

El 42% de la utilidad de septiembre se explica por la norma contable de impuestos diferidos

De hecho, las utilidades antes de impuestos incluso se reducen marginalmente respecto a meses previos. Las colocaciones continúan con un bajo dinamismo, con una importante contracción en las operaciones de consumo de menores montos.

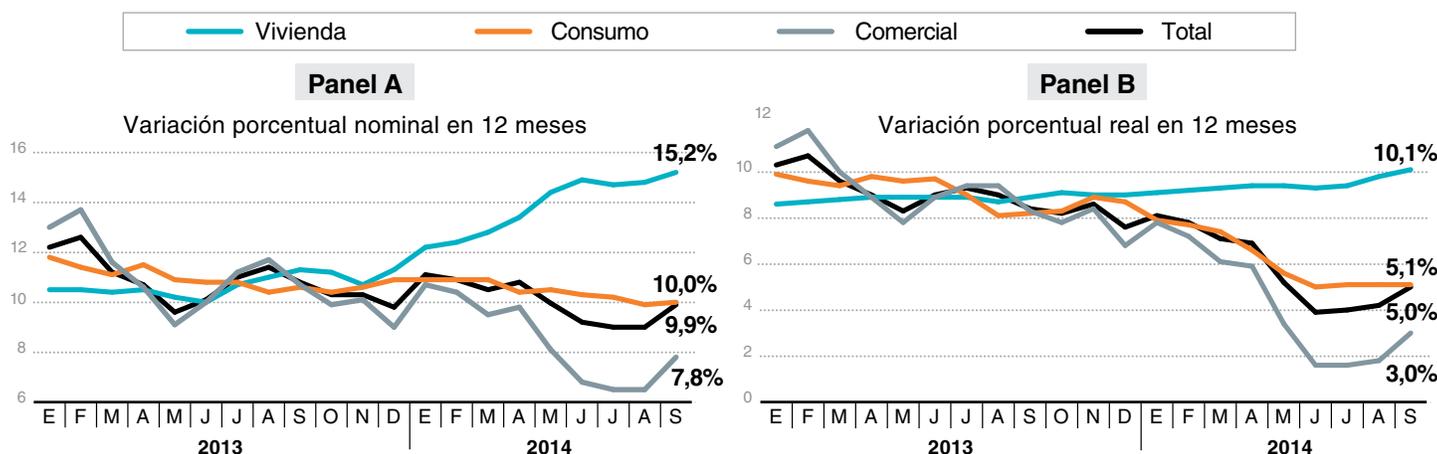
Las colocaciones bancarias acumulan un crecimiento en doce meses de 9,9% nominal a septiembre, tras haber experimentado un avance de 0,8% nominal mensual, cifra que continúa significativamente por debajo de lo observado en la primera parte del año (**Gráfico N° 1, panel A**). Este menor dinamismo es más notorio al comparar la evolución de las colocaciones en términos reales –es decir, ajustadas por inflación–, constatándose que las colocaciones reales sólo crecieron 5,0% a septiembre, en circunstancias que el crecimiento anual a inicios de año se ubicaba en niveles cercanos a 8% anual (**Gráfico N° 1, panel B**). Cabe señalar que el ajuste de las colocaciones por la inflación permite controlar por el cambio en el poder adquisitivo de las colocaciones y, además, por el efecto de la revalorización del stock de colocaciones que se reajustan según la inflación ⁽¹⁾.

El desempeño de las colocaciones está directamente relacionado con el crecimiento de la economía, así como con aspectos regulatorios que afectan en mercados específicos como el de consumo (ver más adelante). En efecto, las perspectivas de crecimiento de la economía para este año pasaron de niveles cercanos a 4% a inicios de año a valores en el rango de 2% en lo más reciente, ratificándose dichas expectativas con el magro IMACEC de septiembre (1,4%). El sistemático reconocimiento de un escenario cada vez más débil no ha sido exclusivo a la economía chilena, sino también se ha observado en otras economías emergentes ⁽²⁾, poniendo de manifiesto la dependencia de Chile respecto al ciclo externo. Sin embargo, también es importante añadir que la discusión y avances en la agenda regulatoria local han introducido elementos que podrían estar afectando negativamente el desempeño del país.

(1) De acuerdo a cálculos de la Asociación de Bancos con cifras provenientes de la SBIF el 99,7% de las colocaciones de vivienda están en UF; el 95,8% de las colocaciones de consumo en pesos; las colocaciones comerciales se distribuyen entre pesos (42,7%), UF (33,9%) y Moneda Extranjera (23,4%). Estas cifras se refieren a stocks y no incluyen filiales extranjeras ni la deuda proveniente de la tienda Ripley absorbida por el banco del mismo nombre en diciembre de 2013.
(2) FMI, World Economic Outlook, varios números.

GRÁFICO N° 1

Evolución de colocaciones por tipo de crédito



Nota: No incluye filiales extranjeras ni las colocaciones provenientes de la tienda Ripley y que fueron absorbidas por el banco del mismo nombre en diciembre de 2013. **Fuente:** SBIF.

Créditos comerciales

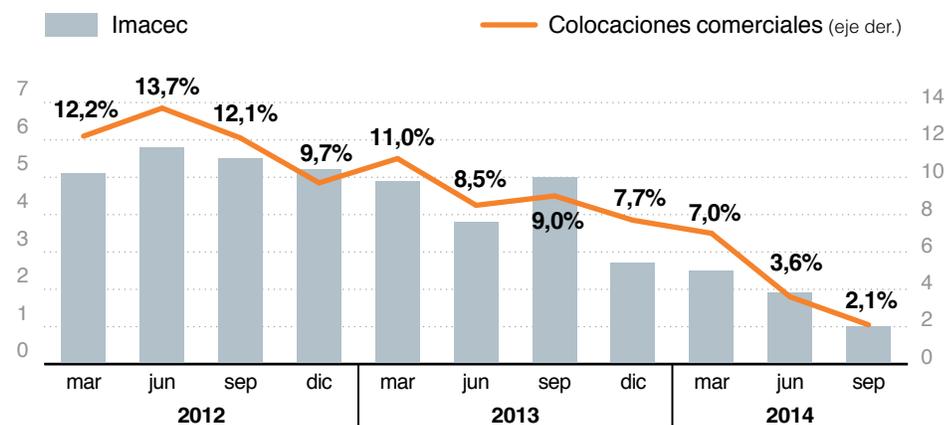
Las colocaciones comerciales han sido las más sensibles al ciclo económico, exhibiendo un crecimiento del orden de 3,0% real en doce meses a septiembre, cifra que se compara con un crecimiento promedio de 9% en 2013 (**Gráfico N° 2**). La sensibilidad al ciclo económico se explica tanto por factores de oferta como de demanda, situación que ratifica la Encuesta de Crédito Bancario que realiza el Banco Central de Chile. En efecto, por el lado de la demanda, el menor ritmo de expansión de la economía se traduce en una menor demanda de financiamiento para capital de trabajo así como en planes de inversión más acotados, mientras que por el lado de la oferta, los bancos reportan una conducta más cautelosa a la hora de otorgar créditos.

En cuanto a las colocaciones por sector económico, los sectores cíclicos continúan registrando variaciones negativas, ubicándose su crecimiento en -1,3% a agosto de 2014 (**ABIF Informa N° 35**). En dicho segmento de sectores, la construcción y los servicios financieros muestran las mayores contracciones (**Gráfico N° 3**). Complementariamente, el sector minero continúa exhibiendo una contracción superior a dos dígitos, la cual, en parte importante, se vincularía al fin del ciclo de inversiones mineras observado en los últimos años.

GRÁFICO N° 2

Expansión real trimestral de crédito comercial y actividad económica

Variación porcentual en doce meses promedio trimestral



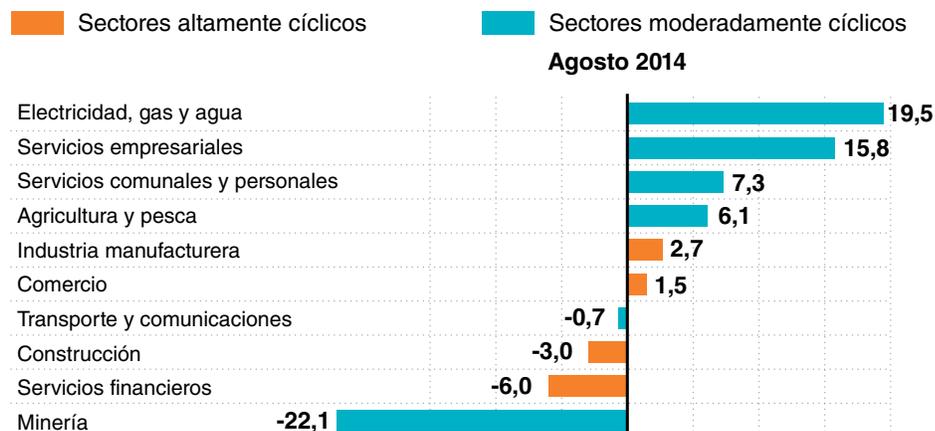
Nota: No incluye filiales extranjeras.

Fuente: Banco Central y SBIF.

GRÁFICO N° 3

Evolución de las colocaciones comerciales por sector económico ⁽¹⁾

Crecimiento real en 12 meses (%)



(1) Sectores cíclicos son: Comercio; construcción; industria manufacturera y servicios financieros. Los sectores moderadamente cíclicos son: Agricultura y pesca; electricidad, gas y agua; minería; servicios comunales y personales; servicios empresariales; transporte y comunicaciones.

Fuente: Asociación de Bancos en base a SBIF.

Créditos de consumo

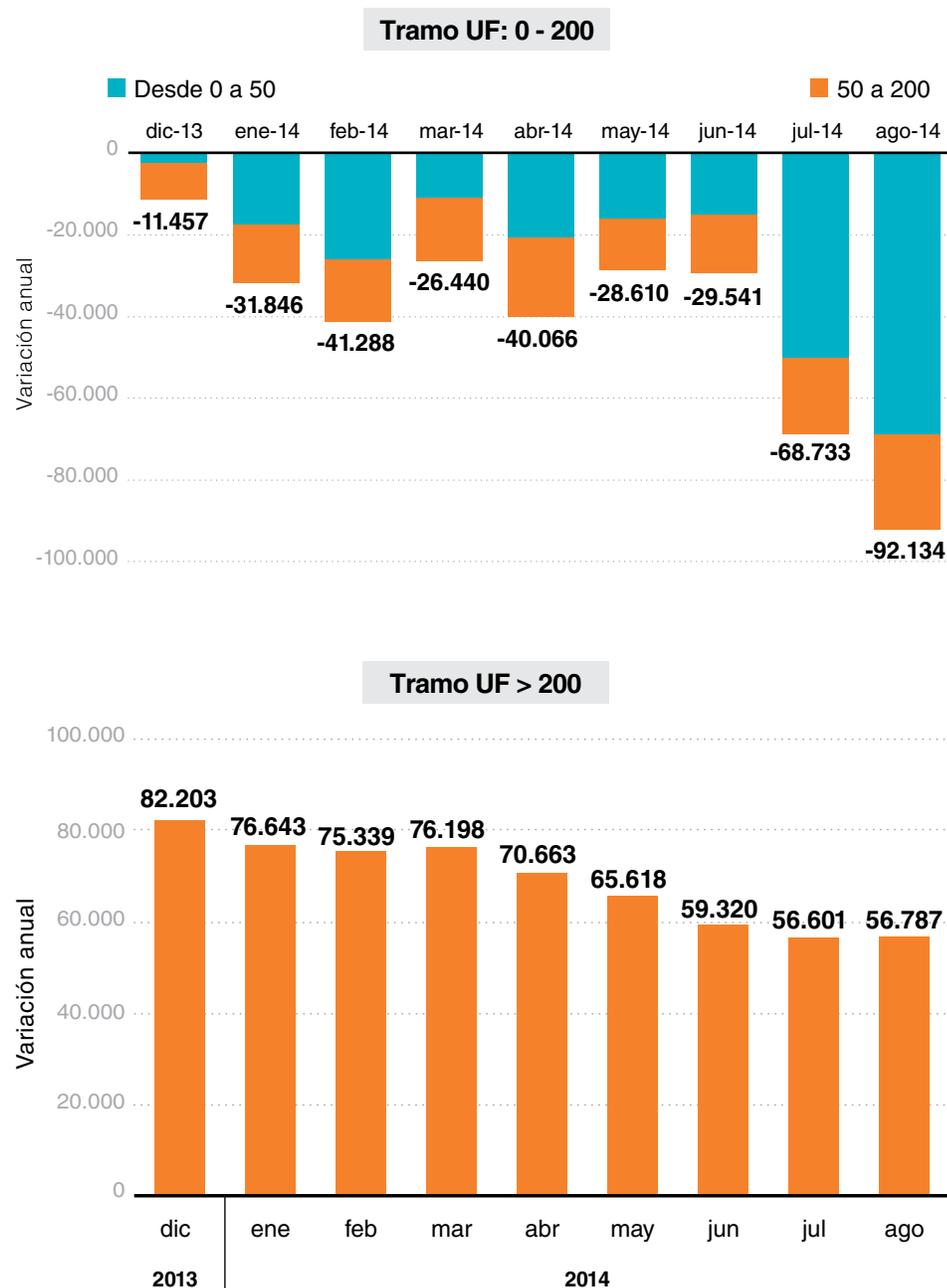
Las colocaciones de consumo, que crecieron un 5,1% real en doce meses a septiembre, también han comenzado a marcar un menor ritmo de crecimiento en el último trimestre, aunque con una desaceleración rezagada y más leve que la registrada en el segmento comercial (**Gráfico N°1**). Esta evolución también está influida por condiciones de oferta y demanda según la Encuesta de Crédito Bancario del Banco Central. Por un lado, los bancos reportan una demanda de crédito más débil asociada a las condiciones de ingreso o empleo de los clientes. Mientras que por el lado de la oferta, las mayores restricciones se deben a una mayor relevancia de los factores de riesgo de crédito y al impacto de los cambios normativos.

Respecto a tales cambios normativos, tal como se ha planteado en ABIF Informa previas, la concurrencia simultánea de iniciativas tales como la TMC, SERNAC y el vacío regulatorio en materia de consentimiento respecto de los contratos de servicios financieros, podrían afectar negativamente las colocaciones, y en particular aquellas de menores montos, las cuales, en promedio, se asocian a hogares de menores ingresos. Tales cambios en un contexto de bajo crecimiento pueden generar efectos no deseados de una magnitud relevante, situación que pareciera ser el caso.

En efecto, el número de deudores de menos de UF 200 se redujo en aproximadamente 92 mil clientes en agosto respecto a igual mes del año anterior (**Gráfico N°4**). Esta cifra se compara con reducciones del orden de 30 mil clientes en doce meses entre enero y junio, cifra que a pesar de aumentar casi al doble en el mes de julio, se encuentra bastante por debajo de lo observado en agosto. En contraste a la tendencia en los créditos de montos menores, el número de clientes en los tramos de más de 200 UF continúa creciendo.

GRÁFICO N° 4

Variación anual del número de deudores por tramos de deuda



Nota: No incluye filiales extranjeras ni absorción de la cartera de la tienda Ripley por parte del banco del mismo nombre.

Fuente: SBIF.

Créditos hipotecarios

En relación al segmento vivienda, las colocaciones mostraron un crecimiento en doce meses de 10,1% real, superando los registros de meses previos (**Gráfico N°1**). Según se detalló en el ABIF Informa N°36, lo anterior se explicaría por una mayor inercia de los préstamos para vivienda –influenciados por las denominadas ventas en verde- y también por el incremento en los precios

de las viviendas. La mayor fortaleza de estos créditos, sin embargo, podría mermar en caso de prolongarse y/o profundizarse el ciclo económico actual. De hecho, el Banco Central destaca en el reporte de la Encuesta de Crédito Bancario que ha comenzado a observarse un debilitamiento en la demanda del segmento hipotecario en el tercer trimestre de este año.

Riesgo de Crédito

La morosidad del segmento comercial, luego de registrar aumentos en la primera parte del año, tiende a estabilizarse en niveles relativamente altos durante el tercer trimestre del año, donde la mayor alza en la morosidad se originó en las empresas de mayor tamaño (**Gráfico N° 5**). En contraste, el comportamiento de pago en las colocaciones

de consumo e hipotecarias no han registrado aumentos, encontrándose la morosidad en niveles históricamente bajos.

No obstante el positivo comportamiento de pago en los créditos de consumo e hipotecarios, es importante que los agentes evalúen con cautela sus decisiones de

endeudamiento y financiamiento dado el escenario de bajo crecimiento. Esto, ya que si se extendiese y/o profundizará el ciclo, esto podría traducirse en un deterioro de las condiciones laborales y financieras de hogares y empresas, lo cual, en definitiva, podría repercutir negativamente en el comportamiento de pago de dichos agentes.

GRÁFICO N°5

Morosidad de 90 días y más

Porcentaje de las colocaciones por tipo



Nota: El cociente de morosidad considera la morosidad individual y las colocaciones individuales informadas por el Banco Central.

Fuente: SBIF y Banco Central.

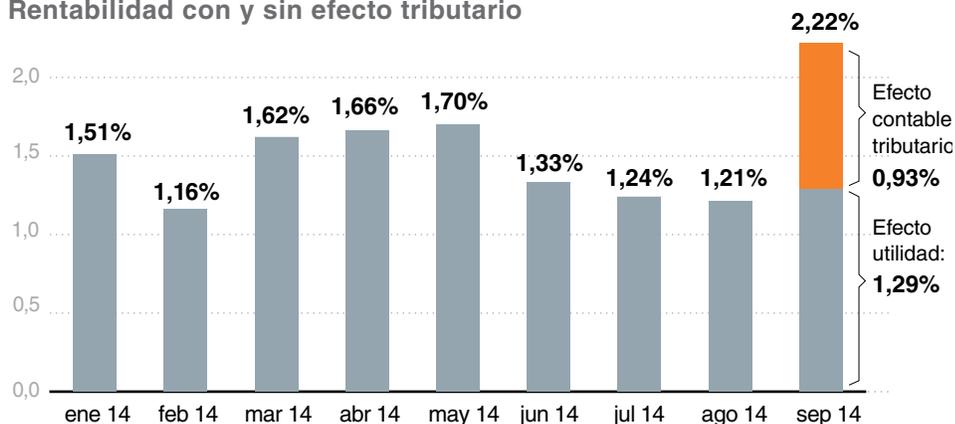
Rentabilidad del mes se explica en 42% por impuestos diferidos

En el mes de septiembre, la rentabilidad mensual anualizada sobre activos fue de 2,2%, la más alta del año y explicada por un fenómeno contable que se tradujo en un efecto positivo en la utilidad neta después de impuestos. En efecto, debido a la promulgación de la reforma tributaria en septiembre, que aumentó la tasa de impuesto a las empresas, la normativa vigente generó un aumento transitorio en dichas utilidades por concepto del reconocimiento de impuestos diferidos⁽³⁾. En términos simples, este ajuste se origina principalmente porque para fines tributarios se reconoce un monto de provisiones por riesgo de crédito menor al que se deriva de las normas de la SBIF, generándose así un activo por impuestos diferidos para los bancos, el cual, dado el aumento de la tasa impositiva para los próximos años, generó una ganancia transitoria.

Para ilustrar la incidencia del ajuste impositivo, sobre la base de los estados contables de un conjunto de bancos que representa 95% de los activos totales del

GRÁFICO N° 6

Rentabilidad con y sin efecto tributario



Nota: Se refiere a una muestra de bancos que representan el 95% de los activos totales. Las cifras incluyen filiales extranjeras y créditos provenientes de la tienda Ripley.

Fuente: Asociación de Bancos en base a SBIF y EE.FF. de un conjunto de bancos.

sistema, se estima que este factor aportó un 42% de las utilidades totales de la banca en septiembre (**Gráfico N° 6**). Así, si se descuenta dicho fenómeno puntual, la rentabilidad del mes de septiembre habría

sido similar a la obtenida en los meses anteriores. De hecho, el resultado antes de impuestos se mantiene prácticamente constante, e incluso disminuye marginalmente en septiembre (**Tabla N° 1**).

Tabla N°1: Estados de Resultados sobre activos totales

Cifras mensuales anualizadas⁽¹⁾

	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14
Intereses netos	3,01%	2,82%	3,11%	2,98%	3,11%	3,10%	3,20%	3,01%	2,91%
Reajustes netos	0,82%	0,48%	0,60%	1,03%	0,99%	0,59%	0,25%	0,27%	0,42%
Comisiones netas	0,84%	0,78%	0,93%	0,92%	0,91%	0,88%	0,86%	0,86%	0,88%
Tesorería y op. de cambio	0,57%	0,47%	0,55%	0,27%	0,13%	0,36%	0,65%	0,67%	0,60%
Otros	-0,04%	-0,06%	-0,09%	-0,05%	-0,10%	-0,05%	-0,11%	-0,05%	-0,32%
Margen Bruto	5,20%	4,48%	5,10%	5,15%	5,04%	4,88%	4,86%	4,77%	4,49%
Gasto de Cartera Neto (2)	-1,08%	-0,91%	-0,98%	-0,94%	-0,87%	-0,90%	-0,86%	-1,01%	-0,80%
Gastos de Apoyo	-2,24%	-2,12%	-2,20%	-2,28%	-2,28%	-2,32%	-2,31%	-2,26%	-2,24%
Otros	0,00%	0,01%	0,01%	0,01%	0,03%	0,00%	0,01%	0,02%	0,00%
Resultado antes de Impuestos	1,87%	1,46%	1,92%	1,94%	1,92%	1,67%	1,69%	1,52%	1,45%
- Impuesto a la Renta	-0,35%	-0,28%	-0,29%	-0,29%	-0,21%	-0,34%	-0,45%	-0,26%	0,73%
ROA	1,52%	1,18%	1,64%	1,66%	1,71%	1,33%	1,25%	1,26%	2,18%

Nota: (1) incluye filiales extranjeras y créditos provenientes de la tienda Ripley. Cifras a septiembre de 2014 son estimaciones.

(2) Gasto en provisiones es neto de recuperación de créditos castigados. **Fuente:** SBIF.

(3) Norma Internacional de Contabilidad N°12 (NIC)

GfK Loyalty Plus Index

Satisfacción de cuentacorrentistas aumenta

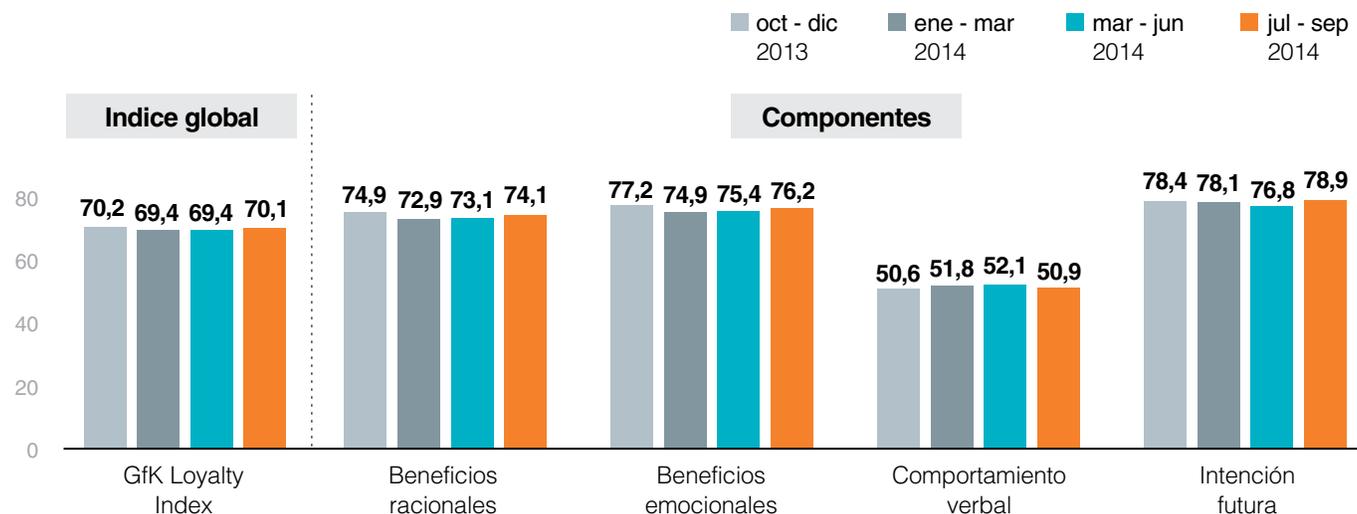
El índice que es calculado trimestralmente por la empresa GfK Adimark sobre la base de 1.100 entrevistas telefónicas a hombres y mujeres cuentacorrentistas, que viven en las principales ciudades del país y que pertenecen a los grupos socio-económicos C1, C2 y C3, evalúa la relación entre el cliente y el banco a través de una batería de ocho preguntas. Las preguntas son agrupadas en cuatro campos temáticos, que forman los cuatro componentes del índice: beneficios racionales (relación precio-calidad / facilidad de operar), beneficios emocionales (confianza / respeto), comportamiento verbal (boca-a-boca positivo /

negativo) e intención futura (recompra / recomendación).

Los resultados muestran que el GfK Loyalty Plus Index, que mide la satisfacción general de los cuentacorrentistas con sus bancos, aumentó levemente en el período julio a septiembre de 2014, alcanzando 70,1 puntos, tras los 69,4 puntos obtenidos el trimestre anterior. En este período, tres de los cuatro componentes del señalado índice mostraron alzas respecto de la medición del trimestre anterior, siendo la excepción el comportamiento verbal, que muestra un leve deterioro (**Gráfico N° 7**).

En cuanto a los beneficios racionales, el 68,9% de los encuestados considera que los productos y servicios que ha contratado con su banco valen el precio que paga por ellos (notas entre 6 y 7), frente a un 12,0% que opina que no lo valen (notas entre 1 y 4). Lo anterior constituye una mejora respecto al trimestre previo, cuando se obtuvieron 67,6% de respuestas positivas y 14,4% de respuestas negativas. Además, en la medición actual, un 82,5% de los cuentacorrentistas opina que su banco es fácil de operar, frente a un 6,1% que no comparte esta idea, tras 79,8% y 7,3%, respectivamente, en el trimestre anterior.

GRÁFICO N° 7
GfK Loyalty Index

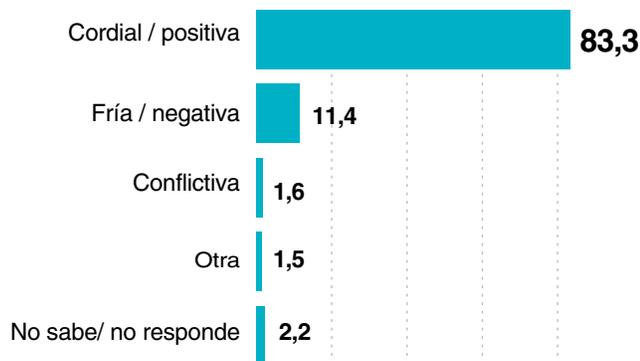


Fuente: GfK Adimark.

GRÁFICO N° 8

Relación emocional y sensación de precios justos

¿Cómo definiría la relación con su banco?



En su opinión, los intereses y comisiones que le cobra su banco son:



Fuente: GfK Adimark.

Por su parte, entre los beneficios emocionales se observan aumentos de 3,7 puntos, respectivamente, en el porcentaje de encuestados que dicen confiar en su banco (80,1%) y sentirse respetados como clientes (79,4%), mientras que disminuye la fracción de cuentacorrentistas que no se sienten representados por dichas frases.

La encuesta de GfK Adimark también evaluó el grado de satisfacción de los cuentacorrentistas con diferentes canales de atención que ofrecen los bancos a sus clientes (página web, cajero automático, sucursal y call center). En el período julio a septiembre de 2014, los niveles de satisfacción se mantuvieron estables y en niveles altos. Así, el 84,6% de los encuestados dicen estar satisfechos (notas

6 y 7) con la página web del banco, mientras que sólo un 3,7% manifiesta insatisfacción respecto a este canal (notas 1 a 4). La situación es similar en el caso de los cajeros automáticos (82,6% de satisfacción vs 5,9% de insatisfacción) y algo más débil en el caso de los call center (74,8% y 9,0%, respectivamente). El mayor aumento en cuanto a satisfacción de clientes se observa en el caso de las sucursales, donde el porcentaje de clientes que dicen estar satisfechos con el servicio ha aumentado 6,5 puntos, de 79,1% en abril-junio a 85,6% en julio-septiembre.

Además, en la encuesta de GfK Adimark del trimestre recién pasado se incluyeron dos preguntas nuevas, que buscan ahondar en la relación emocional de los clientes con su

banco, así como evaluar la sensación por parte de los clientes de pagar un precio justo por los productos y servicios contratados. La gran mayoría de los cuentacorrentistas -el 83,3%- responde que la relación con su banco es cordial o positiva, mientras que un 11,4% la caracteriza como fría o negativa y sólo un 1,6% dice que la relación con el banco es conflictiva. En cuanto a los precios cobrados por los bancos, la mayoría de los encuestados tiene la sensación de estar pagando un precio justo o incluso bajo. Así, el 59,7% de los cuentacorrentistas opina que los intereses y comisiones que le cobra el banco son razonables y un 16,3% piensa que son bajos, frente a un 22,6% que considera demasiado altos los intereses y comisiones pagados (**Gráfico N° 8**).