Versión Pública

Tema: Estudio de Mercado "Red de Cajeros Automáticos"

Fecha de elaboración: Marzo 2014

Dirección Nacional de Estudios de Mercado

Intendencia de Abogacía de la Competencia

VERSIÓN PÚBLICA

José Bosmediano E15-68 y José Carbo ■ Telf: (593) 23956 010 ■ www.scpm.gob.ec ■ Quito-Ecuador

En conformidad con el Art. 2, del reglamento para la aplicación de Ley Orgánica de Regulación de Control del Poder de Mercado, el cual textualmente indica:

> "Art 2. Publicidad.- Las opiniones, lineamientos, guías, criterios técnicos y estudios de mercado de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, se publicarán en su página electrónica y podrán ser difundidos y compilados en cualquier otro medio, salvo por la información que tenga el carácter de reservada o confidencial de conformidad con la Constitución y la ley.
>
> Las publicaciones a las que se refiere el presente artículo y la Disposición General Tercera de la Ley, se efectuarán sin incluir, en cada caso, los aspectos reservados y confidenciales de su contenido, con el fin de garantizar el derecho constitucional a la protección de la información."

A continuación se presenta la versión pública del Estudio de Mercado de la Red de Cajeros Automáticos, desarrollada por la Dirección Nacional de Estudios de Mercado, de la Intendencia de Abogacía de la Competencia

Es importante indicar que el texto original del estudio no ha sido modificado, únicamente su estructura y omitida información confidencial y reservada de los operadores económicos involucrados en este estudio.

VERSIÓN PÚBLICA

Contenido

1. Introducción 3
2. Normativa legal 4
Constitución de la República del Ecuador 4
Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado 5
Ley Orgánica de las Instituciones del Sistema Financiero 6
Codificación de Resoluciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros y de la Junta Bancaria 7
Circular No IG-INSFPR-D4-2013-042, de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador . 7
2.2. Análisis Legal 7
3. Descripción de Cajero Automático 8
3.1. Proveedores del Servicio de Cajeros Automáticos 10
4. La red de Cajeros Automáticos en los principales bancos 12
4.1. Lista de Entrevistas 13

VERSIÓN PÚBLICA

1. Introducción

El uso masivo de las tarjetas de crédito es el más utilizado en el sector financiero, éste ha sido el que más ha crecido en los últimos años, por el incremento diario del consumo que se da en la sociedad. Aquí las personas se sienten beneficiadas por el uso de las tarjetas, ya que les permite ir de compras no solamente con dinero en efectivo, también le permite al

José Bosmediano E15-68 y José Carbo ■ Telf: (593) 23956 010 ■ www.scpm.gob.ec ■ Quito-Ecuador

consumidor satisfacer otras necesidades de compra que se le presenten sin contar con el efectivo necesario.

Por otra parte, el aumento de la cantidad de plásticos se debe a la gran cantidad de promociones y planes de pago que las diferentes empresas brindan a sus clientes, quienes lo ven como un beneficio el poder disfrutar de sus compras teniendo una posibilidad de financiación a largo y mediano plazo, lo cual el consumidor lo ve positivamente, pero también esto puede traer consecuencias no tan buenas que los usuarios no la pueden palpar directamente.

El estudio hace un análisis de la composición de la red de cajeros automáticos que actualmente operan en el Ecuador a través de las entidades financieras que brindan este servicio a los clientes para realizar retiros y depósitos de dinero de sus cuentas. También se hará una descripción del servicio de los cajeros automáticos, su funcionamiento, el número de cajeros automáticos por provincia y la información proporcionada por los principales Bancos respecto a la publicidad que brindan a sus clientes sobre planes o créditos pre-aprobados.

VERSIÓN PÚBLICA

2. **Normativa legal**

Constitución de la República del Ecuador

El artículo 52 de la Constitución de la República determina que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

José Bosmediano E15-68 y José Carbo ■ Telf: (593) 23956 010 ■ www.scpm.gob.ec ■ Quito-Ecuador

Por su parte, el artículo 335 de la carta magna, le otorga al Estado la obligación de regular, controlar e intervenir, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas, definir una política de precios orientadas a proteger la producción nacional y establecer mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio u oligopolio privado o el abuso de posición de dominio en el mercado, así como otras prácticas de competencia desleal;

El artículo 336 de la Carta Fundamental ordena que sea el Estado, a través de leyes, el que impulse y vele por un comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación. El Estado será el encargado de asegurar la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades que serán definidas mediante leyes.

Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado

> El artículo 1 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado LORCPM, establece: "El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible."

El artículo 25 de la LORCPM define a práctica desleal como todo hecho, acto, o práctica contraria a los usos y costumbres honestos en el desarrollo de actividades económicas, incluyendo aquellas conductas realizadas en o a través de la actividad publicitaria (...), publicidad que también puede ejecutarse a través de canales tecnológicos como son las pantallas de cajeros automáticos.

VERSIÓN PÚBLICA

A continuación, esta norma indica que la existencia de una práctica desleal no requiere acreditar conciencia o voluntad sobre su realización, sino que se asume como cuasidelito de conformidad con el Código Civil, es decir que es suficiente el resultado, más que la intención.

Según lo conceptualizado en el artículo 27, numeral 9 de la LORCPM, es una práctica desleal la concurrencia en el mercado sin las autorizaciones legales cuando la ventaja competitiva obtenida es significativa; entonces, es importante verificar quien es el ente autorizador y si la publicidad y concreción de productos bancarios nuevos que se realizan vía cajeros automáticos se encuentran permitidos, para encuadrar esta práctica como desleal o no.

La disposición contenida en el numeral 10 del artículo 27 de la LORCPM, considera como práctica desleal y agresiva la influencia indebida contra los consumidores, el hecho de aprovecharse de la debilidad o del desconocimiento del consumidor, y en el caso de los clientes de los cajeros automáticos, están en desventaja frente a la entidad financiera que estuviere publicitando un nuevo producto bancario en las pantallas de sus cajeros automáticos.

Ley Orgánica de las Instituciones del Sistema Financiero

El artículo 1 de la Ley Orgánica de Instituciones del Sistema Financiero, impone a la Superintendencia de Bancos y Seguros la obligación de proteger los intereses del público en general, y en cumplimiento de este mandato, se formulan los incisos primero y segundo del

artículo 201 de la Ley ibídem, y en forma particular, el segundo estipula que la Superintendencia de Bancos y Seguros autorizará previamente los servicios a ser libremente aceptados y recibidos por los clientes y usuarios y determinará las actividades bancarias propias del giro del negocio que implican transacciones básicas que realizan los clientes e información esencial respecto del manejo de sus cuentas, destacando que los nuevos servicios deben ser libremente aceptados por el consumidor.

VERSIÓN PÚBLICA

Codificación de Resoluciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros y de la Junta Bancaria

El artículo 10 del parágrafo III de la sección 11, capítulo III, título XIV, libro 1 de la Codificación de Resoluciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros y de la Junta Bancaria, que contiene el Código de Transparencia y de Derechos del Usuario, dispone que el usuario o cliente tiene derecho a: "Elegir con plena libertad, productos y servicios financieros ofertados por las instituciones del sistema financiero legalmente reconocidas en función de los precios, tarifas, gastos, costos, así como los beneficios existentes, y/ o a suscribir instrumentos, sin ser presionado, coaccionado o inducido mediante prácticas prohibidas por parte de las instituciones del sistema financiero, en transgresión de los principios de competencia leal y sanas prácticas."

Circular No IG-INSFPR-D4-2013-042, de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

La Circular signada como No IG-INSFPR-04-2013-042, emitida por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, de fecha 20 de junio de 2013, enfáticamente ordena: "a efectos de garantizar la protección de los derechos del consumidor, se prohíbe a las entidades financieras que durante la ejecución de servicios o transacciones por canales no presenciales, se incluya la contratación de productos o servicios diferentes a los que hayan sido requeridos inicialmente, sí éstos no han sido solicitados y aceptados expresamente por el cliente o usuario .
(...)"

VERSIÓN PÚBLICA

2.2. Análisis Legal

Al momento de la apertura de una tarjeta de cajero automático, las instituciones financieras le conceden a los tarjetahabientes determinados servicios que se brindarán a través de los cajeros automáticos. La normativa expuesta garantiza al tarjeta habiente de un cajero automático, que la entidad donde obtuvo su tarjeta no publicite y concrete nuevos productos bancarios mediante mecanismos no presenciales, como es precisamente el cajero automático;

y esta limitación se ve reflejada en el mandato prohibitivo contenido en la transcrita circular No IG-INSFPR-04-2013-042 emitida por la Superintendencia de Bancos y Seguros, donde no queda dudas respecto a que las instituciones financieras no pueden, a través de sus cajeros automáticos, ofertar servicios distintos a los que el cliente o el usuario inicialmente haya pactado, sí no tan solo a través de canales presenciales .

Sí tomamos en cuenta que la tarjeta habiente frente a la entidad financiera se encuentra en inferioridad y obviamente desconoce los pormenores de nuevos productos bancarios que estaría introduciendo la entidad financiera en las pantallas de los cajeros automáticos, constituye la contratación de nuevos productos a través de cajeros automáticos una práctica agresiva y como tal desleal, al tenor de lo que dispone el numeral lO del artículo 27 de la LORCPM.

De lo anterior se desprende que sí una entidad financiera concreta con un cliente a través de sus cajeros automáticos productos bancarios diferentes a los que originalmente le brindó y pactó, estaríamos frente a una práctica desleal, puesto que, este mecanismo de publicidad utilizado por la institución financiera propietaria del cajero automático tiene prohibición expresa del único ente que tiene capacidad para autorizar que es la Superintendencia de Bancos y Seguros (artículo 1 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero), a más de que se halla en una posición de privilegio ante el consumidor.

VERSIÓN PÚBLICA

3. Descripción de Cajero Automático

El cajero automático es un equipo automatizado con el que se maneja tanto la recepción como la entrega de dinero en efectivo; se realizan consultas de saldos y algunas operaciones sobre los diferentes servicios que ofrece una institución bancaria, entregando al usuario un comprobante de la operación en un mínimo de tiempo.

En un cajero automático se pueden utilizar algunos de los servicios que ofrecen los bancos, pero sin tener que visitar la sucursal. Un cajero automático está disponible las 24 horas del día, los 365 días del año. Los servicios que éstos ofrecen varían de acuerdo con cada banco y el tipo de cuenta de cada usuario, pero los servicios comúnmente utilizados son:

l. Retiro de efectivo
2. Consulta de saldos
3. Consulta de últimos movimientos
4. Depósitos
5. Pago de tarjeta de crédito
6. Transferencia de fondos

Para utilizar se inserta la tarjeta de crédito, débito o acceso, se digita una clave personal y se siguen las instrucciones que aparecerán en la pantalla y que llevan al usuario de la mano para realizar las operaciones que desea.

Existe un sistema de RED de cajeros automáticos a nivel nacional, que ofrece la posibilidad de utilizar cualquiera de ellos, independientemente del banco donde se tenga la cuenta bancaria. Casi todos los bancos están afiliados a este sistema de RED, algunos de ellos le permiten disponer de dinero en todo el país y otros a nivel internacional.

Un cajero automático se compone principalmente de:

- Un dispositivo para el reconocimiento y validación de billetes.
- Una computadora personal.
- Una pantalla (que también puede ser un monitor sensible al tacto, llamado touchscreen).
- Un scanner para reconocer las tarjetas de débito o crédito con las que se acceda al cajero.
- Una impresora de comprobantes.

VERSIÓN PÚBLICA

José Bosmediano E15-68 y José Carbo ■ Telf: (593) 23956 010 ■ www.scpm.gob.ec ■ Quito-Ecuador

La seguridad que los cajeros automáticos ofrecen a los bancos para el manejo del dinero y de las operaciones que en él se realizan, se da gracias a la alta tecnología que utilizan, contando con sistemas de monitoreo del funcionamiento de cada cajero, sistemas de reporte de fallas, alarma de fallas, sistemas de seguridad remota automática y acceso remoto a los cajeros desde las oficinas centrales del banco, o desde el lugar que se tenga designado para el control y monitoreo de los cajeros automáticos.

La mayoría de los bancos tienen instalados dos tipos de cajeros automáticos:

1. Tipo lobby. Para ubicación tipo lobby en el interior de oficinas o centros comerciales
2. Tipo empotrable. Para oficinas que pertenecen al propio banco

3.1. Proveedores del Servicio de Cajeros Automáticos

Los Proveedores del servicio de cajeros automáticos son los operadores económicos que se encuentran dentro del sistema financiero y que son el conjunto de instituciones, que tiene como objetivo principal la intermediación entre prestamistas de corto y mediano plazo y prestatarios de largo plazo.

En el sistema financiero comprenden los activos financieros, así como también las instituciones, los intermediarios y los mercados financieros.

La misión que debe cumplir el sistema financiero de una economía de mercado es el captar el excedente de los ahorristas y canalizarlo hacia las instituciones financieras, sean éstas públicas o privadas.

Cada entidad dentro de estos sectores se encuentra supervisada por distintos organismos de control.

Instituciones del Sector Público Financiero:

• Banco Central del Ecuador (BCE)
• Corporación Financiera Nacional (CFN)
• Banco Nacional de Fomento (BNF)

VERSIÓN PÚBLICA

• Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV)

Instituciones Financieras Privadas:

• Bancos

• Sociedades Financieras

• Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la Vivienda, y

• Cooperativas de Ahorro y Crédito quienes realizan intermediación financiera con el público.

Según reportes estadísticos de la Superintendencia de Bancos y Seguros, los Bancos se clasifican en grandes, medianos y pequeños, quienes a su vez se clasifican por categorías, siendo éstas: comercial, de consumo, de vivienda y microempresa. En los créditos de consumo que son para personas naturales, se encuentran las tarjetas de crédito, con las cuales se realizan las transacciones en los cajeros automáticos.

A continuación, se menciona la clasificación de los principales bancos según su capital suscrito:

Bancos Grandes	**Bancos Medianos**	**Bancos Pequeños**
Banco Pichincha	Banco Bolivariano	Citibank
Banco Pacífico	Banco Internacional	Procredit
Banco Guayaquil	Banco del Austro	Banco Amazonas
Produbanco	Banco Promérica	Banco Capital

VERSIÓN PÚBLICA

Gráfico No. 1

Crecimiento de Cajeros Automáticos, Ventanillas y Corresponsales no bancarios

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros
Elaborado por: Intendencia de Abogacía de la Competencia

En el gráfico anterior también se puede ver que adicional al crecimiento que han tenido los cajeros automáticos, los corresponsales no bancarios han crecido en una proporción mucho mayor.

4. La red de Cajeros Automáticos en los principales bancos

La información proporcionada por los principales Bancos en entrevistas personales mantenidas en las oficinas de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado el día

Miércoles 18 de junio de 2014 al Banco Pichincha, jueves 10 y viernes 11 de julio de 2014 a los Bancos Pacífico, Guayaquil, Produbanco y Bolivariano, fue la siguiente:

4.1. Lista de Entrevistas

1. Banco Pichincha
2. Banco Pacífico.
3. Banco Guayaquil.
4. Banco Produbanco
5. Banco Bolivariano.

VERSIÓN PÚBLICA