



**2^{da} ENCUESTA
NACIONAL DE
SERVICIOS FINANCIEROS**
Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero

Informe de Resultados

Gestión 2016



**2^{da} ENCUESTA
NACIONAL DE
SERVICIOS FINANCIEROS**
Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero

Informe de Resultados

Gestión 2016



Informe de Resultados

Gestión 2016

Informe de Resultados de la 2.a Encuesta Nacional de Servicios Financieros: La Paz – Bolivia

© 2016 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 mandato de la Ley de Servicios Financieros N° 393 y por segundo año consecutivo, ASFI realizó la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, la cual tiene el objeto de evaluar las necesidades en materia financiera de los consumidores financieros, el nivel de atención a las mismas por parte de las entidades y las percepciones de la población sobre el grado de cumplimiento de la función social de las entidades de intermediación financiera en la prestación de servicios financieros. Los resultados provenientes de esta encuesta contribuirán al establecimiento de acciones encaminadas a lograr que la actividad financiera redunde en el mayor beneficio posible para la población, contribuyendo al desarrollo integral para el vivir bien, eliminar la pobreza y la exclusión social y económica. Bajo estas premisas, tengo el agrado de presentar el *Informe de resultados de la Segunda Encuesta Nacional de Servicios Financieros (2ENSF) 2016*.

En esta versión de la encuesta, realizada el 9 de septiembre de 2016, ASFI recolectó información en 312 Puntos de Atención Financiera (PAF) de bancos múltiples, el banco público, bancos PYME, entidades financieras de vivienda y siete instituciones financieras de desarrollo que recientemente obtuvieron licencia de funcionamiento. Asimismo, como parte de la estrategia de la encuesta, ASFI contó con el apoyo de 272 estudiantes de 11 universidades públicas y privadas del país y desplegó 74 funcionarios de la entidad, que recorrieron los PAF seleccionados.

En cuanto a los resultados de esta *2ENSF*, se pudo establecer que la satisfacción de los servicios financieros está muy relacionada con la forma en que son brindados por las entidades, destacándose la calidad y calidez, el nivel de acceso que tienen los consumidores financieros a los servicios financieros y el beneficio que pueden obtener de ellos, entre los que se encuentran las tasas de interés recibidas por sus depósitos. Se observó además que la satisfacción es distinta en función de la región geográfica de residencia, el nivel de educación, de ingresos y la edad del consumidor financiero.

La encuesta permitió estimar también el índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros, el cual se relaciona con la eficiencia y seguridad de los servicios financieros, el acceso, la calidad y calidez, la continuidad, los tiempos y los costos de la prestación de servicios financieros. Al igual que el índice de satisfacción, gracias a la encuesta se pudo determinar diferencias importantes cuando se considera la región geográfica, género, nivel educativo e ingresos del consumidor financiero.

Entre las necesidades de los consumidores financieros, se constató que existe una baja utilización de los medios electrónicos de pago, siendo el principal motivo la falta de conocimiento sobre el uso de estos servicios. Asimismo, se identificó la necesidad de profundizar el acceso al crédito, tomando en cuenta que las necesidades crediticias de los consumidores financieros son muy distintas en función de su nivel educativo.

Esta Autoridad de Supervisión agradece a los más de 3000 consumidores financieros seleccionados en la muestra, quienes brindaron su tiempo para contestar las preguntas del cuestionario, a los 272 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 funcionarios de ASFI que con gran esfuerzo y dedicación culminaron exitosamente esta 2.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros.



IV

Lenny Valdivia Bautista

Directora General Ejecutiva a.i.

Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero

CONTENIDO

V

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.....	9
2.7. METODOLOGÍA DE ESTIMACIÓN.....	9
2.8. ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO.....	10
2.9. TRABAJO DE CAMPO.....	11
3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	13
3.1. ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO.....	13
3.1.1. <i>Satisfacción según características demográficas del consumidor</i>	16
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 según características demográficas del consumidor</i>	23
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>	30
3.3.4. <i>Centro de llamadas</i>	32
3.3.5. <i>Otros productos y servicios</i>	32

4. TABULACIÓN DEL CUESTIONARIO.....	35
Sección 1: Ahorros.....	35
Sección 2: Transacciones electrónicas.....	39
Sección 3: Cajeros automáticos.....	42
Sección 4: Créditos.....	44
Sección 5: Atención en cajas.....	48
Sección 6: Atención en plataforma.....	49
Sección 7: Atención en el centro de llamadas.....	50
Sección 8: Atención de reclamos.....	52
Sección 9: Educación financiera.....	54
Sección 10: Acceso, comodidad y seguridad.....	55
Sección 11: Otros relacionados con la calidad y satisfacción.....	55
Sección 12: Responsabilidad social empresarial y función social.....	59
Sección 13: Nivel de satisfacción con las entidades financieras.....	63
Sección 14: Datos del entrevistado(a).....	64
5. CONCLUSIONES.....	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73
ERRORES MUESTRALES.....	74
LISTA DE MUNICIPIOS DE LA MUESTRA.....	75
AGRADECIMIENTOS.....	76

GRÁFICAS Y TABLAS



Ilustración 2.1 Municipios nacionales incluidos en la 2ENSF.....	5
Ilustración 2.2 Número de transacciones financieras que se realizan diariamente en los PAF.....	7
Ilustración 2.3. Secciones del cuestionario usado en la ENSF.....	11
Ilustración 3.1. Calidad y calidez con sus dimensiones explicativas.....	13
Ilustración 3.2. Índice de satisfacción de los consumidores financieros nacionales.....	15
Ilustración 3.3. Variación en el índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social.....	21
Ilustración 3.4. Modelo: índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social.....	22
Tabla 2.1 Marco Muestral, número de PAF y municipios incluidos por departamento.....	6
Tabla 3.1 Cambio en el índice de satisfacción 2016 respecto al índice 2015.....	16
Tabla 3.2 Variación de principales factores considerados en el índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social.....	21
Gráfica 3.1. Correlación significativa entre variables.....	14
Gráfica 3.2. Índice de satisfacción de los consumidores financieros nacionales.....	17
Gráfica 3.3. Satisfacción promedio según departamento.....	17
Gráfica 3.4. Satisfacción promedio según nivel educativo.....	18
Gráfica 3.5. Satisfacción promedio según tipo de entidad.....	18
Gráfica 3.6. Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social.....	24
Gráfica 3.7. Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según nivel de educación.....	24
Gráfica 3.8. Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según departamento.....	25
Gráfica 3.9. Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según tipo de entidad.....	25
Gráfica 3.10. Proporción de consumidores financieros que tienen ahorros en la entidad o en otra y principales motivos por lo que no tiene ahorros en la entidad.....	26
Gráfica 3.11. Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito asociada a su cuenta, y razones por las que no cuenta con tarjeta de débito.....	27
Gráfica 3.12. Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según nivel de educación.....	28

Gráfica 3.13. Proporción de consumidores financieros que utilizan cajeros automáticos según nivel de educación.....	28
Gráfica 3.14. Proporción de consumidores financieros que utilizan cajeros automáticos según nivel de ingreso y género.....	29
Gráfica 3.15 Indique el problema que más le afecta al usar cajeros automáticos.....	30
Gráfica 3.16 Proporción de consumidores financieros que tienen un crédito por nivel de educación.....	30
Gráfica 3.17 Proporción de consumidores financieros que tienen crédito por nivel de educación, según tipo de crédito.....	31
Gráfica 3.18 Proporción de consumidores financieros que tienen créditos, por nivel de ingreso y género.....	31
Gráfica 3.19 Proporción de consumidores financieros que usan el centro de llamadas por nivel de ingreso.....	32
Gráfica 3.20 Proporción de consumidores financieros que utilizaron transacciones electrónicas e instrumentos electrónicos de pago.....	32
Gráfica 3.21 ¿ Por qué no ha realizado transacciones electrónicas?.....	33
Gráfica 3.22 Proporción de consumidores financieros que tuvo algún problema al realizar alguna transacción electrónica y tipo de problema.....	33

ACRÓNIMOS

1ENSF	Primera Encuesta Nacional de Servicios Financieros
2ENSF	Segunda 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

De acuerdo con el artículo 4 de la Ley N° 393 de Servicios Financieros (LSF), los servicios financieros deben cumplir una función social. Asimismo, el artículo 116 de la LSF establece 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), orientada a 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.

En la gestión 2016, la Segunda Encuesta Nacional de Servicios Financieros (2ENSF) se llevó a cabo el 9 de septiembre. Se consideraron en la muestra, un total de 312 Puntos de Atención Financiera (PAF) en 46 municipios de todos los departamentos del país. Esta cobertura amplió en 19% el número de PAF y en 77% el número de municipios visitados respecto a la Primera Encuesta Nacional de Servicios Financieros (1ENSF). Asimismo, la 2ENSF visitó, por primera vez, PAF de instituciones financieras de desarrollo (IFD), siete de ellas obtuvieron la correspondiente licencia de funcionamiento, coincidentemente, el mismo 9 de septiembre de 2016. De esta manera se cumplió el mandato de la LSF en cuanto a que la ENSF debe tener representatividad a nivel nacional.

A objeto de facilitar la entrevista, la 2ENSF utilizó un cuestionario estructurado con 95 preguntas distribuidas en 14 secciones que abarcan diversos servicios ofrecidos por las entidades. La recolección de datos contó con el apoyo de 11 universidades del país, una unidad educativa y la participación de 272

estudiantes de las Facultades de Ciencias Económicas y Financieras y de otras áreas. El trabajo de campo estuvo a cargo de 74 funcionarios de ASFI que participaron como encuestadores y supervisores, además del 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 entidades de intermediación financiera que les proveen productos y/o servicios financieros. Asimismo, para la evaluación de los factores próximos que explican la satisfacción, la 2ENSF aplicó variables no observables relacionadas con el comportamiento del consumidor. Para la obtención de los índices de satisfacción y del grado de percepción del cumplimiento de la función social, se aplicó un modelado de rutas a través 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 2015, se observa una reducción de 0,40 en el índice de satisfacción 2016 (5,1% de reducción). Así, en una escala que va del 0 al 10, mientras el índice de satisfacción 2015 fue de 7,85, el índice de satisfacción 2016 fue de 7,45. Entre las principales variables que explicarían tal reducción son las calificaciones relacionadas con: 1) los procedimientos para obtener un crédito, 2) la comodidad en las oficinas de la entidad y 3) la satisfacción con los intereses que se recibe por los depósitos. La variable que explica la mayor parte de la satisfacción es la calidad y calidez (66%), seguida del acceso (20%) y del beneficio (14%).

En la gestión 2016, el índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social

disminuyó en 4,7% respecto a su similar de 2015. Este índice, en una escala de 0 a 10, disminuyó de 7,59 en el año 2015 a 7,23 en la presente gestión, una variación absoluta de -0,36. Algunas de las preguntas que recibieron menor puntaje y explicarían esta variación son las relacionadas con: 1) si el consumidor financiero recomendaría la entidad a familiares u otras personas, 2) la adecuada ubicación de los PAF, 3) la amabilidad del personal y 4) el asesoramiento comprensible brindado por los empleados de la entidad.

En cuanto a las necesidades de los consumidores financieros identificadas, se observa que el uso de transacciones electrónicas y medios electrónicos de pago es aún limitado. Los consumidores financieros

indicaron que el principal motivo para el uso limitado de transacciones electrónicas y medios electrónicos de pago es la falta de conocimiento en el uso de estos servicios. Por otra parte, las entidades financieras deben continuar mejorando la calidad de servicios que brindan, pues, a modo de ejemplo, el 46% de los consumidores financieros mencionaron la existencia de problemas técnicos en el uso de cajeros automáticos. Asimismo, es importante continuar incentivando el ahorro, pues el 25% de los consumidores financieros afirmaron no tener ahorros en ninguna entidad del sistema financiero. Finalmente, debe buscarse mayor profundidad en el uso de créditos, donde sólo el 45% de los encuestados afirmó tener algún crédito.



Estudiantes de la Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz en la capacitación para encuestadores del municipio de Santa Cruz de la Sierra.



Estudiante de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno encuestando en el municipio de Montero del departamento de Santa Cruz.

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el artículo 4 de la Ley N° 393 de Servicios Financieros (LSF), los servicios financieros deben cumplir una 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, la misma Ley dispone que uno de los objetivos de la regulación y supervisión financiera es asegurar que las entidades financieras satisfagan las necesidades del consumidor financiero (artículo 17). Uno de los mecanismos establecidos en la LSF (artículo 73) para el logro de ese objetivo, es la realización de estudios sobre necesidades y grado de satisfacción de los consumidores financieros.

Bajo las directrices señaladas por la LSF, la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) registra y controla el cumplimiento de la función social de los servicios financieros. La Encuesta Nacional de Servicios Financieros (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 mismas.

Por otro lado, se destaca el acercamiento de ASFI con los consumidores financieros a través de la encuesta. Este tipo de operativos no suelen ser parte de las actividades desarrolladas por supervisores de otros países. La preocupación principal de bancos centrales y superintendencias financieras en el ámbito mundial, es velar por la estabilidad y solvencia

de los sistemas financieros, que son objetivos muy importantes, pero pasan por alto la opinión que tiene el consumidor financiero respecto a las necesidades financieras 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, se realizó la Primera Encuesta Nacional de Servicios Financieros (1ENSF) el día viernes 4 de septiembre¹. Los consumidores financieros otorgaron un puntaje de 7,85 sobre 10 a la satisfacción que tienen con los servicios financieros. Asimismo, el puntaje promedio para el cumplimiento de la función social de las entidades financieras fue de 7,59 sobre 10. La 1ENSF reveló que aún existe un limitado uso de medios electrónicos de pago, aspecto que está positivamente correlacionado con el nivel de educación.

Se detecta el acercamiento de ASFI a los consumidores financieros a través de la encuesta

En la gestión 2016, la Segunda Encuesta Nacional de Servicios Financieros (2ENSF) se llevó a cabo el día 9 de septiembre. La selección de la fecha de la encuesta consideró la alta afluencia de consumidores financieros observada ese día. La muestra considerada abarcó 312 Puntos de Atención Financiera (PAF) en 46 municipios de todos los departamentos del país². Esta cobertura amplió en 19% el número de PAF y en 77% el número de municipios visitados respecto de la primera versión. Asimismo, en la 2ENSF se visitó, por primera vez, PAF de instituciones financieras de

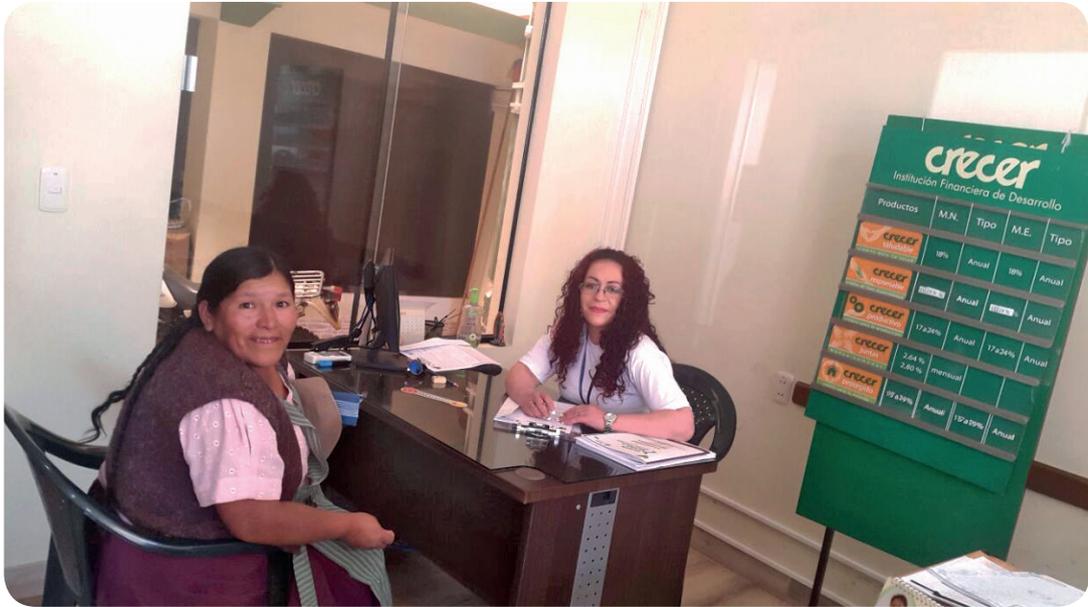
1. Los resultados de dicha encuesta se encuentran en el Informe de resultados publicados en la página web de ASFI.

2. La 1ENSF consideró 263 PAF en 26 municipios del país (ASFI, 2015, pág. 12).

desarrollo (IFD), las cuales obtuvieron su licencia de funcionamiento el mismo día de la encuesta.

El presente informe contiene los principales resultados de la 2^{ENSF}. La siguiente sección, correspondiente a la segunda parte, presenta una breve descripción del diseño y metodología de la encuesta. La tercera parte, contiene los resultados de la encuesta bajo el marco de los objetivos de la LSF: 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 y lecciones aprendidas orientadas a dar lineamientos para mejorar la regulación de los servicios y productos financieros.



Servidora pública de ASFI encuestando en el municipio de Monteagudo Chuquisaca.

2. DISEÑO Y METODOLOGÍA

De acuerdo con lo señalado en la sección anterior, la ENSF se realiza por mandato de la LSF. Específicamente, el artículo 116 señala: «La Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero - ASFI implementará encuestas anuales representativas que abarquen a todos los segmentos de consumidores financieros de todas las regiones del país, con el fin de evaluar sus necesidades en materia financiera, el nivel de atención a las mismas por parte de las entidades financieras y las percepciones de la población sobre el grado de cumplimiento de la función social de

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

las entidades de intermediación financiera 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 las necesidades financieras, nivel de satisfacción y percepciones del grado de cumplimiento de la función social. ASFI desarrolló la metodología de recolección y de análisis. Los resultados guiarán las acciones que ASFI, como regulador del sistema financiero, asuma en beneficio de los consumidores financieros y a la sociedad en su conjunto.

Consumidor financiero = Usuario y/o cliente financiero

cuando en la relación que tiene con una entidad financiera media la suscripción de uno o más contratos. Así, por ejemplo, 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 ser el empresarial, PYME, microcrédito, créditos de consumo y/o vivienda. Por otra parte, son usuarios de servicios financieros aquellas personas que hacen uso de los mismos, pero sin que medie la suscripción de contratos. Son ejemplo de este tipo de consumidores financieros personas que en

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 es cliente financiero

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

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 el desarrollo económico³. En Bolivia se observaron mejoras importantes en el acceso y uso de los servicios financieros. El número de cuentas de depósito a noviembre de 2016 ascendió a 9.405.836 y el número de prestatarios en el mismo mes fue de 1.338.331. También, la cobertura de

2.2. Representatividad a nivel nacional

Por mandato de la LSF, la ENSF debe tener representatividad a nivel nacional, permitiendo 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 entidades de intermediación financiera señalados en la

LSF 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 considerados en la encuesta fueron, entre otros, ahorros, créditos, banca

La 2 ENSF consideró 46 municipios de los nueve departamentos, que incluyen las 9 ciudades capitales y El Alto.

los servicios financieros muestra que el 87% de los municipios con una o varias localidades con población superior a los 2.000 habitantes cuenta con algún PAF.

A pesar de las cifras disponibles, no existe una base de datos exhaustiva de los CF a nivel nacional. Esta limitante 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 visitaron los PAF seleccionados, eligiendo CF aleatoriamente entre personas mayores de 18 años que el 9 de septiembre de 2016 hicieron uso de los servicios financieros.

electrónica, atención en cajas y plataforma, servicio de atención de reclamos y el centro de llamadas de las entidades.

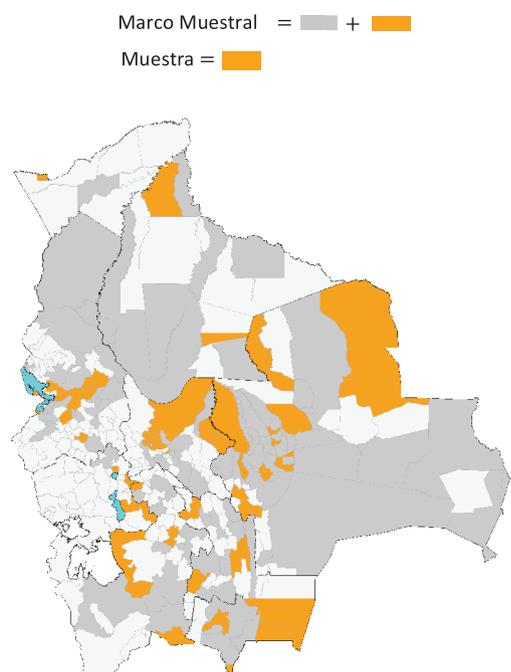
En cuanto a la representatividad a nivel geográfico, de los 106 municipios que cuentan con más de 1 PAF, la encuesta consideró 46, pertenecientes a los 9 departamentos, que incluyen las 9 ciudades capitales y El Alto. De esta manera, el

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 106 municipios y un total de 1.566 puntos de atención financiera.

3. En una muestra de 151 países se observó una estrecha correlación entre un indicador básico de acceso, medido por la población adulta que posee algún tipo de cuenta

en una entidad financiera y el logaritmo del PIB per cápita (CAF, 2011, págs. 25-26).

Ilustración 2.1 Municipios nacionales incluidos en la ZENSF



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

DEPARTAMENTOS	MUNICIPIOS	PAF
BENI	2	14
CHUQUISACA	3	14
COCHABAMBA	9	56
LA PAZ	10	80
ORURO	3	13
PANDO	1	10
POTOSÍ	4	13
SANTA CRUZ	10	89
TARIJA	4	23
TOTALES	46	312

El marco muestral fue construido a partir del listado de PAF en todo el país, identificando oficinas centrales, agencias y sucursales que prestan servicios u ofrecen productos. Para cada uno de los tipos de PAF considerados se obtuvo información sobre el número de transacciones que se realizó durante la gestión 2015. 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 urbanidad.
- Se seleccionaron los conglomerados (PAF) a través de muestreo aleatorio proporcional al número de transacciones del PAF.

- En la última etapa mediante un muestreo sistemático se seleccionó a diez consumidores financieros por cada PAF, con la finalidad de garantizar una distribución entre consumidores financieros que frecuentan los PAF en diferentes horarios.

Así, desde un punto de vista estadístico, la unidad de observación y de muestreo en su última etapa fueron los puntos de atención financiera, pues fue allí donde se buscó a los consumidores financieros (unidad de análisis) para entrevistarlos. Se entrevistó a 10 consumidores financieros en cada PAF, seleccionados al azar dentro de cada PAF mediante un muestreo aleatorio sistemático. Para garantizar la selección aleatoria de los consumidores financieros se usó un muestreo aleatorio estratificado por conglomerados bietápico, donde se determinó 5 estratos. Los conglomerados fueron los PAF.

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

Departamento	MARCO MUESTRAL		MUESTRA	
	Municipios ⁽¹⁾	PAF	Municipios	PAF
Beni	10	77	2	14
Chuquisaca	7	78	3	14
Cochabamba	19	288	9	56
La Paz	17	415	10	80
Oruro	4	56	3	13
Pando	1	18	1	10
Potosí	8	72	4	13
Santa Cruz	32	453	10	89
Tarija	8	109	4	23
Total	106	1.566	46	312

(1) Municipios con 2 o más PAF

FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

2.3. Encuestas anuales

La LSF establece que ASFI debe realizar la ENSF de forma anual. Para la elección del día se consideró el número de transacciones realizadas en los PAF de las entidades en pasadas gestiones, a fin de garantizar la presencia de consumidores financieros. La información reportada por las entidades muestra que los días en los que la gente realiza más transacciones son los lunes y viernes de cada semana. Considerando las dificultades

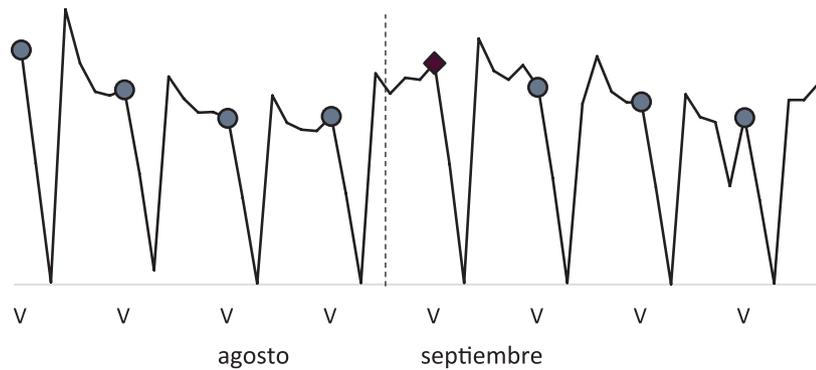
logísticas (desplazamiento humano y capacitación a estudiantes universitarios) que conllevaría realizar la encuesta en lunes, se decidió que debía llevarse a cabo en viernes.

Dado que el número de transacciones es particularmente elevado la primera y segunda semana

del mes de septiembre, se optó por realizar la encuesta el día viernes 9 de septiembre de 2016.

Se eligió el 9 de septiembre de 2016 para realizar la 2ENSF, a objeto de garantizar la afluencia de consumidores financieros a los PAF

Ilustración 2.2 Número de transacciones financieras que se realizan diariamente en los PAF



Nota: V = viernes

FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

2.4. Objetivos de la encuesta

Los objetivos que persigue la *ENSF* 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.

Luego de señalar los objetivos se describen los indicadores usados para el cumplimiento de los objetivos establecidos precedentemente.

2.5. Indicadores

La *ENSF* recolectó información respecto de las necesidades de los consumidores financieros y el uso que hacen estos 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 de las entidades 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 usan varias variables para medir un solo concepto, pero es posible explicarla a través de un conjunto de características. La satisfacción con los servicios financieros, por ejemplo, puede ser explicada mediante la seguridad que

tiene el consumidor financiero al realizar transacciones; 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, que es la diferencia entre el valor real de la variable y el valor obtenido a través de la medición.

Por supuesto, también sería factible preguntar al Consumidor Financiero 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, reduciría de forma significativa la calidad de la medición. 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; más 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 guiaría la reglamentación y el actuar de ASFI, permitiéndole enfocar 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.

Se evaluó 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.

2.6. Escalas de medición

Las variables para la evaluación de las necesidades financieras y su nivel de atención tienen una escala de medición nominal u ordinal.

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. El número 0 se interpreta, en todos los casos, como total desacuerdo, total insatisfacción o pésima calificación⁴. El número 10 se interpreta, de forma opuesta, como acuerdo total, total satisfacción

o excelente calificación. Como es probable que los consumidores financieros prefieran no usar ninguna de estas calificaciones extremas, todas las valoraciones intermedias son posibles.

Pocas preguntas en la 2ENSF 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.

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.

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 la 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 es realizado al explicar la varianza de las 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 considera ecuaciones estructurales estimado 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) son representadas mediante óvalos. Un modelo de rutas con mínimos cuadrados parciales consta de dos elementos: 1) un modelo estructural (o modelo interior) que representa los constructos, que debe señalar las relaciones (rutas) entre los constructos; y 2) los modelos de medición (modelos exteriores) de los constructos, que contienen las relaciones entre estos 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

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

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, para construir factores compuestos a través del análisis de componentes principales.

Esta metodología trabaja eficientemente con muestras de tamaño pequeño y modelos complejos y no requiere supuestos respecto a la distribución de los datos. Es eficiente con relativamente pocos datos, pues usa mínimos cuadrados para estimar las relaciones de regresión parciales, en lugar de estimar todas las relaciones en el modelo estructural simultáneamente (*ibíd*).

Si bien existen muchas otras metodologías

2.8. Estructura del cuestionario

El cuestionario de la ENSF busca facilitar el proceso de la entrevista. Consta de 95 preguntas distribuidas en 14 secciones que abarcan diversos servicios ofrecidos por las entidades. Las primeras cuatro secciones están dirigidas a los clientes de las entidades, las siguientes 9 pueden ser respondidas por los clientes o usuarios, y la última sección contiene información demográfica del encuestado.

El cuestionario comienza indagando sobre los servicios básicos ofrecidos por las entidades de intermediación: depósitos y créditos. Las secciones 2 y 3 corresponden a las transacciones

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 2ENSF usa la metodología *PLS-SEM*.

electrónicas y cajeros automáticos, servicios que están estrechamente relacionadas con los depósitos. Las secciones 5 a la 8, dirigidas a usuarios y clientes financieros, consideran la atención en cajas, en plataforma, del centro de llamadas de la entidad, así como de punto de reclamo. Las secciones 9 a 13 contienen

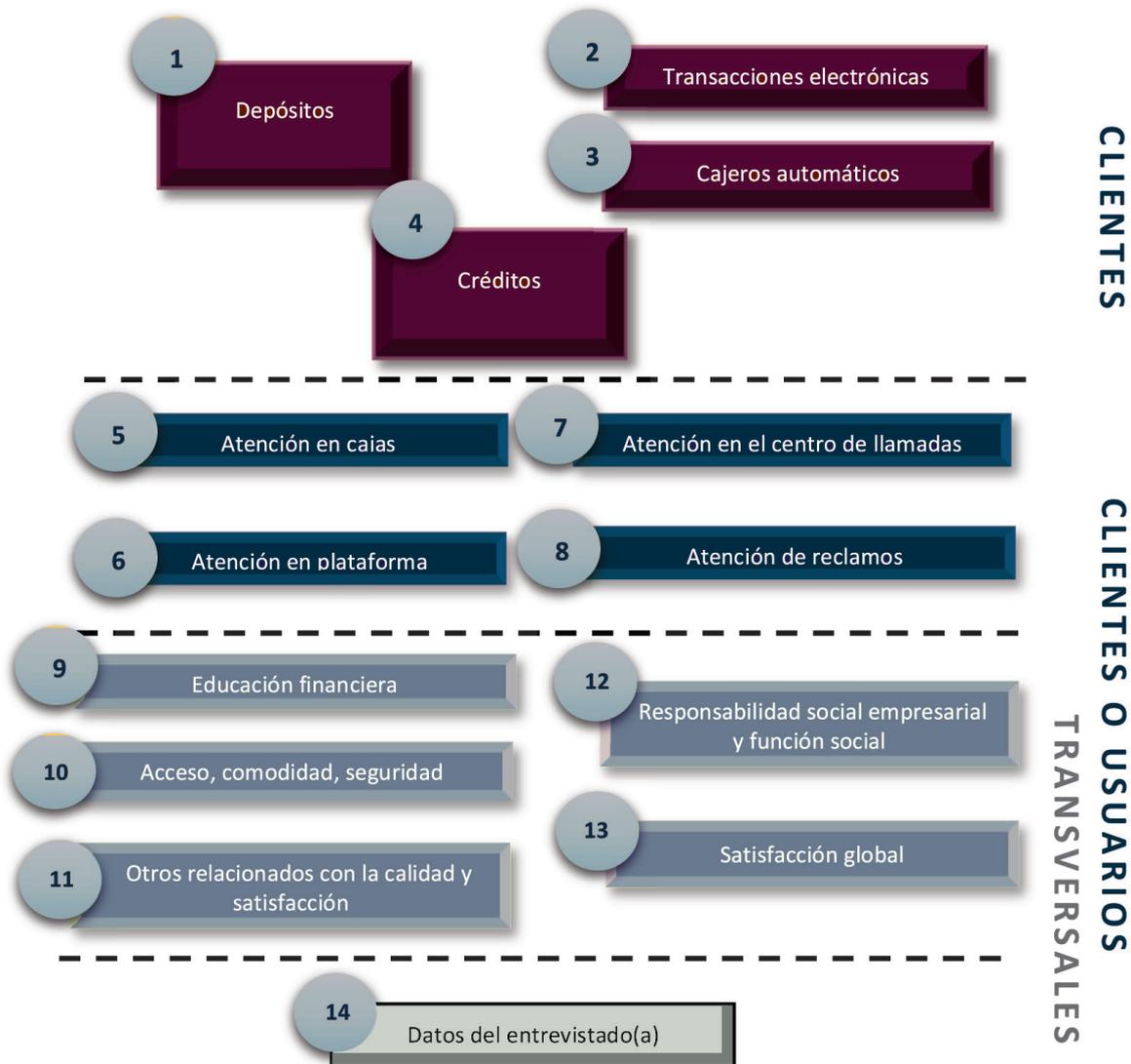
preguntas transversales relacionadas con el conjunto de servicios financieros proporcionados

por las entidades, como ser educación financiera, acceso, comodidad, seguridad, responsabilidad social empresarial, función social y satisfacción.

La metodología usada para la estimación de los índices de la 2ENSF ha sido internacionalmente aplicada para el estudio de variables complejas relacionadas con el comportamiento del consumidor.

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

Ilustración 2.3. Secciones del cuestionario usado en la ENSF



FUENTE: ASFI
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

2.9. Trabajo de campo

La recolección de datos contó con el apoyo de 11 universidades, una unidad educativa del país y la participación de 272 estudiantes de las Facultades de Ciencias Económicas y Financieras y de otras áreas. Asimismo, fueron parte de la 2ENSF, 74 funcionarios de ASFI que participaron como encuestadores y supervisores, además del personal directivo de la Institución.

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; así como también por las restricciones en cuanto al despliegue de recursos humanos se refiere.

El control del operativo de campo fue riguroso, sobre todo porque se realizó al interior de los PAF; el apoyo de las EIF facilitó la selección ordenada de consumidores financieros, proporcionó mayor comodidad a los informantes para responder el cuestionario y minimizó las faltas de respuesta y/o contingencias asociadas al trabajo de campo.



Estudiantes de la Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz que conformaron el Grupo 1 de encuestadores para el municipio de Santa Cruz de la Sierra.

3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

La ENSF proporciona información para estimar índices relacionados con la satisfacción de los consumidores y las percepciones sobre el cumplimiento de la función social de las entidades financieras.

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 componen dicho índice. La satisfacción del consumidor es un concepto multidimensional y esencialmente una medida indirecta; depende de la experiencia que tienen los consumidores con dichos productos o servicios está relacionada con la percepción del consumidor, respecto a la calidad y calidez de la atención.

3.1. Índice de satisfacción del consumidor financiero

Al igual que en la gestión 2015, para la estimación del índice de satisfacción se utilizó la valoración de los consumidores financieros respecto a las características que forman la calidad y calidez de los servicios. 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 ésta ofrece, la información que proporcionan a los consumidores, la eficiencia en la prestación de los servicios y la imagen percibida de la entidad.



Ilustración 3.1. Calidad y calidez con sus dimensiones explicativas

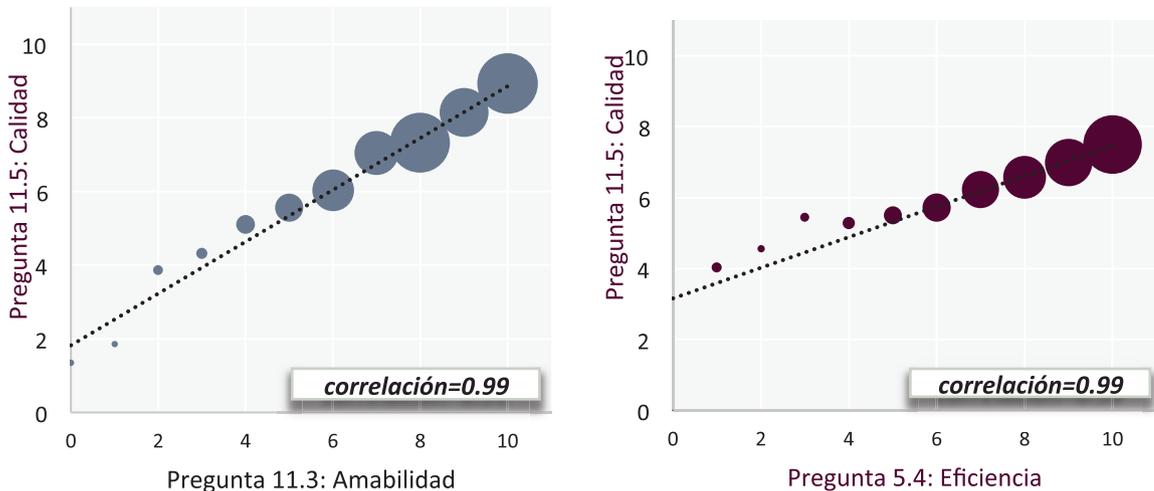


FUENTE: ASFI
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Las variables seleccionadas corresponden a una o más preguntas específicas del cuestionario. Existe una alta correlación entre las variables explicativas y las que definen la variable calidad y calidez. A modo de ejemplo, la *Pregunta 11.3: “El personal de esta entidad es eficiente y amable”* tiene un coeficiente de correlación de 0.99 con la *Pregunta 11.5 “La*

entidad busca permanentemente mejorar la atención al público”. Igualmente, la *Pregunta 5.4 “El personal es rápido y ágil para realizar sus transacciones”* y la *Pregunta 11.5* tienen un coeficiente de correlación de 0,99, el tamaño de los círculos representa el número de consumidores financieros que respondieron con las calificaciones señaladas en los ejes.

Gráfica 3.1. Correlación significativa entre variables



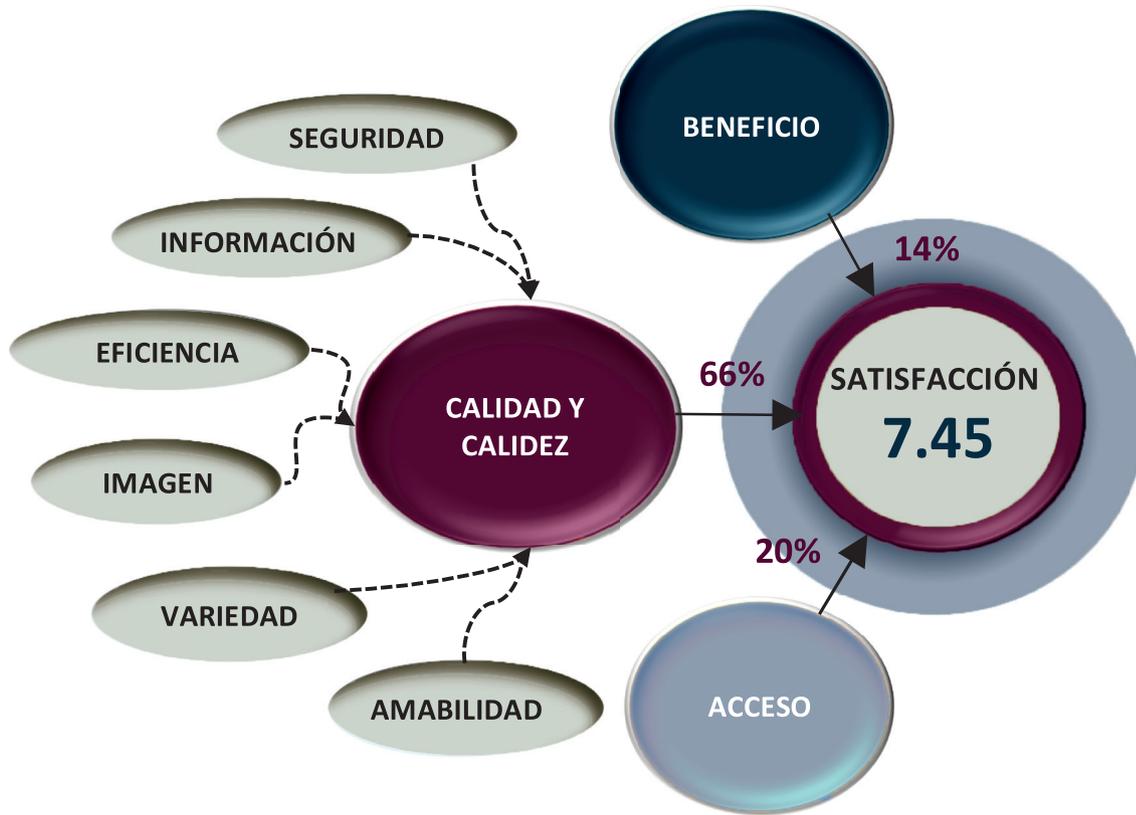
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

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). En el cuestionario de la 2ENSF, a diferencia del cuestionario de la gestión 2015, se solicitó a los consumidores financieros calificar también a todas las entidades en las que usa los servicios financieros incluidos en la boleta; así, si un consumidor financiero mantiene sus depósitos en una entidad, tiene un crédito en otra y al momento de realizarse la encuesta se encontraba pagando los servicios de energía eléctrica en una tercera, se le solicitó calificar la satisfacción general que tiene con cada una de las entidades mencionadas.

Las respuestas obtenidas con relación a la satisfacción, se correlacionan significativamente con la calidad y calidez con que se brindan los servicios financieros; sin embargo, se observó que las variables beneficio y acceso también se relacionan con la satisfacción. El beneficio se refiere a la calificación que otorgan los consumidores financieros a las tasas de interés que reciben por los depósitos que mantienen. El acceso se relaciona con la satisfacción con la cantidad de PAF de las entidades, su ubicación y sus horarios de atención. La variable que explica la mayor parte de la satisfacción es la calidad y calidez (66%), seguida del acceso (20%) y del beneficio (14%).

Ilustración 3.2. Índice de satisfacción de los consumidores financieros a nivel nacional



FUENTE: ASFI
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

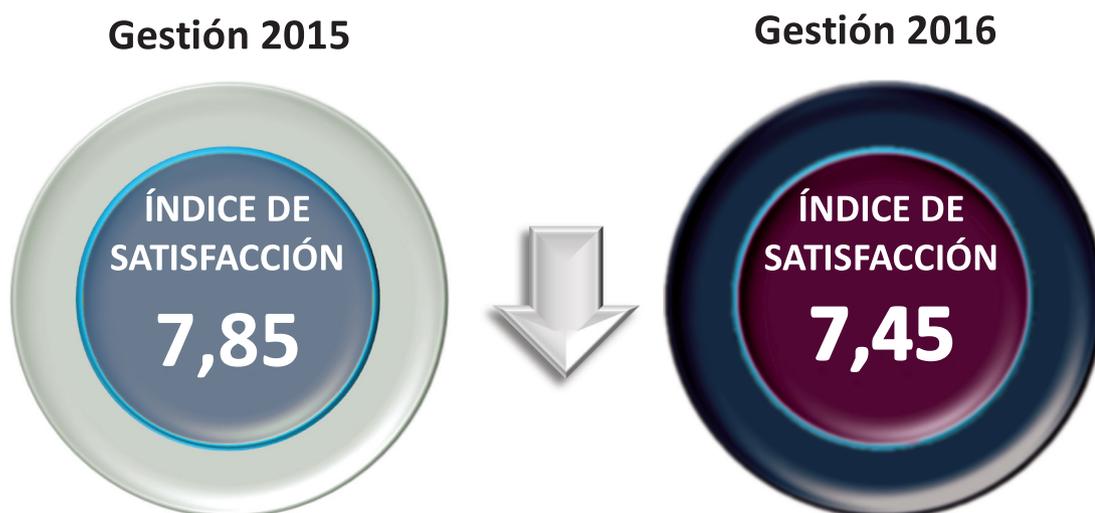
Comparado con el índice de satisfacción 2015, se observa una reducción de 0,40 en el índice de satisfacción 2016 (5,1% de reducción)⁵. Algunas de las variables que explicarían esta

reducción son: 1) los procedimientos para obtener un crédito, 2) la comodidad en las oficinas de la entidad y 3) la satisfacción con los intereses que se recibe por los depósitos.

5. La estimación del índice de satisfacción para la gestión 2016 sin incluir a las IFD, resulta 7,43; y realizando la comparación equivalente con la estimación de la gestión

2015 (7,85), resulta una disminución porcentual de -5,35% y una disminución absoluta de -0,42.

Tabla 3.1 Cambio en el índice de satisfacción 2016 respecto al índice 2015



Variables	Calificación		Variación Absoluta	Variación porcentual
	2015	2016		
Índice de satisfacción	7,85	7,45	-0,40	-5,10
Satisfacción con los intereses que recibe	6,16	5,73	-0,42	-6,88
Se siente a gusto y cómodo en las oficinas de la EIF	8,47	7,91	-0,57	-6,71
Procedimientos para obtener un crédito	7,78	7,20	-0,58	-7,50

FUENTE: ASFI

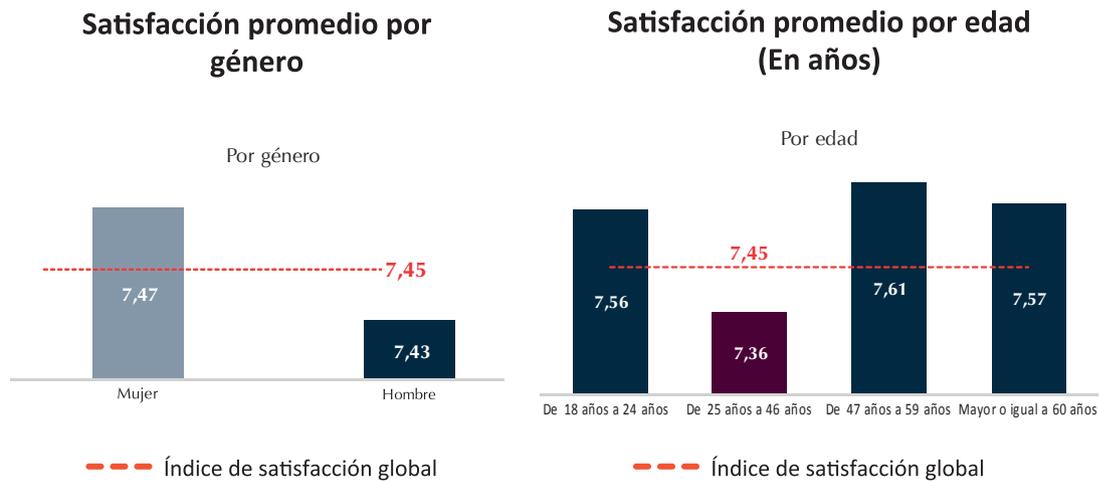
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

3.1.1. Satisfacción según características demográficas del consumidor

La valoración de los consumidores financieros con relación a los servicios y productos financieros fue diversa. Así, según género, las mujeres otorgaron a las entidades una calificación promedio de 7,47, mientras que

los varones calificaron 7,43, una brecha de 0,04 puntos a favor de las primeras. Por edades, las personas con edades entre 25 a 46 años otorgaron, en promedio, calificaciones inferiores al índice de satisfacción global.

Gráfica 3.2. Índice de satisfacción de los consumidores financieros nacionales



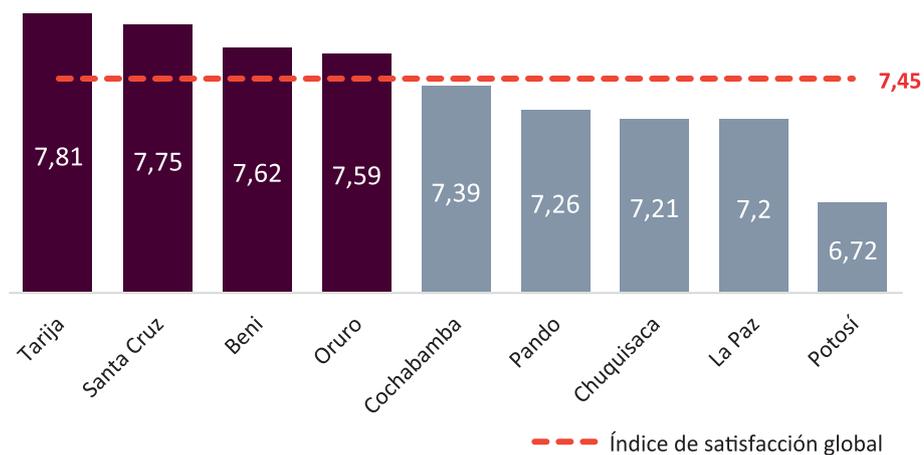
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

La valoración estimada de la satisfacción en los departamentos de Potosí, La Paz, Chuquisaca, Pando y Cochabamba fue menor al promedio,

mientras que en Tarija, Santa Cruz, Beni y Oruro el puntaje promedio fue mayor.

Gráfica 3.3. Satisfacción promedio según departamento



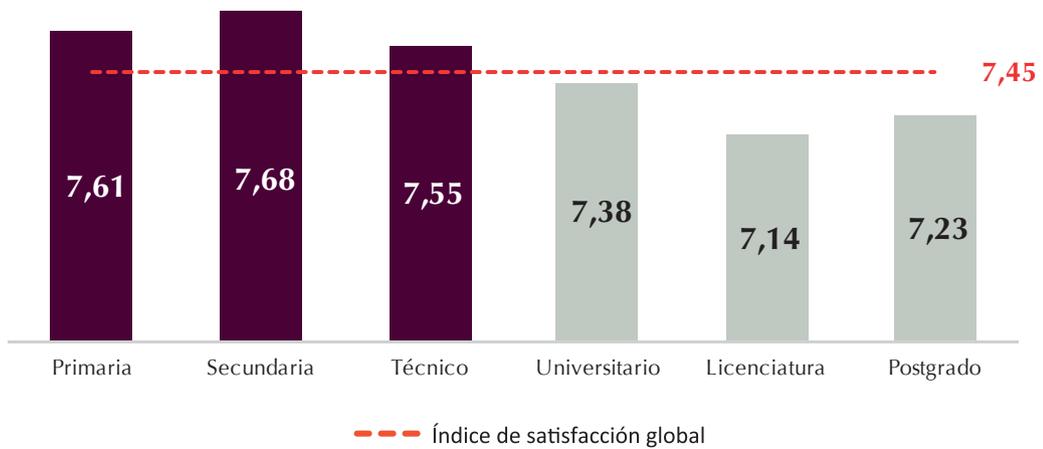
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

En otro ámbito, la encuesta permitió destacar la relación entre el nivel de educación y el grado de satisfacción con los servicios financieros. Se

encontró una relación inversa entre el nivel de educación del consumidor financiero y la valoración a los servicios financieros.

Gráfica 3.4. Satisfacción promedio según nivel educativo



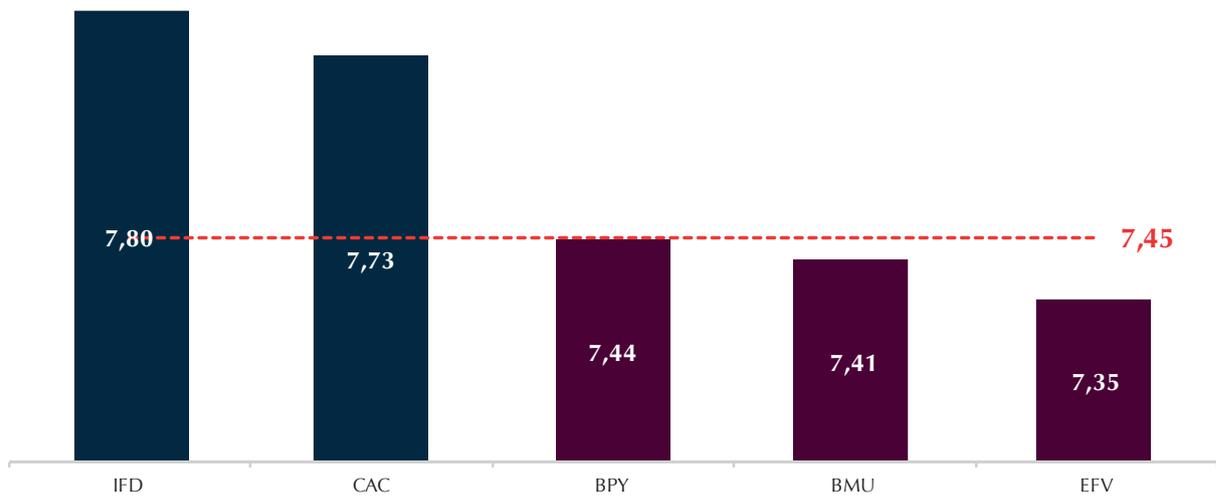
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Finalmente, por tipo de entidad, las instituciones financieras de desarrollo y las cooperativas de ahorro y crédito abiertas recibieron, en promedio, las más altas calificaciones. En el caso de las primeras, esto se explicaría por el mayor acercamiento que suelen tener con sus clientes y, en el caso de las

segundas, porque gran parte de sus consumidores financieros son también socios de ellas. Los bancos múltiples y entidades financieras de vivienda recibieron las menores calificaciones.

Gráfica 3.5. Satisfacción promedio según tipo de entidad



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones



Estudiante de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno encuestando en el municipio de Montero del departamento de Santa Cruz.

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 ZENSF 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 relacionadas con los servicios específicos de cada sección junto a otras que indagan de manera general con todos los servicios.

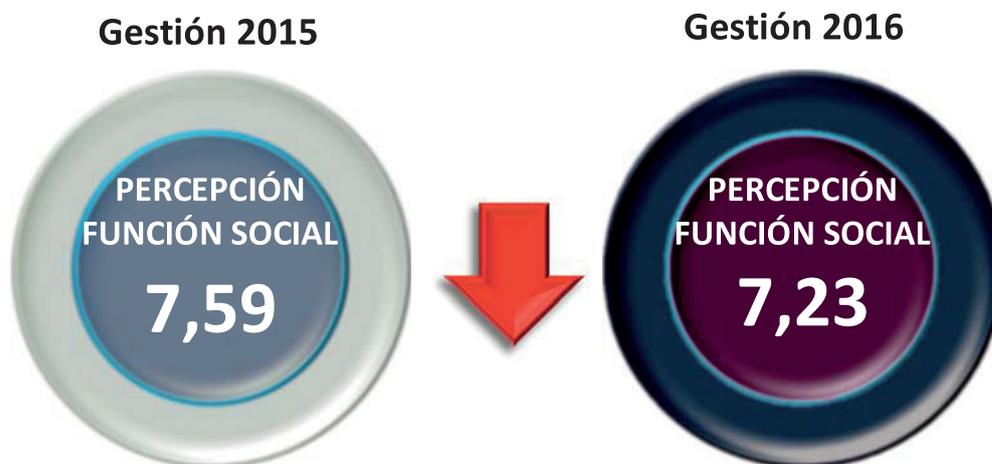
La percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros fue aproximada por diferentes preguntas, algunas de ellas se realizaron desde un punto de vista global, abarcando el entorno social y económico del consumidor financiero; otras desde un plano individual, refiriéndose a los beneficios percibidos por el mismo consumidor financiero. Una de estas preguntas valoró mediante una escala de 0 a 10, la importancia de la entidad para el desarrollo de su ciudad, localidad o comunidad (punto de vista global); las otras dos estuvieron más relacionadas con la contribución de los servicios financieros a la mejora de la situación individual de los consumidores financieros: “mejora de su calidad de vida y si las mejoras económicas que pudo tener se debieron en parte a los servicios ofrecidos por las entidades financieras”. 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 7,23, en una escala de 0 a 10.

El índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social de la presente gestión, disminuyó en 4,7% respecto a su similar de la gestión 2015⁶. Este índice disminuyó de 7,59 en el año 2015 a 7,23 en la presente gestión, una variación absoluta de -0,36.

6. La estimación del índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social para la gestión 2016 sin incluir a las IFD, resulta 7,20; y realizando la comparación

equivalente con la estimación de la gestión 2015 (7,59), resulta una disminución porcentual de -5.12% y una disminución absoluta de -0,39.

Ilustración 3.3. Variación en el índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Las preguntas que recibieron menor puntaje y explicarían esta variación son las relacionadas con: 1) si el consumidor financiero recomendaría la entidad a familiares u otras

personas, 2) la adecuada ubicación de los PAF, 3) la amabilidad del personal y 4) el asesoramiento comprensible brindado por los empleados de la entidad.

Tabla 3.2 Variación de los principales factores considerados en el índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social

Variables	Calificación		Variación absoluta	Variación porcentual
	2015	2016		
Índice de percepción	7,59	7,23	-0,36	-4,74
Recomendaría esta entidad a familiares u otras personas	8,39	8,05	-0,34	-4,08
Ubicación de PAF	8,28	7,80	-0,48	-5,74
El personal es amable	8,52	7,91	-0,61	-7,15
Asesoramiento comprensible de la entidad	7,99	7,59	-0,39	-4,91

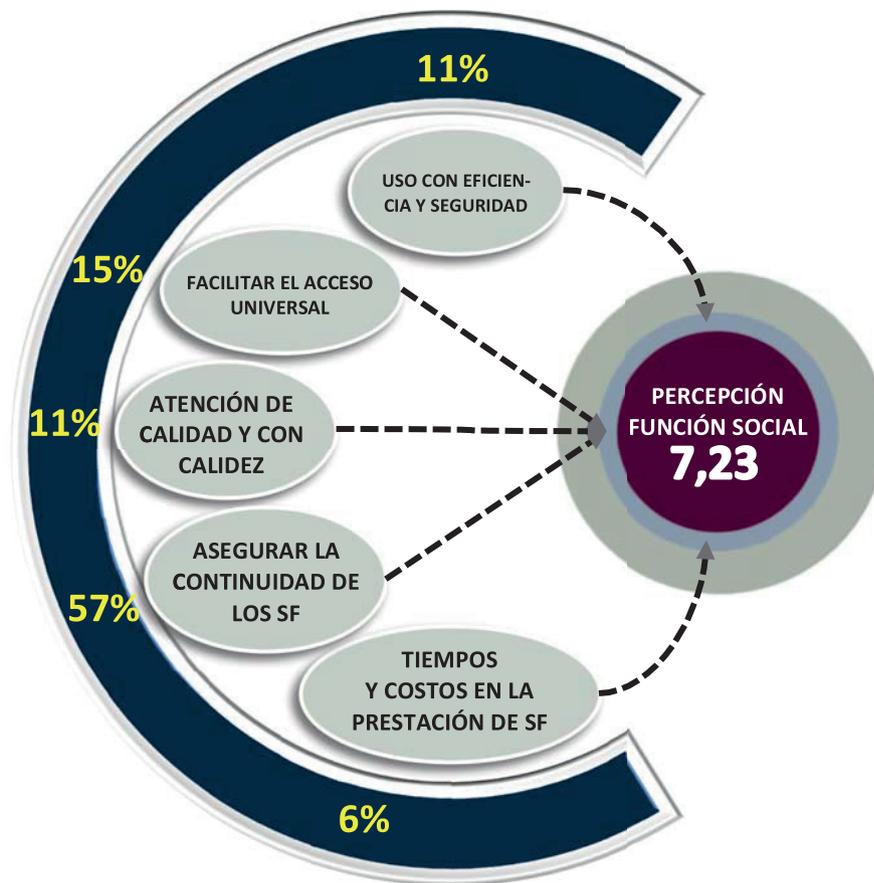
FUENTE: ASFI

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 3.4 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. La valoración de la continuidad de los servicios financieros tuvo un peso relativo de 57%; el acceso universal a los servicios financieros 15%; el uso con eficiencia y seguridad y la atención de calidad y con calidez 11% y, finalmente, la optimización de los tiempos y costos en la entrega de servicios financieros ponderó 6%.

Ilustración 3.4. 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 brindado por el personal de las entidades financieras y la seguridad al realizar transacciones financieras, son usadas para evaluar el cumplimiento de este objetivo de función social. Este aspecto logra explicar un 11% del índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social.

Facilitar el acceso universal a todos sus servicios

El número adecuado de oficinas de atención al público y su ubicación evalúan la facilidad para el acceso a los servicios financieros. Estas variables logran explicar un 15% del comportamiento del índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social.

Proporcionar servicios financieros con atención de calidad y calidez

Evaluando la atención con eficiencia y amabilidad, se logró estimar la participación de este objetivo (11%) 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 los consumidores financieros, en ese sentido, no son evaluables directamente. Este objetivo fue evaluado por la percepción del CF sobre la disponibilidad del servicio, recomendando a la entidad a su entorno más próximo (de mayor confianza). El peso relativo de este objetivo como factor explicativo del índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social fue de 57%.

Optimizar tiempos y costos en la entrega de servicios financieros

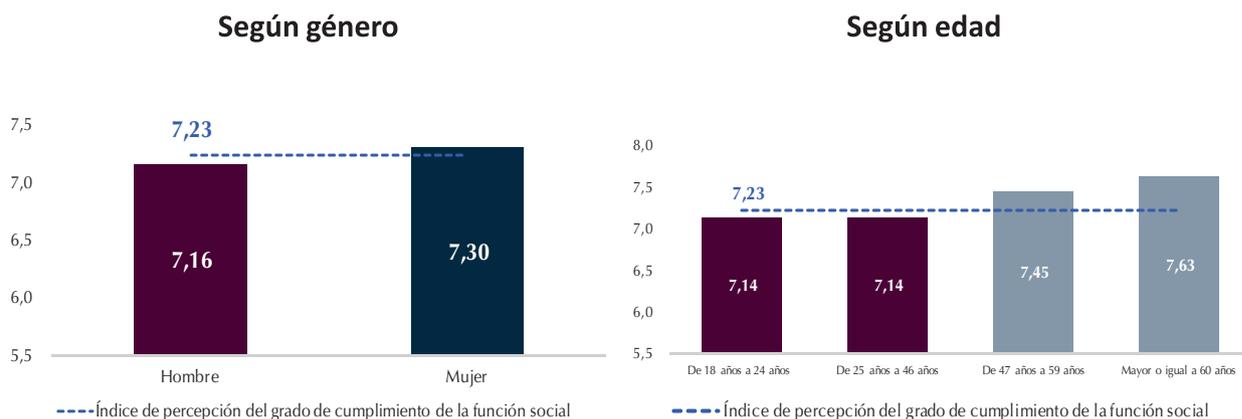
A través de la evaluación a los horarios de atención y del tiempo que demoran los trámites para obtener créditos, se logró estimar la participación relativa de este objetivo en el índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social (6%).

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

Disgregando el índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social por género, se observa que las mujeres calificaron de mejor manera (7,30) el cumplimiento de la función social respecto a los varones (7,16). Por

grupo etario, los CF con 60 años o más calificaron con 7,63, seguidos por aquellos comprendidos entre 47 y 59 años con 7,45. Los CF con una edad menor o igual a 46 y mayor o igual a 18 años calificaron con 7,14.

Gráfica 3.6. Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social



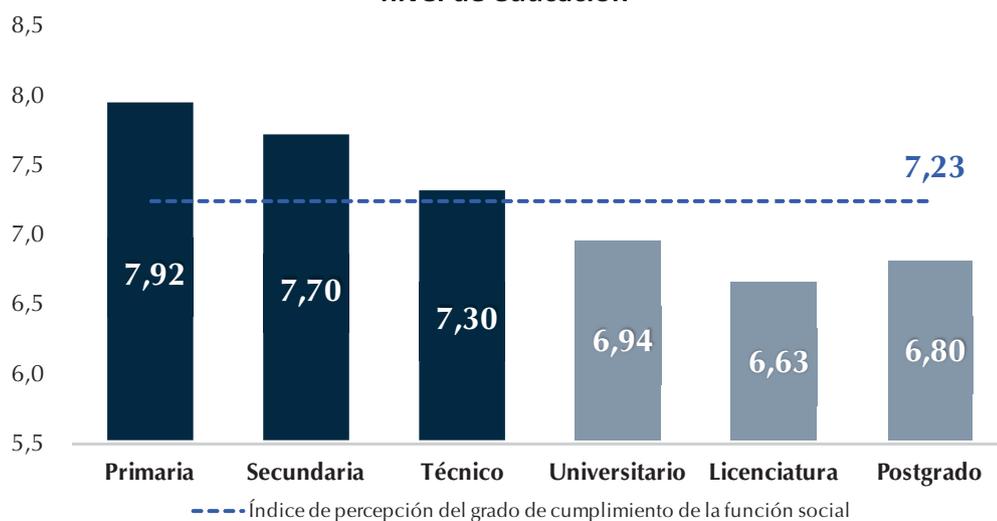
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Por nivel de educación, los CF con menor grado de instrucción brindaron una mayor calificación en comparación con los CF con una formación mayor o igual a universitario. 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 calificación⁷.

Gráfica 3.7. Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según nivel de educación



FUENTE: ASFI

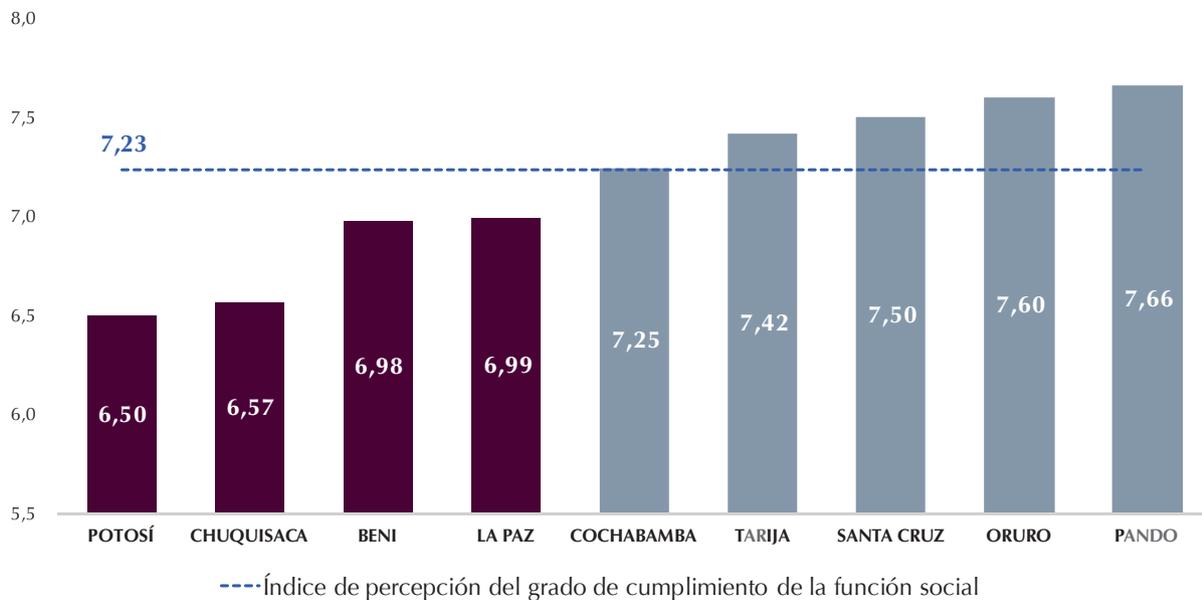
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

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

Considerando el ámbito geográfico, los departamentos de Pando y Oruro fueron los que brindaron una mayor calificación; Potosí y

Chuquisaca otorgaron las menores calificaciones al grado de cumplimiento de la función social.

Gráfica 3.8. Índice de percepción del grado de cumplimiento de la función social según departamento



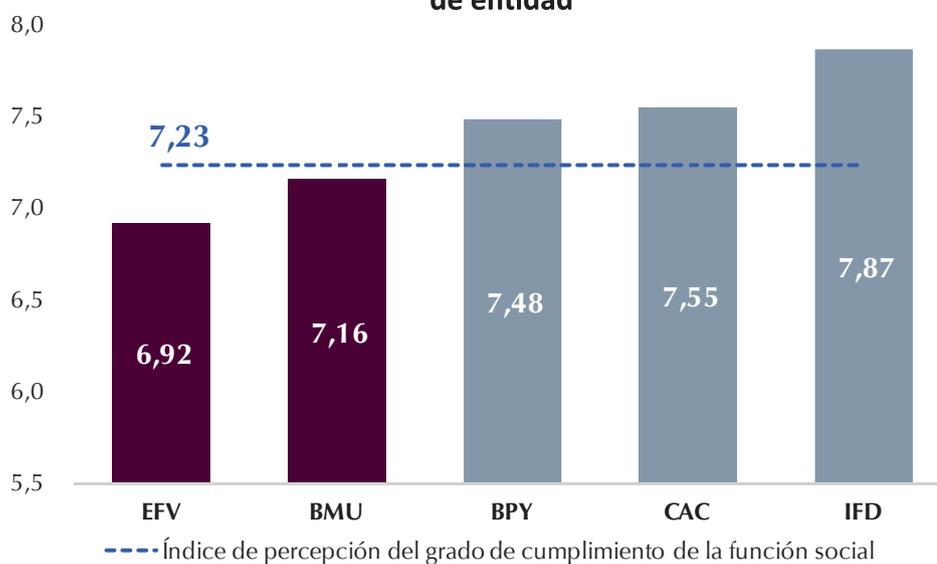
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Finalmente, realizando un comparativo por tipo de entidad, se observa que las entidades financieras de vivienda obtuvieron la menor calificación 6,92; por encima de este valor se

encuentran los bancos múltiples (7,16). En el otro extremo, la calificación otorgada a las instituciones financieras de desarrollo alcanzó a 7,87.

Gráfica 3.9. 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

3.3. Necesidades en materia financiera

Las necesidades de los CF se analizan considerando: (i) el acceso a los productos y servicios financieros y (ii) las razones por las que el CF no recurre a los productos y 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 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 CF no recurren a medios electrónicos de pago y señalan como principal motivo la falta de conocimiento sobre el uso de estos servicios.

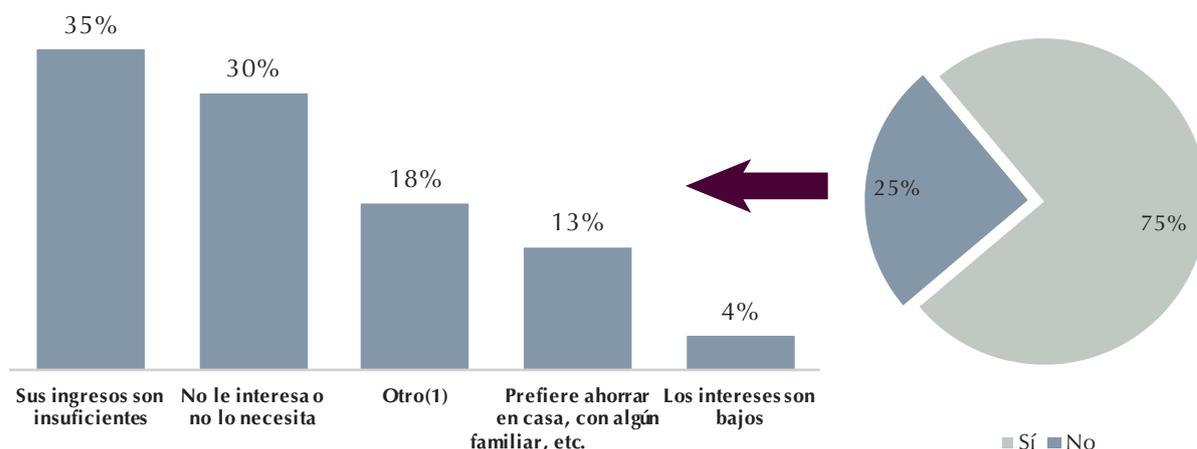
3.3.1. Ahorros

Uno de los principales objetivos para incrementar la inclusión financiera es establecer las condiciones necesarias para garantizar el acceso al ahorro en entidades de intermediación financiera. Así, además de crear una cultura de ahorro en los consumidores financieros, se ofrece otros beneficios, como el acceso a medios electrónicos de pago,

principalmente tarjetas de débito y banca por internet, entre otros.

De igual manera, los clientes que no tienen ahorros indicaron como principal motivo que sus ingresos son insuficientes (35%), seguido de la opción «no le interesa o no necesita ahorrar», que representa el 30%.

Gráfica 3.10. Proporción de consumidores financieros que tienen ahorros en la entidad o en otra y principales motivos por los que no tiene ahorros en la entidad



(1): Incluye: motivos exclusivamente personales.

FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

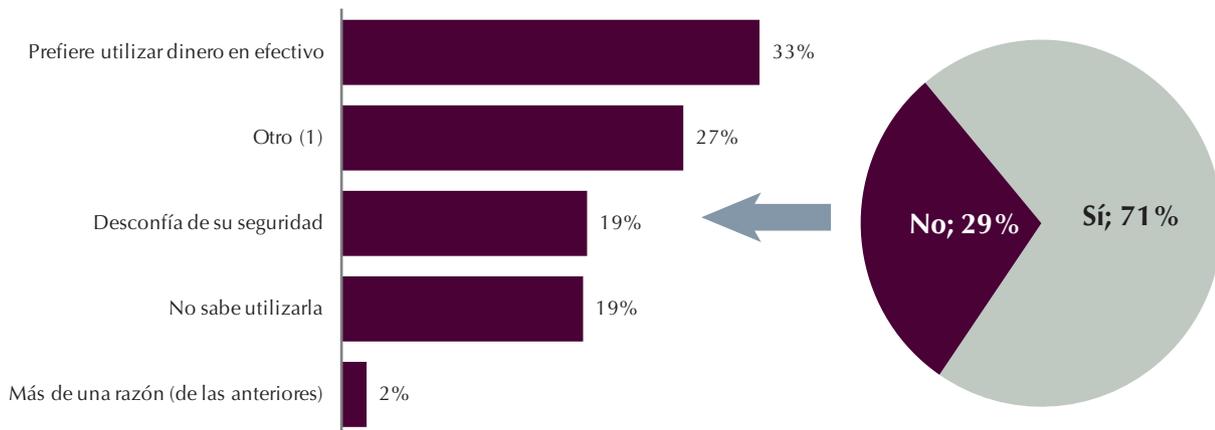
De los CF que tienen ahorros en el sistema financiero, el 71% indicó que tienen tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro o cuenta corriente. Asimismo, el 91% de ellos indicó que usan su tarjeta por lo menos una vez al mes.

Los CF que no cuentan con tarjeta de débito señalan como principal motivo que prefieren utilizar dinero en efectivo (33%), esto señala la necesidad de promover el uso de este servicio para que los consumidores financieros 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).

La proporción de personas que no cuentan con tarjeta de débito, debido a que no saben utilizarla, representa el 19%. Este resultado apoya el argumento de incrementar la educación financiera por parte de las entidades de intermediación financiera.

Gráfica 3.11. Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito asociada a su cuenta, y razones por las que no cuenta con tarjeta de débito



(1): Otro incluye: motivos personales (falta de tiempo, se encuentran averiguando, no le gusta usar, motivos familiares)

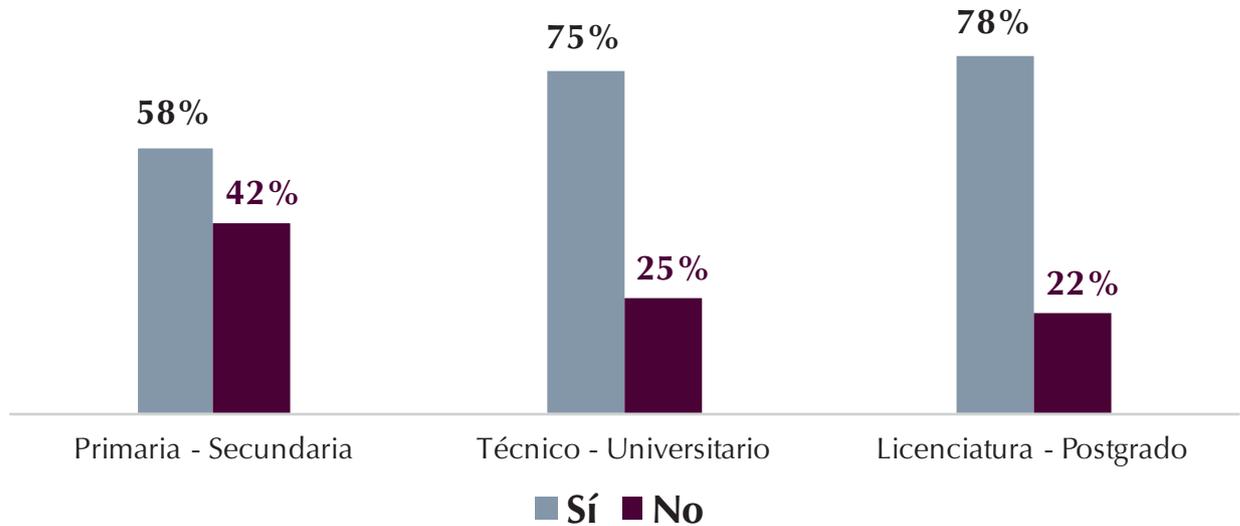
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

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

En niveles de educación inferiores, el 58% de los CF tiene tarjeta de débito; por otra parte, para CF con licenciatura o postgrado el porcentaje aumenta a 78%. Por tanto, existiría la necesidad de promocionar el uso de tarjetas de débito en sectores de la población con menores niveles de educación.

Gráfica 3.12. Proporción de consumidores financieros que tienen tarjetas de débito según nivel de educación



FUENTE: ASFI

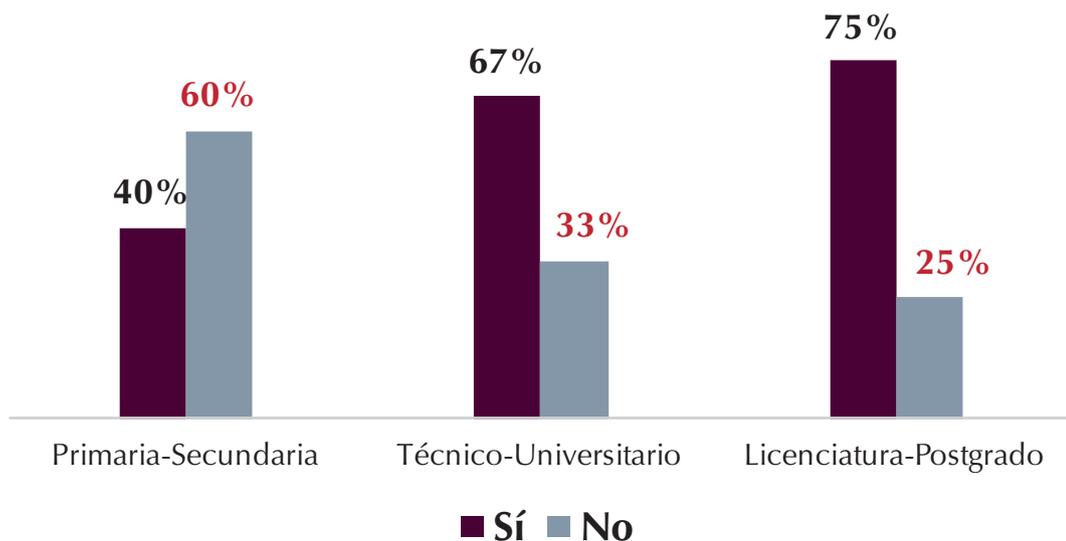
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

3.3.2. Cajeros automáticos

El 59% de los CF respondieron que usan los cajeros automáticos de la entidad donde se encontraban o de otra entidad del sistema financiero. Asimismo, los resultados encontrados evidencian que el uso de cajeros

automáticos –en línea con los resultados anteriores– aumenta cuando el nivel de educación del consumidor financiero es superior.

Gráfica 3.13. Proporción de consumidores financieros que utilizan cajeros automáticos según nivel de educación



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

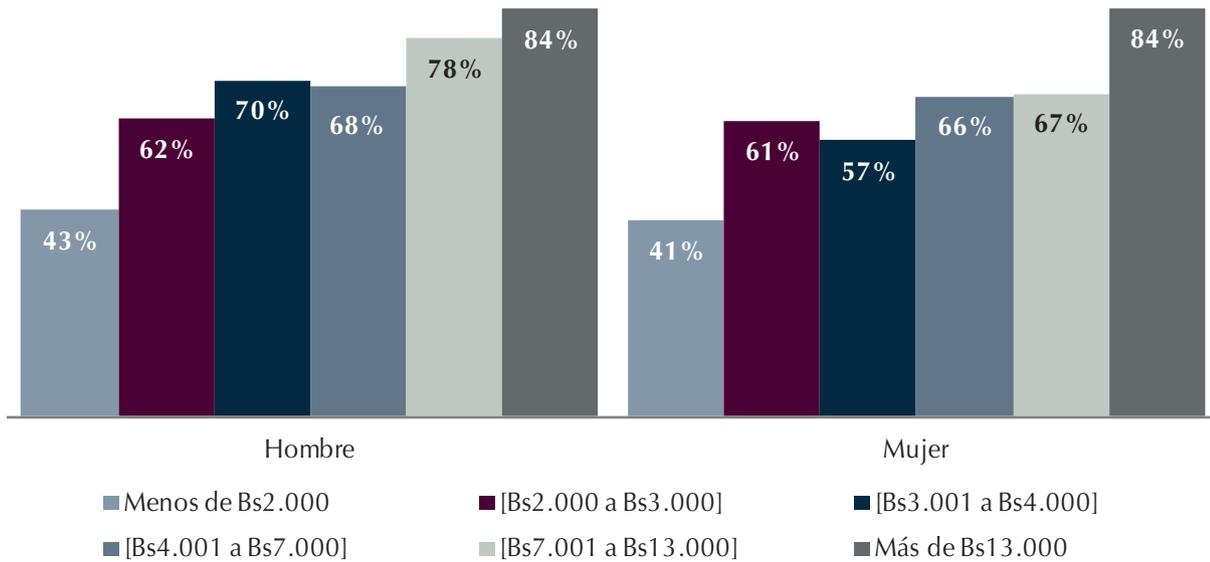
Por otra parte, a mayor ingreso existe un mayor uso de cajeros automáticos. Este

comportamiento es el mismo incluso si se disgrega por género: el 43% de hombres con

ingresos menores a Bs2.000 mensuales hacen uso de los cajeros automáticos y el 84% de los consumidores que tienen ingresos superiores a

Bs13.000 mensuales; se verifica el mismo comportamiento para el caso de mujeres.

Gráfica 3.14. Proporción de consumidores financieros que utilizan cajeros automáticos según nivel de ingreso y género



FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

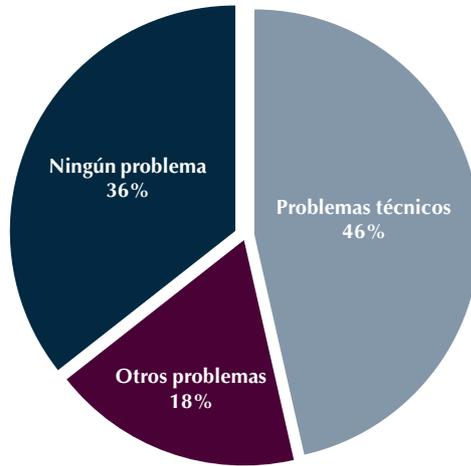
¿Cuál es el problema que más le afecta al usar cajeros automáticos?

Identificar los problemas que más afectan a los consumidores financieros al usar los ATM (Automated Teller Machine), permitirán establecer mecanismos que coadyuven a extender el uso de este servicio. El 64% de los CF que usan cajeros automáticos encuentran alguna dificultad al usarlos.

Los principales problemas que se identifican en el uso de ATM se relacionan con problemas

técnicos, que por sus características podrían ser subsanados por la entidad financiera. Los problemas técnicos identificados son que el cajero automático: (i) no tiene dinero disponible, (ii) está fuera de servicio, (iii) no dispensa el monto solicitado y (iv) demora en la atención. El 18% de los consumidores financieros mencionó que además tienen otro tipo de problemas no relacionados con aspectos técnicos, como la existencia de indigentes en el interior (clasificado como otros problemas en la Gráfica 3.15).

Gráfica 3.15 Indique el problema que más le afecta al usar cajeros automáticos



FUENTE: ASFI

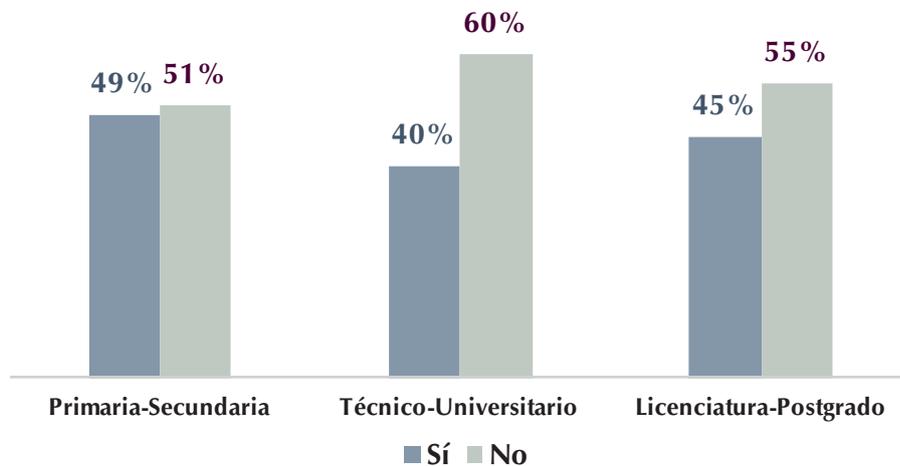
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

3.3.3. Créditos

El 45% de los consumidores financieros afirmaron que tienen crédito con alguna entidad de intermediación financiera. Por nivel de educación, el porcentaje de personas que

cuenta con algún crédito no cambia de manera significativa, presentando un 49% para niveles de educación inferiores y un 45% para niveles de educación superiores.

Gráfica 3.16 Proporción de consumidores financieros que tienen un crédito por nivel de educación



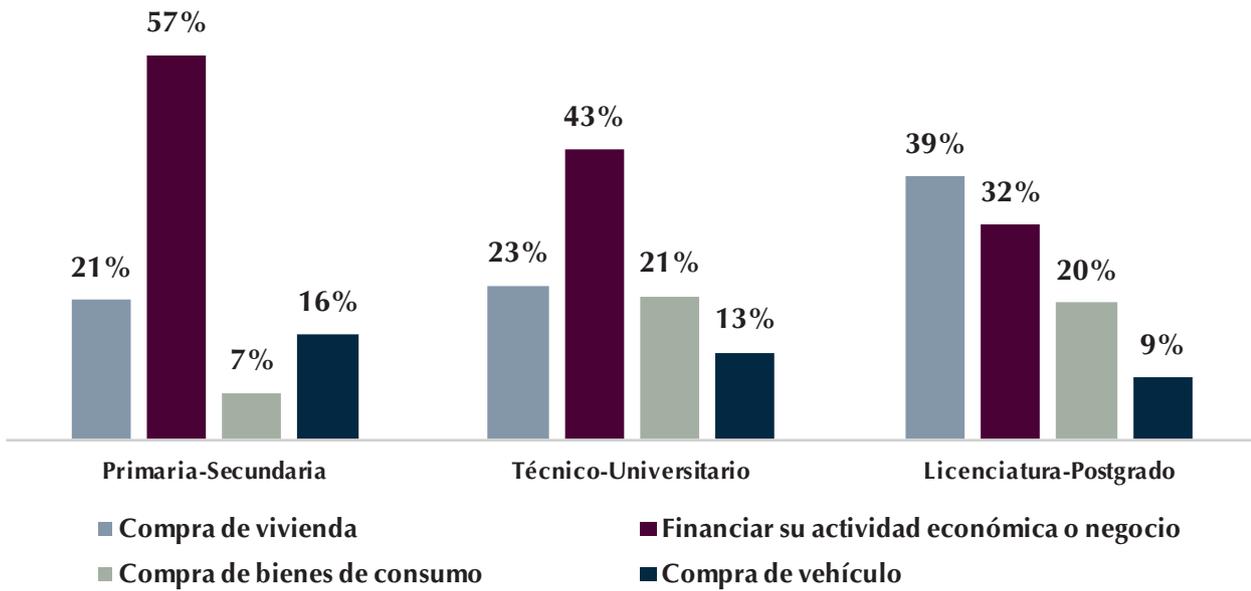
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

En cuanto al tipo de crédito desagregado por nivel de educación, los CF con un nivel de educación inferior, en su mayoría recurren al financiamiento para su actividad económica o negocio (57%); por el contrario el 7% se financia para bienes de consumo. Se puede observar el mismo comportamiento en niveles de

educación entre técnico y universitario, donde el 43% destina el crédito a financiar su negocio y el 13% para compra de vehículo. Por el contrario, en niveles de educación superiores se observa que la mayoría (39%) se financia para vivienda y el 9% para compra de vehículo.

Gráfica 3.17 Proporción de consumidores financieros que tienen crédito por nivel de educación, según tipo de crédito



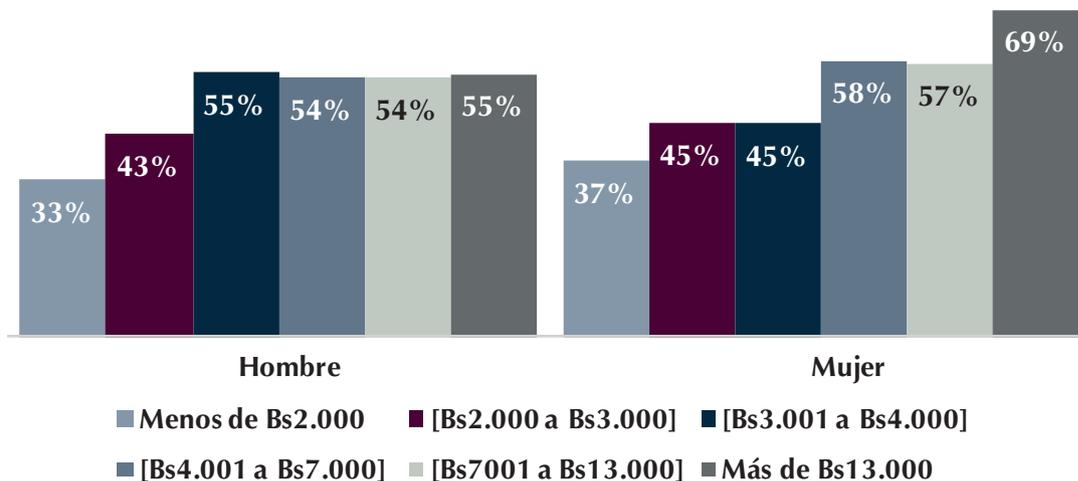
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

Con relación a la información de créditos desagregados por nivel de ingreso, la evidencia de los datos muestra que cuando el ingreso aumenta, el porcentaje de personas que tienen un crédito también incrementa.

Los datos señalan que los consumidores financieros hombres, que tienen niveles de ingreso bajos, recurren al crédito en una proporción de 33% y en niveles superiores el 55%. Para el caso de mujeres el comportamiento descrito se mantiene.

Gráfica 3.18 Proporción de consumidores financieros que tienen créditos, por nivel de ingreso y género



FUENTE: ASFI

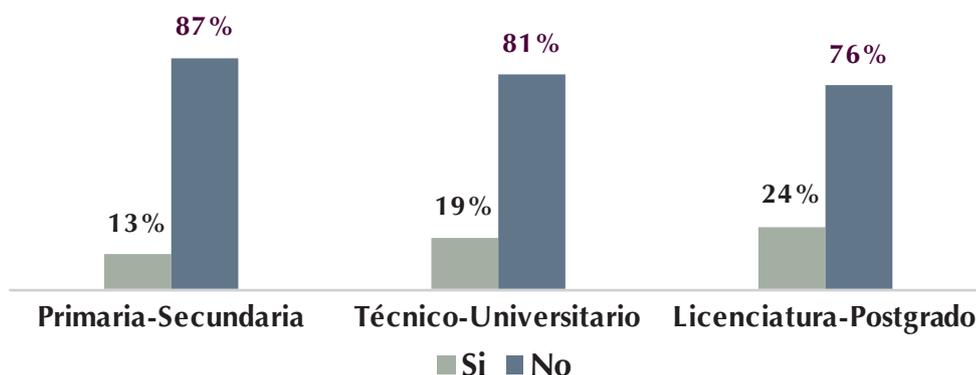
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

3.3.4. Centro de llamadas

El 18% de los consumidores financieros ha utilizado en el último año el centro de llamadas de atención al cliente de la entidad donde se encontraba o de otra entidad del sistema financiero. Los datos reflejan la misma

tendencia de los resultados anteriores, es decir, a medida que el nivel de educación incrementa, también incrementa el porcentaje de uso del centro de llamadas.

Gráfica 3.19 Proporción de consumidores financieros que usan el centro de llamadas por nivel de ingreso



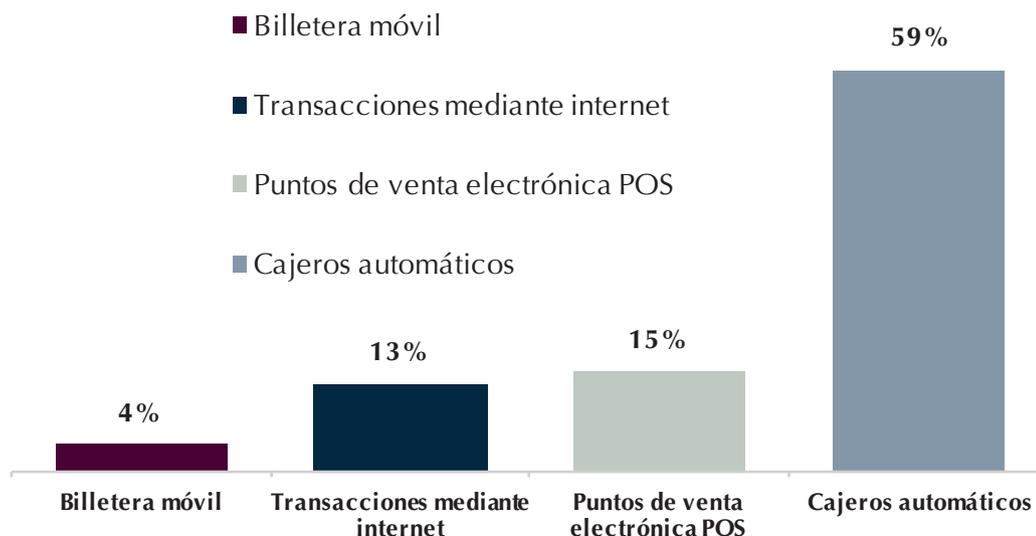
FUENTE: ASFI
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

3.3.5. Otros productos y servicios

El uso de la tecnología para realizar transacciones financieras es aún limitado. El 15% de los consumidores financieros afirman haber realizado en el último año alguna transacción en los puntos de venta electrónica

POS (Pay of sale) y el 4% realizó transacciones por medio de billetera móvil. El medio más usado es el cajero automático, el cual fue utilizado por el 59% de los consumidores financieros.

Gráfica 3.20 Proporción de consumidores financieros que utilizaron transacciones electrónicas e instrumentos electrónicos de pago



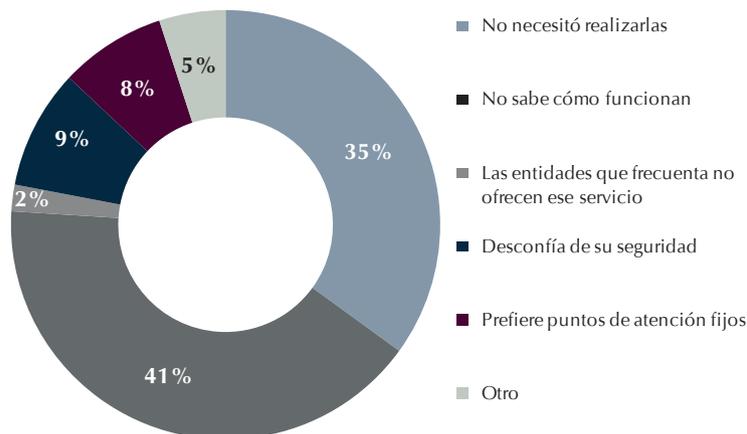
FUENTE: ASFI
ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

La principal razón que identifican los CF para no realizar transacciones electrónicas es el desconocimiento de las mismas. Así, la opción «no sabe cómo funciona», representa el 41%, lo cual apoya la observación de que el nivel de instrucción está relacionado con el uso de la

tecnología para usar las transacciones electrónicas.

El 9% de los CF no usan estos medios, debido a que consideran que son inseguros.

Gráfica 3.21 ¿ Por qué no ha realizado transacciones electrónicas?



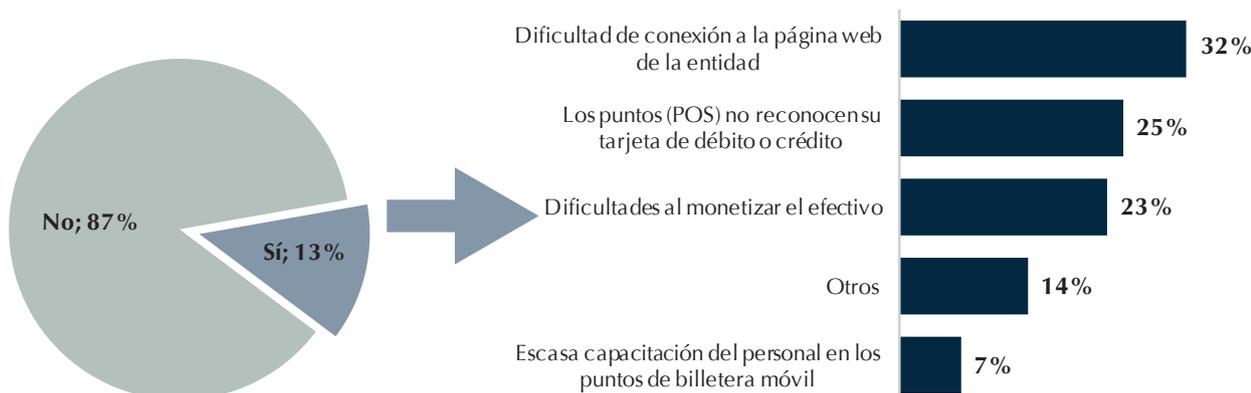
FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones

El 87% de consumidores financieros que usan servicios de operaciones electrónicas, consideran que no tienen ningún problema al realizar dichas transacciones, el restante 13% afirma haber pasado por inconvenientes y encuentran como principal problema: la

dificultad de conexión a la página web de la entidad (32%), seguida por el hecho de que los POS no reconocen su tarjeta de crédito o débito, dificultades para monetizar el efectivo y escasa capacitación del personal en los puntos de billetera móvil.

Gráfica 3.22 Proporción de consumidores financieros que tuvo algún problema al realizar alguna transacción electrónica y tipo de problema



Otros: Incluye motivos personales

FUENTE: ASFI

ELABORACIÓN: Dirección de Estudios y Publicaciones



Estudiantes de la Universidad Pública de El Alto iniciando el operativo de campo.

4. TABULACIÓN DE CUESTIONARIO

A continuación, se presentan las preguntas y los resultados de la 2.ª Encuesta Nacional de Servicios Financieros. Predominantemente, los resultados se exponen en cuatro tipos de gráficos estandarizados:

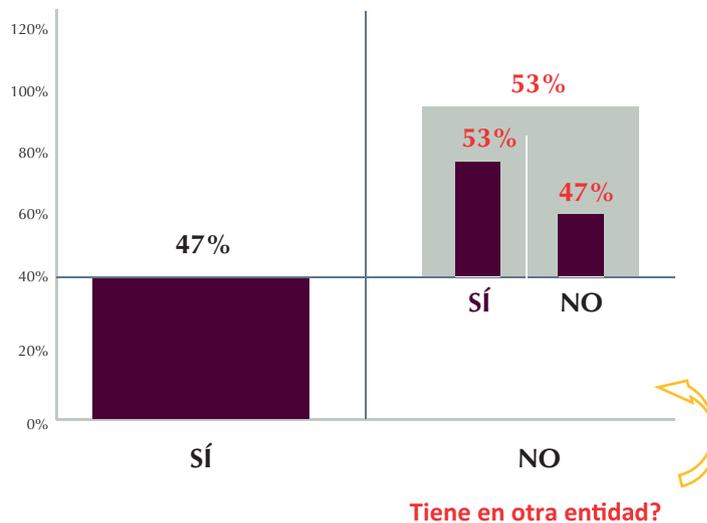
- a) **Barras acumuladas en bicolor**, las barras superiores de color azul representan el porcentaje de participación de cada calificación en el total. Los datos superiores expresan el porcentaje de participación acumulado (barras grises más la barra azul).
- b) **Gráficos de cascada**, usados para representar 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)**, usados para representar las respuestas de opción múltiple.
- d) **Diagramas de cajas y bigotes**, usadas para comparar las calificaciones a un grupo de afirmaciones, los mismos incluyen el rango intercuartílico y la mediana de cada variable analizada.

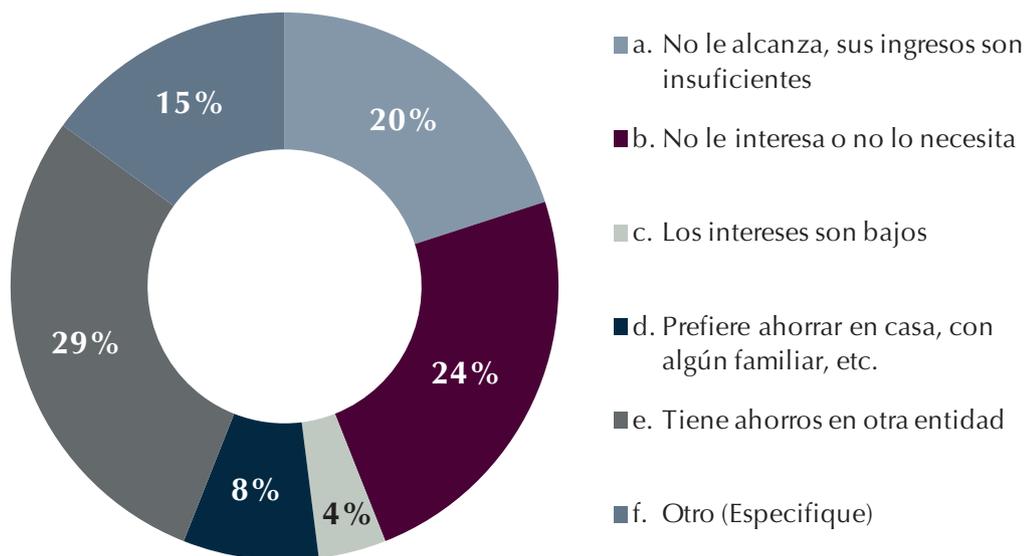
Sección 1: Ahorros

Pregunta 1. 1. ¿Tiene ahorros en esta entidad?



➤ El 47% de los consumidores financieros tiene ahorros en la entidad donde se realizó la consulta. Del restante 53% de consumidores financieros, un 53% 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.

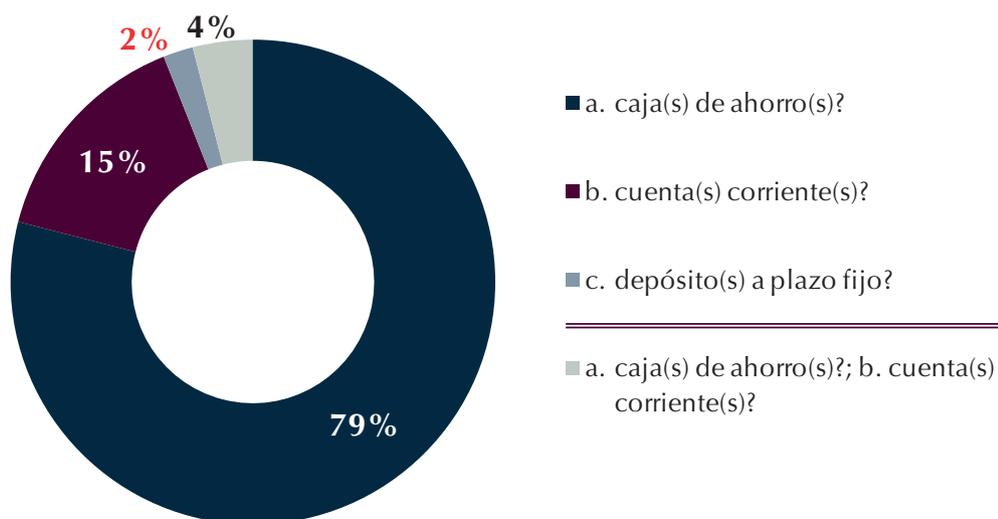
Pregunta 1. 2. ¿Por qué no ahorra en esta entidad?



➤ Se registró el principal motivo por el que los consumidores financieros no tienen ahorros en la entidad donde se realizó la consulta. El 29% indicó que no tiene ahorros «en esta entidad» porque ahorra en otra entidad.

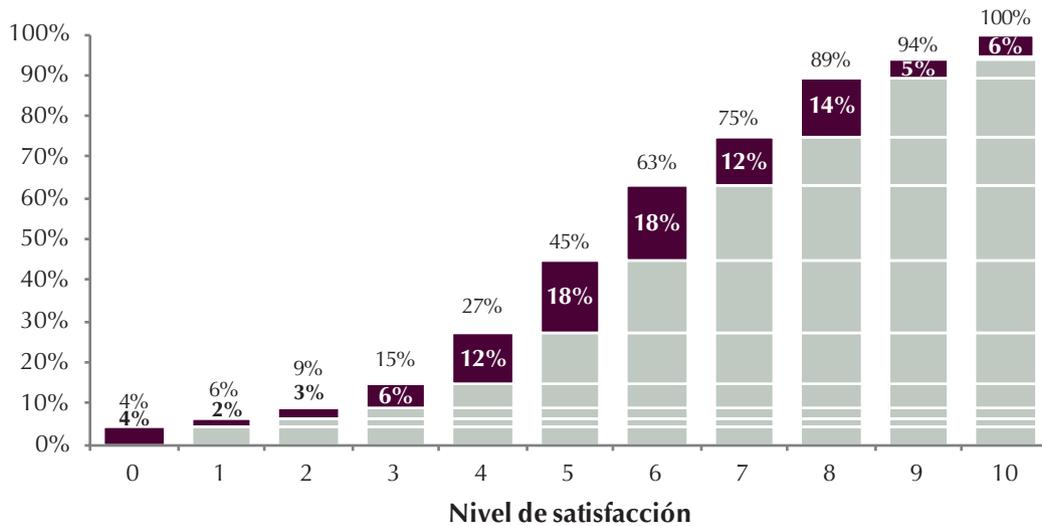
➤ Un 20% de los consumidores financieros indica que no tienen capacidad de ahorro.

Pregunta 1. 3. ¿Tiene usted ...



➤ El 79% de los consumidores financieros que tienen ahorros en el sistema financiero nacional señalan que tienen sólo cajas de ahorro; el 15% sólo cuentas corrientes; el 2% sólo depósitos a plazo fijo y un 4% poseen cajas de ahorro y cuentas corrientes.

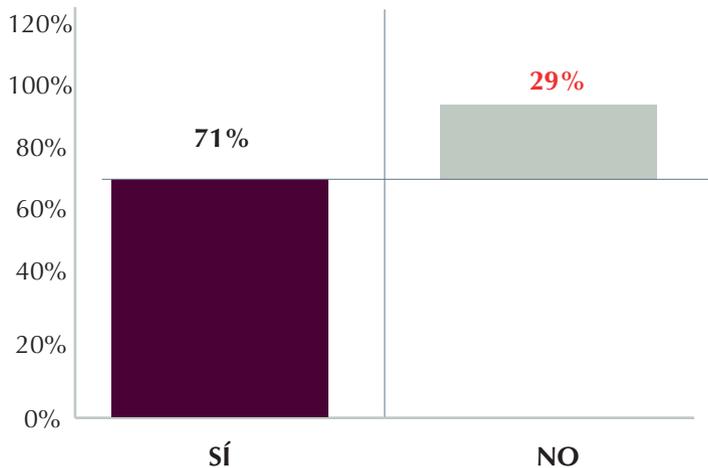
Pregunta 1. 4. ¿Cuán satisfecho(a) está con los intereses que recibe?



➤ El 63% de los consumidores financieros que mantienen ahorros en las entidades de intermediación financiera calificaron con una nota menor o igual a 6 (sobre 10) su satisfacción con los rendimientos que éstos generan.

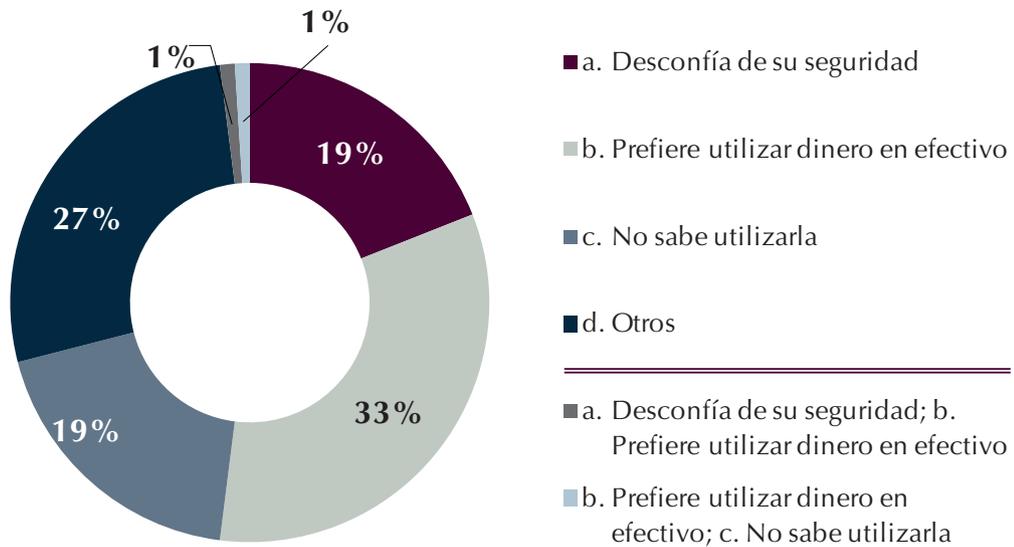
➤ 5 y 6 son las calificaciones que más se repiten, en cada caso, estas notas representan a un 18% del total de consumidores financieros.

Pregunta 1. 5. ¿Tiene tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorro o cuenta corriente?



➤ Un 71% del total de consumidores financieros que mantienen ahorros en las EIF cuentan con una tarjeta de débito asociada a la misma.

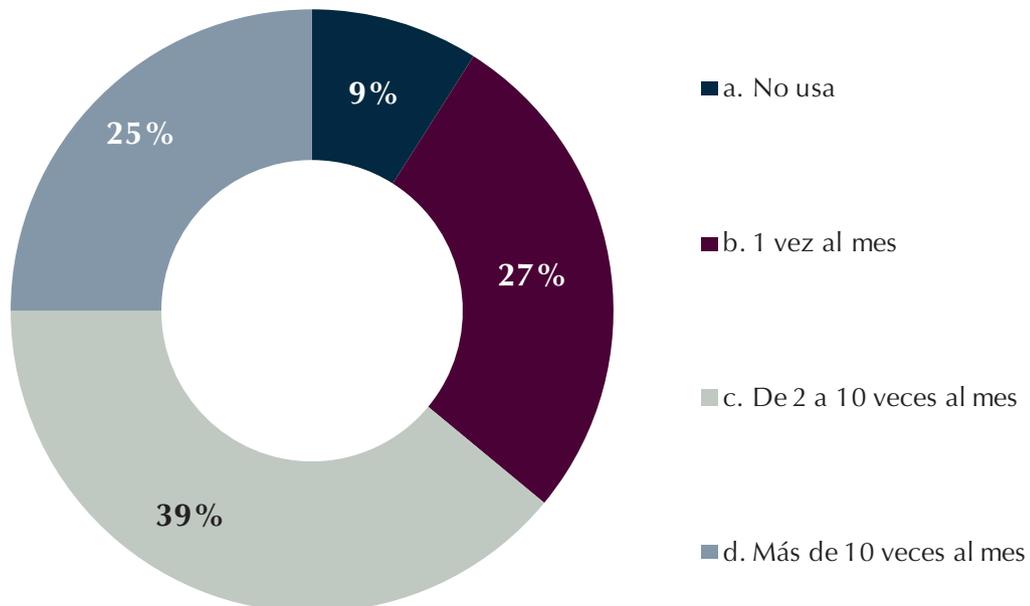
Pregunta 1. 6. ¿Por qué no cuenta con una tarjeta de débito?



➤ De los consumidores financieros que no tienen una tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorros o cuenta corriente, el 33% indica que «prefiere utilizar dinero en efectivo».

➤ El 38% (19% más 19%) de los consumidores financieros no cuenta con una tarjeta de débito asociada a su cuenta de ahorros o cuenta corriente porque desconfía de su seguridad o no sabe cómo utilizarla.

Pregunta 1. 7. ¿Con qué frecuencia utiliza su tarjeta de débito?



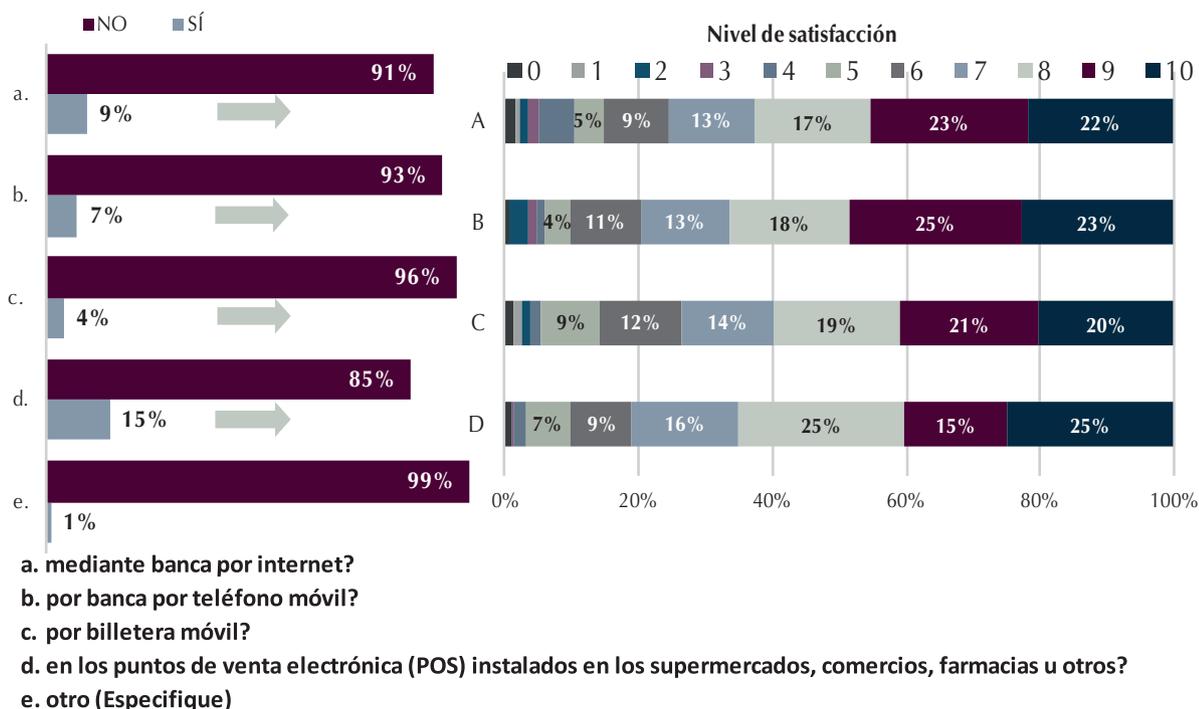
➤ El 25% de los consumidores financieros usan frecuentemente (más de 10 veces al mes) sus tarjetas de débito.

➤ El 36% de los consumidores financieros no usa con frecuencia (usa una vez al mes o no usa) sus tarjetas de débito.

Sección 2: Transacciones electrónicas

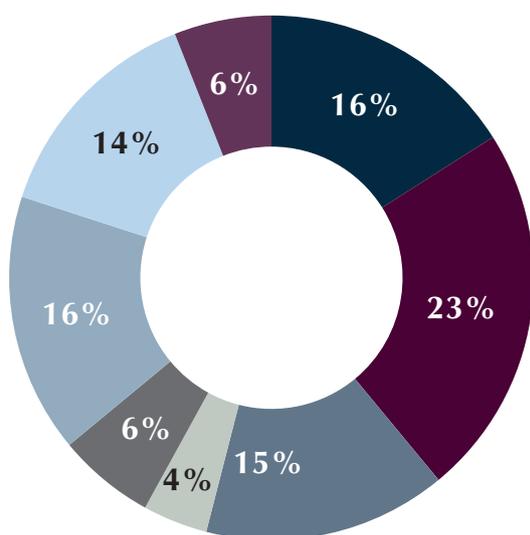
Pregunta 2.1. En los últimos 12 meses, ¿realizó transacciones ...

Pregunta 2.2. ¿Cuán satisfecho(a) está usted con este servicio?



- La mayor proporción de consumidores financieros (más del 85%) no realizan transacciones electrónicas. La proporción más importante de transacciones electrónicas viene dada por las transacciones en los puntos de venta electrónica POS (15%).

Pregunta 2.3. A través de medios electrónicos, ¿durante el último año usted realizó ...

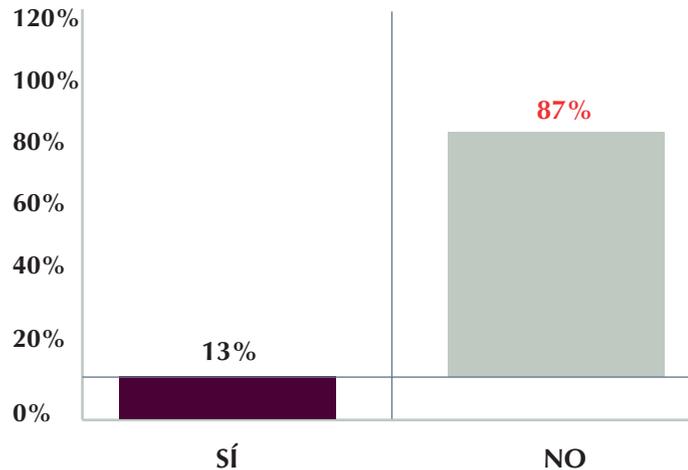


- a. transferencia de fondos entre cuentas?
- b. compras de productos en tiendas y comercios?
- c. pago de servicios?
- d. compras por Internet?
- e. giros?
- f. Otros
- Resto que usó más de un servicio

- El 38% (15% más 23%) de los consumidores financieros que hicieron transacciones electrónicas en los últimos 12 meses, realizaron compras de productos en tiendas y comercios o pago de servicios a través de medios electrónicos.

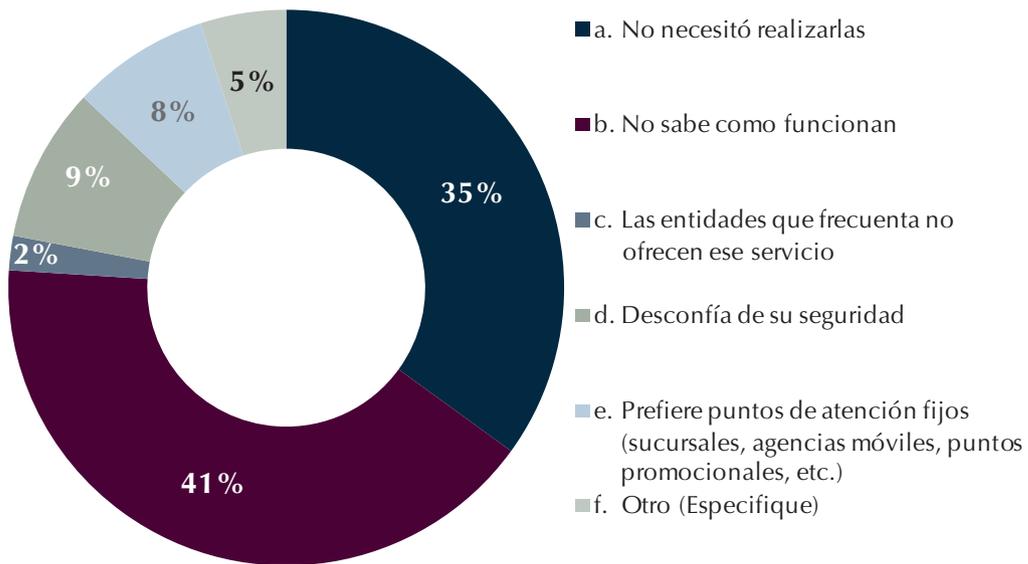
- El 20% (14% más 6%) de los consumidores financieros realizó más de un tipo de transacciones.

Pregunta 2.4. ¿Tuvo algún problema al realizar transacciones electrónicas?



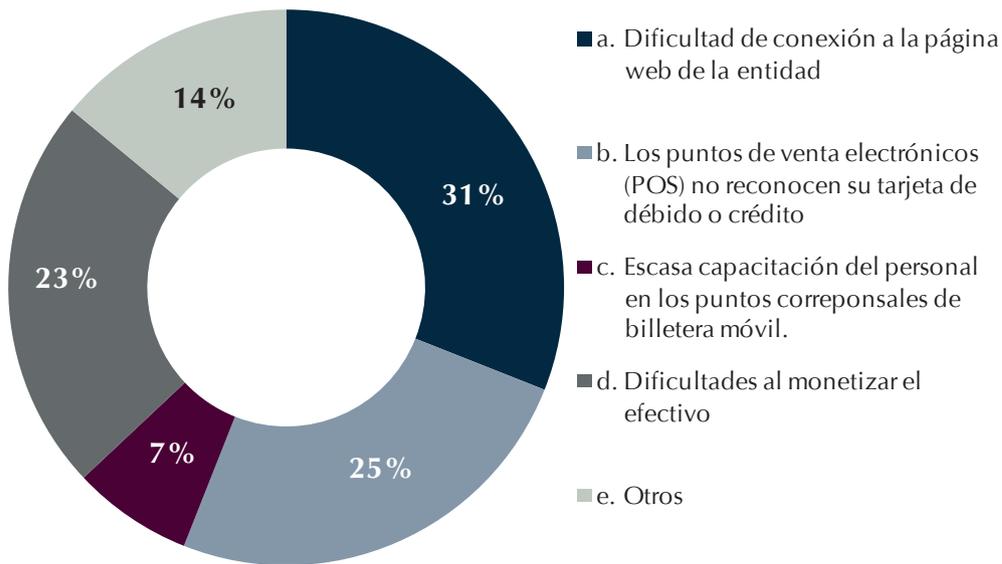
- El 87% de los consumidores financieros que realizan transacciones electrónicas no tuvo inconvenientes al realizar transacciones electrónicas.

Pregunta 2.5. ¿Por qué no ha realizado transacciones electrónicas?



- La mayor proporción (41%) de consumidores financieros que no realizaron transacciones electrónicas durante los últimos 12 meses, indicaron que el principal motivo para no usar este servicio fue el desconocimiento del funcionamiento del mismo.
- Otra proporción importante de consumidores financieros (35%) no usó este servicio porque no lo necesitó.

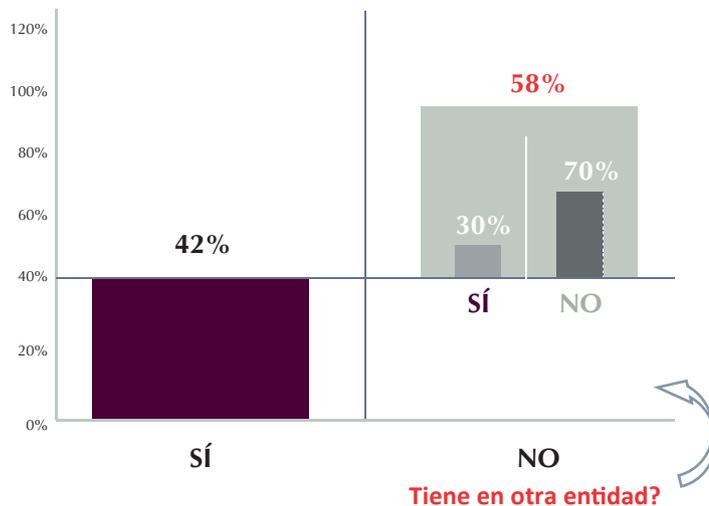
Pregunta 2.6. Indique el problema que más le afecta al realizar transacciones electrónicas:



- La mayor proporción de consumidores financieros (56%) que tuvieron algún problema al realizar transacciones electrónicas fueron referidas a problemas de conexión a la página web de la entidad o porque los POS no lograron reconocer sus tarjetas de débito o crédito.
- Una importante proporción de consumidores financieros (23%) también indicaron que tuvieron dificultades al monetizar el efectivo en el servicio de billetera móvil.

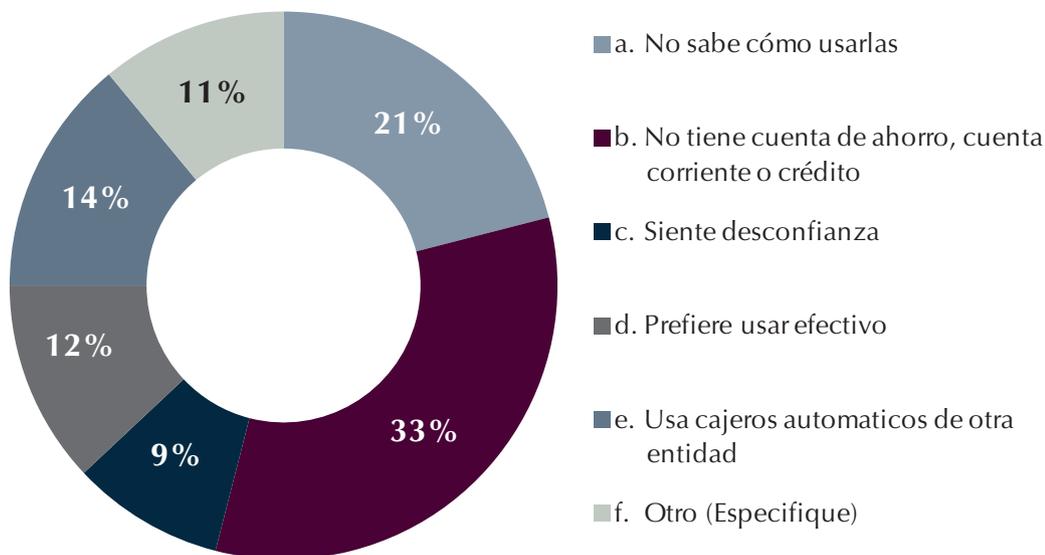
Sección 3: Cajeros automáticos

Pregunta 3.1. ¿Utiliza los servicios de cajeros automáticos de esta entidad?



- El 42% de los consumidores financieros utilizan los cajeros automáticos de la entidad donde fueron entrevistados. En el restante 58% de consumidores financieros, el 30% utiliza cajeros automáticos de otra entidad, así un 59,4% de los consumidores financieros utilizarían cajeros automáticos en el sistema financiero.

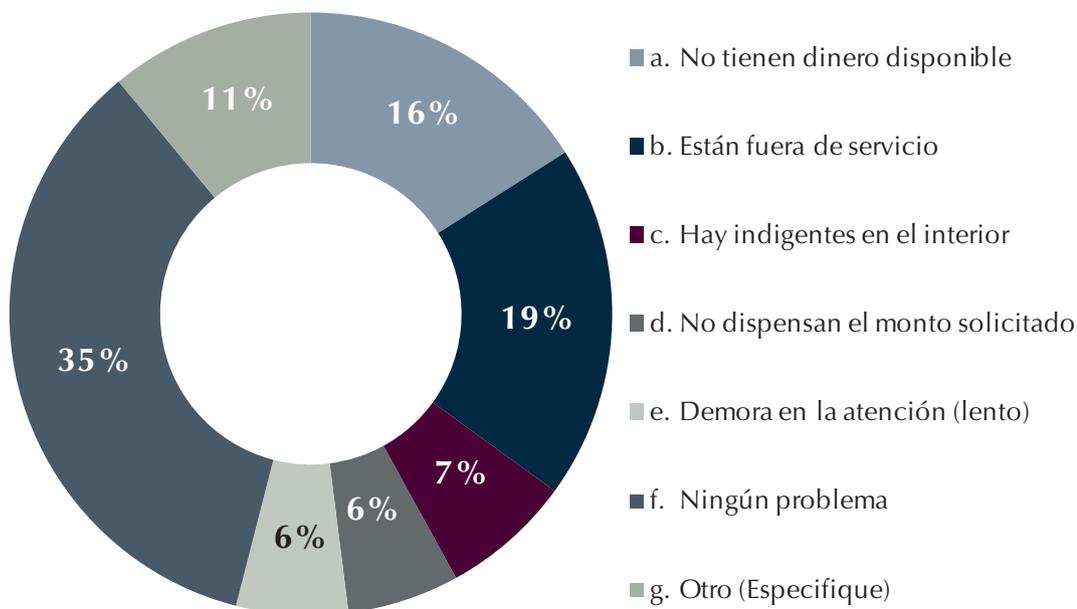
Pregunta 3.2. ¿Por qué no utiliza los cajeros automáticos de esta entidad?



➤ Al consultar sobre la causa principal por la que los consumidores financieros no usan cajeros automáticos de la entidad donde se realizó la entrevista, la mayor proporción (33%) indicaron que no tienen cuenta de ahorro, cuenta corriente o crédito.

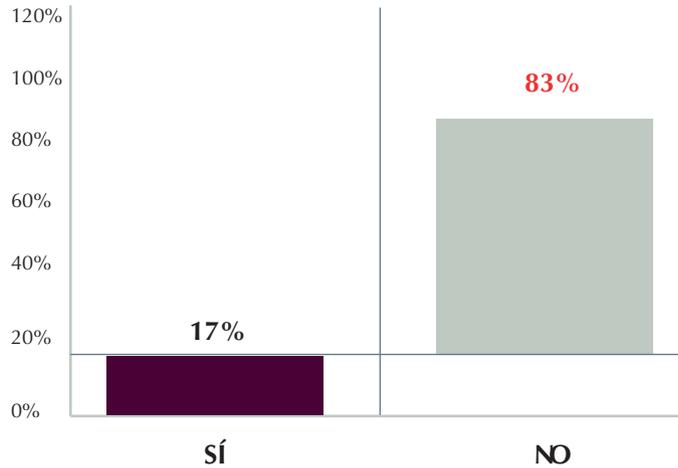
➤ Una proporción importante (21%) de consumidores financieros no usa cajeros automáticos debido a que «no sabe cómo usarlas».

Pregunta 3.3. Indique el problema que más le afecta al usar cajeros automáticos.



➤ Los problemas técnicos relacionados con la entidad financiera: No tienen dinero disponible, Están fuera de servicio, No dispensan el monto solicitado y Demora en la atención (lento), suman un 47%. Una proporción importante de consumidores financieros (35%) no tuvieron ningún problema al usar cajeros automáticos.

Pregunta 3.4. ¿Realizó depósitos, transferencias o el pago de servicios básicos a través de un cajero automático?



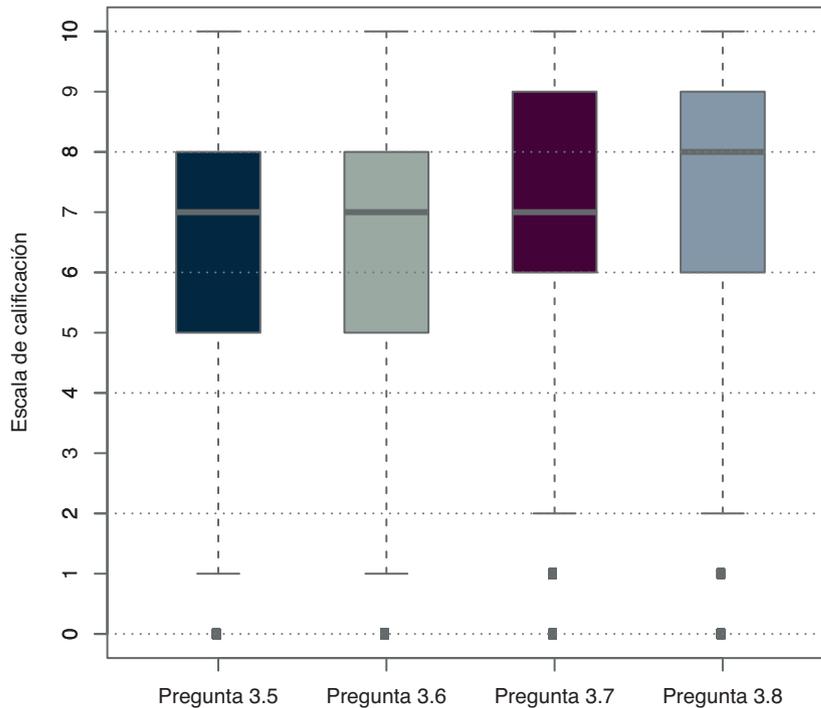
➤ De todos los consumidores financieros que utilizan cajeros automáticos del sistema financiero nacional, sólo un 17% realizó depósitos, transferencias o el pago de servicios básicos a través de un cajero automático.

Pregunta 3.5. Se siente seguro(a) al realizar transacciones en los cajeros automáticos.

Pregunta 3.6. La entidad financiera cuenta con suficientes cajeros automáticos.

Pregunta 3.7. Los cajeros automáticos de la entidad están convenientemente ubicados.

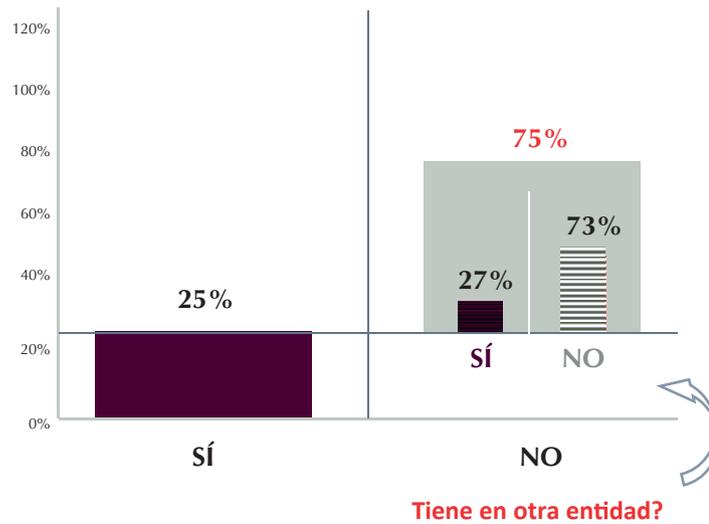
Pregunta 3.8. Está satisfecho(a) con las ventajas de su tarjeta de crédito o débito.



➤ La calificación otorgada a las afirmaciones planteadas en las preguntas 3.5 al 3.8 muestran que los consumidores financieros están más satisfechos con las ventajas de su tarjeta de crédito o de débito (50% calificaron con una nota mayor o igual a 8) y con la ubicación de los cajeros automáticos (50% calificaron con una nota mayor o igual a 7).

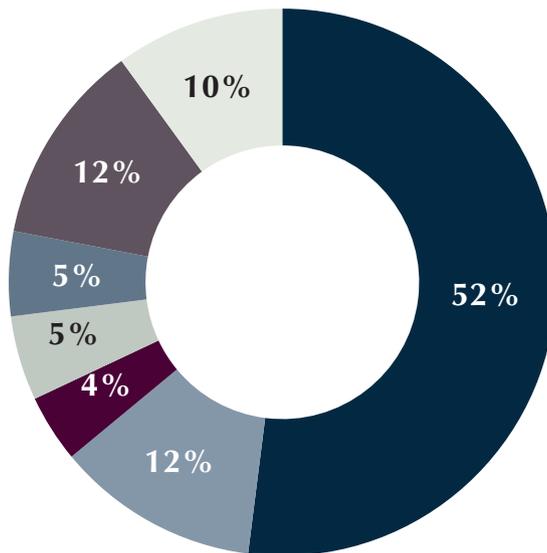
Sección 4: Créditos

Pregunta 4.1. ¿Tiene algún crédito en esta entidad?



- El 25% de los consumidores financieros tiene algún crédito en la entidad donde fueron entrevistados. Del restante 75%, un 27% tiene créditos en otra entidad, esto permite concluir que un 45.25% de los consumidores financieros tiene créditos en el sistema financiero nacional.

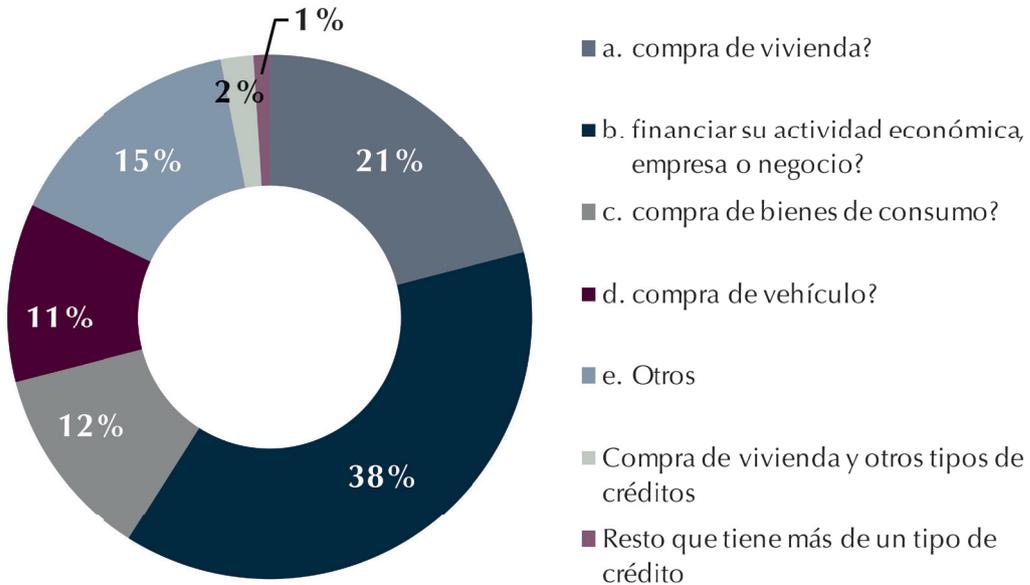
Pregunta 4.2. ¿Por qué no tiene un crédito?



- a. No necesita
- b. No cumple con los requisitos (sus ingresos son insuficientes, ...)
- c. Los intereses son altos
- d. El trámite es muy largo
- e. Tiene temor a endeudarse
- f. Tiene crédito en otra entidad
- g. Otro (Especifique)

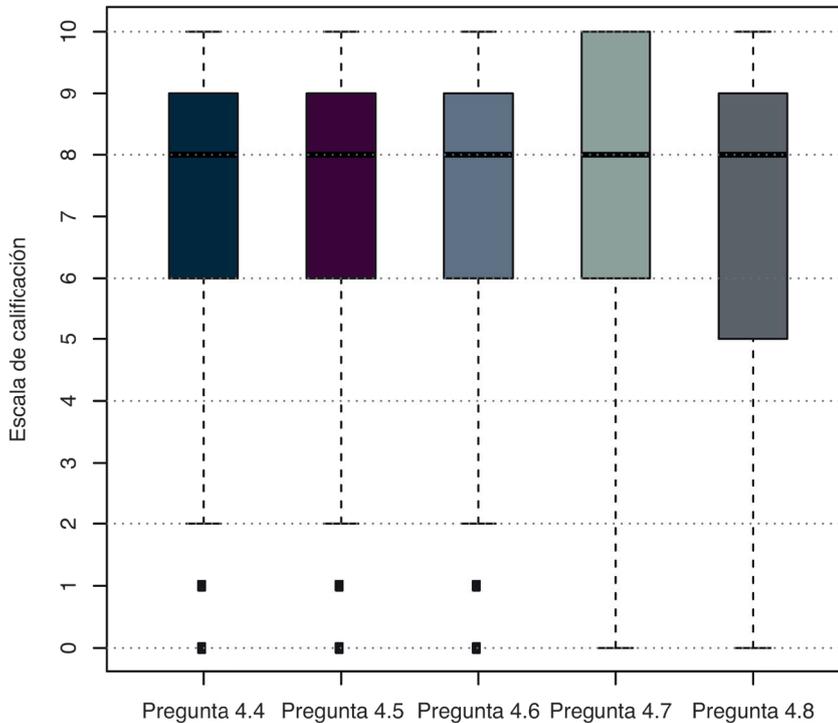
- Más de la mitad (52%) de los consumidores financieros que no tienen un crédito, no necesitaron financiarse. Un 12% de los consumidores financieros que no tienen créditos, desearía contar con créditos, pero no cumple con los requisitos exigidos por las entidades financieras.

Pregunta 4.3. ¿Tiene usted crédito para...



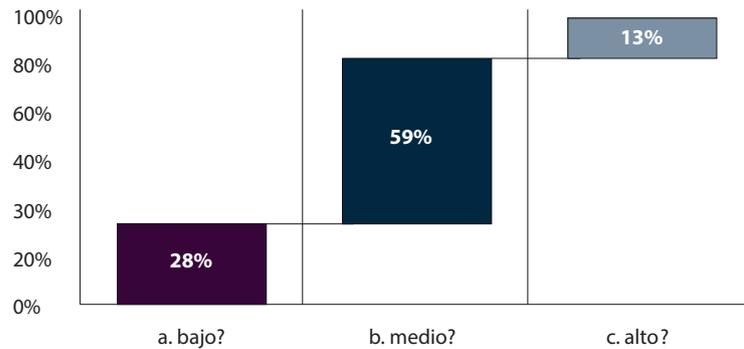
➤ La mayor proporción de consumidores financieros (38%) indicaron que sus créditos fueron para financiar su actividad económica, empresa o negocio.

- Pregunta 4.4.** El asesoramiento que recibe del personal de la entidad es comprensible.
- Pregunta 4.5.** Los requisitos que pide la entidad para otorgar un crédito son accesibles.
- Pregunta 4.6.** Los formularios para obtener un crédito son sencillos y entendibles.
- Pregunta 4.7.** El oficial de créditos lo(la) atiende de forma rápida y diligente.
- Pregunta 4.8.** Está conforme con el tiempo que demoró el trámite de su crédito, desde el inicio hasta su desembolso.



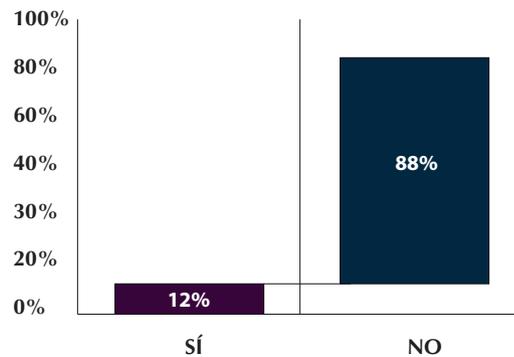
➤ El tiempo que demora el trámite de un crédito, desde la solicitud hasta su desembolso, es la que obtuvo las menores calificaciones de satisfacción. La satisfacción con la atención del oficial de créditos es la que muestra mayor dispersión.

Pregunta 4.9. Según su evaluación, ¿su nivel de endeudamiento con el sistema financiero considera que es...



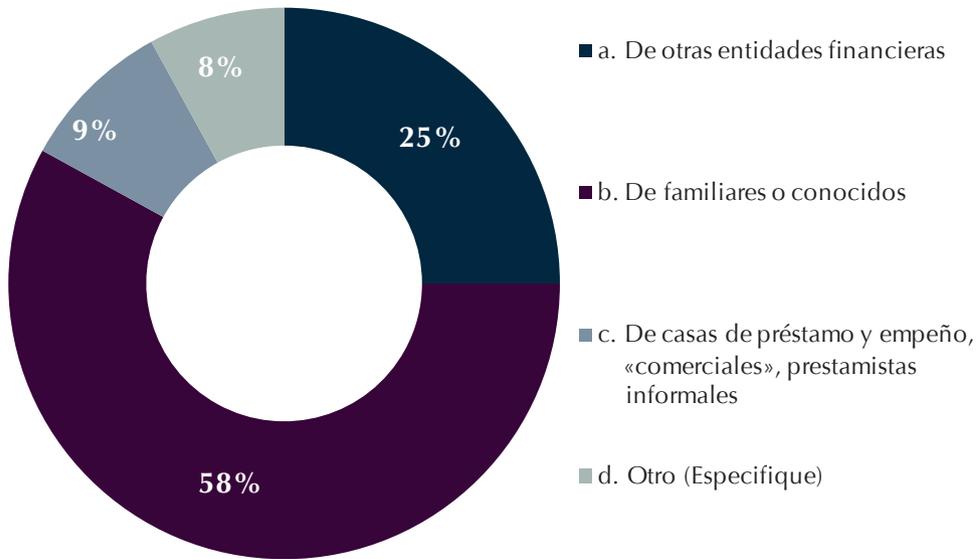
- La mayor proporción de consumidores financieros (59%) que cuentan con créditos en el sistema financiero, considera que su nivel de endeudamiento con el sistema financiero es medio.

Pregunta 4.10. Para cancelar las cuotas de su crédito, ¿recurrió a solicitar préstamos de otras personas o entidades?



- El 12% de los consumidores financieros que cuentan con créditos en el sistema financiero nacional tuvo que prestarse de terceros para cancelar sus cuotas de créditos.

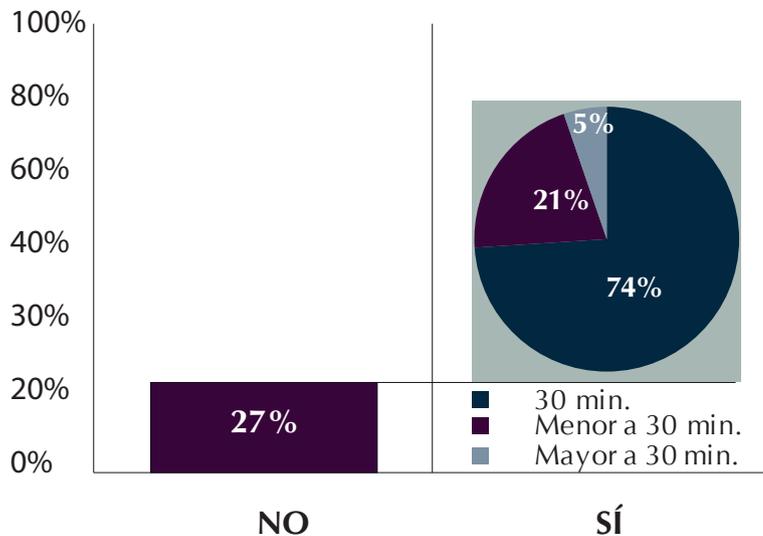
Pregunta 4.11. ¿De quiénes tuvo que prestarse para cancelar sus cuotas?



- La mayor proporción de consumidores financieros (58%) que alguna vez recurrió a préstamos de terceros para cancelar las cuotas de sus créditos acudió a familiares o conocidos.

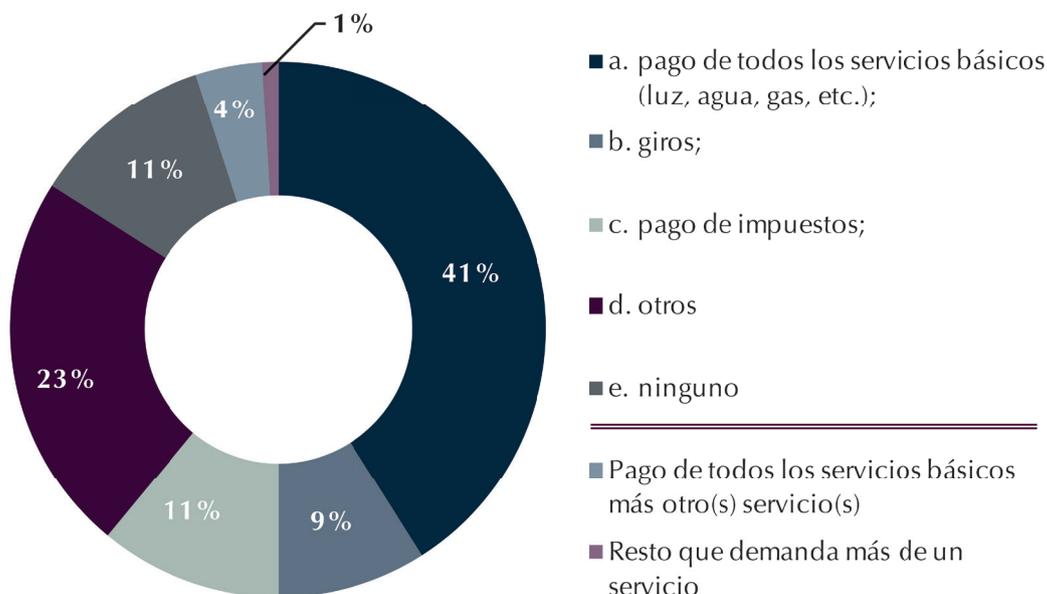
Sección 5: Atención en cajas

Pregunta 5.1. ¿Sabe cuál es el tiempo máximo de espera para ser atendido en cajas?



- Ante la consulta sobre el conocimiento del tiempo máximo para la atención en cajas, el 73% indica que «Sí» lo conoce. A este grupo se pidió que especifique el tiempo máximo: el 74% indicó el tiempo correcto (30 minutos); un 21% indicó un tiempo menor a 30 minutos y el restante 5% un tiempo mayor a 30 minutos.

Pregunta 5.2. En las cajas de esta entidad, ¿qué servicios que no ofrece esta entidad quisiera que se adicionen?

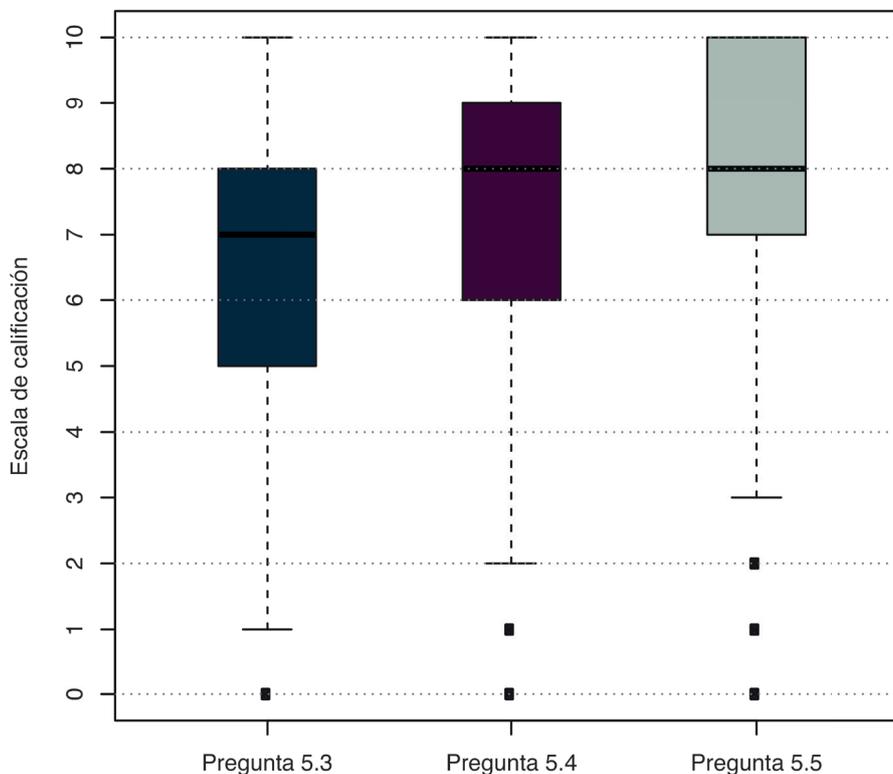


- La mayor proporción de consumidores financieros (41%) demandan pagar todos los servicios básicos en las cajas de las EIF. Un 11% de los consumidores financieros considera que los servicios que ofrecen las EIF en cajas es suficiente (no requieren ninguno adicional).

Pregunta 5.3. La entidad tiene suficiente personal para la atención en cajas.

Pregunta 5.4. El personal es rápido y ágil para realizar sus transacciones.

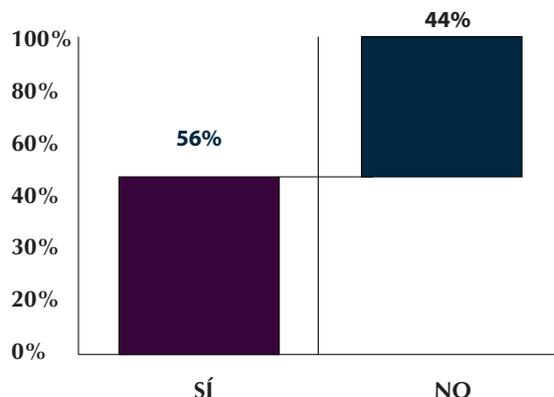
Pregunta 5.5. El personal de cajas es amable en la atención.



- Al calificar su satisfacción con los servicios recibidos en cajas, los consumidores financieros están más conformes con la amabilidad del personal de cajas (el 50% calificó con una nota mayor o igual a 8). De este grupo de preguntas, el número de personal para la atención en cajas fue la que obtuvo la menor evaluación.

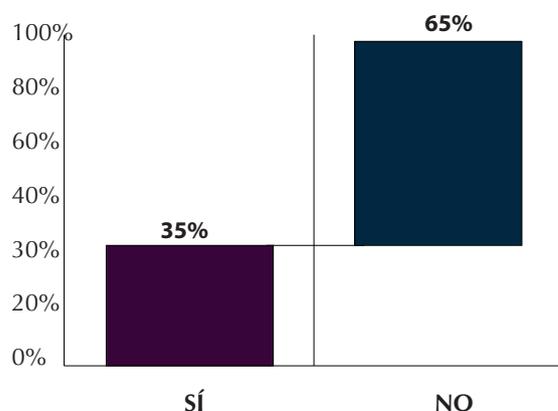
Sección 6: Atención en plataforma

Pregunta 6.1. ¿Utilizó la atención en plataforma de esta entidad?



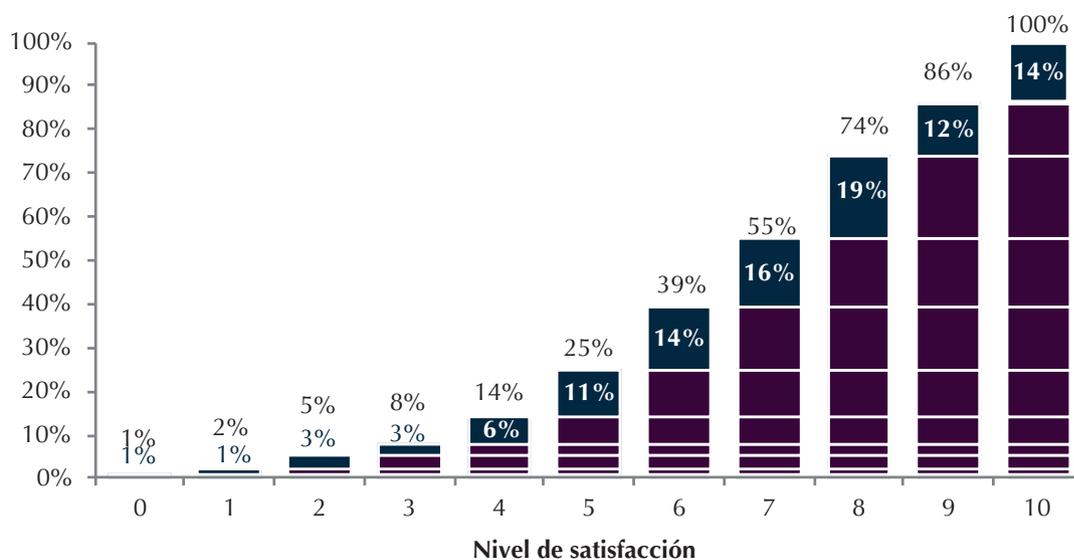
- La mayor proporción de consumidores financieros (56%), utilizó los servicios de plataforma.

Pregunta 6.2. ¿Utilizó en el último año los servicios de plataforma en otra entidad?



- Del 44% de consumidores financieros que no usaron los servicios de plataforma de la entidad donde fueron entrevistados, un 35% utiliza los servicios de otra entidad.

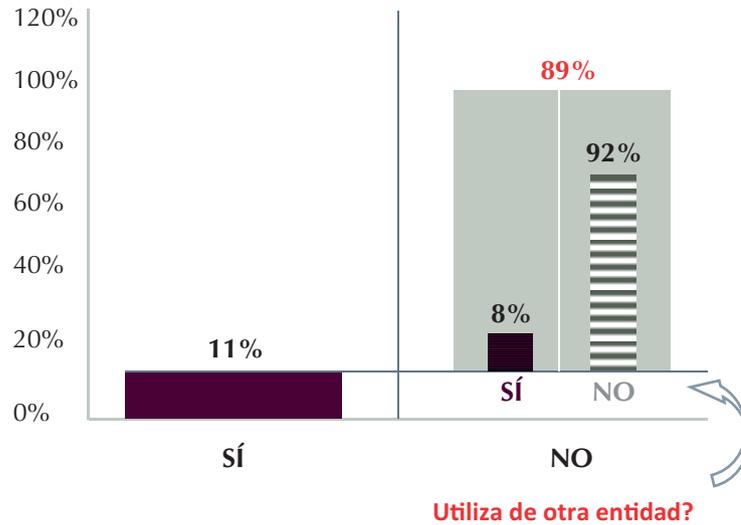
Pregunta 6.3. Por lo general no espera mucho tiempo para ser atendido(a).



- La afirmación «...no espera mucho tiempo para ser atendido» obtuvo su mayor calificación en 8 (19%). El 25% de los consumidores financieros calificó con una nota menor o igual a 5.

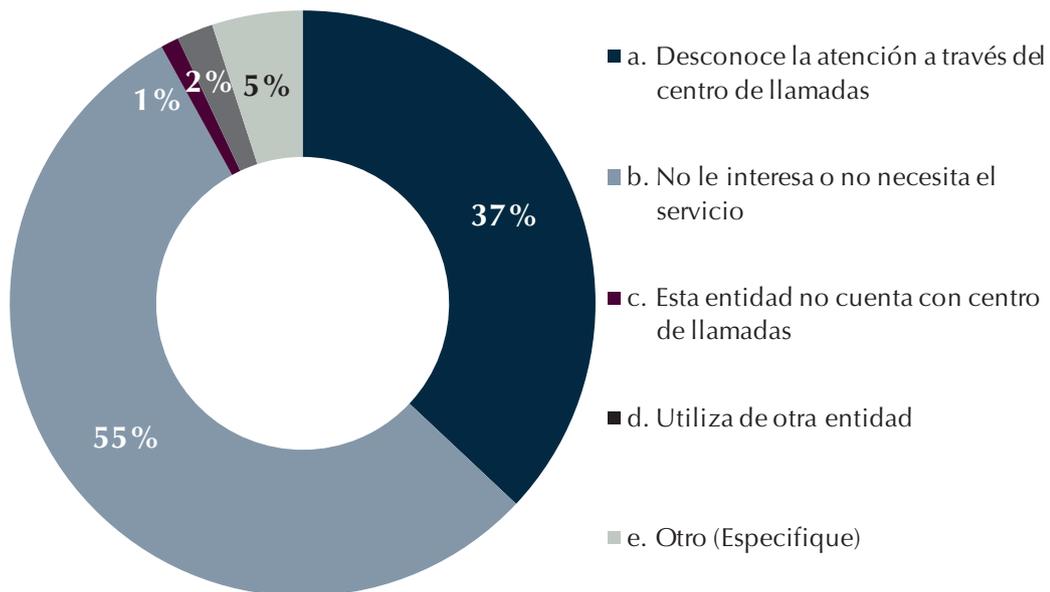
Sección 7: Atención en el centro de llamadas

Pregunta 7.1. ¿Ha utilizado en el último año el centro de llamadas de atención al cliente de esta entidad?



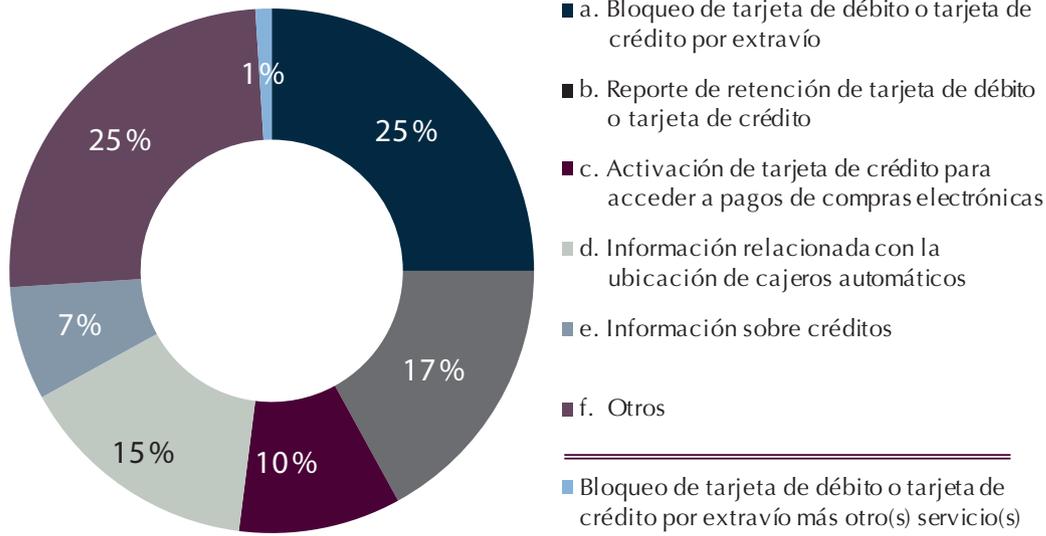
- La mayor proporción de consumidores financieros (89%), no utilizó el centro de llamadas de atención al cliente de la entidad donde fueron entrevistadas. De este porcentaje, solo el 8% utilizó el centro de llamadas de otra entidad, totalizando un 18.12% de consumidores financieros que usan los servicios de atención al cliente en el sistema financiero nacional.

Pregunta 7.2. ¿Por qué no ha utilizado el centro de llamadas de atención al cliente de esta entidad?



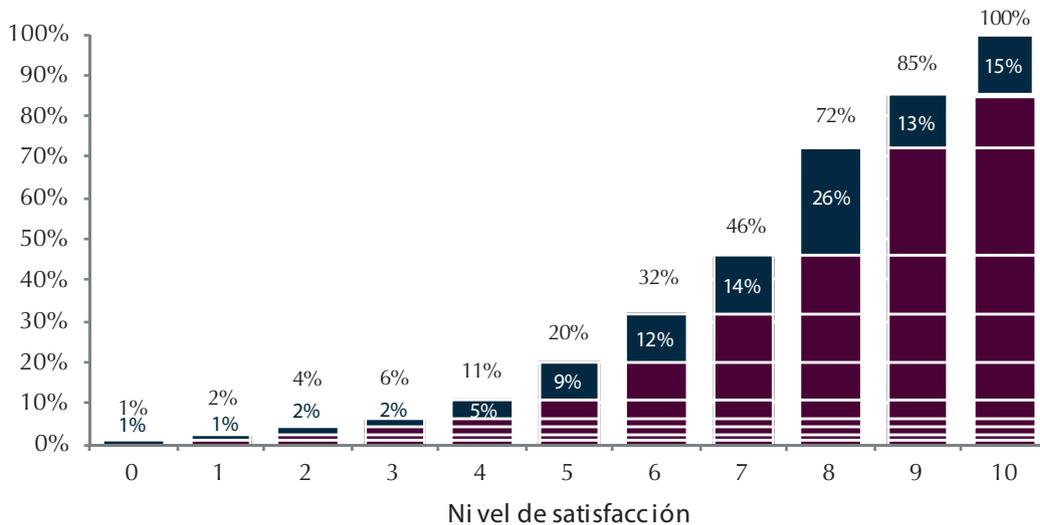
- La mayor proporción de los consumidores financieros (55%) que no usan el centro de llamadas se debe a que no les interesa o no lo necesitan.
- Una proporción importante (37%) de los consumidores financieros no usa el servicio por desconocimiento.

Pregunta 7.3. ¿Qué tipo de servicios requirió en el centro de llamadas?



➤ La mayor proporción de consumidores financieros (37%) que usaron el centro de llamadas de atención al cliente solicitó el bloqueo de su tarjeta de débito o crédito por extravío o solicitó el reporte de retención de su tarjeta de débito o crédito. El 72% de los consumidores financieros que demandaron este servicio fue con temas relacionados a tarjetas de débito o crédito.

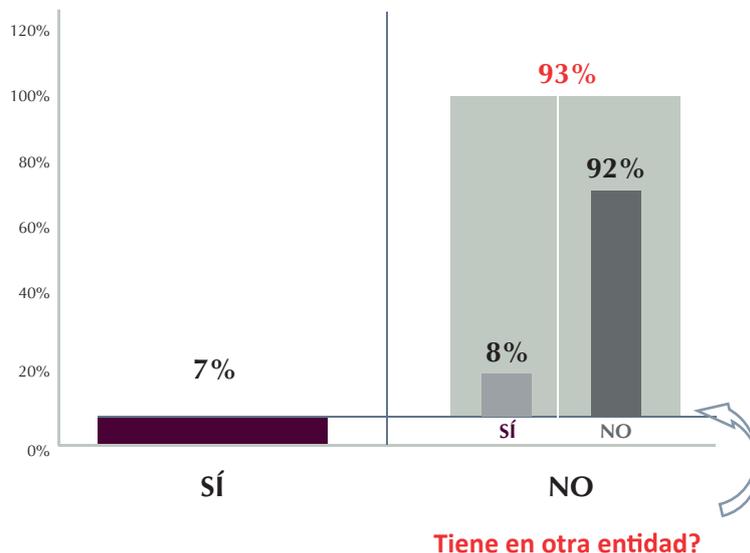
Pregunta 7.4. Califique la calidad de la ayuda que brinda el centro de llamadas



➤ El 26% de los consumidores financieros calificó con una nota de 8 la calidad de ayuda que brinda el centro de llamadas. El 54% de los consumidores financieros calificó a estos servicios con una nota mayor o igual a 8.

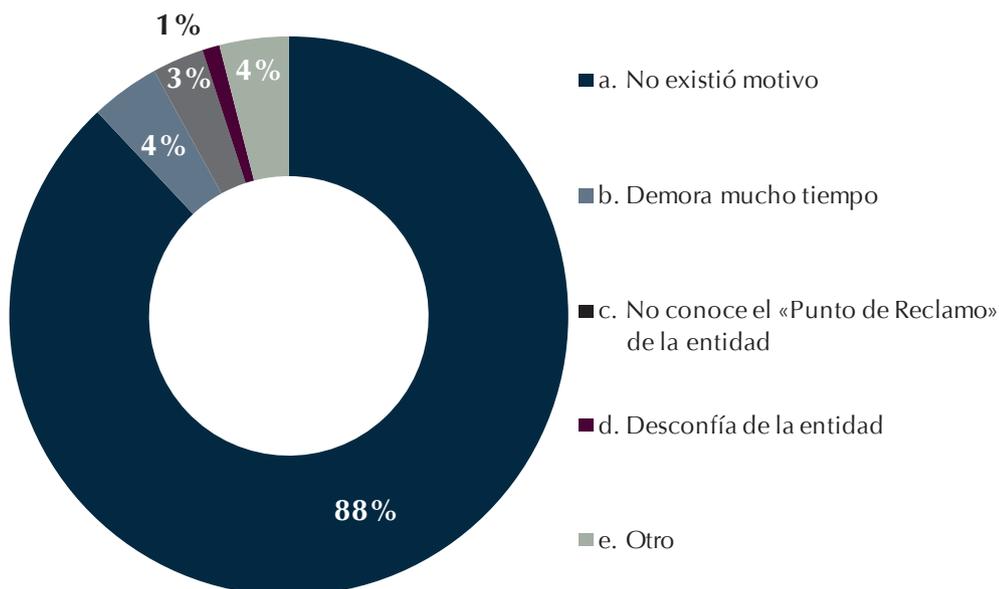
Sección 8: Atención de reclamos

Pregunta 8.1. En los últimos 12 meses, ¿presentó algún reclamo en esta entidad?



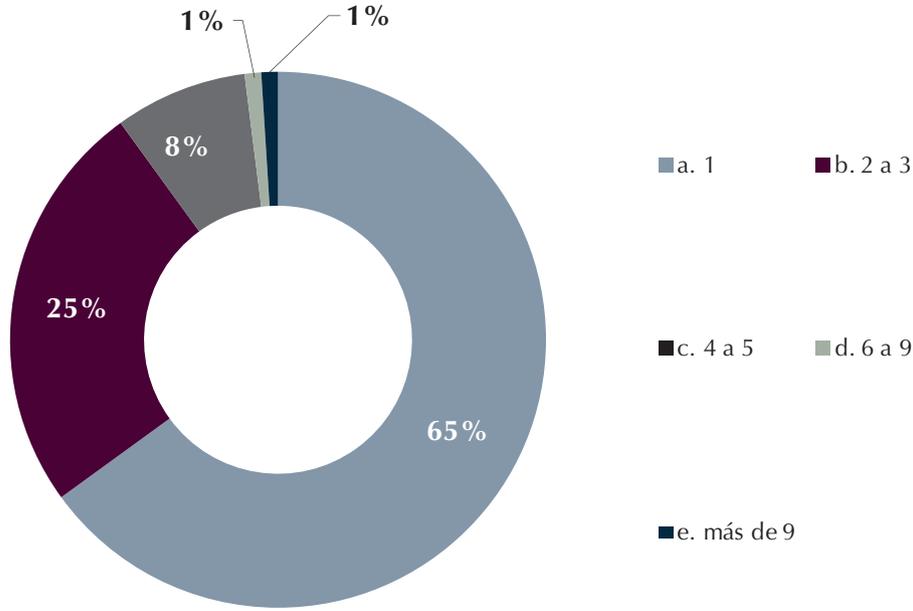
- Durante los últimos 12 meses, sólo el 7% de los consumidores financieros presentó algún reclamo en la entidad donde se realizó la entrevista. Del restante 93%, un 8% presentaron reclamos en otras entidades. De esta forma, se puede concluir que el 14,44% de los consumidores financieros presentó reclamos en el sistema financiero.

Pregunta 8.2. ¿Por qué no presentó reclamos en la entidad?



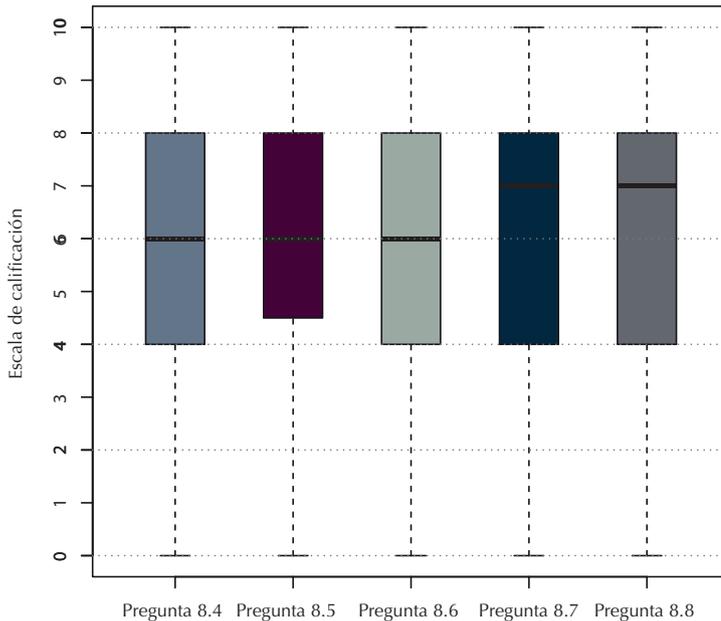
- La mayor proporción de consumidores financieros no presentó reclamos por que no existió motivo (88%). Un 8% de los consumidores financieros no presentó reclamos porque demora, no conoce o desconfía de la entidad.

Pregunta 8.3. En los últimos 12 meses, ¿Cuántas veces presentó un reclamo en la entidad?



➤ En los últimos 12 meses, la mayor proporción de los consumidores financieros que presentaron reclamos en el sistema financiero lo hizo una sola vez. Una cuarta parte (25%) presentó reclamos entre 2 a 3 veces

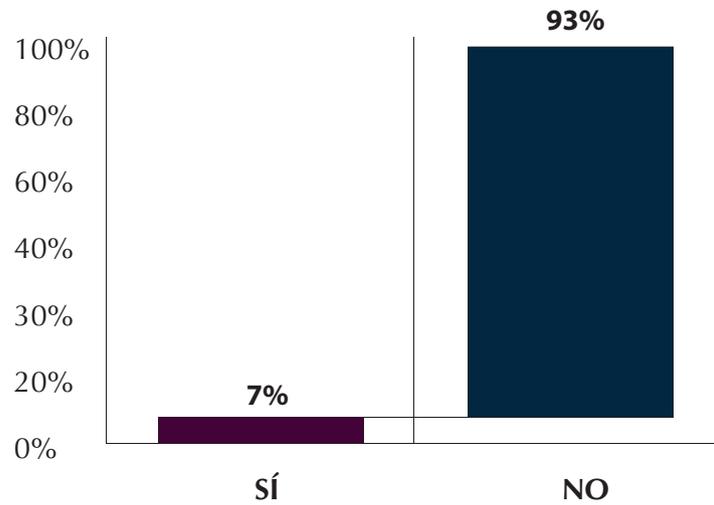
- Pregunta 8.4.** El «Punto de Reclamo» es fácilmente identificable.
- Pregunta 8.5.** Siempre existe personal de la entidad para atender sus reclamos.
- Pregunta 8.6.** El procedimiento para presentar un reclamo es sencillo.
- Pregunta 8.7.** La entidad muestra interés por resolver los problemas que se le presentan.
- Pregunta 8.8.** Sus reclamos son atendidos oportunamente.



➤ A las afirmaciones realizadas en las Preguntas 8.4 al 8.8, los consumidores financieros calificaron con notas más altas a la muestra de interés por parte de la EIF para resolver sus problemas y la atención oportuna a sus reclamos.

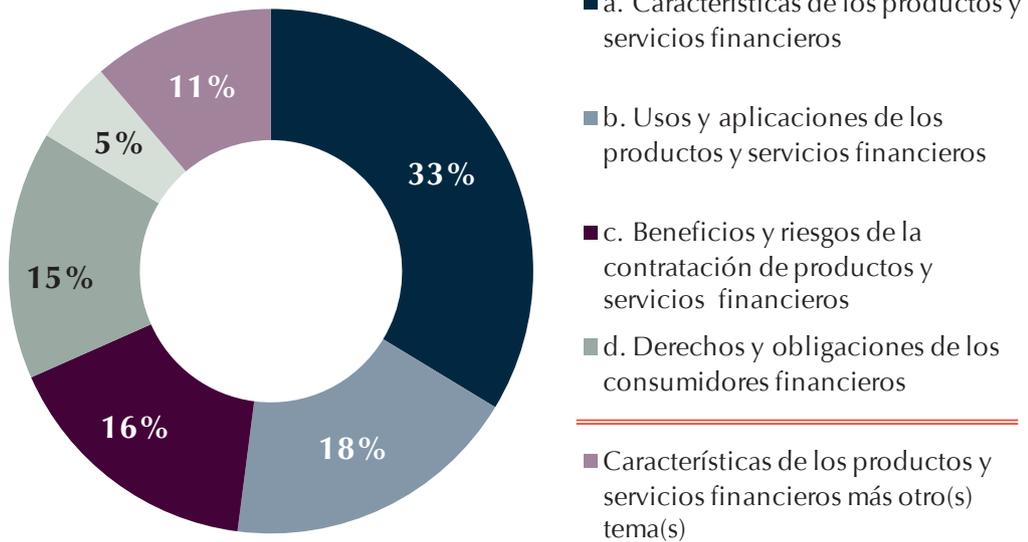
Sección 9: Educación financiera

Pregunta 9.1. En el último año, ¿recibió alguna capacitación relacionada con temas financieros por parte de esta entidad?



- Sólo el 7% de los consumidores financieros recibieron capacitación relacionada con temas financiero por la EIF donde fueron entrevistados.

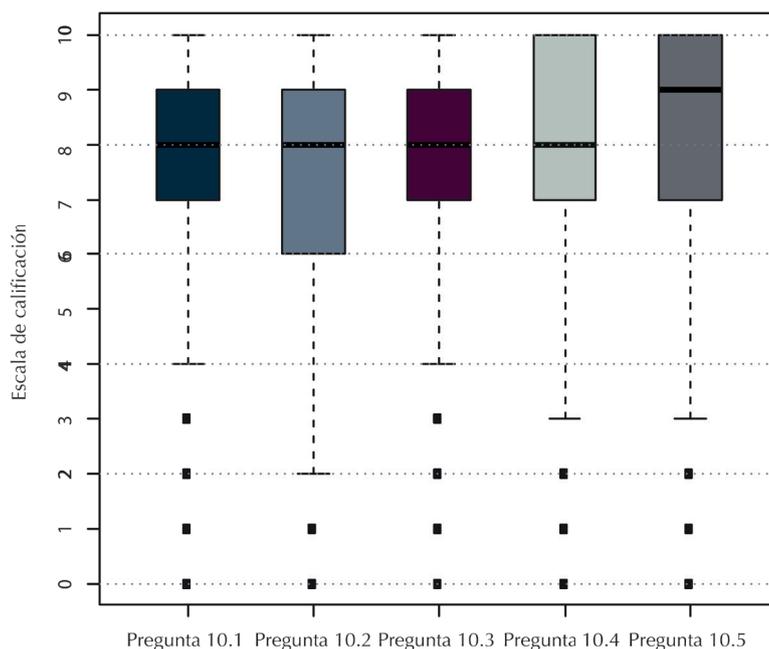
Pregunta 9.2. ¿Sobre qué aspectos recibió la(s) capacitación(es)?



- Del total de consumidores financieros que recibieron capacitación sobre temas financieros, la mayor proporción fue sobre las características de los productos y servicios financieros. Un 11% de los consumidores financieros, recibió capacitación en más de un aspecto.

Sección 10: Acceso, comodidad y seguridad

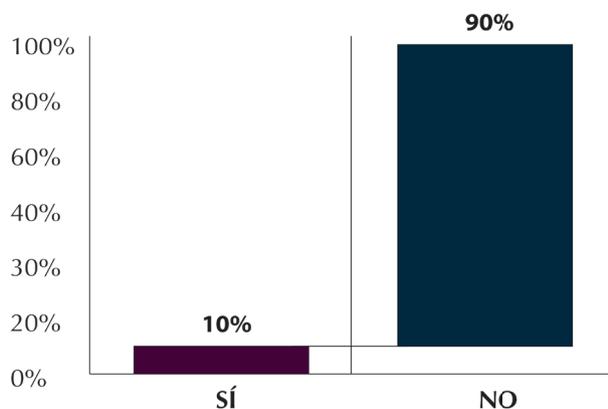
- Pregunta 10.1.** Se siente a gusto y cómodo(a) en las oficinas de esta entidad.
- Pregunta 10.2.** La entidad cuenta con un número adecuado de oficinas de atención al público.
- Pregunta 10.3.** Las oficinas de atención de esta entidad están convenientemente ubicadas.
- Pregunta 10.4.** Los horarios de atención de esta entidad son apropiados para realizar sus actividades.
- Pregunta 10.5.** Se siente seguro(a) al realizar transacciones financieras en esta entidad.



- En las afirmaciones sobre acceso, comodidad y seguridad, la seguridad al realizar transacciones obtuvo la calificación más alta (50% de los consumidores financieros calificaron con una nota mayor o igual a 9).
- La ubicación de las oficinas y el sentirse a gusto y cómodo en las mismas, muestran la menor dispersión de las calificaciones, concentrándose el 50% de las calificaciones entre 7 y 9.

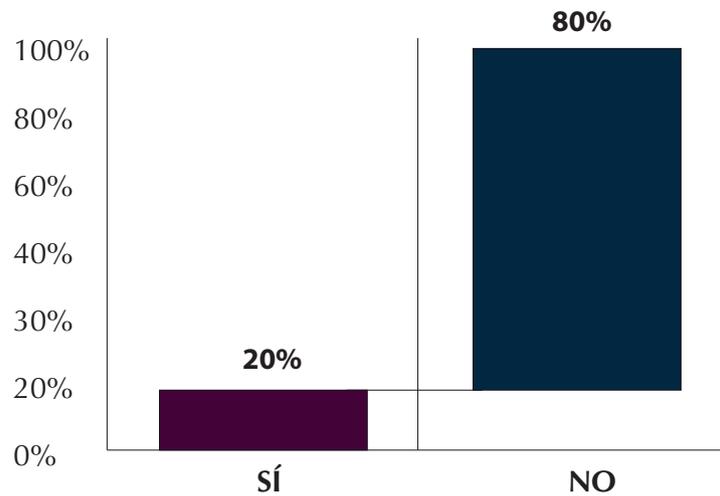
Sección 11: Otros relacionados con la calidad y satisfacción

- Pregunta 11.1.** ¿Alguna vez le negaron injustificadamente un servicio y/o producto en esta entidad?



- El 90% de consumidores financieros indica que no le negaron injustificadamente un producto o servicio en la entidad donde fueron entrevistados.

Pregunta 11.2. ¿Se benefició con asistencia técnica para su actividad económica gracias a la gestión de alguna entidad financiera?



➤ La mayor proporción de consumidores financieros (80%) no se beneficiaron con asistencia técnica para su actividad económica gestionada por alguna EIF.

Pregunta 11.3. El personal de esta entidad es eficiente y amable.

Pregunta 11.4. Los productos y servicios financieros ofrecidos por esta entidad son de calidad.

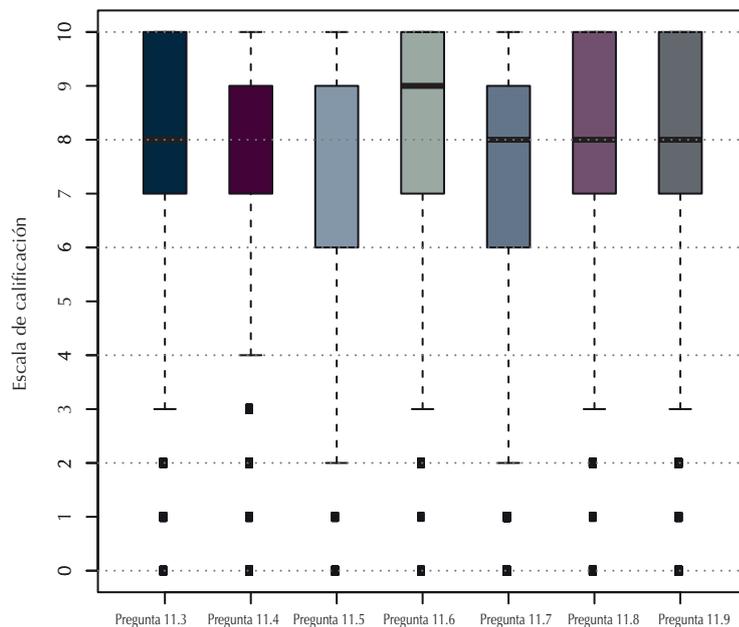
Pregunta 11.5. La entidad busca permanentemente mejorar la atención al público.

Pregunta 11.6. Esta entidad es confiable.

Pregunta 11.7. Esta entidad contribuyó a que usted mejore su calidad de vida.

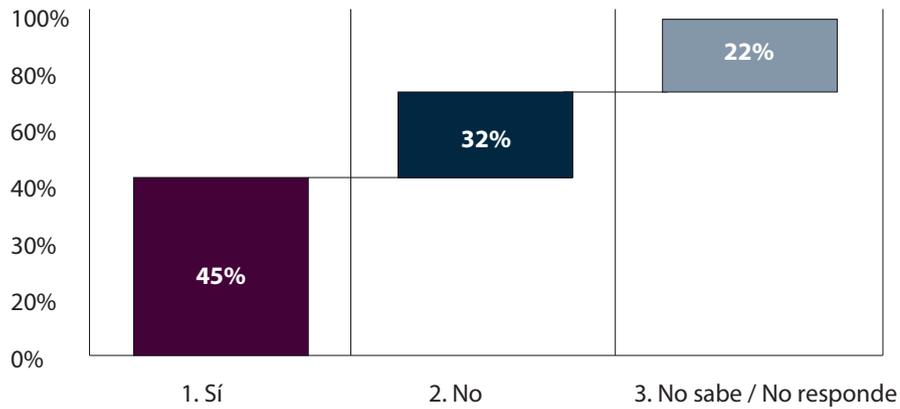
Pregunta 11.8. Esta entidad es importante para el desarrollo de su ciudad, localidad o comunidad.

Pregunta 11.9. Recomendaría esta entidad a familiares, amigos, colegas, etc.



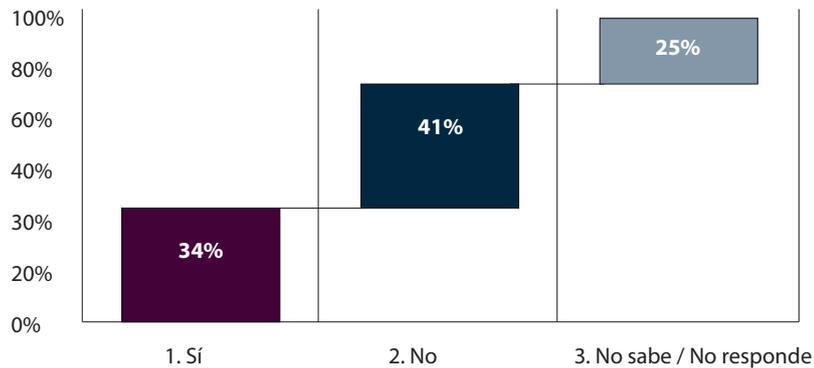
➤ A las afirmaciones planteadas en las preguntas 11.3 al 11.9, los consumidores financieros dieron una mayor calificación a la confiabilidad de la entidad (el 50% calificó con una nota mayor o igual a 9). Dentro de este grupo de preguntas, la mejora de atención al público (Pregunta 11.5) y la contribución a la mejora de la calidad de vida (Pregunta 11.7) obtuvieron las menores calificaciones.

Pregunta 11.10. ¿Considera que el acceso a los servicios ofrecidos por las entidades financieras es suficiente en regiones que no son ciudades capitales?



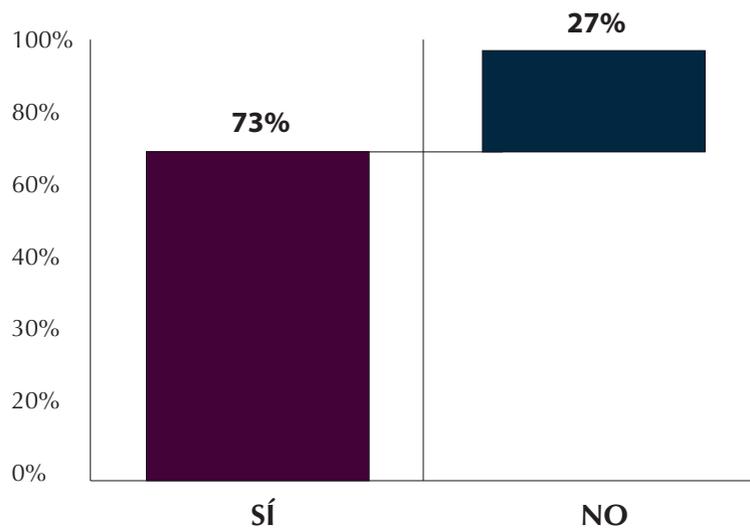
- La mayor proporción de consumidores financieros (45%), indicó que el acceso a los servicios ofrecidos por las entidades financieras es suficiente en regiones que no son ciudades capitales.

Pregunta 11.11. ¿Considera que el acceso a los servicios ofrecidos por las entidades financieras es suficiente en las zonas marginales de las ciudades capitales?



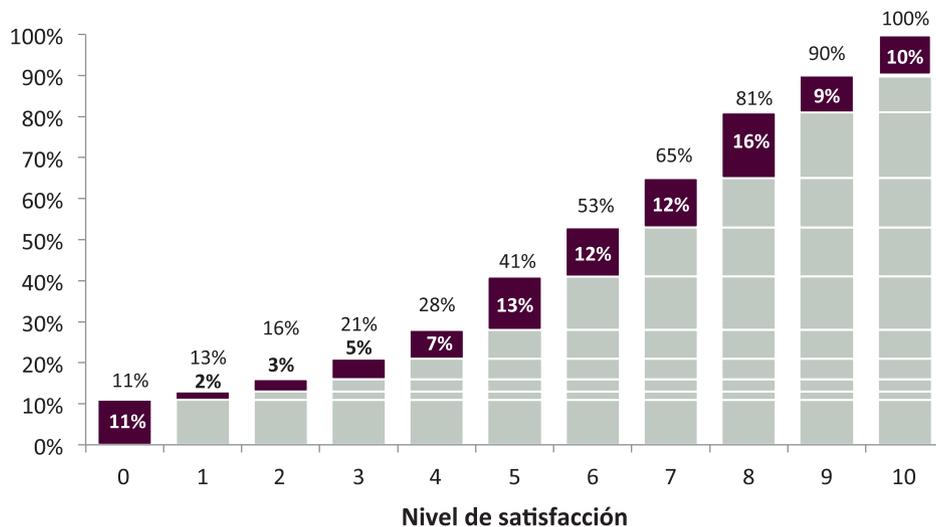
- El 41% de los consumidores financieros considera que el acceso a los servicios ofrecidos por las entidades financieras en zonas marginales de las ciudades capitales no es suficiente.

Pregunta 11.12. ¿Su situación económica mejoró en el último año?



- El 73% de los consumidores financieros indicó que su situación económica mejoró durante el último año.

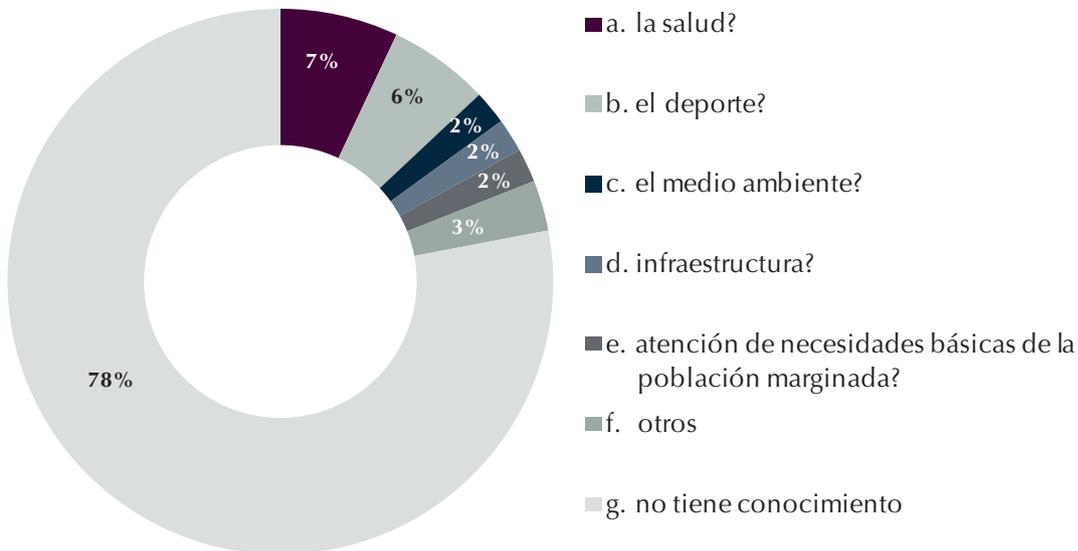
Pregunta 11.13. La mejora económica que usted tuvo se debió en parte a los servicios y productos que recibió de esta entidad.



- El 53% de los consumidores financieros calificó a la afirmación con una nota menor o igual a 6. La nota que más se repite es la calificación 8 (16%).

Sección 12: Responsabilidad social empresarial y función social

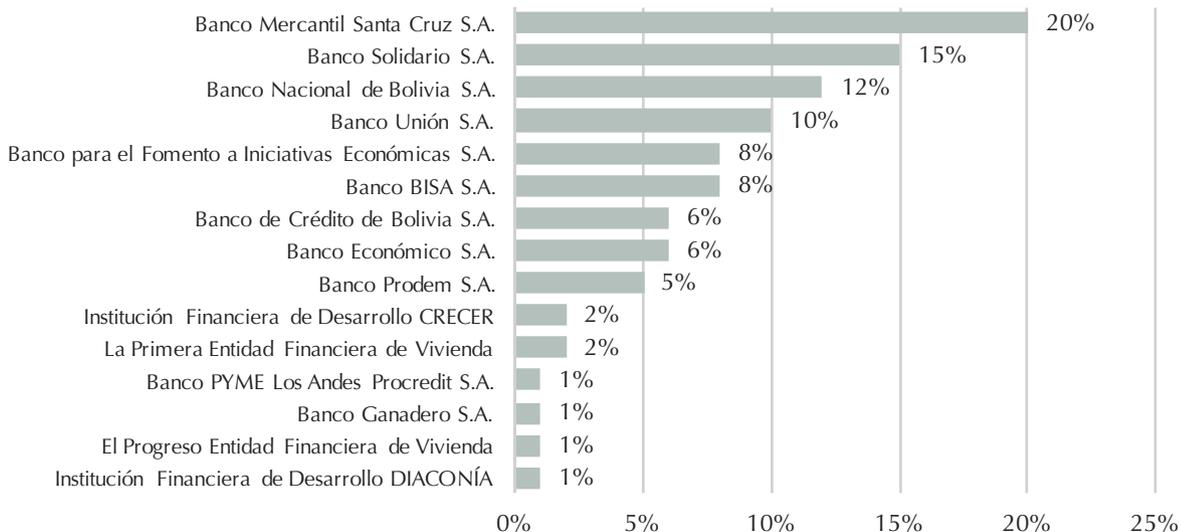
Pregunta 12.1. ¿Está enterado(a) de la existencia de algún programa en beneficio de la sociedad impulsado por entidades de intermediación financiera en temas relacionados con...



➤ La mayor proporción de consumidores financieros (78%), no está enterado de la existencia de programas de responsabilidad social empresarial impulsados por las EIF.

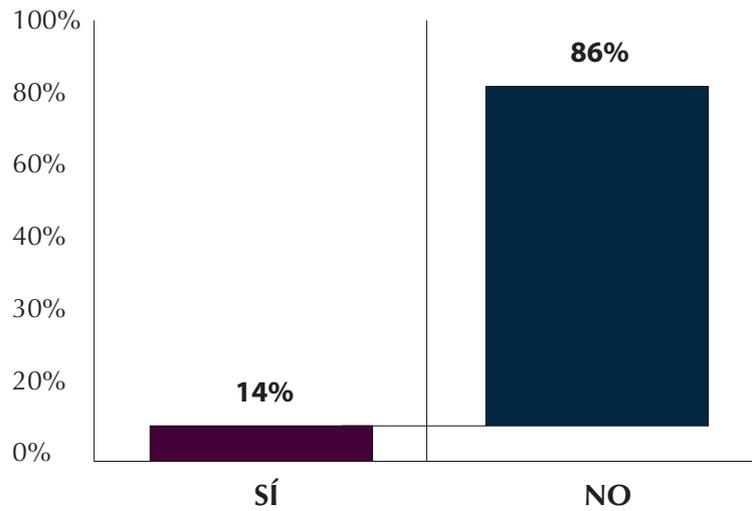
➤ Los programas de RSE que más se conocen son de salud (7%) y deporte (6%).

Pregunta 12.2. ¿De qué entidades?



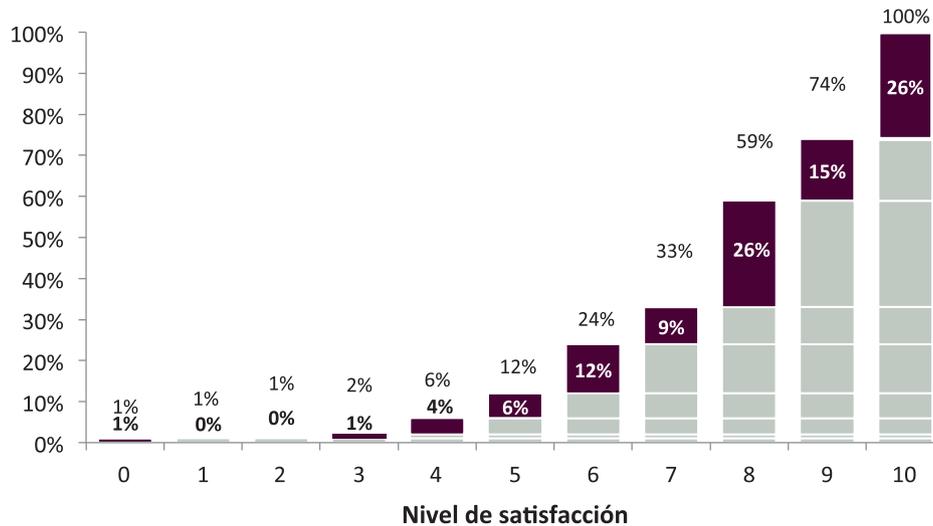
➤ De los consumidores financieros que están enterados de la existencia de algún programa en beneficio de la sociedad impulsado por entidades financieras, el 20% conoce los programas del Banco Mercantil Santa Cruz S.A. Otra proporción importante viene dado por los programas del Banco Solidario S.A.

Pregunta 12.3. ¿Se benefició con algún crédito al sector productivo o de vivienda de interés social?



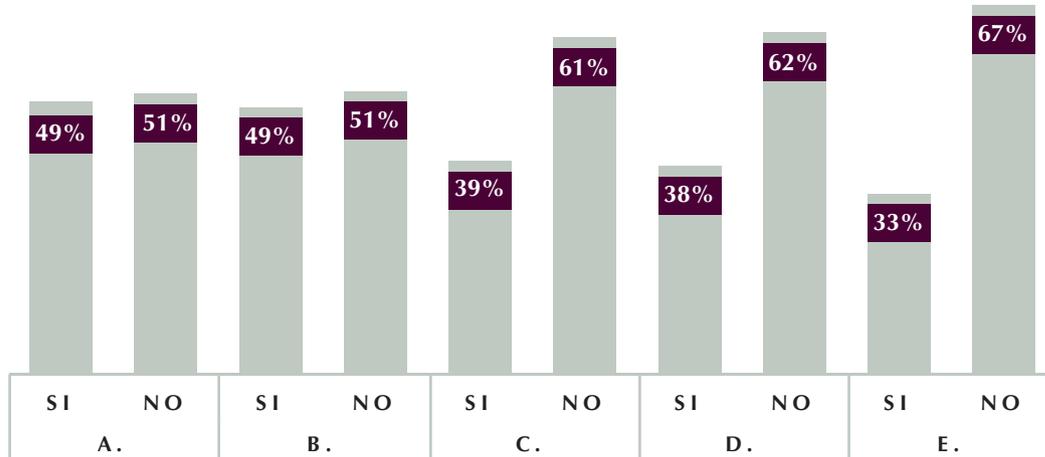
- La mayor proporción de consumidores financieros no se benefició con créditos destinados al sector productivo o vivienda de interés social.

Pregunta 12.4. Estos créditos contribuyeron a que usted mejore su calidad de vida



- El 67% de los consumidores financieros calificó con una nota mayor o igual a 8 a la afirmación planteada en la pregunta 12.4. La mayor frecuencia de calificaciones es alcanzada en las calificaciones 8 y 10.

Pregunta 12.5. ¿Considera que los servicios financieros que prestan las entidades financieras contribuyeron...

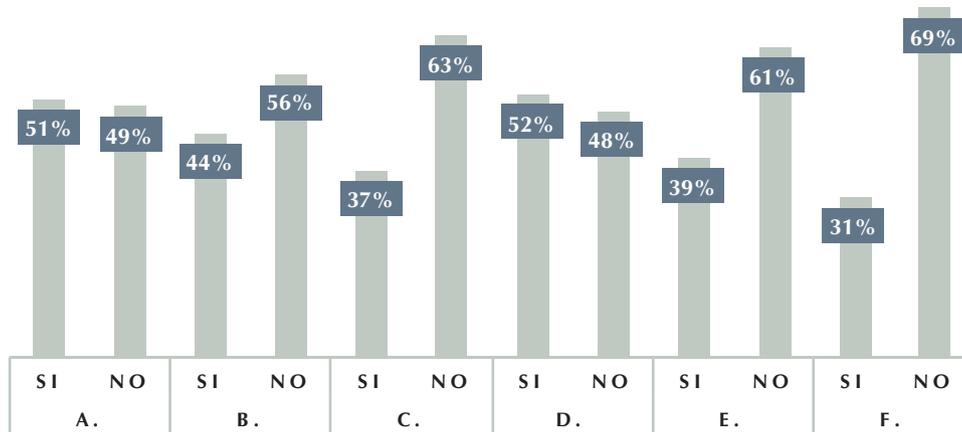


- A. a que inicie un emprendimiento o negocio?
 B. al crecimiento y/o mejora de su negocio?
 C. a que cuente con vivienda propia?
 D. a que realice mejoras y/o remodelaciones de su vivienda?
 E. a que satisfaga otras necesidades financieras?

➤ El 49% de los CF consideran que los servicios financieros prestados por las entidades financieras contribuyeron a que inicien un emprendimiento o negocio o al crecimiento y/o mejora del mismo.

➤ Por otro lado, más del 60% de los consumidores financieros indicaron los servicios financieros no contribuyeron a que cuenten con vivienda propia o realizar mejoras y/o remodelaciones a la misma.

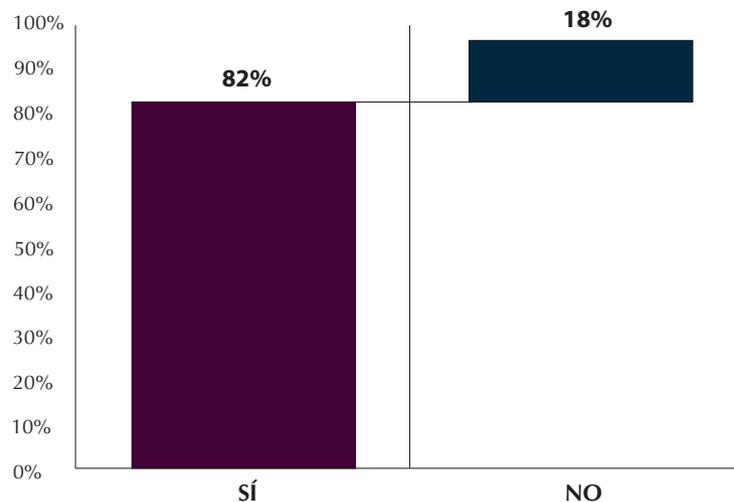
Pregunta 12.6. La contribución anterior de los servicios financieros, ¿coadyuvó...



- A. a que mejore su situación económica?
- B. a que mejore las condiciones de educación de usted y/o su familia?
- C. a que mejore sus condiciones de salud?
- D. a que mejore su condición de vida?
- E. a que incremente la producción de su unidad productiva?
- F. a lograr otras mejoras?

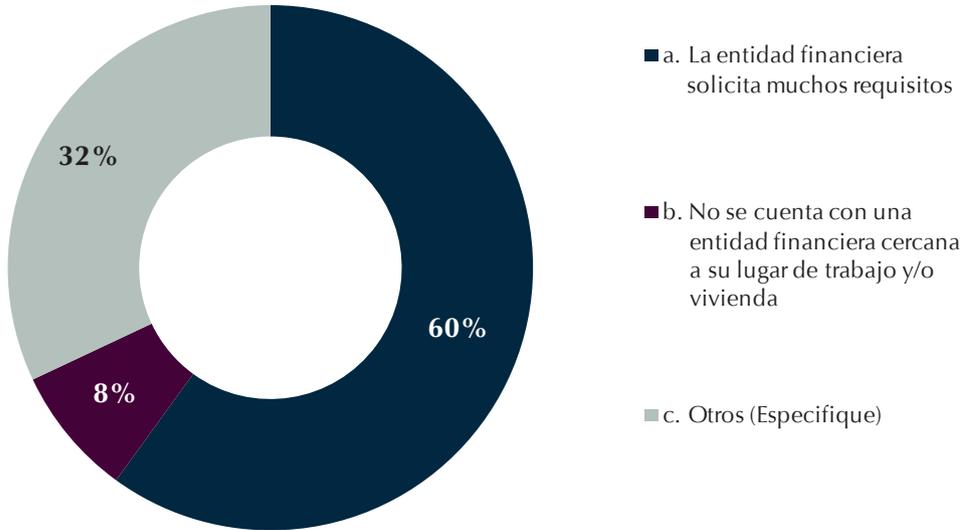
- En el universo de los consumidores financieros que indicaron que los servicios financieros brindados por las entidades financieras beneficiaron a que satisfagan sus necesidades financieras, más del 51% afirma que mejoró su situación económica y su condición de vida.
- Por el contrario, en el mismo universo, más del 56% afirma que la contribución anterior no coadyuvó a mejorar sus condiciones de educación, salud y productividad.

Pregunta 12.7. ¿Los servicios financieros que prestan las entidades financieras son accesibles para usted?



- El 82% de los consumidores financieros indicó que los servicios financieros prestados por la entidades financieras son accesibles para ellos.

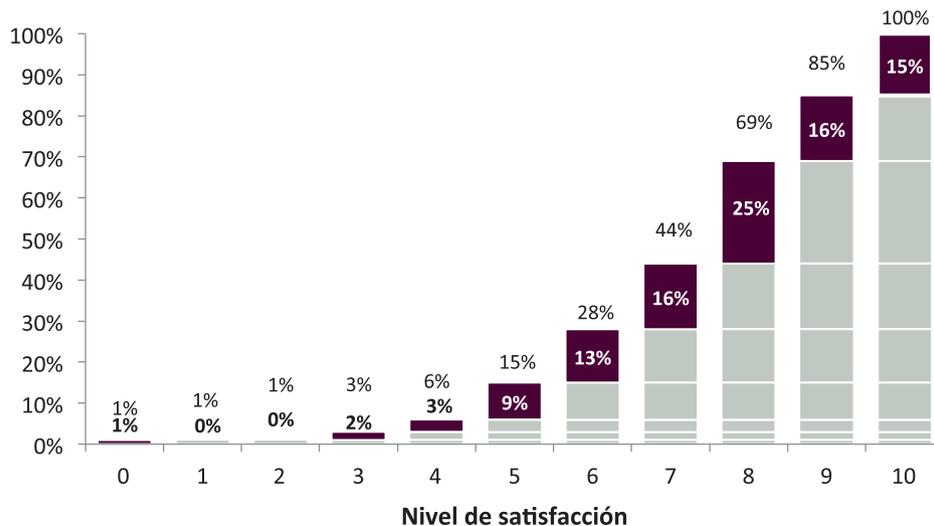
Pregunta 12.8. ¿Por qué considera que no son accesibles?



La mayor proporción de consumidores financieros (60%) que consideran que los servicios financieros no son accesibles, consideran que la misma se debe a que la entidad financiera solicita muchos requisitos.

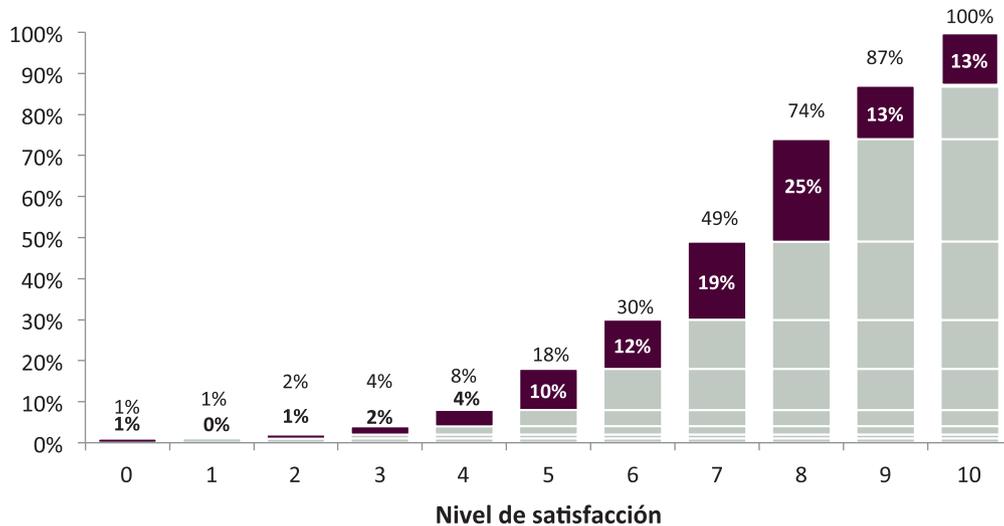
Sección 13: Nivel de satisfacción con las entidades financieras

Pregunta 13.1. ¿Cuán satisfecho(a) está usted con todos los servicios y productos financieros que le proporciona la entidad en la que nos encontramos?



- El 15% de los consumidores financieros calificó con una nota menor o igual a 5 sobre 10 su nivel de satisfacción con todos los servicios y productos financieros proporcionados por la entidad donde se realizó la entrevista.
- La calificación 8 sobre 10 es la nota que más se repite, calificando con esta nota el 25% de los consumidores financieros.

Pregunta 13.2. ¿Cuán satisfecho(a) está usted con todos los servicios y productos financieros que le proporciona la otra entidad de la que nos brindó información?

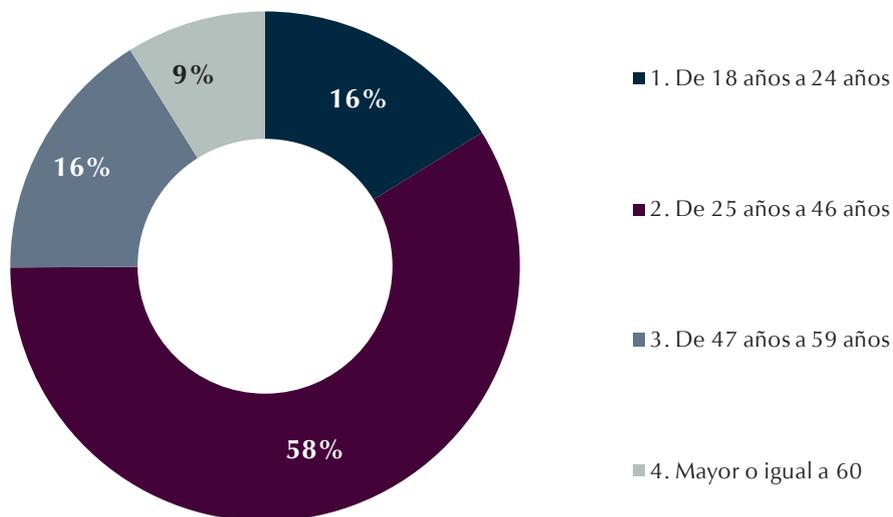


➤ El 18% de los consumidores financieros calificó con una nota menor o igual a 5 su nivel de satisfacción con otra entidad (diferente a la entidad donde se le entrevistó).

➤ La mayor proporción de consumidores financieros (25%) calificó con una nota de 8 sobre 10 su nivel de satisfacción con una entidad diferente a donde se le realizó la entrevista.

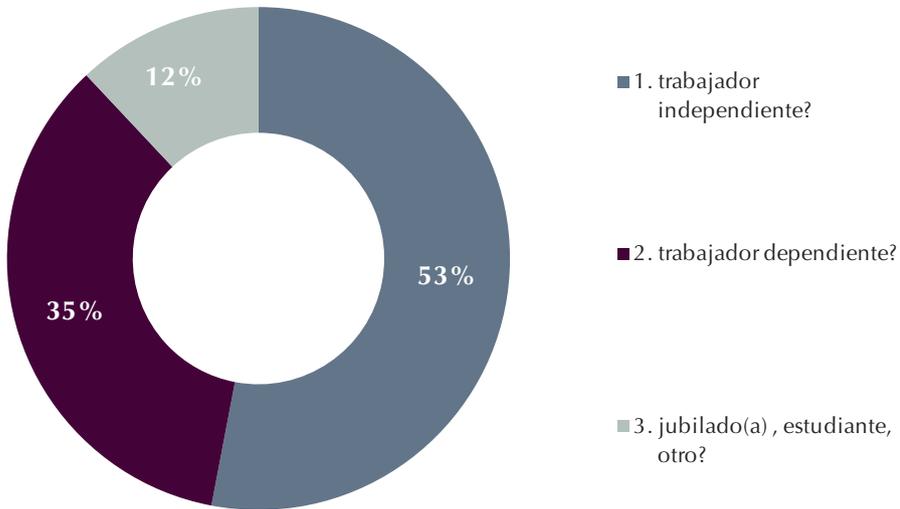
Sección 14: Datos del entrevistado(a)

Pregunta 14.1. ¿El rango de su edad es?



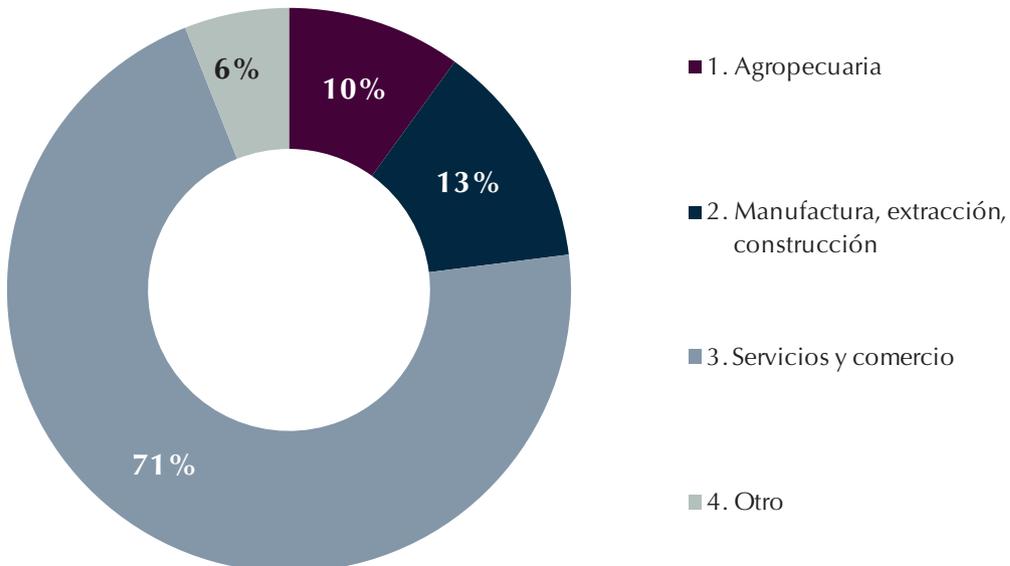
➤ La mayor proporción de consumidores financieros (58%), tiene una edad entre 25 a 46 años.

Pregunta 14.2. ¿Es usted...



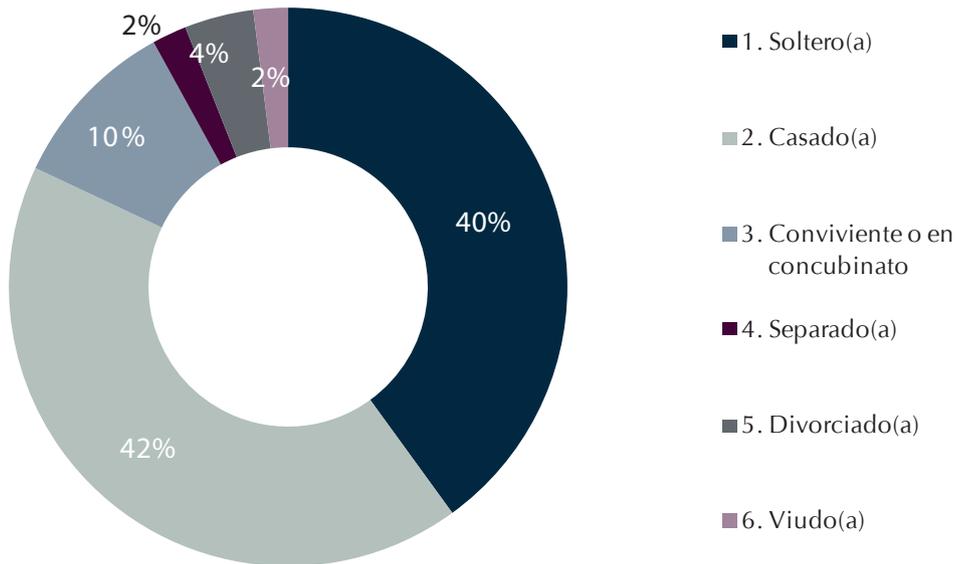
➤ El 53% de los consumidores financieros trabaja por cuenta propia.

Pregunta 14.3. ¿A qué sector económico pertenece su actividad u ocupación principal?



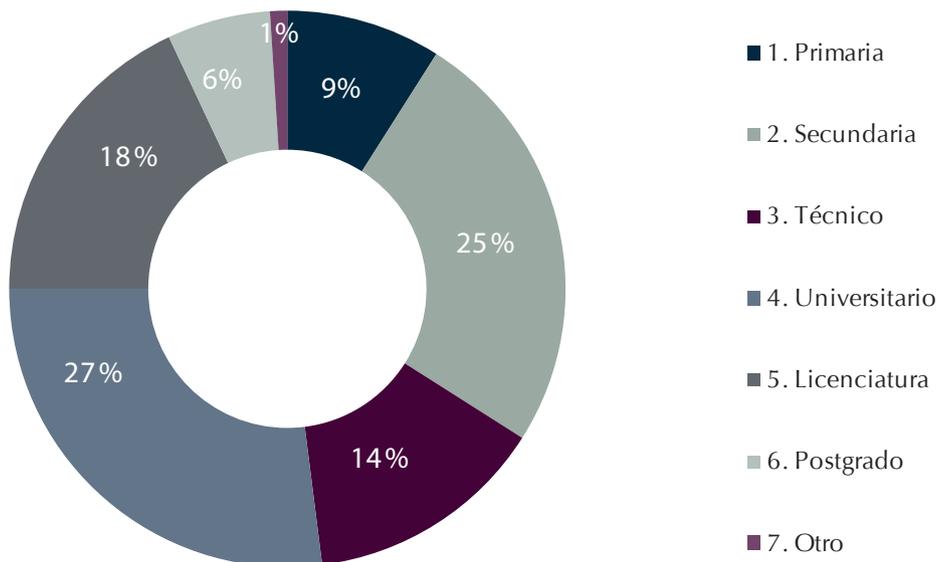
➤ El 71% de los consumidores financieros que trabajan por cuenta propia pertenecen al sector servicios y comercio.

Pregunta 14.4. Actualmente, ¿cuál es su estado civil o conyugal?



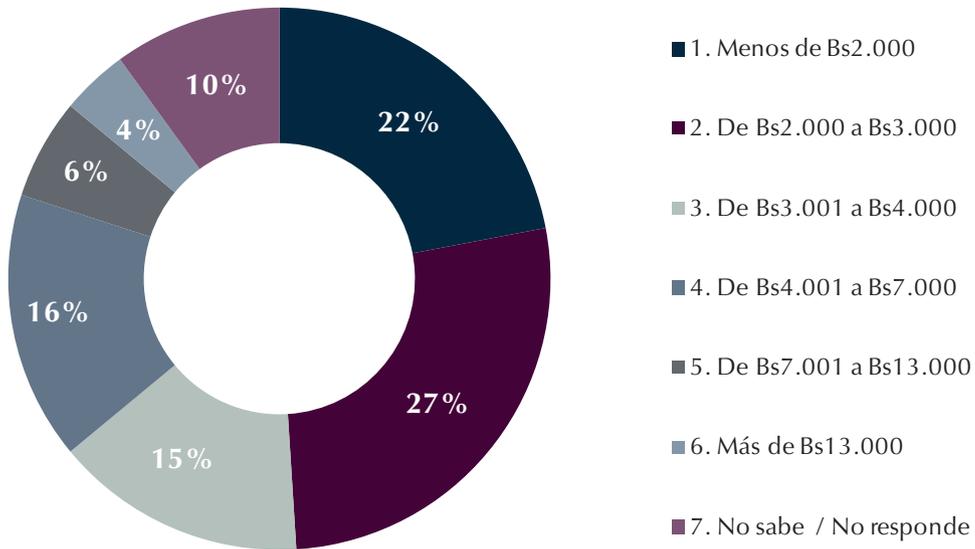
➤ La mayor proporción (42%) de consumidores financieros poseen un estado civil de casado(a).

Pregunta 14.5. ¿Cuál es el nivel de educación más alto que alcanzó?



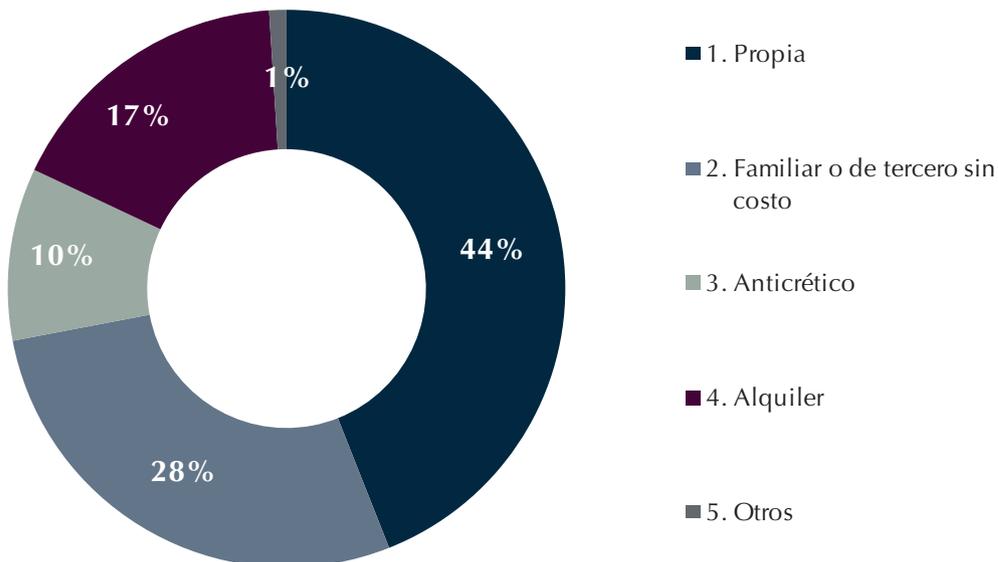
➤ El 27% de los consumidores financieros recibieron formación universitaria. Otra proporción importante (25%) viene dada por los que alcanzaron un nivel de educación secundaria.

Pregunta 14.6. ¿Cuánto gana o recibe usted al mes por su trabajo, actividad o negocio?



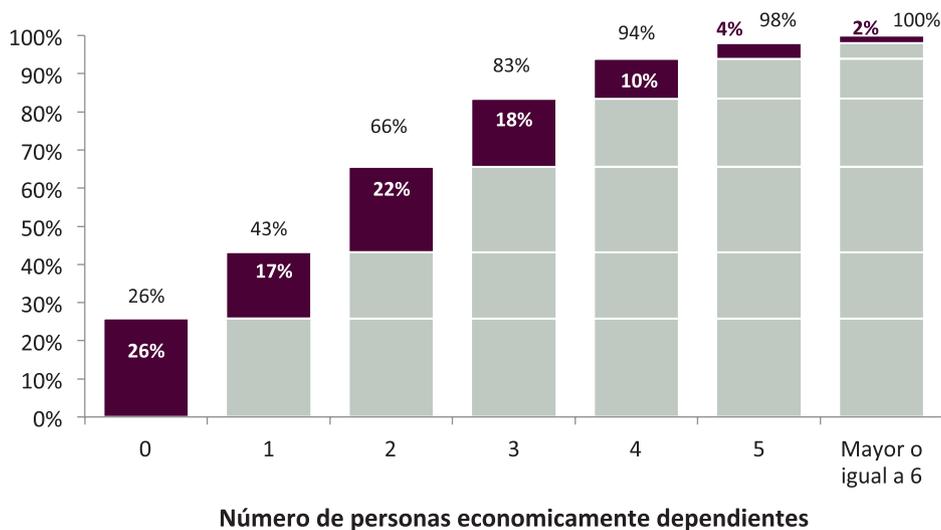
- La mayor parte de los consumidores financieros (64%) percibe un ingreso mensual menor o igual a Bs4.000.

Pregunta 14.7. La vivienda que ocupa es...



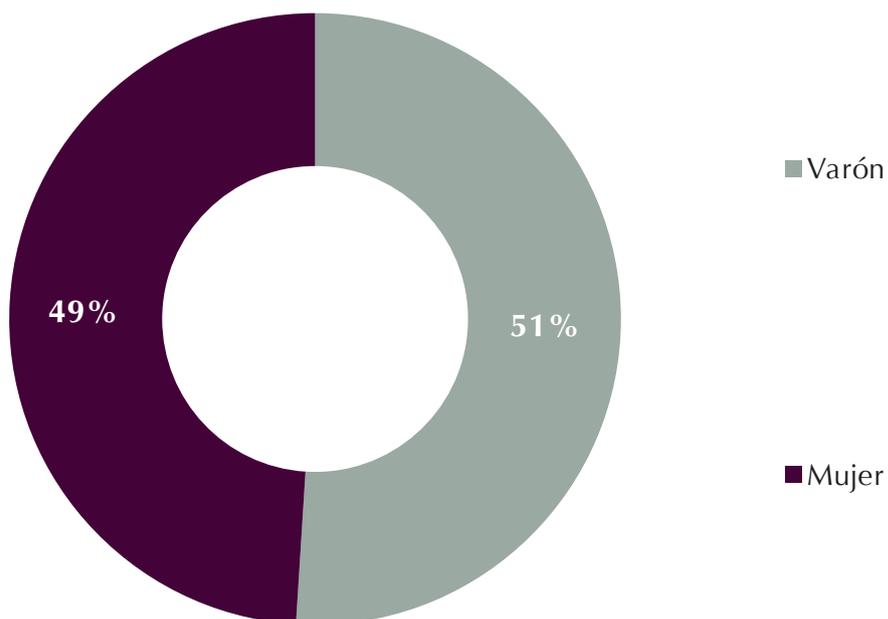
- El 44% de los consumidores financieros vive en casa propia; el 28% en la casa de un familiar o tercero sin costo; el 17% en alquiler y el 10% en anticrético.

Pregunta 14.8. Actualmente, ¿cuántas personas dependen económicamente de usted?



- El 83% de los consumidores financieros tienen hasta 3 dependientes; el 26% no tiene dependientes.

Consumidores financieros según género



- El 51% de los consumidores financieros son varones y el 49% mujeres.



Estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y funcionario de ASFI preparados para operativo de campo en el municipio de Copacabana del departamento de La Paz.

5. CONCLUSIONES

Con la 2.^a Encuesta Nacional de Servicios Financieros realizada el 9 de septiembre de 2016, ASFI consolidó un acercamiento directo a los consumidores financieros (CF) y obtuvo información sobre las necesidades, el nivel de atención de las mismas por parte de las Entidades de Intermediación Financiera (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) calidad y calidez de los servicios y productos, ii) el beneficio esperado y iii) el acceso a los servicios financieros. De estos tres, la variable calidad y calidez tiene el mayor peso relativo (66%) que, a su vez, está explicada por la seguridad, información, eficiencia, imagen, variedad y amabilidad con que son brindados los servicios financieros. El beneficio esperado se refiere a la satisfacción que tienen los consumidores con las tasas de interés que reciben por sus depósitos y, el acceso, al número de Puntos de Atención Financiera (PAF), su ubicación y sus horarios de atención.

El índice de satisfacción 2016 fue de 7,45, y la estimación sin incluir a las Instituciones Financieras de Desarrollo (IFD) resulta de 7,43. Comparando estos resultados con el IS 2015, que fue 7,85, sufrió una reducción de 0,40 para el primer caso y de 0,42 en el segundo, atribuible principalmente a menores calificaciones a los intereses recibidos por los consumidores, a la comodidad de las oficinas de las entidades y a los procedimientos para obtener créditos. Por género, los varones otorgaron una menor calificación promedio (7,43) que las mujeres (7,47). Por grupo etario, los consumidores financieros entre las edades comprendidas entre los 25 y 46 años otorgaron una calificación menor (7,36). Por

departamento, los consumidores financieros de Potosí reportaron la menor satisfacción (índice 6,72) y los de Tarija la mayor satisfacción (índice 7,81). 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 primaria. Por subsistema, las IFD recibieron la más alta calificación promedio (7,80), seguidas de las cooperativas de ahorro abiertas (7,73), los bancos PYME (7,44), los bancos múltiples (7,41) y las entidades financieras de vivienda (7,35).

Para elaborar el índice de percepción de cumplimiento de la función social de los servicios financieros, se consideraron 3 preguntas: una de estas valoró la importancia de la entidad para el desarrollo de la ciudad, localidad o comunidad del consumidor financiero (punto de vista global); las otras dos se relacionan con la contribución de los servicios financieros a la mejora de la situación individual de los consumidores financieros, mejoras de la calidad de vida individual y mejoras económicas; en este último caso se preguntó si aquellas se atribuyen, en parte, a los servicios ofrecidos por la entidades financieras. Entre los factores más significativos que explican dicha variable se encuentran: i) el uso con eficiencia y seguridad de los servicios financieros, ii) el acceso universal a los servicios financieros, iii) la atención con calidad y calidez, iv) la continuidad de los servicios financieros y v) los tiempos y costos en la prestación de los servicios financieros.

Por otra parte, el índice de percepción del cumplimiento de la función social de los servicios financieros (IPCFS) 2016 fue de 7,23, en una escala que va de 0 al 10. Comparado con el índice 2015, que fue de 7,59, se observa una reducción de 0,36. Los varones tienen, en

promedio, un índice inferior (7,16) en comparación con las mujeres (7,30). Se observa una relación positiva entre el IPCFS y la edad de los consumidores financieros; no obstante, la relación del IPCFS con el nivel educativo es inversa. Por departamento, Potosí cuenta con el menor índice (6,50) y Pando con el mayor índice (7,66). Por subsistema, las IFD tienen un mayor IPCFS (7,87), seguidas de las cooperativas de ahorro y crédito abiertas (7,55), los bancos PYME (7,48), los bancos múltiples (7,16) y las entidades financieras de vivienda (6,92).

En cuanto a las necesidades de los consumidores financieros, es evidente que debe fomentarse el uso de las transacciones electrónicas y medios electrónicos de pago (TEYMEP). El 15% de los consumidores financieros afirman haber realizado, en el último año, alguna transacción en los puntos de venta electrónica (POS) y el 4% realizó transacciones por medio de billetera móvil. El medio más usado es el cajero automático, utilizado por el 59% de los consumidores financieros consultados en la encuesta.

Se determinó que para fomentar el uso de los TEYMEP debe recurrirse a masificar la educación financiera, puesto que el 41% de los

consumidores financieros afirmó que no sabe cómo funcionan y el 35% de ellos dijo que no necesitó usar las TEYMEP (este último motivo podría revelar también desconocimiento de los beneficios que tienen estos servicios). Otra forma de incentivar el uso de estos servicios es mejorando la calidad con que las entidades financieras brindan los servicios relacionados con las TEYMEP. En este sentido, los CF indicaron que los principales problemas que tienen al usar los cajeros automáticos se relacionan con problemas técnicos; asimismo, los CF indicaron también lo que más les afecta al realizar transacciones electrónicas es la dificultad de conexión a la página web de la entidad, seguida por el hecho de que los POS no reconocen su tarjeta de crédito o débito, dificultades para monetizar el efectivo y escasa capacitación del personal en los puntos de billetera móvil.

Finalmente, ASFI debe continuar 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 entidades del sistema financiero y el 45% indicó que tiene algún crédito.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

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.

Reichheld, Fred. The ultimate question. How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World. Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts.

ERRORES MUESTRALES

¿Cuán satisfecho(a) está usted con todos los servicios y productos financieros que le proporciona la entidad en la que nos encontramos?

74

Desagregación	Tipo	Estimación	Error estándar	95% de intervalo de confianza		Coeficiente de variación	Efecto de diseño
				Inferior	Superior		
	Bolivia	7,45	0,05	7,35	7,55	0,7%	2,41
DEPARTAMENTO	Santa Cruz	7,75	0,08	7,59	7,92	1,1%	2,55
	La Paz	7,20	0,09	7,03	7,38	1,2%	2,25
	Cochabamba	7,39	0,12	7,15	7,62	1,6%	2,48
	Tarija	7,81	0,14	7,54	8,08	1,8%	0,67
	Chuquisaca	7,21	0,18	6,86	7,56	2,5%	1,13
	Pando	7,26	0,18	6,90	7,62	2,5%	1,14
	Beni	7,62	0,22	7,19	8,04	2,8%	1,19
	Oruro	7,59	0,30	7,01	8,18	3,9%	1,80
	Potosí	6,72	0,32	6,09	7,34	4,7%	1,91
GÉNERO	Hombre	7,43	0,07	7,30	7,56	0,9%	2,15
	Mujer	7,47	0,07	7,34	7,60	0,9%	2,13
EDAD	18 a 24 años	7,56	0,09	7,38	7,75	1,2%	1,51
	25 a 46 años	7,36	0,07	7,23	7,49	0,9%	2,45
	47 a 59 años	7,61	0,09	7,44	7,78	1,2%	1,15
	Mayor o igual a 60	7,57	0,14	7,29	7,84	1,9%	1,46
NIVEL EDUCATIVO	Primaria	7,61	0,13	7,36	7,87	1,7%	1,17
	Secundaria	7,68	0,07	7,54	7,81	0,9%	1,22
	Técnico	7,55	0,12	7,32	7,79	1,6%	1,94
	Universitario	7,38	0,08	7,22	7,54	1,1%	1,83
	Licenciatura	7,14	0,13	6,88	7,40	1,8%	2,77
	Postgrado	7,23	0,19	6,85	7,62	2,7%	2,15
TIPO DE ENTIDAD	Instituciones Financieras de Desarrollo	7,80	0,18	7,46	8,15	2,2%	1,28
	Cooperativas de Ahorro y Crédito Abierta	7,73	0,23	7,28	8,18	3,0%	3,78
	Bancos PYME	7,44	0,10	7,24	7,64	1,4%	0,67
	Bancos Múltiples	7,41	0,06	7,30	7,52	0,8%	2,47
	Entidad Financiera de Vivienda	7,35	0,37	6,63	8,08	5,0%	2,19

LISTA DE MUNICIPIOS DE LA MUESTRA

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
BENI	RIBERALTA
BENI	TRINIDAD
CHUQUISACA	CAMARGO
CHUQUISACA	MONTEAGUDO
CHUQUISACA	SUCRE
COCHABAMBA	COCHABAMBA
COCHABAMBA	ENTRE RÍOS
COCHABAMBA	PUERTO VILLARROEL
COCHABAMBA	PUNATA
COCHABAMBA	QUILLACOLLO
COCHABAMBA	SACABA
COCHABAMBA	TIQUIPAYA
COCHABAMBA	VILLA TUNARI
COCHABAMBA	VINTO
LA PAZ	ACHACACHI
LA PAZ	BATALLAS
LA PAZ	CARANAVI
LA PAZ	COPACABANA
LA PAZ	COROICO
LA PAZ	DESAGUADERO
LA PAZ	EL ALTO
LA PAZ	LA PAZ
LA PAZ	PATACAMAYA
LA PAZ	VIACHA

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
ORURO	CHALLAPATA
ORURO	HUANUNI
ORURO	ORURO
PANDO	COBIJA
POTOSÍ	LLALLAGUA
POTOSÍ	POTOSÍ
POTOSÍ	UYUNI
POTOSÍ	VILLAZÓN
SANTA CRUZ	ASCENSIÓN DE GUARAYOS
SANTA CRUZ	EL TORNO
SANTA CRUZ	MAIRANA
SANTA CRUZ	MINEROS
SANTA CRUZ	MONTERO
SANTA CRUZ	SAN IGNACIO DE VELASCO
SANTA CRUZ	SAN JULIÁN
SANTA CRUZ	SANTA CRUZ DE LA SIERRA
SANTA CRUZ	VALLEGRANDE
SANTA CRUZ	YAPACANÍ
TARIJA	BERMEJO
TARIJA	TARIJA
TARIJA	VILLAMONTES
TARIJA	YACUIBA

AGRADECIMIENTOS

Lista de colaboradores que participaron en la encuesta

76

N°	NOMBRE	INSTITUCIÓN	CARGO	CIUDAD/MUNICIPIO
1	Lic. Marcelo Aguirre	Univ. Mayor de San Andrés	Director Carrera Economía	LA PAZ
2	Lic. Guzmán Tintaya Hilari	Univ. Pública de El Alto	Director Carrera Administración de Empresas	EL ALTO
3	Lic. Néstor Tovar Pérez	Univ. Mayor de San Andrés	Director Carrera Ciencias de la Educación	PATACAMAYA
4	Lic. Eliseo Tintaya	Univ. Mayor de San Andrés	Coordinador Unidad Académica Patacamaya	PATACAMAYA
5	Lic. Freddy Medrano Alanoca	Univ. Pública de El Alto	Director Carrera Ciencias de la Educación	CARANAVI
6	Lic. Primitivo Huayhua	Univ. Pública de El Alto	Coordinador Unidad Académica Caranavi	CARANAVI
7	Hna. Daicy Esterilla	U.E. Parroquial Guerrilleros Lanza	Directora General	COROICO
8	Lic. José Luis Gutiérrez	Univ. Mayor de San Andrés	Coordinador Académico Carrera de Adm. Empresas Achacachi	COPACABANA
9	Lic. Gisela Guzmán Olivares	Univ. Técnica de Oruro	Directora Carrera de Economía	ORURO
10	Lic. Bernardo Choque	Univ. Autónoma Tomás Frías	Directora Carrera de Economía	POTOSÍ
11	Lic. Daniel Mendoza M.	Univ. Tecnológica Privada de Santa Cruz	Jefe Académico Área Financiera	SANTA CRUZ
12	Ing. Luis Alberto Herbas Cabrera	Univ. Autónoma Gabriel René Moreno	Director Carrera Ing. Comercial Facultad Integral del Norte (FINOR)	MONTERO
13	Ing. Yesica Hurtado	Univ. Autónoma Gabriel René Moreno	Coordinadora Académica Facultad Integral del Norte (FINOR)	MONTERO
14	Ing. Jorge Barba Soria	Univ. Autónoma Gabriel René Moreno	Decano Facultad Integral Nor Este	SAN JULIÁN
15	Lic. Mario Siancas	Univ. Autónoma Gabriel René Moreno	Decano Facultad Integral de Ichilo	YAPACANÍ
16	Dr. Jorge Orellana Dávalos	Univ. Autónoma Gabriel René Moreno	Decano Facultad Integral de los Valles	VALLEGRANDE
17	Federico Loayza	Univ. Autónoma Gabriel René Moreno	Jefe Administrativo Financiero Facultad Integral de los Valles	VALLEGRANDE
18	Julio César Seas Guzmán	Univ. Autónoma Gabriel René Moreno	Coordinador Unidad Académica Mairana	MAIRANA

N°	NOMBRE	INSTITUCIÓN	CARGO	CIUDAD/MUNICIPIO
19	Ing. Arsenio Romero	Univ. Autónoma Gabriel René Moreno	Coordinador Unidad Académica El Torno	EL TORNO
20	Ing. Máximo Vera Maza	Univ. Autónoma Gabriel René Moreno	Decano Facultad Integral Chiquitana	SAN IGNACIO DE VELASCO
21	Lic. David Franco Pedraza	Univ. Amazónica de Pando	Director Área de Ciencias Económicas y Financieras	COBIJA
22	Lic. Delcy Ortiz	Univ. Amazónica de Pando	Jefe Prácticas Estudiantiles	COBIJA
23	Lic. Roberto Kreistein	Univ. Autónoma del Beni "José Ballivián"	Director Carrera de Economía	TRINIDAD
24	Lic. Ericka Pardo Molina	Univ. Autónoma del Beni "José Ballivián"	Directora Carrera de Contaduría Pública	RIBERALTA
25	Lic. Gloria Rodríguez	Univ. Salesiana de Bolivia	Directora Unidad Cochabamba	COCHABAMBA
26	Lic. Erick Gregorio Mita Arancibia	Univ. San Francisco Xavier de Chuquisaca	Director Carrera de Ing. Comercial	SUCRE
27	Lic. Victor Hugo Figueroa	Univ. Autónoma Juan Misael Saracho	Director Carrera de Economía	TARIJA
28	Lic. Jaime Condori	Univ. Autónoma Juan Misael Saracho	Decano Facultad Gran Chaco	YACUIBA
29	Ing. Ramiro Leños	Univ. Autónoma Juan Misael Saracho	Decano Facultad Villamontes	VILLAMONTES
30	Lic. Jackeline Uzqueda	Univ. Autónoma Juan Misael Saracho	Directora Carrera de Contaduría Pública	BERMEJO

Estudiantes universitarios que participaron en la encuesta

78

N°	NOMBRE	CIUDAD / MUNICIPIO
1	Daniela Carrasco Molina	BERMEJO - TARIJA
2	Laura Vanessa Quispe Chuquimia	BERMEJO - TARIJA
3	Reina Angela Erazo Ruiz	BERMEJO - TARIJA
4	Mabel Huayhua Canaza	CARANAVI - LA PAZ
5	Yamir Edwin Ramirez Marce	CARANAVI - LA PAZ
6	Ana Paula Nakashima Osaita	COBIJA
7	Erminio Cosme Aspi	COBIJA
8	Henry Ligeron Fernandez	COBIJA
9	Hugo Saúl Mamani Vilca	COBIJA
10	Judith Barrios Cordova	COBIJA
11	Ronald Layme Cori	COBIJA
12	Ronald Nilton Limachi Apaza	COBIJA
13	Sarah Angela Ibaguari Alvarado	COBIJA
14	Wilma Quispe Mamani	COBIJA
15	Yoisy Correa Villavicencio	COBIJA
16	Abigail Felipe Apaza	COCHABAMBA
17	Alison Orellana Fernandez	COCHABAMBA
18	Alvaro Mercado Grageda	COCHABAMBA
19	Amayda Vargas Rengel	COCHABAMBA
20	Antonia Monica Atahuichi Canaviri	COCHABAMBA
21	Carmen Quispe Meza	COCHABAMBA
22	Carmen Rosa Mamani Coria	COCHABAMBA
23	Cinthy Yesika Casas Suxo	COCHABAMBA
24	Cristina Cachaca Lupinta	COCHABAMBA
25	Cynthia Maribel Condori Layme	COCHABAMBA
26	Diego Kevin Cespedes Solano	COCHABAMBA
27	Ely Zurita Vallejos	COCHABAMBA
28	Jackeline Moya Oporto	COCHABAMBA
29	Janneth Loreda Perez	COCHABAMBA
30	Jhaneth Rivas Herrera	COCHABAMBA
31	Jhenny Gimena Leon Sanchez	COCHABAMBA
32	Jhenny Vitalia Castro Ortega	COCHABAMBA
33	Jhoselyn Carina Crespo Flores	COCHABAMBA
34	Jhovana Ortega Lazarte	COCHABAMBA
35	Juan Carlos Oroasco	COCHABAMBA
36	Juan Felipe Ticona Coria	COCHABAMBA
37	Lidia Noemi Quispe Liendo	COCHABAMBA
38	Lilian Gladys Mamani Massi	COCHABAMBA
39	Lizbeth Castro Mamani	COCHABAMBA
40	Luis Enrique Mamani Santos	COCHABAMBA
41	Maria Belen Alarcon Arauco	COCHABAMBA
42	Maribel Clavijo Zeballos	COCHABAMBA
43	Maribel Galarza Sandagorda	COCHABAMBA
44	Mariela Aranibar Aquino	COCHABAMBA
45	Maycon Quiroz Quispe	COCHABAMBA
46	Melvy Torrico Soliz	COCHABAMBA
47	Mishel Franco Luna	COCHABAMBA
48	Nayra Eliana Lopez Rocha	COCHABAMBA
49	Nerlinda Calvi Mendoza	COCHABAMBA
50	Orlando Efrain Mamani Pachajaya	COCHABAMBA

N°	NOMBRE	CIUDAD / MUNICIPIO
51	Paola Daniela Laime Rojas	COCHABAMBA
52	Paola Rocio Morales Ergueta	COCHABAMBA
53	Patricia Claudia Arias Zuñagua	COCHABAMBA
54	Ronald Cristhian Rojas Rojas	COCHABAMBA
55	Roomer Favio Pardo Bozo	COCHABAMBA
56	Rosalía Nuñez Ichota	COCHABAMBA
57	Rosio Nazaret Choque Molina	COCHABAMBA
58	Sonia Teresa Hilaquita Yujra	COCHABAMBA
59	Wendy Alvarez Serrudo	COCHABAMBA
60	Williams Ramos Quispe	COCHABAMBA
61	Yesica Estrada Tapia	COCHABAMBA
62	Yesika Misiel Jamachi Lucana	COCHABAMBA
63	Yhoselin Amalia Laura Suri	COCHABAMBA
64	Juvenal Mendoza Chura	COPACABANA - LA PAZ
65	Renato Huanca Kelca	COPACABANA - LA PAZ
66	Veronica Rocha Valdivia	COROICO - LA PAZ
67	Yoselin Huaranca Mancilla	COROICO - LA PAZ
68	Alex Corazon Limachi	EL ALTO
69	Cinthy Mamani Pollogueri	EL ALTO
70	David Antonio Ninachoque Ticona	EL ALTO
71	Elizabeth America Quispe Mamani	EL ALTO
72	Eva Corazon Limachi	EL ALTO
73	Gisela Muñoz Mita	EL ALTO
74	Ivan Jhonny Condori Estrada	EL ALTO
75	Kevin Abraham Condori Lopez	EL ALTO
76	Leticia Poma Gomez	EL ALTO
77	Marcelo Alejandro Perez Andrade	EL ALTO
78	Maria Justina Diaz Fernández	EL ALTO
79	Maria Mercedes Mamani Quispe	EL ALTO
80	Rene Churata Mamani	EL ALTO
81	Rosmery Natty Quispe Machaca	EL ALTO
82	Tereza Maria Monzon Mamani	EL ALTO
83	Ximena Gutierrez Baltazar	EL ALTO
84	Yovana Mariel Mamani Patzi	EL ALTO
85	Luz Gabriela Garcia Palenque	EL TORNO - SANTA CRUZ
86	Nilda Risueño Cabrera	EL TORNO - SANTA CRUZ
87	Abraham Gustavo Quisbert Casia	LA PAZ
88	Adriana Candia Teran	LA PAZ
89	Adriana Elizabeth Perez Mamani	LA PAZ
90	Alejandra Fernanda Chiqui Verastegui	LA PAZ
91	Ana Gutierrez Roque	LA PAZ
92	Camila Daniela Vargas Miranda	LA PAZ
93	Carla Gisela Yujra Tonconi	LA PAZ
94	Darwin Pedro Mancilla Cardenas	LA PAZ
95	De Yanira Huaygua Marquez	LA PAZ
96	Fanny Condori Yave	LA PAZ
97	Giovanna Rojas Apaza	LA PAZ
98	Guisela Doly Patzi Mamani	LA PAZ
99	Jeanette Liliana Mamani Sanchez	LA PAZ
100	Jhoel Franco Fernandez Ramos	LA PAZ

N°	NOMBRE	CIUDAD / MUNICIPIO
101	Jorge Augusto Mendoza Diaz	LA PAZ
102	Jose Alberto Hurtado Jimenez	LA PAZ
103	Keren Abigail Vega Rivero	LA PAZ
104	Kimberly Esperanza Callisaya Huanca	LA PAZ
105	Leydi Mamani Mamani	LA PAZ
106	Marco Antonio Chuquimia Mamani	LA PAZ
107	Maria Rosario Velasco Baltazar	LA PAZ
108	Marina Luisa Matias Amarro	LA PAZ
109	Marina Nilda Huito Saca	LA PAZ
110	Marvin Liborio Fernandez Alarcon	LA PAZ
111	Mayumi Rossi Quispe Condori	LA PAZ
112	Moises Rodrigo Mamani Mamani	LA PAZ
113	Monica Mercedes Torrelio Veizaga	LA PAZ
114	Nancy Rojas Mancilla	LA PAZ
115	Noel Eddy Cussi Ramos	LA PAZ
116	Oliver Zeballos Miranda	LA PAZ
117	Osmara Chavez Guachalla	LA PAZ
118	Ramon Richard Quispe Mamani	LA PAZ
119	Rosmelina Gutierrez Espinoza	LA PAZ
120	Silvina Mónica Flores Callisaya	LA PAZ
121	Sonia Calle Forra	LA PAZ
122	Vania Huarahuara Balderrama	LA PAZ
123	Veronica Huanca Aspi	LA PAZ
124	Victoria Aracely Rodriguez Vargas	LA PAZ
125	Wendy Carla Guarachi Alavi	LA PAZ
126	Yhesmy Noelia Pacheco Mamani	LA PAZ
127	Yocelynn Quispe Quispe	LA PAZ
128	Yomar Andoni Machaca Beltran	LA PAZ
129	Yuslin Catty Alanoca Aduviri	LA PAZ
130	Claudia Andrea Gutierrez Guzman	MAIRANA - SANTA CRUZ
131	Estela Montenegro Heredia	MAIRANA - SANTA CRUZ
132	Ana Paola Beltran Alcon	MONTERO - SANTA CRUZ
133	Aracely Vania Rojas Castellon	MONTERO - SANTA CRUZ
134	Dayanna Zabalaga Vela	MONTERO - SANTA CRUZ
135	Erwin Grover Bautista Ramirez	MONTERO - SANTA CRUZ
136	Heydi Guzman Valeriano	MONTERO - SANTA CRUZ
137	Maria Alondra Choque Alejandro	MONTERO - SANTA CRUZ
138	Nahir Mayeline Perez Ortiz	MONTERO - SANTA CRUZ
139	Nelsy Karen Cruz Rojas	MONTERO - SANTA CRUZ
140	Rolando Cari Escalante	MONTERO - SANTA CRUZ
141	Sebastian Gutierrez Zeballos	MONTERO - SANTA CRUZ
142	Vilma Ibarra Osorio	MONTERO - SANTA CRUZ
143	Wilfredo Tacaraya Ferrufino	MONTERO - SANTA CRUZ
144	Carola Sekimoto Bellido	RIBERALTA - BENI
145	Shanti Yanine Palomequi Medina	RIBERALTA - BENI
146	Silvana Gemima Szabo Crespo	RIBERALTA - BENI
147	Cecilia Sejas Martinez	ORURO
148	Dennis Alberto Paniagua Huanca	ORURO
149	Gari Hans Ramirez Cardenas	ORURO
150	Israel Clemente Blanco	ORURO

N°	NOMBRE	CIUDAD / M
151	Juan Pablo Gutierrez Sanjines	ORURO
152	Magaly Dora Santos Morochi	ORURO
153	Maria Claudia Delgadillo Corrales	ORURO
154	Moisés Lovera Lopez	ORURO
155	Nazaret Condori Montaña	ORURO
156	Nicol Araceli Ajarachi Gutierrez	ORURO
157	Alvaro Mamani Cusi	PATACAMAYA - LA PAZ
158	Eva Vanesa Lima Ramos	PATACAMAYA - LA PAZ
159	Ana María Alfaro Orcko	POTOSÍ
160	Ana María Martínez Garrado	POTOSÍ
161	Emiliano Bejarano	POTOSÍ
162	Eveling Clara Bedoya Arando	POTOSÍ
163	Giovanna Iraña Benavides	POTOSÍ
164	Grover Layme Taqui	POTOSÍ
165	Jael Ximena Mamani Montoya	POTOSÍ
166	Marisol Portillo Arando	POTOSÍ
167	Noelia Evelin Cabello Soruco	POTOSÍ
168	Norma Colque Andaluz	POTOSÍ
169	Zulema Anagua Coila	POTOSÍ
170	Pamela Ramos Salvatierra	SAN IGNACIO DE VELASCO-SCZ
171	Rodrigo Bautista Otrillas	SAN JULIÁN - SANTA CRUZ
172	Alejandra Pimentel Torrico	SANTA CRUZ
173	Angela Gabriela Leon Mamani	SANTA CRUZ
174	Anjhely Jasmín Cuellar Camacho	SANTA CRUZ
175	Beatriz Caceres Ruelas	SANTA CRUZ
176	Carla Alejandra Choque Mamani	SANTA CRUZ
177	Carla Patricia Quispe Cotari	SANTA CRUZ
178	Carla Patricia Villazon Cejas	SANTA CRUZ
179	Carlos Eduardo Vaca Pereira	SANTA CRUZ
180	Claudia Eudisia Aguirre Ramirez	SANTA CRUZ
181	Daira Carolina Melgar Mayser	SANTA CRUZ
182	Daniel Milton Postigo Echeverria	SANTA CRUZ
183	Deliana Eid Salvatierra	SANTA CRUZ
184	Denner Joel Loayza Fernandez	SANTA CRUZ
185	Elvis Llusco Chuquichambi	SANTA CRUZ
186	Fabiana Ortuño Parada	SANTA CRUZ
187	Gabriela Flores Vaca	SANTA CRUZ
188	Genesis Talavera Zuñiga	SANTA CRUZ
189	Georgina Banegas Solar	SANTA CRUZ
190	Hilda Vargas Cordova	SANTA CRUZ
191	Jaro Antonio Arteaga Rocabado	SANTA CRUZ
192	Jerelly Rivero Bustillos	SANTA CRUZ
193	Jessica Natalia Aguilera Helbingens	SANTA CRUZ
194	Jimena Torrico Pedraza	SANTA CRUZ
195	Joselyn Saavedra	SANTA CRUZ
196	Juan Carlos Valle Vaca	SANTA CRUZ
197	Karen Khristel Chanove Simonez	SANTA CRUZ
198	Karla Fabiola Montalvan Vaca	SANTA CRUZ
199	Katerinne Chambi Ayllon	SANTA CRUZ
200	Kinoko Nakao Herrera	SANTA CRUZ

N°	NOMBRE	CIUDAD / MUNICIPIO
201	Laura Lilita Sanabria Rivero	SANTA CRUZ
202	Laura Lorena Camacho Alba	SANTA CRUZ
203	Leiddy Rodriguez Estunder	SANTA CRUZ
204	Libny Yohana Jimenez Mendoza	SANTA CRUZ
205	Lola Yobana Umaña Velasquez	SANTA CRUZ
206	Luis Amancio Panama Linares	SANTA CRUZ
207	Luis Felipe Taborga Montalvo	SANTA CRUZ
208	Magaly Sosa Supepi	SANTA CRUZ
209	Maité Sofía Severich Galarza	SANTA CRUZ
210	Margareth Hortencia Ortiz Bustamante	SANTA CRUZ
211	María Jhosselin Berrios Díaz	SANTA CRUZ
212	María René Céspedes Cosman	SANTA CRUZ
213	María René Frias Pedriel	SANTA CRUZ
214	María René Salazar Añez	SANTA CRUZ
215	María Soledad Condo Claros	SANTA CRUZ
216	Mayra Alejandra Velasco Terceros	SANTA CRUZ
217	Midoris Richter Martinez	SANTA CRUZ
218	Omar Santos Machaca Choque	SANTA CRUZ
219	Paula María Chavez Antelo	SANTA CRUZ
220	Rebeca Pizarro Parada	SANTA CRUZ
221	Roy Marcelo Salazar Villarroel	SANTA CRUZ
222	Selene Aracely Hurtado Colque	SANTA CRUZ
223	Silvia Patricia Flores Copa	SANTA CRUZ
224	Stalin Poma Ballesteros	SANTA CRUZ
225	Valeria Ayala Arias	SANTA CRUZ
226	Wilson Cabrera Alvarez	SANTA CRUZ
227	Yaquelin Moron Quiroz	SANTA CRUZ
228	Yesica Lilian Sayali	SANTA CRUZ
229	Yoselin Otta Rosales	SANTA CRUZ
230	Aileen Guissel Janssen Almendras	SUCRE
231	Ana Gabriela Lopez Gonzales	SUCRE
232	Franz Humberto Oros Encinas	SUCRE
233	Gina Valeria Valda Lopez	SUCRE
234	Luis José Nava Morales	SUCRE
235	Maeva Katherine Osina Guerra	SUCRE
236	Mioleth Herrera Cerezo	SUCRE

N°	NOMBRE	CIUDAD / MUNICIPIO
237	Ricardo José Gorena Oblitas	SUCRE
238	Rodrigo Marco Lopez Lopez	SUCRE
239	Vivian Huarita Goyzueta	SUCRE
240	Alejandro Oporto Velasquez	TARIJA
241	Erika Jhoanna Colque Baspineiro	TARIJA
242	Evelin Vanesa Flores Serrano	TARIJA
243	Freddy Huayllani Almazan	TARIJA
244	Guddy Bryan Armijo Armella	TARIJA
245	Janeth Yolinda Mondaque Mercado	TARIJA
246	Lisa Kelly Pacheco Mendez	TARIJA
247	Miguel Angel Arroyo Vides	TARIJA
248	Rodrigo Guzman	TARIJA
249	Silvia Eugenia Rodriguez Cruz	TARIJA
250	Denny Tumiri Huanca	TRINIDAD
251	Durval Villarroel Suarez	TRINIDAD
252	Karla Lorena Chavez Gongora	TRINIDAD
253	Marco Antonio Mobo Cusere	TRINIDAD
254	Mijail Mollinedo Mejia	TRINIDAD
255	Mirka Gabriela Cuevo Calzadilla	TRINIDAD
256	Reyna Olivia Condori Salcedo	TRINIDAD
257	Romina Lizeth Rondo Yamba	TRINIDAD
258	Sarina Cordero Becerra	TRINIDAD
259	Yovana Viquine Rodriguez	TRINIDAD
260	Elisanyela Guzman Arauco	VALLEGRANDE - SANTA CRUZ
261	Angela Espinoza Zárate	VIACHA - LA PAZ
262	Fernando Walter Lavayen Baldiviezo	VILLAMONTES - TARIJA
263	Hector Jain Cava	VILLAMONTES - TARIJA
264	Alexander Veizaga Romero	YACUIBA - TARIJA
265	Eduar Adrián Chavarría Méndez	YACUIBA - TARIJA
266	Fernando Daniel Coronado Castro	YACUIBA - TARIJA
267	Iván Cuba A.	YACUIBA - TARIJA
268	Wilder López Rodas	YACUIBA - TARIJA
269	Wilmer Real Llanto	YACUIBA - TARIJA
270	Juan Raldes Vaca	YAPACANÍ - SANTA CRUZ
271	Modesta Molina Condo	YAPACANÍ - SANTA CRUZ
272	Rimber Sola Canaza	YAPACANÍ - SANTA CRUZ



Funcionario de ASFI implementado el cuestionario en formato electrónico de la 2ENSF en el municipio de Sucre del departamento de Chuquisaca.



2^{da}

**ENCUESTA
NACIONAL DE
SERVICIOS FINANCIEROS**

Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero





La Paz: Oficina central, Plaza Isabel La Católica N° 2507 • Telf: (591-2) 2174444-2431919 Fax: (591-2) 2430028 • Casilla N° 447 – Av. Arce Edificio Multicine N° 2631 Piso 2, Telf: (591-2) 2911790 • Calle Reyes Ortiz Esq. Federico Zuazo Edificio Gundlach, Torre Este, Piso 3 • Telf: (591-2) 2311818 • Casilla N° 6118. **El Alto:** Centro de consulta, Urbanización Villa Bolívar Municipal, Mzno.“O”Av. Ladislao Cabrera N° 15 (Cruce Villa Adela) • Telf: (591-2) 2821464. **Potosí:** Centro de consulta, Plaza Alonso de Ibañez N° 20, Galería El Siglo, Piso 1 • Telf: (591-2) 6230858. **Oruro:** Centro de consulta, Pasaje Guachalla, Edif. Cámara de Comercio, Piso 3, Of. 307 • Telf: (591-2) 5117706 – 5112468. **Santa Cruz:** Oficina departamental, Av. Irala N°585, Of. 201, Casilla N°1359 •Telf: (591-3) 3336288 Fax: (591-3) 3336289. **Cobija:** Centro de consulta, Calle Beni N° 042 esq. Av. Teniente Coronel Emilio Fernández Molina, Barrio Central • Telf: (591-3) 8424841. **Trinidad:** Centro de consulta, Calle Antonio Vaca Diez N° 26 entre Nicolás Suárez y Av. 18 de Noviembre, Zona Central. • Telf/Fax (591-3) 4629659. **Cochabamba:** Oficina departamental, Calle Colombia N° 364 casi Calle 25 de Mayo • Telf: (591-4) 4584505 Fax: (591-4) 4584506. **Sucre:** Centro de consulta, Plaza 25 de mayo N° 59, Museo del Tesoro, planta baja • Telf: (591-4) 6439777 - 6439775 - 6439774. Fax: (591-4) 6439776. **Tarija:** Centro de consulta, Calle Junín N° 0451, entre 15 de Abril y Virgilio Lema • Telf: (591-4) 6113709 • Línea gratuita: 800 103 103 • Sitio web: www.asfi.gob.bo • Correo electrónico: asfi@asfi.gob.bo.

Línea gratuita: 800 103 103 • Sitio web: www.asfi.gob.bo