



BOLETÍN INFORMATIVO DE LA ASOCIACIÓN DE BANCOS PRIVADOS DEL ECUADOR

# INFORMA



Voluntarios iniciativa de reforestación Quito Verde- Municipio Metropolitano de Quito

## BANCO INTERNACIONAL, UN BANCO SOCIALMENTE RESPONSABLE

El programa de Responsabilidad Social Corporativa que Banco Internacional viene desarrollando incorpora factores sociales, económicos y ambientales con el propósito firme de ser una institución íntegra y responsable. En este sentido, uno de los proyectos más satisfactorios está relacionado con la **Fundación El Triángulo y su iniciativa "Sueños"**, una obra de teatro que reúne a más de 80 niños y jóvenes con capacidades especiales. En el transcurso del año, Banco Internacional firmó un convenio de cooperación con la fundación con el fin de robustecer el apoyo brindado e involucrar con su ayuda tanto a colaboradores como a clientes de nuestra institución, a través de donaciones monetarias vía cajeros automáticos.

En paralelo, apoya la iniciativa **"Quito Verde"** del Municipio Metropolitano de Quito; mediante la cual se suma al programa de reforestación a favor de las zonas afectadas por los incendios suscitados durante el verano. Se realizó un aporte mixto, con recursos económicos y voluntariado orientado a la siembra de árboles en los sectores de Zambiza y Cumbayá, donde se contó con la participación de colaboradores de nuestra institución, clientes y sus familias.

continúa pág. 2

## LA ABPE LANZA NUEVAMENTE SU CAMPAÑA SABER ES PODER

En estos días, la Asociación de Bancos Privados del Ecuador ha lanzado nuevamente su campaña de comunicación masiva, "Saber es Poder". Esta campaña de servicio a la comunidad tiene como objetivo educar a la población, y en especial a los clientes bancarios, en medidas de seguridad básicas así como en la educación financiera, para que los clientes y no clientes de los Bancos privados, a fin de que éstos, cuenten con más herramientas de información y cada día manejen mejor sus finanzas personales.

Esta campaña educativa de la ABPE está siendo difundida bajo distintos medios como: radio, televisión, e internet mediante una página web diseñada para este propósito, así como a través de las principales redes sociales. Mediante esta difusión masiva se busca llegar a la mayoría de clientes bancarios y a la ciudadanía en general. **Saber es Poder** ha venido creciendo y progresando en las redes sociales convirtiéndose en un aliado y consejero de los usuarios de la banca en temas no solo financieros, si no también en algunos asuntos básicos para que los ciudadanos lleven una vida más tranquila y organizada.

Los usuarios de **Saber es Poder** interactúan dentro de nuestra página de Facebook, haciendo preguntas de temas de interés o simplemente dando un buen comentario o sugerencia al material publicado. También se interactúa con los usuarios buscando más participación de su parte, consultándoles qué temas les interesan y qué consejos desearían recibir de manera que mediante un diálogo constructivo ellos compartan consejos y tips personales. Esto ha

dado muy buenos resultados y ha generado alto tráfico en nuestra página de facebook **Saber es Poder**. En twitter la cuenta también se ha convertido en un referente. En general, la amplia variedad y los múltiples temas de interés que Saber es Poder trata, ha logrado generar una conexión importante con los usuarios que sigue creciendo en las redes sociales.

En la página web ([www.saberespoder.com](http://www.saberespoder.com)), los visitantes podrán encontrar tips y recomendaciones para vivir una vida más tranquila y organizada, que contempla la educación de los hijos, las finanzas personales, el buen uso de los servicios financieros, la jubilación y retiro, entre otros. Además puede encontrar prácticos consejos de seguridad básicos para el buen uso de los diferentes canales transaccionales de la banca.

La campaña **Saber es Poder** también contempla la realización de varias sesiones de teatro en la calle. Esta forma de aproximación a los temas bancarios y financieros será totalmente distinta pues se realizará en sesiones que incluyen aspectos de comedia y de mensajes simples en varias ciudades del país

La Asociación de Bancos tiene como su mayor objetivo aumentar el índice de inclusión financiera, fomentar la bancarización e incentivar el acercamiento de las personas al sistema financiero regulado. Por eso la campaña de comunicación **Saber es Poder** ha ampliado su contenido, y es una herramienta útil para cualquier ciudadano que quiere organizar de mejor manera su vida cotidiana.

Asociación de Bancos Privados del Ecuador

Avenida República de El Salvador  
y Suecia, Edificio Delta 890, Piso 7  
T: (593-2) 2466670 - 2466671 - 2466672  
F: (593-2) 2466701 - 2466702  
Quito - Ecuador

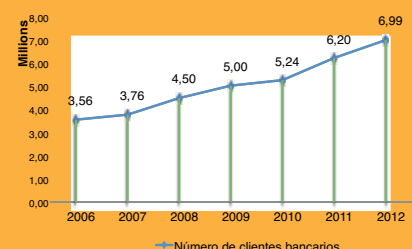
E-mail: [abpe1@asobancos.org.ec](mailto:abpe1@asobancos.org.ec)

[www.asobancos.org.ec](http://www.asobancos.org.ec)

## ¿SABÍA USTED QUE...?

- Entre 2006 y 2012, el número de clientes bancarios creció en el 96,3% y que en la actualidad, éstos ascienden a 7 millones.
- La morosidad de la banca privada reportó para abril un índice de 3,15%, inferior a la tasa registrada en marzo pasado (3,23%).
- A través de la red social de Facebook, Saber es Poder, cuenta con más de 10.600 fans.

Evolución del número de clientes bancarios  
Período 2006 - 2012



## BANCO INTERNACIONAL, UN BANCO SOCIALMENTE RESPONSABLE

continuación pág. 1

Durante junio del año pasado, Banco Internacional participó en la iniciativa "12 horas de relevo por la Vida", promovida por la fundación ASONIC. El compromiso de la institución fue convocar a la mayor cantidad de colaboradores y amigos, con el fin de que por cada vuelta (caminata o trote) que realicen alrededor del parque La Carolina, el Banco entregaría un aporte económico de USD 5.00 para hacer posible la construcción

de un albergue para niños y niñas con cáncer. Tras una extensa y emocionante jornada, se lograron 1000 vueltas y una donación de USD 5.000 dólares para la fundación.

Por otra parte, en la ciudad de Guayaquil participamos junto a la **Fundación Hogar de Cristo** en la construcción de 2 viviendas para familias de escasos recursos, las mismas fueron costeadas con apoyo del banco y contribuciones personales de sus colaboradores.

En cifras totales, Banco Internacional registró más de 1.600 horas de voluntariado durante este 2012 a nivel nacional, con un total de 968 participaciones.

Adicionalmente, como un compromiso

con la sociedad, esta organización hizo el lanzamiento de la campaña "**Todos Somos La Familia B.I.**", enfocada en robustecer su estrategia de inserción laboral de personas con capacidades especiales.

Por último, es importante destacar el impacto que tiene la gestión del banco en favor de la sociedad ecuatoriana. Gracias al alto índice de intermediación crediticia enfocado en el sector productivo y el cumplimiento con todas sus obligaciones tributarias, el banco contribuye permanentemente con el desarrollo del país, apoya en la generación de empleo y la mejora de la calidad de vida de los ecuatorianos.

## JUAN LUCÍN: "EL RETO ES SEGUIR CONCIENTIZANDO AL CLIENTE EN LOS ASPECTOS DE SEGURIDAD"



### ¿Qué avances se han dado en los últimos años en cuanto a los avances tecnológicos dentro de la Banca ecuatoriana para evitar los delitos informáticos?

La Banca ecuatoriana ha tenido importantes avances tecnológicos en los últimos años lo cual se evidencia en las seguridades que se han implementado en el uso de los canales electrónicos con el fin de identificar al usuario y a la autorización de transacciones realizadas por el usuario.

En lo que respecta a identificación de usuarios los cambios están asociados a realizar validaciones mutuas, es decir, la institución valida al cliente y el cliente valida el sitio en donde está ingresando, esto se lo ha realizado mezclando otros componentes de seguridad que solo el cliente tiene o sabe, entre ellos están el uso de cuentas de accesos personalizados, identificación de imágenes y frases personalizadas, ingreso de claves complejas, responder preguntas secretas e incluso se ha llegado a utilizar temas biométricos como es el caso de reconocer patrones de tecleo de datos.

En lo referente a la autorización de transacciones se han incluido el segundo factor

de autenticación el cual puede ser el uso de tarjeta de coordenadas, uso de dispositivos de seguridad como los Tokens, validación de claves de un solo uso (OTP-One Time Password).

Además se han incluido notificaciones al celular o a correos electrónicos cuando se realizan transacciones en los canales electrónicos, estos mensajes permiten al cliente notificar a la institución en caso de no haber realizado la transacción.

Otro tema primordial, donde la Banca ha estado trabajando a la par de todos estos esquemas de seguridad mencionados, es el monitoreo transaccional, el cual permite detectar y prevenir fraudes electrónicos.

### ¿Qué retos persisten en el presente para que los clientes se sientan plenamente seguros utilizando los canales transaccionales tecnológicos?

El reto está en seguir concientizando al cliente en los aspectos de seguridad, que conozcan la problemática del fraude electrónico, que sean capaces de reconocer si está o no siendo objeto de algún fraude electrónico por sí mismo, recordando que el cliente al momento de usar el canal transaccional está solo y debe ser autosuficiente para reconocer o identificar un ambiente seguro o no, ya sea validando que el sitio web donde ingresó sea el de su Banco o si antes de usar un cajero automático realiza las validaciones necesarias identificando que no existan objetos extraños que busquen copiar información de sus tarjetas y conocer sus claves.

Un reflejo de esto es que las instituciones financieras constantemente están actualizando sus portales informativos en los temas relacionados a Seguridades, se envían correos electrónicos a los clientes que incluyen consejos de seguridad e incluso se envía a través de redes sociales informa-

ción relacionada a seguridades.

### ¿Qué recomendaciones básicas daría los clientes que usualmente usan estos canales?

Las recomendaciones básicas, en los medios varían acorde al canal transaccional que use el cliente:

- Si se utilizan computadoras de terceros o propias siempre debe verificar las señales de sitios seguros como la dirección de acceso al banco (https), candado de seguridad existente en el buscador.

- Nunca proporcionar sus datos de accesos, claves personales o información de las tarjetas de coordenadas ya que esta información es personal e intransferible.

- En el caso de cajeros automáticos, siempre debe de revisar que no tenga objetos sobrepuestos en las lectoras de tarjetas o bajo los protectores de teclados.

- No aceptar ayuda de extraños cuando esté usando el cajero automático y al ingresar la clave de acceso cubra las teclas con su mano.

- Si al usar el sitio transaccional identifica algo anormal debe de reportarlo a su Banco.

### ¿Cómo han servido las campañas realizadas por los propios Bancos y la Asociación para concientizar a los clientes?

Las campañas realizadas ayudan para que los clientes conozcan más sobre las seguridades que se deben de tomar al momento de utilizar un canal electrónico y que las instituciones financieras están disponibles para poder ayudarlo a resolver las dudas que tengan sobre el uso de los mismos.

Estas campañas también influyen para que los clientes usen los canales electrónicos al momento de transaccionar como un medio seguro, por el cual pueden optimizar su tiempo.

Ing. Juan Lucín es Gerente de Seguridad Informática de Banco Bolivariano.

**GLOSARIO**

**Phishing car:** El estafador realiza ofertas falsas de vehículos. Capta compradores de coches a un coste muy bajo y la venta nunca se efectúa. La víctima realiza un pago como señal y al final se queda sin dinero y sin auto.

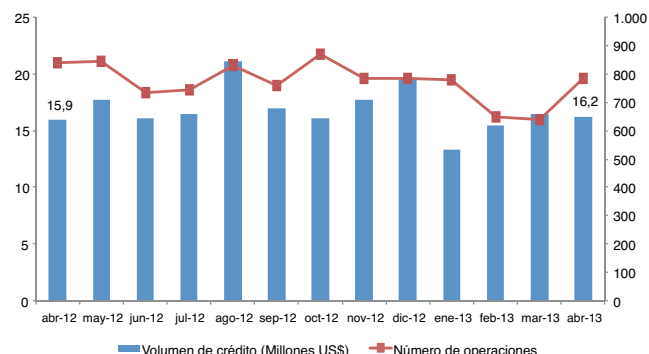
**Shoulder surfing:** Es la práctica de espiar el PIN o contraseña de alguna persona, para acceder de forma ilegal o fraudulenta a su información personal.

**Vishing:** También conocida como "phishing de voz", emplea una combinación de email y teléfono o un servicio de respuestas automáticas para engañarlo y hacer que un individuo revele información personal.

## FINANCIAMIENTO OTORGADO POR EL SISTEMA FINANCIERO PRIVADO A LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA

### VOLUMEN DE CRÉDITO OTORGADO POR EL SISTEMA FINANCIERO PRIVADO

Cultivo de banano, café y cacao (Abril 2012-2013)

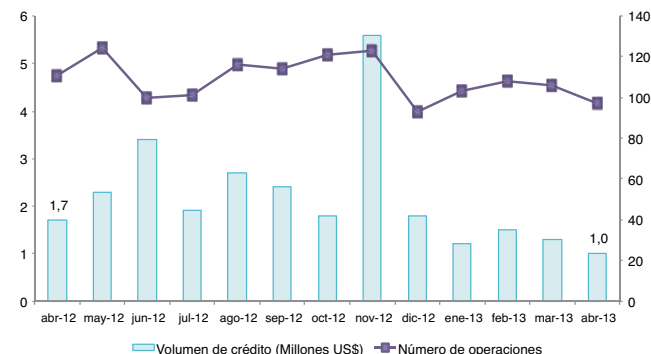


\* Sistema Financiero Privado incluye: Bancos Privados, Cooperativas, Sociedades Financieras y Mutualistas.

Fuente: Banco Central del Ecuador.  
Elaboración: ABPE- Departamento Económico.

### VOLUMEN DE CRÉDITO OTORGADO POR EL SISTEMA FINANCIERO PRIVADO

Cultivo de flores (Abril 2012-2013)

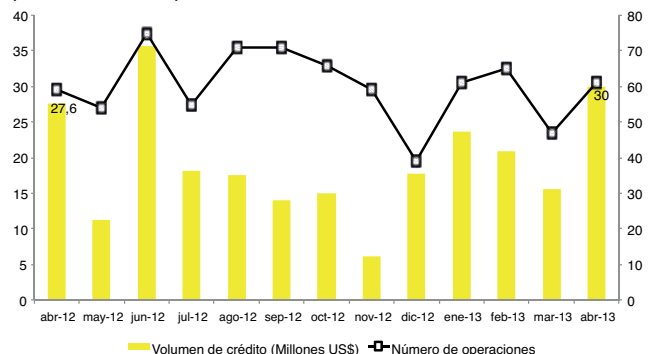


\* Sistema Financiero Privado incluye: Bancos Privados, Cooperativas, Sociedades Financieras y Mutualistas.

Fuente: Banco Central del Ecuador.  
Elaboración: ABPE- Departamento Económico.

### VOLUMEN DE CRÉDITO OTORGADO POR EL SISTEMA FINANCIERO PRIVADO

Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal (Abril 2012-2013)

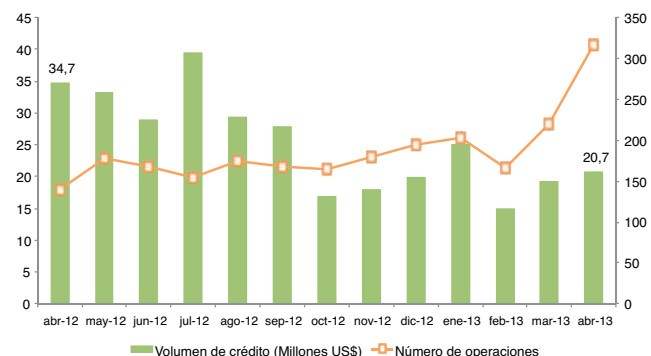


\* Sistema Financiero Privado incluye: Bancos Privados, Cooperativas, Sociedades Financieras y Mutualistas.

Fuente: Banco Central del Ecuador.  
Elaboración: ABPE- Departamento Económico.

### VOLUMEN DE CRÉDITO OTORGADO POR EL SISTEMA FINANCIERO PRIVADO

Fabricación de papel y productos de papel (Abril 2012-2013)

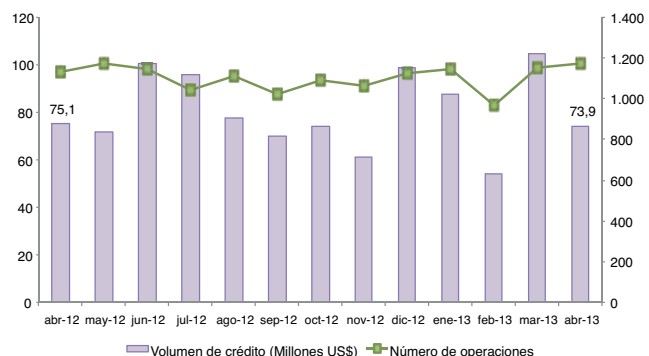


\* Sistema Financiero Privado incluye: Bancos Privados, Cooperativas, Sociedades Financieras y Mutualistas.

Fuente: Banco Central del Ecuador.  
Elaboración: ABPE- Departamento Económico.

### VOLUMEN DE CRÉDITO OTORGADO POR EL SISTEMA FINANCIERO PRIVADO

Construcción (Abril 2012-2013)

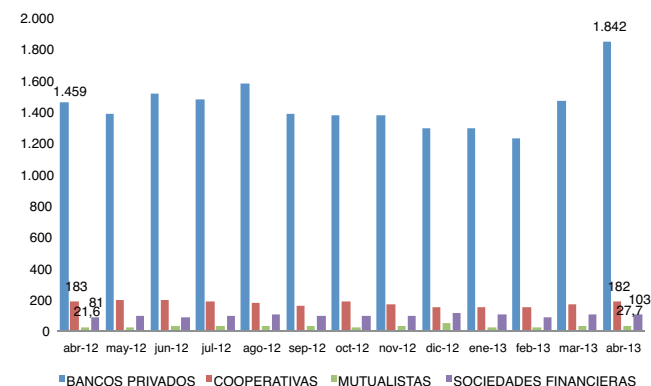


\* Sistema Financiero Privado incluye: Bancos Privados, Cooperativas, Sociedades Financieras y Mutualistas.

Fuente: Banco Central del Ecuador.  
Elaboración: ABPE- Departamento Económico.

### VOLUMEN DE CRÉDITO OTORGADO POR SUBSISTEMA FINANCIERO PRIVADO

Abril 2012 - 2013 (En millones de US\$)



Fuente: Banco Central del Ecuador.  
Elaboración: ABPE- Departamento Económico.

## ACCESO AL SISTEMA FINANCIERO A LOS DISCAPACITADOS

Publicado por: Marisela Alvarenga de Jacoby - 17 de May de 2011, 10:07 am



Discapacitados en A.Latina. Foto: Dylan Passmore

En América Latina y el Caribe (ALC) existen al menos 50 millones de personas con algún tipo de discapacidad. Eso representa aproximadamente el **10% de la población de la región**. ¿Cómo se logra que esta parte de la **población sea incluida y tenga acceso a servicios financieros** y que sean tomados en cuenta a la hora de diseñar productos y servicios?

Los que tenemos acceso a los servicios financieros nos sorprendemos cada día más de las nuevas tecnologías y los medios que están a nuestro alcance para poder realizar casi cualquier transacción monetaria en pocos minutos.

Es de admirar la **inversión** que hacen las instituciones financieras para proveer este tipo de facilidades a sus clientes habituales. Más aún, hemos identificado instituciones financieras que han ido más allá de sus clientes habituales, y que han considerado a personas con discapacidades a la hora de diseñar productos, servicios, plataformas tecnológicas o la misma infraestructura de sus agencias. Algunos ejemplos a citar son:

- En **Argentina**, se están tomando medidas para la inclusión al sistema financiero a través de la promoción del uso del **sistema Braille** en los **cajeros automáticos**, o el ejemplo específico de Banco Patagonia, que ofrece el resumen de

**estados de cuenta** en sistema braille para personas no videntes.

- En **Perú**, el Banco de Crédito de Perú está remodelando aquellas agencias que no cuentan con accesibilidad para personas discapacitadas. En el caso que no puedan apoyar con la infraestructura para facilitar el acceso del cliente, el jefe de la agencia atiende sus operaciones personalmente.

- **Otros bancos** ofrecen el servicio de **video llamadas** con sistema de signos para **personas sordomudas**.

- En **Honduras** existen normas que rigen la atención diligente en las agencias bancarias a personas discapacitadas. Muchos bancos cumplen con estas normas al designar ventanillas especiales o al contar con rampas de acceso a las oficinas.

- En general, muchas instituciones en ALC están adaptando sus agencias bancarias para discapacitados, rampas de entrada, mostradores más bajos, etc.

La discapacidad se define más por la **interacción** entre personas con **diferentes niveles de funcionamiento** y un **entorno** que no toma en cuenta tales diferencias, más que por una condición médica independiente. Las personas con alguna discapacidad suelen verse **excluidas** de muchas maneras, de lo social, lo político, la comunidad y la falta de consideración de

sus necesidades al desarrollar productos, programas, políticas o **servicios**.

Algunos pasos se están dando ya en este sentido y se están adecuando diferentes medios para darles mayor accesibilidad, faltará ahora tomar medidas que promuevan el **desarrollo de productos y servicios financieros** dedicados a suplir las necesidades de estas personas. Habrá que **eliminar paradigmas**, y esto no es fácil. Sin embargo, hay que ser creativos y pensar, por ejemplo, que antes era un paradigma hablar de **microfinanzas** y hoy en día vemos el éxito de los productos y servicios destinados a este mercado. Más aún, habrá que incentivar también a las **instituciones a ver en su interior**, y promover dentro de sus **políticas internas** de contratación y desarrollo de empleados la contratación de personas con **discapacidad**. Estos son los retos que quedan por vencer y las barreras que quedan por sobrepasar.

¿Quién se atreverá a sobrepasar estas barreras? ¿Qué impulso necesitan? Habrá que demostrar el compromiso y responsabilidad hacia la sociedad y el rol que quiere jugar dentro de la misma.

Esta es una publicación del Banco Interamericano de Desarrollo, BID, en su blog Beyond Banking. Publicado por Marisela Alvarenga de Jacoby, 17 de Mayo de 2011, 10:07 am. Este artículo se encuentra disponible en el siguiente link: <http://blogs.iadb.org/beyondbanking/2011/05/17/acceso-al-sistema-financiero-discapacitados/>



ASOCIACIÓN DE BANCOS  
PRIVADOS DEL ECUADOR

### Jornadas de Prevención de Lavado de Activos

Quito - 5, 6 y 7 de septiembre de 2013

¿CÓMO DISEÑAR Y CONSTRUIR UN SISTEMA

DE ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO LA/FT?

- PROPUESTA DEL MODELO DE GESTIÓN DE RIESGO

- ENFOQUE PRÁCTICO

- ELABORACIÓN DE MATRICES DE RIESGO

#### OBJETIVOS:

- DISEÑAR Y CONSTRUIR UN SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO del Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo;
- DETERMINAR EL CONOCIMIENTO ANALÍTICO DEL PERFIL TRANSACCIONAL DEL CLIENTE, a efecto de establecer -mediante ejemplos prácticos- los perfiles transaccionales de los clientes.

#### DIRIGIDO A:

Todos los profesionales que tienen la delicada responsabilidad de prevenir, controlar, monitorear y/o mitigar el alto riesgo legal, reputacional, operativo y económico del delito del LAVADO DE ACTIVOS de las áreas de Legal, de Riesgos, de Operaciones, de Tecnología de la Información, de Auditoría, de Recursos Humanos y Oficiales de Cumplimiento (titular y Suplente) de las instituciones de los sectores público y privado.

#### INVERSIÓN:

MIEMBROS de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador:  
**USD \$450,00 + IVA**  
OTROS SECTORES:  
**USD \$500,00 + IVA**

SOLICITE SU INSCRIPCIÓN y/o MAYOR INFORMACION AL TELÉFONO 2466-700 ó A:  
eventos\_abpe@asobancos.org.ec  
**CUPOS LIMITADOS: 40 participantes**



Presidente del Directorio ABPE(e):  
Ing. Leonardo Burneo Muller

Director Ejecutivo ABPE:  
Econ. César Robalino Gonzaga

Analista Económico Ejecutivo ABPE:  
Econ. David Castellanos Paredes

Asesoría comunicacional:  
Ana María Correa