



BOLETÍN INFORMATIVO DE LA ASOCIACIÓN DE BANCOS PRIVADOS DEL ECUADOR

# INFORMA



## BANCO SOLIDARIO ÚNICO CON CALIFICACIÓN SOCIAL

Para Banco Solidario, la responsabilidad social se desprende de su misión y de los objetivos sociales que ella se "nos" impone. El reto es tener una estrategia clara para cumplir estos objetivos y medir su cumplimiento. Para lograr esto, el Banco se enfoca en tres estrategias:

Utiliza indicadores sociales - El Comité de Sostenibilidad del Banco es el encargado de crear los indicadores y de analizar periódicamente el nivel de cumplimiento. Los indicadores cubren ámbitos como la población a la que llegamos, el grado de impacto en su vida mediante educación financiera, y los principios de protección al cliente del *Smart Campaign*.

Se mide a nivel internacional con calificadoras especializadas. Como resultado de una rigurosa evaluación, Banco Solidario ha subido su calificación social de 4-/5 en el 2010, a 4/5 en este año 2012. Esta calificación la otorga *Planet Rating*, una de las tres entidades en el mundo que realiza este tipo de evaluación y que presenta a la fecha 700 calificaciones, 230 en América Latina.

continúa pág. 2

## "SABER ES PODER": UNA NUEVA INICIATIVA DE EDUCACIÓN FINANCIERA

Ratificando su compromiso con la ejecución de un proceso progresivo de educación financiera, la Asociación de Bancos Privados del Ecuador, recientemente relanzó su programa educativo "Saber es Poder". La nueva edición de esta campaña de servicio a la comunidad promueve la educación financiera a partir de una serie de temas prácticos, que facilitarán a la gente, enfrentar las pequeñas y grandes decisiones de su vida diaria y del manejo de sus finanzas personales.

La Asociación de Bancos Privados del Ecuador ya había iniciado un importante esfuerzo en el 2011 con su campaña "Saber es Poder", con el cual se realizó una primera campaña en medios de comunicación masiva alrededor de los temas de seguridad bancaria, con el fin de que los clientes estén conscientes de la importancia de adoptar medidas a su alcance que disminuyan su exposición al utilizar y efectuar cualquier tipo de transacción financiera. El nuevo programa "Saber es Poder" ya no abarca solamente temas de seguridad financiera, sino que aborda una diversidad de temas adicionales centrados en el lema "cómo vivir una vida más tranquila, más segura", como el buen manejo del presupuesto familiar, la educación de los hijos, emprender en un negocio propio, adquirir una vivienda propia, o ahorrar para la jubilación, entre otros. El objetivo esencial de "Saber es Poder" es convertirse en un medio de comunicación propio que le sea útil y práctico al ciudadano común. Todo esto mediante un énfasis en las redes sociales, para lograr un diálogo continuo con los ciudadanos que son clientes y no clientes del sistema bancario privado del Ecuador,

fomentando a su vez una mejor y mayor inclusión financiera y bancarización.

En la actualidad, la educación financiera se ha convertido en una tendencia mundial, sobretudo luego de la crisis financiera que vivió los Estados Unidos y que actualmente la sigue viviendo Europa. Experiencias exitosas en varios países apuntan a que ninguna entidad financiera responsable puede prescindir de esta tendencia hacia la interacción con clientes que estén mejor informados y educados acerca del mejor uso de las herramientas financieras y su aprovechamiento. Por lo tanto, el sistema financiero ecuatoriano se ha ido alineando en este sentido, comprometiendo sólidos esfuerzos para lograr este objetivo tanto de los clientes como de las instituciones financieras. Tradicionalmente, la cultura financiera de los ecuatorianos ha sido escasa, y por eso el compromiso con este proceso debe ser continuo, proactivo y permanente y hacia allá apunta esta campaña.

La nueva campaña está centrada en medios digitales. Por un lado está la página web [saberespoder.ec](http://saberespoder.ec) en donde los internautas podrán encontrar un amplio contenido en relación a la temática antes citada, que se complementa con una página de Facebook que permite una dinámica interacción con los usuarios, así como tips cortos y de fácil lectura que sirvan de herramientas para el usuario financiero. Para incentivar la participación además se realizan sorteos de cuentas de ahorros. La ABPE invita a la ciudadanía a ser parte de este esfuerzo y a fortalecerlo en el largo plazo.

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

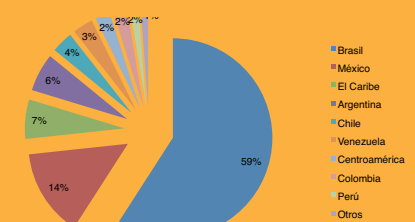
E-mail: [abpe1@asobancos.org.ec](mailto:abpe1@asobancos.org.ec)

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

## ¿SABÍA USTED QUE...?

- Para evitar el robo de información en el Internet, es indispensable que el usuario vigile su ordenador y mantenga un programa antivirus actualizado, que evite la posibilidad de que programas fraudulentos se instalen en su computador.
- En el 2011, en América Latina se reportó un comercio electrónico por un monto de US\$43.000 millones, frente a los US\$22.000 millones registrados en el 2009.
- Brasil y México son los países que mayor comercio electrónico registran en América Latina, con una participación del 59,1% y del 14,2%, respectivamente.

## PARTICIPACIÓN DEL MERCADO ELECTRÓNICO EN AMÉRICA LATINA - 2011



## BANCO SOLIDARIO ÚNICO CON CALIFICACIÓN SOCIAL

continuación pág. 1

En el Ecuador Banco Solidario es el único banco con calificación social. Tiene una de las más altas calificaciones a nivel regional, y comparte la misma calificación solo con seis otras instituciones a nivel mundial.

Esta calificación evalúa el desempeño de la Institución en cinco ámbitos: *Gestión de desempeño social* que mide el grado de institucionalización de la misión; *Inclusión financiera*; *Protección al cliente y finanzas éticas*; *Políticas de recursos humanos*, y *Cambio social* que contempla la focalización de la institución en varios factores de la vida de la población meta, incluyendo educación financiera.

Además el Banco participa en otros procesos de medición, como el **piloto de Certificación en los principios de Protección al Cliente** establecido por el *Smart Campaign*. Esta iniciativa arrancó con evaluaciones; sin embargo, ahora el *Smart Campaign* quiere probar procesos de certificación y ha escogido a unas pocas instituciones en el mundo para hacer un piloto.

## AVELINA PÉREZ: “TENEMOS 3 ENFOQUES EN NUESTRO PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA: INFORMAR, COMUNICAR, Y EDUCAR”



¿Por qué son importantes los programas de educación financiera?

Nosotros atendemos a más de medio millón de ecuatorianos con productos de crédito. Creemos que parte de nuestra responsabilidad es asesorar a la gente a usarlos de la mejor manera. Esto tiene sentido igualmente desde el punto de vista del negocio, ya que personas con mayor y mejor información sobre cómo usar los productos financieros, van a ser mejores clientes y a más largo plazo. Para las instituciones financieras, la educación financiera –además de ser parte de su responsabilidad social– aporta a objetivos claves: mayor inclusión financiera, mejora los niveles de riesgo, y promueve la fidelidad de los clientes en base a relaciones de mutuo beneficio. En la última década Ecuador ha visto incrementar sustancialmente el acceso al sistema financiero formal; sin embargo, esto no ha estado acompañado – en la misma proporción– por educación y asesoría. Según el grupo MONITOR, en un estudio de la brecha en capacidad financiera a nivel mundial, “entre 500 a 800 millones de personas de escasos recursos en el mundo ahora tienen acceso a productos financieros, pero tan sólo 110 a 130 millones de ellos han recibido algún tipo de capacitación en cómo utilizarlos.”

¿Qué clase de cultura financiera manejan los ecuatorianos?

El año pasado UniBanco y Banco Solidario realizaron un estudio con nuestros clientes. Encuestamos a 4.000 clientes a nivel nacional y después complementamos las encuestas con entrevistas. El estudio reveló: Vulnerabilidad a shocks económicos; Falta de planificación en la administración del dinero; Orientación a corto plazo; Poca cultura de ahorro; Dependencia en crédito para alcanzar metas financieras. El manejo financiero en las familias es normalmente desorganizado y carece de un patrón claro de cultura financiera. El buen manejo del dinero y el “prepararse/educarse” en este tema aún no es una prioridad para los ecuatorianos.

¿Qué lecciones aprendidas existen sobre los programas de educación financiera que realizan ustedes y cuál es la forma más fácil de transmitir este tipo de conocimientos a los ciudadanos?

Hemos aprendido de nuestra experiencia, pero además tratamos de estudiar las mejores prácticas a nivel mundial y tenemos un equipo especializado en el tema. La experiencia internacional señala que los programas exitosos deben ser: “relevantes” para el público objetivo, “oportunos” en el sentido de que buscan educar en el momento preciso, “accionables” es decir, la persona puede aplicar lo aprendido inmediatamente, y “continuos”.

Tenemos tres enfoques: informar, comunicar, y educar. Informar es el primer paso y se logra con información y mensajes a través de distintos canales. Un segundo reto es pasar de la transmisión de la información a comunicar efectivamente; es decir que haya interacción entre las dos partes. En el caso de **Cuida tu Futuro, Usa Bien tu Dinero**, tenemos herramientas interactivas en internet y un programa de radio. Educar es sin duda el paso más complejo, ya que tiene que ver con desarrollar habilidades e impactar en actitudes y comportamientos.

¿Existe articulación con los esfuerzos que realiza la Superintendencia de Bancos y Seguros al respecto?

Nosotros llevamos 4 años con **Cuida tu Futuro, Usa Bien tu Dinero**: desde el 2008 con UniBanco y desde el 2011 con Banco Solidario. Hemos mantenido comunicación y reuniones con la SBS pero no tenemos un trabajo coordinado. Hemos propuesto este tipo de coordinación, porque consideramos que un proceso de educación financiera a nivel país requiere de la confluencia del sector privado y público actuando juntos.

Pareciera que en el mundo en general existe una mayor conciencia acerca de la importancia de la educación financiera, sin embargo algunos retos persisten. ¿Cuáles son los desafíos críticos que las instituciones financieras enfrentan en este campo?

El primer desafío es poder ser exitoso en un proceso educativo que tiene variables más allá del control de las instituciones financieras. En ese sentido debemos coordinar esfuerzos con otros sectores, como el educativo y ONGs, todos idealmente bajo un paraguas de política pública que fomente las lógicas de cada sector en beneficio del usuario final. Otro reto es ser pertinente; compartir con la gente conocimientos, herramientas y habilidades que le sirvan y que dependan mucho del ciclo de vida en donde se encuentra. Es difícil por lo tanto, pensar en un verdadero proceso educativo (y no solo de concientización), más allá de clientes y colaboradores que son los públicos donde tenemos acceso y capacidad de incidencia. El tema de la medición de impacto y no solo de alcance, es un reto importante, ya que el impacto de un proceso educativo es medible en el mediano y largo plazo.

1 Deb, A. & Kubzansky, M. (2012). “Bridging the Gap: The Business Case for Financial Capability”. Monitor. Cambridge, MA.

## HERRAMIENTAS PARA LA EDUCACIÓN FINANCIERA

### ¿Conozco mis finanzas personales?

Identifica a través de este breve test, cuál es tu situación financiera actual:

TEST	SI	NO
1. ¿Llevas algún registro de manera periódica y detallada de tus ingresos y gastos familiares?		
2. ¿Elaboras tu presupuesto con base a tus ingresos y necesidades reales?		
3. ¿Destinas parte de tus ingresos para crear un fondo de ahorro familiar?		
4. ¿Tienes detectadas tus necesidades económicas primarias y secundarias?		
5. ¿Sabes cuántos años más dependerán de ti tus familiares?		
6. ¿Conoces los alcances y limitaciones de tus seguros?		
7. ¿Pagas el saldo total de tu tarjeta de crédito todos los meses?		
8. ¿Conoces cómo aplica la tasa de interés de tu tarjeta de crédito?		
9. ¿Sabes que es el pago mínimo de tu tarjeta de crédito?		
10. Antes de invertir tu dinero, ¿analizas y comparas distintos instrumentos?		
11. ¿Tienen los miembros de tu familia una cantidad mensual asignada para cubrir sus gastos?		
12. ¿Has leído todos los contratos de productos financieros como seguros y tarjetas de crédito?		

Fuente: Abundiz Cabrero Gianco, Banamex, Educación Financiera, México 2009.

Al finalizar el test, podrás encontrar que no se requiere de grandes conocimientos para organizar tus finanzas y que ésta es una primera herramienta de autoevaluación y guía. Toma en cuenta estas respuestas que facilitarán la planificación de tus finanzas personales.

### Metas financieras

Es importante que siempre planifiques tu futuro y para conseguirlo, es indispensable que te plantees metas financieras. Una vez que las tengas identificadas, el reto, será llevar un control sobre ellas.

### ¿Cuáles son tus metas financieras?

<input type="checkbox"/> Fondo educacional	<input type="checkbox"/> Programa de jubilación
<input type="checkbox"/> Salir de deudas	<input type="checkbox"/> Comprar/cambio de casa
<input type="checkbox"/> Comprar/cambio de automóvil	<input type="checkbox"/> Inversiones
<input type="checkbox"/> Tener tu propio negocio	<input type="checkbox"/> Estudiar un postgrado
<input type="checkbox"/> Vacaciones/ un viaje	<input type="checkbox"/> Seguro

Fuente: Abundiz Cabrero Gianco, Banamex, Educación Financiera, México 2009.

**GLOSARIO**

**Phishing laboral:** El estafador busca captar personas por medio de correos electrónicos, anuncios en portales de trabajo, chats, foros, etc., ofreciéndoles trabajar cómodamente desde casa, con unas remuneraciones muy elevadas. Sin saberlo, la víctima está blaqueando dinero, es decir, cambiando dinero obtenido de forma ilegal en dinero legal a través de estafas bancarias.

**El cambiazo:** Consiste en el cambio de tarjetas durante las operaciones que se realizan en cajeros automáticos. Se recomienda que el usuario no acepte bajo ningún concepto ayuda de extraños, a su vez no pierda de vista su tarjeta ni facilite su clave secreta.

**Pharming:** Consiste en manipular las direcciones DNS (Domain Name System) que utiliza el usuario, con el objetivo de engañarle y conseguir que las páginas que éste visite no sean realmente las oficiales, aunque su aspecto sea idéntico.

Fuente: Sebastián Altina y Torassa Sergio, docentes del IDE Business School, Banca y comercio electrónico: Oportunidades y amenazas.

## IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA

20 Jul 2012 11:38

Escrito por Javier Antonio Ibañez Flores

Estados Unidos lanzó en 2006 la estrategia nacional para la educación financiera, bajo el título **"Adueniándonos del futuro"** la que también responde a los principales aspectos de interés de los usuarios del sistema financiero, requiriendo coordinación entre instituciones del ámbito público y privado. Para el caso, se destacó la necesidad de la educación financiera en Estados Unidos basado en el bajo nivel de ahorro personal, problemas con impagos en tarjetas de crédito, necesidad de manejo de presupuestos, entre otros.

Se tenía en ese momento en Estados Unidos algunos datos sobre la situación de las personas. Bajo índice de ahorros personales: el 58% de las familias con tarjetas de crédito tiene saldos impagos; el saldo promedio es de \$5,100. Uso de presupuestos: sólo el 42% de los estadounidenses sabe cuánto tienen que ahorrar para sus objetivos de jubilación.

**A través de Money Smart**, el programa de educación financiera de la FDIC, se desarrollan acciones para revertir esa tendencia, como por ejemplo: la distribución más de 500,000 copias del programa, se capacitaron más de 1.5 millones de consumidores. Más de 1,400 organizaciones son miembros de la Alianza Money Smart.

Inmediatamente después del desarrollo de los cursos dentro del programa se consiguen los siguientes resultados:

- el 69 % de los encuestados informaron haber aumentado su nivel de ahorros.
- el 53 % informó que disminuyó su deuda, y
- el 58 % declaró que era más probable que realizara comparaciones antes de comprar.

Luego de 6-12 meses:

- 43 % de las personas sin cuenta bancaria abrieron una
- 37 % de las personas sin cuenta de ahorros abrieron una
- 61 % de los que no utilizaban un plan de gastos/presupuesto, al finalizar el curso estaban utilizando uno
- 95 % de los que utilizaban un plan de gastos/presupuesto, al finalizar el curso seguían utilizándolo
- 12% más comenzaron a pagar sus facturas "siempre" en la fecha de vencimiento

Tomando otra experiencia latinoamericana podemos tomar como referencia estudio de la Defensoría del Consumidor, en la cual se sintetiza el perfil del usuario de servicios financieros como sigue: *"Los consumidores [salvadoreños] tienen una limitada tenencia de servicios financieros, siendo los consumidores de los mercados de más ingresos y urbanizados los que más lo utilizan. Menos de cuatro de cada diez consumidores hace uso de los servicios financieros y el mayor acceso lo tienen en cuentas de ahorro*

*(por el depósito de su sueldo en esa cuenta, para gastos futuros y emergencias) y tarjetas de débito (por el ahorro de tiempo en retiros bancarios y la disponibilidad de retiro las 24 horas del día)".*

La Defensoría del Consumidor recopiló 1,268 respondientes, donde se encontró que el 68.8% de los encuestados aseguran no haber usado ningún servicio financiero en el último año, mientras que de los quienes sí, la cuarta parte estaba vinculada a cuentas de ahorro, siguiéndole tarjetas de débito, créditos personales y tarjetas de crédito. Por otro lado, el mismo estudio revela que el nivel de acceso a los servicios financieros se incrementa en la medida que los niveles de escolaridad aumentan. A la vez, se determina que las principales motivaciones para la adquisición de cuentas de ahorro son el pago de planillas, previsión de emergencias y por gastos futuros; las tarjetas de débito, por su parte, responden más al interés de los usuarios del sistema financiero por ahorrar tiempo en retiros bancarios y su disponibilidad de retiro las 24 horas del día.

Resultado del estudio se deduce que es beneficioso para los países, la aportación de un nivel adecuado de educación financiera para responder a las necesidades de información de los ciudadanos, con lo cual se espera que los usuarios del sistema financiero tomen decisiones acertadas, lo cual es beneficioso en las diferentes etapas de la vida y en los distintos niveles de la población, contribuyendo así a la economía y la sociedad en su conjunto.

Como parte del esfuerzo de incentivar el surgimiento y la construcción de la educación financiera en el país, en agosto de 2008 se inauguró el Programa de Educación Financiera de El Salvador el cual tiene por objetivo *"Fortalecer la comprensión de usuarios, actuales y potenciales, sobre productos y servicios financieros, los conceptos y riesgos, desarrollando habilidades y confianza, para tomar decisiones informadas que les permitan mejorar su bienestar"*; el Programa se inauguró con una característica de país y con el apoyo del Gobierno.

Bajo el Programa de Educación Financiera de El Salvador se integran en una sola las iniciativas que hasta la fecha, cada institución reguladora y supervisora del sistema financiero del país había venido desarrollando, cubriendo así todas las áreas relativas a los servicios financieros, logrando mayor cobertura poblacional y alcanzando de forma gradual a diferentes públicos a través de los medios idóneos.

Para realizar el proceso de divulgación del Programa de Educación Financiera de El Salvador, se siguen utilizando diferentes modalidades que faciliten llevar los contenidos del Programa a la mayor cantidad de población y a los diferentes segmentos, como son: televisión y radio, medios impresos, libros educativos, sitios web, conferencias, capacitaciones y patrocinios y atención a centros educativos.

En **México**, según estadísticas de la Co-

misión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF); indicaron que en su momento el 80% de la población mexicana, (laboralmente activa) ahorra fuera del sistema financiero, y que el 51% que cuenta con contratos o servicios con alguna institución bancaria, no sabe utilizarlos para obtener mayores beneficios.

Según información de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), el 90% de la población mexicana tiene acceso a servicios financieros, pero que solo el 60% de ellos lo utiliza y un 49% sabe cómo utilizarlos de manera correcta. Actualmente existen muchas familias que no tienen un fondo formal de ahorro, y lo dejan debajo del colchón, lo que no les deja ninguna ganancia y lo único que hace es que deteriora de manera monetaria su patrimonio.

Pese a los enormes avances registrados en los últimos años, los niveles de bancarización en México son demasiado bajos para el tamaño de su economía. De acuerdo con datos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SCHP), al cierre del 2007, el nivel de penetración financiera del sistema representa 24%, no obstante, en el 2000 esta cifra era más dramática, con solo 16%. Es decir se ha registrado un significativo crecimiento de 40%.

Respecto al acceso, sólo el 25% de la población adulta puede utilizar los servicios financieros, lo que ubica a México muy por debajo a otros países con igual o menor desarrollo. Así, en países como la India esta representa el 43%, Brasil 43%, Colombia 41% y Chile 60%. Sin mencionar, a países desarrollados como, Estados Unidos con 91% o España, 96%.

Colombia no ha estado ausente a la preocupación por incentivar la educación financiera. Recientemente, distintas instituciones entre las que se pueden mencionar gremios, empresarios, establecimientos de crédito y entidades gubernamentales, han emprendido iniciativas en esta materia. Sin embargo, hasta ahora los resultados en términos de cobertura y alcance de estos programas son mínimos.

De acuerdo a un estudio del Banco Mundial, realizado en el 2006. Alrededor del 70% de la población mexicana mayor de 18 años no tenía acceso a los productos financieros. Asimismo, 22% del total no cuenta con una sucursal bancaria en su comunidad y 85% de la población mexicana adulta urbana jamás ha utilizado un producto financiero. Por tanto, el efectivo es el principal medio de pago y la mayoría de los ciudadanos aún carece de acceso a productos financieros, como crédito hipotecario, tarjetas o préstamos bancarios.

En cifras porcentuales existe según las estadísticas un 95% de analfabetismo financiero en el mundo, lo que realmente indica el grado de riesgo económico que tienen tantas personas y sus debilitadas finanzas.

Fuente: Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN) - Comunidad Latinoamericana de Educación Financiera (CLAEF) - <http://claeef.com/>