo, el 6% considera que demora mucho tiempo presentar un reclamo y el 5% afirma que no sabía cómo se podía hacer reclamos.

**Pregunta 4.5 En el año 2019, ¿ha utilizado el centro de llamadas de atención al cliente de esta entidad?**



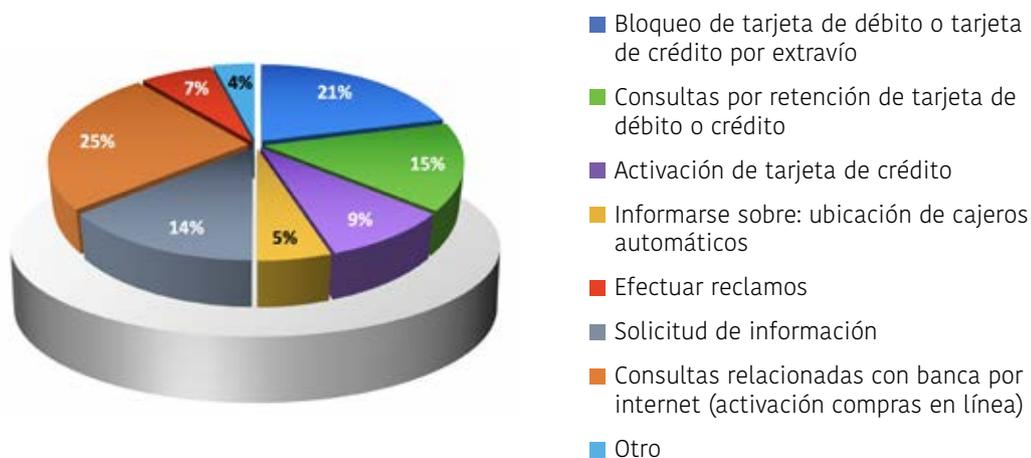
Con relación al servicio del centro de llamadas que ofrecen las entidades financieras, el 12% de los consumidores financieros que se encontraban en el PAF el día de la encuesta, afirmaron haber usado este servicio de la entidad; el 8% de los que dijeron no usar los de la entidad donde se encontraban, afirmaron que sí lo usaron en otra entidad; es decir, que el 19% de los CF usaron el centro de llamadas alguna vez en el año 2019.

**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 81%), la mayoría (58%) indicó que no le interesa o no necesita el servicio. Mientras que un 37% desconoce la atención a través del centro de llamadas.

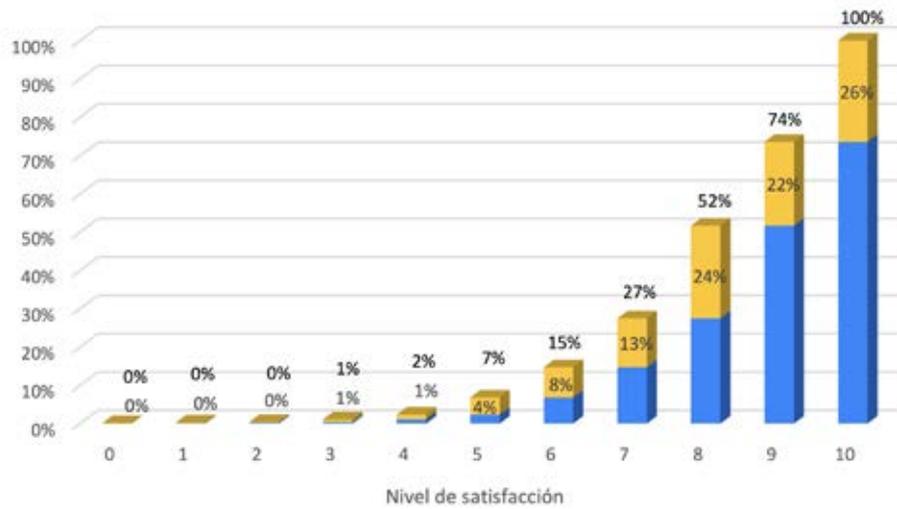
**Pregunta 4.9 ¿Qué tipo de servicios requirió en el centro de llamadas?**



Del 19% de consumidores financieros que afirmó haber usado el centro de llamadas en el sistema financiero, en su mayoría lo hizo para solicitar información (25%), un 21% de CF llamó para bloquear su tarjeta de débito o tarjeta de crédito (21%), por la retención de tarjeta de débito o crédito el 15%, para efectuar reclamos el 14%, el 9% para activación de tarjetas de crédito y un 7% para consultas relacionadas a banca por internet.

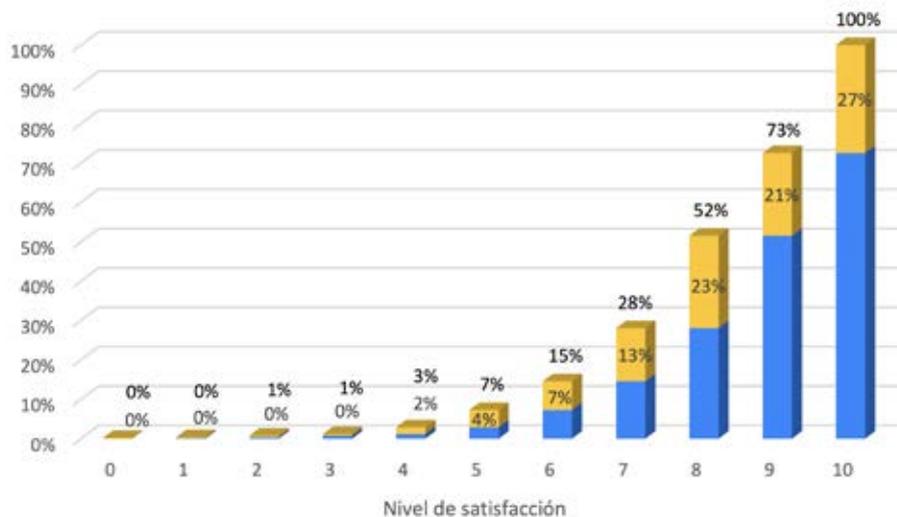
## Sección 5: Niveles de Satisfacción

**Pregunta 5.1** *Cuan satisfecho(a) está usted con TODOS los servicios financieros que le proporciona esta entidad financiera.*



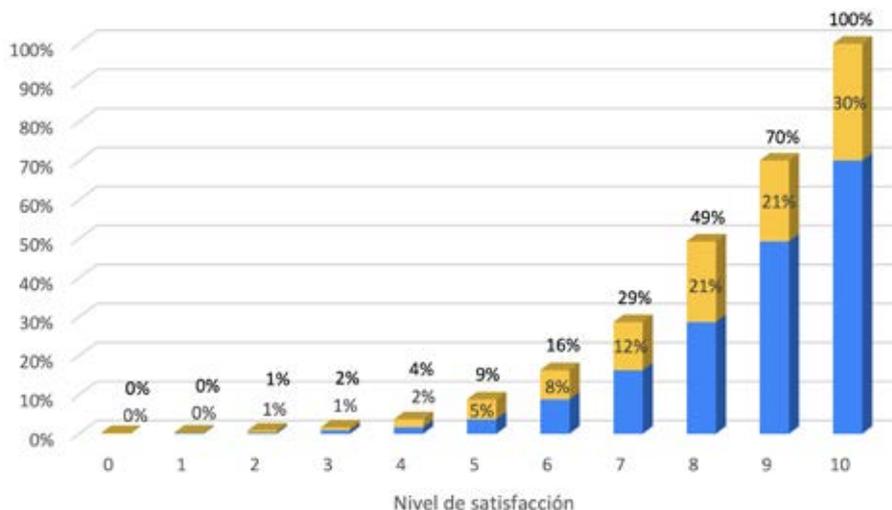
En cuanto al nivel de satisfacción que tienen los consumidores financieros con relación a todos los servicios que ofrecen las entidades financieras, la información recolectada muestra un alto grado de aceptación, es así que, el 72% de los consumidores dieron calificaciones desde ocho hasta 10. Asimismo, el 26% 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 financiera, se adecuan a sus necesidades y preferencias.*



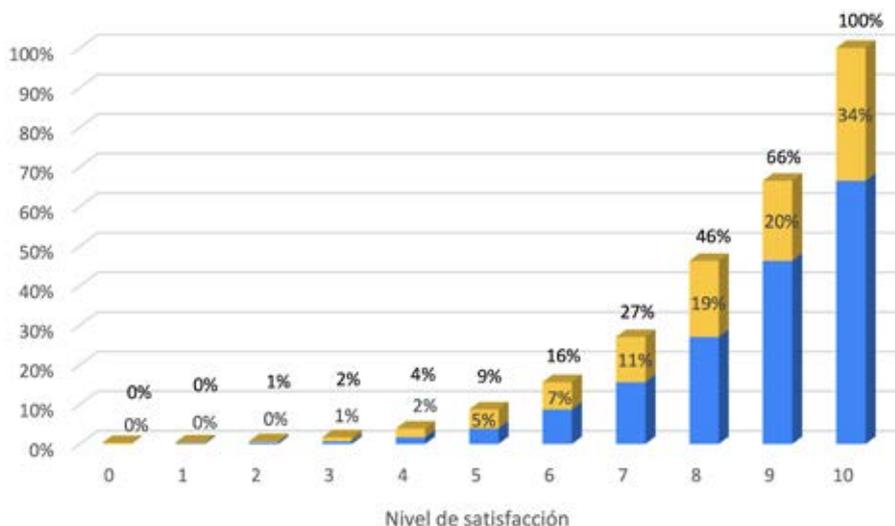
El gráfico anterior, muestra que los servicios ofrecidos por las entidades financieras, en la mayoría de los casos se adecuan a las necesidades y preferencias de los consumidores financieros. Es así, que cuando se les consultó que califiquen la afirmación 5.2, solo el 7% asignó calificaciones iguales o inferiores a cinco sobre 10, por lo que la distribución es altamente concentrada en calificaciones mayores (23% para ocho sobre 10, 21% para nueve sobre 10 y de 27% para 10 sobre 10).

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



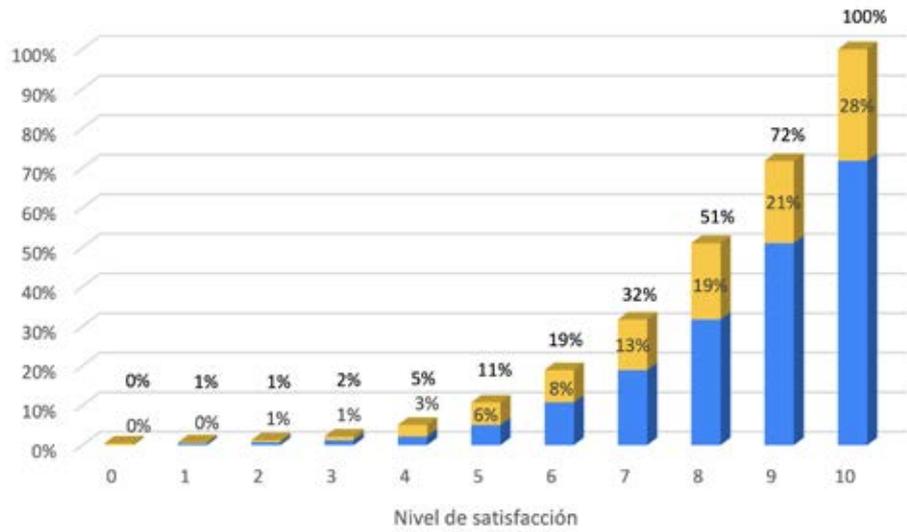
En cuanto a la colaboración y el asesoramiento que brindan los funcionarios de las entidades financieras, los consumidores financieros perciben que las mismas son adecuadas, ya que el 30% está completamente de acuerdo con esa afirmación y solo el 9% de los CF consideran que este asesoramiento merece una calificación igual o menor a cinco sobre 10.

**Pregunta 5.4** *Las agencias de esta entidad financiera están ubicadas convenientemente para realizar las transacciones que necesita.*



El 91% de los consumidores financieros manifestó estar de acuerdo en algún grado (calificaciones mayores o iguales a seis) con la conveniente ubicación de las agencias de las entidades de intermediación financiera. Destaca que el 34% de los CF está completamente de acuerdo con la afirmación.

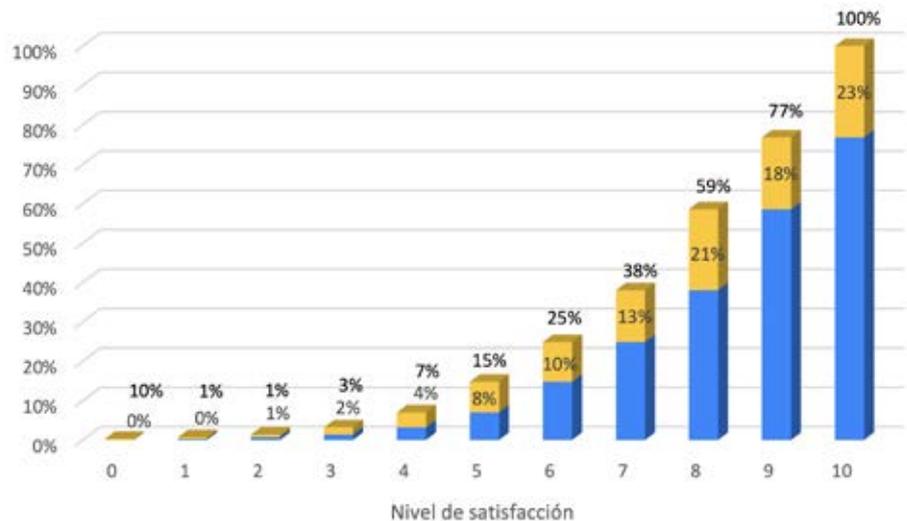
**Pregunta 5.5** *Esta entidad financiera toma los recaudos necesarios para evitar asaltos o robos en sus oficinas.*



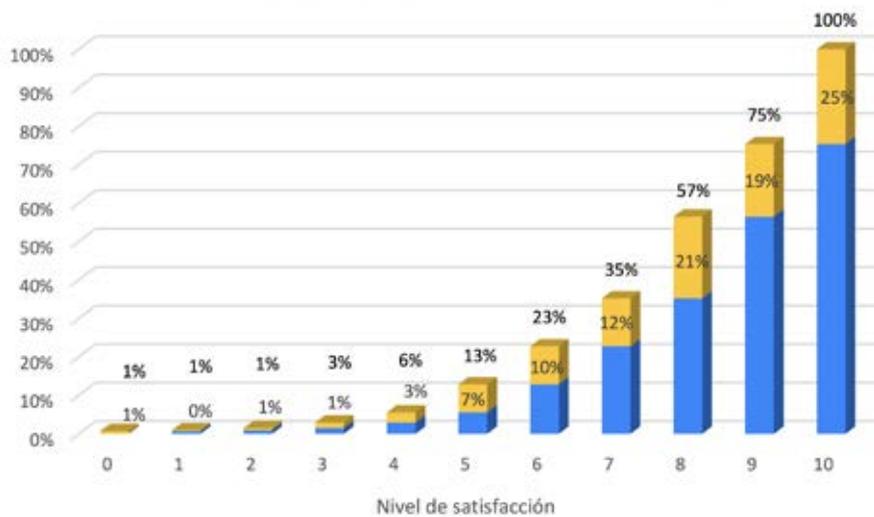
Las calificaciones otorgadas por los consumidores financieros muestran que las entidades financieras toman los recaudos necesarios para evitar asaltos o robos en sus oficinas (89% de los CF calificó con notas mayores o iguales a seis sobre 10). La calificación más frecuente es de 10 sobre 10 con 28%.

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

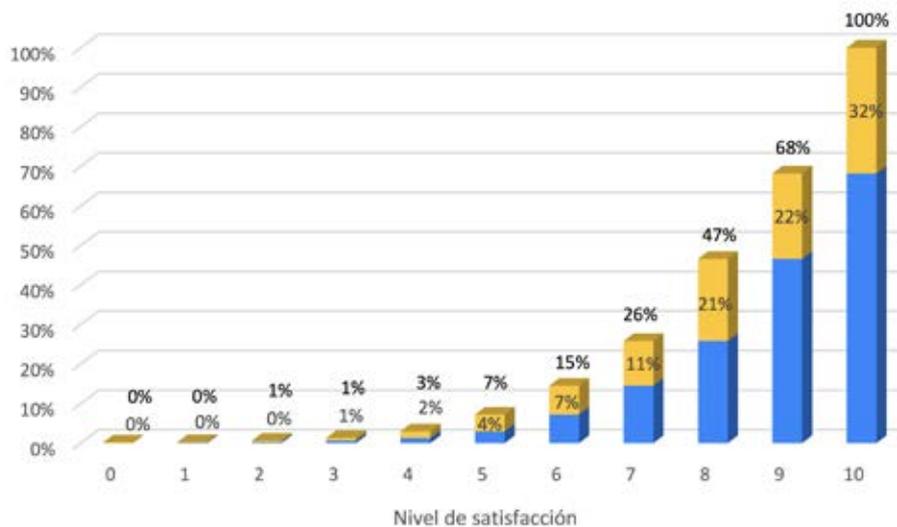
103



El 15% 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 (85%) está de acuerdo, en algún grado, con la afirmación, otorgando a la misma un nivel de aceptación mayor a cinco. Asimismo, el 23% de los CF está completamente de acuerdo con la oración planteada (10 sobre 10).

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

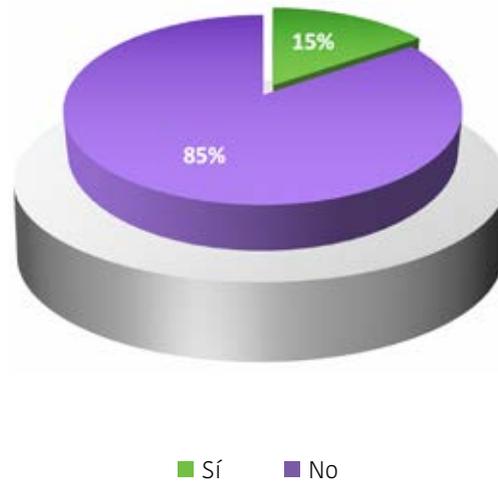
Los datos señalan que los consumidores financieros, en gran medida, valoran el aporte de los servicios financieros para mejorar su calidad de vida (87% de los CF otorgó calificaciones mayores o iguales a seis); el 25% está completamente de acuerdo con esta afirmación.

**Pregunta 5.8 Los empleados de esta entidad financiera atienden las consultas amablemente.**

La mayoría de los consumidores financieros (93%) está de acuerdo, en algún grado, con la afirmación 5.8 (calificaciones mayores o iguales a seis sobre 10). Destaca que el 32% de los consumidores financieros calificó con la nota máxima de 10. En contrapartida, el 4% de los CF está en desacuerdo con la afirmación (calificación igual o menor a cuatro sobre 10).

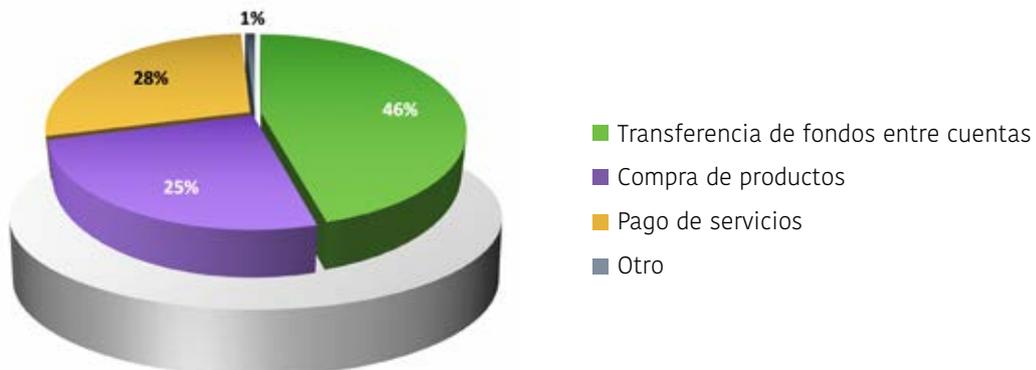
## Sección 6: Transacciones a través de banca por internet

**Pregunta 6.1** *En el año 2019, ¿realizó transacciones financieras a través de banca por internet?*

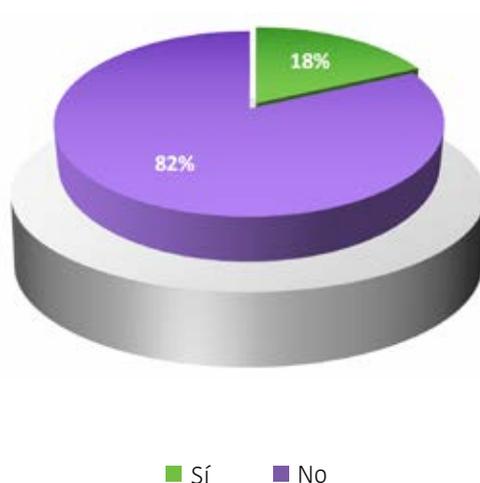


El 15% de los consumidores financieros realizó transacciones financieras por internet en el año 2019.

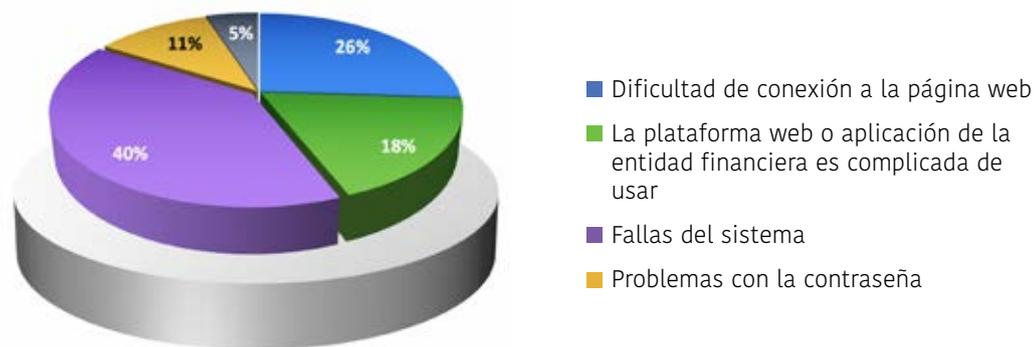
**Pregunta 6.2** *¿Qué tipo de transacciones realizó?*



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 (46%), seguido de pago de servicios con 28% de participación y el 25% con compras de productos.

**Pregunta 6.3 ¿Tuvo algún problema al realizar transacciones financieras por internet?**

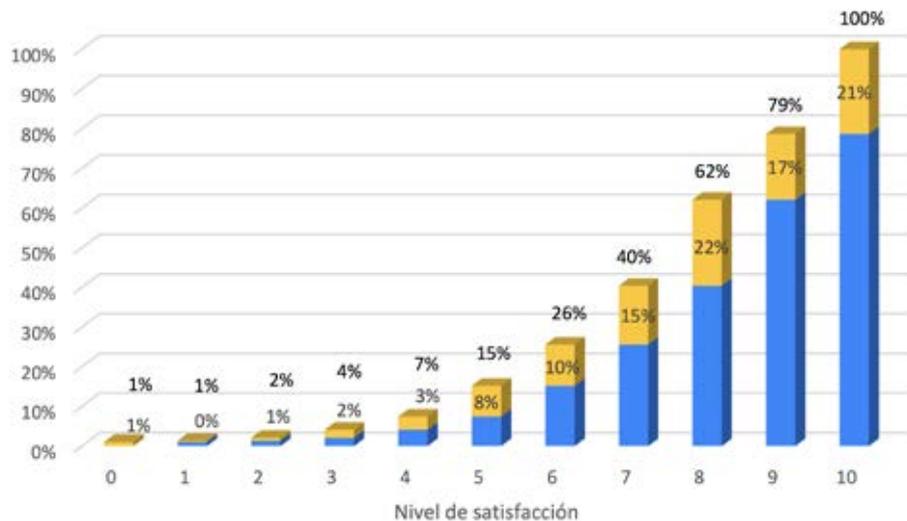
De los consumidores financieros que realizaron transacciones financieras por internet, el 18% tuvo alguna dificultad al realizar las mismas.

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

De aquellos consumidores financieros que tuvieron inconvenientes para realizar transacciones por internet, el 40% identifica como principal problema las fallas del sistema de banca por internet, en segundo lugar, un 26% de CF indica que existen dificultades a la conexión de la página web de la EIF, un 18% considera que la plataforma web o aplicación de la entidad es complicada de usar y un 11% reporta problemas con la contraseña.

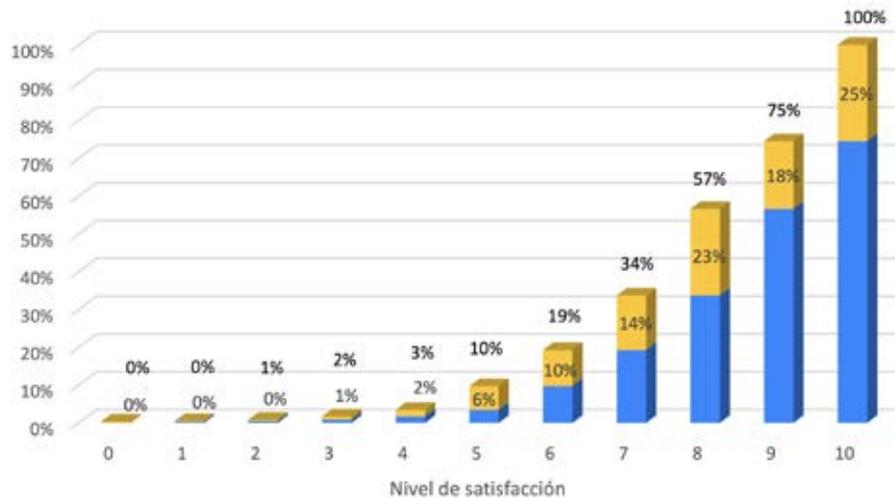
**Pregunta 6.5 ¿Por qué no ha realizado transacciones por internet?**

En el grupo de consumidores financieros que no efectuaron transacciones mediante internet, el 49% señaló no necesitó realizarlas, un 40% indicó que no las realizó debido a que desconoce su funcionamiento, un 5% considera que es complicado de usar y otro 5% desconfía de su seguridad.

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

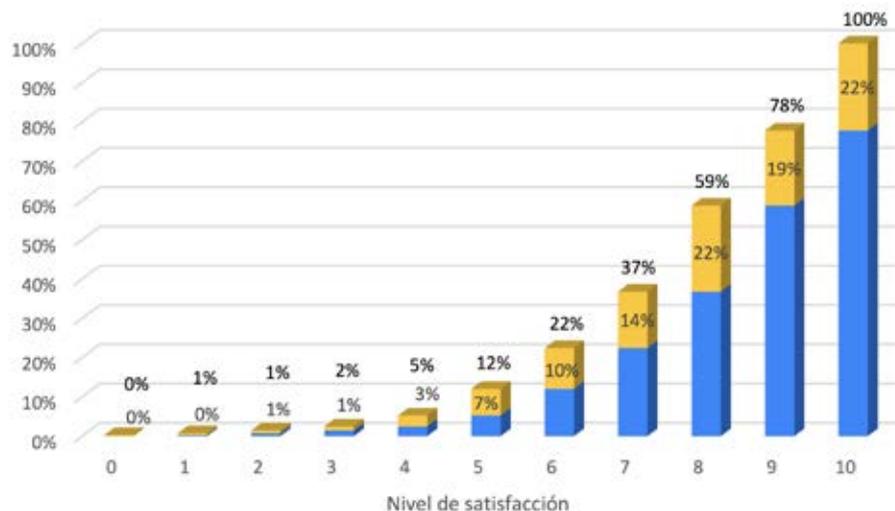
La percepción del consumidor financiero en cuanto a la continuidad de los servicios, se describe en los resultados del anterior gráfico. La mayoría (74%) percibe que existe continuidad del servicio en un grado significativamente alto (calificación igual o mayor a siete), por su parte, el 21% de los CF está plenamente de acuerdo con la afirmación planteada.

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



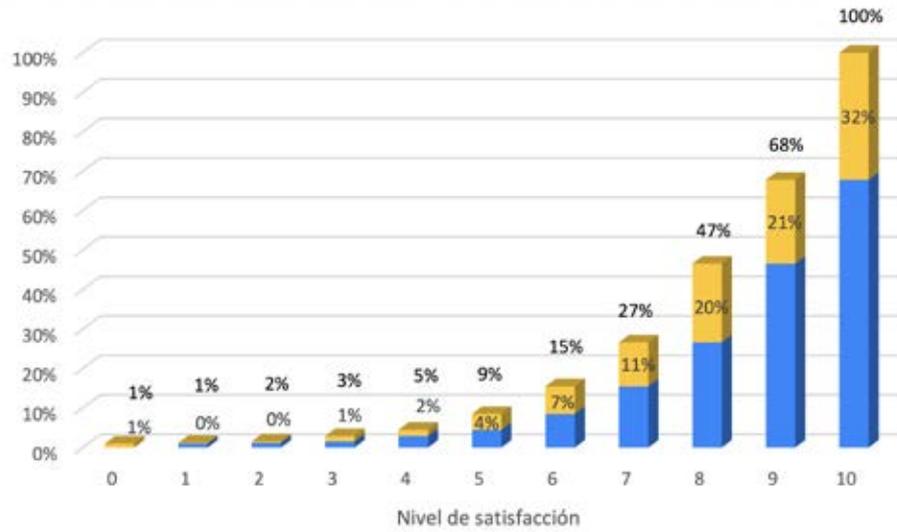
Los beneficios individuales que perciben los CF con relación a los servicios financieros que reciben, fueron cuantificados de alguna manera en las anteriores preguntas de calificación de escala 0 a 10. Para el caso de la afirmación 6.7 “Esta entidad contribuye al desarrollo de su ciudad, localidad o 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 25% de los CF está convencido plenamente de la contribución de las EIF al desarrollo de su ciudad localidad o comunidad.

**Pregunta 6.8 La atención del personal de esta entidad financiera hace que usted no pierda tiempo en las transacciones que realiza.**



Con relación a la percepción del tiempo que invierten los consumidores financieros al realizar transacciones, un 88% está en algún grado satisfecho con la afirmación 6.8 (calificaciones mayores o iguales a seis). Asimismo, el 22% está totalmente satisfecho con la eficiencia en tiempos de atención de las EIF. Solo el 5% de los CF no estaría de acuerdo con la afirmación, al puntuar con calificaciones menores a cinco sobre 10.

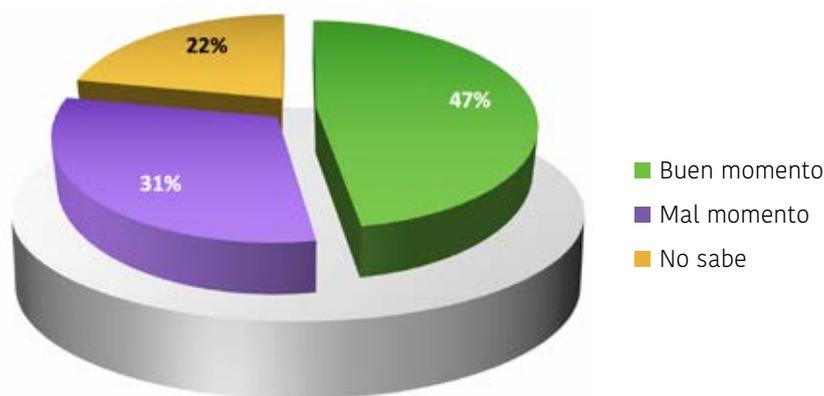
**Pregunta 6.9 La opción de pagar servicios (agua, luz y otros) en las entidades financieras le facilita sus actividades cotidianas.**



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 (calificaciones menores a cinco).

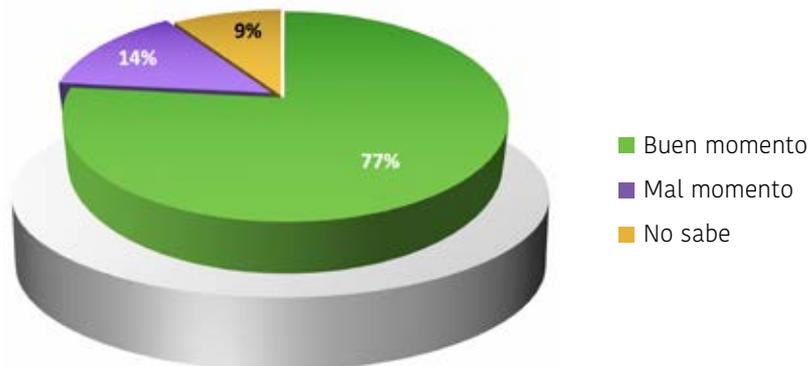
## Sección 7: Percepciones del sistema financiero

**Pregunta 7.1 ¿Usted cree que ahora es un buen o mal momento para solicitar un crédito?**



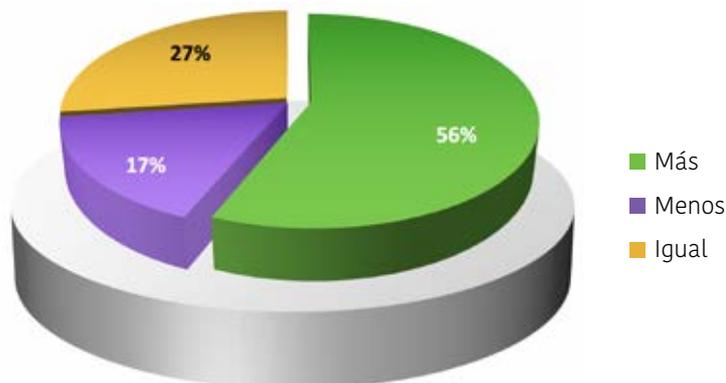
El 47% de los consumidores financieros considera que actualmente es un buen momento para solicitar un crédito, en tanto que el 31% piensa que es un mal momento y el restante 22% no sabe si ahora es un buen o mal momento para obtener un préstamo de las EIF.

**Pregunta 7.2 ¿Usted cree que ahora es un buen o mal momento para ahorrar?**



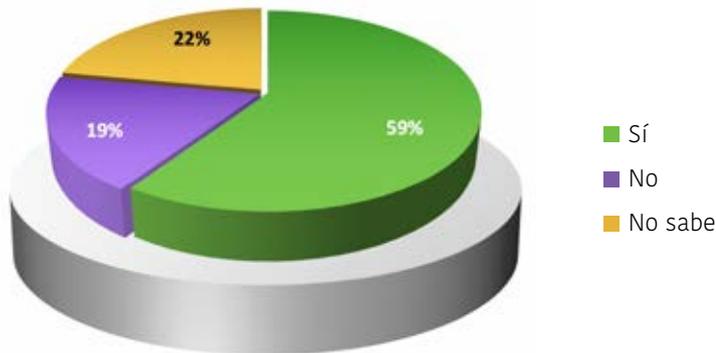
Un gran porcentaje de consumidores financieros (77%) cree que ahora es un buen momento para ahorrar, solamente un 14% piensa que es un mal momento y el restante 9% no tiene una posición definida sobre esta pregunta.

**Pregunta 7.3 Analizando su capacidad de ahorro, ¿usted cree que de aquí a un año podrá ahorrar más, menos o igual que ahora?**



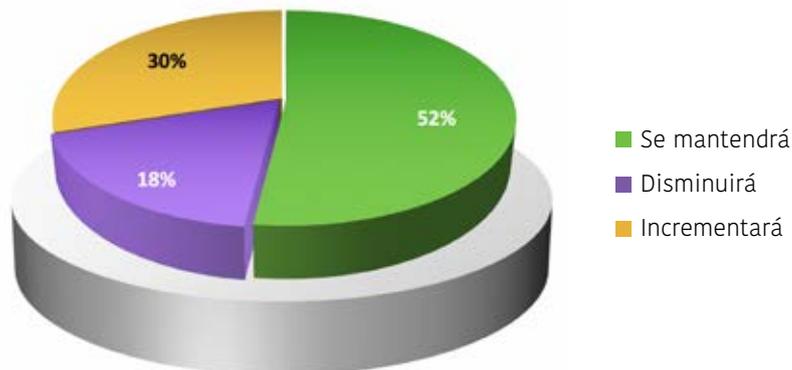
Con relación a la pregunta 7.3, el 56% de los consumidores financieros creen que de aquí a un año podrán tener una mayor capacidad de ahorro. El 27% de los CF piensa que dentro de un año podrá ahorrar lo mismo que ahora y solamente un 17% considera que podrá ahorrar menos.

**Pregunta 7.4** *En los próximos tres años, ¿usted piensa que la gente continuará accediendo a créditos y pagándolos sin inconvenientes?*



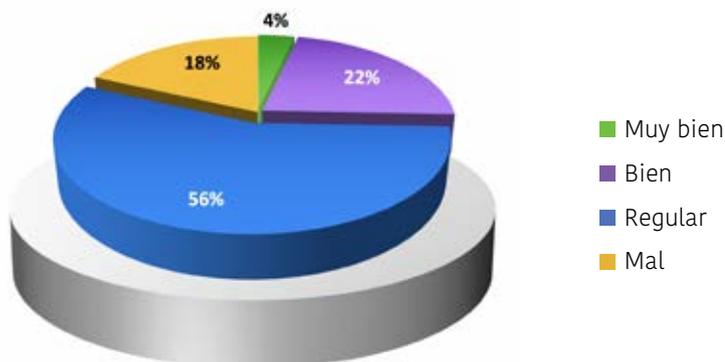
Más de la mitad de consumidores financieros (59%) piensa que la población continuará accediendo a créditos y pagándolos sin inconvenientes los próximos tres años. En contraste, el 19% de CF cree que no sucederá esta situación y un 22% no tiene una opinión definida sobre la pregunta realizada.

**Pregunta 7.5** *Considerando la tasa de interés que se cobra por un crédito, ¿usted cree que en los próximos 12 meses esta tasa se mantendrá, disminuirá o incrementará?*



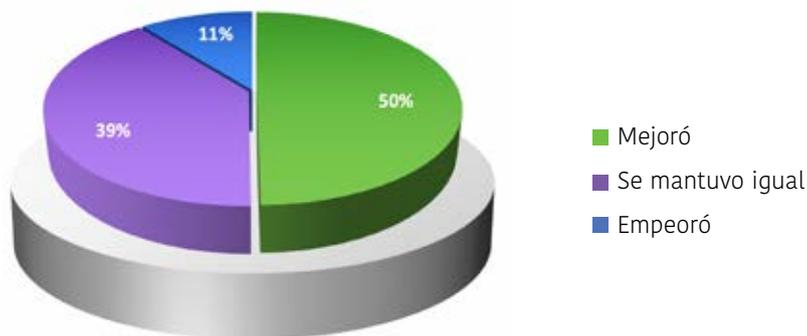
El 52% de los consumidores financieros cree que la tasa de interés que se cobra por un crédito se mantendrá durante los próximos 12 meses. En tanto que, el 18% tiene la expectativa que la tasa disminuirá y un 30% piensa que esta tasa incrementará durante los próximos 12 meses.

**Pregunta 7.6 ¿Cómo cree que se encuentra la economía del país?**



Con relación a la pregunta 7.6, el 26% de consumidores financieros considera que la economía del país se encuentra muy bien o bien; un 56% cree que la economía está regular y solamente un 18% tiene la percepción que la economía está mal.

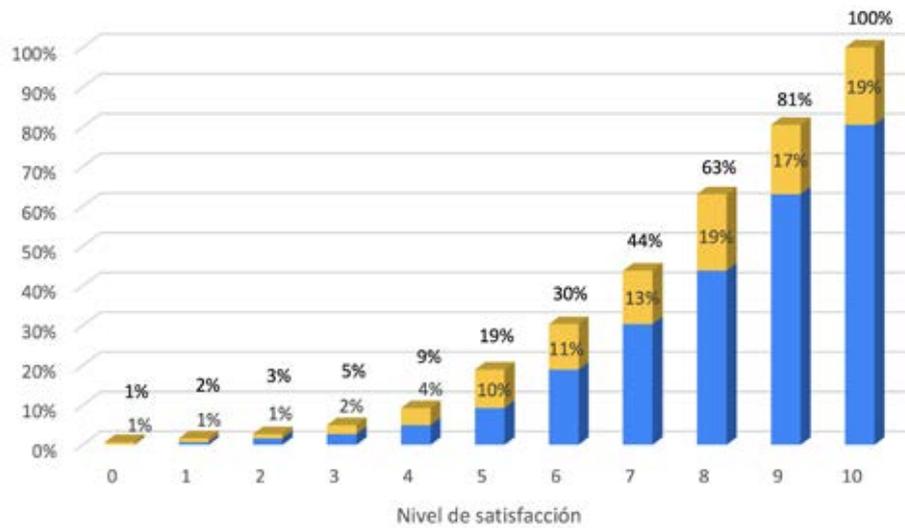
**Pregunta 7.7 ¿Su economía mejoró en los últimos años?**



La mitad de los consumidores financieros cree que su economía mejoró en los últimos años; un 39% considera que se mantuvo igual y solamente un 11% piensa que su economía empeoró.

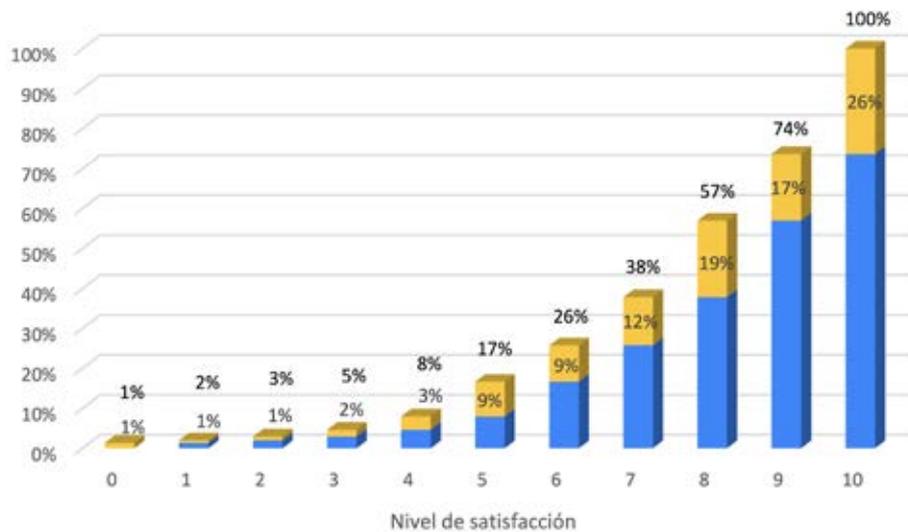
## Sección 8: Calificaciones Finales

### Pregunta 8.1 Espera poco tiempo para ser atendido en las cajas de esta entidad financiera.



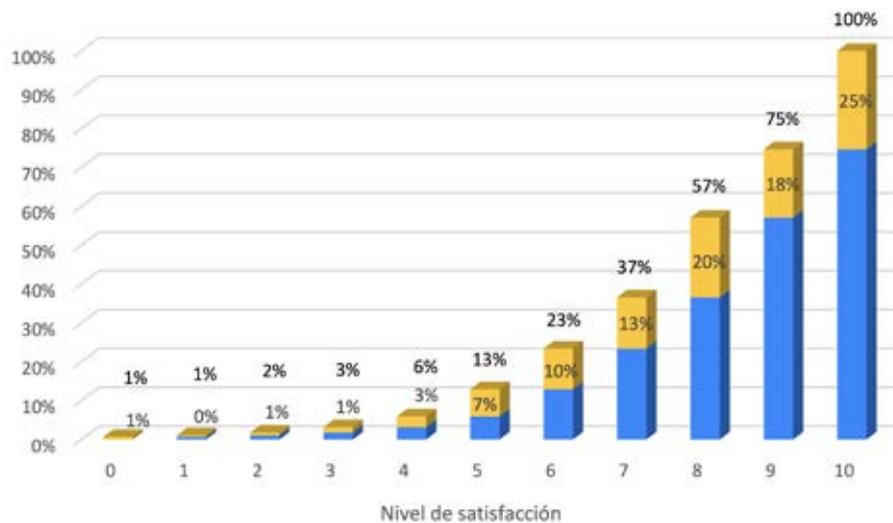
El 19% de los consumidores financieros califican a la afirmación 8.1 con puntuaciones inferiores o iguales a cinco sobre 10. La mayoría de los consumidores financieros (81%) está de acuerdo, en alguna medida, con la afirmación (calificaciones mayores o iguales a seis). Asimismo, el 19% de los consumidores financieros otorgaron puntuaciones de 10 sobre 10.

### Pregunta 8.2 Es mejor realizar compras con tarjeta de débito para evitar robos.



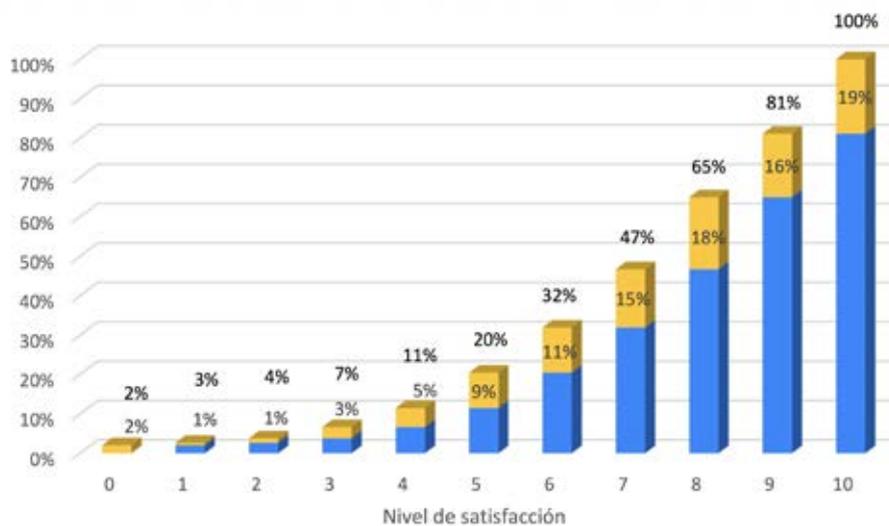
La evidencia de los resultados apoya la hipótesis de que el uso de la tarjeta de débito, es un aspecto que coadyuva a evitar robos a los consumidores financieros. Así, el 26% de los consumidores financieros calificó la afirmación 8.2 con el máximo nivel de conformidad de 10 sobre 10.

**Pregunta 8.3** *Esta entidad financiera le orienta adecuadamente cuando no conoce algún servicio.*



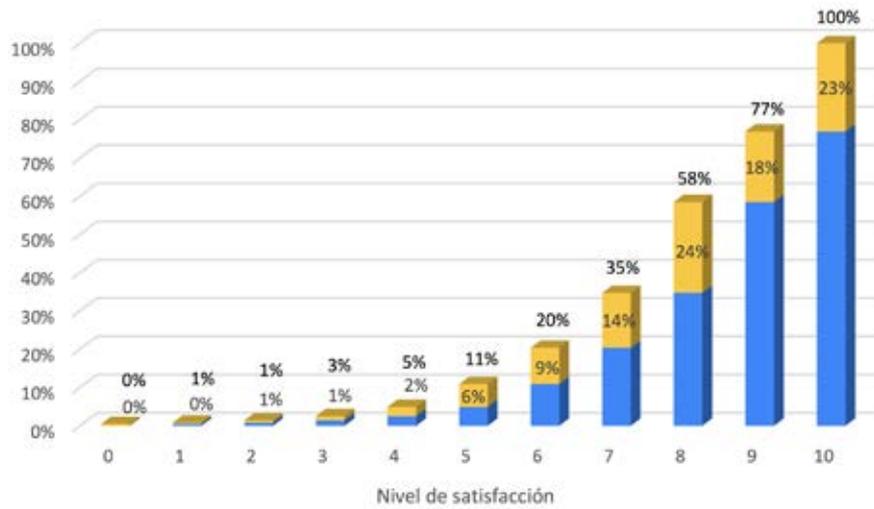
El 87% de los consumidores financieros está de acuerdo, en algún grado, con la afirmación 8.3, otorgando a la misma una calificación mayor a cinco. Asimismo, el 25% de los consumidores financieros está completamente de acuerdo con el enunciado (10 sobre 10).

**Pregunta 8.4** *En esta entidad financiera 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 20% de los consumidores financieros calificó a la afirmación 8.4 con puntuaciones inferiores o iguales a cinco sobre 10, es decir que la mayoría está de acuerdo en alguna medida con dicha afirmación. En tanto que, el 19% de CF otorgó la calificación máxima a la información (nota de 10 sobre 10).

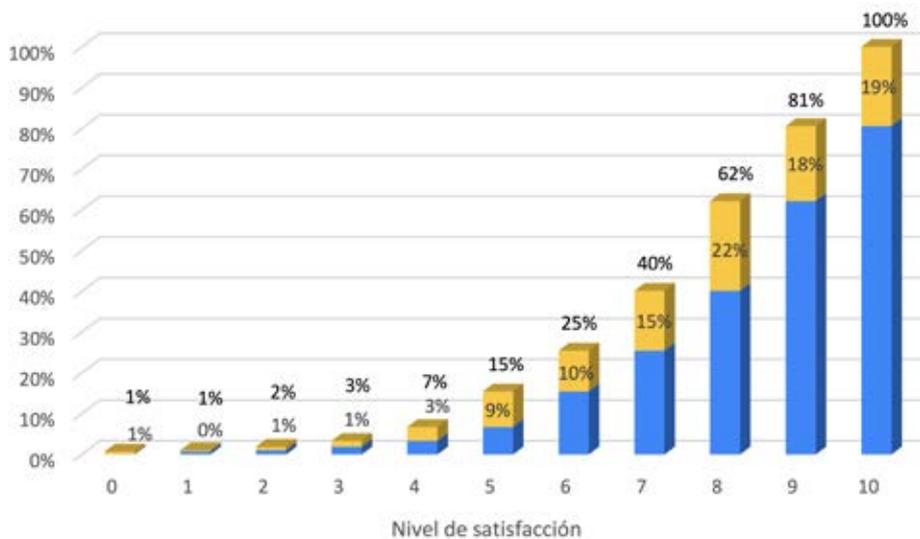
**Pregunta 8.5 La innovación tecnológica de esta entidad financiera facilita la prestación de servicios financieros.**



Una gran parte de consumidores financieros (89%) considera que la innovación tecnológica facilita la prestación de servicios financieros (calificaciones mayores a cinco). Asimismo, el 23% de los CF otorgó la máxima calificación, 10 sobre 10, a la afirmación 8.5. En contraste, el 5% de CF cree que la innovación tecnológica de las EIF no facilita a la prestación de servicios financieros (calificaciones menores a cinco).

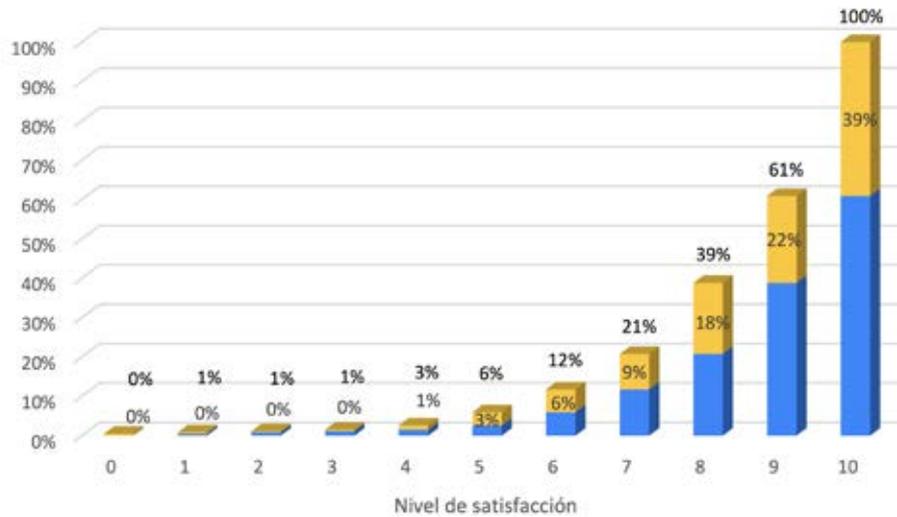
**Pregunta 8.6 Esta entidad financiera tiene pocas caídas de sistema.**

115



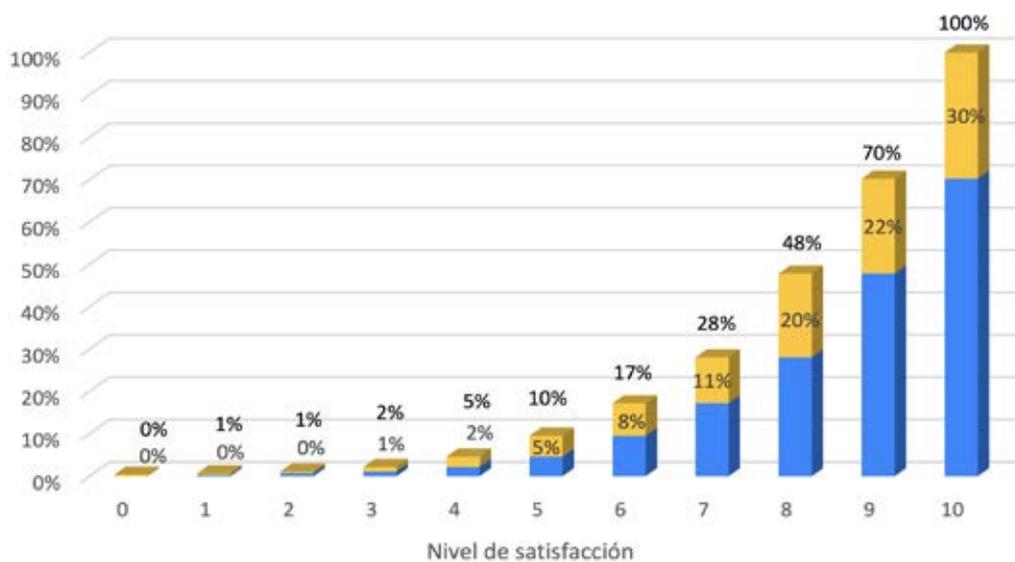
La evidencia de resultados indica que el 85% de consumidores financieros cree, en algún grado, que las entidades financieras tienen pocas caídas de sistema (calificaciones mayores o iguales a seis). Asimismo, un 19% de CF otorgó la máxima calificación (10 sobre 10) a la afirmación 8.6.

**Pregunta 8.7** *Si tiene que realizar transacciones de montos elevados de dinero, es mejor utilizar una entidad financiera.*



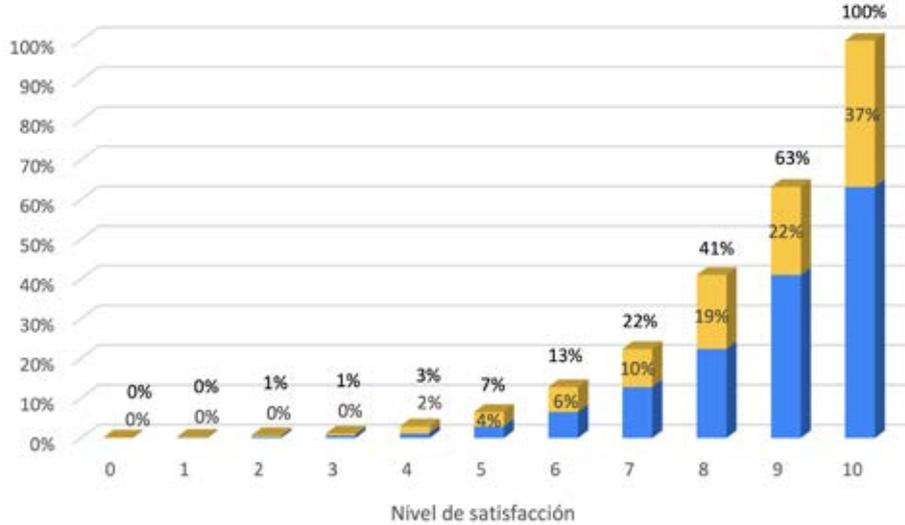
Solo el 3% de los consumidores financieros expresó duda sobre la conveniencia de realizar transacciones de elevados montos de dinero en una entidad financiera (puntuaciones inferiores a cinco sobre 10). La mayoría de los consumidores financieros (94%) está de acuerdo con la afirmación 8.7. Asimismo, el 39% de los CF están completamente de acuerdo con realizar transacciones de montos mayores en entidades de intermediación financiera.

**Pregunta 8.8** *La infraestructura de esta entidad financiera es adecuada para la atención de personas con discapacidad.*



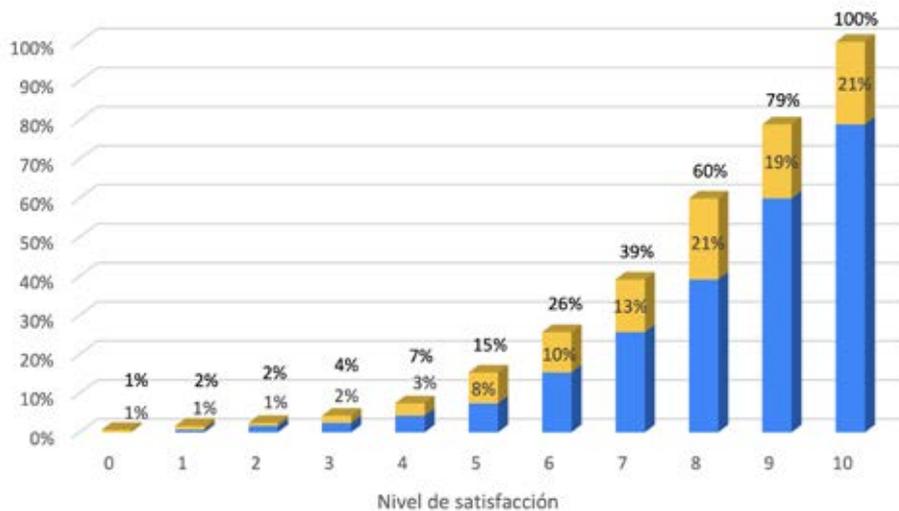
El 90% de los consumidores financieros considera que la infraestructura de las entidades de intermediación financiera es adecuada para la atención a personas con discapacidad. Asimismo, las calificaciones de ocho, nueve y sobre diez, concentran el 72% de respuestas de los CF.

**Pregunta 8.9** *Esta entidad financiera brinda buen trato a adultos mayores, mujeres embarazadas y personas con discapacidad.*



El 37% de consumidores financieros otorgó la máxima calificación posible (10 sobre 10) a la afirmación 8.9. Asimismo, el 93% de CF calificó de forma positiva la afirmación (calificaciones mayores a cinco sobre 10); en contraste solamente el 3% de consumidores financieros otorgó una nota negativa a la consulta (calificaciones menores a cinco).

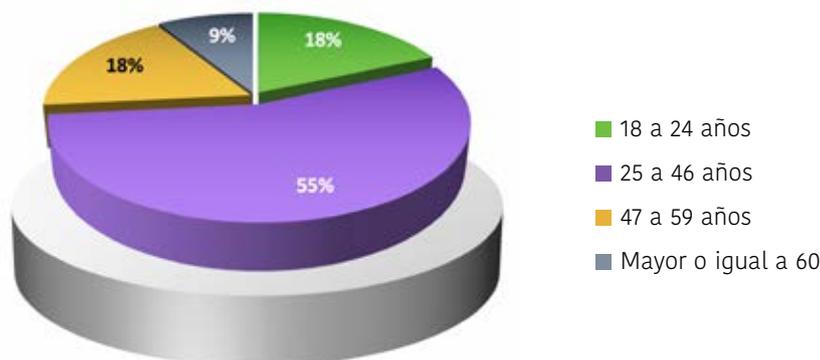
**Pregunta 8.10** *Espera poco tiempo para ser atendido en plataforma de atención (renovación tarjeta de débito, habilitación banca por internet, apertura de caja de ahorro, solicitud de extracto de cuentas, etc.) de esta entidad financiera.*



El 15% de consumidores financieros considera que el tiempo de espera para ser atendido en plataforma de atención está por debajo de sus expectativas (calificaciones menores o igual a cinco). En tanto que, el 21% de consumidores financieros cree que el tiempo de espera en plataforma de atención es óptimo (calificaciones de 10 sobre 10).

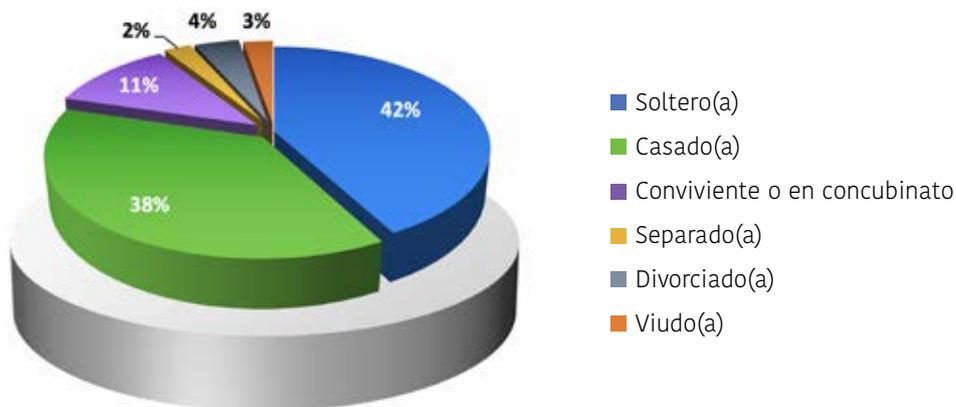
## Sección 9: Datos del (la) encuestado (a)

### Pregunta 9.1 ¿En qué rango se encuentra su edad?

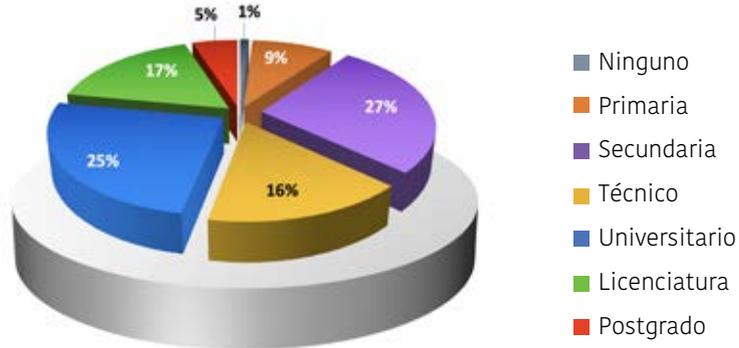


La mayoría de los consumidores financieros consultados el día de la encuesta fueron personas con edades entre 25 a 46 años (55%). Un 18% de CF tienen una edad entre 18 a 24 años al igual que entre 47 a 59 años. El grupo etario con menor participación es el de consumidores financieros mayores a 59 años (9%).

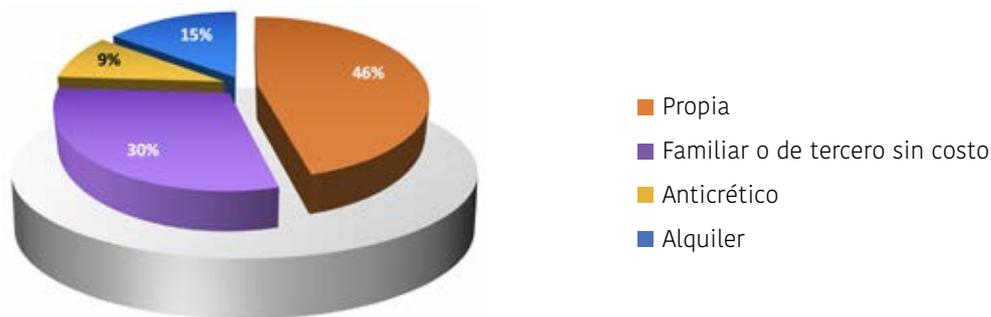
### Pregunta 9.2 Actualmente, ¿cuál es su estado civil?



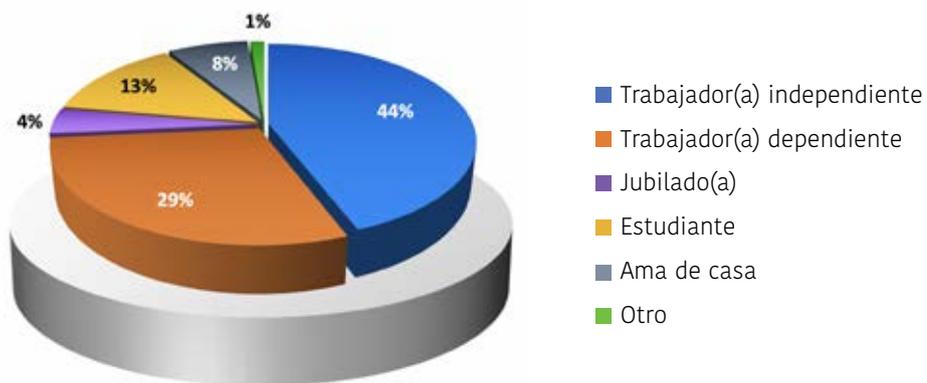
Dos estados civiles concentran el 80% de respuestas de los consumidores financieros: 42% son solteros y 38% están casados. El restante 20% se distribuye de la siguiente manera: conviviente o en concubinato (11%), separado (2%), divorciado (4%) y viudo (3%).

**Pregunta 9.3 ¿Cuál es el nivel de educación más alto que alcanzó?**

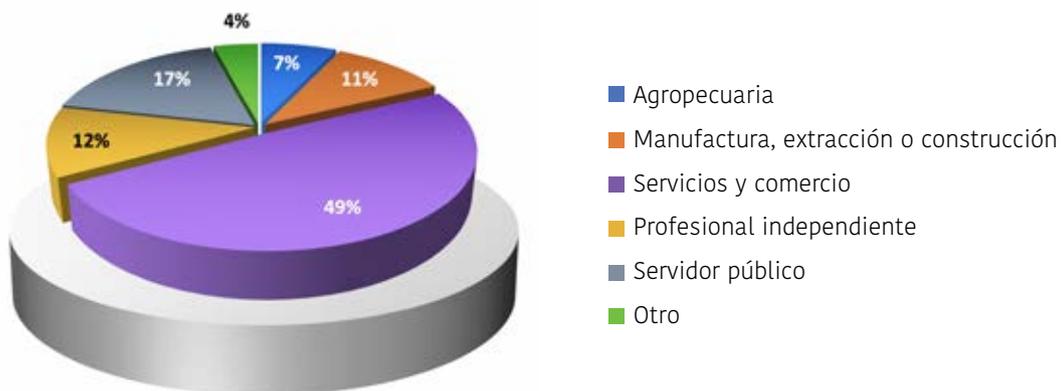
Con relación al nivel de instrucción de los consumidores financieros, en su mayoría alcanzaron la secundaria y cursaron estudios universitarios con participaciones de 27% y 25%, respectivamente. Asimismo, un 17% de CF obtuvo la licenciatura y un 16% tiene un nivel técnico.

**Pregunta 9.4 La vivienda que ocupa es ...**

La mayoría de los consumidores financieros afirmaron tener vivienda propia (46%), el 30% de un familiar o de tercero sin costo, 15% paga un alquiler y un 9% de CF vive en anticrético.

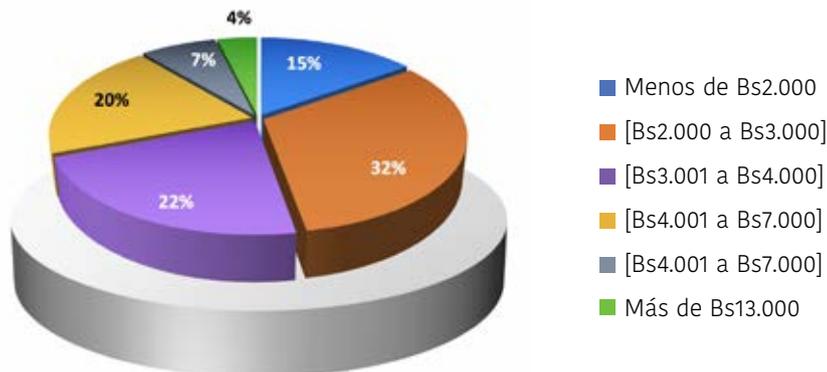
**Pregunta 9.5 ¿Cuál es su ocupación principal?**

La ocupación principal de la mayoría de los consumidores financieros encuestados fue trabajador independiente y dependiente con participaciones de 44% y 29%, respectivamente. El tercer grupo en importancia corresponde a los estudiantes (13%).

**Pregunta 9.6 ¿A qué actividad económica pertenece su ocupación principal?**

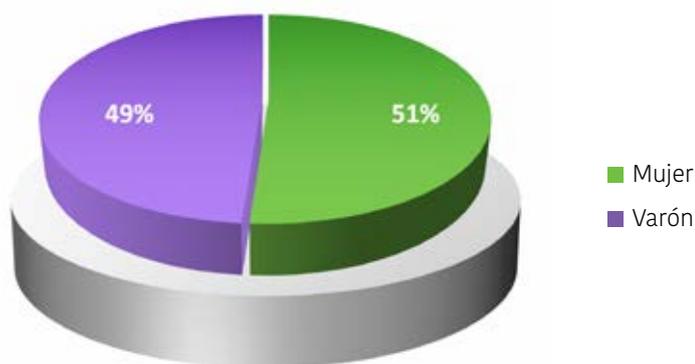
La principal actividad económica de las personas encuestadas está en el sector de servicios y comercio con una participación de 49%. El segundo grupo en importancia corresponde a servidores públicos (17%), seguido de profesionales independientes (12%) y consumidores financieros que se dedican a la manufactura, extracción o construcción (11%).

**Pregunta 9.7 ¿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 (32%). Un 22% de CF percibe ingresos entre Bs3.001 y Bs4.000, en tanto que un 20% gana entre Bs4.001 y Bs7.000. Solamente un 4% de consumidores financieros reportó recibir un ingreso mayor a los Bs13.000.

**Pregunta 9.8 Género:**



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



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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. *Psychological 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         | 8,22       | 0,04           | 8,15                          | 8,29     | 0,44%                    |
| DEPARTAMENTO    | Beni            | 8,52       | 0,12           | 8,28                          | 8,76     | 1,42%                    |
|                 | Chuquisaca      | 7,95       | 0,19           | 7,58                          | 8,32     | 2,36%                    |
|                 | Cochabamba      | 8,22       | 0,08           | 8,06                          | 8,38     | 0,98%                    |
|                 | La Paz          | 7,94       | 0,08           | 7,79                          | 8,09     | 0,96%                    |
|                 | Oruro           | 8,12       | 0,20           | 7,73                          | 8,51     | 2,42%                    |
|                 | Pando           | 7,80       | 0,25           | 7,31                          | 8,29     | 3,16%                    |
|                 | Potosí          | 7,89       | 0,16           | 7,57                          | 8,21     | 2,05%                    |
|                 | Santa Cruz      | 8,46       | 0,06           | 8,35                          | 8,57     | 0,65%                    |
|                 | Tarija          | 8,52       | 0,11           | 8,30                          | 8,74     | 1,32%                    |
| GÉNERO          | Mujer           | 8,29       | 0,04           | 8,21                          | 8,37     | 0,50%                    |
|                 | Varón           | 8,15       | 0,05           | 8,05                          | 8,24     | 0,58%                    |
| EDAD            | de 18 a 24 años | 8,24       | 0,07           | 8,10                          | 8,38     | 0,85%                    |
|                 | de 25 a 46 años | 8,14       | 0,05           | 8,04                          | 8,23     | 0,57%                    |
|                 | de 47 a 59 años | 8,22       | 0,07           | 8,09                          | 8,36     | 0,83%                    |
|                 | más de 60 años  | 8,60       | 0,09           | 8,43                          | 8,77     | 1,00%                    |
| NIVEL EDUCATIVO | Ninguno         | 8,04       | 0,28           | 7,49                          | 8,60     | 3,50%                    |
|                 | Primaria        | 8,35       | 0,10           | 8,16                          | 8,55     | 1,19%                    |
|                 | Secundaria      | 8,36       | 0,05           | 8,26                          | 8,46     | 0,61%                    |
|                 | Técnico         | 8,12       | 0,07           | 7,98                          | 8,26     | 0,86%                    |
|                 | Universitario   | 8,23       | 0,06           | 8,11                          | 8,34     | 0,72%                    |
|                 | Licenciatura    | 8,05       | 0,08           | 7,90                          | 8,21     | 0,97%                    |
|                 | Postgrado       | 7,95       | 0,15           | 7,65                          | 8,25     | 1,92%                    |
| TIPO DE ENTIDAD | BMU             | 8,20       | 0,04           | 8,12                          | 8,28     | 0,49%                    |
|                 | BPY             | 8,32       | 0,22           | 7,89                          | 8,75     | 2,64%                    |
|                 | CAC             | 8,43       | 0,12           | 8,20                          | 8,65     | 1,38%                    |
|                 | EFV             | 8,32       | 0,12           | 8,08                          | 8,56     | 1,47%                    |
|                 | IFD             | 8,17       | 0,10           | 7,98                          | 8,37     | 1,23%                    |

## 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         | 7,94       | 0,05           | 7,85                          | 8,03     | 0,57%                    |
| <b>DEPARTAMENTO</b>    | Beni            | 8,17       | 0,20           | 7,77                          | 8,57     | 2,49%                    |
|                        | Chuquisaca      | 7,96       | 0,21           | 7,55                          | 8,37     | 2,61%                    |
|                        | Cochabamba      | 7,80       | 0,12           | 7,56                          | 8,03     | 1,53%                    |
|                        | La Paz          | 7,70       | 0,09           | 7,53                          | 7,86     | 1,10%                    |
|                        | Oruro           | 8,07       | 0,19           | 7,70                          | 8,43     | 2,31%                    |
|                        | Pando           | 7,50       | 0,15           | 7,20                          | 7,79     | 1,99%                    |
|                        | Potosí          | 7,49       | 0,17           | 7,16                          | 7,83     | 2,29%                    |
|                        | Santa Cruz      | 8,26       | 0,07           | 8,11                          | 8,40     | 0,87%                    |
| Tarija                 | 8,22            | 0,14       | 7,95           | 8,49                          | 1,67%    |                          |
| <b>GÉNERO</b>          | Mujer           | 7,99       | 0,05           | 7,89                          | 8,09     | 0,64%                    |
|                        | Varón           | 7,90       | 0,05           | 7,80                          | 8,00     | 0,65%                    |
| <b>EDAD</b>            | de 18 a 24 años | 7,99       | 0,08           | 7,84                          | 8,15     | 1,00%                    |
|                        | de 25 a 46 años | 7,87       | 0,05           | 7,77                          | 7,97     | 0,63%                    |
|                        | de 47 a 59 años | 8,04       | 0,07           | 7,89                          | 8,18     | 0,92%                    |
|                        | más de 60 años  | 8,09       | 0,11           | 7,87                          | 8,32     | 1,41%                    |
| <b>NIVEL EDUCATIVO</b> | Ninguno         | 7,74       | 0,31           | 7,14                          | 8,35     | 3,95%                    |
|                        | Primaria        | 8,06       | 0,11           | 7,85                          | 8,27     | 1,34%                    |
|                        | Secundaria      | 8,01       | 0,06           | 7,90                          | 8,13     | 0,73%                    |
|                        | Técnico         | 7,87       | 0,08           | 7,71                          | 8,03     | 1,04%                    |
|                        | Universitario   | 7,96       | 0,07           | 7,83                          | 8,09     | 0,85%                    |
|                        | Licenciatura    | 7,88       | 0,08           | 7,73                          | 8,03     | 0,99%                    |
|                        | Postgrado       | 7,66       | 0,17           | 7,32                          | 8,00     | 2,27%                    |
| <b>TIPO DE ENTIDAD</b> | BMU             | 7,93       | 0,05           | 7,83                          | 8,02     | 0,64%                    |
|                        | BPY             | 7,84       | 0,15           | 7,54                          | 8,14     | 1,97%                    |
|                        | CAC             | 8,21       | 0,13           | 7,95                          | 8,47     | 1,64%                    |
|                        | EFV             | 8,12       | 0,13           | 7,87                          | 8,38     | 1,60%                    |
|                        | IFD             | 7,90       | 0,11           | 7,67                          | 8,12     | 1,44%                    |

## LISTA DE MUNICIPIOS DE LA MUESTRA

| Departamento | Municipio              |
|--------------|------------------------|
| Beni         | Trinidad               |
| Beni         | Guayaramerín           |
| Beni         | Riberalta              |
| Beni         | San Borja              |
| Beni         | San Ignacio de Moxos   |
| Beni         | Santa Ana de Yacuma    |
| Chuquisaca   | Sucre                  |
| Chuquisaca   | Camargo                |
| Chuquisaca   | Monteagudo             |
| Chuquisaca   | Villa Serrano          |
| Cochabamba   | Cochabamba             |
| Cochabamba   | Aiquile                |
| Cochabamba   | Cliza                  |
| Cochabamba   | Entre Ríos (Bulo Bulo) |
| Cochabamba   | Mizque                 |
| Cochabamba   | Puerto Villarroel      |
| Cochabamba   | Punata                 |
| Cochabamba   | Quillacollo            |
| Cochabamba   | Sacaba                 |
| Cochabamba   | Tiquipaya              |
| Cochabamba   | Villa Tunari           |
| Cochabamba   | Vinto                  |
| La Paz       | La Paz                 |
| La Paz       | El Alto                |
| La Paz       | Achacachi              |
| La Paz       | Batallas               |
| La Paz       | Caranavi               |
| La Paz       | Copacabana             |
| La Paz       | Coripata               |
| La Paz       | Coroico                |
| La Paz       | Desaguadero            |
| La Paz       | Patacamaya             |
| La Paz       | Sorata                 |
| La Paz       | Viacha                 |

| Departamento | Municipio               |
|--------------|-------------------------|
| Oruro        | Oruro                   |
| Oruro        | Caracollo               |
| Oruro        | Challapata              |
| Pando        | Cobija                  |
| Potosí       | Potosí                  |
| Potosí       | Atocha                  |
| Potosí       | Betanzos                |
| Potosí       | Llallagua               |
| Potosí       | Uyuni                   |
| Potosí       | Villazón                |
| Santa Cruz   | Santa Cruz de la Sierra |
| Santa Cruz   | Ascensión de Guarayos   |
| Santa Cruz   | Camiri                  |
| Santa Cruz   | Comarapa                |
| Santa Cruz   | Cotoca                  |
| Santa Cruz   | El Torno                |
| Santa Cruz   | La Guardia              |
| Santa Cruz   | Mairana                 |
| Santa Cruz   | Mineros                 |
| Santa Cruz   | Montero                 |
| Santa Cruz   | Okinawa Uno             |
| Santa Cruz   | Portachuelo             |
| Santa Cruz   | Samaipata               |
| Santa Cruz   | San Javier              |
| Santa Cruz   | Santa Rosa del Sara     |
| Santa Cruz   | Vallegrande             |
| Santa Cruz   | Warnes                  |
| Santa Cruz   | Yapacaní                |
| Tarija       | Tarija                  |
| Tarija       | Bermejo                 |
| Tarija       | Entre Ríos (La Moreta)  |
| Tarija       | Villamontes             |
| Tarija       | Yacuiba                 |



## AGRADECIMIENTOS

### Lista de colaboradores que participaron en la encuesta: Coordinadores de las universidades

| N° | Nombre y apellido                      | Cargo  | Universidad  | Departamento |
|----|--|--|--|--------------|
| 1  | Cnl. Daen Javier Antonio Jimenez Terán | Director de la Unidad Académica de Riberalta   | Escuela Militar de Ingeniería  | Beni         |
| 2  | Ing. Luis Alberto Bozo                 | Director del Politécnico Universitario de San Borja  | Universidad Autónoma Gabriel René Moreno   | Beni         |
| 3  | Lic. Roberto Kreidstein Confessori     | Director de la Carrera de Economía   | Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián"   | Beni         |
| 4  | Lic. Grissel Rengel Arancibia          | Directora de la Carrera de Ing. Comercial  | Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca                                | Chuquisaca   |
| 5  | Mgr. Marcelo Fernando S. Quiroga Soria | Director del Departamento de Administración, Economía y Finanzas                           | Universidad Católica Boliviana "San Pablo"   | Cochabamba   |
| 6  | M.Sc. Roberto Ticona García            | Director de la Carrera de Economía   | Universidad Mayor de San Andrés  | La Paz       |
| 7  | Lic. Salomón Mendoza Condori           | Director de la Carrera de Contaduría Pública   | Universidad Mayor de San Andrés  | La Paz       |
| 8  | Ing. Eliana Rodríguez                  | Gestora de Proyectos   | Instituto de Desconcentración Regional Universitaria - Capacitación y Certificación Intercultural - UMSA | La Paz       |
| 9  | Dra. Lourdes Espinoza Vásquez          | Decana de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras                                 | Universidad Católica Boliviana "San Pablo"   | La Paz       |
| 10 | Lic. Bryam Daza Vicker                 | Director de la Carrera de Contaduría Pública   | Universidad Privada "Franz Tamayo"   | La Paz       |
| 11 | Lic. Raúl Alfredo Quispe Coca          | Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Financieras y Administrativas                | Universidad Técnica de Oruro   | Oruro        |
| 12 | Lic. Delcy Ortiz                       | Jefe de Prácticas Estudiantiles  | Universidad Amazónica de Pando   | Pando        |
| 13 | Lic. Bernardo Choque Pareja            | Director de la Carrera de Economía   | Universidad Autónoma Tomás Frías   | Potosí       |
| 14 | Lic. Aldo Effen Aguilar                | Rector   | Universidad Nacional "Siglo XX"  | Potosí       |
| 15 | Lic. Hugo Cabrera Terrazas             | Director Académico - Subsede Camiri  | Universidad Salesiana de Bolivia   | Santa Cruz   |
| 16 | Ing. Luis Alberto Herbas               | Director de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad Integral del Norte - Montero | Universidad Autónoma Gabriel René Moreno   | Santa Cruz   |
| 17 | Dra. Nelly Durán Mendía                | Directora de la Carrera de Economía  | Universidad Autónoma Gabriel René Moreno   | Santa Cruz   |
| 18 | Ing. Franz Erlan Victoria Ávila        | Director Centro Experimental Agropecuario de la Facultad Integral del Norte - Ichilo       | Universidad Autónoma Gabriel René Moreno   | Santa Cruz   |
| 19 | Lic. Anselmo Rodríguez Ortega          | Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras                                 | Universidad Autónoma Juan Misael Saracho   | Tarija       |
| 20 | Lic. Samuel Rojas Flores               | Decano de la Facultad de Ciencias Integradas de Bermejo                                    | Universidad Autónoma Juan Misael Saracho   | Tarija       |
| 21 | Lic. José Luis Ayala del Castillo      | Decano de la Facultad de Ciencias Integradas del Gran Chaco                                | Universidad Autónoma Juan Misael Saracho   | Tarija       |

## Estudiantes universitarios

| N° | Nombre y apellido                   | Departamento | N° | Nombre y apellido                | Departamento |
|----|-------------------------------------|--------------|----|----------------------------------|--------------|
| 1  | Gabriel Osvaldo Ríos Blanco         | Chuquisaca   | 41 | Limberth Apaza Quispe            | La Paz       |
| 2  | Gabriela Maite Martínez Ustarez     | Chuquisaca   | 42 | Ronaldo Arequipa Ramos           | La Paz       |
| 3  | Marcelino Mamani Catunta            | Chuquisaca   | 43 | Carlos I. Choquehuanca Choque    | La Paz       |
| 4  | Nicole Andrea Córdova Romero        | Chuquisaca   | 44 | Karen Choque Ticona              | La Paz       |
| 5  | Ericka Alejandra Camargo Serrano    | Chuquisaca   | 45 | Xavier S. Pérez Huanca           | La Paz       |
| 6  | Verónica Castro Chambi              | Chuquisaca   | 46 | Enrique Franco Campos B.         | La Paz       |
| 7  | Cintia Verónica Mamani Condori      | Chuquisaca   | 47 | Lenny Sheila Márquez Rufino      | La Paz       |
| 8  | Ninet Jadue Taboada                 | Chuquisaca   | 48 | Christian Orlando Nina Arancibia | La Paz       |
| 9  | Silvia Saray Gonzáles Molina        | Chuquisaca   | 49 | Raquel Mamani Ramos              | La Paz       |
| 10 | Paula Mamani Serrano                | Chuquisaca   | 50 | Geraldine Juvika Flores          | La Paz       |
| 11 | Nicole Jeomara Hinojosa             | Chuquisaca   | 51 | Juan Carlos Cruz                 | La Paz       |
| 12 | Ana Clara Valencia                  | Chuquisaca   | 52 | Yesica Lizet Condori Vargas      | La Paz       |
| 13 | Janeth Condori Montalvo             | Chuquisaca   | 53 | Vania Flores Catari              | La Paz       |
| 14 | Josehp Huerta Hinojosa              | Chuquisaca   | 54 | Rosmery Laura Argani Bustencio   | La Paz       |
| 15 | Mónica Estrada Mamani               | Chuquisaca   | 55 | Victor Vladimir Marca Mamani     | La Paz       |
| 16 | Zulma Estrada Mamani                | Chuquisaca   | 56 | Miguel Alejandro Sensano Bernal  | La Paz       |
| 17 | Grecia Noemí Quisbert Ali           | La Paz       | 57 | Juan Andrés Guarachi Huanca      | La Paz       |
| 18 | Laura Fernández Rodríguez           | La Paz       | 58 | Jose Manuel Vargas Salinas       | La Paz       |
| 19 | Jeaneth Choque Laura                | La Paz       | 59 | Jorge Luis Copa Helguero         | La Paz       |
| 20 | Jhennifer Milenca Gutiérrez         | La Paz       | 60 | Marcelo Germán Vargas S.         | La Paz       |
| 21 | Shirley Luz Choqueticlla Bueno      | La Paz       | 61 | Sabrina Nicol Rojas Gas          | La Paz       |
| 22 | Carmen A. Yupanqui Machaca          | La Paz       | 62 | Paola Eliana Layme Calle         | La Paz       |
| 23 | Mónica Paredes Gutiérrez            | La Paz       | 63 | Melani Nikol Bustos Zeballo      | La Paz       |
| 24 | Carola Jeaneth Medina Encinas       | La Paz       | 64 | Hebner Noel Zegarra Cabezas      | La Paz       |
| 25 | Sergio Leonidas Quint Apaza         | La Paz       | 65 | Victor Hugo Tonconi Silva        | La Paz       |
| 26 | Karen Reynolds Trino                | La Paz       | 66 | Elena Paulina Luna Espinoza      | La Paz       |
| 27 | Ivan Diego Gonzáles Castro          | La Paz       | 67 | María Fernanda Torrez Asistiri   | La Paz       |
| 28 | Magaly Nadir Nuñez Vásquez          | La Paz       | 68 | Jhoel Franco Fernández Ramos     | La Paz       |
| 29 | Gonzalo Guaman Miranda              | La Paz       | 69 | Ángela Mishell Becerra Pillco    | La Paz       |
| 30 | Xiomara A. Molina Maraz             | La Paz       | 70 | Amilcar Contreras Cortez         | La Paz       |
| 31 | Carlos Ivan lo Pinto                | La Paz       | 71 | Álvaro Choque Rotaes             | La Paz       |
| 32 | Brayan Argollo Choque               | La Paz       | 72 | Edith Blanca Vargas Pillco       | La Paz       |
| 33 | María José Bernal García            | La Paz       | 73 | Nelly Alejo Huayta               | La Paz       |
| 34 | Leslie Isabel Tufiño Porcel         | La Paz       | 74 | Rocío Mélaný Cruz Tancara        | La Paz       |
| 35 | Lenny Fernández Mamani              | La Paz       | 75 | Vianka Mariffo Chuquimia         | La Paz       |
| 36 | Judith E. Kantuta Mamani            | La Paz       | 76 | Karla Alisson Sullcani Churata   | La Paz       |
| 37 | Luis M. García Chávez               | La Paz       | 77 | Ana Karen Gutiérrez Hurtado      | La Paz       |
| 38 | Virgina Ucharico Surci              | La Paz       | 78 | Gustavo Alejandro Rojas Velasco  | La Paz       |
| 39 | Michell Dayana Villarroel Fernández | La Paz       | 79 | Valeria Poma Gutiérrez           | La Paz       |
| 40 | Fernando Chirinos Apaza             | La Paz       | 80 | Guillermo Álvaro Prado Balcázar  | La Paz       |

| N°  | Nombre y apellido               | Departamento | N°  | Nombre y apellido               | Departamento |
|-----|---------------------------------|--------------|-----|---------------------------------|--------------|
| 81  | Flavia Celia Morales Capia      | La Paz       | 126 | Damaris Yovana Mamani Bustencio | La Paz       |
| 82  | Carmenio Mamani Flores          | La Paz       | 127 | Noelia Condori Paco             | La Paz       |
| 83  | Pilar Guevara Quispe            | La Paz       | 128 | Deborah Gironda Gironda         | La Paz       |
| 84  | Ángel Guarachi Apaza            | La Paz       | 129 | Anahí Mariela López             | La Paz       |
| 85  | Zenobia Huanca Kelca            | La Paz       | 130 | Leny Andrea Hilaquita Herrera   | La Paz       |
| 86  | Ronal Mamani Choque             | La Paz       | 131 | José Elvis Melendrez Quispe     | La Paz       |
| 87  | Nataniel Yujra Choque           | La Paz       | 132 | Yesmy Choquetarqui              | La Paz       |
| 88  | Gerry Erick Sánchez Bautista    | La Paz       | 133 | Pilar Jasmín Aguilar Blanco     | La Paz       |
| 89  | Walter Isidro Isidro            | La Paz       | 134 | Elba Irene Chuquimia            | La Paz       |
| 90  | Luis Alberto Zabala Ticona      | La Paz       | 135 | Alison Amanda Cruz Huanca       | La Paz       |
| 91  | Yesenia Cahuaya Paye            | La Paz       | 136 | Yhoselin Mamani Silva           | La Paz       |
| 92  | Carlos Dilmer Patty Lazcano     | La Paz       | 137 | Nataly Virginia Tarquino        | La Paz       |
| 93  | Juan Silverio Oyarío López      | La Paz       | 138 | Yudith Cortez Jain              | La Paz       |
| 94  | Alejandra Machaca               | La Paz       | 139 | Verónica Sandra Chui Martínez   | La Paz       |
| 95  | Thania Mamani Mamani            | La Paz       | 140 | Luz Melissa Mamani Corani       | La Paz       |
| 96  | Jheyson Mamani Franco           | La Paz       | 141 | Lizeth Yapuchura Aruquipa       | La Paz       |
| 97  | María Isabel Yujra A.           | La Paz       | 142 | Rocío Rosario Paye Larico       | La Paz       |
| 98  | Alison Laura Copa               | La Paz       | 143 | Luz Adriana Quispe Pradas       | La Paz       |
| 99  | Raquel Nina Alanoca             | La Paz       | 144 | Dalet Selah Laura Copa          | La Paz       |
| 100 | Noemi Arroyo                    | La Paz       | 145 | Gloria Apaza Quispe             | La Paz       |
| 101 | Janneth Marisol Choque Ajpi     | La Paz       | 146 | Evelyn Marisol Bautista         | La Paz       |
| 102 | Noe Mejillones Chambi           | La Paz       | 147 | Ushin Mayome Apaza Chura        | La Paz       |
| 103 | María Waraliz Calle Quispe      | La Paz       | 148 | Tania Rocha Pinto               | Cochabamba   |
| 104 | Carmen Tatiana Coronel Solares  | La Paz       | 149 | Gastón P. Vallejos              | Cochabamba   |
| 105 | Milenka Pocoaca Mamani          | La Paz       | 150 | Daniela Sejas                   | Cochabamba   |
| 106 | Ana Huanca Cabrera              | La Paz       | 151 | Lizeth Andía Reyes              | Cochabamba   |
| 107 | Yhanina Quispe Apaza            | La Paz       | 152 | Daniela Villarroel              | Cochabamba   |
| 108 | Sara Raquel Alcalá Vargas       | La Paz       | 153 | Paola Ibarra                    | Cochabamba   |
| 109 | Limber Geovany Yujra Yapu       | La Paz       | 154 | Sarah Raquel Bozo Herrera       | Cochabamba   |
| 110 | Tatiana Ineke Pacheco Sarzuri   | La Paz       | 155 | Diana Zárate Ugarte             | Cochabamba   |
| 111 | Ericka Mérida Sinani            | La Paz       | 156 | Litzzy Daniela Nina Flores      | Cochabamba   |
| 112 | Freddy Mamani Cahupaza          | La Paz       | 157 | Gabriela Balderrama Castillo    | Cochabamba   |
| 113 | Martha Andía Flores             | La Paz       | 158 | Dyana Díaz Loroño               | Cochabamba   |
| 114 | Franz Tapia Choque              | La Paz       | 159 | Yhocelin Quispe Sucasaya        | Cochabamba   |
| 115 | Maribel Massi Choque            | La Paz       | 160 | Clara Germain Castellón         | Cochabamba   |
| 116 | Freyda Yana Laura               | La Paz       | 161 | Andrés Rodríguez Melendres      | Cochabamba   |
| 117 | Lourdes Flores Ramírez          | La Paz       | 162 | Drushva Salinas Romano          | Cochabamba   |
| 118 | Dina Elizabeth Mendieta Limachi | La Paz       | 163 | Pamela Rojas Iporre             | Cochabamba   |
| 119 | Dina Ruth Pillco Ajllahuanca    | La Paz       | 164 | Carlos Vera León                | Cochabamba   |
| 120 | Marisol Colque Mamani           | La Paz       | 165 | Nicol Crespo Vargas             | Cochabamba   |
| 121 | Yhovana Colque Chávez           | La Paz       | 166 | Mariela Bustillo Cossío         | Cochabamba   |
| 122 | Rialinda Supo Vargas            | La Paz       | 167 | Luis Fernando Castro Terán      | Cochabamba   |
| 123 | Dayana Maciel Yujra Sirpa       | La Paz       | 168 | Tesoro Katherine Aliaga Paz     | Cochabamba   |
| 124 | Linda Quispe Condori            | La Paz       | 169 | Isabel Condori Camacho          | Cochabamba   |
| 125 | Carmen Aguilar Paco             | La Paz       | 170 | Isaac Fernando Herrera Huiza    | Cochabamba   |

| N°  | Nombre y apellido                   | Departamento | N°  | Nombre y apellido               | Departamento |
|-----|-------------------------------------|--------------|-----|---------------------------------|--------------|
| 171 | Paola Alanes Cortez                 | Cochabamba   | 214 | Kevin Osvaldo Canchari Corrales | Cochabamba   |
| 172 | Paola Rodríguez Ramos               | Cochabamba   | 215 | Sebastián Palacios Gutierrez    | Cochabamba   |
| 173 | Josué Antonio Aguilar Salazar       | Cochabamba   | 216 | Ericka Salces Góngora           | Cochabamba   |
| 174 | Denise Daniela López Rodríguez      | Cochabamba   | 217 | Katherine Duchén de la Barra    | Cochabamba   |
| 175 | Claudia Patricia Villarroel Estévez | Cochabamba   | 218 | Carlos Eduardo Romero           | Cochabamba   |
| 176 | Rafael Medrano Alcocer              | Cochabamba   | 219 | Santiago Escobar Pérez          | Cochabamba   |
| 177 | Jack David Castellón Cossío         | Cochabamba   | 220 | Juan Marcelo Aguilar Román      | Cochabamba   |
| 178 | Natalia Rojas Vásquez               | Cochabamba   | 221 | Alexandra Caero Bacarreza       | Cochabamba   |
| 179 | Jhoselin Lizarazú Montecinos        | Cochabamba   | 222 | Aracely Choque Vargas           | Cochabamba   |
| 180 | Luz Stephania Nogales               | Cochabamba   | 223 | Marjori Telma Sanchez Rocha     | Cochabamba   |
| 181 | Alejandro Sejas                     | Cochabamba   | 224 | Michael Salazar Quiroga         | Cochabamba   |
| 182 | Rashel Rivas Daza                   | Cochabamba   | 225 | Maya Zarid Cuellar Mojica       | Cochabamba   |
| 183 | Sidney Alejandra Mendoza Aguilar    | Cochabamba   | 226 | Saribel A. Chambi Ramos         | Cochabamba   |
| 184 | Joceline Orellana Rojas             | Cochabamba   | 227 | Erick López                     | Oruro        |
| 185 | Nataly Silvia Jaldín                | Cochabamba   | 228 | Ronald Miranda Choque           | Oruro        |
| 186 | Laura Isabel de la Fuente           | Cochabamba   | 229 | Verónica B. Flores Ignacio      | Oruro        |
| 187 | María Lourdes Pedrazas              | Cochabamba   | 230 | Génesis D. Mamani Castellón     | Oruro        |
| 188 | Mario A. Méndez Sánchez             | Cochabamba   | 231 | Jacky Verónica Mendoza          | Oruro        |
| 189 | Miguel Ojalvo Encinas               | Cochabamba   | 232 | Franz Torrez Morales            | Oruro        |
| 190 | Neiza Cardelias Ortega              | Cochabamba   | 233 | Alda Navarro Bravo              | Oruro        |
| 191 | Andrea Montecinos Carvajal          | Cochabamba   | 234 | Alex Alejandro Navarro          | Oruro        |
| 192 | Nathaly Orellana Agreda             | Cochabamba   | 235 | Marianela Fuentes Condori       | Oruro        |
| 193 | Harold Ernesto Cossío               | Cochabamba   | 236 | Rocío Herbas Baldivieso         | Oruro        |
| 194 | Jaime Daniel San Martín Valverde    | Cochabamba   | 237 | Vladimir Gabriel Condori        | Oruro        |
| 195 | Carla Tapia Aguirre                 | Cochabamba   | 238 | Judith Gómez Molina             | Oruro        |
| 196 | Daniel Paniagua Mercado             | Cochabamba   | 239 | Emma Cáceres Camata             | Oruro        |
| 197 | Jessica Mercado Mayorga             | Cochabamba   | 240 | Karol Aduana Quezada            | Oruro        |
| 198 | Pamela Ayaviri Hinojosa             | Cochabamba   | 241 | Paulo Mora Mamani               | Oruro        |
| 199 | Mery Laura García Rodríguez         | Cochabamba   | 242 | Yesenia Chambi Vino             | Oruro        |
| 200 | Rolando Soto Oña                    | Cochabamba   | 243 | Elva Vela León                  | Potosí       |
| 201 | Luis Felipe Armella Murillo         | Cochabamba   | 244 | Edgar Rubén Gareca Hurtado      | Potosí       |
| 202 | Haití Sheila Zeballos               | Cochabamba   | 245 | Juan Carlos Colque Paca         | Potosí       |
| 203 | Jhasmany Deymar Chávez Canaviri     | Cochabamba   | 246 | Ivonne Condori Terrazas         | Potosí       |
| 204 | Guido A. Escobar Cruz               | Cochabamba   | 247 | Elva Vela León                  | Potosí       |
| 205 | Gabriela Encinas Gabriel            | Cochabamba   | 248 | Edgar Rubén Gareca Hurtado      | Potosí       |
| 206 | Alex Luis Villarroel Agreda         | Cochabamba   | 249 | Juan Carlos Colque Paca         | Potosí       |
| 207 | Adriana Raya Pommier                | Cochabamba   | 250 | Ivonne Condori Terrazas         | Potosí       |
| 208 | Martín Calzadilla Rocha             | Cochabamba   | 251 | Fabiola Nicole Romero Paco      | Potosí       |
| 209 | José Franco Guerra Ayardi           | Cochabamba   | 252 | Pamela Maqueda Villarroel       | Potosí       |
| 210 | Sebastián Guardia                   | Cochabamba   | 253 | Eveling Salazar Orcko           | Potosí       |
| 211 | Ives Alfaro Fernández               | Cochabamba   | 254 | Nelly Milen Ventura             | Potosí       |
| 212 | Andrea Abularach M.                 | Cochabamba   | 255 | Roger Reynaldo Terrazas Ayllón  | Potosí       |
| 213 | Diego Alejandro Rocha Romero        | Cochabamba   | 256 | Luz Clarita Martínez Gallo      | Potosí       |

| N°  | Nombre y apellido                   | Departamento | N°  | Nombre y apellido                  | Departamento |
|-----|-------------------------------------|--------------|-----|------------------------------------|--------------|
| 257 | Brigida Morelia Rodríguez           | Potosí       | 300 | María Fátima Nuñez Salvatierra     | Santa Cruz   |
| 258 | Heidy Vanesa Turizaga Paucara       | Potosí       | 301 | Felipe Mendoza Mamani              | Santa Cruz   |
| 259 | Ruth Noemy Cárdenas Ramos           | Potosí       | 302 | Sofía Mamani Lomar                 | Santa Cruz   |
| 260 | Iblin Camacho Paredes               | Potosí       | 303 | Leonela Olmos Vargas               | Santa Cruz   |
| 261 | Lidia Quispe Apaza                  | Potosí       | 304 | Madeleidy Aponte Justiniano        | Santa Cruz   |
| 262 | Celia Verónica Ramos Veliz          | Potosí       | 305 | Nancy Gregorio Martínez            | Santa Cruz   |
| 263 | Cristian Rafael Quispe Quiñones     | Potosí       | 306 | Vanesa Rocha Gonzáles              | Santa Cruz   |
| 264 | Doris Mabel Mamani Huarachi         | Potosí       | 307 | Consuelo Quezada Ribera            | Santa Cruz   |
| 265 | Jimena Dagni Mamani Nuñez           | Potosí       | 308 | María Isabel Yevara Quinteros      | Santa Cruz   |
| 266 | Adan Wilson Flores Mamani           | Potosí       | 309 | Hernán Hurtado Villarroel          | Santa Cruz   |
| 267 | Henry Ramos Cayo                    | Potosí       | 310 | Fernando José Almanza Urquiza      | Santa Cruz   |
| 268 | Ana Silvia Condori Jancko           | Potosí       | 311 | Gladys Ayala Franco                | Santa Cruz   |
| 269 | Cinthia Enilsa Armata Choque        | Tarija       | 312 | Maribel Vanessa Serrano Mercado    | Santa Cruz   |
| 270 | Juan Carlos Sandoval Vilte          | Tarija       | 313 | Vania Regina Rivero Sejas          | Santa Cruz   |
| 271 | Joseelyn Andrea Vásquez Ovando      | Tarija       | 314 | Sandro Flores Quiroga              | Santa Cruz   |
| 272 | Edgar Fernández Jimenez             | Tarija       | 315 | Noelia Iqize Baldelomar            | Santa Cruz   |
| 273 | Mariela Cabezas Condori             | Tarija       | 316 | Reyna Morelia Villca Calvi         | Santa Cruz   |
| 274 | María Laura Aguilar Chambi          | Tarija       | 317 | Jean Karla García Rosa             | Santa Cruz   |
| 275 | Patricia Aramayo E.                 | Tarija       | 318 | Leidy Campos Cruz                  | Santa Cruz   |
| 276 | Carlos D. Fernández Cortez          | Tarija       | 319 | Neidy Grisel Vaca Leon             | Santa Cruz   |
| 277 | Hersson Álvaro Rojas                | Tarija       | 320 | Octavia Cueto Gonzales             | Santa Cruz   |
| 278 | Daniela A. Márquez Velásquez        | Tarija       | 321 | Ana Karen Callaú Flores            | Santa Cruz   |
| 279 | Liseth Hoyos Taboada                | Tarija       | 322 | Yalin Marisol Claire Porcel        | Santa Cruz   |
| 280 | Gustavo Succi Montenegro            | Tarija       | 323 | Yeili Belén Ortuño Gonzáles        | Santa Cruz   |
| 281 | Jessica Yesenia Rueda               | Tarija       | 324 | José Ximena Ayala Andrade          | Santa Cruz   |
| 282 | Belén Pedraza Rivero                | Tarija       | 325 | Andrea Judith Laura Chacón         | Santa Cruz   |
| 283 | Rosa Sherezade Antezana Peredo      | Tarija       | 326 | Carolina Coimbra Herrera           | Santa Cruz   |
| 284 | Fanny Carmen Zambrana Raya          | Tarija       | 327 | Maira Arriaga Cárdenas             | Santa Cruz   |
| 285 | Jhessica Liseth Cavero Cavi         | Tarija       | 328 | Diana Esther Justiniano Ninaja     | Santa Cruz   |
| 286 | Nancy Alejandra Saldías Vacaflor    | Tarija       | 329 | Dulia García Colque                | Santa Cruz   |
| 287 | Liliana Cayo Grandon                | Tarija       | 330 | Norma Apaza Heredia                | Santa Cruz   |
| 288 | María Eugenia Soliz Michel          | Tarija       | 331 | Miguel Ángel Añez Parada           | Santa Cruz   |
| 289 | Lumen Alma Villa Aparicio           | Tarija       | 332 | Erlan García García                | Santa Cruz   |
| 290 | Martín Márquez Nava                 | Tarija       | 333 | Flavia Sadith Sossa Rodríguez      | Santa Cruz   |
| 291 | Jhony Arenas Alarcón                | Tarija       | 334 | Lizeth Andrea Ribera Céspedes      | Santa Cruz   |
| 292 | Rocío Daysi Rodríguez Avilés        | Tarija       | 335 | Álvaro Manuel Sandoval Pérez       | Santa Cruz   |
| 293 | María de los Ángeles Alarcón Jurado | Tarija       | 336 | Omar Santiago Catellón Poma        | Santa Cruz   |
| 294 | Alicia Cayo Wilma Cayo Grandon      | Tarija       | 337 | Ana Paola Tejerina Flores          | Santa Cruz   |
| 295 | Miriam Paredes Pérez                | Tarija       | 338 | Edith Stephani Rodríguez Rodríguez | Santa Cruz   |
| 296 | Vanesa Maziar Condori               | Santa Cruz   | 339 | Marcela Meyer Fuentes              | Santa Cruz   |
| 297 | Cristian Garnica Cruz               | Santa Cruz   | 340 | Luzgardo Salvatierra Terán         | Santa Cruz   |
| 298 | Cristina Maziar Condori             | Santa Cruz   | 341 | Luis Gustavo Arispe Zabala         | Santa Cruz   |
| 299 | Alfredo Teca Torres                 | Santa Cruz   | 342 | David Aldahir Porcel Aguilar       | Santa Cruz   |

| N°  | Nombre y apellido                   | Departamento | N°  | Nombre y apellido                  | Departamento |
|-----|-------------------------------------|--------------|-----|------------------------------------|--------------|
| 343 | Jesús Saúl Suárez Clementelli       | Santa Cruz   | 386 | Milena Taborga Mendoza             | Santa Cruz   |
| 344 | Reina Yovana Flores Guasase         | Santa Cruz   | 387 | Daniela Jasmín Bernabé García      | Santa Cruz   |
| 345 | Shirley Janco Colque                | Santa Cruz   | 388 | Fabiola Arroste Flores             | Santa Cruz   |
| 346 | María Lizeth Roque Ramírez          | Santa Cruz   | 389 | Jenifer Anahí López Pacheco        | Santa Cruz   |
| 347 | Jean Marcelo Urrelo Tejerina        | Santa Cruz   | 390 | Daniela Suruby Aguilera            | Santa Cruz   |
| 348 | Isis Andrea Rodríguez Hurtado       | Santa Cruz   | 391 | Edith Soto Alvarez                 | Santa Cruz   |
| 349 | Raúl Pedraza Cuéllar                | Santa Cruz   | 392 | Liz Kareli Vargas La Fuente        | Santa Cruz   |
| 350 | Enrique Daniel Menece Melgar        | Santa Cruz   | 393 | Elizabeth Palachay Vaca            | Santa Cruz   |
| 351 | Nelson Nery Galindo Nacimiento      | Santa Cruz   | 394 | Brayan Montaña Mamani              | Santa Cruz   |
| 352 | Ingrid Dayana Ibarra Malfers        | Santa Cruz   | 395 | Joselyn Rojas Rodríguez            | Santa Cruz   |
| 353 | José Alejandro Challapa Durán       | Santa Cruz   | 396 | Neyda Cuéllar Zurita               | Santa Cruz   |
| 354 | Celina Alisson Cortez Vaca          | Santa Cruz   | 397 | Nayeli Pedraza Osinaga             | Santa Cruz   |
| 355 | Vania Mamani Pelaez                 | Santa Cruz   | 398 | María Fernanda Rojas Miranda       | Santa Cruz   |
| 356 | Natalia Cabrera                     | Santa Cruz   | 399 | Paulina Brisa Ugarte               | Santa Cruz   |
| 357 | Derlin Ruddy Nuñez Becerra          | Santa Cruz   | 400 | Kelimber Justiniano Justiniano     | Santa Cruz   |
| 358 | Sintia Rodas Meza                   | Santa Cruz   | 401 | Yehisabel Rodríguez Cuéllar        | Santa Cruz   |
| 359 | Gabriela Arancibia Pucho            | Santa Cruz   | 402 | Marian Adriana Salvatierra Montaña | Santa Cruz   |
| 360 | Rosmery Yucra Jimenez               | Santa Cruz   | 403 | Eicyd Suárez Castro                | Santa Cruz   |
| 361 | Nathalie Carmen Parra Torrez        | Santa Cruz   | 404 | Karina Arredondo Martínez          | Santa Cruz   |
| 362 | Lizeth Quispe Cruz                  | Santa Cruz   | 405 | Carlos Alberto Alanes Ortiz        | Santa Cruz   |
| 363 | Mirtha Jaldín Montaña               | Santa Cruz   | 406 | Yusahira Temo Ichu                 | Santa Cruz   |
| 364 | Wilber Taboada Calderón             | Santa Cruz   | 407 | Erika Yanine Méndez Mercado        | Santa Cruz   |
| 365 | Luis Felipe Paredes Torrico         | Santa Cruz   | 408 | Laura A. De Oliveira Castedo       | Santa Cruz   |
| 366 | Sonia Apaza Hinojosa                | Santa Cruz   | 409 | Juan Percy Chávez R.               | Santa Cruz   |
| 367 | Kenny Roberto Eguez Campos          | Santa Cruz   | 410 | Mauricio Mamani Cuéllar            | Santa Cruz   |
| 368 | Adan Wilson Patricio Chambí         | Santa Cruz   | 411 | Martín G. Beltrán Jordán           | Santa Cruz   |
| 369 | Sergio Luis López Torrez            | Santa Cruz   | 412 | Adela Martínez Damm                | Santa Cruz   |
| 370 | Camila Nadia Choque Cifuentes       | Santa Cruz   | 413 | Paola Ivonne Guzmán                | Santa Cruz   |
| 371 | María Cecilia Andía Gutiérrez       | Santa Cruz   | 414 | Yomardi Natalia Paz Limón          | Santa Cruz   |
| 372 | Ana Paola Quichu Aguilar            | Santa Cruz   | 415 | Arancely Pérez Ávalos              | Santa Cruz   |
| 373 | Dayana Alejandra Rojas Galvis       | Santa Cruz   | 416 | María Jesús Pacaje Ríos            | Santa Cruz   |
| 374 | Bianca Quiroga Villarroel           | Santa Cruz   | 417 | Samay Sempértegui                  | Santa Cruz   |
| 375 | Alpha Andrea Agreda Chara           | Santa Cruz   | 418 | Ada Loreto Leigue Noza             | Beni         |
| 376 | Davely Echaral Lora                 | Santa Cruz   | 419 | Yesenia Guardia Mojica             | Beni         |
| 377 | Escarlen Jijiola Espinoza Caballero | Santa Cruz   | 420 | Luis Angel Callaú Burgos           | Beni         |
| 378 | Eliana Quispe Mamani                | Santa Cruz   | 421 | Gadiel Nuñez Fernández             | Beni         |
| 379 | Erika Dayana Álvarez Rivera         | Santa Cruz   | 422 | Melisa Suárez Chao                 | Beni         |
| 380 | Cielo Romy Quispe Mendoza           | Santa Cruz   | 423 | Florice Clavel Bolaño Moreno       | Beni         |
| 381 | María Belén Soliz Apata             | Santa Cruz   | 424 | Kenedy Paz Farfán                  | Beni         |
| 382 | Guisela Mercedes Cárdenas Flores    | Santa Cruz   | 425 | Lissy Victoria Montenegro Limpas   | Beni         |
| 383 | Alondra Scarlet Guzmán Antezana     | Santa Cruz   | 426 | Yerson Becerra Chao                | Beni         |
| 384 | Laura Borda Niño De Guzmán          | Santa Cruz   | 427 | Mario Montejo Amblo                | Beni         |
| 385 | Abihail Del Alcázar Medrano         | Santa Cruz   | 428 | Dayanna Lizzette Antequera Ereny   | Beni         |

| N°  | Nombre y apellido              | Departamento |
|-----|--------------------------------|--------------|
| 429 | Alejandro Guardia Rada         | Beni         |
| 430 | María Del Carmen Viruez Rivero | Beni         |
| 431 | Jesús Alberto Eguez Cuéllar    | Beni         |
| 432 | Dayana Medina Chiain           | Beni         |
| 433 | Carla Paola Roth Roca          | Beni         |
| 434 | Carlos Alberto Tico Chávez     | Beni         |

