Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

# REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO (FINAL)

JULIO 2012 - DICIEMBRE 2012

## SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

**NOMBRE DEL PROYECTO:** Protección al Consumidor y Cultura Financiera en Microfinanzas

Nro. Proyecto: EC-M1049 - Nro. Operación: ATN/ME-11343-EC

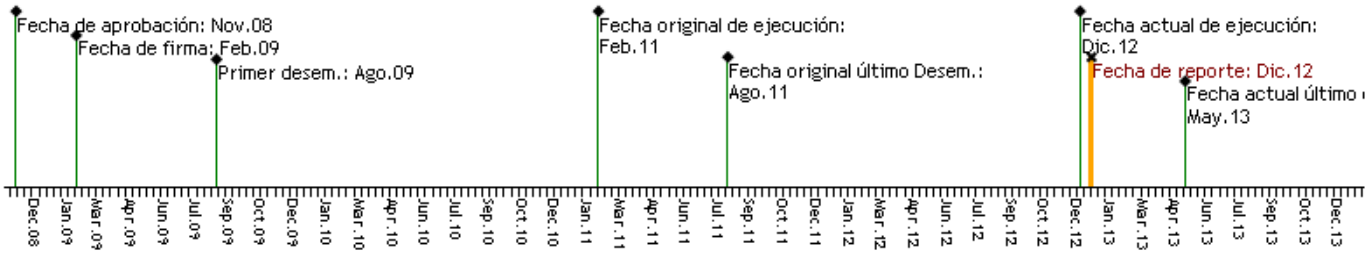
**Propósito:** Que la Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador (SBS) implemente mecanismos de desarrollo y supervisión de la protección de derechos del consumidor microfinanciero y la difusión de cultura financiera entre los clientes de microfinanzas.

| País Administrador | País Beneficiario | Grupo | Subgrupo |
|---|---|---|---|
| ECUADOR | ECUADOR | FCD - Sector financiero y mercado de capitales | RGRF - Regulación y supervisión financiera |

**Agencia Ejecutora:** SUPERINTENDENCIA DE BANCOS

**Líder equipo de diseño:** Vivanco, Fermín
**Líder equipo de supervisión:** Demichelis, Jose

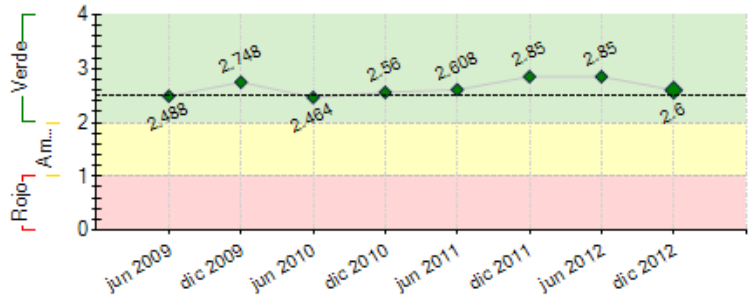
**CRONOLOGÍA DE EVENTOS**




**RECURSOS**

| | Aprobado | Cancelado | Desembolsado |
|---|---|---|---|
| **FOMIN** | $550,000.00 | $7,750.00 | $477,000.01 |
| **Contrapartida** | $290,000.00 | $0.00 | $288,486.37 |

**PUNTAJE DE DESEMPEÑO**




----- Promedio desempeño FOMIN

## SECCIÓN 2: RESULTADOS Y LOGROS

**Desempeño del proyecto una vez terminado**

**Componente 1: Esquema de atención al cliente y protección al consumidor de servicios financieros y fortalecimiento de los procesos de supervisión**
Una vez que se cumplio el proceso precontractual y contractual de DELOITTE & TOUCHE, experta en elaboración de herramientas, mecanismos y sistemas para mejorar la atención y protección al consumidor de servicios financieros y fortalecimiento de los procesos de supervisión, se alcanzaron los siguientes productos de acuerdo a un orden cronologico así:

*A LOS 2 MESES*
Revisada la normativa y elaborado el código de derechos del consumidor financiero; los mecanismos que garanticen la adecuada instrumentación del código de derechos del consumidor financiero al interior de la SBS.

*A LOS 4 MESES*
Elaborado el manual integral especializado de supervisión de la atención al cliente por parte de las IFIs.

*A LOS 12 MESES*
Capacitados al menos 20 técnicos de la SBS en la utilización de los nuevos esquemas y mecanismos de atención al cliente y protección de los derechos de los consumidores financieros. La capacitación en esta etapa ha sido teórica; la capacitación práctica se realizará en la prueba piloto.
Desarrollado y/o adquirido un sistema de información de apoyo, que permite la tramitación oportuna de consultas y reclamos, por medios escritos, electrónicos, telefónicos y telemáticos, y que facilita el procesamiento y generación, de manera automática, de estadísticas de los procesos.

*A LOS 24 MESES*
Ejecutada la prueba piloto de la implementación en campo de los procesos de supervisión en cinco instituciones del sistema financiero.

**Componente 2: Diseño e implementación de una campaña de educación sobre derechos, productos y servicios financieros**
Cumplido proceso precontractual y contractual de una firma consultora EPISE y LAUTREC expertas en levantamiento de línea base y campañas de educación; y difusion respectivamente; incluyendo los siguientes productos:

*A LOS 2 MESES*
Encuesta realizada para determinar las principales debilidades percibidas por la sociedad en relación con la atención al cliente y con el conocimiento de sus derechos como consumidores financieros.

*A los 4 meses*
Campaña diseñada para la educación sobre derechos, productos y servicios financieros, promoción y fomento de la cultura financiera; la misma que contiene lo siguiente: (i) Propuesta de concepto, materiales promocionales, diseño gráfico y contenidos para la aplicación de mensajes conceptuales en los mismos, ii) rediseño del portal web de información para el consumidor financiero, iii) diseño de los contenidos y materiales educativos de programas de educación, iv) diseño e implementación del aula virtual, v) guiones y cuñas para radio, y vi) asesoría para la implementación de espacios de publicidad televisivos (diseño de spots publicitarios), entre otros:

*A los 6 meses*
Rediseñado el portal web de información para el consumidor financiero
Diseño del aula virtual

*A los 12 meses*
Implementada el aula virtual
Implementados mecanismos de capacitación en la ciudad de Quito
Difundidos y entregados 200 materiales educativos de programa de capacitación
Transmitidas 20 cuñas radiales
Transmitidos 20 spots publicitarios en espacios televisivos

*A los 24 meses*
Implementados mecanismos de capacitación a nivel regional, en las ciudades de Guayaquil, Cuenca y Portoviejo.
Difundidos y entregados 3207 materiales educativos de programa de capacitación
Transmitidas 3615 cuñas radiales
Transmitidos 293 spots publicitarios en espacios televisivos

**Comentarios del líder de Equipo de Supervisión**

Se han cumplido las actividades correspondientes aunque con retraso en la ejecucion pero con resultado satisfactorio.

**Evaluación final**
ATN/ME-11343-EC

**Comentarios del líder de Equipo de Supervisión**

De acuerdo con los comentarios del evaluador

Evaluación final http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=

## SECCIÓN 3: INDICADORES

| | | Indicadores | Línea de base | Planeado | Logrado | Porcentaje |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Propósito:** Que la Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador (SBS) implemente mecanismos de desarrollo y supervisión de la protección de derechos del consumidor microfinanciero y la difusión de cultura financiera entre los clientes de microfinanzas.<br><br>**Clasificación:** Muy Satisfactorio | **P.I1** | (i)Normativa de protección al consumidor de servicios financieros de acuerdo a las mejores prácticas internacionales, actualizada. | 0 | 1 | 1.05 | 105 % |
| | **P.I2** | La SBS cuenta con manuales y procesos para la supervisión de los mecanismos de atención al cliente por parte de las instituciones financieras. | 0 | 1 | 1.05 | 105 % |
| | **P.I3** | Los procesos de atención de reclamos, consultas y certificaciones requeridos por los usuarios del sistema financiero, son pertinentes y ágiles; | 0 | 1 | 1.05 | 105 % |
| | **P.I4** | Se cuenta con importantes avances (medibles con respecto a la Línea de Base del Proyecto) en el proceso de divulgación y transparencia en la información financiera; | 0 | 1 | 1 | 100 % |
| | **P.I5** | La SBS cuenta con un sistema automatizado que genera información estadística y da soporte a los procesos de reclamos, consultas y certificaciones requeridos por los usuarios del sistema financiero. | 0 | 1 | 1.05 | 105 % |
| **Componente 1:** Esquema de atención al cliente y protección al consumidor deservicios microfinancieros y fortalecimiento de los procesos de supervisión.<br><br>**Peso:** 40%<br><br>**Clasificación:** Satisfactorio | **C1.I1** | La SBS cuenta con las herramientas, mecanismos y sistemas para mejorar la atención y protección al consumidor de servicios financieros y fortalecer los procesos de supervisión de la atención al cliente por parte de las instituciones financieras, de acuerdo a las mejores prácticas. | 0 | 1 | 1 | 100 % |
| | **C1.I2** | Al menos 20 técnicos de la SBS habrán sido capacitados en la utilización los nuevos esquemas y mecanismos de atención al cliente y protección de los derechos de los consumidores financieros. | 0 | 20 | 50 | 250 % |
| | **C1.I3** | Cinco entidades del sistema financiero son usan un Plan Piloto de Supervisión. | 0 | 5 | 5 | 100 % |
| **Componente 2:** Diseño e implementación de una campaña de educación sobrederechos, productos y servicios financieros.<br><br>**Peso:** 60%<br><br>**Clasificación:** Satisfactorio | **C2.I1** | Se ha promovido e incrementado la cultura financiera y con ello ha mejorado el relacionamiento de la SBS con la comunidad y la protección del consumidor financiero. | 0 | 1 | 1 | 100 % |
| | **C2.I2** | Rediseñado el Portal web de información para el consumidor financiero. | 0 | 1 | 1 | 100 % |
| | **C2.I3** | Diseño e implementación de Aula Virtual | 0 | 1 | 1.05 | 100 % |
| | **C2.I4** | Implementados mecanismos de capacitación a nivel nacional, en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Portoviejo. | 0 | 1 | 1 | 100 % |
| | **C2.I5** | Número de materiales educativos de programa de capacitación difundidos y entregados | 0 | 700 | 3207 | 458 % |
| | **C2.I6** | Número de cuñas radiales transmitidas. | 0 | 70 | 3615 | 5,164 % |
| | **C2.I7** | Número de spots publicitarios en espacios televisivos transmitidos. | 0 | 70 | 293 | 419 % |

**FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO**
[X] Dificultades en adquisiciones

## SECCIÓN 4: RIESGOS

**RIESGOS CRÍTICOS GESTIONADOS DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN**

**NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO:** Bajo **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 2 **RIESGOS VIGENTES:** 0 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 2

## SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

**Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto:** MP - Muy Probable
El exitoso resultado de las campañas realizadas ha hecho que la SBS asigne recursos propios para dar continuidad a estas actividades.

**FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO**

*[No se reportaron factores para este período]*

**Acciones implementadas relativas a la sostenibilidad:**

La SBS ha desarrollado con recursos propios, un trifolio promocional del Portal del Usuario Financiero, para distribuir en las ferias y foros públicos donde participa, a través de la Sub-dirección de Educación Financiera.

Se están introduciendo reformas al Código de Derechos del Usuario Financiero, para incorporar los contratos de seguros privados y los sistemas de seguridad social (fondos de cesantía y fondos complementarios), así como los contratos de servicios financieros electrónicos. Se espera que esta versión ampliada se apruebe y entre en vigencia en 2013.

La educación financiera se ha convertido en una Política de Estado en Ecuador ; el Gobierno ha percibido las ventajas de utilizarla como un medio de inclusión, a la vez que trata de educar al usuario de servicios financieros para prevenir el agiotismo, combatir el sobre endeudamiento, promover la formación de ahorro y favorecer el buen manejo de los instrumentos financieros.

En el presupuesto de 2013 de la SBS, se incluyeron fondos por US$ 1.5 millones para continuar con las actividades de educación financiera, incluyendo la campaña publicitaria, con el mismo tipo de piezas comunicacionales utlizadas.

Plan de Sostenibilidad

## SECCIÓN 6: CONOCIMIENTO

| Lessons learned | Relativa a | Autor |
|---|---|---|
| 1. Un ambiente político favorable en Ecuador, ha permitido la profundización de las actividades contempladas en el proyecto. Es muy importante para el buen aprovechamiento de los recursos financieros a invertir, que se respete el espíritu e integridad del mensaje entre las piezas comunicacionales diseñadas por EPISE y las difundidas por la SBS.<br>También es importante que se establezca un proceso de comunicación con las IFIs en torno al procedimiento de atención de reclamos, a fin de incorporar oportunidades de mejora en los procedimientos y convertir a la SBS en una última instancia efectiva. | Sustainability | Orellana, Hugo |
| 2. Las IFIs manifiestan una percepción positiva de los esfuerzos que realiza la SBS en materia de educación financiera, especialmente la difusión de los derechos de los usuarios y la información sobre la central de riesgos, a la cual se le había estado dando una connotación negativa en la mente del usuario | Sustainability | Orellana, Hugo |
| 3. El BID participó activamente en la dirección de la ejecución del proyecto, enfatizando la necesidad de incrementar la eficiencia del proceso de protección al consumidor en sus tres pilares: a) transparencia de la información, donde la SBS asegure el cumplimiento de las normas, incluyendo temas de supervisión proactiva de riesgos operativos, más que castigos y multas; b) programa de capacitación enfocada a los usuarios del sistema financiero, para que los atienda la banca y, solo como mecanismo de última instancia, la SBS; y c) mejorar como ventanilla de última instancia la ventanilla de la SBS, en base a mejores prácticas. Este objetivo no fue totalmente logrado ya que en la práctica, la ventanilla de atención de la SBS no es utilizada por los usuarios de servicios financieros como un recurso de última instancia, lo que produce pérdidas de eficiencia y conflictos con las IFIs. | Implementation | Orellana, Hugo |
| 4. La difusión de la campaña de educación financiera ha incentivado la utilización de herramientas para la medición de la satisfacción de los clientes, a través de los puntos de servicio o call centers. Estas prácticas mejoran la gestión del riesgo reputacional en el sistema financiero ecuatoriano y constituyen un beneficio indirecto del proyecto. | Implementation | Orellana, Hugo |

**Indique cuáles son los principales productos, dónde se encuentran y cómo podrían aplicarse o "compartirse" con otras entidades o proyectos similares.**

- Procedures guide elaborated.
- Web site strengthened.
- Customer service system improved.
- Media campaign to promote financial education designed and implemented.

Every product listed before may be found in IDBDOCS.

**Productos principales del proyecto**

*[Jun 2010]* Manual de Uso (Handbooks/Procedure guides)
**Autor:** Deloitte

*[Jun 2010]* Informe Fortalecimiento del Portal Web (Marketing materials/communication)

**Autor:** Deloitte

*[Jun 2010]* Analisis de Atención de Consultas y Reclamaciones (Handbooks/Procedure guides)
**Autor:** Deloitte

*[Abr 2011]* Diseño de una Campaña de Educación Financiera para la SBS (Marketing materials/communication)
**Autor:** Epise

*[Dic 2011]* (Marketing materials/communication)
**Autor:** SENEFELDER

*[Nov 2012]* Informe Final - Plan de Medios y Pautaje para la Campaña de Educación Financiera de la SBS (Marketing materials/communication)
**Autor:** LAUTREC