

**3^a ENCUESTA
NACIONAL DE
SERVICIOS FINANCIEROS**
Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero

Informe de Resultados

Gestión 2017



Informe de Resultados

Gestión 2017

Informe de Resultados de la 3.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros: La Paz – Bolivia

© 2017 Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI

Dirección de Estudios y Publicaciones

Para mayor información comuníquese con:

ASFI – Dirección de Estudios y Publicaciones

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

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

PRESENTACIÓN



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

La 3.^a Encuesta Nacional de Servicios Financieros (3ENSF) se realizó el 6 septiembre de 2017, recolectando información en 472 Puntos de Atención Financiera (PAF) de Bancos Múltiples, Banco Público, Bancos PYME, Entidades Financieras de Vivienda, Instituciones Financieras de Desarrollo y Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas. Para el operativo, ASFI contó con el apoyo de 408 estudiantes de 11 universidades públicas y privadas del país y desplegó 113 servidores públicos de la entidad, entre encuestadores, supervisores y coordinadores.

Con la finalidad de ampliar el espectro de análisis de la información recolectada y enriquecer los resultados, se consideró un tamaño de muestra superior al del año 2016; se visitaron 160 PAF adicionales a los de la gestión anterior (312 PAF), representando un incremento de 51%. Otro aspecto destacado e innovador de la 3ENSF, fue el uso de aplicativos informáticos, desarrollados por servidores públicos de ASFI (en línea y fuera de línea) para la toma de la encuesta; esto permitió realizar un proceso de tabulación automática de la información recolectada el 6 de septiembre y contar con los resultados principales el mismo día para conocimiento de la población en general.

Los resultados de la 3ENSF, muestran que la satisfacción de los servicios financieros tiene directa relación con la manera en que se brindan los mismos a los consumidores financieros, destacando la calidad y calidez, el beneficio que pueden obtener de los servicios financieros y el nivel de acceso que tienen los consumidores financieros. Se observó además que la satisfacción es distinta en función de la región geográfica de residencia, el nivel de educación, ingresos y la edad del consumidor financiero.

La encuesta permitió además estimar el Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social de los servicios financieros, el cual se relaciona con la información que brindan las entidades a los consumidores financieros para usar sus productos y servicios con seguridad y eficiencia, la calidad y calidez en la atención, la continuidad en la prestación de servicios financieros, el acceso a los servicios financieros y los tiempos y costos involucrados. De manera similar al Índice de Satisfacción, fruto de la encuesta, se pudo determinar diferencias relevantes cuando se considera la región geográfica, género, nivel educativo e ingresos del consumidor financiero.

Entre las necesidades de los consumidores financieros, se destaca el uso, aún bajo, de medios electrónicos de pago, siendo el principal motivo la falta de conocimiento sobre la función de estos servicios.

A tiempo de agradecer a los más de 5.800 consumidores financieros entrevistados, quienes brindaron su tiempo para contestar las preguntas del cuestionario, a los 408 estudiantes y los docentes de distintas universidades que participaron en la encuesta, a las entidades financieras que gentilmente proporcionaron condiciones para llevar a cabo esta importante actividad y a los servidores públicos de ASFI que con gran esfuerzo y dedicación culminaron con éxito el operativo desarrollado, tengo el grato placer de presentar el Informe de Resultados de la 3.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros.

Lenny Tatiana Valdivia Bautista
Directora General Ejecutiva a.i.
Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. DISEÑO Y METODOLOGÍA.....	3
2.1. EL CONSUMIDOR FINANCIERO.....	3
2.2. REPRESENTATIVIDAD A NIVEL NACIONAL.....	4
2.3. ENCUESTAS ANUALES.....	6
2.4. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA.....	7
2.5. INDICADORES.....	7
2.6. ESCALAS DE MEDICIÓN.....	8
2.7. METODOLOGÍA DE ESTIMACIÓN.....	8
2.8. ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO.....	9
2.9. TRABAJO DE CAMPO.....	10
3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	13
3.1. ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO.....	13
3.1.1. <i>El Índice de Satisfacción y sus dimensiones explicativas</i>	13
3.1.2. <i>Satisfacción según características demográficas del consumidor</i>	17
3.2. CUMPLIMIENTO DE LA FUNCIÓN SOCIAL.....	20
3.2.1. <i>Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social de los servicios financieros y sus dimensiones explicativas</i>	20
3.2.2. <i>Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social de los servicios financieros según características demográficas del consumidor</i>	22
3.3. NECESIDADES EN MATERIA FINANCIERA.....	26
3.3.1. <i>Ahorros</i>	26
3.3.2. <i>Cajeros automáticos</i>	28
3.3.3. <i>Créditos</i>	29
3.3.4. <i>Transacciones electrónicas</i>	31
3.3.5. <i>Pagos con tarjetas de débito o crédito</i>	33
3.3.6. <i>Necesidades a partir de la evaluación de las preguntas que requerían una calificación</i>	34

4. TABULACIÓN DEL CUESTIONARIO.....	37
Sección 1: Ahorros.....	37
Sección 2: Cajeros automáticos.....	43
Sección 3: Créditos.....	49
Sección 4: Atención en el centro de llamadas.....	50
Sección 5: Niveles de Satisfacción.....	53
Sección 6: Transacciones Electrónicas.....	56
Sección 7: Calificaciones Finales.....	63
Sección 8: Datos del (a) entrevistado (a).....	70
5. CONCLUSIONES.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	77
ERRORES MUESTRALES.....	78
LISTA DE MUNICIPIOS DE LA MUESTRA.....	80
AGRADECIMIENTOS.....	81

GRÁFICAS Y TABLAS

Ilustración 2.1 Municipios nacionales incluidos en la 3ENSF y detalle de la muestra.....	5
Ilustración 2.2 Número de transacciones por mes, gestión 2016.....	6
Ilustración 2.3. Secciones del cuestionario de la 3ENSF.....	10
Ilustración 3.1. Calidad y calidez con sus dimensiones explicativas.....	14
Ilustración 3.2. Factores que determinan el Índice de Satisfacción de los consumidores financieros.....	16
Ilustración 3.3. Modelo: Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social.....	21
 Tabla 2.1 Marco Muestral, número de PAF y municipios incluidos por departamento.....	 6
 Gráfica 3.1. Correlación significativa entre variables.....	 15
Gráfica 3.2. Índice de satisfacción de las tres encuestas nacionales y su variación anual.....	16
Gráfica 3.3. Satisfacción promedio según género y edad.....	17
Gráfica 3.4. Satisfacción promedio según departamento.....	17
Gráfica 3.5. Satisfacción promedio según nivel educativo.....	18
Gráfica 3.6. Satisfacción promedio según tipo de entidad.....	18
Gráfica 3.7. Satisfacción promedio según los productos o servicios que contrata o usa el consumidor financiero.....	19
Gráfica 3.8. Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social de las tres encuestas nacionales y su variación anual.....	21
Gráfica 3.9. Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social.....	23
Gráfica 3.10. Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según nivel de educación.....	23
Gráfica 3.11. Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según departamento.....	24
Gráfica 3.12. Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según tipo de entidad.....	24
Gráfica 3.13. Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según los productos o servicios financieros contratados o usados.....	25

Gráfica 3.14. Proporción de consumidores financieros que tienen ahorros en la entidad o en otra y principales motivos por los que no tiene ahorros en las EIF.....	26
Gráfica 3.15 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito asociada a su cuenta de ahorro y razones por las que no cuenta con tarjeta de débito.....	27
Gráfica 3.16 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su nivel de educación.....	27
Gráfica 3.17 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su edad.....	28
Gráfica 3.18 Proporción de consumidores financieros que utilizan cajeros automáticos y el problema que más le afecta al utilizar este servicio.....	28
Gráfica 3.19 Proporción de consumidores financieros que utilizan cajeros automáticos según su edad.....	29
Gráfica 3.20 Proporción de consumidores financieros que tienen un crédito, y las principales razones por las que no tienen crédito.....	29
Gráfica 3.21 Proporción de consumidores financieros que tienen un crédito (s) por nivel de ingreso mensual.....	30
Gráfica 3.22 Proporción de consumidores financieros que no tienen un créditos por nivel de ingreso mensual y sus principales razones.....	30
Gráfica 3.23 Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones electrónicas, y principales razones por las que no realizaron.....	31
Gráfica 3.24 Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones financieras mediante internet por nivel educativo e ingreso.....	31
Gráfica 3.25 Proporción de consumidores financieros que no saben como funcionan o desconfían de las transacciones electrónicas.....	32
Gráfica 3.26 Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con su tarjeta de débito o crédito.....	33
Gráfica 3.27 Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con su tarjeta de débito o crédito por nivel educativo e ingreso.....	33
Gráfica 3.28 Calificación a las preguntas con escala de 0 a 10 de la 3ENSF.....	34
Gráfica 3.29 Calificación a la pregunta 5.4, por edad.....	34
Gráfica 3.30 Calificación a la pregunta 5.4, por nivel de ingresos.....	35
Gráfica 3.31 Calificación a la pregunta 5.4, por nivel de urbanización.....	35

ACRÓNIMOS

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

RESUMEN EJECUTIVO

El Artículo 4 de la Ley N° 393 de Servicios Financieros (LSF) establece que los servicios financieros deben cumplir una función social. Asimismo, el Artículo 116 de la LSF determina que la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) registra y controla el cumplimiento de la función social de los servicios financieros, entre otros mecanismos, con la implementación de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros (ENSF) que se orienta a evaluar las necesidades de los consumidores financieros en materia financiera, el nivel de atención de las mismas y las percepciones del grado de cumplimiento de la función social de las entidades financieras.

En la gestión 2017, la 3.^a Encuesta Nacional de Servicios Financieros (3ENSF) fue llevada a cabo el miércoles 6 de septiembre. Se consideraron en la muestra, un total de 472 Puntos de Atención Financiera (PAF) en 51 municipios de todos los departamentos del país. Esta cobertura amplió en 51% el número de PAF y en 11% el número de municipios visitados respecto a la 2.^a Encuesta Nacional de Servicios Financieros (2ENSF). La 3ENSF visitó a Bancos Múltiples, el Banco Público, Bancos PYME, Entidades Financieras de Vivienda, Instituciones Financieras de Desarrollo y Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas. De esta manera, se cumplió el mandato de la LSF en cuanto a que la ENSF debe tener representatividad a nivel nacional.

Con el fin de facilitar la entrevista, la 3ENSF utilizó un cuestionario estructurado con preguntas distribuidas en ocho secciones. La toma de la encuesta fue realizada a través de dos aplicativos informáticos desarrollados por servidores públicos de ASFI (uno en línea y otro fuera de línea); esto permitió la automatización del proceso de tabulación. La recolección de

datos contó con el apoyo de 11 universidades del país y la participación de 408 estudiantes de las facultades de ciencias económicas y financieras y de otras áreas. Además de los universitarios, el trabajo de campo también estuvo a cargo de 113 servidores públicos de ASFI que participaron como encuestadores (en lugares distantes de las ciudades capitales de departamento), supervisores y coordinadores (personal directivo de la institución).

Para la estimación del Índice de Satisfacción, se consideró la calificación promedio (en la escala de 0 a 10) que otorgaron los consumidores a las EIF que les proveen productos y/o servicios financieros. Asimismo, para la evaluación de los factores próximos que explican la satisfacción, la 3ENSF aplicó variables no observables relacionadas con el comportamiento del consumidor. Para determinar los factores que explican los índices de satisfacción y del grado de percepción del cumplimiento de la función social, se aplicó un modelo de ecuaciones estructurales estimado con mínimos cuadrados parciales (structural equation modeling with partial least squares path modeling [PLS-SEM]).

Comparado con el Índice de Satisfacción 2016, se observa un incremento de 0,68 en el Índice de Satisfacción 2017 (9,1% de aumento); en una escala que va del 0 al 10, el Índice de Satisfacción 2016 fue de 7,45 y el Índice de Satisfacción 2017 fue de 8,13. La variable que explica la mayor parte de la satisfacción es la calidad y calidez (62%), seguida del beneficio (20%) y el acceso (18%).

En 2017 el Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social aumentó en 8,4% respecto al valor registrado en 2016. En una escala del 0 al 10, el índice aumentó

de 7,23 en 2016 a 7,84 en la presente gestión (una variación absoluta de 0,61).

Sobre las necesidades identificadas de los consumidores financieros, se observa que uno de los aspectos relevantes es el bajo uso de medios electrónicos de pago, producto del desconocimiento de las ventajas de estos servicios. Asimismo, las Entidades de Intermediación Financiera deben mantener los esfuerzos dedicados a mejorar la calidad de los servicios que prestan, ya que, por

ejemplo, un 31% de los encuestados que utilizan cajeros automáticos y tuvieron alguna dificultad, manifestaron que el problema que más les afecta es que estos equipos se encuentran fuera de servicio.

Otros aspectos relevantes son los relacionados con la profundización del ahorro y el crédito, pues solo un 75% y un 47% de los consumidores financieros entrevistados manifestaron tener ahorros y créditos, respectivamente, en alguna entidad financiera.



Estudiante de la Universidad de Autónoma del Beni «José Ballivián», llevando a cabo la encuesta en el municipio de Trinidad.

1. INTRODUCCIÓN

El Artículo 4 de la LSF señala que los servicios financieros deben cumplir la función social de contribuir al desarrollo integral para el vivir bien y a la eliminación de la pobreza, la exclusión social y económica de la población. Asimismo, dispone que entre los objetivos de la regulación y supervisión financiera se encuentra el asegurar que las entidades financieras satisfagan las necesidades del consumidor financiero (Artículo 17). Uno de los mecanismos establecidos en la citada ley (Artículo 73), para el logro de ese objetivo, es la realización de estudios sobre necesidades y grado de satisfacción de los consumidores financieros.

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

La realización de la ENSF de manera anual, permite un acercamiento entre ASFI y los consumidores financieros. Si bien ASFI cumple

con el rol tradicional de velar por la estabilidad y solvencia del sistema financiero, en el marco de la nueva visión de la política financiera del país, también debe orientar su labor a partir de las necesidades financieras de la población y la atención de éstas por las entidades. En este sentido, la LSF establece que los servicios financieros tienen que ser accesibles y ser brindados con calidad, calidez, continuidad, eficiencia y seguridad.

En 2015 y 2016, se realizaron la 1.^a y 2.^a Encuesta Nacional de Servicios Financieros (1ENSF y 2ENSF) los días 4 y 9 de septiembre, respectivamente.¹ Los consumidores

financieros otorgaron un puntaje de 7,85 y 7,45 sobre 10 a la satisfacción que tienen con los servicios financieros en las citadas encuestas. Asimismo, el puntaje promedio para el cumplimiento de la función social de las entidades financieras fue de 7,59 y 7,23 sobre 10. Las dos encuestas revelaron el limitado uso de medios electrónicos de pago, aspecto que está directamente relacionado con el nivel de educación.

En la gestión 2017, la 3ENSF se llevó a cabo el día 6 de septiembre. Al igual que en las dos gestiones anteriores, la selección de la fecha de la encuesta consideró la alta afluencia de consumidores financieros observada históricamente. La muestra considerada abarcó 472 PAF en 51 municipios de todos los departamentos del país. Esta cobertura amplió en 51% el número de PAF y en 11% el número de municipios visitados respecto a la encuesta realizada en 2016.²

El presente informe contiene los principales resultados de la 3.^a Encuesta Nacional de Servicios Financieros.

La segunda sección, presenta una breve descripción del diseño y metodología de la encuesta. La tercera sección, contiene los resultados de la encuesta bajo el marco de los objetivos de la Ley de Servicios Financieros: medición del Índice de Satisfacción y de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social, e identificación de las necesidades del consumidor financiero. La cuarta sección, muestra estadísticos descriptivos de las respuestas al cuestionario. Finalmente, se presentan las conclusiones que orientarán el accionar de ASFI en cuanto a la emisión de normativa y supervisión de las entidades financieras en las siguientes gestiones.

1. Los resultados de la 1ENSF y 2ENSF se encuentran en los informes de resultados publicados en el sitio web de ASFI.

2. La 2ENSF consideró 312 PAF en 46 municipios del país.



Estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y supervisor de ASFI, iniciando actividades para el trabajo de campo en la ciudad de La Paz.



Servidor público de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero encuestando en el municipio de San Ignacio de Velasco del Departamento de Santa Cruz

2. DISEÑO Y METODOLOGÍA

La Encuesta Nacional de Servicios Financieros se realiza por mandato de la LSF, específicamente, el Artículo 116 que señala:

«La Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero - ASFI implementará encuestas

a n u a l e s

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

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

en la prestación de servicios financieros».

Asimismo, el Artículo 73 Parágrafo V de la

misma ley señala la necesidad de «realizar

análisis y estudios sobre necesidades y

grado de satisfacción de los consumidores

financieros».

Por tanto, los

tres elementos

básicos que

busca evaluar

la ENSF en lo

relacionado con

los consumidores

financieros son:

1) sus necesidades financieras, 2) el nivel

de satisfacción que tienen con los servicios

financieros y 3) sus percepciones sobre el

grado de cumplimiento de la función social

de los servicios financieros.

2.1. El consumidor financiero

El consumidor financiero (CF) es el actor

principal de la ENSF y, a través de la encuesta,

proporciona

información sobre

sus necesidades

financieras, nivel

de satisfacción

y percepciones

del grado de

cumplimiento de la función social. Los

resultados de la ENSF se constituyen en

insumos fundamentales para guiar el accionar

de ASFI como regulador del sistema financiero

en beneficio de la sociedad en su conjunto.

*Consumidor financiero = Usuario y/o cliente
financiero.*

es cliente financiero cuando en la relación

que tiene con una entidad financiera existe

la suscripción

de uno o más

contratos. De

esta manera, son

clientes naturales

de una entidad

financiera sus

depositantes, independientemente del tipo

de cuenta que tengan, pudiendo ser cuenta

corriente, caja de ahorros o depósitos a plazo

fijo; también son clientes los prestatarios,

los cuales pueden acceder a distintos tipos

de crédito como

el empresarial,

P Y M E ,

microcrédito,

créditos de

consumo o de

vivienda. Por otra parte, son usuarios de

servicios financieros aquellas personas que

hacen uso de los mismos, pero sin que exista

la suscripción de contratos. Por ejemplo,

La Ley N°

393 define al

consumidor

financiero

como «cliente

y/o usuario

financiero». En este marco, una persona puede

ser cliente de una entidad, usuario de sus

servicios financieros o ambas cosas. Alguien

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

personas que en determinada entidad financiera únicamente realizan pagos de servicios básicos, pagos de impuestos u otros, pero no tienen depósitos, créditos u otro servicio que requiera la firma de contratos.

No toda persona es consumidor financiero, pues es imprescindible que sea cliente de una entidad financiera o haya hecho uso de algún servicio financiero. La cantidad relativa de consumidores financieros en un país está estrechamente relacionada con su desarrollo económico. En los últimos años, se observaron mejoras importantes en el acceso y uso de los servicios financieros; el número de cuentas de depósito a agosto de 2017 ascendió a 10.054.138 y el número de prestatarios en el

mismo mes fue de 1.513.454. Asimismo, la cobertura de servicios financieros alcanzó al 52% de todos los municipios del país.

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

2.2. Representatividad a nivel nacional

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

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

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

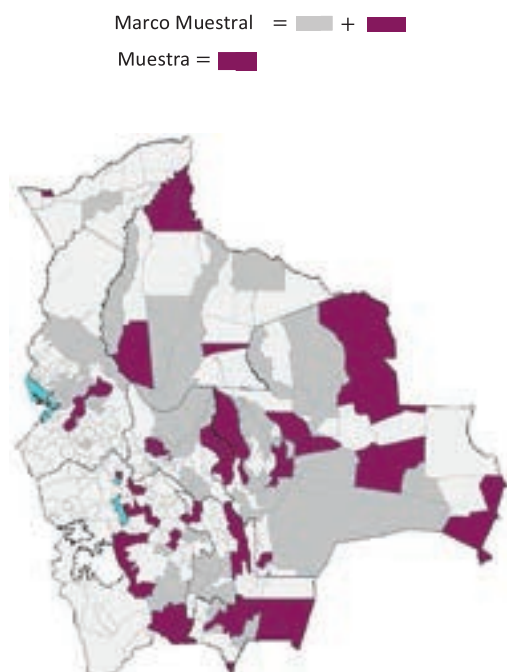
En cuanto a la representatividad a nivel geográfico, de los 108 municipios que cuentan con dos o más PAF, la encuesta consideró 51,

La 3ENSF consideró 51 municipios de los nueve departamentos, que incluyen las 9 ciudades capitales y El Alto.

pertenecientes a los nueve departamentos, que incluyen las nueve ciudades capitales y El Alto.

De esta manera, el componente geográfico (departamento y municipios) junto con el componente de diseño (población, número de PAF y número de transacciones) constituyen el marco muestral de la encuesta, que está constituido por un total de 1.640 puntos de atención financiera.

Ilustración 2.1 Municipios nacionales incluidos en la 3ENSF y detalle de la muestra



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

DEPARTAMENTOS	MUNICIPIOS	PAF
BENI	4	16
CHUQUISACA	4	21
COCHABAMBA	9	101
LA PAZ	5	140
ORURO	3	14
PANDO	1	12
POTOSÍ	5	20
SANTA CRUZ	15	111
TARIJA	5	37
TOTALES	51	472

El marco muestral fue construido a partir del listado de puntos de atención financiera en todo el país, identificando oficinas centrales, agencias y sucursales que ofrecen productos y servicios financieros. Para cada uno de los tipos de PAF considerados se obtuvo información sobre el número de transacciones que se realizó durante la gestión 2016. El diseño considera que el número de transacciones es proporcional al número de consumidores financieros en cada PAF, de manera que se utilizó como un criterio la estratificación de dichas unidades. La selección de la muestra se realizó en las siguientes etapas:

- Selección de estratos: uno de inclusión forzosa (capitales departamentales) y cuatro que se distinguen por el grado de urbanización.

- Se seleccionaron los conglomerados (PAF) a través de muestreo aleatorio proporcional al número de transacciones del PAF y con estratificación asimétrica implícita.
- En la última etapa mediante un muestreo aleatorio sistemático se seleccionó a 12 consumidores financieros por cada PAF en ciudades capitales y 15 en municipios rurales, en diferentes horarios.

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

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

Departamento	MARCO MUESTRAL		MUESTRA	
	Municipios ⁽¹⁾	PAF	Municipios	PAF
Beni	10	71	4	16
Chuquisaca	9	94	4	21
Cochabamba	18	293	9	101
La Paz	17	427	5	140
Oruro	3	58	3	14
Pando	2	22	1	12
Potosí	9	80	5	20
Santa Cruz	32	482	15	111
Tarija	8	113	5	37
Total	108	1.640	51	472

(1) Municipios con 2 o más PAF

FUENTE: ASFI

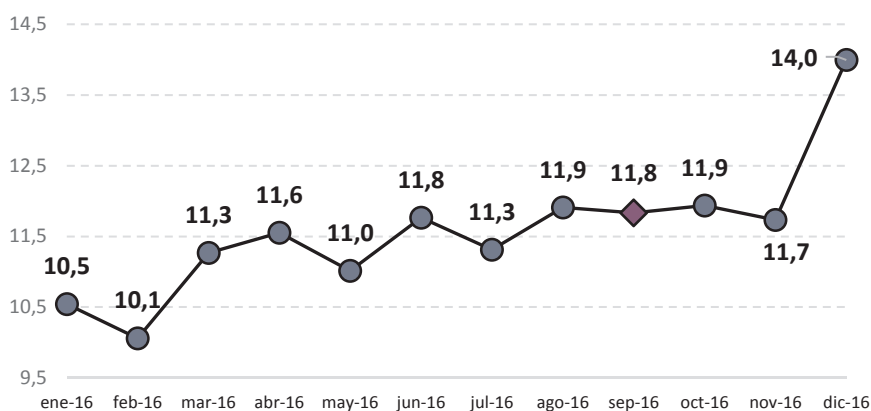
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

2.3. Encuestas anuales

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

transacciones en el mes de septiembre es uno de los mayores, sin contar diciembre, se optó por realizar la encuesta el día miércoles 6 de septiembre de 2017, a fin de mantener un grado de comparabilidad con las gestiones pasadas (las anteriores encuestas se realizaron en fechas cercanas).

Ilustración 2.2 Número de transacciones por mes, gestión 2016 (en millones)



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

2.4. Objetivos de la encuesta

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

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

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

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

2.5. Indicadores

La ENSF recolectó información relativa a las necesidades de los consumidores financieros y el uso que hacen éstos de dichos servicios. En correspondencia con la jerarquía de necesidades (Maslow, 1943), la detección de necesidades financieras parte de la existencia de servicios financieros básicos, como son el ahorro y el crédito, y se amplía a la satisfacción de necesidades más «sofisticadas», como ser el uso de medios electrónicos y el uso de servicios financieros de forma integral. Para el análisis de las necesidades se recurrió a la estadística descriptiva e inferencial, a fin de determinar frecuencias y correlaciones, entre otros. La medición de la satisfacción y las percepciones del cumplimiento de la función social, plantea dificultades técnicas, toda vez que se trata de conceptos abstractos y complejos, además de no ser posible su observación directa. Sin embargo, es posible observar manifestaciones de lo que consideramos satisfacción o percepciones del cumplimiento de la función social. El enfoque adecuado consiste en medir los conceptos

de interés (constructos o variables latentes) indirectamente a través de un conjunto de indicadores (variables manifiestas) que sirven de variables proxi (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014).

Bajo el enfoque descrito se usa un conjunto de características para medir un solo concepto. La satisfacción con los servicios financieros, por ejemplo, puede ser explicada por la calidad y calidez con la que se le atiende al consumidor financiero; la ubicación, número y horarios de atención de los PAF; la rapidez con la cual es atendido; etc. Esta técnica permite reducir el error de medición.

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

Otra alternativa sería preguntar al CF simplemente cuán satisfecho está con todos los servicios financieros que le brinda una entidad. Si bien este enfoque permitiría hacer el formulario

de encuesta muy corto, no se conocerían los factores que determinan esa satisfacción. Un cuestionario que incorpore una gran variedad de servicios financieros, permite conocer qué es lo que más le interesa al encuestado y qué servicio(s) financiero(s) son los que más

influyen en su satisfacción global. Por ejemplo, un consumidor financiero podría expresar que está altamente satisfecho con los servicios que recibe de las entidades, pero también podría descubrirse que el único servicio con el cual él está satisfecho es el de cajeros automáticos, pero tiene una baja satisfacción con el resto de servicios. Este conocimiento permite que ASFI enfoque sus esfuerzos en lo que en verdad importa al consumidor financiero.

Una ventaja adicional del enfoque adoptado es que permite preguntar sobre las percepciones del cumplimiento de la función social de los servicios financieros sin mencionar directamente al encuestado este concepto

complejo. Es fácil comprender que preguntar por «la función social de los servicios financieros» puede generar confusión. La ley N° 393 y la reglamentación clarifican la forma de entender la «función social de los servicios financieros». Así, el cuestionario consultó a los consumidores, cómo los servicios financieros contribuyeron a que mejore su calidad de vida y la importancia que tienen para el desarrollo de su ciudad, localidad o comunidad.

El resultado final para el cumplimiento de los dos últimos objetivos mencionados en los párrafos precedentes, es la estimación de los índices de satisfacción y de percepción del cumplimiento de la función social.

2.6. Escalas de medición

En la ENSF, las variables relacionadas con la evaluación de las necesidades financieras y el nivel de atención, tienen por lo general una escala de medición nominal u ordinal. Se definieron variables manifiestas que explican variables latentes (índices de satisfacción y de percepción del cumplimiento de la función social) con una escala discreta de medición de intervalo de 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10.³ El número 0 se interpreta, en todos los casos, como total desacuerdo, total insatisfacción o pésima calificación.⁴ El número 10 se interpreta, de forma opuesta, como acuerdo

Las variables relacionadas con los índices de satisfacción y de cumplimiento de la función social tienen valores de 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 o 10.

total, satisfacción plena o excelente calificación. Como es probable que los consumidores financieros prefieran no usar ninguna de estas calificaciones extremas, todas las valoraciones

intermedias son posibles.

Pocas preguntas en la ENSF tienen una escala de medición distinta a las señaladas precedentemente.

Algunas preguntas tienen una escala de medición de razón, como aquella relacionada con el número de reclamos que presentó el consumidor financiero en la entidad.

2.7. Metodología de estimación

Las técnicas de análisis estadístico multivariado pueden ser usadas para confirmar teorías establecidas de forma previa, o para identificar relaciones o patrones en los datos. En el primer caso se prueba las hipótesis de teorías y conceptos existentes. Por otra parte, son exploratorios cuando se

realiza la búsqueda de patrones en los datos, lo cual sucede cuando el conocimiento previo de las relaciones existentes entre las variables es limitado. La metodología PL-SEM es usada fundamentalmente para el desarrollo de teorías en la investigación exploratoria, lo cual se realiza al explicar la varianza de las

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

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

variables dependientes (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014).

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. Las variables latentes (constructos). 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 tanto, este método es el preferido cuando el objetivo de la investigación es desarrollar

una teoría y explicar la varianza, es decir, predecir los constructos. El PLS-SEM considera las relaciones especificadas en el diagrama

de rutas, así como entre los constructos y sus variables indicadores. Esta metodología trabaja eficientemente con muestras de tamaño pequeño

y modelos complejos y no requiere supuestos respecto a la distribución de los datos (ibíd).

Si bien existen muchas otras metodologías usadas internacionalmente para el análisis de la satisfacción de los consumidores, las cuales van desde la estadística descriptiva, el análisis de regresión básico, modelos de probabilidad condicional, etc., 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 sus manifestaciones. Por su parte, en el caso de la variable satisfacción, dado que no es suficiente conocer si los consumidores están satisfechos o no, sino que es importante señalar los factores que explican esta variable, la ENSF usa la metodología PLS-SEM.

La metodología usada para la estimación de los índices de la 3ENSF ha sido internacionalmente aplicada para el estudio de variables complejas relacionadas con el comportamiento del consumidor.

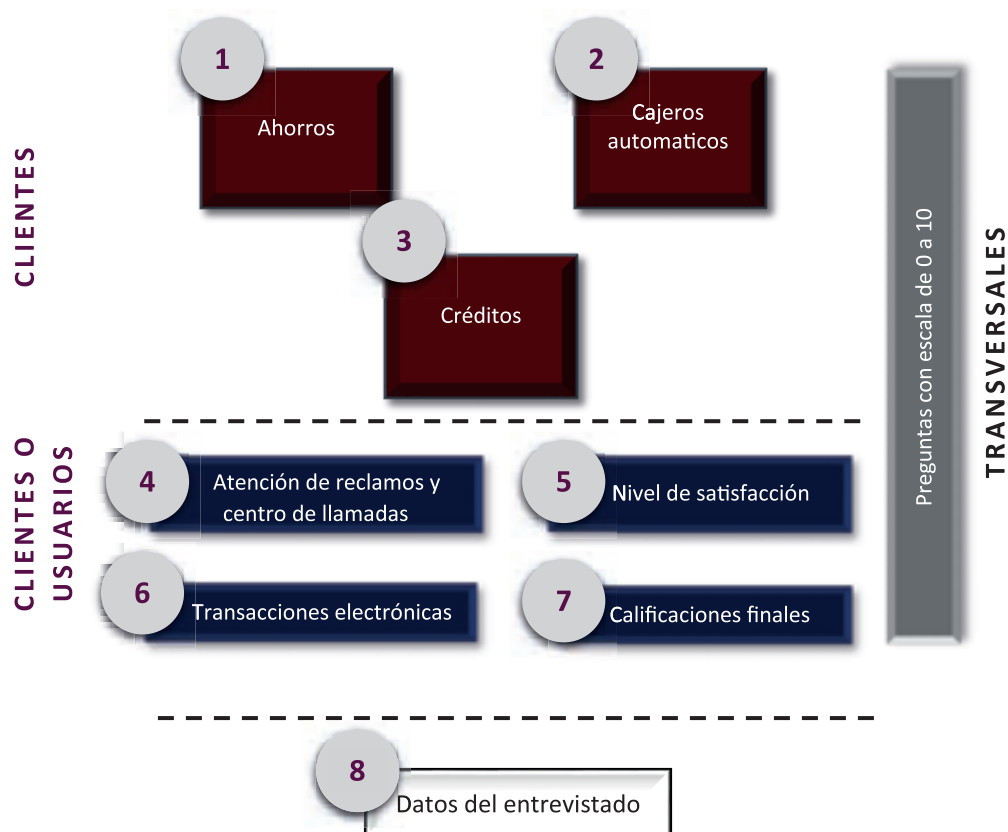
2.8. Estructura del cuestionario

El cuestionario de la ENSF busca facilitar el proceso de la entrevista. Consta de un total de 84 preguntas distribuidas en ocho secciones, dependiendo de los servicios que use el consumidor financiero, puede llegar a responder un aproximado de 67

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

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

Ilustración 2.3 Secciones del cuestionario de la 3ENSF



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

2.9. Trabajo de campo

La recolección de datos contó con el apoyo de 11 universidades del país y la participación de 408 estudiantes de las carreras de ciencias económicas y financieras y de otras áreas. Asimismo, se contó con la participación de 103 servidores públicos de ASFI que participaron como encuestadores y supervisores, además del personal directivo de la Institución (10) que se desempeñaron como coordinadores departamentales y un coordinador nacional.

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

A diferencia de las anteriores gestiones, este año se implementó la recolección de información en línea, mediante computadoras, tabletas electrónicas o teléfonos celulares con conexión a internet.⁵ Los datos recabados por los encuestadores fueron transmitiéndose inmediatamente a los servidores de ASFI; un proceso que fue realizado con éxito durante la jornada. El control del operativo de campo fue riguroso, sobre todo porque se efectuó al interior de los PAF y se realizó un monitoreo permanente desde la oficina central de ASFI. El apoyo de las EIF facilitó el éxito del proceso, las mismas brindaron los equipos y la infraestructura para el relevamiento de la información, así como la selección ordenada de consumidores financieros. Este despliegue proporcionó mayor comodidad a los

5. En lugares con conexiones deficientes de internet se usó un aplicativo móvil (apk) que permitió relevar infor-

mación offline y posteriormente fue transmitido a los servidores de ASFI.

informantes para responder el cuestionario y minimizó las faltas de respuesta, errores de interpretación del flujo de las preguntas,

errores de transcripción y otras contingencias asociadas al trabajo de campo.



Estudiante de la Universidad de Amazónica de Pando llevando a cabo la encuesta en el municipio de Cobija

3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

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

El Índice de Satisfacción presentado en el Informe, es una medida que resume el nivel de satisfacción de los consumidores

financieros y proporciona el peso relativo de las dimensiones o características que conforman dicho índice. La satisfacción del consumidor es un concepto multidimensional y esencialmente una medida indirecta; depende de la experiencia que tienen los consumidores con los productos o servicios que recibe y en gran medida está relacionada con la percepción del consumidor respecto a la calidad y calidez de la atención.

3.1. Índice de Satisfacción del Consumidor Financiero

En este apartado se expone las dimensiones o constructos que explican al Índice de Satisfacción del Consumidor Financiero y la

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

3.1.1. El Índice de Satisfacción y sus dimensiones explicativas

Siguiendo la misma metodología de las gestiones 2015 y 2016, la estimación del Índice de Satisfacción se realizó a través de la valoración de los consumidores financieros respecto a las características que forman la calidad y calidez de los servicios, el beneficio obtenido por el consumidor y el grado de acceso a los servicios que ofrecen las EIF. El enfoque considera una valoración basada en la calificación de puntajes comprendidos entre cero y diez que expresa el nivel de conformidad o disconformidad con los

productos y/o servicios que ofrece la entidad.

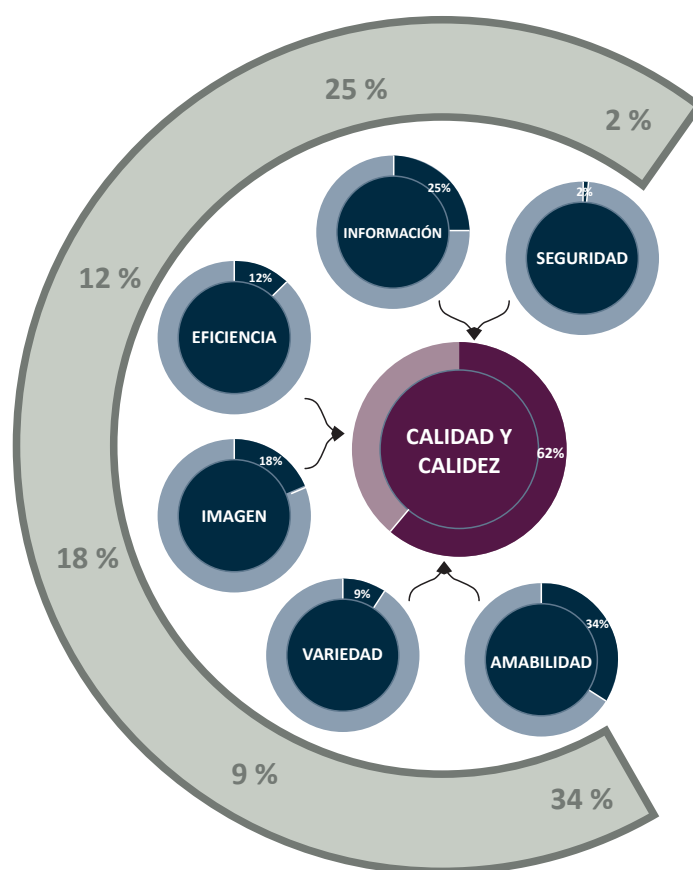
La calidad y calidez percibida por los consumidores es un agregado de variables más simples. Así, las variables que explican las calificaciones de

la calidad y calidez son la amabilidad de los funcionarios de la entidad, la variedad de

servicios que ofrece esta, la información que proporcionan a los consumidores, la eficiencia en la prestación de los servicios, la seguridad que ofrecen las EIF y la imagen percibida de la entidad.



Ilustración 3.1 Calidad y calidez con sus dimensiones explicativas



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

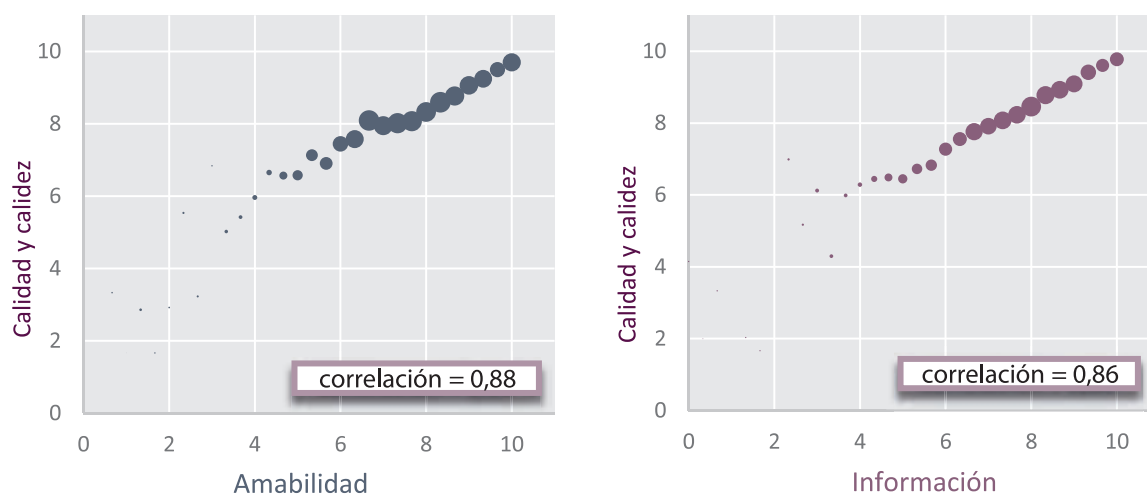
Las variables que explican la calidad y calidez se miden a través de una o más preguntas específicas del cuestionario. Existe una alta correlación entre las variables explicativas y las que definen la variable calidad y calidez.

Por ejemplo, la variable amabilidad es cuantificada mediante las siguientes afirmaciones: *P5.3 Los funcionarios de esta entidad brindan, en todo momento, colaboración y asesoramiento;* y *P7.5 El tono de voz que usan en su trato los funcionarios de esta entidad, hace que sienta confianza para realizar consultas cuando lo necesita.* Para la variable Información se consideraron

las siguientes afirmaciones: *P2.13 El personal toma atención y tiene paciencia a las preguntas que usted realiza;* y *P7.9 Esta entidad le orienta adecuadamente cuando no conoce algún servicio.*

La Gráfica 3.1 muestra la relación entre las variables amabilidad y calidad y calidez que tiene un coeficiente de correlación de 0,88. Similar resultado (0,86) muestra la relación entre información y calidad y calidez (el diámetro de los círculos es proporcional al número de consumidores financieros que respondieron con las calificaciones señaladas en los ejes).

Gráfica 3.1 Correlación significativa entre variables



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

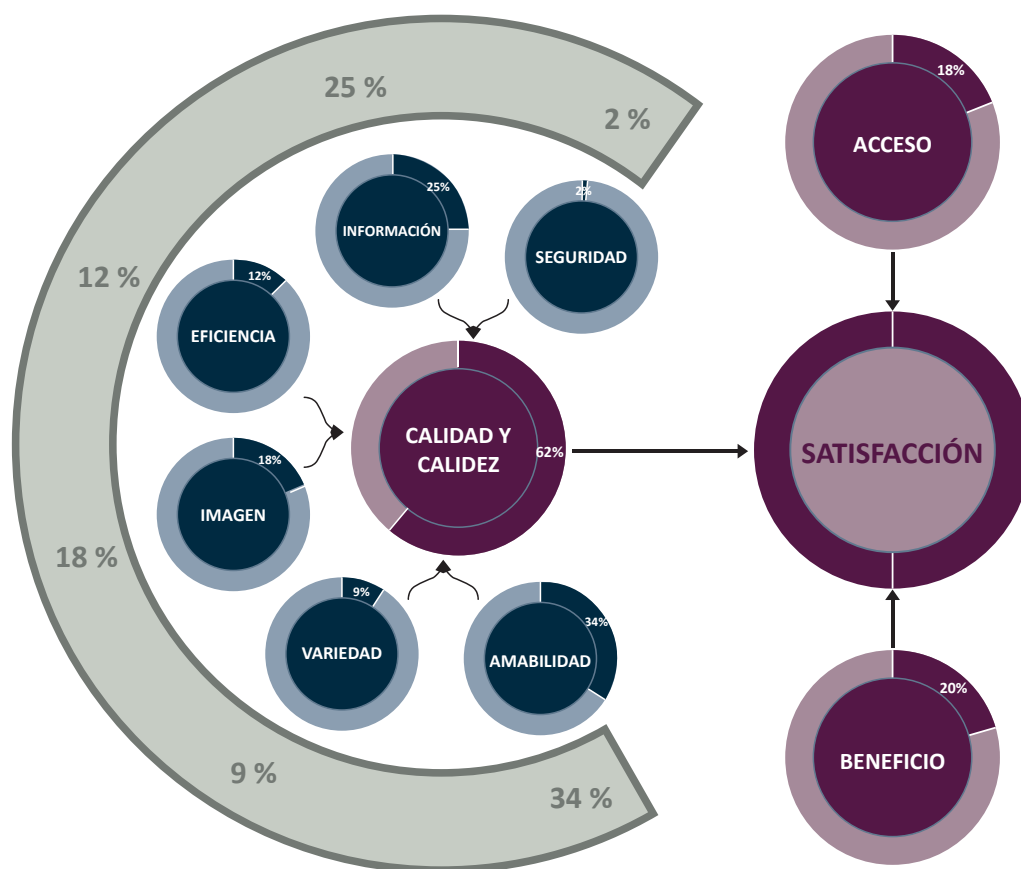
Por otro lado, para la obtención del Índice de Satisfacción se utilizaron los puntajes de calificación que otorgaron los consumidores cuando se consultó: ¿Cuán satisfecho(a) está usted con todos los servicios y productos financieros que proporciona esta entidad? (valoración entre 0 y 10).

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

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

La variable que explica la mayor parte de la satisfacción es la calidad y calidez (62%), seguida del beneficio (20%) y el acceso (18%).

Ilustración 3.2 Factores que determinan el Índice de Satisfacción del Consumidor Financiero



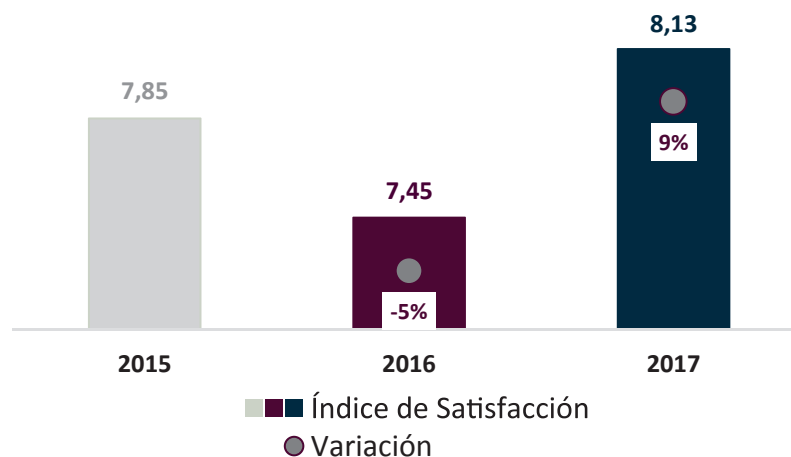
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

La Gráfica 3.2 expone los índices de satisfacción obtenidos en las gestiones 2015, 2016 y 2017. El nivel de satisfacción alcanzado en el 2017 (8,13 sobre un máximo de 10) supera

a los dos años anteriores. Comparado con el Índice de Satisfacción del 2016, se observa un incremento de 0,68 en el Índice de Satisfacción 2017 (9% de incremento).

Gráfica 3.2 Índice de satisfacción de las tres encuestas nacionales y su variación anual



FUENTE: ASFI

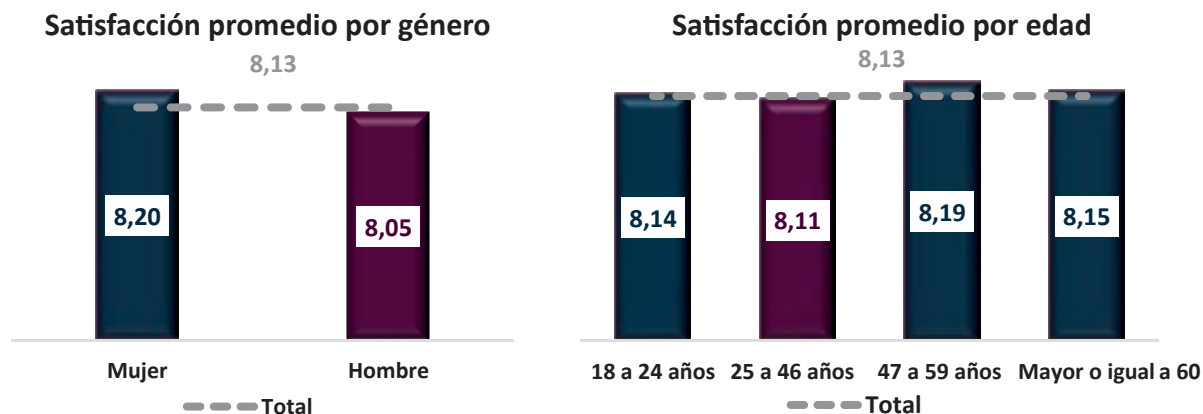
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

3.1.2. Satisfacción según características demográficas del consumidor

El nivel de satisfacción con los productos y servicios financieros varía según las características demográficas del consumidor financiero. Así, según género, las mujeres otorgaron una calificación promedio mayor que los hombres (8,20 y 8,05

respectivamente); en la gestión pasada las mismas habían sido 7,47 (mujeres) y 7,43 (hombres). Por edades, las personas con edades entre 25 y 46 años otorgaron, en promedio, calificaciones inferiores al índice de satisfacción global.

Gráfica 3.3 Satisfacción promedio por género y edad



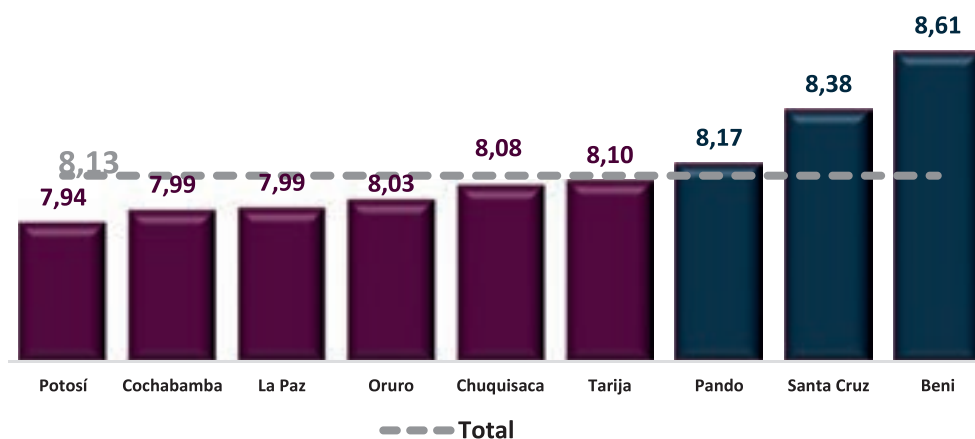
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Por departamentos, el Índice de Satisfacción es mayor, respecto al promedio nacional, en el oriente boliviano: Beni, Santa Cruz y Pando. Los

departamentos que evaluaron con un menor nivel de satisfacción son Potosí, Cochabamba y La Paz.

Gráfica 3.4 Satisfacción promedio según departamento



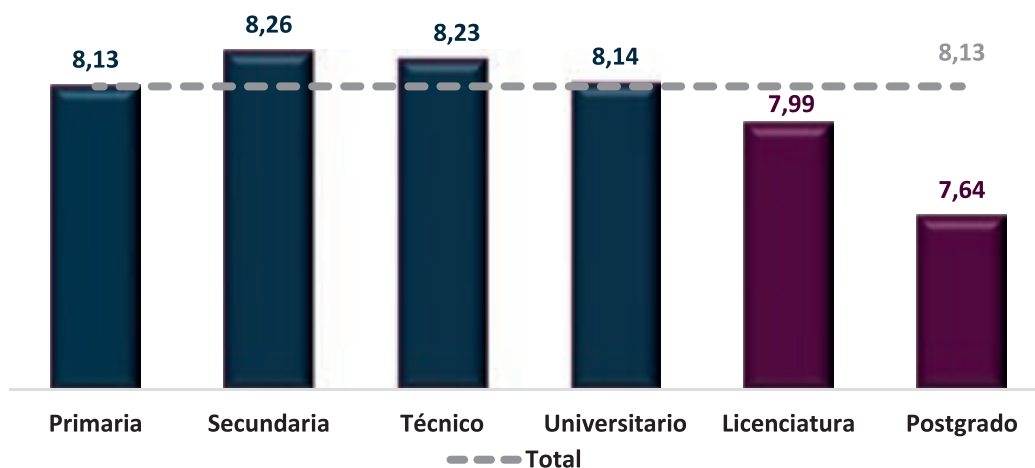
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Considerando el nivel educativo, se mantiene la relación inversa registrada en las anteriores encuestas entre el nivel de educación del

consumidor financiero y la valoración a los servicios financieros a través del Índice de Satisfacción.⁶

Gráfica 3.5 Satisfacción promedio según nivel educativo



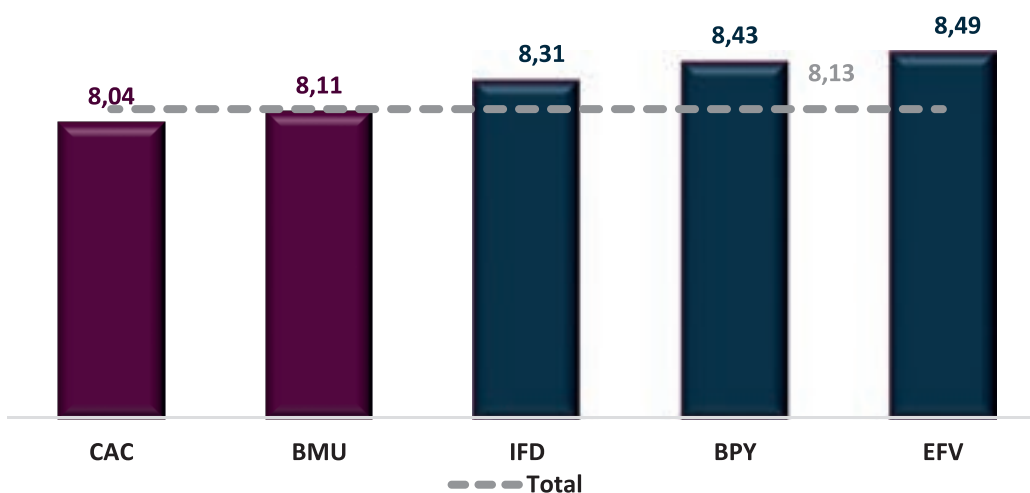
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Por tipo de entidad, las Entidades Financieras de Vivienda, los Bancos PYME y las Instituciones Financieras de Desarrollo recibieron, en promedio, las más altas calificaciones. En

contraste, las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas y los Bancos Múltiples obtuvieron calificaciones menores al promedio del sistema financiero.

Gráfica 3.6 Satisfacción promedio según tipo de entidad



FUENTE: ASFI

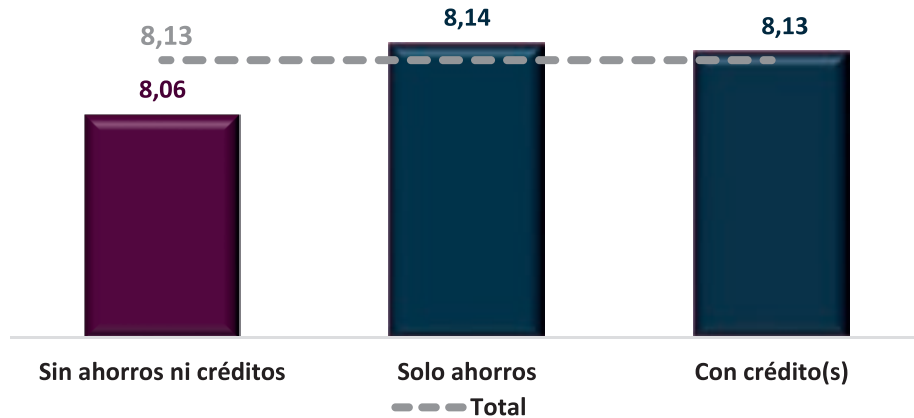
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

6. Figura 5, página 16 de (ASFI, 2015) y Gráfica 3.4, página 18 de (ASFI, 2016)

También se puede desglosar el Índice de Satisfacción según los servicios que contrata el consumidor financiero, considerando solo los servicios de créditos, ahorros y otras transacciones financieras (por ejemplo: cobro de rentas, pago de servicios básicos y otros). La

Gráfica 3.7 expone las calificaciones promedio otorgadas por cada uno de estos grupos; en ella se observa que aquellos CF que no cuentan con ahorros o créditos en el sistema financiero están menos satisfechos, en comparación con los otros grupos considerados.

Gráfica 3.7 Satisfacción promedio según los productos o servicios que contrata o usa el consumidor financiero



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones



Estudiantes de la Universidad Católica Boliviana de Cochabamba en la capacitación para encuestadores.



Equipo de trabajo conformado por estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés, iniciando el trabajo de campo en la ciudad de La Paz.

3.2. Cumplimiento de la Función Social

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

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

e) Optimizar tiempos y costos en la entrega de servicios;

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

La 3.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros recabó la percepción de los consumidores financieros sobre el grado de cumplimiento de los objetivos de la función social (FS) de los servicios financieros. Para ello, los consumidores respondieron preguntas concretas sobre los servicios que reciben por parte de las EIF, finalmente estos son relacionados con los constructos presentes en el concepto de función social.

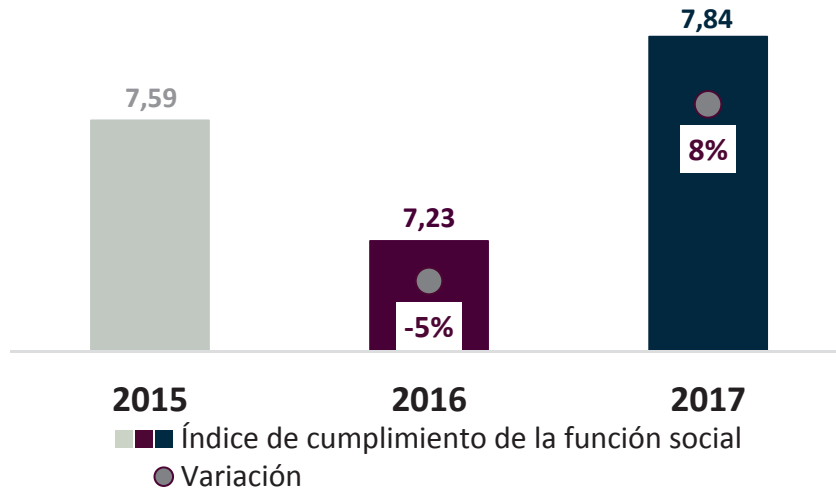
3.2.1. Percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros y sus dimensiones explicativas

La percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros fue aproximada por dos preguntas, una de ellas desde un punto de vista global, abarcando el entorno social y económico del consumidor financiero; la otra desde un plano individual, refiriéndose a los beneficios percibidos por el mismo consumidor financiero. Una de las preguntas valoró mediante una escala de 0 a 10, la importancia de la entidad para el desarrollo de la ciudad, localidad o comunidad del CF (punto de vista global); la otra estuvo más relacionada con la contribución de los servicios financieros a la mejora de la situación

individual del consumidor financiero. Con similar metodología a la medición del Índice de Satisfacción, se obtuvo un Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social de los servicios financieros, que este año fue de 7,84, en una escala de 0 a 10.

La Gráfica 3.8 muestra el comportamiento histórico del Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social. El nivel alcanzado en la gestión 2017 (7,84) supera los índices alcanzados anteriormente, el mismo mostró un incremento de 0,61 respecto al nivel observado en el 2016.

Gráfica 3.8 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social de las tres encuestas nacionales y su variación anual



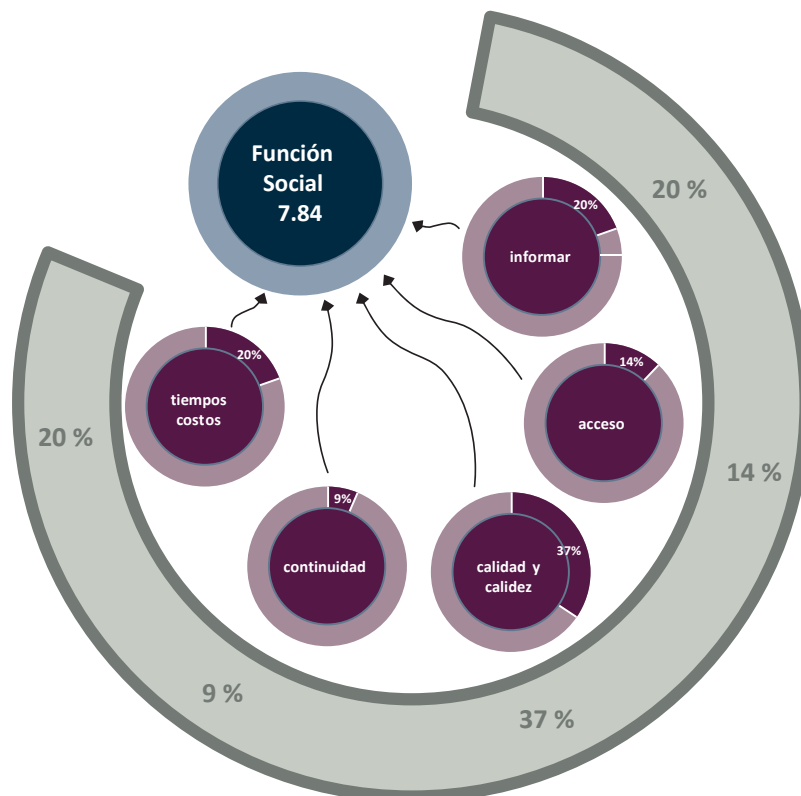
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

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

prestación de servicios con calidad y calidez tuvo un peso relativo de 37%; la información brindada por las EIF para el uso de los servicios financieros con eficiencia y seguridad 20%; la facilidad en el acceso a los servicios financieros 14%; la optimización de tiempos y costos 20% y, finalmente, la percepción sobre la continuidad de los servicios ponderó 9%.

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



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

A continuación, se detalla el conjunto de características que se usaron para estimar las variables latentes.

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

Las calificaciones otorgadas al asesoramiento comprensible otorgado por el personal de las entidades financieras, la información sobre servicios que le permiten reducir el tiempo de espera y la seguridad al realizar transacciones financieras son usadas para evaluar el cumplimiento de este objetivo de función social. Este aspecto logra explicar un 20% del Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social.

Facilitar el acceso universal a todos sus servicios.

Los horarios de atención, el número adecuado de oficinas de atención al público y su ubicación evalúan la facilidad para el acceso a los servicios financieros. Estas variables explican un 14% del comportamiento del Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social.

Proporcionar servicios financieros con atención de calidad y calidez

Mediante la evaluación del trato de los funcionarios a los consumidores financieros, la amabilidad, la colaboración y el asesoramiento en el uso de productos y/o servicios

financieros, se estima la participación de este objetivo (37%) en el 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 la confianza sobre la vigencia de la EIF en el mediano plazo. El peso relativo de este objetivo como factor explicativo del Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social fue de 9%.

Optimizar tiempos y costos en la entrega de servicios financieros

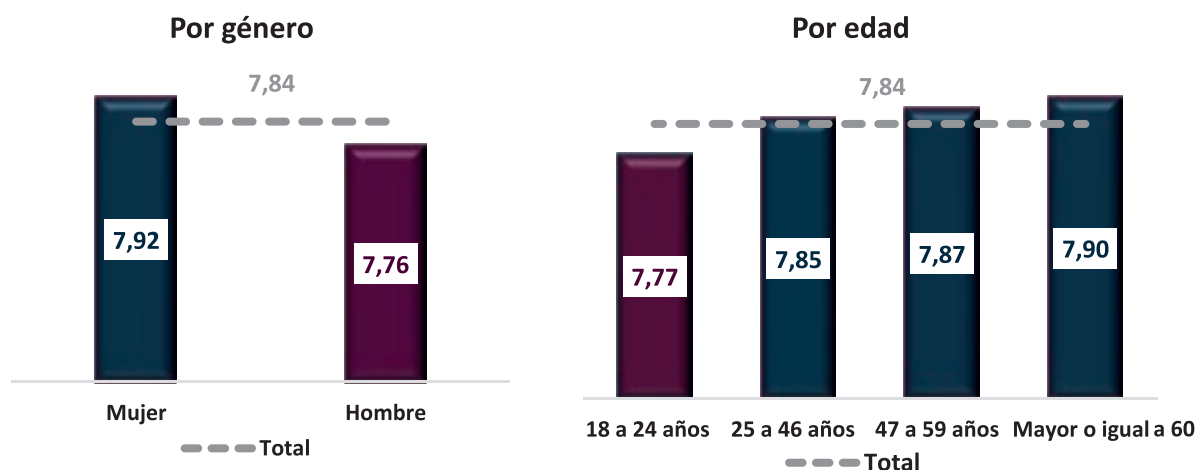
A través de la evaluación a los tiempos de atención en los PAF y la rapidez con que se realizan las transacciones financieras, así como el beneficio percibido por la posibilidad de realizar pagos de servicios básicos en las EIF, se estimó la participación relativa de este objetivo en el Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social (20%).

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

En esta sección se analiza el Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social por las características del consumidor financiero. Por género, se observa que las mujeres calificaron de mejor manera (7,92) el cumplimiento de la función social respecto a los varones

(7,76). La Gráfica 3.9 muestra los valores del índice de percepción por grupo etario, de ella se concluye que la misma tiene una relación directa con la edad; a mayor edad, mayor ponderación del aporte de las EIF al cumplimiento de la función social de los servicios financieros.

Gráfica 3.9 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social



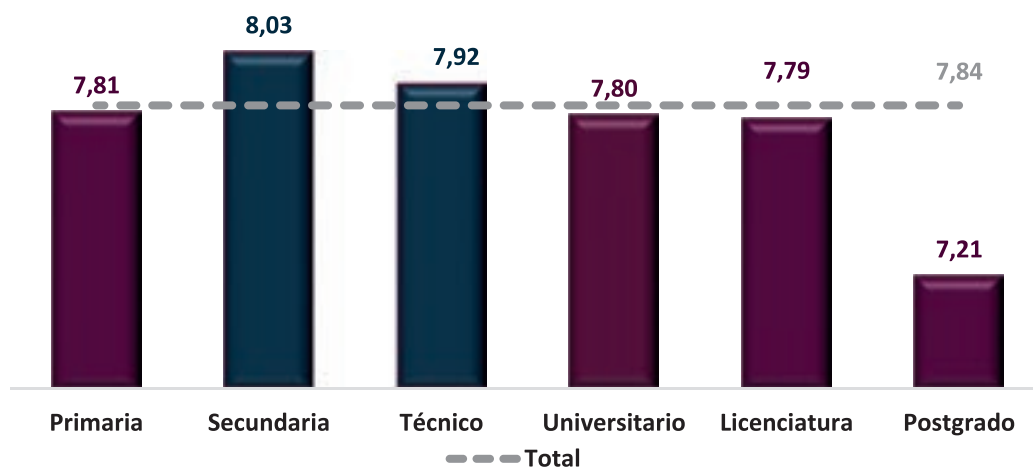
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Por nivel de educación, los consumidores financieros con menor grado de educación brindaron una mayor calificación en comparación con los de mayor formación, no se cumple esta afirmación con los CF que solo

alcanzaron primaria. El Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social tiene una relación inversa con el nivel de educación, es decir, a mayor nivel de educación menor calificación.⁷

Gráfica 3.10 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según nivel de educación



FUENTE: ASFI

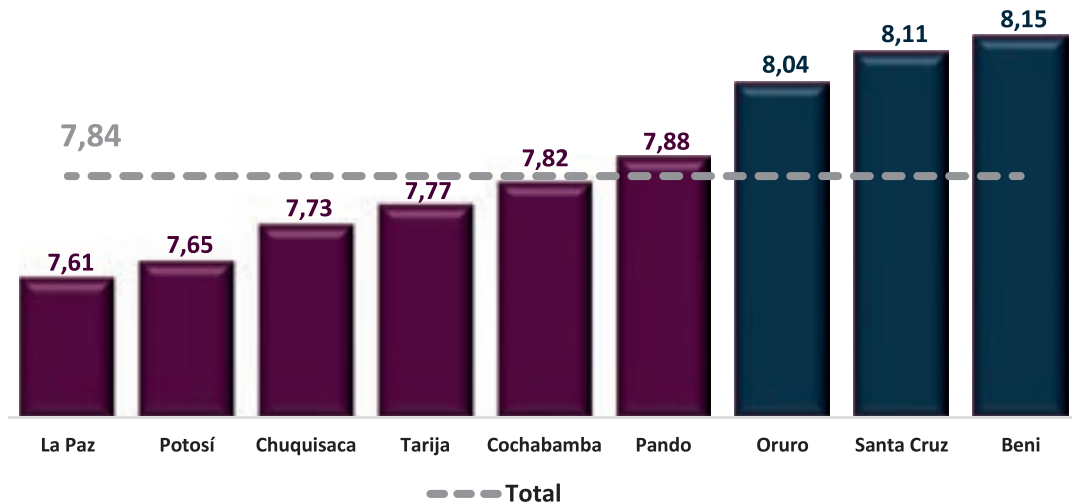
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

7. Rompe levemente esta relación los CF que alcanzaron un nivel de instrucción de primaria

Considerando el ámbito geográfico, los departamentos de Beni, Santa Cruz y Oruro fueron los que brindaron una mayor

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

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



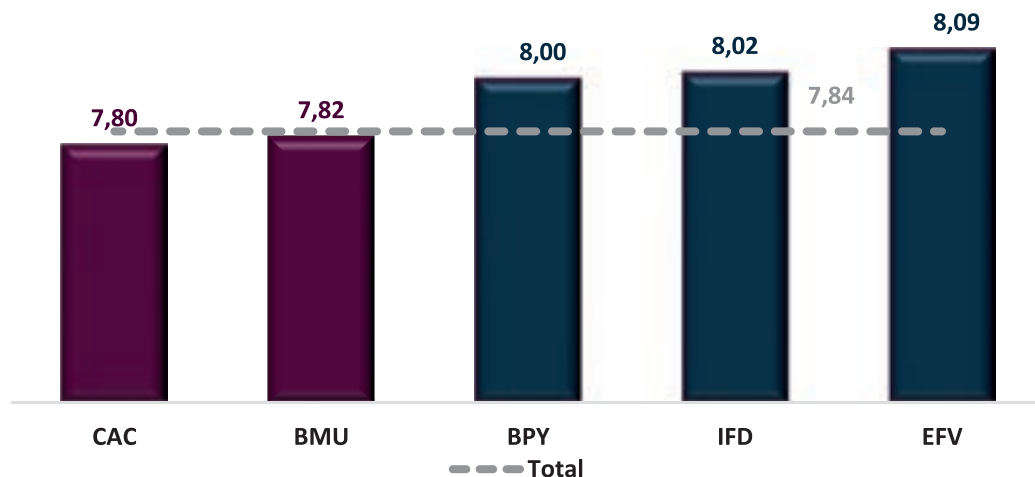
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Realizando un comparativo por tipo de entidad, las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas y los Bancos Múltiples recibieron calificaciones menores al promedio; por encima de este

valor se encuentran las Entidades Financieras de Vivienda, las Instituciones Financieras de Desarrollo y los Bancos PYME.

Gráfica 3.12 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según tipo de entidad



FUENTE: ASFI

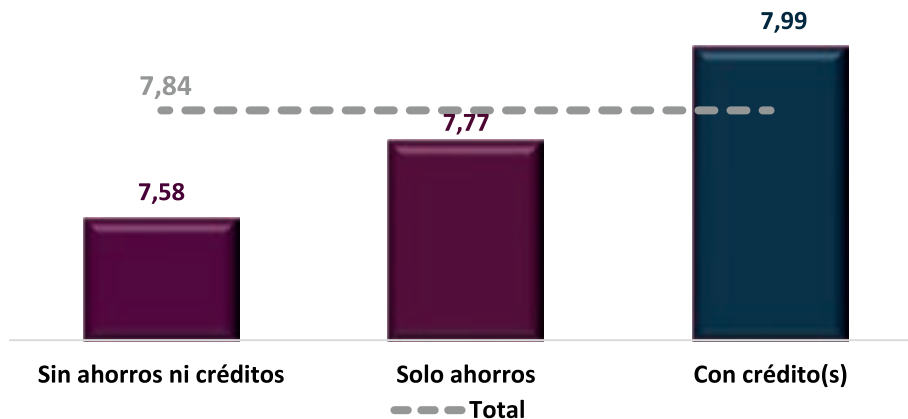
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Nota: IFD = Instituciones Financieras de Desarrollo; CAC = Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas; BPY = Bancos PYME; BMU = Bancos Múltiples; EFV = Entidades Financieras de Vivienda

Finalmente, clasificando a los consumidores financieros en tres grupos disjuntos: con créditos, sólo ahorros y sin ahorros ni crédito, se puede observar que ponderan mejor el cumplimiento de la función social de los servicios financieros por parte de las EIF,

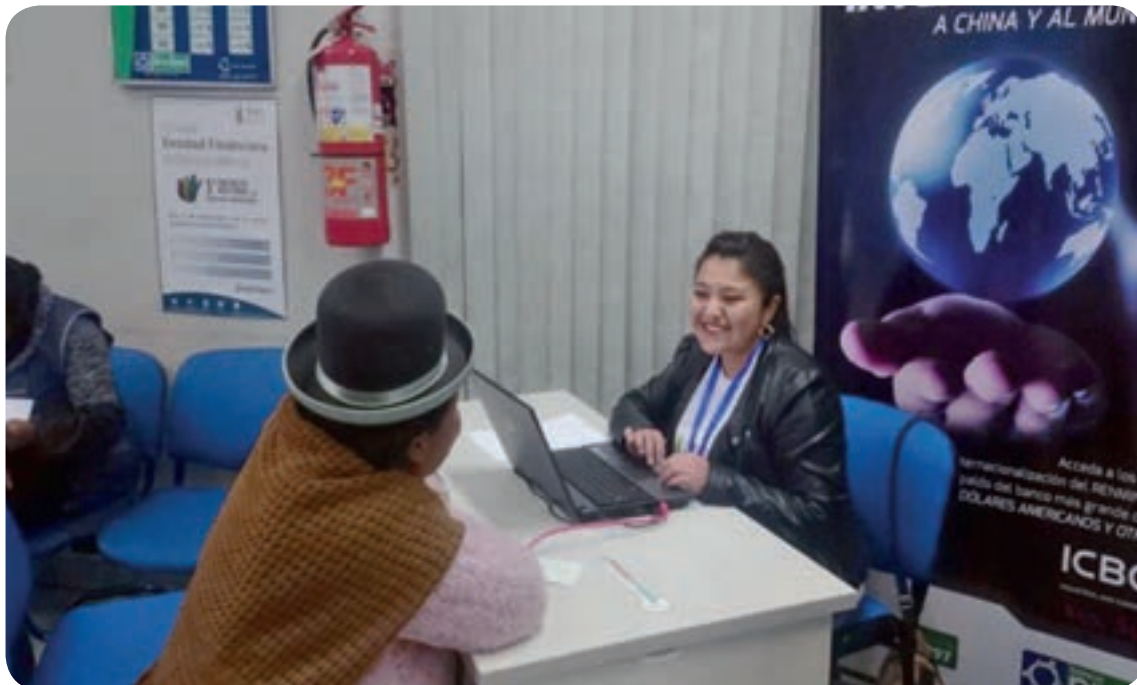
los CF que usan más productos y servicios; en este caso los CF que tienen créditos en el sistema financiero. Al igual que en el Índice de Satisfacción, los encuestados que no tienen ahorros ni créditos en las EIF, califican con una nota menor que el promedio general.

Gráfica 3.13 Índice de Percepción del Grado de Cumplimiento de la Función Social según los productos o servicios financieros contratados o usados



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones



Estudiante de la Universidad Pública de El Alto, realizando el trabajo de campo en la ciudad de El Alto.

3.3. Necesidades en materia financiera

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

La información permite concluir que el uso de transacciones electrónicas es aún limitado.

Asimismo, el uso de tarjetas de débito, cajeros automáticos y transacciones electrónicas, está relacionado directamente con el nivel de educación del consumidor financiero —a mayor nivel de educación, mayor porcentaje de personas hacen uso de transacciones electrónicas—; no obstante, los resultados reflejan que, en general, los consumidores financieros no recurren a medios electrónicos de pago y señalan como principal motivo la falta de conocimiento sobre el uso de estos servicios.

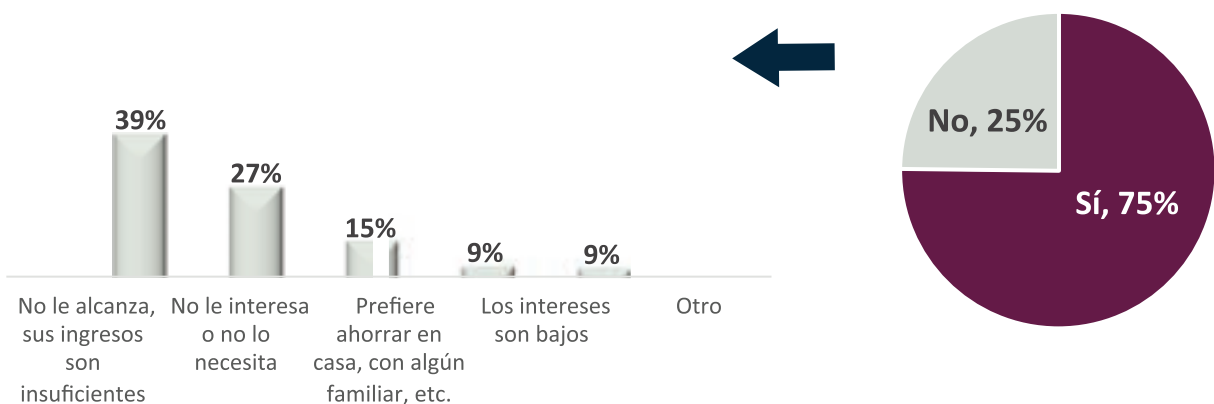
3.3.1. Ahorros

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

El 25% de los consumidores financieros no tienen ahorros en las EIF con licencia de

funcionamiento otorgada por ASFI. De este grupo, los CF que señalaron como principal motivo la insuficiencia de sus ingresos alcanza a 39%, seguido de la opción «no le interesa o no necesita ahorrar», que representa el 27%. Existe otro grupo de CF que ahorra, pero en casa o con algún familiar (15%). Finalmente, el 9% de los CF que no tienen ahorros indicaron que se encuentran en esa situación porque los intereses percibidos por sus ahorros son bajos.

Gráfica 3.14 Proporción de consumidores financieros que tienen ahorros en la entidad o en otra y principales motivos por los que no tiene ahorros en las EIF



FUENTE: ASFI

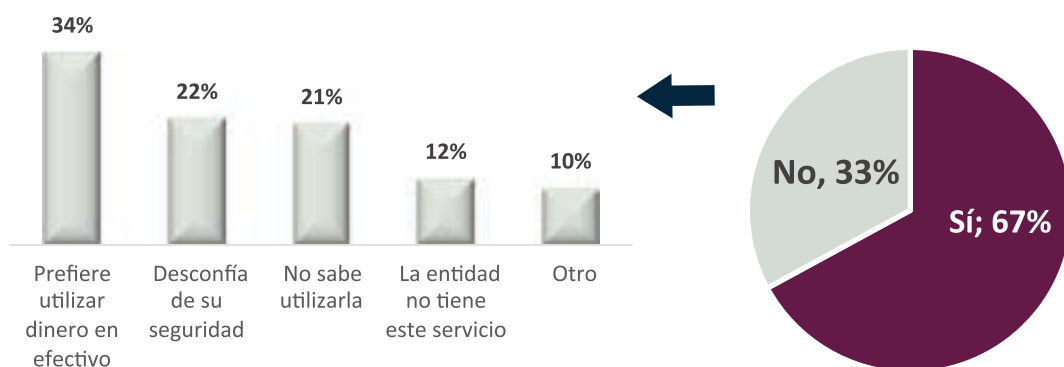
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

De los consumidores financieros que tienen ahorros en el sistema financiero, el 67% indicaron que tienen tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro o cuenta corriente. Asimismo, el 91% usa su tarjeta por lo menos una vez al mes.

Los CF que no cuentan con tarjeta de débito señalan como principal motivo que prefieren utilizar dinero en efectivo (34%), seguido por

el 22% que desconfía de su seguridad y el 21% que no sabe utilizarla, estas tres razones totalizan un 77%. La promoción del uso de este servicio, iniciada en la presente gestión por ASFI y las entidades financieras, busca que el 75% de los consumidores financieros que tienen ahorros accedan a las ventajas de este servicio y evitar los inconvenientes del uso de dinero en efectivo (billetes falsos, inseguridad en las calles, entre otros).

Gráfica 3.15 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito asociada a su cuenta de ahorro y razones por las que no cuenta con tarjeta de débito



FUENTE: ASFI

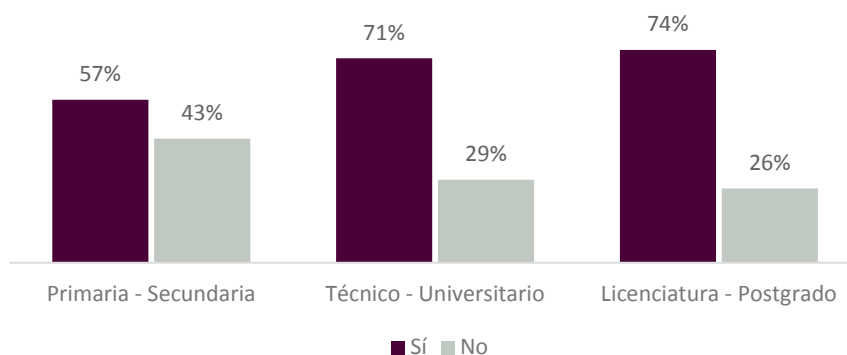
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

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

En niveles de educación inferiores, el 57% de los consumidores financieros tiene tarjeta de

débito; por otra parte, para consumidores financieros con licenciatura o postgrado el porcentaje aumenta a 74%. Por tanto, continúa la necesidad de difundir el uso de tarjetas de débito en sectores de la población con menores niveles de educación.

Gráfica 3.16 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su nivel de educación



FUENTE: ASFI

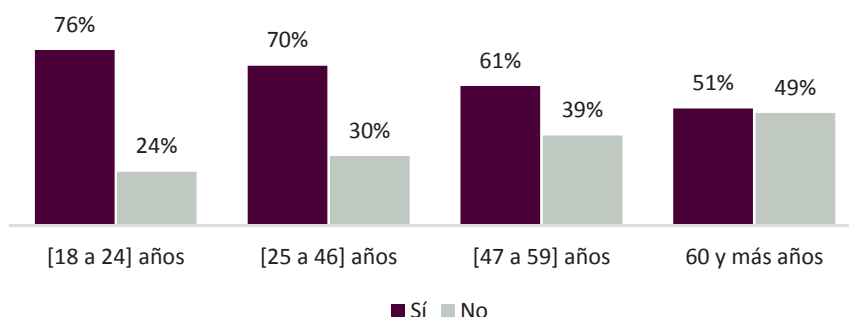
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

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

El 76% de los CF más jóvenes cuentan con una tarjeta de débito; esta proporción disminuye

al 51% en los CF de 60 años o más. Por tanto, la educación financiera sobre el uso de tarjetas de débito debe orientarse en mayor medida a las personas adultas.

Gráfica 3.17 Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según su edad



FUENTE: ASFI

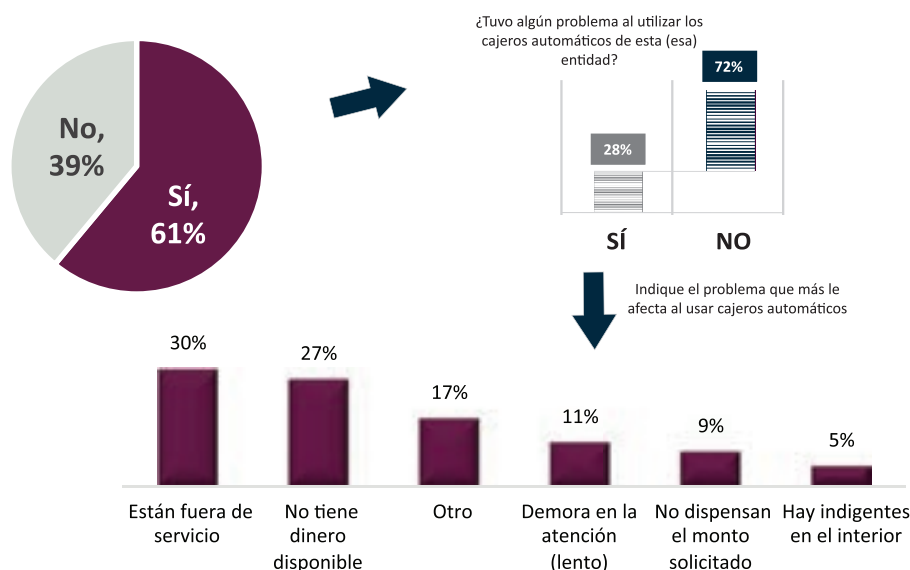
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

3.3.2. Cajeros automáticos

El 61% de los consumidores financieros usan los cajeros automáticos de las entidades del sistema financiero. De este grupo, el 28% tuvo algún problema al utilizar este servicio;

los principales problemas son que los cajeros están fuera de servicio o no tienen dinero disponible.

Gráfica 3.18 Proporción de consumidores financieros que utilizan cajeros automáticos y el problema que más le afecta al utilizar este servicio



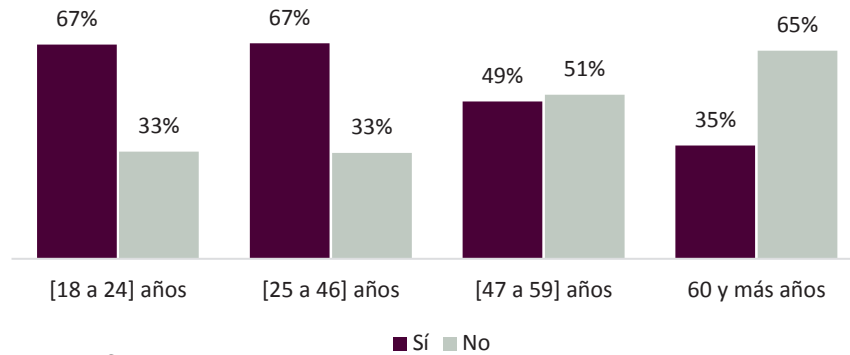
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

El uso de cajeros automáticos tiene una correlación negativa con la edad. El 67% de los consumidores financieros con edades entre 18 y 24 años usan los cajeros automáticos

de las entidades del sistema financiero; esta proporción disminuye al 35% si consideramos CF de 60 años o más. Más del 50% de los CF con 47 años o más no usa cajeros automáticos.

Gráfica 3.19 Proporción de consumidores financieros que utilizan cajeros automáticos según su edad



FUENTE: ASFI

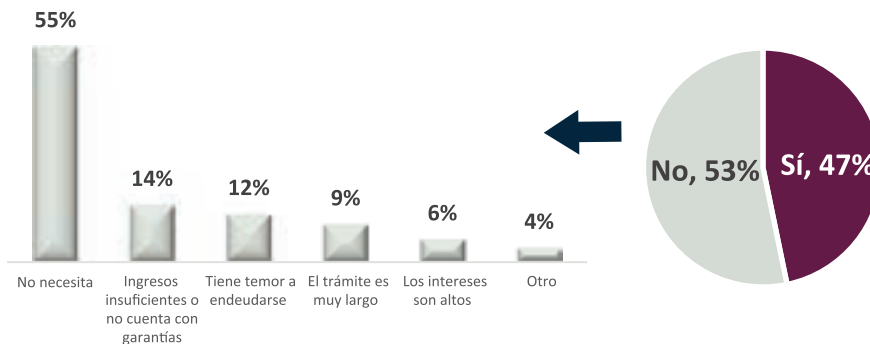
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

3.3.3. Créditos

El 47% de los consumidores financieros afirmaron que tienen crédito con alguna EIF. Del 53% de CF que no tienen crédito con una EIF, el principal motivo es: «No necesita» (55%). El restante 45% se explica por las siguientes

razones: ingresos o garantías insuficientes (14%), tiene temor a endeudarse (12%), el trámite es muy largo (9%), los intereses son altos 6% y otros 4%.

Gráfica 3.20 Proporción de consumidores financieros que tienen un crédito, y las principales razones por las que no tienen crédito



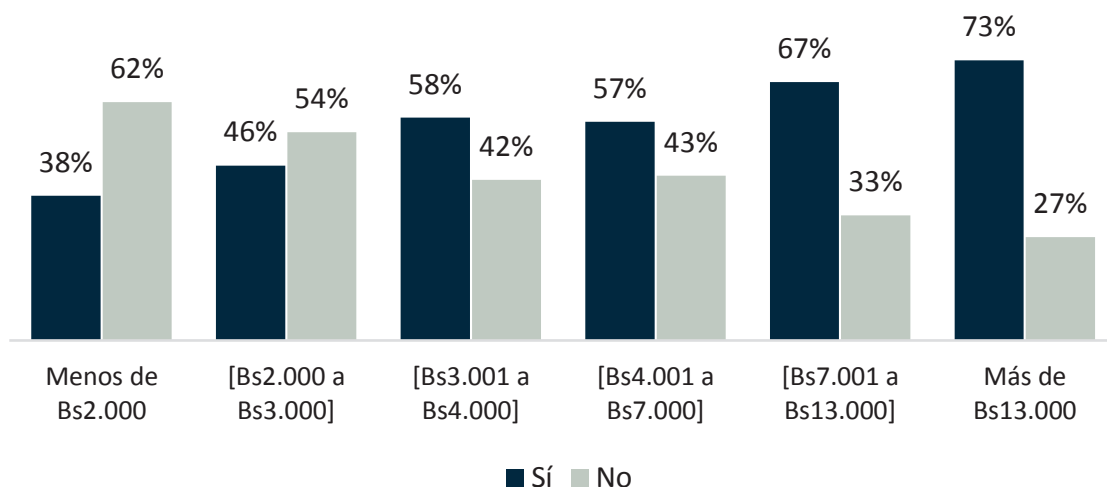
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

La proporción de consumidores financieros que tienen créditos mantiene una relación directa con el nivel de ingresos. El 38% de los consumidores financieros que tienen ingresos menores a Bs2.000 tiene créditos; esta proporción se incrementa hasta el 73% en los CF con ingresos mensuales superiores

a Bs13.000. Este comportamiento puede sugerir un racionamiento de crédito en los consumidores financieros con ingresos mensuales menores, especialmente los que tienen ingresos menores o iguales a Bs3.000; sin embargo, esto no ocurre, tal como se observa en la Gráfica 3.21.

Gráfica 3.21 Proporción de consumidores financieros que tienen crédito(s) por nivel de ingreso mensual



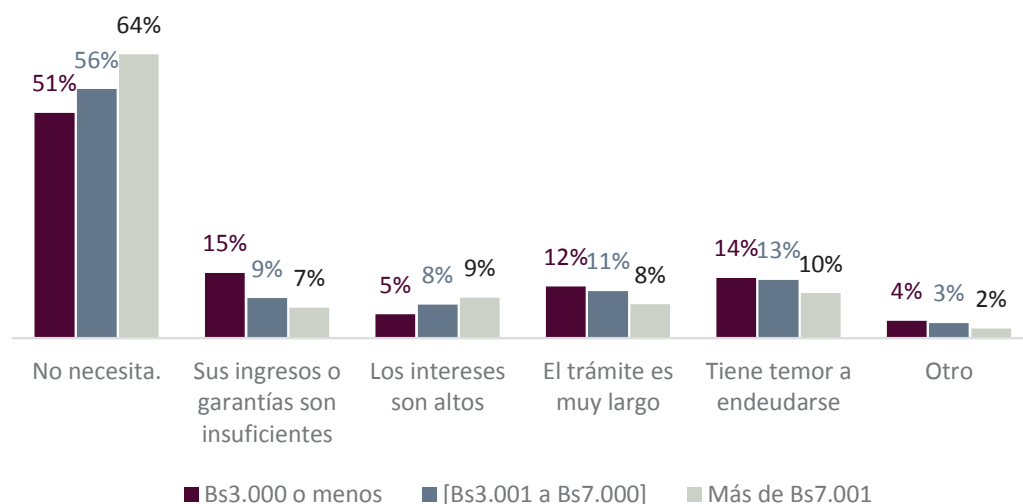
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

La principal razón por la que los consumidores financieros no tienen créditos en el sistema financiero, es porque no tienen la necesidad en el momento. Este hecho es independiente al nivel de sus ingresos. Un aspecto menos llamativo, pero no menos importante, es el comportamiento de la razón «El trámite es

muy largo», la misma guarda una relación negativa con los ingresos; los CF con ingresos menores, que por esta situación también demandan créditos de bajos montos, cuestionan en mayor medida el tiempo del trámite del crédito en comparación con los CF de mayores ingresos.

Gráfica 3.22 Proporción de consumidores financieros que no tienen créditos por nivel de ingreso mensual y sus principales razones



FUENTE: ASFI

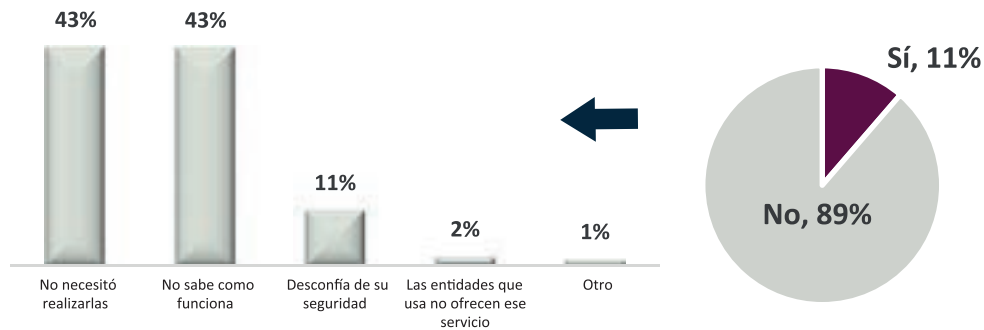
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

3.3.4. Transacciones electrónicas

El 89% de los consumidores financieros no realizó transacciones electrónicas en el último año; de este grupo, el 43% desconoce el funcionamiento de los mismos y el 11%

desconfía de su seguridad. Otro porcentaje importante (43%) de los CF que no efectuaron transacciones electrónicas no necesitó realizarlas.

Gráfica 3.23 Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones electrónicas, y principales razones por las que no realizaron



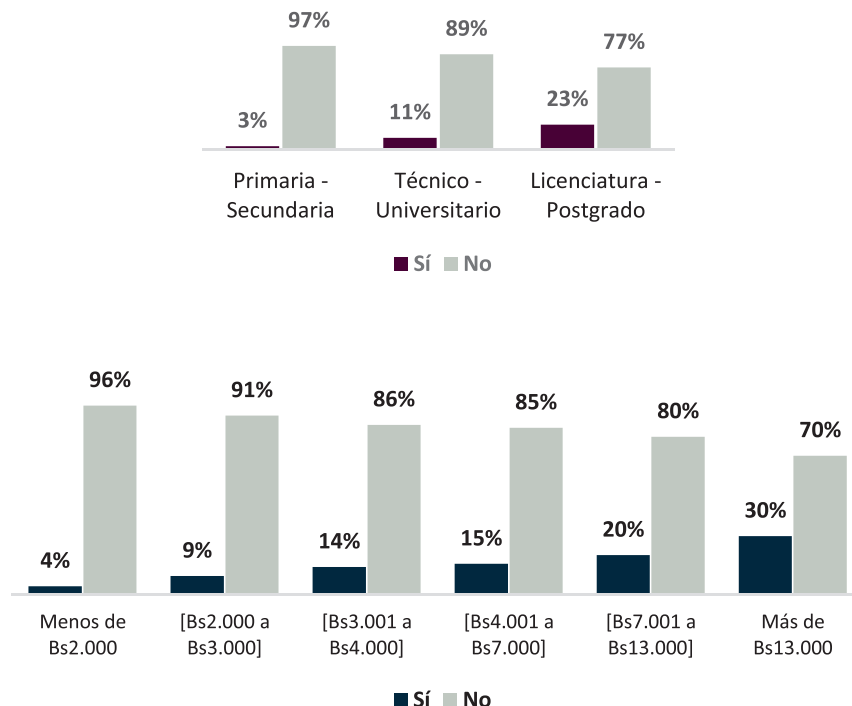
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

El uso de las transacciones electrónicas mediante internet se encuentra correlacionada positivamente con el nivel de educación y de ingreso. El uso de estos servicios en los CF que alcanzaron un nivel máximo de educación secundaria es apenas del 3%; incrementándose

al 23% en aquellos que alcanzaron un nivel de licenciatura o postgrado. Este comportamiento pone en manifiesto la necesidad de dar a conocer el funcionamiento de estos servicios, así como los beneficios que ofrecen los mismos.

Gráfica 3.24 Proporción de consumidores financieros que realizaron transacciones financieras mediante internet por nivel educativo e ingreso



FUENTE: ASFI

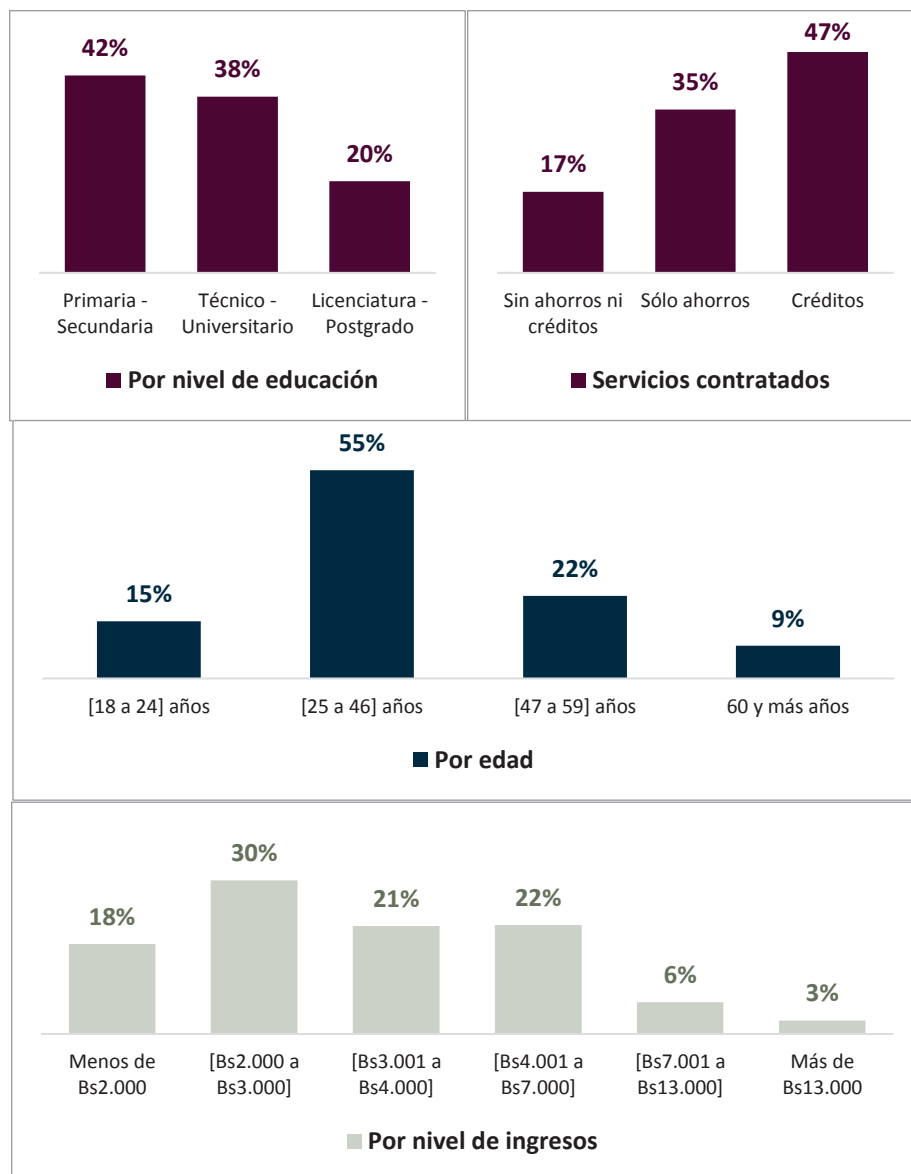
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Retomando la proporción de consumidores financieros que no realizaron transacciones electrónicas porque no saben cómo funcionan (43%) y desconfían de su seguridad (11%), que representan un 54% de los CF que no realizan transacciones electrónicas, se puede disgregar el mismo por diferentes características, como ser: nivel de educación, edad o ingresos.

La Gráfica 3.25 expone estos aspectos. Los CF con menor nivel de educación son los que

más desconocen este servicio o desconfían del mismo; disgregando por edad, se observa que el 55% de este grupo se encuentra en la población con una edad entre 25 a 46 años. Un aspecto que llama la atención es la proporción de «clientes financieros» que desconocen el funcionamiento de las transacciones electrónicas o desconfían de ella; 47% de estos CF tienen créditos en las EIF.

Gráfica 3.25 Proporción de consumidores financieros que no saben cómo funcionan o desconfían de las transacciones electrónicas



FUENTE: ASFI

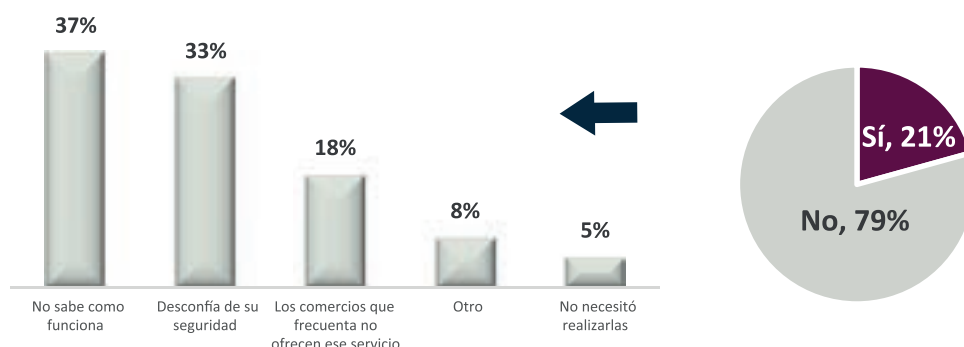
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

3.3.5. Pagos con tarjetas de débito o crédito

El 79% de los consumidores financieros no realizó pagos con tarjetas de débito o crédito. De este grupo, el 70% de los CF no sabe cómo funcionan o desconfía de su seguridad. Este comportamiento sugiere intensificar las

campañas realizadas por ASFI y las Entidades de Intermediación Financiera para promover el uso de las tarjetas de débito o crédito al realizar pagos en supermercados, comercios, farmacias u otros lugares.

Gráfica 3.26 Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con su tarjeta de débito o crédito



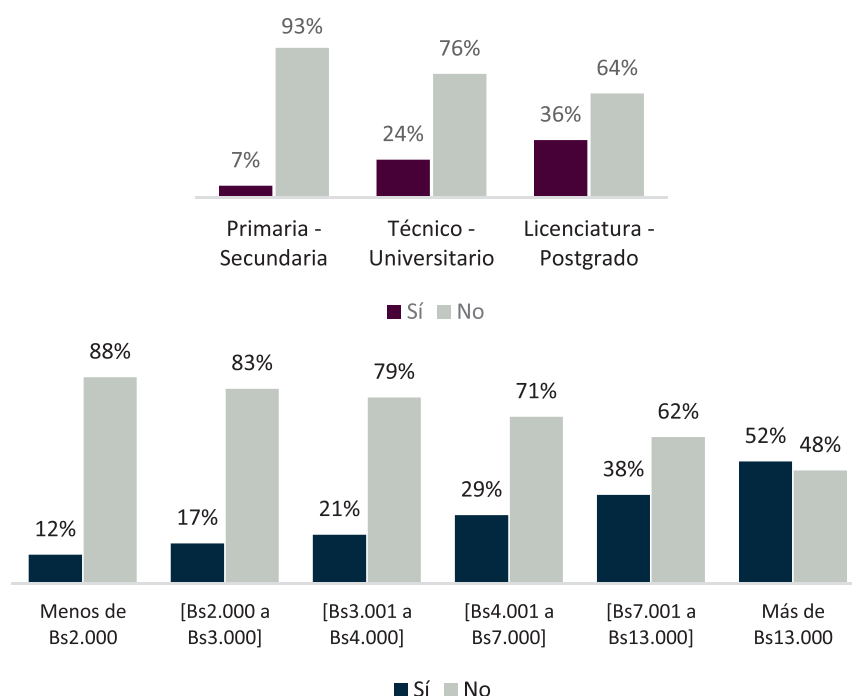
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

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

un 36% de uso de tarjetas para realizar compras o pagar servicios; en cambio, el 50% de los CF, con ingresos mensuales de Bs13.000 o más usan tarjetas para estos mismos fines.

Gráfica 3.27 Proporción de consumidores financieros que realizaron pagos con tarjeta de débito o crédito por nivel educativo e ingreso



FUENTE: ASFI

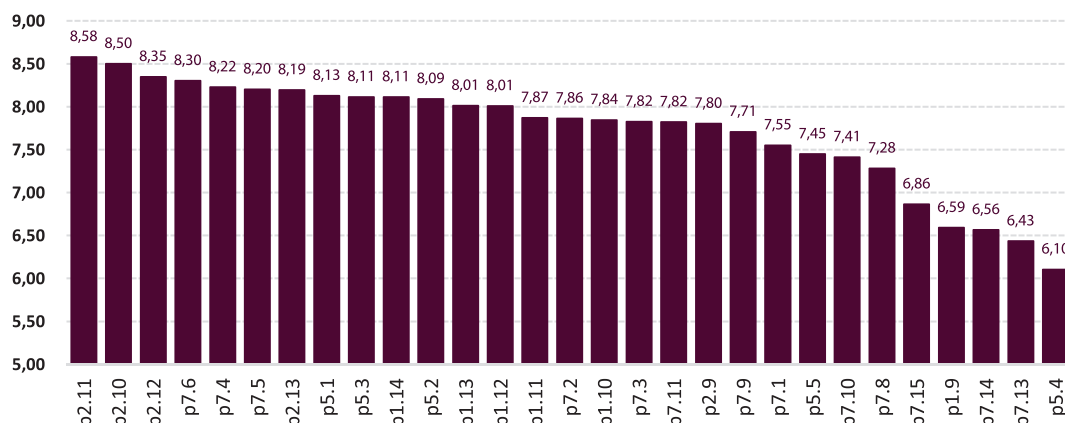
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

3.3.6. Necesidades a partir de la evaluación de las preguntas que requerían una calificación

De todas las preguntas que requerían ser evaluadas en la 3ENSF (con una nota entre el 0 y 10), los consumidores financieros calificaron con la peor nota a la afirmación 5.4 «Existen

agencias de esta entidad cerca de su domicilio para realizar transacciones.», con una nota de 6,10 sobre un máximo de 10.

Gráfica 3.28 Calificación a las preguntas con escala de 0 a 10 de la 3ENSF



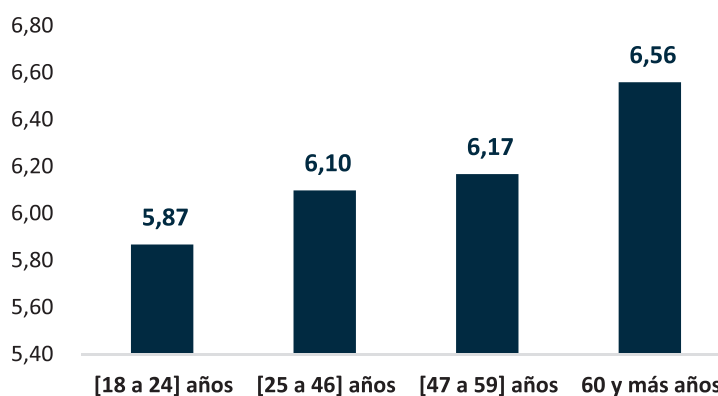
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Por tipo de entidad, esta afirmación también fue la que recibió la peor calificación en los Bancos Múltiples (6,16), Bancos PYME (5,31), Entidades Financieras de Vivienda (5,87) e Instituciones Financieras de Vivienda (5,77); en las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas se situó en el penúltimo lugar (6,18).

Evaluando la satisfacción de la proximidad de las agencias a los domicilios de los consumidores financieros, se determinó que la misma guarda una relación directa con la edad. Los más jóvenes (de 18 a 24 años) calificaron con 5,87; en contraste, los más mayores (60 o más años) dieron la mayor calificación a esta afirmación.

Gráfica 3.29 Calificación a la pregunta 5.4, por edad



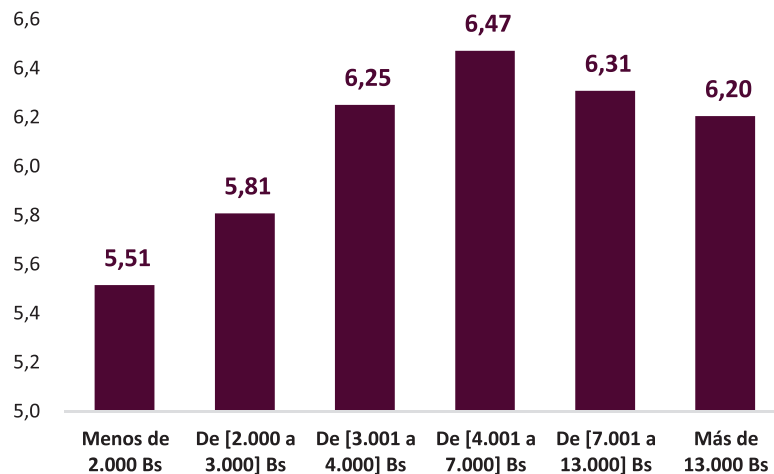
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Por nivel de ingresos mensuales, los que cuentan con recursos menores a Bs2.000, son los más insatisfechos (5,51); la mayor

calificación 6,47 fue otorgada por los consumidores financieros de ingresos medios.

Gráfica 3.30 Calificación a la pregunta 5.4, por nivel de ingresos



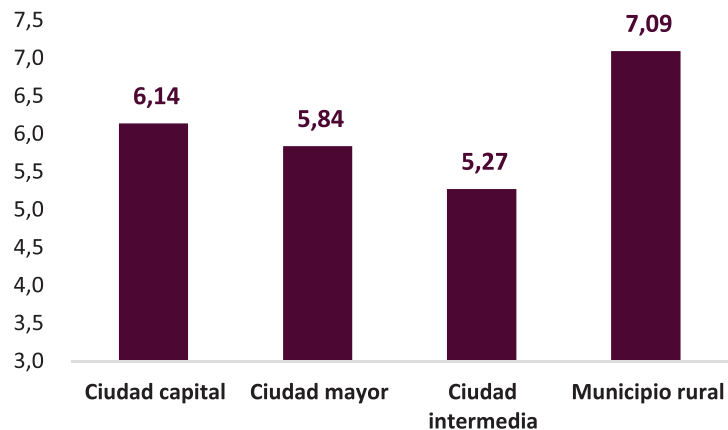
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Por nivel de urbanización, los consumidores financieros de los municipios rurales son los que se encuentran más satisfechos con la proximidad de las agencias de las EIF a sus

domicilios (7,09); por su parte, los CF de las ciudades intermedias y ciudades mayores otorgaron las menores calificaciones.

Gráfica 3.31 Calificación a la pregunta 5.4, por nivel de urbanización



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones



Equipo de trabajo conformado por estudiantes de la Universidad Amazónica de Pando y servidores públicos de ASFI, preparados para iniciar el trabajo de campo.

4. TABULACIÓN DEL CUESTIONARIO

A continuación, se presentan las preguntas y los resultados de la 3.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros. Predominantemente, los resultados se exponen en cuatro tipos de gráficos estandarizados:

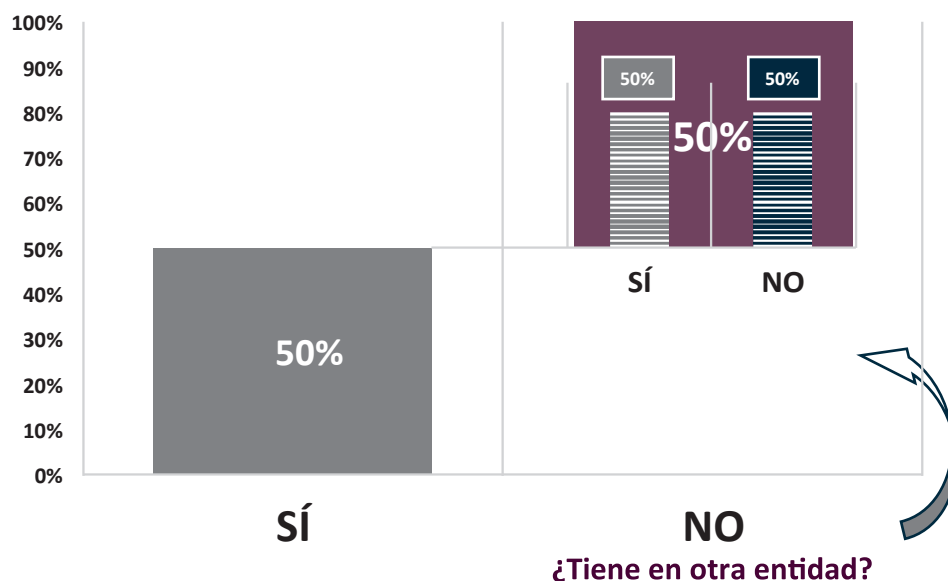
- a) Barras acumuladas en bicolor, las barras superiores de color azul representan el porcentaje de participación de cada calificación en el total. Los datos superiores expresan el porcentaje de participación acumulado.
- b) Gráficos de cascada, usados para representar la participación de cada opción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

dando la impresión de una acumulación. En el caso de las respuestas binarias (SÍ/NO), cuando el entrevistado no posee el servicio en la entidad donde se realiza la entrevista (respuesta No), se consultó si tenía el servicio en otra entidad. Los resultados de la segunda consulta son expuestos al interior de la gráfica de la opción «No».

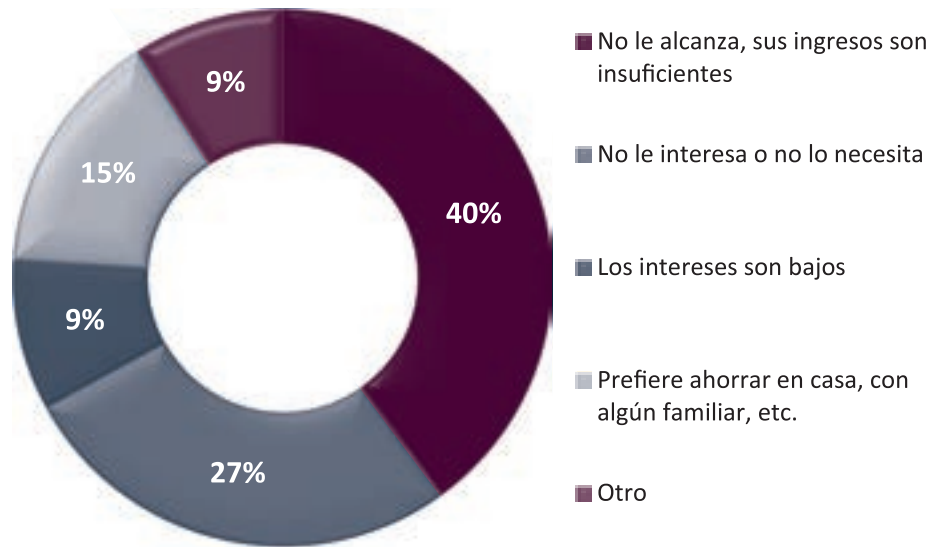
- c) Gráfico circular (Donuts), usadas para representar las participaciones de las opciones en cada consulta.

Sección 1: Ahorros

Pregunta 1.1 ¿Tiene ahorros en esta entidad?

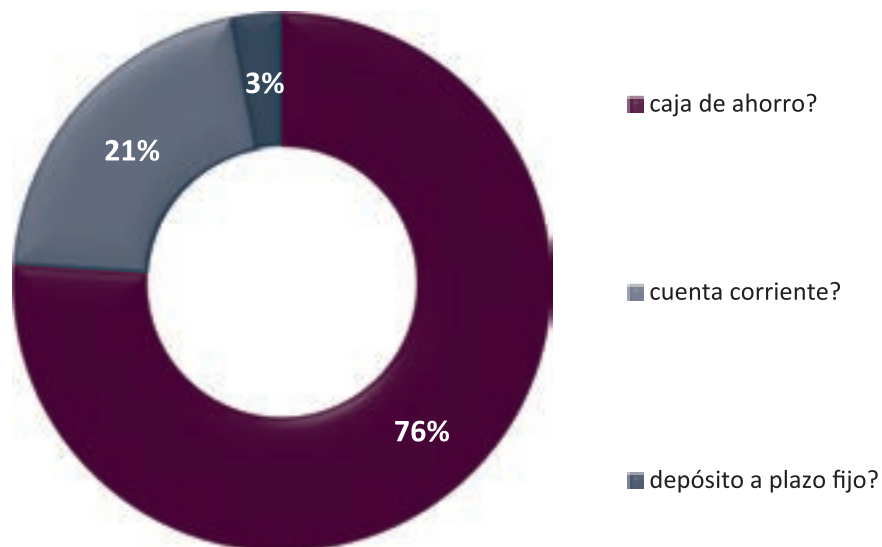


- El 50% de los consumidores financieros tiene ahorros en la entidad donde se realizó la consulta. Del resto de los consumidores financieros, el 50% tiene ahorros en una entidad financiera diferente a donde se realizó la encuesta. Esto permite concluir que el 75% de los consumidores financieros tiene ahorros en el sistema financiero.

Pregunta 1. 4 ¿Por qué no ahorra en esta u otra entidad?

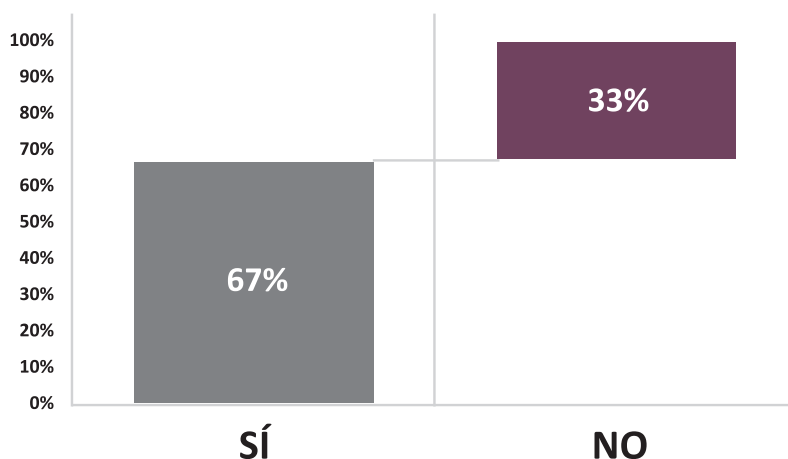
- De las personas que indicaron no tener ahorros en el sistema financiero, el 40% señaló no tener ingresos suficientes para ahorrar, el 27% expresó que no le interesa o no lo necesita y el 9% que los intereses son bajos. Es decir, que del total de CF que no ahorra, el 60% afirma que no lo hace por motivos diferentes a la falta de ingresos.

- Destaca que el 15% de los consumidores financieros indicó que prefiere ahorrar en casa o con algún familiar.

Pregunta 1. 5 ¿Tiene usted ...

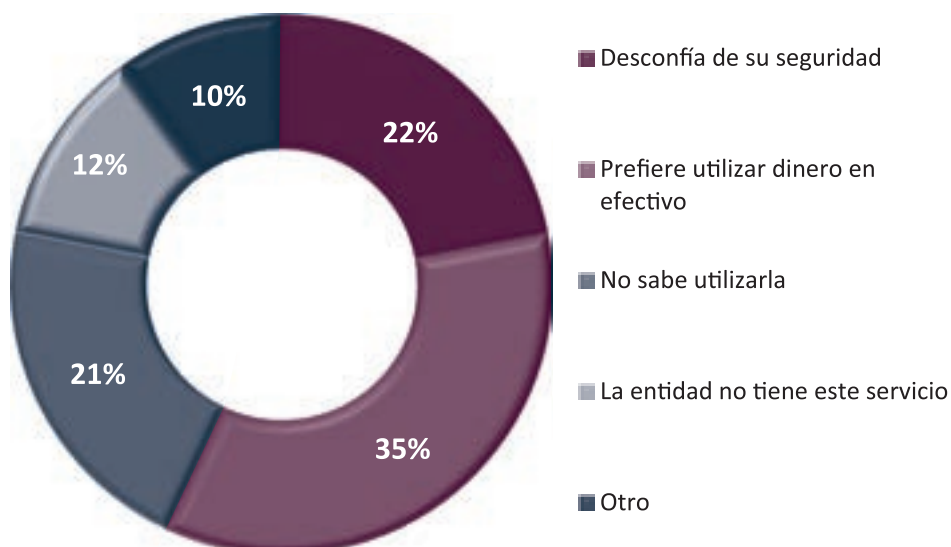
- De los consumidores financieros que tienen ahorros (que representa el 75%), la mayoría (76%) indicó que tiene caja de ahorros, seguido de un 21% que tiene cuentas corrientes y un 3% depósitos a plazo a fijo.

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

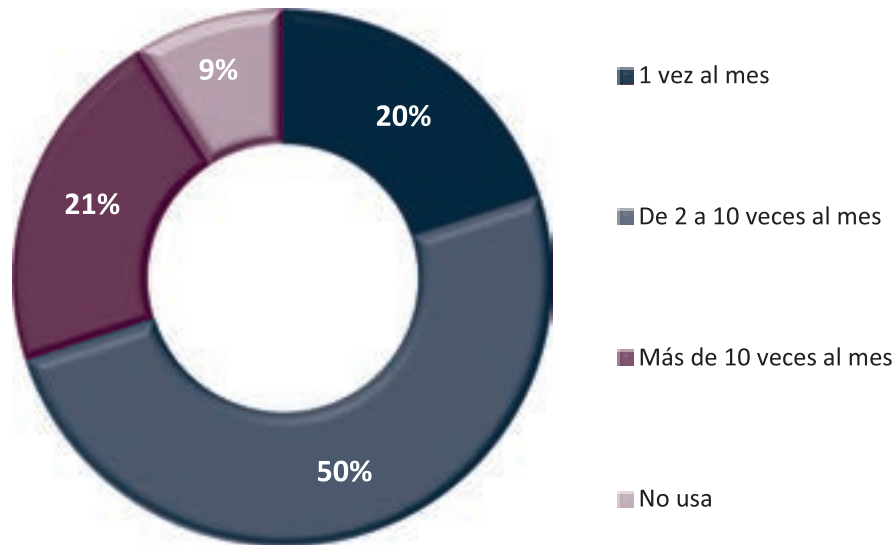


- Del grupo de consumidores financieros que tienen ahorros en el sistema financiero, el 67% indicó que tiene tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro o cuenta corriente.

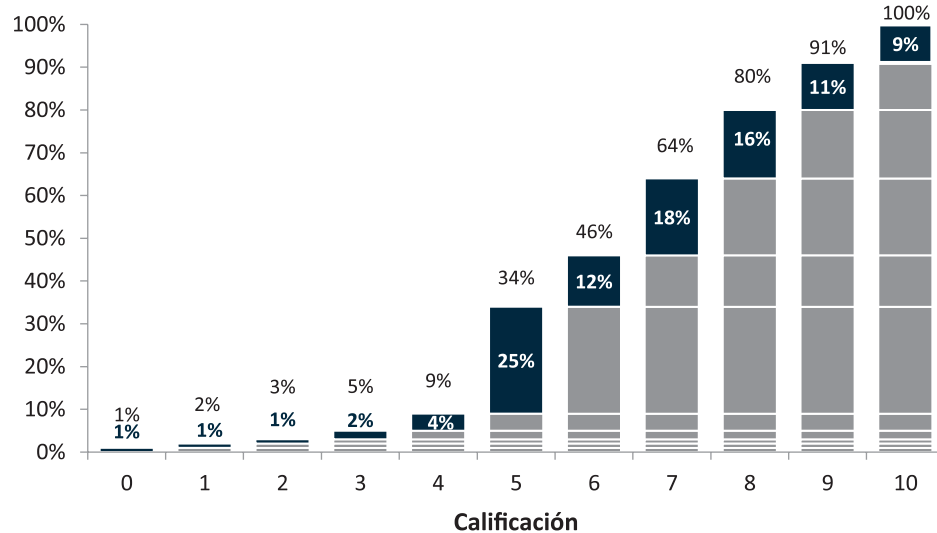
Pregunta 1.7 ¿Por qué no cuenta con una tarjeta de débito?



- De los consumidores financieros que no tienen tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro, el 35% indicó que prefiere utilizar dinero en efectivo, el 22% manifestó desconfiar de la seguridad y el 21% no sabe utilizarla.

Pregunta 1.8 ¿Cuántas veces por mes utiliza su tarjeta de débito?

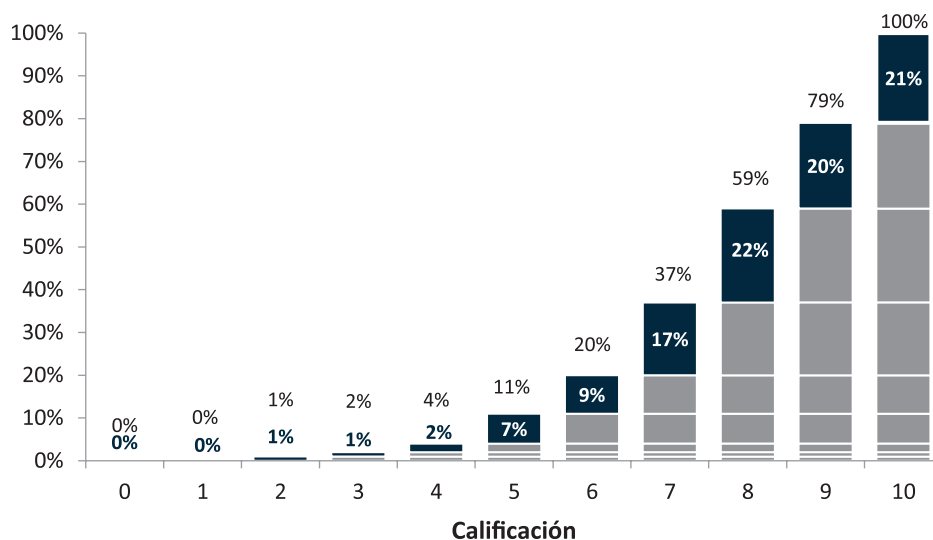
- El 50% de los consumidores financieros que tienen tarjeta de débito expresó que la utilizan de 2 a 10 veces al mes. El 9% no usa su tarjeta de débito.

Pregunta 1.9 En las oficinas de esta entidad, siempre encuentra a pocas personas esperando ser atendidas.

- Considerando que una nota igual a 10 indica que el CF está completamente de acuerdo con la afirmación y totalmente en desacuerdo cuando califica con 0, una nota de 5 sobre 10 es equivalente a una calificación neutral por parte del consumidor financiero. Así, el 25% de los CF mostró neutralidad sobre esta afirmación.

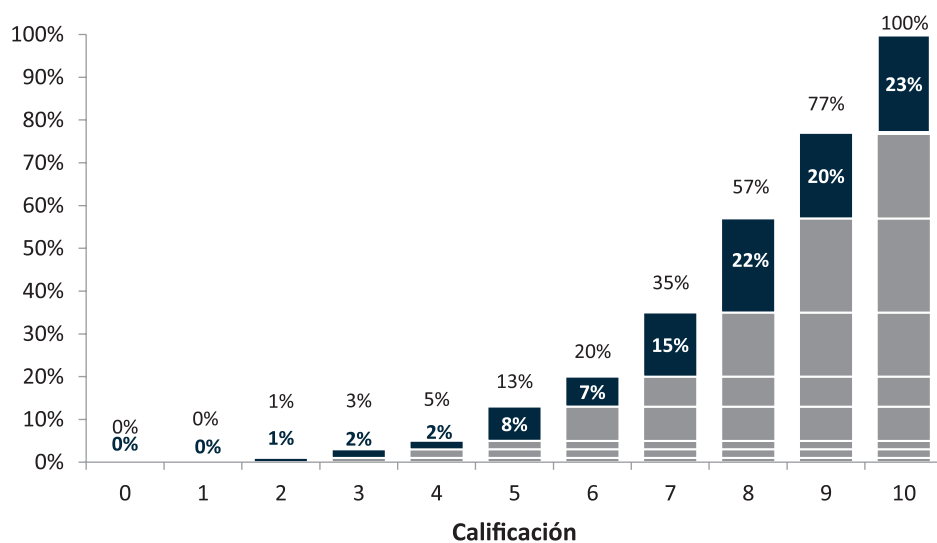
- Por otro lado, el 9% de los consumidores financieros calificaron la afirmación 1.9 con una nota menor a 5, mostrando algún grado de desacuerdo con ella. En contraste, el 66% de los CF estuvo de acuerdo en mayor o menor medida con la afirmación planteada.

Pregunta 1. 10 Se siente a gusto y cómodo en las oficinas de esta entidad financiera.



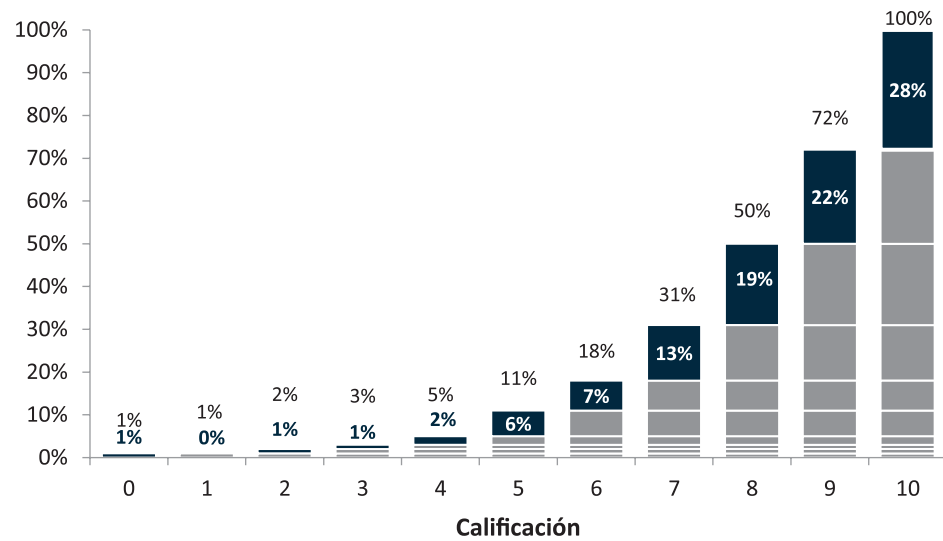
- El 4% de los consumidores financieros calificaron a la afirmación 1.10 con puntuaciones inferiores a 5, mostrando algún grado de desacuerdo con la aseveración planteada.
- La mayoría de los consumidores financieros calificaron a la afirmación 1.10 con notas por encima de 5 sobre 10. Asimismo, el 21% 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 1. 11 Los horarios de atención de esta entidad son apropiados para sus actividades.



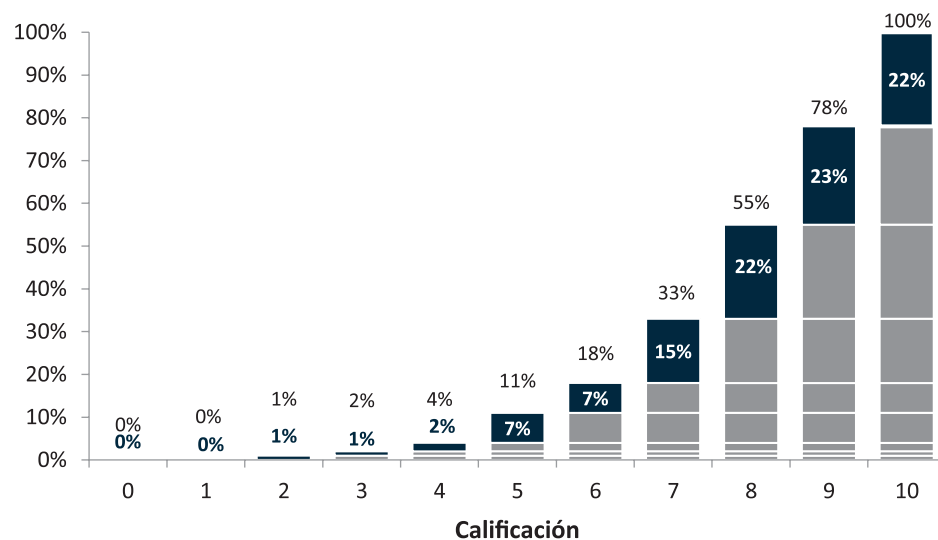
- La mayor parte (87%) de los CF aprobó en alguna medida los horarios de atención de las entidades financieras. El 23% está completamente de acuerdo con los horarios ya establecidos.
- En el otro sentido, solo el 5% de los consumidores financieros reprobó, en alguna medida, los horarios de atención.

Pregunta 1.12 Es mejor realizar transacciones de elevados montos de dinero en una entidad financiera.



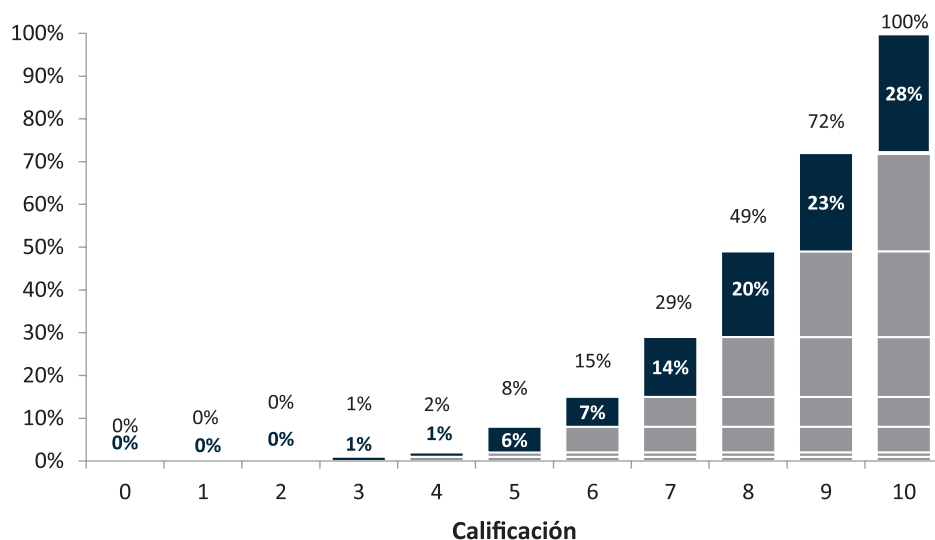
- Solo el 5% de los consumidores financieros expresó duda sobre la conveniencia de realizar transacciones de elevados montos de dinero en una entidad financiera (puntuaciones inferiores a 5 sobre 10).
- La mayoría de los consumidores financieros (89%) está de acuerdo con la afirmación 1.12. Asimismo, el 28% de los consumidores financieros están completamente de acuerdo con realizar transacciones de montos mayores en entidades financieras.

Pregunta 1.13 Esta entidad ofrece todos los servicios financieros que usted necesita.



- El 22% de los consumidores financieros expresó tener sus necesidades financieras satisfechas (completamente de acuerdo con la afirmación). Otra cantidad importante de CF (45%) calificaron con notas de 8 o 9 a esta afirmación, lo cual indica que los servicios ofrecidos por las entidades financieras cubrirían en gran parte sus necesidades en materia financiera.

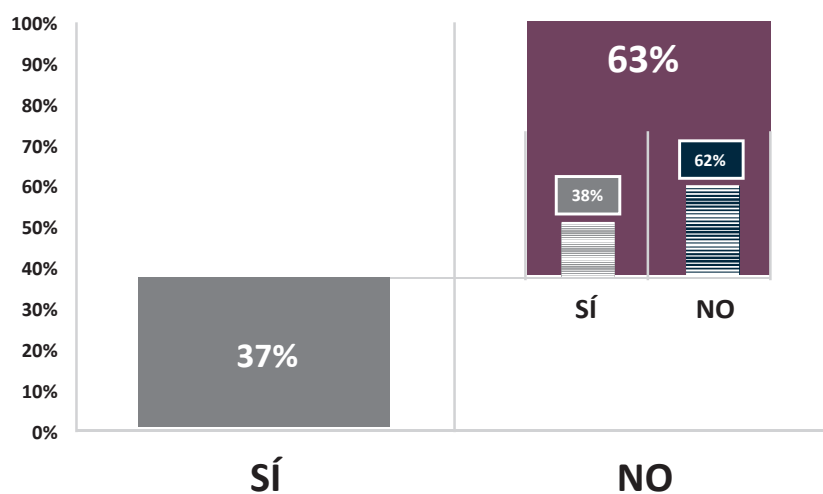
Pregunta 1.14 El trato que recibe de los funcionarios de esta entidad financiera, hace que usted se sienta importante.



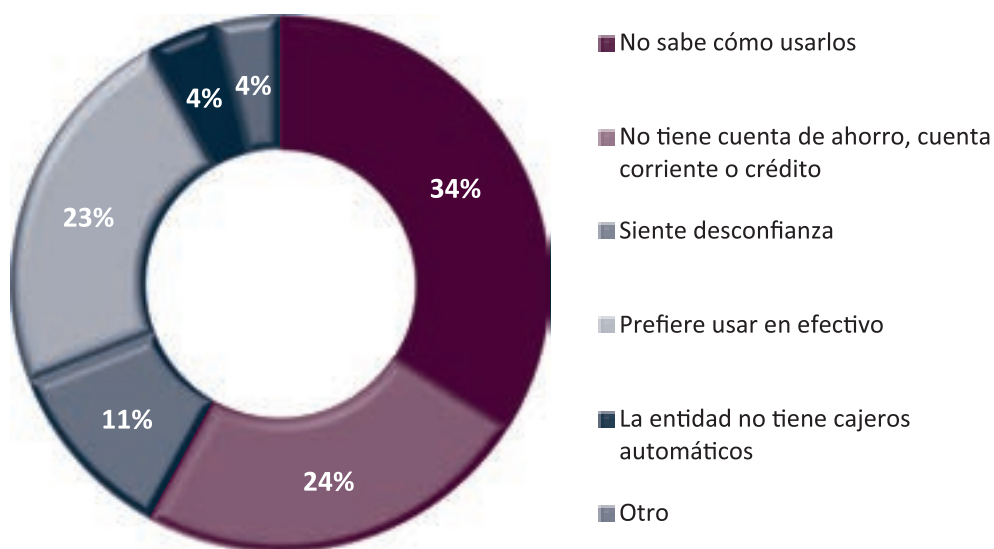
- El 28% de los consumidores financieros estuvo completamente de acuerdo con la afirmación 1.14, es decir que el trato otorgado por los funcionarios de la entidad hace que se sientan importantes. En el mismo sentido, el trato del personal de las entidades financieras hace que el 92% de los CF se sientan, en alguna medida, importantes.

Sección 2: Cajeros Automáticos

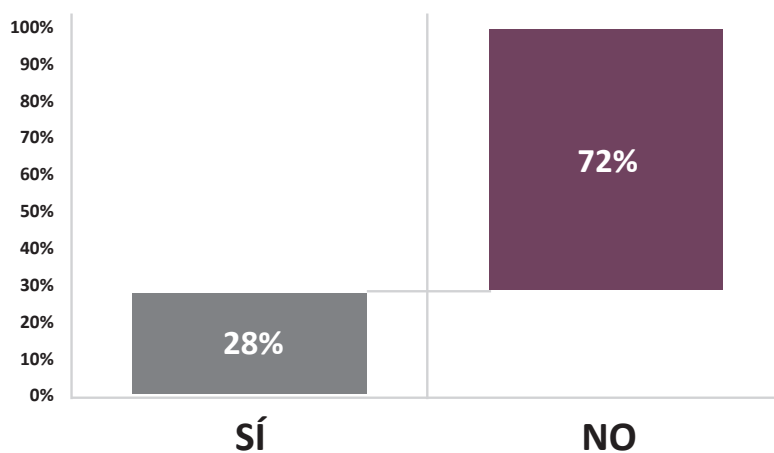
Pregunta 2.1 ¿Utiliza los servicios de cajeros automáticos de esta entidad?



- El 37% de los consumidores financieros utiliza los cajeros automáticos de la entidad donde se encontraban al momento de la entrevista; por su parte, de los que no usan el servicio de la entidad, afirmaron que sí usan de otras entidades (38%), lo que hace concluir que en total el 61% de los consumidores financieros usa cajeros automáticos.

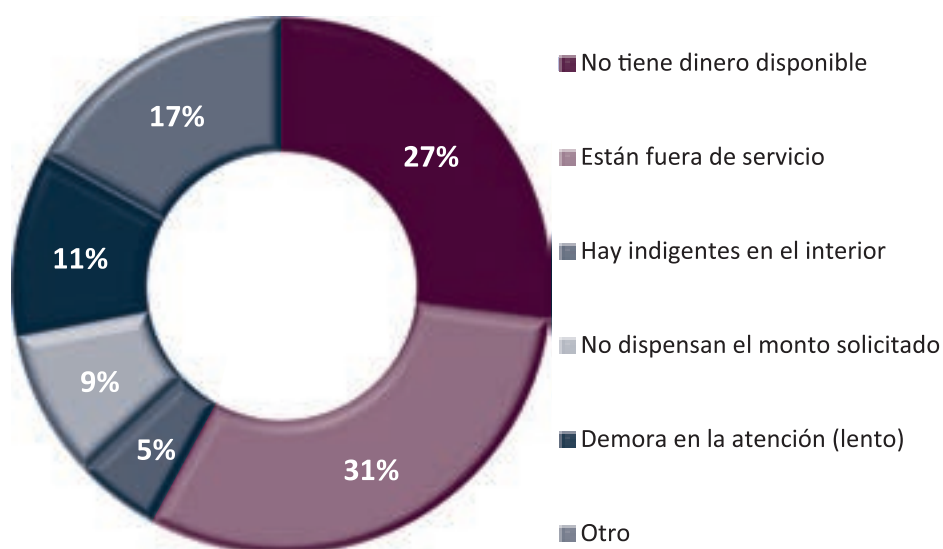
Pregunta 2.4 ¿Por qué no usa cajeros en esta u otra entidad?

- De las personas que no usan cajeros automáticos, el 34% no sabe cómo usarlos, el 23% prefiere usar dinero en efectivo y el 11% desconfía de su seguridad.

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

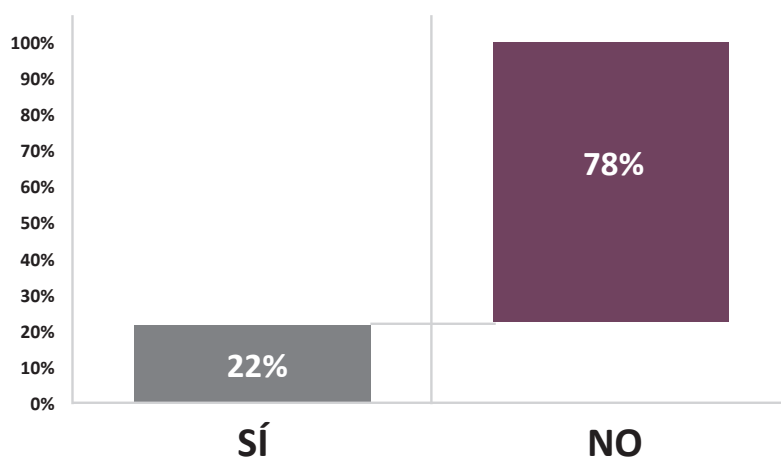
- Del conjunto de consumidores que usa cajeros automáticos, el 72% afirmó no haber tenido ningún problema al utilizarlos.

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



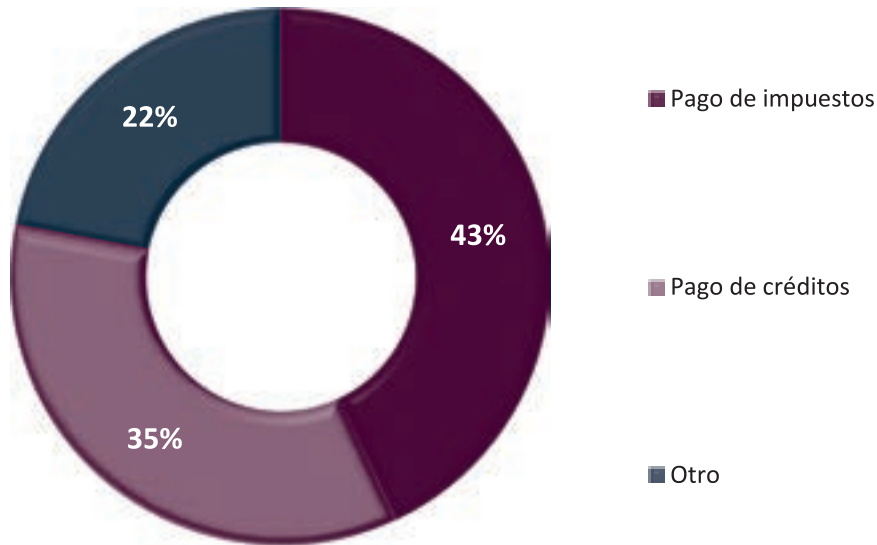
- Del 28% de los consumidores financieros que afirmó tener problemas al usar cajeros automáticos, se observa que la mayoría indica como principal problema la situación de «fuera de servicio» (31%) y le sigue la disponibilidad de dinero (27%). Así el 58% de estos CF estarían afectados por alguno de estos dos problemas.

Pregunta 2.7 ¿Realizó depósitos, transferencias o el pago de servicios básicos a través de un cajero automático?



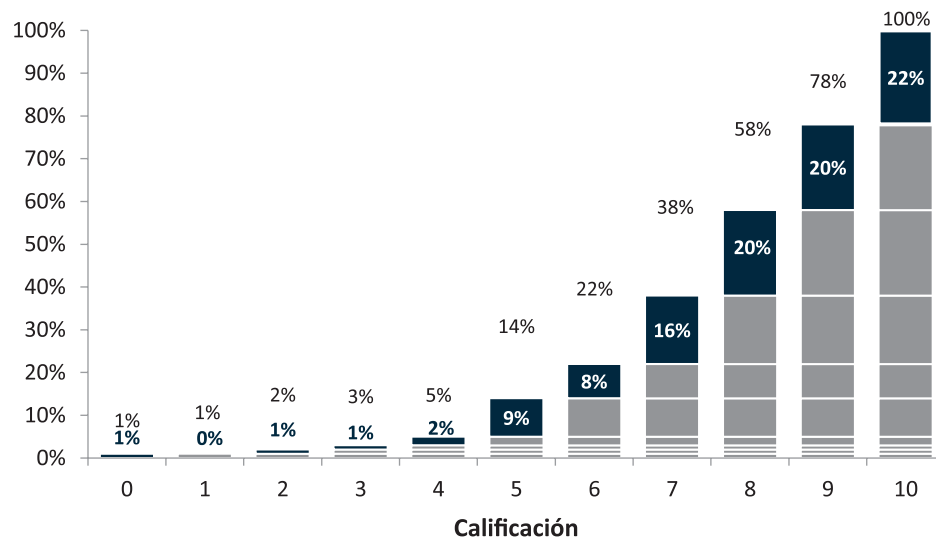
- De las personas que usan cajeros automáticos se observa que solo un 22% los utiliza para servicios diferentes al retiro de efectivo.

Pregunta 2.8 Sin considerar el retiro de dinero, ¿qué servicio más le interesaría que ofrezcan los cajeros automáticos de esta entidad?



- Además del retiro de efectivo, el servicio demandado con mayor frecuencia en los cajeros automáticos es el pago de impuestos, con una participación de 43%; asimismo, el 35% de los consumidores financieros piensa que el pago de créditos debería ser un servicio adicional de los cajeros automáticos.

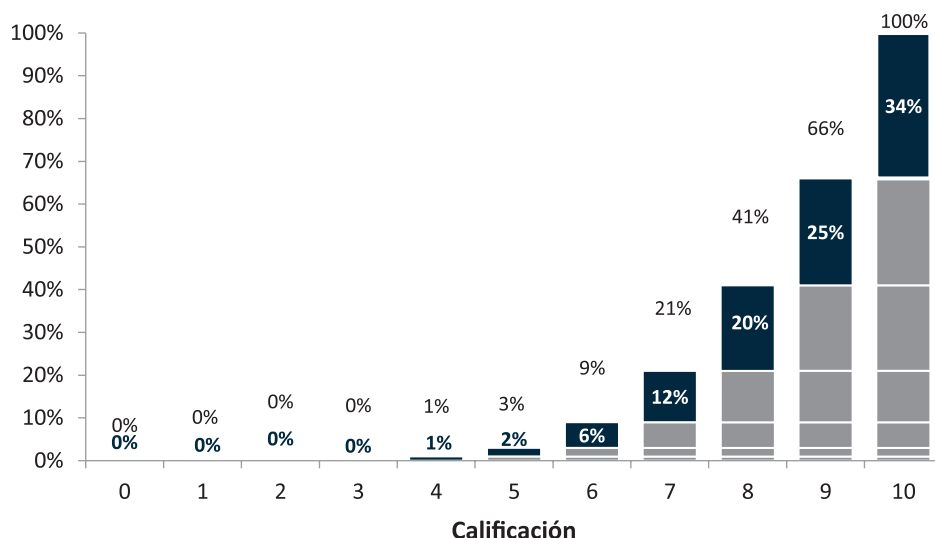
Pregunta 2.9 Esta entidad se mantendrá funcionando, sin cerrar o quebrar, en los próximos cinco años.



- El 22% de los consumidores financieros confía plenamente que la entidad donde fue encuestada continuará funcionando, sin cerrar o quebrar, en el mediano plazo (cinco años). Este porcentaje asciende a 86% si consideramos a todos los CF que en alguna medida están de acuerdo con esta afirmación.

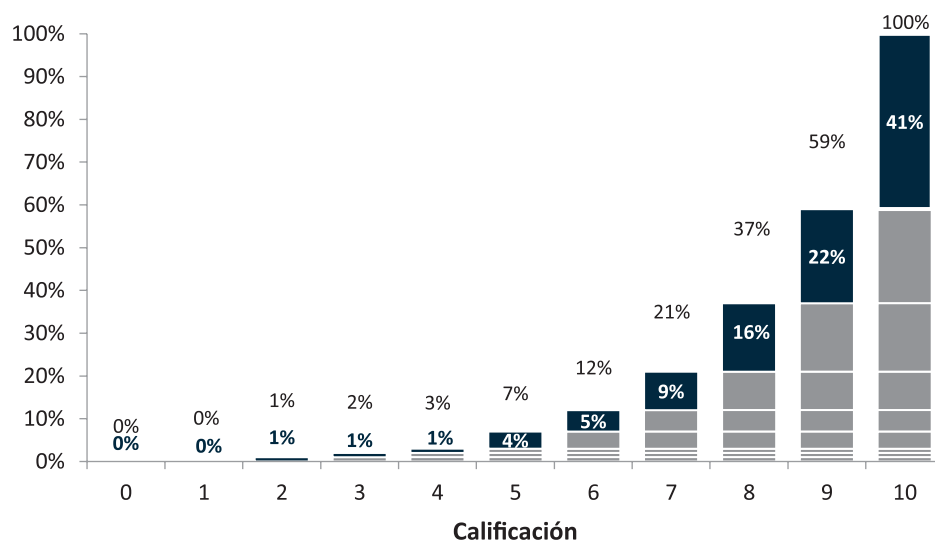
- El 5% de los CF desaprueba en algún grado esta afirmación.

Pregunta 2.10 La iluminación y limpieza de esta entidad son de su agrado.



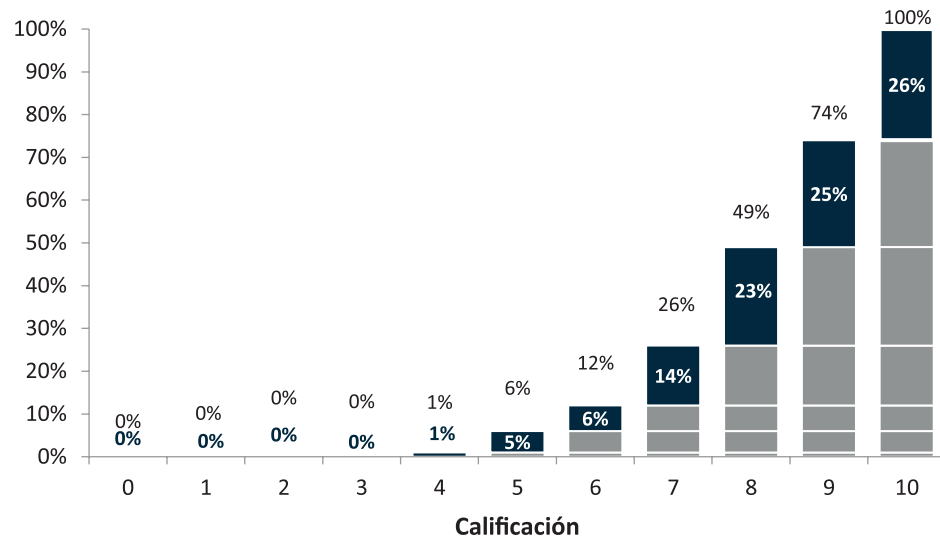
- El 97% de los consumidores financieros aprueba la iluminación y limpieza de las entidades financieras. El 34% de los CF está completamente de acuerdo con esta afirmación.

Pregunta 2.11 Es mejor ahorrar en una entidad financiera que mantener su dinero en casa.

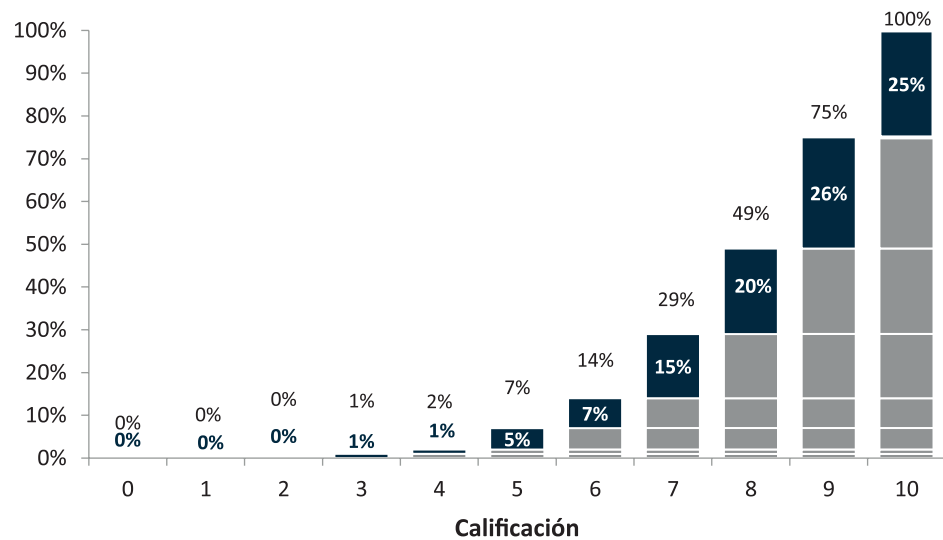


- El 41% de los consumidores financieros está completamente de acuerdo (calificación de 10) con que es mejor ahorrar en una entidad financiera que mantener su dinero en casa. Si además consideramos a los CF que califican con 8 y 9, esta proporción se incrementa a 79%.

- En contraste, solo el 3% de los CF no está de acuerdo con la afirmación.

Pregunta 2.12 Califique la calidad de los servicios que ofrece esta entidad.

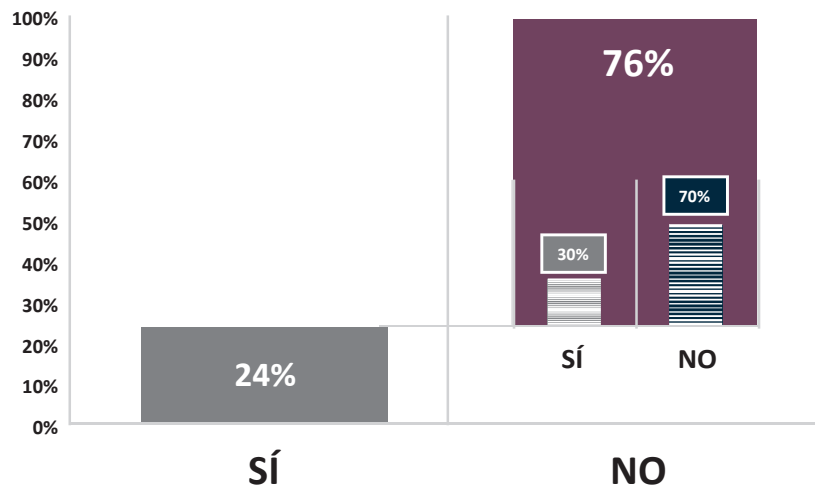
- El 94% de los consumidores financieros aprueba, en alguna medida, la calidad de los servicios de la entidad donde fue encuestado. El 26% de los CF otorgaron la mayor calificación posible. Sólo un 1% calificó con una nota inferior a 5.

Pregunta 2.13 El personal toma atención y tiene paciencia a las preguntas que usted realiza.

- Casi la totalidad de los CF (93%) considera que, en alguna medida, el personal de las entidades financieras le toma atención y tiene paciencia a las preguntas que ellos realizan. En contraste, sólo el 2% no está de acuerdo con esa afirmación.

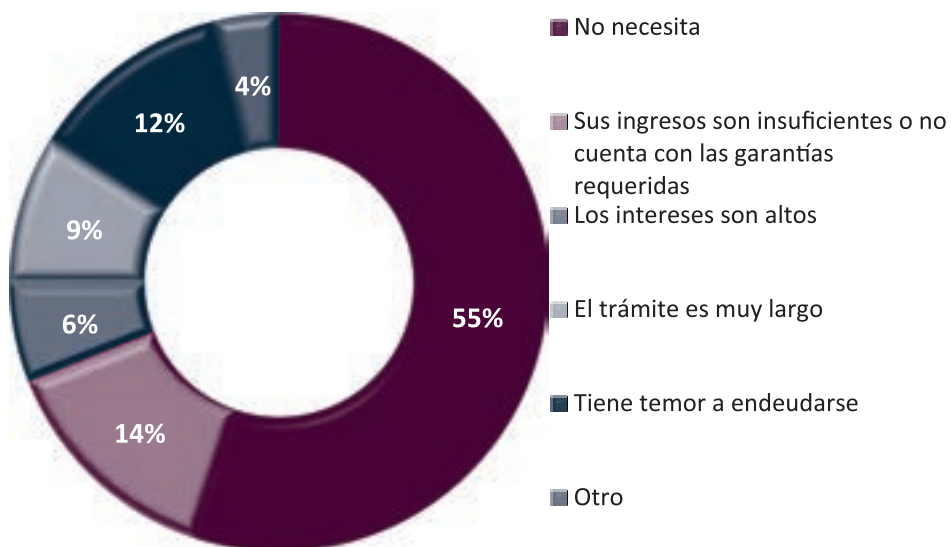
Sección 3: Créditos

Pregunta 3.1 ¿Tiene algún crédito en esta entidad?



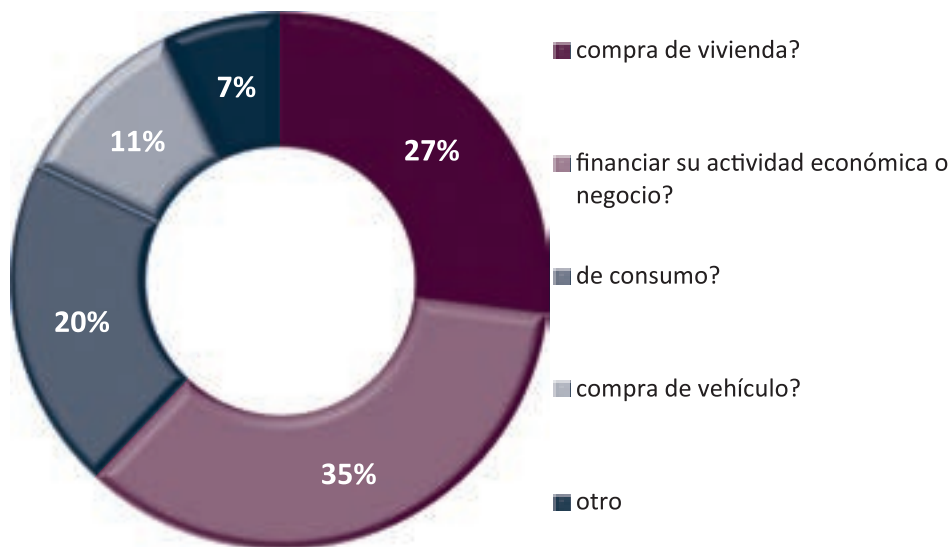
- El 24% de los consumidores financieros afirma que tiene algún crédito en la entidad donde fue encuestada. Del 76% restante, el 30% indicó tener crédito(s) en otra EIF. Por tanto, el 47% de todos los consumidores financieros tiene crédito(s) en el sistema financiero.

Pregunta 3.4 ¿Por qué no tiene un crédito?



- De los consumidores financieros que no tienen crédito, la mayoría de ellos (55%) manifestaron no tener la necesidad por el momento y solo el 14% indicó que sus ingresos son insuficientes.

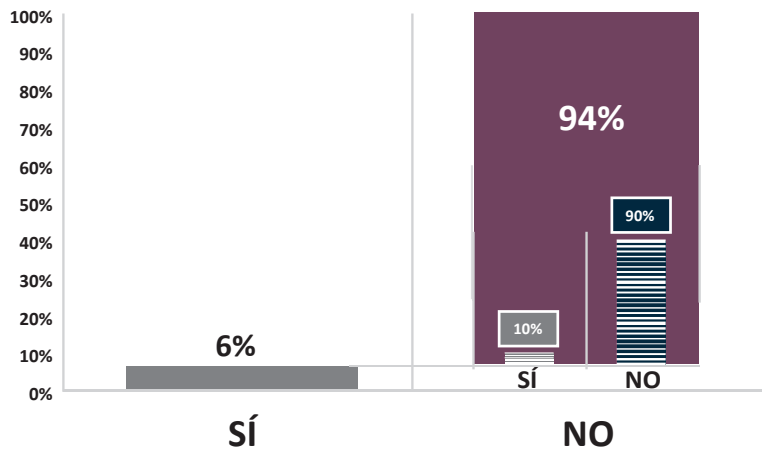
Pregunta 3.5 ¿Tiene usted crédito para...



➤ De los consumidores financieros que cuentan con crédito, la mayoría de ellos (35%) tiene financiamiento para su actividad económica o negocio, el 27% para compra de vivienda, el 20% adquirió crédito de consumo y el 11% para la compra de vehículo.

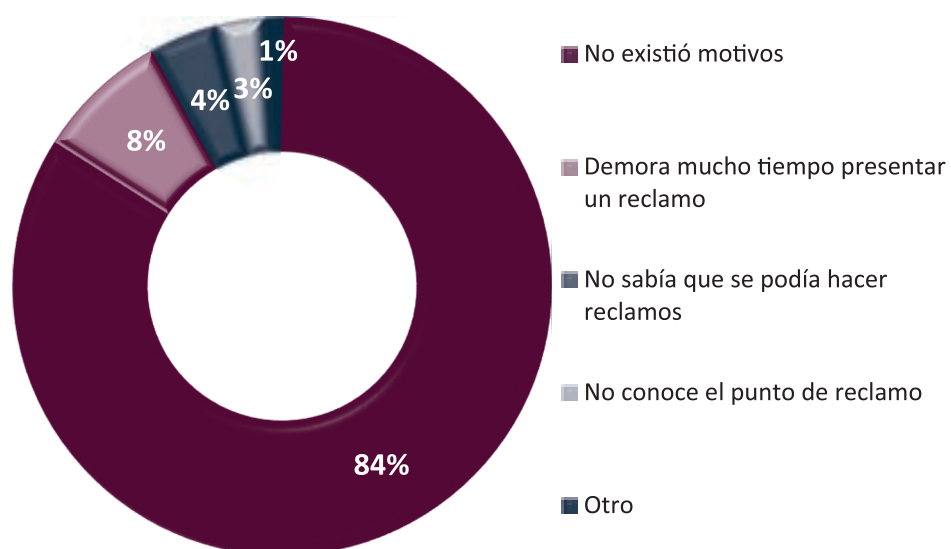
Sección 4: Atención de Reclamos y Centro de Llamadas

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



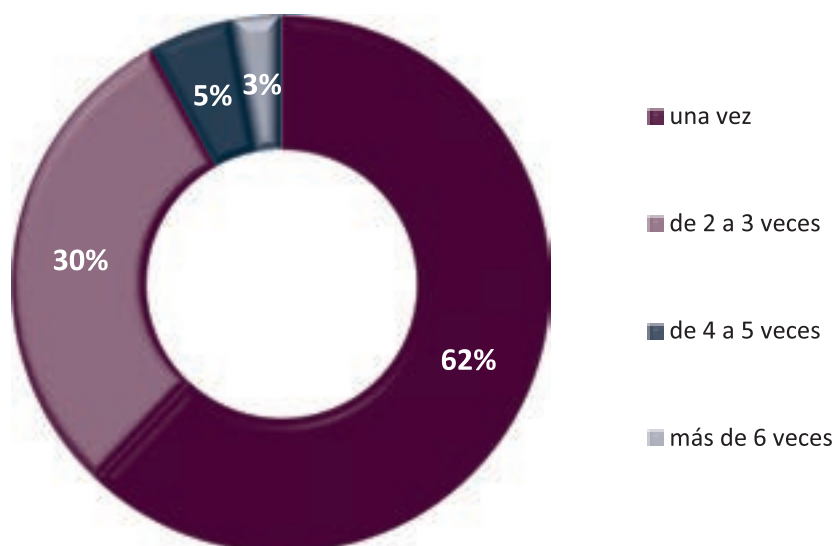
➤ Solo el 6% de los consumidores financieros presentaron algún reclamo en la entidad donde se encontraban. De los que respondieron negativamente a la pregunta, el 10% señaló haber presentado reclamos en otra entidad, por lo que el 15,4% de los consumidores financieros presentaron algún reclamo en el sistema financiero.

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



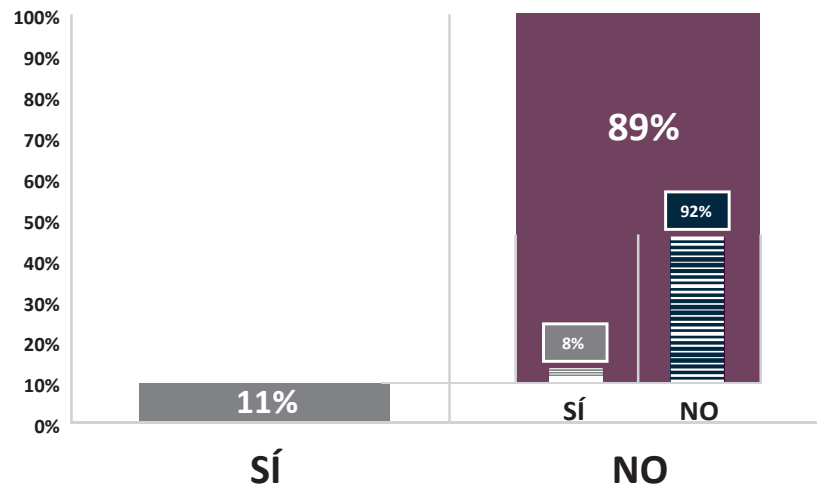
- Del 84,6% de los consumidores financieros que no presentaron algún reclamo en el sistema financiero, el 84% afirma que no existió motivos para hacerlo, el 8% piensa que demora mucho tiempo presentar un reclamo y 7% afirma que no sabía que se podía hacer reclamos o que no conoce el punto de reclamo.

Pregunta 4.5 ¿Cuántas veces presentó un reclamo?



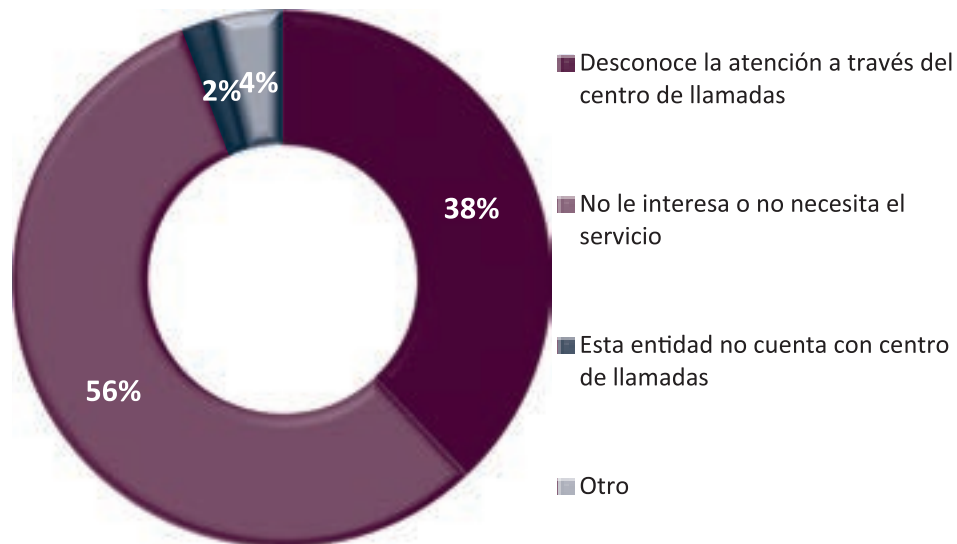
- Del 15,4% de consumidores financieros que presentaron algún reclamo en el último año, el 62% presentó solo una vez, el 30% presentó hasta 3 veces y el 5% hasta 5 veces.

Pregunta 4.6 ¿Ha utilizado en el último año el centro de llamadas de atención al cliente de esta entidad?



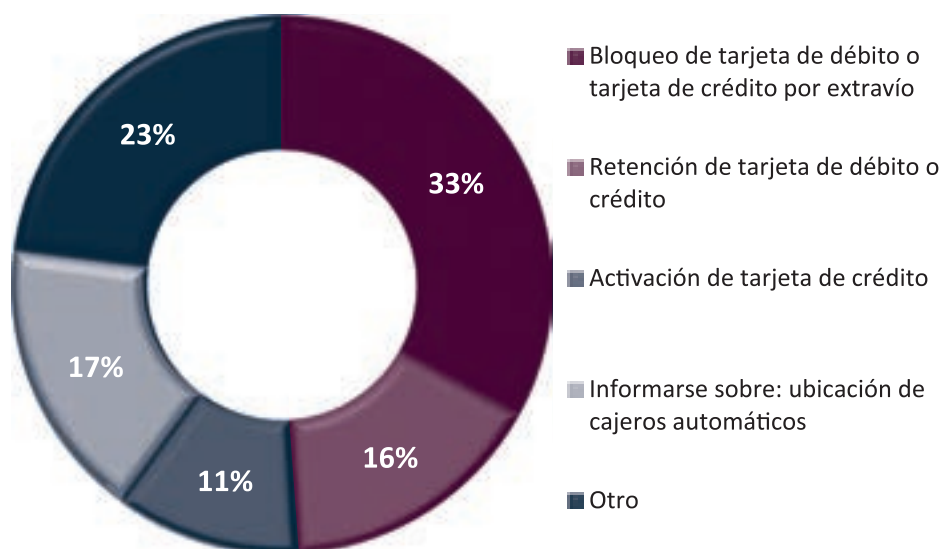
- Con relación al servicio del centro de llamadas que ofrecen las entidades financieras, el 11% de los consumidores financieros que se encontraban en el PAF el día de la entrevista, afirmaron haber usado este servicio de la entidad; el 8% de los que dijeron no usar los de la entidad donde se encontraban, afirmaron que sí lo usaron en otra entidad; es decir, que el 18,1% de los CF usaron el centro de llamadas alguna vez en el último año.

Pregunta 4.9 ¿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 81,9%), la mayoría (56%) indicó que «no le interesa o no necesita el servicio».

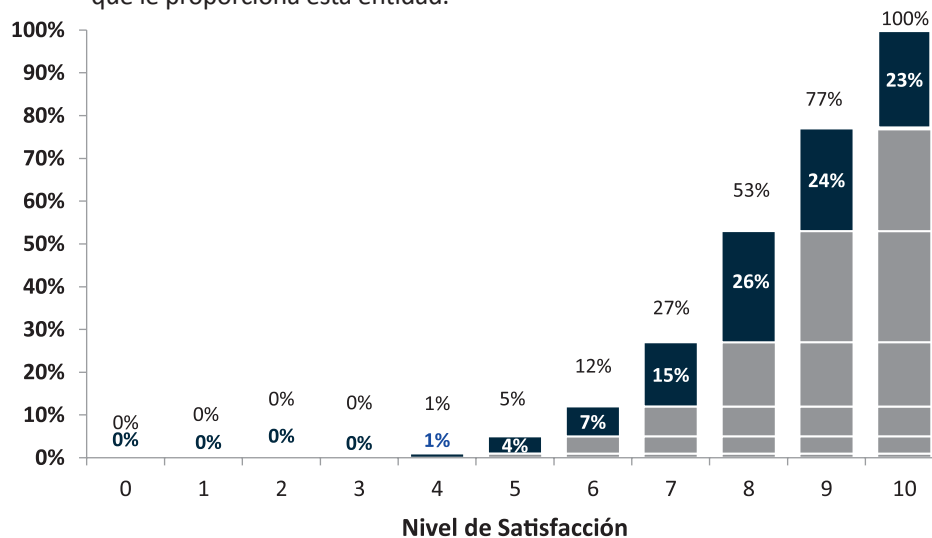
Pregunta 4.10 ¿Qué tipo de servicios requirió en el centro de llamadas?



- Del 18,1% de consumidores financieros que afirmó haber usado el centro de llamadas en el sistema financiero, en su mayoría lo hizo para bloqueo de tarjeta de débito o tarjeta de crédito por extravío (33%), para solicitar información acerca de la ubicación de los cajeros automáticos el 17% y por la retención de tarjeta de débito o crédito el 16%.

Sección 5: Niveles de Satisfacción

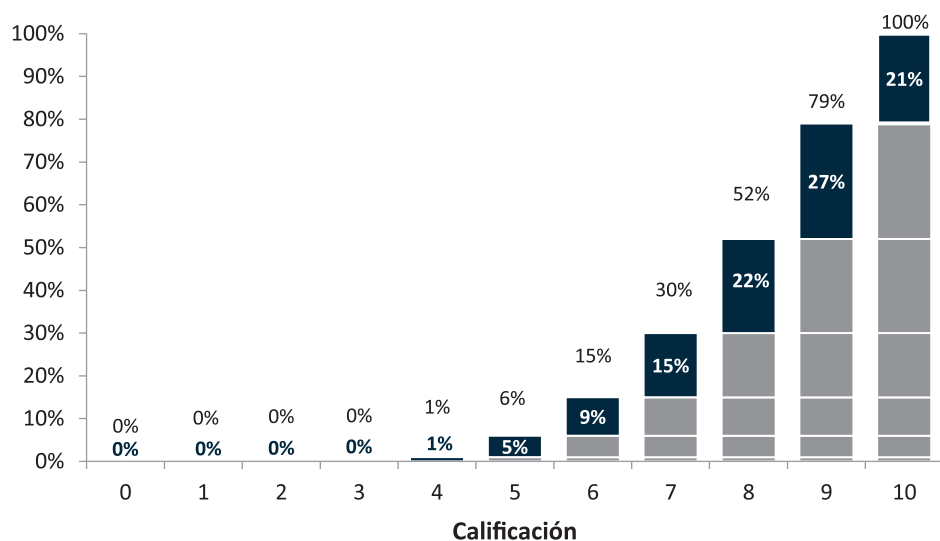
Pregunta 5.1 Cuán satisfecho(a) está usted con todos los servicios financieros que le proporciona esta entidad.



- En cuanto al nivel de satisfacción que tienen los consumidores financieros con relación a todos los servicios que ofrecen las entidades financieras, la información recolectada muestra un alto grado de aceptación, es así que, el 73% de los consumidores dieron calificaciones desde 8 hasta 10. Asimismo, el 23% está totalmente satisfecho con los servicios ofrecidos (otorgando una puntuación de 10 sobre 10). En la misma línea, se observa que nadie asignó calificaciones iguales o menores a 3 sobre 10 (0% en la escala de calificación).

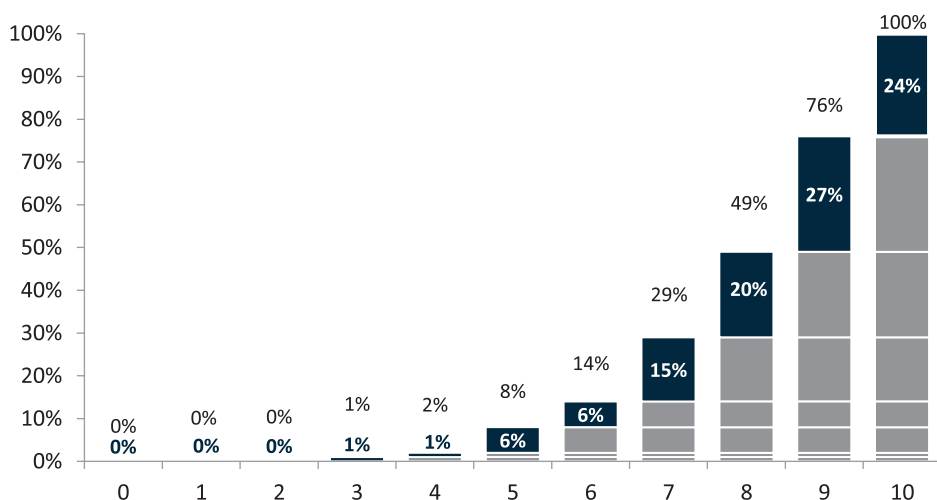
- Por otra parte, los porcentajes acumulados describen que, solo el 5% de los CF asignaron calificaciones menores o iguales a 5 sobre 10 a la afirmación 5.1.

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



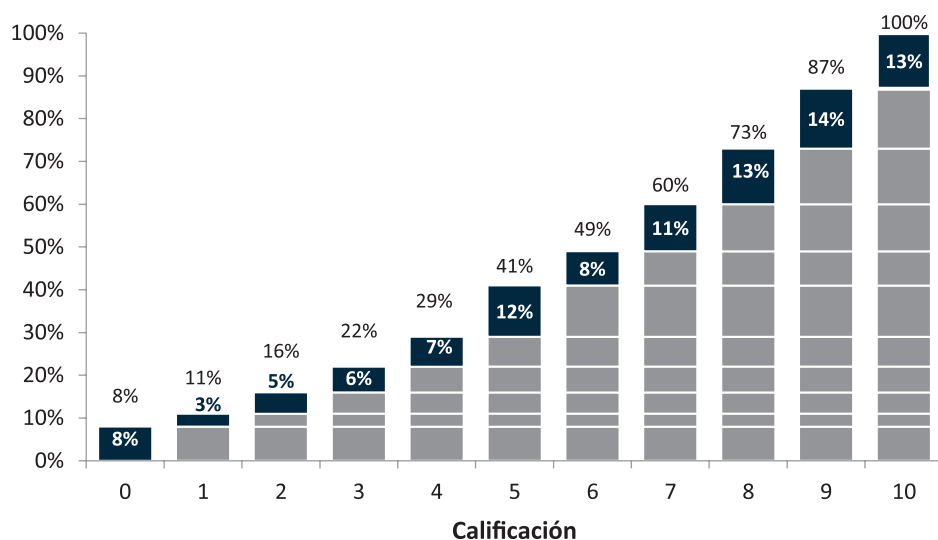
- El gráfico anterior, muestra que los servicios ofrecidos por las entidades financieras, en la mayoría de los casos se adecuan a las necesidades y preferencias de los consumidores financieros. Es así, que cuando se les consultó que califiquen la afirmación 5.2, solo el 1% asignó calificaciones iguales o inferiores a 4 sobre 10, por lo que la distribución es altamente concentrada en calificaciones mayores (27% para 9 sobre 10 y de 21% para 10 sobre 10).

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



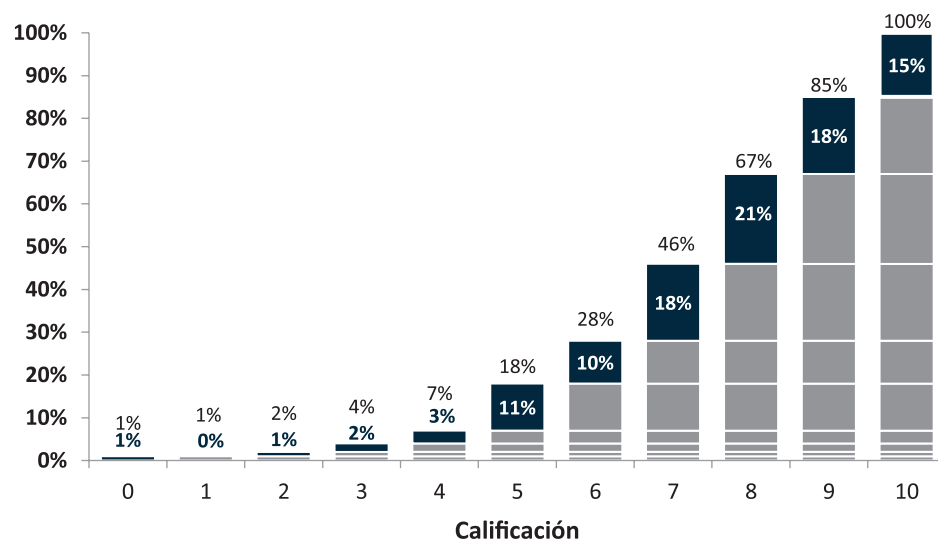
- En cuanto a la colaboración y el asesoramiento que brindan los funcionarios de las entidades financieras, los consumidores financieros perciben que las mismas son adecuadas, ya que el 24% está completamente de acuerdo con esa afirmación y solo el 8% de los CF consideran que este asesoramiento merece una calificación de 5 sobre 10 hacia abajo.

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



- En cuanto a la percepción de la existencia de agencias de entidades financieras cerca del domicilio del consumidor financiero, un 59% manifestó estar de acuerdo en algún grado (calificaciones mayores o iguales a 6), mientras que un 29% no estuvo de acuerdo con la afirmación.

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

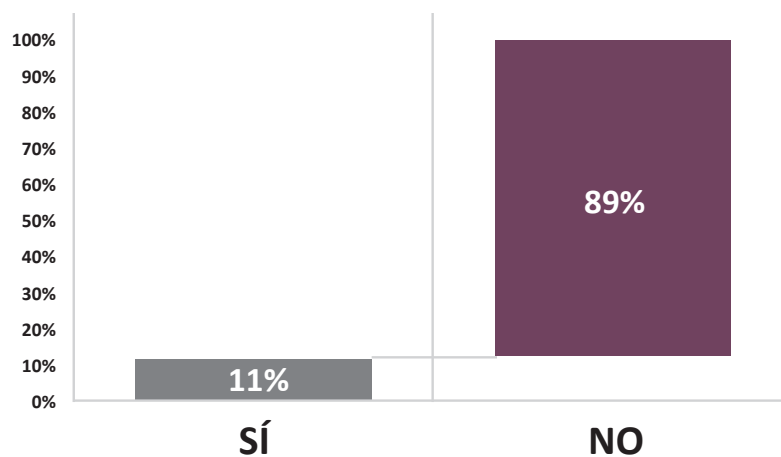


- Las calificaciones otorgadas por los CF apoyan la afirmación planteada. La calificación más frecuente es de 8 sobre 10 con 21%.

- En la misma línea, solo el 18% de los consumidores financieros calificó la afirmación con puntuaciones de 5 sobre 10 hacia abajo.

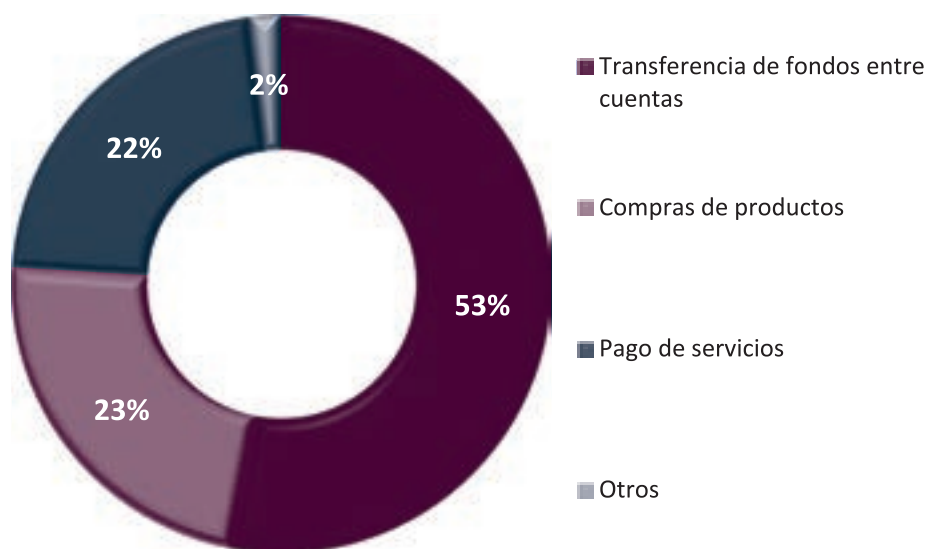
Sección 6: Transacciones Electrónicas

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

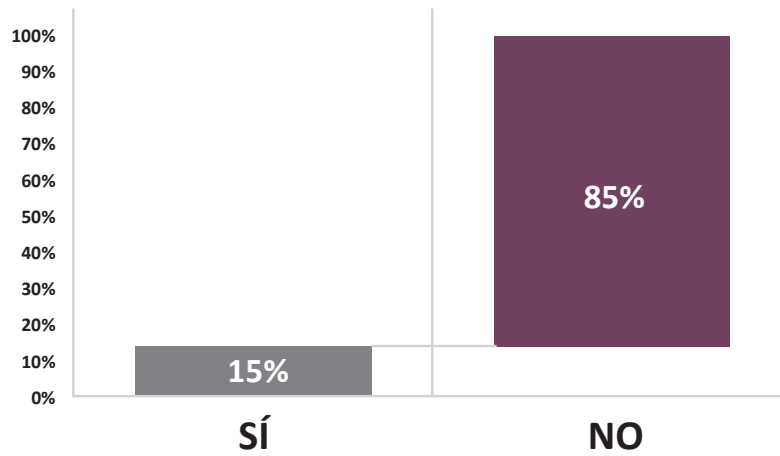


- El 11% de los consumidores financieros realizó transacciones financieras por internet en el último año.

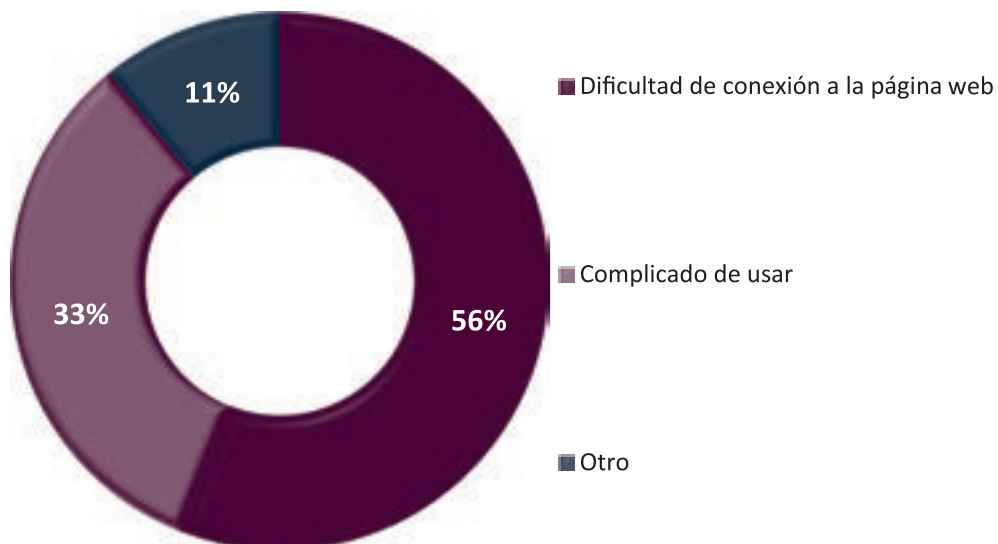
Pregunta 6.2 ¿Qué tipo de transacciones realizó?



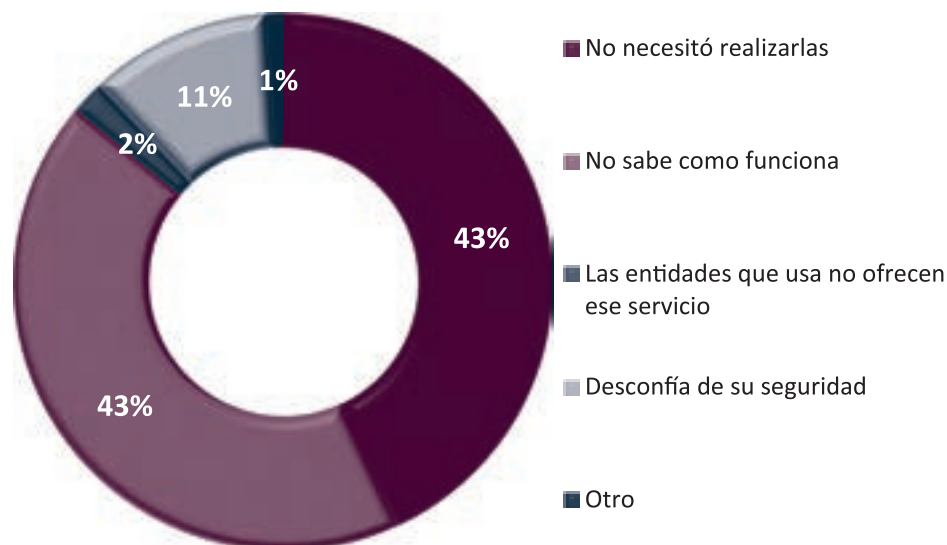
- Del 11% de los consumidores financieros que realizó transacciones por internet, se observa que el servicio más utilizado es la transferencia de fondos entre cuentas (53%), seguido de las compras de productos con 23% de participación y el 22% con pagos de servicios.

Pregunta 6.3 ¿Tuvo algún problema al realizar transacciones electrónicas?

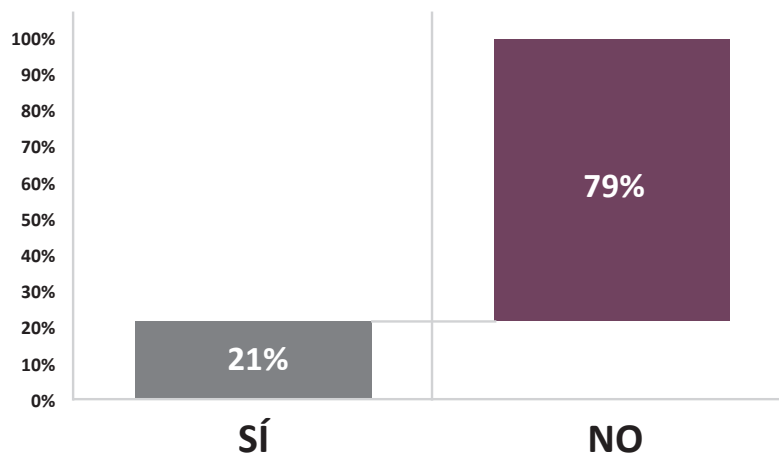
- De los consumidores financieros que realizaron transacciones por internet, el 15% tuvo algún problema al realizar las mismas.

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

- De aquellos consumidores financieros que tuvieron problemas para realizar transacciones por internet, el 56% identifica como principal problema la dificultad a la conexión de la página web de la EIF y el 33% considera que es complicado de usar.

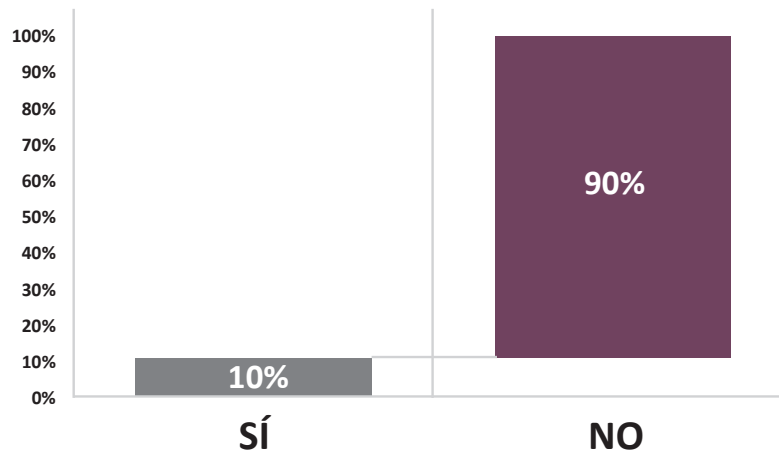
Pregunta 6.5 ¿Por qué no ha realizado transacciones por internet?

- En el grupo de consumidores financieros que no efectuaron transacciones mediante internet, el 43% expresó que no las realizó debido a que desconoce su funcionamiento, otro 43% que no necesitó realizarlas y un 11% que desconfía de su seguridad.

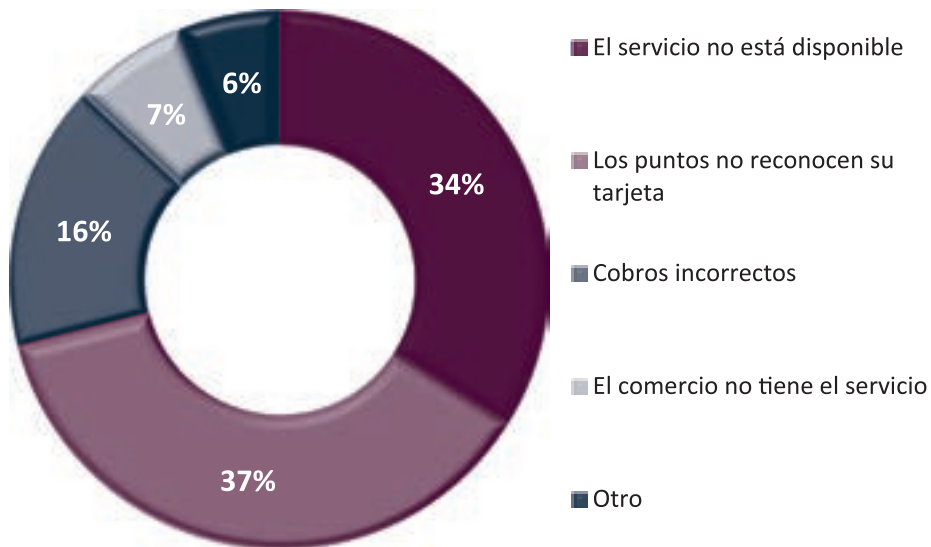
Pregunta 6.6 En el último año, ¿realizó pagos con su tarjeta de débito o crédito en supermercados, comercios, farmacias u otros lugares?

- De todos los consumidores financieros que fueron consultados el día de la encuesta, el 21% usaron en el último año su tarjeta de débito para compras en comercios habilitados con ese servicio (este porcentaje está calculado con relación al total de CF, por lo que puede ser superior si se realiza con relación a las personas que tienen tarjeta de débito).

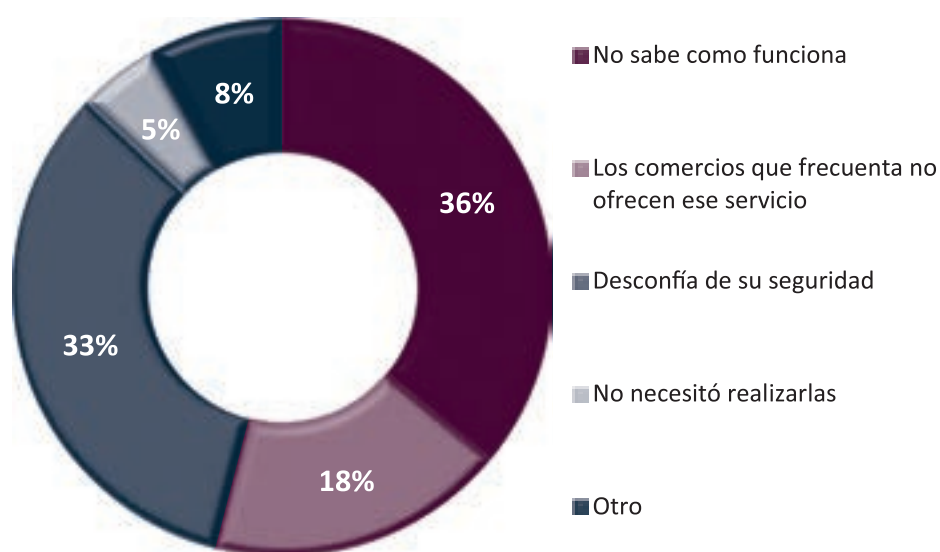
Pregunta 6.7 ¿Tuvo algún problema cuando quiso realizar pagos con tarjeta?



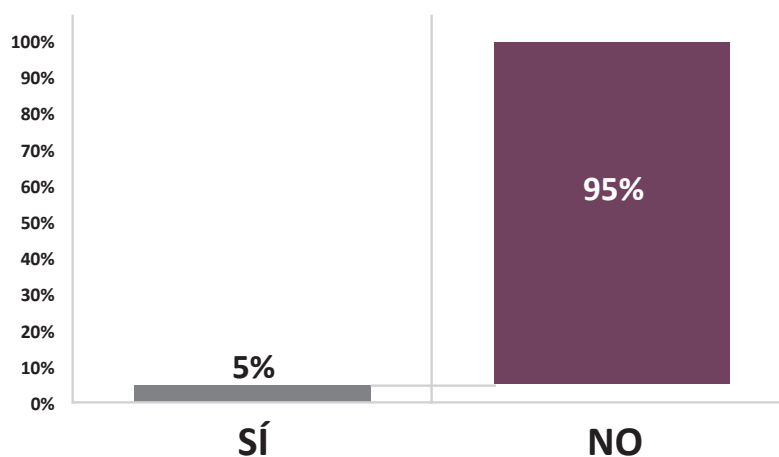
Pregunta 6.8 ¿Cuál es el problema que más le afecta?

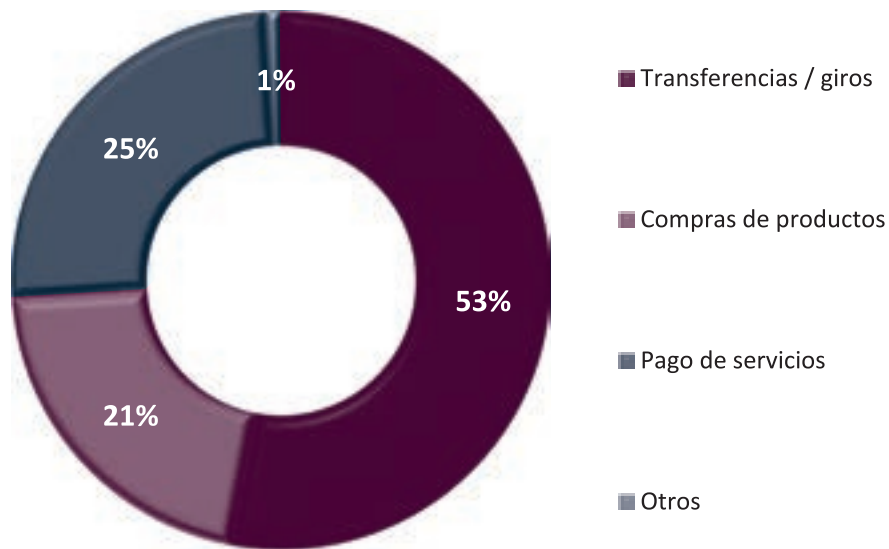


- De todos los consumidores financieros que realizan pagos con su tarjeta de débito o crédito solo el 10% indicó haber tenido algún problema. La principal dificultad que experimentaron fue que el servicio no estaba disponible (34% de los CF mantiene esa afirmación) y como segundo problema indicaron que los puntos no reconocen su tarjeta (37%). Asimismo, es importante resaltar que existe un 16 % que afirmó haber tenido inconvenientes por cobros incorrectos.

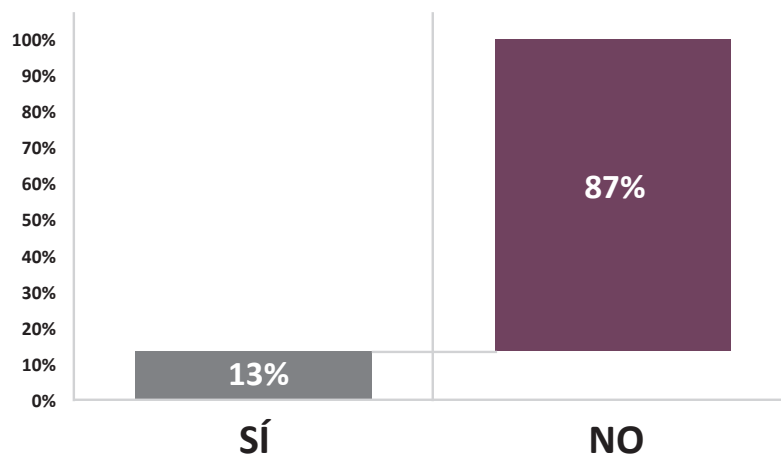
Pregunta 6.9 ¿Por qué no realizó pagos con su tarjeta?

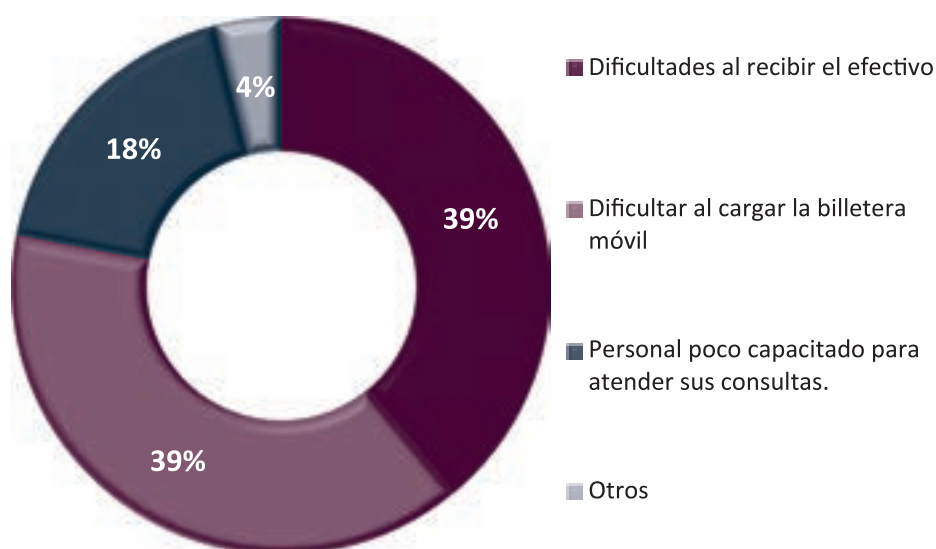
- Del 79% de los consumidores financieros que no usó en el último año su tarjeta para compras en comercios, la mayoría de ellos expresó como razón el desconocimiento de su uso. También es relevante que el 33% de los CF no usa el servicio por desconfianza en su seguridad y en menor proporción (18%) debido a que los comercios que frecuenta no ofrecen ese servicio.

Pregunta 6.10 En el último año, ¿realizó transacciones mediante billetera móvil?

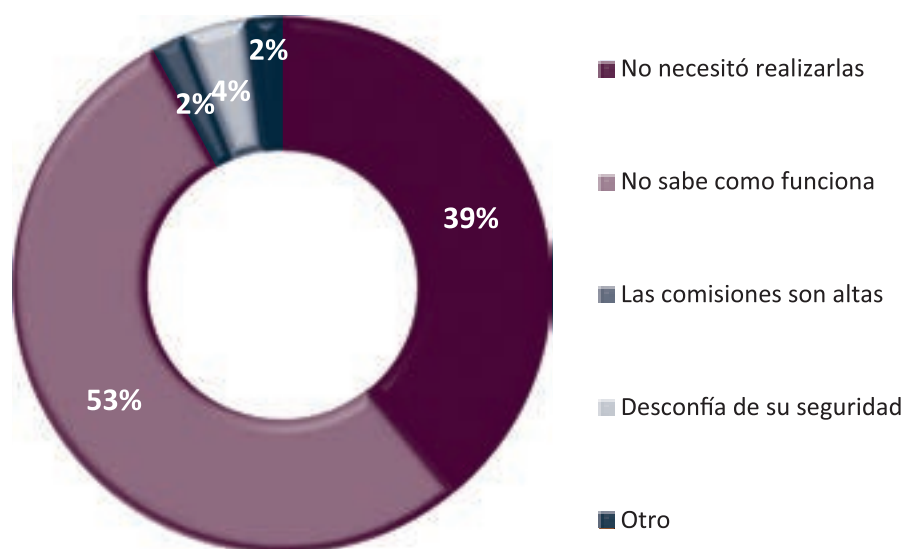
Pregunta 6.11 ¿Qué tipo de transacciones realizó?

- Solo el 5% de los consumidores financieros, en el último año, realizó transacciones mediante billetera móvil. De los CF que usan este servicio, la mayoría recurre al mismo para transferencias o giros y para compras de productos, con participaciones de 53% y 21% respectivamente. Por su parte, el 25% usa el servicio para el pago de servicios.

Pregunta 6.12 ¿Tuvo algún problema al realizar transacciones por billetera móvil?

Pregunta 6.13 ¿Cuál es el problema que más le afecta?

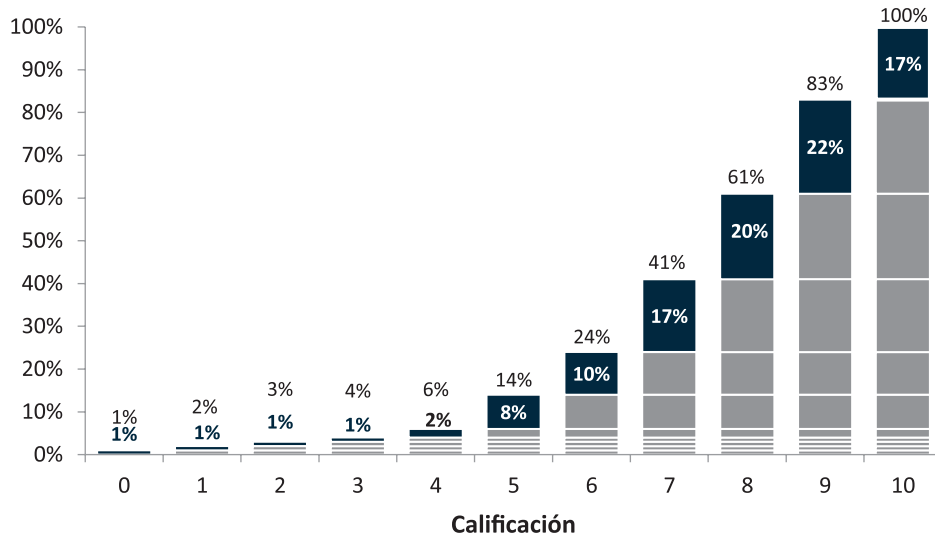
- Del grupo de consumidores financieros que usan la billetera móvil, el 13% afirmó tener algún tipo de problema; entre los principales problemas que experimentaron están la dificultad al cargar la billetera móvil (39%) y las dificultades al recibir el efectivo (39%).

Pregunta 6.14 ¿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 y el 39% no necesita realizarlas.

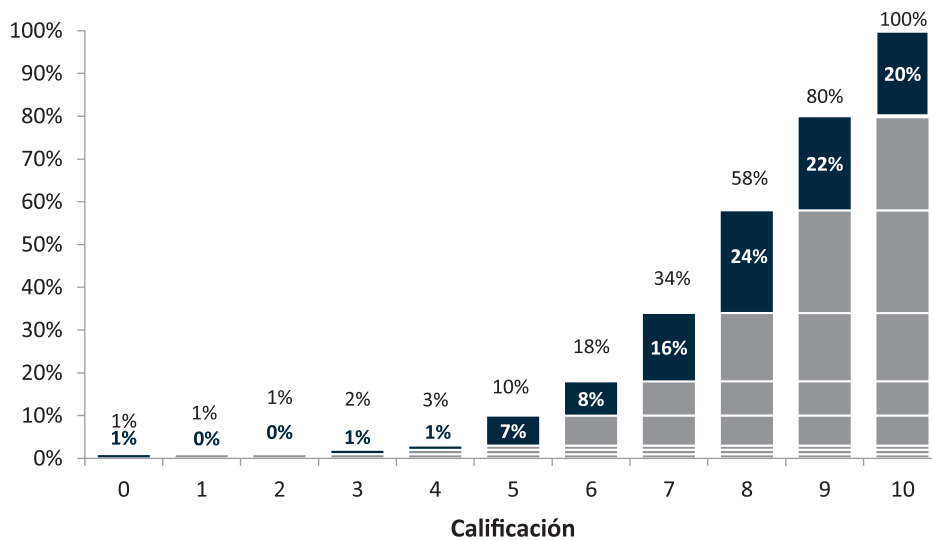
Sección 7: Calificaciones Finales

Pregunta 7.1 Los servicios brindados por esta entidad, en cajeros automáticos u oficinas, están siempre disponibles, sin interrupción.



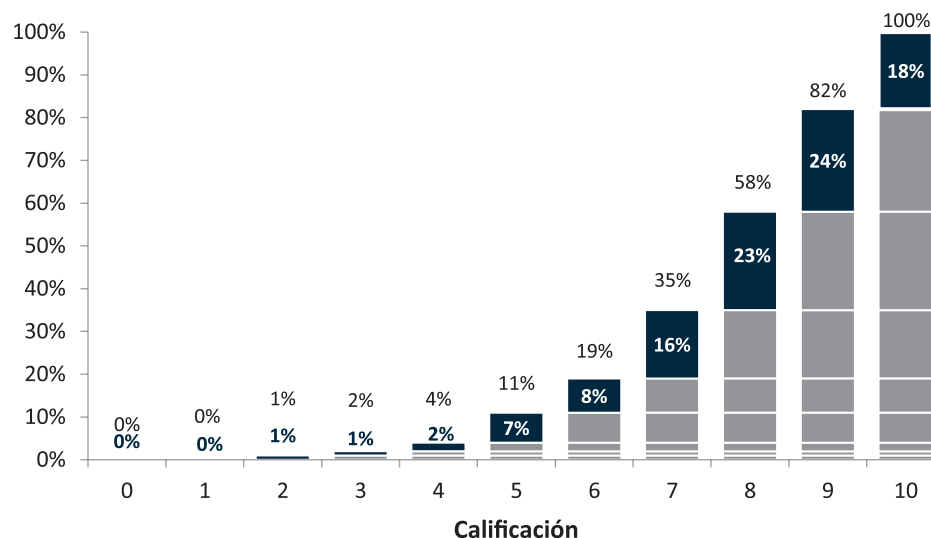
- La percepción del consumidor financiero en cuanto a la continuidad de los servicios, se describe en los resultados del anterior gráfico. La mayoría percibe que existe continuidad del servicio en un grado significativamente superior (9 sobre 10 el 22%), por su parte, el 17% de los CF está plenamente de acuerdo con la afirmación planteada.

Pregunta 7.2 Esta entidad contribuye al desarrollo de su ciudad, localidad o comunidad.



- Los beneficios individuales que perciben los CF con relación a los servicios financieros que reciben, fueron cuantificados de alguna manera en las anteriores preguntas de calificación de escala 0 a 10. Para el caso de la afirmación **7.2 “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 considera importante el desarrollo de los servicios financieros (el 24% otorga calificaciones de 8 sobre 10 a la afirmación 7.2). El 20% de los CF está convencida plenamente de la importancia de las EIF para su ciudad localidad o comunidad.

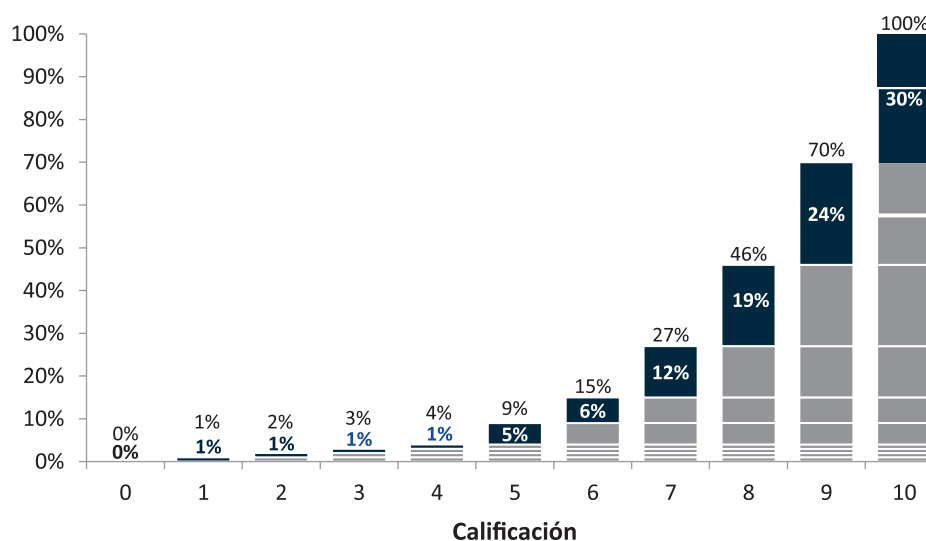
Pregunta 7.3 Gracias a la atención de los funcionarios de esta entidad, no pierde tiempo en la realización de transacciones financieras.



➤ Con relación a la percepción del tiempo que invierten los consumidores financieros al realizar transacciones, los mismos otorgaron una calificación en su mayoría de 9 sobre 10. Asimismo, el 18% está totalmente de acuerdo con la afirmación, al puntuar con calificaciones menores a 5 sobre 10.

➤ Solo el 4% de los CF no estaría de acuerdo con la afirmación, al puntuar con calificaciones menores a 5 sobre 10.

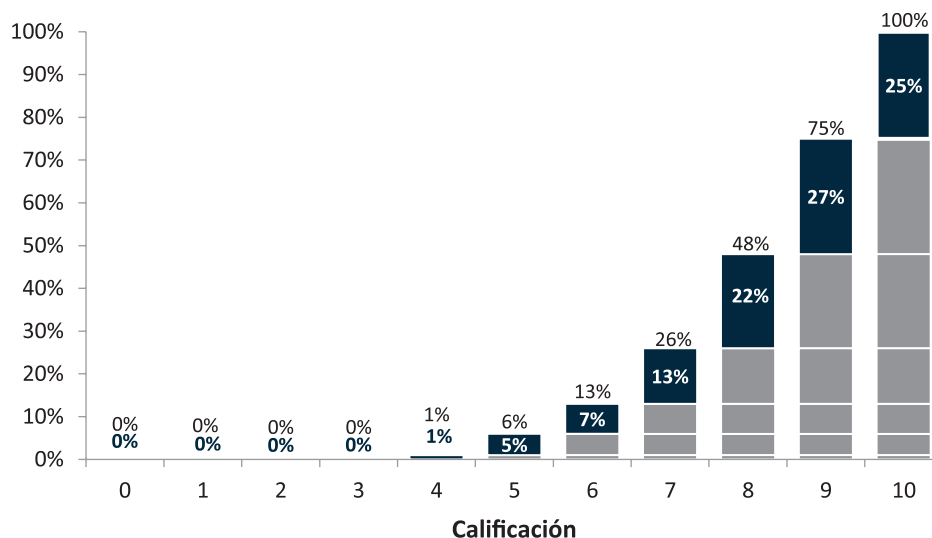
Pregunta 7.4 La opción de pagar servicios (agua, luz y otros) en las entidades financieras le facilita sus actividades cotidianas.



➤ 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 (30%) está totalmente de acuerdo con la afirmación 7.4, 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 8 sobre 10.

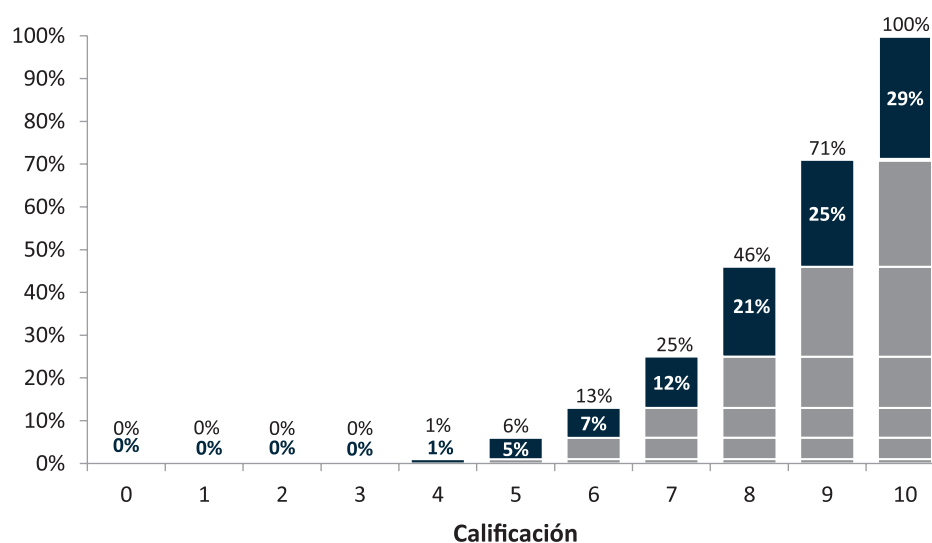
- Por otro lado, solo el 4% de los CF considera que el pago de servicios en las entidades financieras no le facilita sus actividades cotidianas.

Pregunta 7.5 El tono de voz que usan en su trato los funcionarios de esta entidad, hace que sienta confianza para realizar consultas cuando lo necesita.



- La mayoría de los consumidores (74%) está de acuerdo con el tono de voz que recibe en la atención por parte de los funcionarios de las entidades financieras; este trato hace que sientan confianza para realizar consultas a los funcionarios. Por su parte, nadie (es decir 0%) asigna una calificación igual o menor a 3 sobre 10.

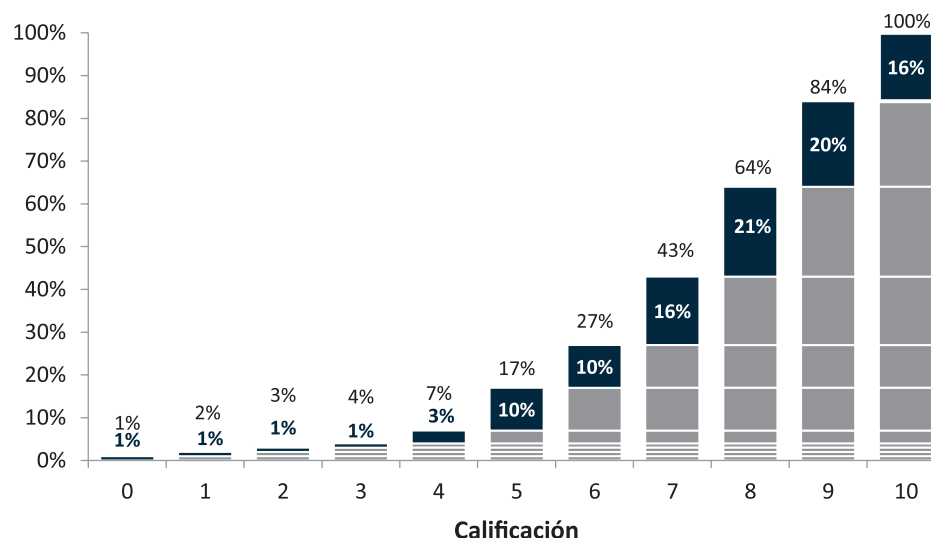
Pregunta 7.6 Los funcionarios de esta entidad son amables con los clientes y usuarios.



- Solo el 6% de los consumidores financieros duda o está en desacuerdo en algún grado con la afirmación planteada (calificaciones inferiores o iguales a 5 sobre 10).

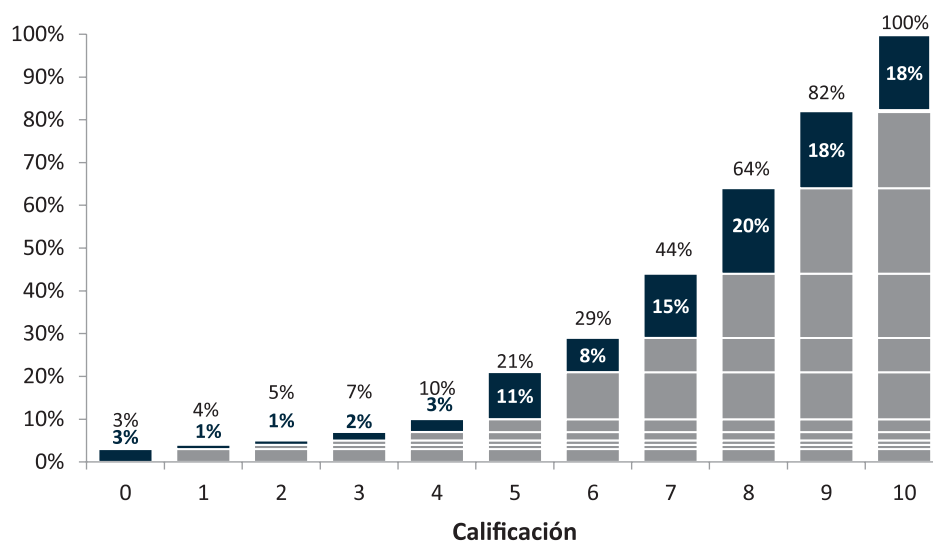
- En línea con la anterior afirmación (7.5), la mayoría de los consumidores financieros (29%) está completamente de acuerdo con la amabilidad de los funcionarios de las entidades financieras, otorgando una puntuación de 10 sobre 10.

Pregunta 7.7 Espera poco tiempo para ser atendido en las oficinas de esta entidad financiera.



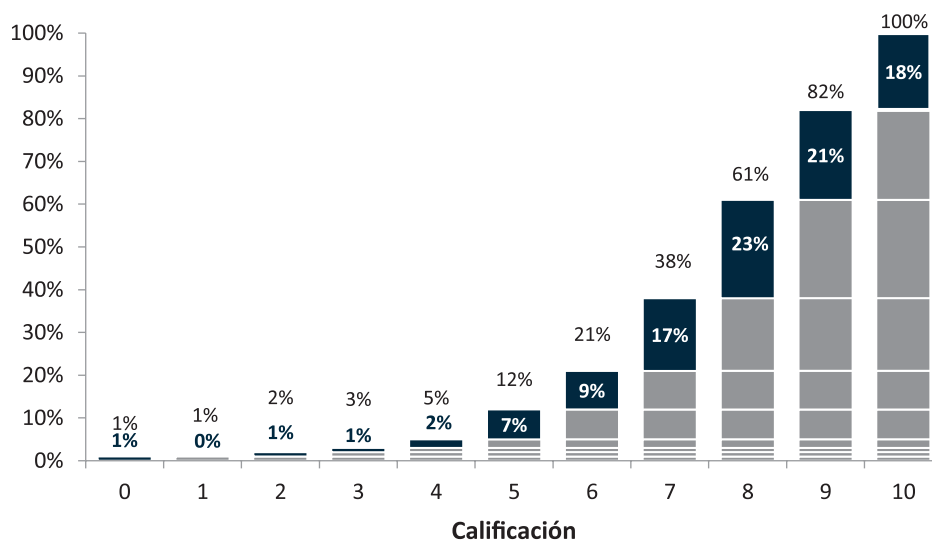
- El 17% de los consumidores financieros califican a la afirmación **7.7** con puntuaciones inferiores o iguales a 5 sobre 10.
- La mayoría de los consumidores financieros (21%) está de acuerdo, en alguna medida, con la afirmación **7.7**, otorgando a la misma una calificación de 8 sobre 10. Asimismo, el 20% de los consumidores financieros otorgaron puntuaciones de 9 sobre 10 y el 16% de 10 sobre 10.

Pregunta 7.8 Si usa su tarjeta de débito o crédito para realizar compras, evitará robos o estafas.



- La evidencia de los resultados apoya la hipótesis de que el uso de la tarjeta de débito o crédito, es un aspecto que coadyuva a evitar robos o estafas en los consumidores financieros. Así, el 18% de los consumidores financieros calificaron a la afirmación **7.8** con el máximo nivel de conformidad de 10 sobre 10.

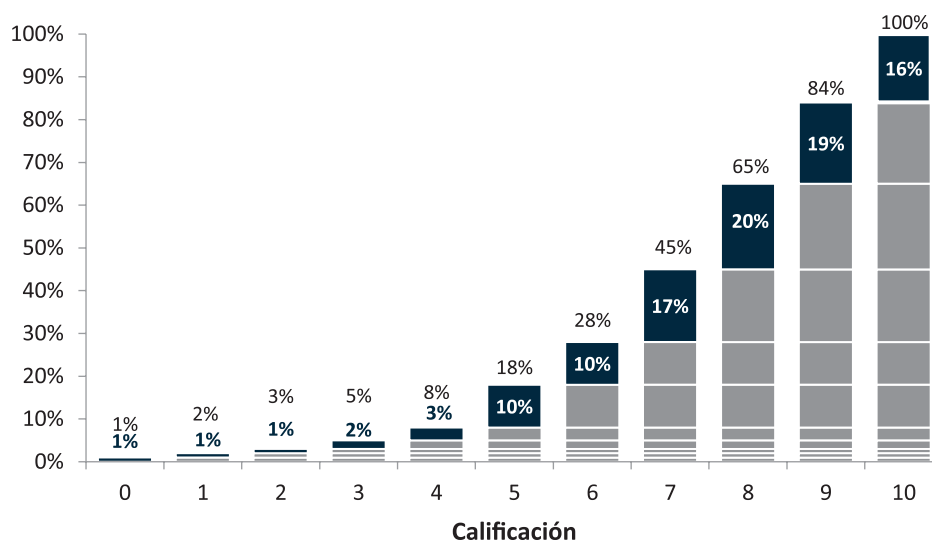
Pregunta 7.9 Esta entidad le orienta adecuadamente cuando no conoce algún servicio.



➤ La percepción del nivel de orientación que ofrecen las entidades financieras, también tiene resultados alentadores, debido a que solo un 12% de los consumidores financieros calificaron a la afirmación **7.9** con puntuaciones inferiores o iguales a 5 sobre 10 (duda o no está de acuerdo con la afirmación).

➤ El 18% de los consumidores financieros está completamente de acuerdo con la afirmación **7.9** otorgando una calificación de 8 sobre 10.

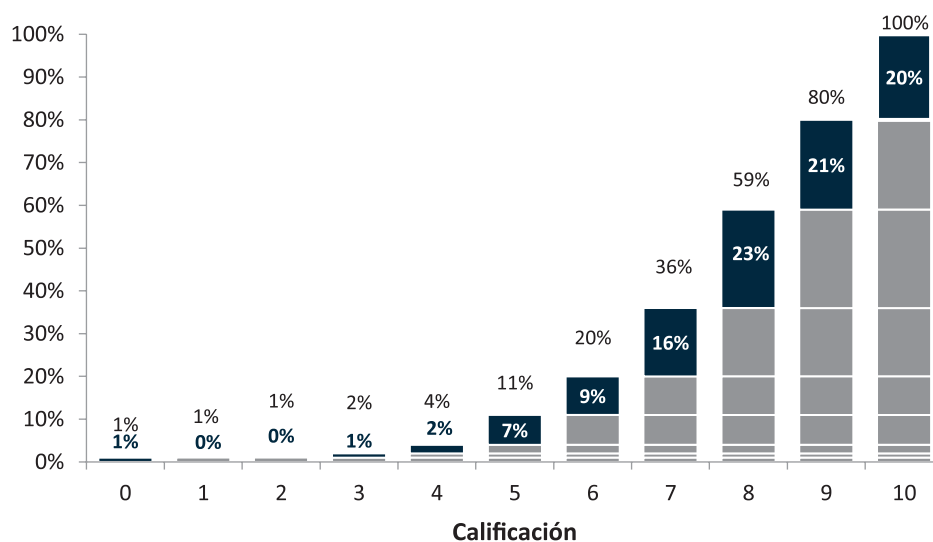
Pregunta 7.10 Esta entidad cuenta con un número adecuado de oficinas de atención al público.



➤ El 18% de los consumidores financieros calificaron a la afirmación **7.10** “Esta entidad cuenta con un número adecuado de oficinas de atención al público” con puntuaciones inferiores o iguales a 5 sobre 10.

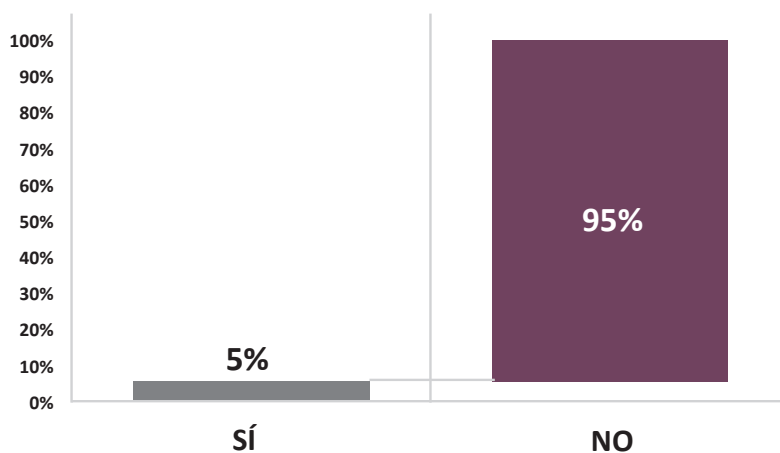
➤ La mayoría de los consumidores financieros (82%) está de acuerdo, en algún grado, con la afirmación **7.10**, otorgando a la misma un nivel de aceptación mayor a 5. Asimismo, el 16% de los CF está completamente de acuerdo con la sentencia planteada (10 sobre 10).

Pregunta 7.11 Esta entidad contribuyó a que usted mejore su calidad de vida.



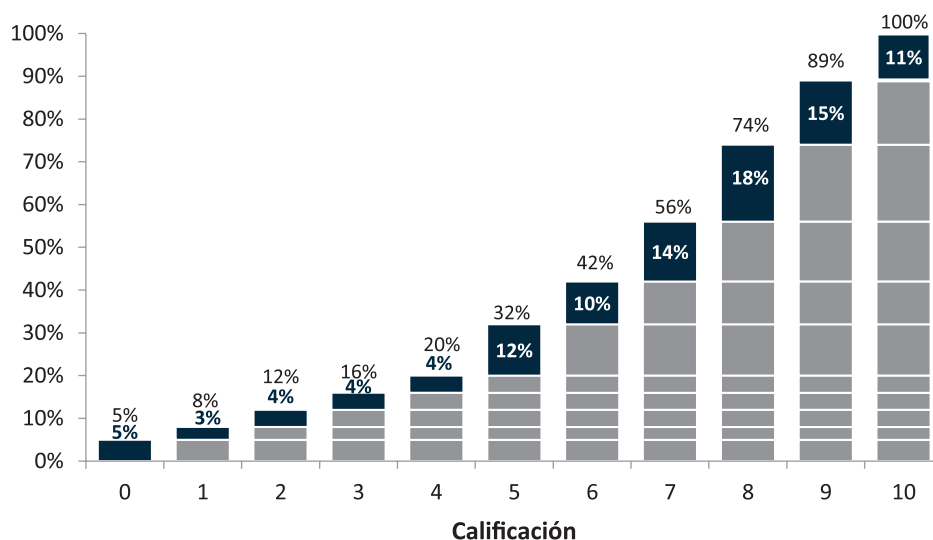
- Los datos señalan que los CF, en gran medida, valoran el aporte de los servicios financieros para mejorar su calidad de vida; el 20% está completamente de acuerdo con la afirmación 7.11.

Pregunta 7.12 ¿Alguna vez le negaron sin motivo comprensible el acceso a algún servicio de esta entidad?



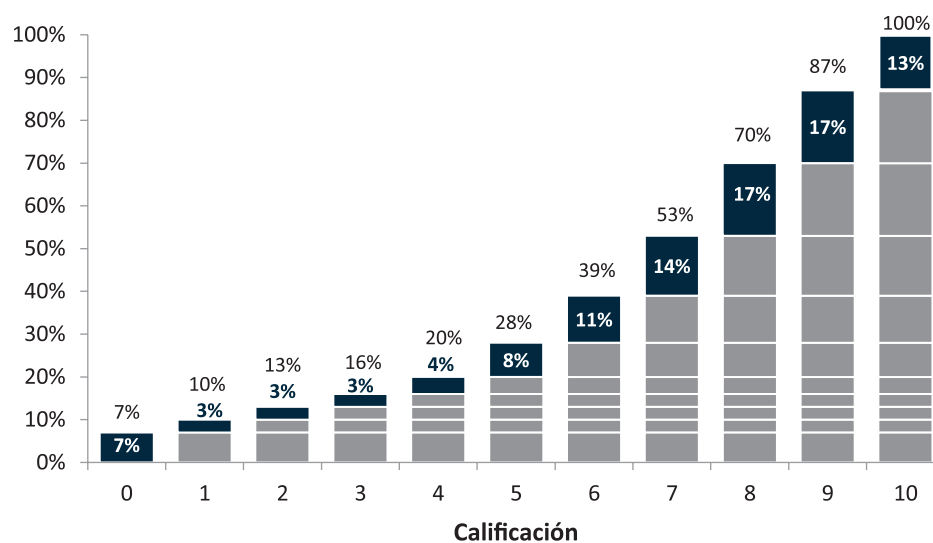
- El 5% de los consumidores financieros indicó que alguna vez le negaron algún servicio en las EIF sin un motivo comprensible; el 95% no enfrentó estos inconvenientes.

Pregunta 7.13 Esta entidad tiene problemas frecuentes por caídas de sistema.



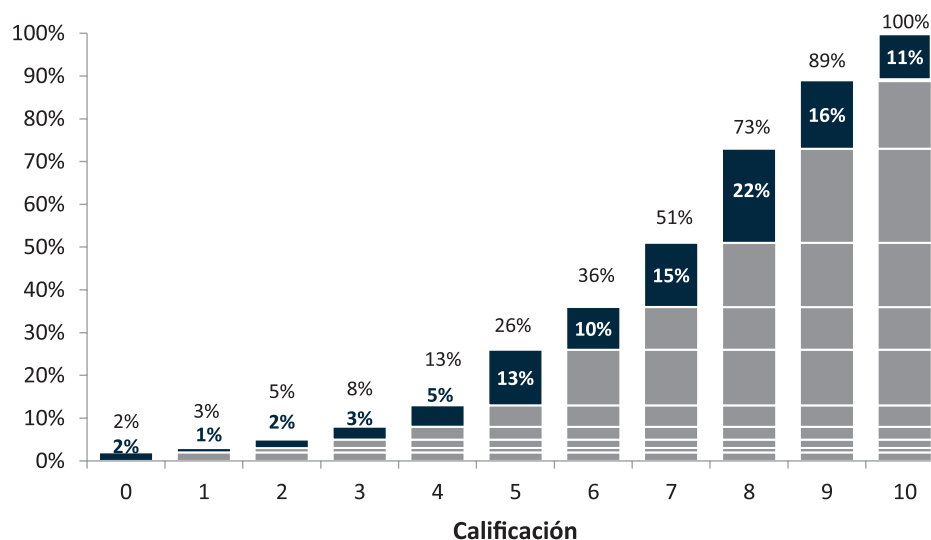
- A diferencia de las anteriores afirmaciones, ésta no recibió un respaldo total por parte de los consumidores financieros, pues el 32% duda o no está de acuerdo en algún grado con la proposición planteada (notas menores o iguales a 5).

Pregunta 7.14 Debido al trato que recibió anteriormente, se siente incómodo al ingresar y solicitar algún servicio de esta entidad financiera.



- El 28% de los consumidores financieros calificaron a la afirmación 7.14 con puntuaciones inferiores o iguales a 5 sobre 10.

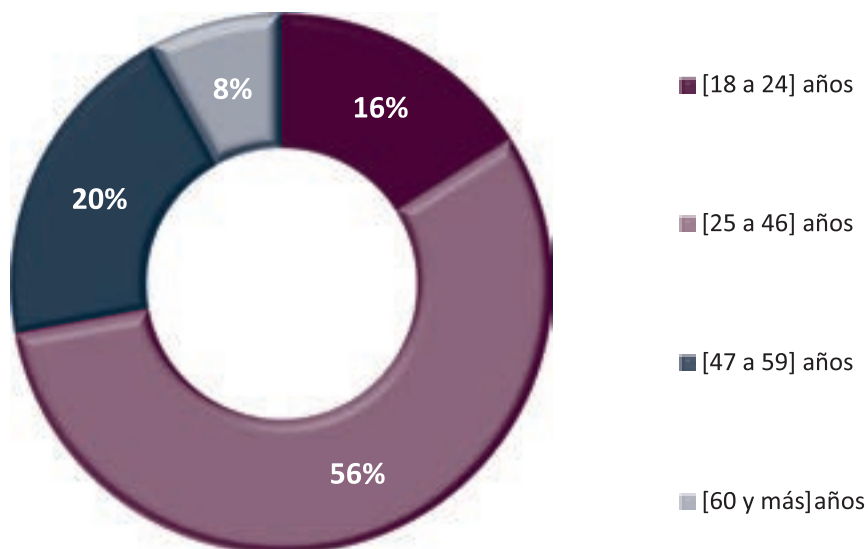
Pregunta 7.15 En esta entidad le informan sobre servicios que le permiten reducir el tiempo de espera en sus oficinas o incluso prescindir de ir a ellas.



- Con relación a la información que ofrecen las entidades financieras en temas relacionados con servicios que permiten reducir el tiempo de permanencia en ellas o incluso dejar de ir a sus oficinas, el 26% de los consumidores financieros calificaron a la afirmación **7.15** con puntuaciones inferiores o iguales a 5 sobre 10, es decir que la mayoría está de acuerdo en alguna medida con dicha afirmación.

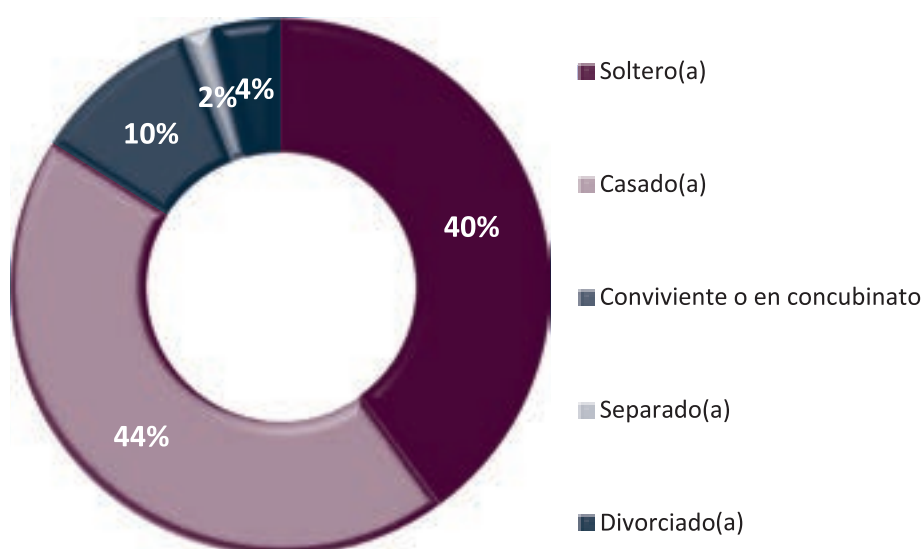
Sección 8: Datos del (a) entrevistado (a)

Pregunta 8.1 ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su edad?



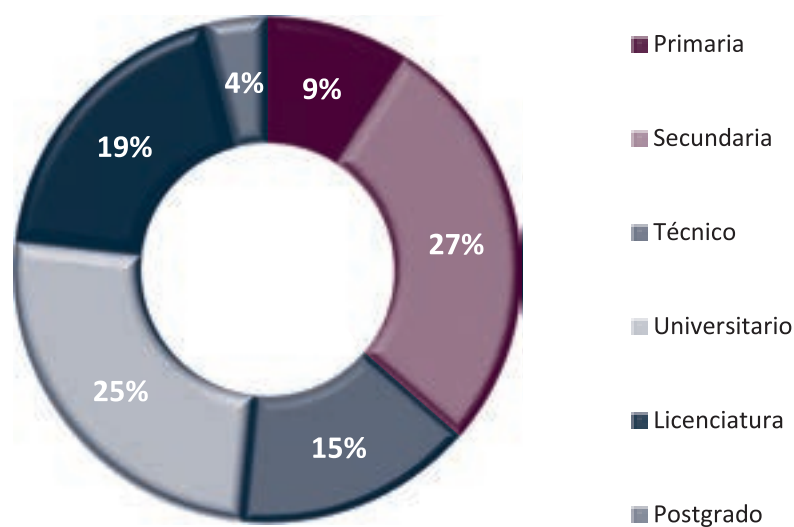
- La mayoría de los consumidores financieros que fueron consultados el día de la encuesta fueron personas con edades entre 25 a 46 años (56%).

Pregunta 8.2 Actualmente, ¿cuál es su estado civil?

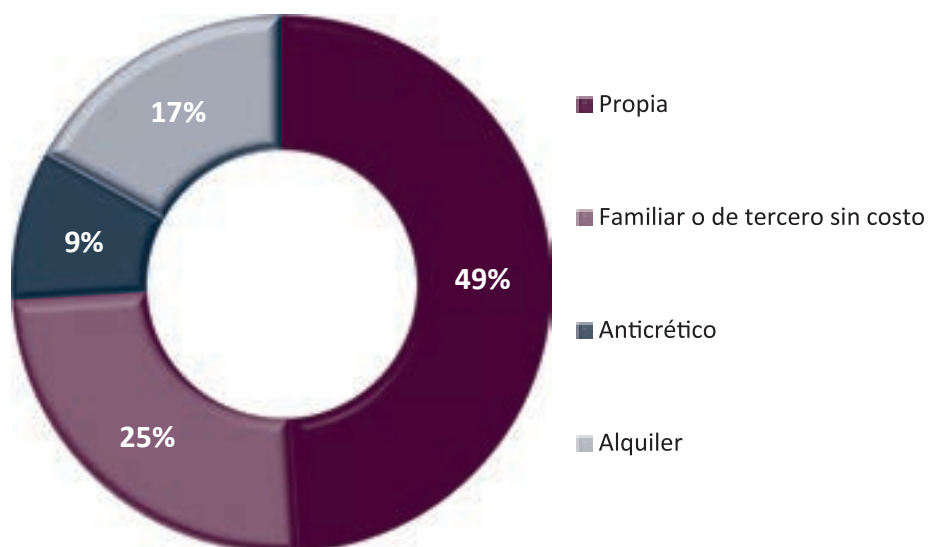


➤ En cuanto al estado civil de los consumidores financieros, se evidencia que el 44% eran casados y el 40% solteros.

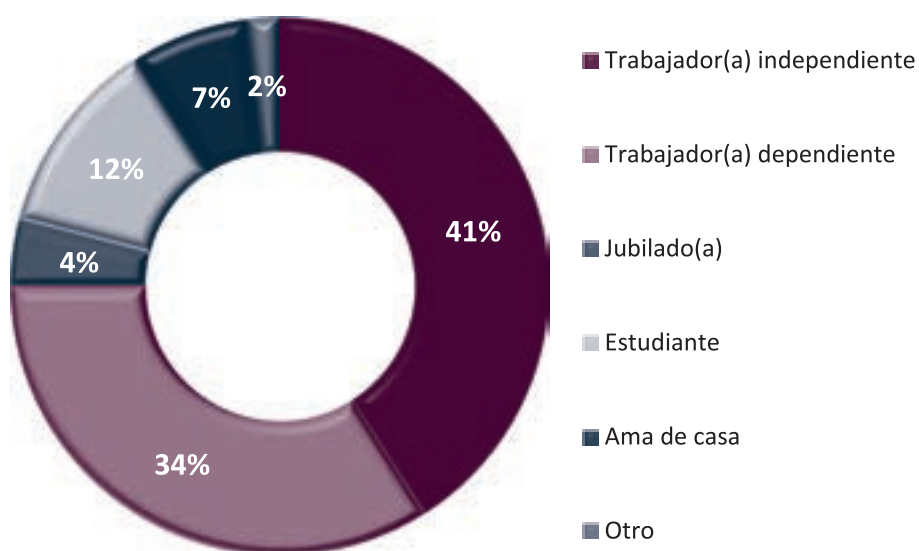
Pregunta 8.3 ¿Cuál es el nivel de educación más alto que alcanzó?



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

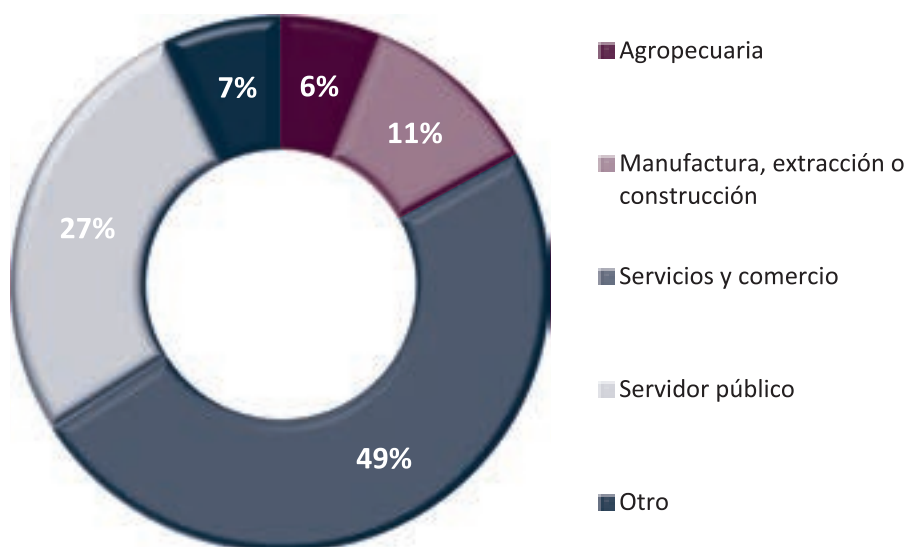
Pregunta 8.4 La vivienda que ocupa es ...

- La mayoría de los consumidores financieros afirmaron tener vivienda propia y el 25% de un familiar o tercero sin costo.

Pregunta 8.5 ¿Cuál es su ocupación principal?

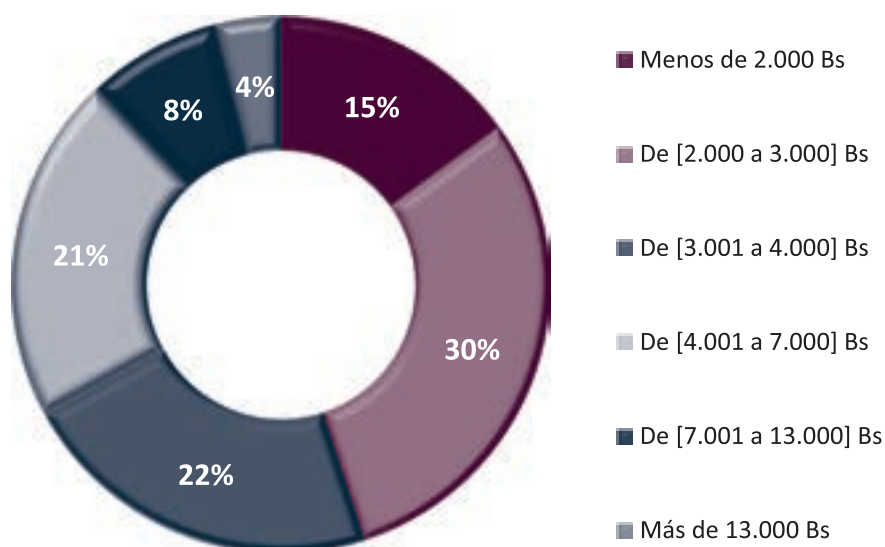
- La ocupación principal de la mayoría de los consumidores financieros entrevistados es de trabajador independiente y dependiente con participaciones de 41% y 34%, respectivamente.

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



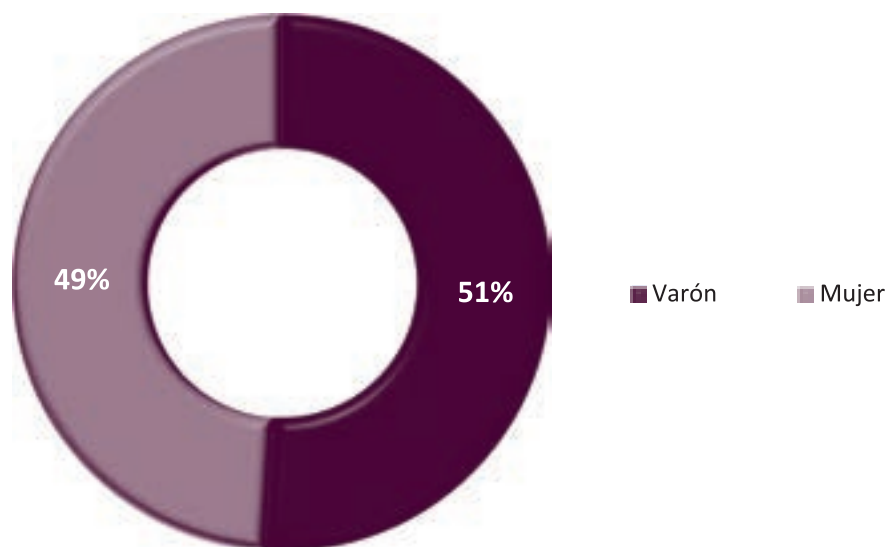
- Las principal actividad económica de las personas entrevistadas con un trabajo, es servicios y comercio con una participación aproximada de 49%.

Pregunta 8.7 ¿A cuál de los siguientes rangos pertenece el monto que usted percibe al mes por su trabajo, actividad o negocio?



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

Pregunta 8.8 Género:



- La distribución por género indica que fue casi simétrica, teniendo un 51% de varones y 49 % de mujeres.



Servidor público de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero y una encuestada en el municipio de San Ignacio de Velasco del Departamento de Santa Cruz.

5. CONCLUSIONES

Con la 3.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros realizada el 6 de septiembre de 2017, ASFI obtuvo información sobre las necesidades, el nivel de atención de las mismas por parte de las EIF y las percepciones del grado de cumplimiento de la función social de las entidades financieras.

En cuanto al grado de satisfacción, se determinó que los factores que más explican esta variable son: i) la calidad y calidez con que se ofrecen los servicios y productos, ii) el beneficio percibido por el consumidor financiero y iii) el acceso a los servicios financieros. De estos tres, la variable calidad y calidez determina en mayor medida el nivel de satisfacción (62%) que, a su vez, está explicada por la seguridad, información, eficiencia, imagen, variedad y amabilidad con que son brindados los servicios financieros. El beneficio percibido se aproxima a través de la preferencia de los consumidores financieros por mantener sus depósitos en las EIF, así como la posibilidad de realizar pagos de servicios básicos y otros. El acceso se relaciona con la satisfacción que tienen los consumidores con el número de PAF, su ubicación y horarios de atención.

El Índice de Satisfacción en el 2017 fue de 8,13. Comparado con los resultados de las gestiones pasadas (7,85 en 2015 y 7,45 en 2016), el IS alcanzó su nota más alta; aspecto atribuible principalmente a mayores calificaciones al beneficio percibido por los CF y la atención con calidad y calidez por parte del personal de las EIF. Por género, los varones otorgaron una menor calificación promedio (8,05) que las mujeres (8,20). Por grupo etario, los consumidores financieros entre las edades comprendidas entre los 25 y 46 años otorgaron una calificación menor (8,11). Por departamento, los consumidores financieros de Potosí reportaron la menor satisfacción (índice 7,94) y los de Beni la mayor satisfacción (índice 8,61). Existe una relación inversa entre el nivel de satisfacción y el nivel educativo, observándose mayores calificaciones en consumidores que como máximo alcanzaron el nivel educativo de secundaria. Por tipo de entidad, las EFV recibieron la más alta calificación promedio (8,49), seguida de los Bancos PYME (8,43), las Instituciones

Financieras de Desarrollo (8,31), los Bancos Múltiples (8,11) y las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas (8,04).

Para elaborar el Índice de Percepción de Cumplimiento de la Función Social (IPCFS), se consideró dos preguntas: una de estas valoró la importancia de la entidad para el desarrollo de la ciudad, localidad o comunidad del CF (punto de vista global); la otra se relaciona con la contribución de los servicios financieros a la mejora de la situación individual de los consumidores financieros; en este último caso se preguntó si aquellas se atribuyen, en parte, a los servicios ofrecidos por las EIF. Entre los factores más significativos que explican dicha variable se encuentran: la atención con calidad y calidez, la optimización de tiempos y costos en la entrega de servicios financieros y la información sobre el uso con eficiencia y seguridad.

El IPCFS 2017 fue de 7,84, en una escala que va de 0 al 10. Comparando con los valores alcanzados en las gestiones pasadas, 7,59 en 2015 y 7,23 en 2016, el IPCFS del 2017 alcanzó una mayor calificación. Los varones tienen, en promedio, un índice inferior (7,76) en comparación con las mujeres (7,92). Se observa una relación positiva entre el IPCFS y la edad de los consumidores financieros. Por departamento, La Paz cuenta con el menor índice (7,61) y Beni con el mayor índice (8,15). Por tipo de entidad, las EFV tienen un mayor IPCFS (8,09), seguidas de las Instituciones Financieras de Desarrollo (8,02), los Bancos PYME (8,00), los Bancos Múltiples (7,82) y las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas (7,80).

En cuanto a las necesidades de los consumidores financieros, se debe continuar fomentando el uso de las Transacciones Electrónicas y Medios Electrónicos de Pago (TEYMEP). Este año el 21% de los CF declaró haber realizado pagos con su tarjeta de débito o crédito, cifra superior al 15% registrado en la pasada gestión. Este incremento significativo (variación del 40%) se debió en parte a las acciones de difusión que realizaron ASFI en conjunto con las EIF, para que los CF puedan comprar bienes y servicios usando sus tarjetas de débito o crédito.

Los cajeros automáticos continúan siendo el instrumento de las TEYMEP más usado por los CF, 61% en 2017. Si bien sólo la menor parte (28%) de los CF que emplean este servicio tuvieron problemas al usarlos, la mayor parte de ellos indica que el problema que más le afecta es que los mismos estén fuera de servicio (30%) o no tengan dinero disponible (27%), aspecto que debe ser considerado por ASFI para continuar promoviendo el uso de transacciones electrónicas y medios electrónicos de pago.

Considerando que la mayor proporción de consumidores financieros no realizan transacciones electrónicas, ni usan medios electrónicos de pago debido al desconocimiento

de su funcionamiento o a la desconfianza que tienen sobre los mismos, ASFI junto a las EIF tienen el desafío de promover el uso de las TEYMEP a través de campañas de educación financiera. Las mismas deben buscar que el CF pueda tener la capacidad de conocer sus ventajas y desventajas, fortaleciendo su capacidad de decidir.

Finalmente, se debe dar continuidad a la tarea de profundizar el uso de los servicios financieros, ya que el 75% de los consumidores financieros entrevistados indicó que tiene algún tipo de cuenta de ahorro en las EIF y el 47% indicó que tiene algún crédito (cifras similares a las registradas en la gestión pasada: 75% y 45% respectivamente).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

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

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	8,13	0,05	8,02	8,23	0,65%
DEPARTAMENTO	Beni	8,61	0,21	8,20	9,02	2,41%
	Chuquisaca	8,08	0,18	7,72	8,44	2,27%
	Cochabamba	7,99	0,13	7,72	8,25	1,67%
	La Paz	7,99	0,09	7,81	8,18	1,17%
	Oruro	8,03	0,27	7,50	8,56	3,38%
	Pando	8,17	0,18	7,81	8,53	2,25%
	Potosí	7,94	0,18	7,57	8,30	2,32%
	Santa Cruz	8,38	0,12	8,14	8,62	1,44%
	Tarija	8,10	0,12	7,87	8,33	1,44%
GÉNERO	Varón	8,05	0,06	7,93	8,17	0,75%
	Mujer	8,20	0,06	8,08	8,33	0,78%
EDAD	de 18 a 24 años	8,14	0,10	7,95	8,33	1,18%
	de 25 a 46 años	8,11	0,06	7,99	8,23	0,73%
	de 47 a 59 años	8,19	0,09	8,02	8,36	1,04%
	más de 60 años	8,15	0,13	7,89	8,40	1,61%
NIVEL EDUCATIVO	Primaria	8,13	0,12	7,89	8,36	1,45%
	Secundaria	8,26	0,08	8,10	8,42	0,99%
	Técnico	8,23	0,09	8,05	8,41	1,11%
	Universitario	8,14	0,07	8,01	8,27	0,81%
	Licenciatura	7,99	0,10	7,80	8,18	1,19%
	Postgrado	7,64	0,21	7,23	8,06	2,76%
TIPO DE ENTIDAD	BMU	8,11	0,06	7,99	8,22	0,74%
	BPY	8,43	0,26	7,92	8,94	3,08%
	CAC	8,04	0,17	7,71	8,37	2,09%
	EFV	8,49	0,37	7,76	9,22	4,36%
	IFD	8,31	0,09	8,12	8,49	1,13%

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	7,84	0,05	7,73	7,95	0,69%
DEPARTAMENTO	Beni	8,15	0,20	7,75	8,55	2,50%
	Chuquisaca	7,73	0,12	7,48	7,97	1,61%
	Cochabamba	7,82	0,14	7,56	8,09	1,73%
	La Paz	7,61	0,09	7,44	7,79	1,16%
	Oruro	8,04	0,35	7,36	8,73	4,31%
	Pando	7,88	0,10	7,68	8,08	1,27%
	Potosí	7,65	0,25	7,15	8,14	3,31%
	Santa Cruz	8,11	0,14	7,84	8,39	1,71%
	Tarija	7,77	0,11	7,56	7,98	1,37%
GÉNERO	Varón	7,76	0,07	7,63	7,89	0,87%
	Mujer	7,92	0,06	7,81	8,04	0,74%
EDAD	de 18 a 24 años	7,77	0,08	7,60	7,93	1,09%
	de 25 a 46 años	7,85	0,06	7,73	7,97	0,79%
	de 47 a 59 años	7,87	0,08	7,71	8,04	1,05%
	más de 60 años	7,90	0,13	7,64	8,16	1,69%
NIVEL EDUCATIVO	Primaria	7,81	0,14	7,53	8,09	1,82%
	Secundaria	8,03	0,08	7,88	8,19	0,99%
	Técnico	7,92	0,09	7,73	8,10	1,19%
	Universitario	7,80	0,07	7,66	7,95	0,94%
	Licenciatura	7,79	0,08	7,62	7,95	1,08%
	Postgrado	7,21	0,22	6,77	7,65	3,08%
TIPO DE ENTIDAD	BMU	7,82	0,06	7,70	7,94	0,78%
	BPY	8,00	0,22	7,56	8,44	2,81%
	CAC	7,80	0,20	7,41	8,18	2,51%
	EFV	8,09	0,24	7,61	8,57	3,01%
	IFD	8,02	0,09	7,85	8,20	1,11%

LISTA DE MUNICIPIOS DE LA MUESTRA

80

Departamento	Municipio
Beni	Trinidad
Beni	Riberalta
Beni	Guayaramerín
Beni	San Borja
Chuquisaca	Sucre
Chuquisaca	Padilla
Chuquisaca	Monteagudo
Chuquisaca	Villa serrano
Cochabamba	Cochabamba
Cochabamba	Quillacollo
Cochabamba	Tiquipaya
Cochabamba	Vinto
Cochabamba	Colcapirhua
Cochabamba	Sacaba
Cochabamba	Puerto Villarroel
Cochabamba	Entre Rios (Bulo Bulo)
Cochabamba	Punata
La Paz	La Paz
La Paz	El Alto
La Paz	Viacha
La Paz	Copacabana
La Paz	Caranavi
Oruro	Oruro
Oruro	Challapata
Oruro	Villa Huanuni
Pando	Cobija

Departamento	Municipio
Potosí	Potosí
Potosí	Llallagua
Potosí	Tupiza
Potosí	Uyuni (Thola Pampa)
Potosí	Villazón
Santa Cruz	Santa Cruz de la Sierra
Santa Cruz	Cotoca
Santa Cruz	La Guardia
Santa Cruz	Warnes
Santa Cruz	San Ignacio de Velasco
Santa Cruz	Yapacaní
Santa Cruz	San José de Chiquitos
Santa Cruz	Camiri
Santa Cruz	Mairana
Santa Cruz	Montero
Santa Cruz	San Julián
Santa Cruz	Cuatro Cañadas
Santa Cruz	Comarapa
Santa Cruz	Puerto Suarez
Santa Cruz	Puerto Quijarro
Tarija	Tarija
Tarija	Bermejo
Tarija	Yacuiba
Tarija	Villamontes
Tarija	Entre Ríos (La Moreta)

AGRADECIMIENTOS

Coordinadores de las universidades

N°	Nombre y Apellido	Cargo	Universidad	Ciudad
1	Lic. Erick Mita Arancibia	Director de Carrera de Ingeniería Comercial	Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca	Sucre
2	Lic. Marcelo Aguirre	Director de Carrera de Economía	Universidad Mayor de San Andrés	La Paz
3	Lic. Guzmán Tintaya Hilari	Director de Carrera de Administración de Empresas	Universidad Pública de El Alto	El Alto
4	Mgr. Marcelo Quiroga Soria	Director Carrera de Ingeniería Financiera	Universidad Católica Boliviana "San Pablo"	Cochabamba
5	Lic. Gisela Guzmán Olivares	Director de Carrera de Economía	Universidad Técnica de Oruro	Oruro
6	Lic. Bernardo Choque	Director de Carrera de Economía	Universidad Autónoma "Tomas Frías"	Potosí
7	Lic. Víctor Hugo Figueroa	Director de Carrera de Economía	Universidad Autónoma "Juan Misael Saracho"	Tarija
8	Lic. Ronald Cruz	Decano Facultad Gran Chaco - Yacuiba	Universidad Autónoma "Juan Misael Saracho"	Yacuiba
9	Lic. Daniel Mendoza	Jefe Académico Área Financiera	Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz	Santa Cruz
10	Ing. Luis Alberto Herbas	Director de Carrera de Ingeniería Comercial - Facultad Integral de Norte	Universidad Autónoma Gabriel René Moreno	Montero
11	Ing. Yesica Hurtado	Coordinadora Académica de Ingeniería Comercial - Facultad Integral del Norte	Universidad Autónoma Gabriel René Moreno	Montero
12	Lic. Roberto Kreistein	Director de Carrera de Economía	Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián"	Trinidad
13	Lic. Delcy Ortiz	Jefe de Prácticas Estudiantiles	Universidad Amazónica de Pando	Cobija

Estudiantes universitarios

82

Nº	Nombre	Ciudad/Municipio
1	Arturo Daniel Salamanca Escalante	CHUQUISACA
2	Marina Subieta Vaca Guzman	CHUQUISACA
3	Guelly Iveth Rengel Santillan	CHUQUISACA
4	Gabriela Maite Martínez Ustarez	CHUQUISACA
5	Isabel Quispe López	CHUQUISACA
6	Jema Gicel Landivar López	CHUQUISACA
7	Kamila Manzoni Hochstatter	CHUQUISACA
8	Heidy Missel Romero Balcázar	CHUQUISACA
9	Mariluz Iveth Mamani Estrada	CHUQUISACA
10	Marco Antonio Sanabria Cuqui	CHUQUISACA
11	María José Arce Molina	CHUQUISACA
12	Ariel Flores Vedia	CHUQUISACA
13	Silvia Taboada Pérez	CHUQUISACA
14	Cecilia Pilar Daza Cervantes	CHUQUISACA
15	Michael Silva Martínez	CHUQUISACA
16	Juan Carlos Flores Limachi	CHUQUISACA
17	Daysi Andrea Sánchez Segovia	CHUQUISACA
18	Yolanda Calle Colque	CHUQUISACA
19	Pamela Ayaviri Hinojosa	COCHABAMBA
20	Jorge Dennis Arce Soria	COCHABAMBA
21	Cristina Anal Guillen Siacara	COCHABAMBA
22	Marlene Mejia Nogales	COCHABAMBA
23	Luis Miguel Huanca Ojeda	COCHABAMBA
24	Cristian Gamboa Montaña	COCHABAMBA
25	Melissa Pool Vargas	COCHABAMBA
26	Gloria La Rea Melgares	COCHABAMBA
27	Ramiro Espada Leyton	COCHABAMBA
28	Christian Barrancos Gageda	COCHABAMBA
29	Diego Balderrama Arnez	COCHABAMBA
30	Nicole Ríos Terrazas	COCHABAMBA
31	Alejandra Gamboa Rodríguez	COCHABAMBA
32	Erika Rojas Núñez	COCHABAMBA
33	Shirley Echalar Chavarría	COCHABAMBA
34	Andrea Choque Quispe	COCHABAMBA
35	Natalia Melgares Álvarez	COCHABAMBA
36	Roxana Romero Escobar	COCHABAMBA
37	Claudia Gamboa	COCHABAMBA
38	Yessica Shakira Pérez Colque	COCHABAMBA
39	Leyla Zanabria Nina	COCHABAMBA
40	Sergio Daniel Torrico Martínez	COCHABAMBA
41	Vanessa Peres Jiménez	COCHABAMBA
42	Stefani Zurita	COCHABAMBA
43	José Loma Pereira	COCHABAMBA
44	Sarah Raquel Bozo Herrera	COCHABAMBA
45	Isabel Vera Rojas	COCHABAMBA
46	Sergio Rojas Sasa	COCHABAMBA
47	Mauricio Antonio Villarroel	COCHABAMBA
48	Brenda Terrazas	COCHABAMBA
49	Mauricio Ramírez	COCHABAMBA
50	Melina Peredo	COCHABAMBA

Nº	Nombre	Ciudad/Municipio
51	Bryan Torrico	COCHABAMBA
52	Brayton Belmonte	COCHABAMBA
53	Orlando Alvarez	COCHABAMBA
54	Andrey Ricardo Ferrufino Zegarra	COCHABAMBA
55	Ernesto Rivera	COCHABAMBA
56	Alfred Zelada Flores	COCHABAMBA
57	Gabriel Escobar Delgadillo	COCHABAMBA
58	Jose Gabriel Heredia Reyes	COCHABAMBA
59	Cesar Augusto Fernandez Velasquez	COCHABAMBA
60	Rodrigo Ortuño Moya	COCHABAMBA
61	Cristian Gutierrez	COCHABAMBA
62	Diego Morales Alvarez	COCHABAMBA
63	Monica Pardo Montoya	COCHABAMBA
64	Marcelo Gutierrez	COCHABAMBA
65	Maria Renee Carmona Soliz	COCHABAMBA
66	Fernanda Durandal Ferrufino	COCHABAMBA
67	Bryan Zerda Heredia	COCHABAMBA
68	Fernando Andre Orellana Torrico	COCHABAMBA
69	Maria Fernanda Rodriguez Crespo	COCHABAMBA
70	Sama La Fuente Asbun	COCHABAMBA
71	Rosa Nilda Calicho Flores	COCHABAMBA
72	Chiara Margarita Ohanian Urresti	COCHABAMBA
73	Jose Luis Barrera	COCHABAMBA
74	Sareth Castellon	COCHABAMBA
75	Andrea Camacho	COCHABAMBA
76	Laura Villarroel	COCHABAMBA
77	Andrea Cortez	COCHABAMBA
78	Luis Fernando Gil	COCHABAMBA
79	Daniilo Balderrama	COCHABAMBA
80	Pablo Rafael Ralde	COCHABAMBA
81	Levin Mejia Salazar	COCHABAMBA
82	Erick Gonzalez Camacho	COCHABAMBA
83	Silvia Alvarez Rojas	COCHABAMBA
84	Kevin Brian Quinteros Garcia	COCHABAMBA
85	Mayra Choque Olivera	COCHABAMBA
86	Andrea Rojas Mejia	COCHABAMBA
87	Marianela Aguirre Sejas	COCHABAMBA
88	Daniela Coca Cossio	COCHABAMBA
89	Vanessa Lopez Rojas	COCHABAMBA
90	Liz Massiel Lopez Mercado	COCHABAMBA
91	Miguel Angel Boero Escobar	COCHABAMBA
92	Lessly Zurita Merida	COCHABAMBA
93	Erika Lorena Reyes Villareyes	COCHABAMBA
94	Indira Vidal Zenzano	COCHABAMBA
95	Laura Cecilia Torrico Jurado	COCHABAMBA
96	Gabriela Hurtadocossio	COCHABAMBA
97	Aracely Choque Vargas	COCHABAMBA
98	Paola Llanos Cervantes	COCHABAMBA
99	Verónica Yessica Avalos Quisbert	COCHABAMBA
100	Jesus Ronald Villarroel Peredo	COCHABAMBA

N°	Nombre	Ciudad/Municipio
101	Fabian Alejandro Pantoja Salazar	COCHABAMBA
102	Noelia Torrez Arauz	COCHABAMBA
103	Rodrigo Zurita Soliz	COCHABAMBA
104	Fernanda Manjon Torrico	COCHABAMBA
105	Neiza Cardenas Ortega	COCHABAMBA
106	Andree Pacheco Quiroga	COCHABAMBA
107	Adriana Torrez	COCHABAMBA
108	Gustavo Cadima	COCHABAMBA
109	Mikaela Rojas Sejas	COCHABAMBA
110	Brenda Contreras	COCHABAMBA
111	Gabriela Alaro Porco	EL ALTO
112	Vania Massiel Cantuta Alanoca	EL ALTO
113	Gabriela Alaca Valeriano	EL ALTO
114	Luis Fernando Vásquez Flores	EL ALTO
115	Miriam Mayta Arratia	EL ALTO
116	Leslie Raquel Villavicencio	EL ALTO
117	Kevin Antonio Rueda Ticona	EL ALTO
118	María Luisa Kahuasa Calle	EL ALTO
119	Lucia Silvestre Bernabé	EL ALTO
120	Paola Iveth Chambi Averanga	EL ALTO
121	Leticia Poma Gómez	EL ALTO
122	Inés Rosa Lauraiza	EL ALTO
123	Sonia Mamani Chipana	EL ALTO
124	Eva Huanca Mamani	EL ALTO
125	Karen Fernández Cochi	EL ALTO
126	Magaly Corina Nina	EL ALTO
127	José Luis Serrano Condori	EL ALTO
128	Paola Carola Cruz Riveros	EL ALTO
129	Freddy Lecoña Quispe	EL ALTO
130	Gisela Muñoz Mita	EL ALTO
131	Ximena Gutiérrez Baltazar	EL ALTO
132	Harrey Charca Calzada	EL ALTO
133	Claudia Rita Ticona Apaza	EL ALTO
134	Yenny Mamani Colque	EL ALTO
135	Ximena Quispe Quispe	EL ALTO
136	Reina Daniela Pacheco Cáceres	EL ALTO
137	Blanca Rosa Montevilla Iglesias	EL ALTO
138	Alicia Clarisa Rojas Mamani	EL ALTO
139	Diva Melisa Arguata Cochi	EL ALTO
140	Sonia Mita Tambo	EL ALTO
141	Anahí Siñani Siñani	EL ALTO
142	Diego Colque Sirpa	EL ALTO
143	Esmeralda Huanca	EL ALTO
144	Gaby Colque Huanca	EL ALTO
145	Rosaicela Sucho	EL ALTO
146	Tatiana Pairumani	EL ALTO
147	Cindy Poma	EL ALTO
148	Ana María Soto Rivas	EL ALTO
149	Alejandra Yessica Ramos Alanoca	EL ALTO
150	Judith Ramírez Llusco	EL ALTO
151	Jhovana Chipana Mamani	EL ALTO
152	Gladys Choque Zeballos	EL ALTO
153	Franklin Vargas Sacaca	EL ALTO
154	Abigail Merlo Maydana	EL ALTO
155	Kathya Isabel Gonzales Quispe	LA PAZ

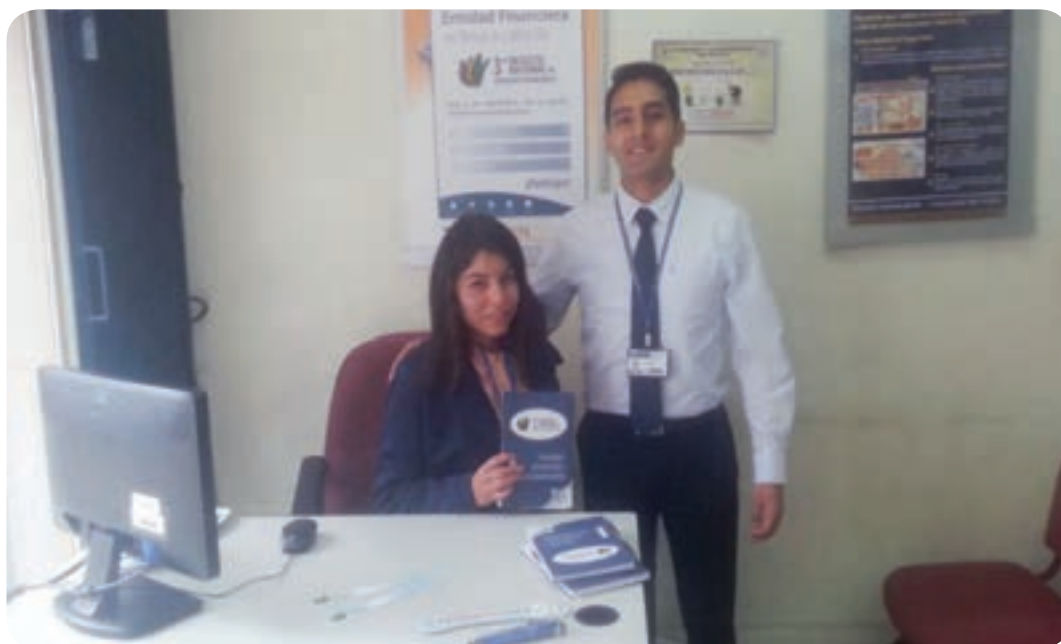
N°	Nombre	Ciudad/Municipio
156	Jenny Magali Vargas Noa	EL ALTO
157	Better Sacarías Aliaga	EL ALTO
158	Hilda Torrez Corina	EL ALTO
159	María Conchita Aquino Gonzáles	EL ALTO
160	Pamela Bustamante Condori	EL ALTO
161	Nilza Eliana Quispe Poma	EL ALTO
162	Fabiola Chávez Cáceres	EL ALTO
163	Adaya Sara Cachara Ticona	EL ALTO
164	Ximena Diana Chuquimia Calle	EL ALTO
165	Eva Marlene Lucana Ramírez	EL ALTO
166	Jimena Mendoza Canaza	EL ALTO
167	Fanny Tola Mamani	EL ALTO
168	Miguel Fernández Limachi	EL ALTO
169	Lynda Stephanie Cruz Chuy	LA PAZ
170	Álvaro Josué Villanueva Nisttahuz	LA PAZ
171	Alexandra Miriam Galier Mamani	LA PAZ
172	José Miguel Cueto Tapia	LA PAZ
173	Marina Huanca Mamani	LA PAZ
174	Janina Katheryn Cosme Nina	LA PAZ
175	Sharon Silvia Cute Vásquez	LA PAZ
176	Esther Paco Quino	LA PAZ
177	Yhene Lizet Coa Callisaya	LA PAZ
178	Wendy Saavedra Manríquez	LA PAZ
179	Marlene Nelly Huaycho Bustillos	LA PAZ
180	Diana Michelle Hidalgo Mercado	LA PAZ
181	Helen Calderón Collao	LA PAZ
182	Gheimy Anahí Calle Puña	LA PAZ
183	Moisés Rodrigo Mamani Mamani	LA PAZ
184	Daniela Katerin Mayta Condori	LA PAZ
185	Vania Flores Catari	LA PAZ
186	Guisela Rosa Roca Cruz	LA PAZ
187	Jenny Quispe Quispe	LA PAZ
188	Gregorio Tambo Borrás	LA PAZ
189	Jhonny Chura Chávez	LA PAZ
190	Carolina Henrit Huanca Sirpa	LA PAZ
191	Claudia Mamani Calle	LA PAZ
192	Patricia Belén Huanca Mamani	LA PAZ
193	Juan Reynaldo Mamani Pinto	LA PAZ
194	Gianina Madelein Rodríguez Méndez	LA PAZ
195	Gilda Teresa Condori Salas	LA PAZ
196	Carlos Sarmiento Cerda	LA PAZ
197	Víctor Arsenio Huanca Ayllón	LA PAZ
198	Adriana Candia Terán	LA PAZ
199	Noelia Sharon Casas Cornejo	LA PAZ
200	Cristian Manuel Laura Maldonado	LA PAZ
201	Livian Yupanqui Condori	LA PAZ
202	Miriam Roldan Espinal	LA PAZ
203	Patricia Camberos Mamani	LA PAZ
204	Lusvid Ysaura Cerrogrande Agno	LA PAZ
205	Rocio Gabriela Villegas Villegas	LA PAZ
206	Yocelynn Quispe Quispe	LA PAZ
207	Giovanna Kimberly Ponce Oquendo	LA PAZ
208	Choka Huanca Marínes	LA PAZ
209	De Yanira Huaygua Márquez	LA PAZ
210	Diego Alejandro Hernández Ramírez	LA PAZ

N°	Nombre	Ciudad/Municipio
211	Yuly Ruth Delgado Cuevas	LA PAZ
212	Silvia Eugenia Apaza	LA PAZ
213	Cinthia Quispe Paredes	LA PAZ
214	Noelia Verónica Yujra Alejo	LA PAZ
215	Lurdes Flores Orozco	LA PAZ
216	Emily Camila Barahona Lanza	LA PAZ
217	Maytte Nihusa López López	LA PAZ
218	Camila Daniela Vargas Miranda	LA PAZ
219	Maria Laura Agramont Fuentes	LA PAZ
220	Remberto Quenta Carvajal	LA PAZ
221	Juan Carlos Garrido Rojas	LA PAZ
222	Fabiola Rossemery Cáceres Álvarez	LA PAZ
223	Lizzette Gelem Espinal Espejo	LA PAZ
224	Elizabeth Condori Aguilar	LA PAZ
225	Beatriz Canaviri Charca	LA PAZ
226	Vivian Yandira Flores Intipampa	LA PAZ
227	Brecilia López Arce	LA PAZ
228	Yhesica Lizeth Tucupa Gonzales	LA PAZ
229	Asdrid Lidia Molina Montes	LA PAZ
230	Gladys Pamela Loza Blanco	LA PAZ
231	Teresa Paola Mamani Lucana	LA PAZ
232	Mary Luz Nina Alcón	LA PAZ
233	Ruddy Quispe Tapia	LA PAZ
234	Marianela Vallejos Mamani	LA PAZ
235	Shirley Fernández Limachi	LA PAZ
236	Anahí Belén Tambo Fernández	LA PAZ
237	Marina Luisa Matías Amarro	LA PAZ
238	Ever Reynaldo Loayza Villarroel	LA PAZ
239	Iván Jesús Romero Mamani	LA PAZ
240	Álvaro Brayan Larco Frías	LA PAZ
241	Ruth Cecilia Luizaga Hinojosa	ORURO
242	Nazaret Condori Montaña	ORURO
243	Cecilia Sejas Martínez	ORURO
244	Maribel Lima Blanco	ORURO
245	Gari Ramírez Cardenas	ORURO
246	Igor Andrés Murillo Vincentty	ORURO
247	Maria Elena Magne Arias	ORURO
248	Moises Lovera Lopez	ORURO
249	Gabriela Duran Herrera	ORURO
250	Vilma Ramos Onofre	ORURO
251	Juan Pablo Gutierrez Sanjines	ORURO
252	Mary Villca Mendoza	ORURO
253	Rosalía Caballero Quisbert	PANDO
254	Daniela Hiza Lozano	PANDO
255	Leiner Villavicencio Paredes	PANDO
256	Maria Ruth Vela Alvarez	PANDO
257	Andrea Abril Caceres Salas	PANDO
258	Yordy Vaca Rodriguez	PANDO
259	Yilda Huanca Nina	PANDO
260	Yasmine Somy Arteaga	PANDO
261	Carmina Lozano	PANDO
262	Yesenia Catarro Ferreira	PANDO
263	Ercilia Vargas Chao	PANDO
264	Jenny Frida Huasco Huasco	PANDO
265	Jhennifer Aurora Quentasi Choque	POTOSÍ

N°	Nombre	Ciudad/Municipio
266	Gustavo Espejo Garabito	POTOSÍ
267	Paola Soledad Antezana Castro	POTOSÍ
268	Eliana Ivone Alfaro Mamani	POTOSÍ
269	Paola Andrea Quispia Ibarra	POTOSÍ
270	Liliana Arcibia Colque	POTOSÍ
271	Jhony Ler Yalusqui	POTOSÍ
272	Grover Layme Taqui	POTOSÍ
273	Yesica Jeanett Cruz Bravo	POTOSÍ
274	Elizabeth Acarapi Mendoza	POTOSÍ
275	Karina Sanchez Machaca	POTOSÍ
276	Maribel Cruz Coro	POTOSÍ
277	Lusbed Vidaurre Faurique	SANTA CRUZ
278	Laura Jhoselyn Llusco Acho	SANTA CRUZ
279	Maria Laura Paniagua Gutierrez	SANTA CRUZ
280	Oscar Gutierrez Alvarez	SANTA CRUZ
281	Fabiola Uriona Villarroel	SANTA CRUZ
282	Laura Leon Mamani	SANTA CRUZ
283	Noemi Alavi Diaz	SANTA CRUZ
284	Anahi Barrero Ramirez	SANTA CRUZ
285	Yamid Yoselin Barrios Oros	SANTA CRUZ
286	Carolina Calle Martinez	SANTA CRUZ
287	Fabiola Severiche Arias	SANTA CRUZ
288	Ana Cecilia Conde Ayala	SANTA CRUZ
289	Liseth Jimena Rivero Tejerina	SANTA CRUZ
290	Mireya Paola Llanos Peña	SANTA CRUZ
291	Diana Belen Rojas Salas	SANTA CRUZ
292	Carlos Santacamacho Farel	SANTA CRUZ
293	Rocio Chambi Montaña	SANTA CRUZ
294	Jean Pierre Castro Pinto	SANTA CRUZ
295	Vanessa Salas Rivero	SANTA CRUZ
296	Celeste Ribera Butillo	SANTA CRUZ
297	Marco Antonio Orozco	SANTA CRUZ
298	Jose Niethammer Zeballos	SANTA CRUZ
299	Enrique Nemer Medino	SANTA CRUZ
300	Karla Ardaya Cortez	SANTA CRUZ
301	Maria Fernanda Bazan	SANTA CRUZ
302	Angelica Franco Roca	SANTA CRUZ
303	Lia Vania Duran	SANTA CRUZ
304	Yoselin Garcia Quintana	SANTA CRUZ
305	Sergio Silva Quispe	SANTA CRUZ
306	Valeria Camacho Lazarte	SANTA CRUZ
307	Paola Virginia Velarde	SANTA CRUZ
308	Robert Andres Solares	SANTA CRUZ
309	Jeaninne Hurtado Gutierrez	SANTA CRUZ
310	Sonia Ivett Patzi Cueto	SANTA CRUZ
311	Marcelo Leaños Marquez	SANTA CRUZ
312	Gabriela Flores Vaca	SANTA CRUZ
313	Yessenia Flores Vaca	SANTA CRUZ
314	Maria Estela Quiroz	SANTA CRUZ
315	Alexandra Paz Ugarte	SANTA CRUZ
316	Alejandra Achata	SANTA CRUZ
317	Rodrigo Meneses Eguez	SANTA CRUZ
318	Lizeth Huallpara	SANTA CRUZ
319	Simón Andrés Lola Duran	SANTA CRUZ
320	Surianne Saucedo Ramos	SANTA CRUZ

Nº	Nombre	Ciudad/Municipio
321	Maria Katherine Velasco Teran	SANTA CRUZ
322	Brenda Prado Ortiz	SANTA CRUZ
323	Anderzon Alex Gomez Colque	SANTA CRUZ
324	Pascuala Aricoma Espino	SANTA CRUZ
325	Delma Lissa Leiguez	SANTA CRUZ
326	Yulissa Mamani Apaza	SANTA CRUZ
327	Alexandra Teresa Flores	SANTA CRUZ
328	Fatima Giorgeli Alvarez Arias	SANTA CRUZ
329	Andrea Cortez Charupa	SANTA CRUZ
330	Stephanie Guaristy Cespedes	SANTA CRUZ
331	Yoselin Canaviri Febrero	SANTA CRUZ
332	Jose Luis Leaños Flores	SANTA CRUZ
333	Roby Daniel Duran Aguilar	SANTA CRUZ
334	Maria Nazaria Vaca Parraga	SANTA CRUZ
335	Carla Peñaranda Bargaz	SANTA CRUZ
336	Maria Alejandra Mendoza Borda	SANTA CRUZ
337	Aldo Peña Vaca	SANTA CRUZ
338	Mauricio Carae Masay	SANTA CRUZ
339	Rider Rodriguez Quintana	SANTA CRUZ
340	Melissa Charity Wiebe Unger	SANTA CRUZ
341	Maria Fernanda Yatevery Vallejos	SANTA CRUZ
342	Sthefanny Pariente Roide	SANTA CRUZ
343	Melisa Leon Lozano	SANTA CRUZ
344	Limber Cacho Vedia Barrientos	SANTA CRUZ
345	Ericka Capabianco Paz	SANTA CRUZ
346	Maria Teresa Guzman	SANTA CRUZ
347	Rosa Vanessa Mamani Giles	SANTA CRUZ
348	Litsy Rosario Vacaflores Claros	SANTA CRUZ
349	Walton Claire Justiniano	SANTA CRUZ
350	Gabriel Gomez Calderon	SANTA CRUZ
351	Jhon Avila Salazar	SANTA CRUZ
352	Jhosseline Machicado	SANTA CRUZ
353	Lia Katherine Quiroz	SANTA CRUZ
354	Juan Carlos Flores	SANTA CRUZ
355	Maria Mercedes Villarroel Flores	SANTA CRUZ
356	Dayana Katherine Alvarez	SANTA CRUZ
357	Sergio Andres Pereira Algarafaz	SANTA CRUZ
358	Andrea Cespedes Encinas	MONTERO
359	Martha Laura Oliva Barba	MONTERO
360	Marlene Andia Orellana	MONTERO
361	Jenny Carlos Tirado	MONTERO
362	Mirian Rodriguez Mamani	MONTERO
363	Edilber Ortiz Rivera	MONTERO
364	Yaquelin Liliana Tola Ticona	MONTERO
365	Mariel Victoria Olmos Ajhuacha	MONTERO

Nº	Nombre	Ciudad/Municipio
366	Ulises Choque Flores	MONTERO
367	Adriana Yesica Amador Vaca	TARIJA
368	Janeth Yolinda Mondaque Mercado	TARIJA
369	Maria Roxana Duran	TARIJA
370	Jenny Gabriela Cruz Aramayo	TARIJA
371	Nadia Natalin Guerrero Velsquez	TARIJA
372	Jimena Tintaya Ramirez	TARIJA
373	Lesly Masiel Herrera Arenas	TARIJA
374	Rolando Vedia Fernandez	TARIJA
375	Jimena Mamani Yujra	TARIJA
376	Claudia Andrea Cruz Calla	TARIJA
377	Marylin Teresa Ortiz Anachuri	TARIJA
378	Anghy Gabriela Condori Segovia	TARIJA
379	Nelson Manuel Diaz	TARIJA
380	Jesus Pedro Caro Lopez	TARIJA
381	Abigail Jorgelina Garnica Rodriguez	TARIJA
382	Nelida Isabel Sanchez Iraula	TARIJA
383	Isaias Neyer Mendez Guerrero	TARIJA
384	Nadir Roman Cuevas	TARIJA
385	Noemi Ramos Cardenas	TARIJA
386	Janssi Joselin Calsina Aramayo	TARIJA
387	Brayan Perez Ortega	TARIJA
388	Enelda Castillo Torrez	TARIJA
389	Noemi Chavez Rivera	TARIJA
390	Yandi Landia Núñez Montero	TRINIDAD
391	Mijail Mollinedo Mejía	TRINIDAD
392	Juan Felipe Tamo Guaji	TRINIDAD
393	Mishela Da Silva Dorado	TRINIDAD
394	Rodrigo Castro Noza	TRINIDAD
395	Betina Ovale Vásquez	TRINIDAD
396	Reyna Olivia Condori Salcedo	TRINIDAD
397	Denny Tumiri Huanca	TRINIDAD
398	Yovana Viquine Rodríguez	TRINIDAD
399	Sayuri Villarroel Beltrán	TRINIDAD
400	Prissila Zelady Machado	TRINIDAD
401	Sdenka Rossendy Rojas	TRINIDAD
402	Geovana Elvia Machaca Peñafiel	YACUIBA
403	Deyci Ayllon Dominguez	YACUIBA
404	Pamela Eili Ortega Chiri	YACUIBA
405	Karen Salazar Aramayo	YACUIBA
406	Judith Noelia Rojas Panique	YACUIBA
407	Sisy Gabriela Castro Paticu	YACUIBA
408	Gerardo Daniels Sanchez Ortega	YACUIBA



Estudiante de la Universidad Mayor de San Andrés y servidor público de ASFI iniciando el trabajo de campo en Villa Fátima - Ciudad de La Paz.



3ª ENCUESTA NACIONAL DE SERVICIOS FINANCIEROS

Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero

