

CICLO DE RIESGO

COLOMBIA

La revista para expertos del mundo del Crédito y la Cobranza

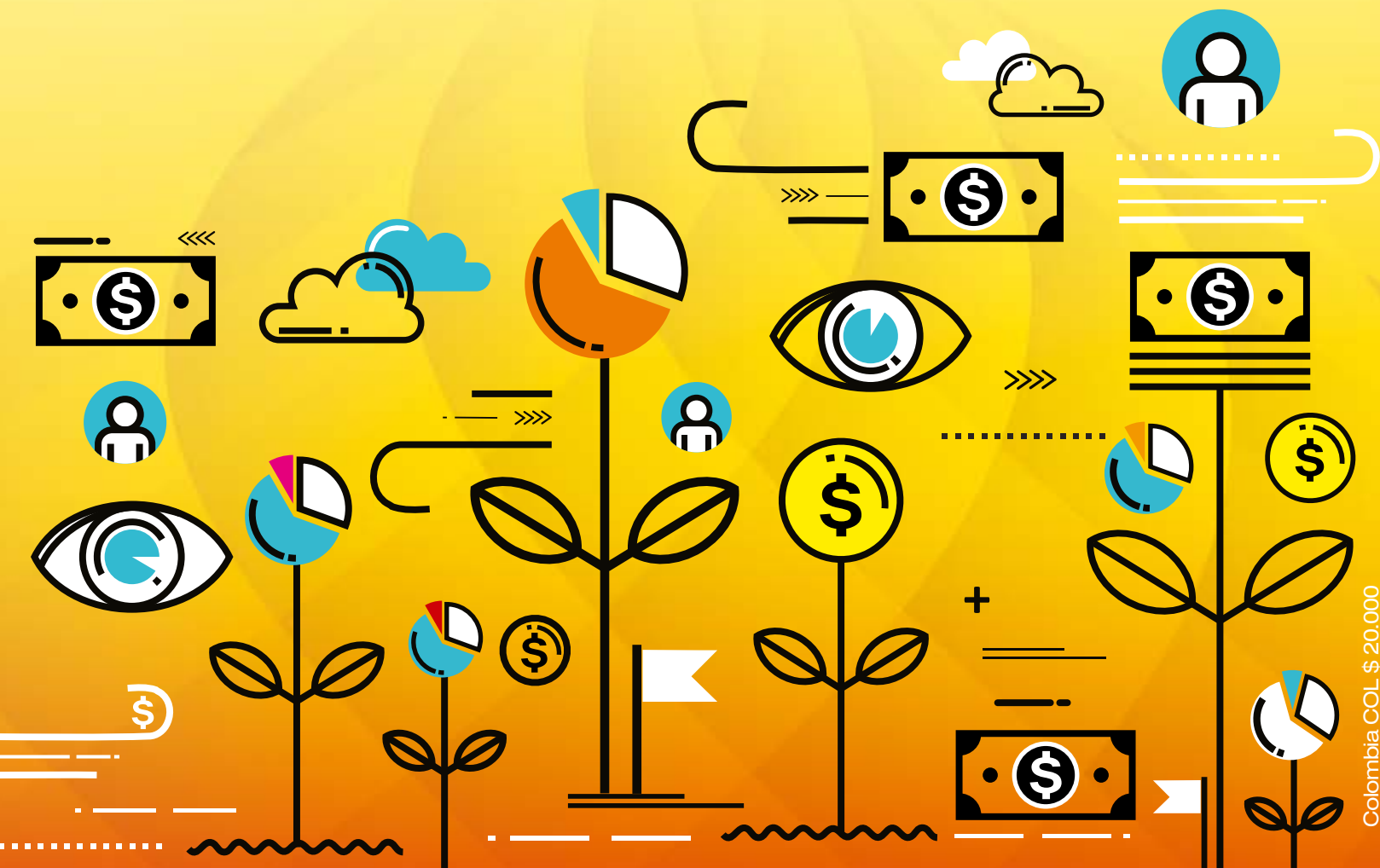
LA ERA DEL CRÉDITO B

Caracterización del **MERCADO FINTECH** En Latinoamérica

CALIDAD DE CARTERA POR MODALIDAD: TARJETA DE CRÉDITO, MICROCRÉDITO, Vehículo y Libranza

TRANSFERENCIA INTERNACIONAL DE DATOS PERSONALES

OPORTUNIDADES en el nuevo ecosistema CREDITICIO



Colombia COL \$ 20,000

Ciclo de Riesgo es... Innovación, emprendimiento social, es pauta con sentido. No corra el riesgo de perdersela.

ISSN 2027-7792



9 772027 779009



¿Estás viendo al consumidor
Desde cada perspectiva?

Los datos de tendencia
revelan **una perspectiva
histórica** del uso del crédito
y el comportamiento
en el tiempo

Si quieres conocer más de este interesante tema
Visítanos en www.transunion.co

TransUnion 

CONTENIDO

5 PRIMER PLANO

- Recomendados
- Calidad de cartera
- El gran desafío del nuevo ecosistema
- Algunas cifras relevantes para prospección de mercados
- Tendencias
- Lo Nuevo
- Cápsulas de la Industria
- La Movida

20 FOCO: OPORTUNIDADES EN EL NUEVO ECOSISTEMA CREDITICIO



52 VIVIENDO EL CRÉDITO

- Top 20 - Calidad de cartera por producto.
- Innovación en los procesos de colocación de créditos
- ¿Cuántas personas tienen crédito en Colombia?
- Personas jurídicas con productos financieros en Colombia
- ¿Qué es lo que debe primar?: Racionalidad
- Gerencia estratégica para la comisión nacional de crédito agropecuario

62 VIVIENDO LA COBRANZA

- ¿Qué tanto falta para que los "Chatbots" lleguen a la cobranza?
- Solati 20 años
- Cobrar con felicidad

70 MARCO JURÍDICO

- Transferencia internacional de datos personales: impactos y beneficios

72 TECNOLOGÍA Y BUSINESS INTELLIGENCE

- La computación cognitiva: En la jugada de las grandes oportunidades
- ¿Qué hay de nuevo en tecnología en la industria del crédito?

74 MANAGEMENT

- Humanidades y ciencias sociales

77 GOODLIFE GOODWORK

- El poder del silencio para lograr verdaderas conexiones

78 SOCIALES



La revista para expertos del mundo del Crédito y la Cobranza

www.cicloderiesgo.com

Directora

Beatriz Alexandra Villa Escobar
beatrizvilla@creditycobranzas.com

Consejo Editorial

Lilian Simbaqueba
Luis Fernando Guevara
Rafael Ortega
Luis Fernando Cruz Araujo

Edición, Diseño y Diagramación

Cristhian Gómez Pulido
cristhigraf@yahoo.es

Impresión

LEGIS Impresores

Fotografía

Ingimage

Suscripciones

www.cicloderiesgo.com
asistentegerencia@cycloderiesgo.com

Pauta, Directorio ABC y Eventos

Teléfonos: (57)(1) 300 2017 - (57) 315 833 3101
info@creditycobranzas.com
Bogotá D.C. Colombia

La comunidad opina y comentarios

info@creditycobranzas.com

VIVE UNA EXPERIENCIA DIFERENTE EN NUESTROS HOTELES

Elegancia, placer y cultura; en un mismo lugar.





Oportunidades en el nuevo ecosistema crediticio, es el tema que nos concentra en esta edición. La convergencia de mega-tendencias como la conectividad global, la digitalización, el Big Data, las nuevas tecnologías Fintech, la inteligencia artificial, la transformación de la interacción social que imponen las redes sociales con la consecuente transformación del consumidor, han creado un nuevo ecosistema para el negocio financiero, especialmente para el negocio crediticio y la recuperación de cartera, que pone en jaque muchas de las prácticas, normas y aspectos que se daban por sentados y nos enfrenta a nuevas realidades, desafíos y por su puesto riesgos.

El entorno exige nuevas formas de actuación soportadas en un modelo estratégico más audaz y de mayor foco, con rigurosidad y celeridad en la ejecución. Sin duda, la parte más desafiante está en sacar el mayor provecho de las inmensas oportunidades que se nos anteponen.

En nuestra sección **"Primer plano"** presentamos uno de los primeros desafíos, el de generar productos crediticios que incluyan a la mayoría, para que la mayoría prospere. Para esto es de gran importancia entender bien el entorno socio-económico colombiano de cara a la necesidad de reinversión, para lograr una oferta de financiación formal en Colombia de calidad.

En nuestra sección **"Avanzando hacia"**, inspirados por las recomendaciones de la consultora Accenture, presentamos la Inteligencia Artificial (IA) en una dimensión más allá de una simple tecnología que mejora la productividad, sino como factor de producción en sí mismo, completamente nuevo, que permitirá transformar el pensamiento de la organización sobre cómo se genera el crecimiento.

Como invitado especial a nuestra sección **"Lo Nuevo"**, tenemos a Miguel Ángel Charria Liévano, nuevo Presidente Ejecutivo de Bancamía, quien asume el liderazgo de la entidad en momentos de grandes retos institucionales.

Le damos la bienvenida al Crédito B (Beneficio), un modelo que retoma el verdadero sentido del otorgamiento del crédito, poniendo en el centro el bienestar de las personas, las sociedades y los ecosistemas naturales, en la sección **"Foco"**.

Por su parte, nos detenemos en un interesante estudio denominado 'Emprendimientos Fintech en América Latina', que realizó el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Finnovista, que se constituye en la taxonomía de las Plataformas de Finanzas Alternativas Fintech que operan, en función de su actividad de negocio principal.

En esta edición retomamos con especial interés el rol del talento como el llamado a generar valor en la nueva era, a través del liderazgo transformador. En la misma línea, en la sección **"Management"**, invitamos a retomar los postulados de las ciencias sociales, y las humanidades, para que permitan, junto con el conocimiento científico y tecnológico, desarrollar ideas de negocios más creativas y exitosas para nuestras Compañías.

En la sección **"Viviendo el Crédito"**, el Superintendente Financiero nos invita a actuar con racionalidad ante la coyuntura actual de crecimiento de la cartera vencida. Las cifras son claras, demandan atención y sobre todo una reacción racional y efectiva: "La improvisación o sobre-reacción no son una opción". El superintendente le apuesta a la visión positiva del "vaso medio lleno", recalcando que más del 95,75% de la cartera se mantiene al día.

José Alejandro Bermúdez, experto en protección de Datos Personales, en la sección de **"Marco jurídico"**, nos ayuda a entender el alcance del proyecto de circular propuesto por la SIC sobre la transferencia internacional de datos personales, que en la actualidad se encuentra en comentarios, y sus impactos y beneficios para la industria.

Le extendemos nuestras felicitaciones a Solati y a Visión Gerencial, quienes celebran su Aniversario, con la satisfacción del deber cumplido.

Recuerde leer nuestros recomendados. El que sabe leer entre líneas siempre sale con una idea ganadora. Y para finalizar, no se pierda nuestra sección de sociales con los mejores momentos de la industria.

Lo invitamos a disfrutar de cada uno de los artículos que hacen que esta edición esté llena de información valiosa.

Esperamos que usted acoja esta revista como suya

Beatriz Alexandra Villa Escobar
Directora



RECOMENDADOS

- » **Un país para dirigir la mirada en los negocios:** Sin duda Canadá.
- » **Un modelo de Liderazgo:** El de Disney. Crear un cambio significativo en una organización comienza con una clara visión del futuro arraigada en valores centrales, la cual se comunica con pasión. Inspirado en décadas de herencia narrativa, un líder Disney comparte la visión de manera que logre una conexión emocional y motive a la acción.
- » **Un caso de éxito:** El del Bank of China que creó un equipo de Customer Experience con antropólogos, periodistas, guionistas de cine, programadores y diseñadores, para crear una excelente experiencia de usuario.
- » **Una conversación bien interesante:** Con Juan Alfredo Pinto Saavedra, embajador de Colombia en Turquía, antes en India y otras siete naciones asiáticas, sobre el concepto de cadenas globales de valor (CGV). El famoso sello de "Hecho en" tiende a ser reemplazado por un "Made in the World", de forma inexorable.
- » **Una premisa para no olvidar:** "Nuestra responsabilidad es de resultados y no simplemente de medios. No nos contratan para intentarlo. Nos contratan para lograrlo" - Claudia Restrepo - ex vicealcaldesa de Medellín.
- » **Una regla de oro en la cobranza:** La del premio nobel de economía en 2008, Paul Krugman "la productividad no lo es todo, pero a la larga es casi todo".
- » **Un desafío para la Banca Digital:** Crear espacios de interacción que no requieran conectividad, teniendo en cuenta que la realidad en América Latina es que el 80% de los dispositivos móviles son prepago y se conectan a través de redes wifi.
- » **Nuestro principal problema:** Como lo plasma el Periodista Carlos Gustavo Álvarez G.: "nuestro principal problema es la indiferencia. La forma patética como todo nos resbala. El ensimismamiento en nuestro propio asunto de sobrevivir y la incapacidad de ser comunidad, colectivo y sociedad forjadora del cambio, y no mirona del desplome".
- » **Un estándar para incrementar en el último trimestre del año:** Los indicadores de producción por gestor de recuperación: contactos efectivos, promesas Tipo A y pagos.
- » **Un mito que comienza a desinflarse:** El mito "Millennials" como la población a la que deben enfocarse todos los esfuerzos. Está comprobado que los millennials aún no tiene los recursos, ni la estabilidad patrimonial, que tiene la generación X, quienes hoy siguen moviendo las finanzas bancarias, aquellos que tienen entre 36 y 51 años. "Ésta es la que más usa los canales bancarios digitales y a la que hay que enamorar hasta que los millennials entren con fuerza al sistema financiero".
- » **Una tendencia:** El "hygge" unas de las tendencias que eleva la felicidad a disciplina empresarial, liderada por Meik Wiking, Director del Instituto de Investigación de la Felicidad en Dinamarca; que se centra en tres aspectos simples: la calma, la calidad de lo hogareño y el disfrute de las pequeñas cosas.
- » **¿Sabía usted que?...** Colombia es uno de los países con mayores tasas de longevidad. Existen 5.000 personas mayores a 100 años en el país.
- » **Cayó bastante mal:** El adelanto de la jornada nocturna para las 9:00pm cayó muy mal en la industria de Contact Center y empresas de cobranza, sector intensivo en mano de obra, donde la mayoría de empresas opera, como mínimo en dos turnos y algunos con jornadas 7x24. El aumento en los costos laborales no solo afectará los márgenes, si no especialmente la competitividad. Otro triunfo más de la politiquería, el populismo y el afán de quedar bien en las encuestas, así a la larga, se perjudique a las mismas personas que dicen proteger.
- » **Un pregunta que todos nos hacemos; ¿Será el 2018 el año de la Alianza del Pacífico?** La expectativa ha sido toda y no es para menos: en su conjunto, los 4 países corresponden a la octava economía más grande del mundo, con 225 millones de personas, que en 2015 reportaban un ingreso promedio de 16.756 dólares al año. Es hora de pasar a los resultados, ya que hasta ahora han sido muy pero muy pobres.

COLOMBIA



MÉXICO

PERÚ

CHILE

Coleccionables!!!

CALIDAD DE CARTERA

ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO "INCLUYE LEASING"

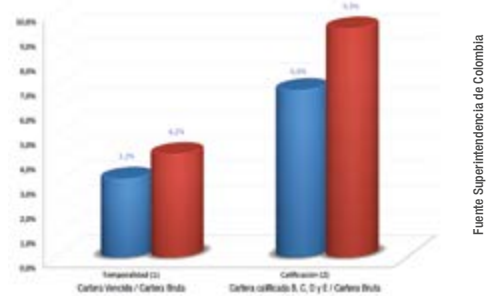
Cifras a Mayo de 2017



20 años siendo líderes en la industria de software de cobranza.

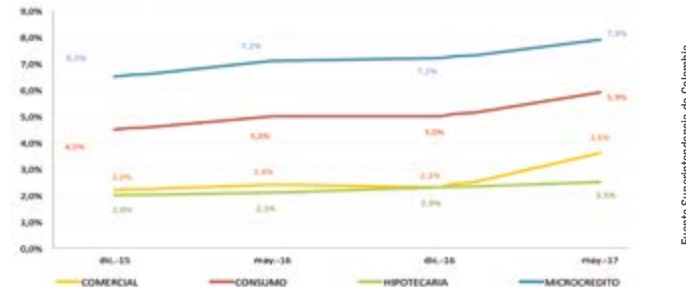


Indicador de Calidad de Cartera
ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO - Cifras a Mayo 2017



Fuente Superintendencia de Colombia

Calidad de Cartera por Modalidad
ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO - Cifras a Mayo 2017

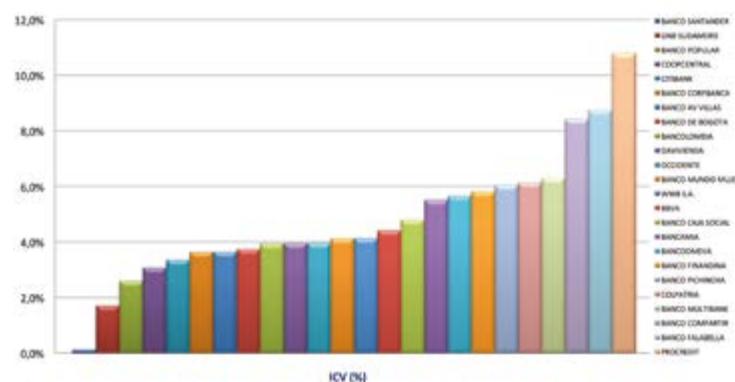


Fuente Superintendencia de Colombia

BANCOS
Indicador de Calidad por Temporalidad

BANCO	ICV (%)
BANCO SANTANDER	0,1%
GNB SUDAMERIS	1,7%
BANCO POPULAR	2,6%
COOPCENTRAL	3,1%
CITIBANK	3,4%
BANCO CORPBANCA	3,6%
BANCO AV VILLAS	3,6%
BANCO DE BOGOTA	3,7%
BANCOLOMBIA	3,9%
DAVIVIENDA	3,9%
OCCIDENTE	4,0%
BANCO MUNDO MUJER	4,1%
WWB S.A.	4,1%
BBVA	4,4%
BANCO CAJA SOCIAL	4,8%
BANCAMIA	5,5%
BANCOOMEVA	5,7%
BANCO FINANADINA	5,8%
BANCO PICHINCHA	6,0%
COLPATRIA	6,1%
BANCO MULTIBANK	6,3%
BANCO COMPARTIR	8,4%
BANCO FALABELLA	8,8%
PROCREDIT	10,8%

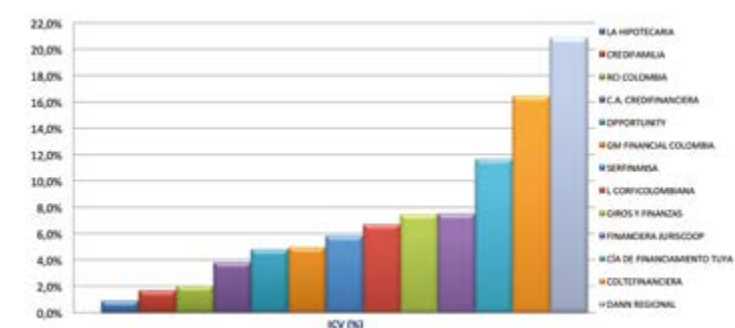
Indicador de Calidad de Cartera
ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO - Cifras a Mayo 2017



COMPAÑÍAS DE FINANCIAMIENTO
Indicador de Calidad por Temporalidad

COMPAÑÍA	ICV (%)
LA HIPOTECARIA	0,9%
CREDIFAMILIA	1,6%
RCI COLOMBIA	2,0%
C.A. CREDIFINANCIERA	3,8%
OPPORTUNITY	4,8%
GM FINANCIAL COLOMBIA	5,0%
SERFINANSA	5,8%
L CORFICOLOMBIANA	6,7%
GIROS Y FINANZAS	7,5%
FINANCIERA JURISCOOP	7,5%
CÍA DE FINANCIAMIENTO TUYA	11,7%
COLTEFINANCIERA	16,5%
DANN REGIONAL	20,9%

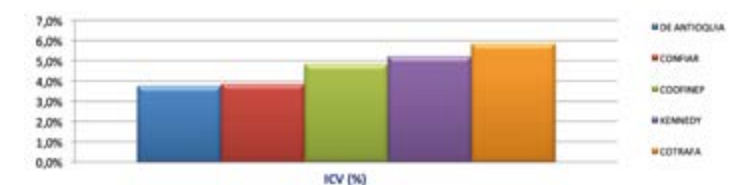
Indicador de Calidad de Cartera
COMPAÑÍAS DE FINANCIAMIENTO - Cifras a Mayo 2017



COOPERATIVAS FINANCIERAS
Indicador de Calidad por Temporalidad

COOPERATIVA	ICV (%)
DE ANTIOQUIA	3,8%
CONFIAR	3,8%
COOFINEP	4,8%
KENNEDY	5,2%
COTRAFA	5,8%

Indicador de Calidad de Cartera
COMPAÑÍAS DE FINANCIAMIENTO - Cifras a Mayo 2017



(1) Indicador de Calidad Tradicional = Cartera Vencida / Cartera Bruta.
(2) Indicador de Calidad por Calificación = Cartera calificada B, C, D y E / Cartera Bruta.

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

BOGOTÁ
Av Cl 116 # 23 - 06
Edificio Business Center 116 Of 502
PBX: (571) 743 6375

MEDELLÍN
Carrera 43 A # 1 Sur 220 Of 701
PBX: (574) 268 7551



www.solati.com.co

EL GRAN DESAFÍO DEL NUEVO ECOSISTEMA:

Productos crediticios que incluyan a la mayoría, para que la mayoría prospere.

La importancia de entender bien el entorno socio económico colombiano de cara a la necesidad de reinversión para lograr una oferta de financiación formal en Colombia de calidad

Midiendo el bolsillo de los hogares

Según la encuesta de Calidad de Vida Dane 2016, el 32% de los jefes de hogar en Colombia opina que sus ingresos mensuales no le alcanzan para cubrir los gastos mínimos, el 56,7% opina que de manera justa le alcanzan y el 11,1% que cuenta con ingresos que le alcanzan más allá de sus gastos mínimos.

Se estima que del total de empleados formales el 83% recibe ingresos menores a 2 salarios mínimos.

Ocupación y Desempleo

Para el mes de junio de 2017 la tasa de desempleo nacional fue 8,7%, y del 10,8% para las 13 ciudades y áreas metropolitanas, situación en la que se encuentran 2.2 millones de colombianos.

El número de personas ocupadas se estima en 22.8 millones, siendo el trabajador por cuenta propia, la posición que tienen mayor participación con el 43,3%; seguida del obrero y empleado particular con el 38,6%; el trabajador sin remuneración con 4,4%; el empleado doméstico el 3,2%; el jornalero o peón el 3,1%; el empleado del gobierno el 3,9%, y se define como patrono o empleador el 3,5%.

La población inactiva ascendió a 13,35 millones, la que se dedicó principalmente a oficios del hogar (40,5%), y a estudiar (39,8%). El resto se reporta como incapacitado permanente, rentista, pensionado, jubilado o personas que no tienen interés en trabajar.

En Subempleo

Por su parte, existe una población "en la sombra" de las estadísticas, que si bien, según la metodología del Dane, no se encuentra técnicamente desempleada, persiste en condiciones precarias de empleabilidad o en medias jornadas: 7,3 millones de colombianos están clasificados en Subempleo Subjetivo y 2,66 millones en Subempleo objetivos. La primera se refiere a trabajadores en condiciones de ingresos reducidos, o en horas trabajadas insuficientes frente a la jornada completa, pero no han adelantado gestiones orientadas a mejorar su condición o no están en capacidad de hacer el cambio. La segunda comprende a quienes tienen el deseo de mejorar sus ingresos, el número de horas trabajadas o tener una labor más propia de sus competencias personales; pero además han hecho una gestión para mejorar su empleabilidad y están en disposición de efectuar el cambio, pero no lo han podido lograr.

Calidad de Empleo en Colombia

Según la medición de empleo informal y Seguridad Social que efectúa el Dane, a partir de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), en el trimestre móvil marzo, mayo de 2017, la proporción de ocupados informales, entendido como el empleo sin afiliación al régimen de seguridad social o afiliación parcial, fue del 46,7% para las 13 ciudades y áreas metropolitanas y del 48,0% para el total de las 23 ciudades. Es alarmante la mayor proporción de informalidad en Cúcuta (70,4%), Sincelejo (65,2%) y Florencia (63,0%). Las ciudades con menor proporción de informalidad fueron Manizales A.M. (40,0%), Bogotá D.C. (40,1%) y Medellín A.M. (41,5%).

Para el mismo trimestre, el 49% de los ocupados no efectúa cotizaciones al régimen pensional, en contraste, el 93,2% de los ocupados reportaron estar afiliados a seguridad social en salud.

El segmento máspreciado

Según datos de Asofondos que agrupa a los Fondos de Pensiones y Cesantías del régimen privado, 14,4 millones de trabajadores aportan al Régimen de Ahorro Individual (RAIS) a pensión obligatoria; el 57% de los afiliados al RAIS son hombres y el 43% son mujeres. El 82% de quienes cotizan devengan entre 1 y 2 SMLV, el 10% gana entre 2 y 4 SMLV y solo el restante 8% supera este rango de ingresos. Por su parte, existen 7,7 millones afiliados a Cesantías 7.7 millones y 592,385 afiliados a pensiones voluntarias.

Línea de Pobreza en Colombia (pobreza monetaria)

Para 2016, las proyecciones dan cuenta de 13.8 millones de hogares que conforman la sociedad colombiana. La Clase Media Vulnerable, estaría representando el 40,2% de la población y la Clase Media consolidada el 30,9%. Por su parte, el 28% de la población nacional, se encuentra clasificada como pobre. Tomando en cuenta solo las zonas rurales, este indicador se ubica en el 38,6%.

¿Exactamente qué es ser pobre en Colombia?

La línea de pobreza es el costo per cápita mínimo de una canasta alimentaria que garantiza las necesidades básicas calóricas en el área geográfica en cuestión, que para 2016 fue de \$241.673, 8,1% más que en 2015, cuando se ubicó en \$223.638. De acuerdo, con lo anterior, si un hogar está compuesto por 4 personas, será clasificado como pobre, si el ingreso total del hogar está por debajo de \$966.692. Si la familia vive en los centros poblados y rural disperso \$638.172; si vive en las trece ciudades y áreas metropolitanas \$1.062.236.

Pobreza Multidimensional (IPM)

La medición de la pobreza bajo el método directo o Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) evalúa los resultados de satisfacción (o no privación) que tiene una persona respecto a cinco dimensiones, que involucran 15 indicadores: condiciones educativas del hogar, condiciones de la niñez y la juventud, salud, trabajo, y acceso a los servicios públicos domiciliarios y condiciones de la vivienda. Son considerados pobres en esta dimensión, los hogares que tengan privación en por lo menos el 33% de los indicadores.

Así, las cosas, el 17,8% de la población colombiana se situó en condiciones de Pobreza multidimensional en 2016 (8'6 millones). En la zona rural este indicador es mayor, al alcanzar el 37,6% (4 millones).

El indicador de privación más alto es el de trabajo informal, en el que se reporta el 73,6% de los hogares.

¿y cuantas personas viven en la pobreza extrema?

Recordemos que el método indirecto de medición de pobreza busca evaluar la capacidad adquisitiva de los hogares respecto a una canasta, cuando esta canasta incluye todos los bienes y servicios considerados mínimos vitales se habla de la pobreza monetaria general, mientras que cuando solo se consideran los bienes alimenticios que permiten un nivel de sobrevivencia, se habla de la pobreza monetaria extrema.

En 2016 el 8,5% del total de la población fue clasificado en condición de pobreza extrema (18,1% para las zonas rurales).

La ciudad con mayor incidencia de pobreza monetaria extrema en 2016 fue Quibdó con 19,5%, seguida por Riohacha con 15,3% y Valledupar con 8,7%.

A nivel nacional la línea de ingresos para la pobreza extrema presentó un crecimiento nominal de 12,3%, quedando en \$114.692 frente a 2015. Es decir, un hogar compuesto por 4 personas se clasifica como pobre extremo si su ingreso total está por debajo de \$458.768. En los centros poblados y rural disperso, este valor fue \$391.468, en las trece ciudades principales \$479.828.

En cuanto a la distribución del ingreso medido a partir del Coeficiente de Gini, para 2016 fue de 0,517 y para los centros poblados y zonas rurales 0,458.

Brecha y Severidad de la Pobreza

La brecha o intensidad de la pobreza es un indicador que mide la cantidad de dinero que le falta a una persona pobre para dejar de estar en esa situación, es decir, para que alcance la línea de pobreza. Para el año 2016, la brecha de la pobreza monetaria alcanzó un valor de 10,3%.

¿Es realmente Colombia un país de Clase Media?

Un hogar, que viva en las trece ciudades y áreas metropolitanas con un ingreso de \$1,100,000, ya se clasifica como un hogar de clase media.

Si aterrizamos esta realidad de vida, a lo que significa para un hogar promedio de 3 miembros, vivir con \$37 mil pesos diarios, seguramente entenderemos el planteamiento que hace un importante analista colombiano "en Colombia un hogar que perciba este ingreso está en efecto más cerca de la pobreza que de una vida cómoda de "clase media". La situación de estas familias no es muy distinta de la de los "vulnerables", cuyos ingresos oscilan entre 4 y 10 dólares al día".



credianálisis

La herramienta en línea que otorga una calificación de riesgo y cupo de crédito sugerido para sus clientes

Analiza variables cuantitativas y cualitativas:

- Comportamiento crediticio en centrales de riesgo
- Perfil de cliente: persona jurídica, empleado, independiente, ama de casa, entre otros.
- Datos sociodemográficos
- Validación de identidad y antecedentes
- Alertas por suplantación, robo o pérdida, registradas en centrales de riesgo.

¡Conózcala ahora!

(4) 322 50 70

credianalisis@fenalocantioquia.com



FENALCO
LA FUERZA QUE UNE
ANTIOQUIA

ALGUNAS CIFRAS RELEVANTES PARA PROSPECCIÓN DE MERCADOS



HOGARES

Para 2016, las proyecciones daban cuenta de 13.8 millones de hogares en Colombia.

Según la Encuesta Nacional de Calidad de Vida del Dane para 2016 (*), las personas por hogar son: Bogotá 3,1; Región Valle de Cauca y Central 3,2; y Antioquia 3,3; Región Pacífica 3,4 y Región Caribe 3,8.

Hogares con acceso a telefonía Celular: 96,5% en ciudades capitales y el 97,5% en zonas rurales (*)

CREACIÓN DE EMPRESAS

Según Confecámaras, de acuerdo con la información del Registro Único Empresarial y Social (RUES), en 2016 se crearon 299.632 empresas, de ellas 76.794 se constituyeron como sociedades y 222.838 en cabeza de personas naturales, evidenciando un crecimiento de 15,8% respecto al año anterior.

INSOLVENCIA

A julio 31 de 2017, la Superintendencia de Sociedades reportó 1527 empresas en proceso de Reorganización Empresarial.

CRÉDITO AL CAMPO

Según cifras de la Sociedad de agricultores de Colombia SAC solo el 4,6% de las colocaciones totales del sistema financiero formal se dirigen al Agro, cifra inferior al promedio de América Latina que es del 8,5%.

INVERSIÓN EN VIVIENDA NUEVA

De acuerdo con las cifras de Coordinada Urbana, durante los primeros seis meses de 2017 los hogares colombianos invirtieron 16,3 billones de pesos en vivienda nueva, el segundo valor más alto en los últimos 8 años, lo que se tradujo en 87.499 unidades nuevas.

CONCENTRACION EN EL MERCADO DE LEASING

A diciembre 2016, cuatro compañías tienen el 80% del mercado de Leasing en Colombia (Bancolombia, Davivienda, Occidente y Corbanca). Las seis restantes comparten el 20%.

SUBORDINADAS EN EL EXTERIOR

Las entidades Financieras colombiana tenían a dic de 2016, 233 Subordinadas en el exterior con activos por 87,070 millones de dólares

¿CUANTO MANEJAN LOS JUEGOS DE AZAR?

Según un estudio del Centro Nacional de Consultoría, en este sector se apuestan más de 13 billones de pesos al año, cifra que constituye materia prima y un gran reto de cara al objetivo de incrementar el ahorro en Colombia.

COMPRA DE MOTOS

A junio de 2017, se matricularon 239.265 motocicletas nuevas en el país, cifra 15% menor que el mismo periodo de 2016. Del total de motocicletas matriculadas, las tipo calle: Street/Sport participan con el 59,48% del total del mercado, las Scooter 12,42%, las tipo Moped 10,89%, las de uso deportivo Enduro 9,26%, alta gama 0,87% y las que están sin clasificar 7,08%.

RENTA Y PATRIMONIO

Según cifras reportadas por la DIAN, en agosto de 2016 existían 13.872.500 inscritos en Registro Único Tributario (RUT), lo que representa un incremento de 934.086 más de inscritos, frente al dato de agosto de 2015.

Según las rentas declaradas ante la Dian, solo el 8.1% de la población, reporta ganar en promedio, más de \$3.5 millones de pesos al mes. Por su parte, cerca de 3.000 empresas aportan el 70% de los recursos que se perciben por impuesto de Renta.

A pesar de la reforma tributaria, se estima que 24.9 millones de Colombianos seguirán sin declarar Renta (90.3%)

En el primer semestre del año, 95.032 contribuyentes personas jurídicas y naturales, presentaron declaración del Impuesto a la Riqueza y cuyos pagos ascendieron a \$2.0 billones.

En lo que respecta al Impuesto de Normalización Tributaria, 8.101 contribuyentes normalizaron activos omitidos y pasivos inexistentes por valor de \$11.3 billones y liquidaron un impuesto cercano a los \$1.5 billones.

40% es la Tarifa de impuestos proyectada para 2017 sobre las utilidades de las empresas luego de la Reforma Tributaria (proyección sobre la media).

AVANZANDO HACIA...

TENDENCIAS - TENDECES - TENDANCE

LA PROPIEDAD SOBRE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL: La nueva brecha



Colombia tiene la necesidad apremiante de lograr una solución sostenible para su persistente bajo nivel de productividad y crecimiento económico.

Según estudio de Accenture llamado "Cómo la inteligencia artificial puede generar crecimiento en Sudamérica", en nuestro horizonte se vislumbra un nuevo factor de producción, que promete transformar la base del crecimiento económico en toda la región y más allá", con el potencial de superar las limitaciones físicas del capital y la mano de obra, generando nuevas fuentes de valor y crecimiento: **La Inteligencia Artificial (IA)** referida a múltiples tecnologías que pueden combinarse de diferentes maneras para: Sentir, Comprender y Actuar. Estas tres capacidades están sustentadas por la capacidad de aprender de la experiencia y adaptarse.

Sin embargo, nuestro país está aún muy lejos de apropiarse estas nuevas realidades y menos de liderarlas. Esta afirmación se vuelve más relevante en momentos en que estamos presenciando el nacimiento de la nueva brecha que marcará la desigualdad en el mundo: La propiedad sobre la inteligencia artificial. Por su parte, la brecha digital creará nuevas y más profundas desigualdades que las que han generado por siglos, fenómenos como la exclusión financiera.

Para no quedar en el grupo de los rezagados, los formuladores de políticas públicas y líderes de negocios deben prepararse y trabajar en pos de un futuro con inteligencia artificial.

Destaca Accenture en su informe, cómo la inteligencia artificial, como factor transformador, puede generar crecimiento en Sudamérica, de tres maneras importantes

- 1) En primer lugar, puede crear una nueva fuerza de trabajo virtual—que denominamos "automatización inteligente"
- 2) Puede complementar y mejorar las habilidades y capacidades de Gestión y Análisis.
- 3) Puede estimular innovación en la economía más allá de su actuación directa.

LA AI COMO UN NUEVO FACTOR DE PRODUCCIÓN

Para Accenture la clave está en la capacidad de entender la IA, no simplemente como otra tecnología que mejora la productividad, sino como un factor de producción en sí mismo, completamente nuevo. Los que tengan la capacidad de asumirla como la herramienta que les permitirá transformar el pensamiento de la organización sobre cómo se genera el crecimiento.

"La clave es darse cuenta de que la IA es algo más que sólo otra oleada tecnológica. Se trata de un híbrido único de capital y mano de obra. A diferencia de las tecnologías anteriores, la IA crea una fuerza laboral completamente nueva. Puede replicar las actividades laborales a mayor escala y velocidad, e incluso realizar algunas tareas que superen las capacidades de los humanos".

Nuestro Invitado:

MIGUEL ÁNGEL CHARRIA LIÉVANO

Nuevo Presidente Ejecutivo de Bancamía

Como invitado especial a nuestra sección “Lo Nuevo”, tenemos el gusto de conversar en exclusiva con Miguel Ángel Charria Liévano, nuevo Presidente Ejecutivo de Bancamía, quien asume el liderazgo de la entidad en momentos de grandes retos institucionales. De seguro su experiencia de más de 20 años en el sector financiero, especialmente en España donde ha cosechado grandes logros con el Grupo BBVA, le será de gran valor para sortear con éxito los desafíos que antepone el nuevo ecosistema, en su tarea de llevar a la entidad colombiana al siguiente nivel.

Bogotano, de 42 años, especialista en Finanzas Corporativas del CESA y egresado de Finanzas y Comercio Exterior de la Universidad Sergio Arboleda, Miguel Ángel Charria cuenta además con formación académica en Gestión de Riesgo de Crédito de la Universidad de los Andes. Se ha desempeñado como Director del Comité Global Comercial de las seis entidades que en cinco países de Latinoamérica, conforman el Grupo de la Fundación Microfinanzas BBVA. También fue Director de Riesgos Financieros Minoristas para América del Sur en el Grupo BBVA de España y Director de Desarrollo de Innovación Comercial, diseñando los modelos de distribución, dirección, productos, experiencia del cliente, inteligencia comercial e innovación.

¿Cuáles son los mayores retos y desafíos para la presidencia en esta nueva etapa que comienza para la entidad?

La pobreza y la desigualdad en Colombia siguen siendo muy altas y estos son los principales retos para una entidad con vocación social como lo es Bancamía. También el entorno de menor crecimiento económico plantea retos para todas las entidades microfinancieras

que tendremos que estar muy atentas a la disminución de los ingresos de las familias y en ese contexto, a mantener políticas de crecimiento prudentes.

Sin embargo, seguimos teniendo grandes expectativas sobre el mediano plazo, nos planteamos ganar presencia en los ámbitos rurales en donde ya tenemos el 44% de nuestros clientes, apoyándonos más en la tecnología, lo que nos permitirá llegar a sitios más alejados a unos costos operativos razonables. En esa misma línea, tenemos planes para fortalecer nuestra oferta de valor de productos y servicios financieros haciéndolos cada vez más acordes a las necesidades particulares de cada cliente.

¿En cuáles premisas o atributos sustenta el Banco la diferenciación de su oferta de valor, en un mercado cada vez más competido y en un producto cada vez más estandarizado como es el crédito?

Agilidad, simplicidad, calidez y proximidad son los atributos de la oferta de valor que más valoran los clientes de Bancamía. Si bien es cierto que el crédito puede ser un producto financiero cada vez más estandarizado, también lo es que el microcrédito posee elementos de identidad propia que, en el caso de Bancamía, se expresan en un modelo de negocio que llamamos ‘Finanzas Productivas Responsables’, en el que la relación con nuestros clientes la basamos en cómo apoyar sus objetivos de desarrollo productivo, contribuyendo así a la generación de riqueza sostenible y al mejoramiento de su calidad de vida y la de sus familias.

¿De qué manera se prepara el Banco de cara al 2020, para sortear con éxito los retos y desafíos que impone el nuevo ecosistema financiero que se ha creado a partir de la convergencia de mega-tendencias como la digitalización, el Big Data, la conectividad global, las nuevas tecnologías Fintech, la inteligencia artificial, la transformación de la interacción social que imponen las redes sociales con la consecuente transformación del consumidor?



En esencia, nosotros visualizamos en toda esta revolución digital una grandísima oportunidad para sortear uno de los grandes retos de la industria que es prestar el servicio a mayor escala y de una forma más eficiente.

En primer lugar, al interior tenemos un plan tecnológico bastante sólido, que inició en 2016 con el cambio del core bancario de la entidad y que nos va a permitir una modernización y digitalización más rápida de nuestros procesos actuales, -vamos a poder llevar nuestras oficina hasta el lugar de trabajo de los clientes-, con proyectos de movilidad, nuestros ejecutivos de desarrollo productivo podrán ofrecer las mismas funcionalidades y transaccionalidades que el cliente podía hacer en la oficina, pero ahora en desde su lugar de trabajo.

Por otra parte, en lo referente a las nuevas entidades Fintech y a las que se dedican a incorporar información no estructurada para conocer algunas perspectivas del cliente que hoy no analizamos, estamos estudiando alianzas que seguramente en los próximos años nos llevarán a ofrecer nuestros productos y servicios de una forma más digital.

¿Dónde están las grandes oportunidades para el Banco dentro del nuevo ecosistema?

Como ya lo comentaba, las grandes oportunidades están relacionadas con la posibilidad de llegar a lugares

más remotos en zonas rurales de Colombia, a niveles de costo razonables y conservando la esencia relacional de las microfinanzas que caracteriza la oferta de valor de Bancamía. El relevo generacional de nuestros clientes es un proceso en marcha y nuestro deseo es acompañarlo con una oferta de valor integral, adaptada a sus necesidades y preferencias, incluyendo el uso de herramientas del ecosistema digital.

¿Cuáles serían esas tres (3) destrezas o atributos del Banco a resaltar en la gestión estratégica del Ciclo de Riesgo de Crédito, dada su condición de Banco especializado en microcrédito con una clara vocación social?

La primera la constituye nuestro modelo de gestión, denominado Finanzas Productivas Responsables, a través del cual nos relacionamos de una forma cercana y estrecha con el cliente para conocer sus necesidades, su proyecto productivo y para entender en qué medida la financiación que le concederemos a ese negocio contribuirá a mejorar sus condiciones de vida. A partir de este relacionamiento, construimos con él, aquella información cualitativa y cuantitativa que nos permite valorar el nivel de riesgo de la operación y concederle el monto de crédito que resulte más adecuado, de acuerdo con su capacidad de pago, buscando no llevarlo a una situación de sobreendeudamiento.

La segunda tiene que ver con los esfuerzos que ha venido realizando el banco para contar cada día con un mayor conocimiento de nuestros clientes y sus perfiles de riesgo. De esta manera, contamos con modelos predictivos propios que además de soportar los procesos de otorgamiento, al estimar para cada solicitante su probabilidad de impago, nos permiten luego gestionarlos de forma proactiva, identificando aquellos que por sus características y buen comportamiento pueden ser atendidos mediante procesos de crédito más simples y con menores requisitos, favoreciendo de esta manera la fidelización de nuestros mejores usuarios y la calidad de la cartera.

Finalmente, y como gran pilar de lo anterior, destacaríamos que ya empezamos a ver una cultura de riesgo mucho más arraigada en toda nuestra entidad, fruto de acciones muy concretas en los modelos de seguimiento y recuperaciones. Estos modelos han puesto en un mismo nivel de importancia el acompañamiento preventivo, las gestiones de cobro y el cumplimiento de las metas de crecimiento. No podemos perder de vista que cada cliente en mora es un fracaso para nuestra misión social, pues ellos terminan con un problema económico, un reporte en las centrales de riesgo y con ello en un nivel de exclusión mayor, por eso nuestro modelo de riesgos es un tema estratégico.

¿Cómo dinamizar el crédito en un año complejo, para avanzar en las metas de profundización financiera, acceso y uso?

La complejidad de la época requiere prudencia en la gestión comercial, la cual debe estar soportada en modelos de inteligencia de clientes y riesgos que apoyen a los equipos comerciales en la prospección, selección, análisis y otorgamiento de créditos, garantizando una gestión responsable que evite el sobreendeudamiento de los clientes.

En este sentido, uno de los factores que cobra más relevancia es el mantener esquemas robustos de entrenamiento a los ejecutivos de desarrollo productivo, para que ellos a su vez brinden una correcta asesoría a nuestros clientes en el día a día.

¿Cómo va la cartera y qué medidas han tomado para contener un deterioro frente a este ciclo económico adverso que afecta en mayor medida a los segmentos de menores ingresos?

Sobre la calidad de la cartera, a pesar del entorno de desaceleración y de ligero deterioro que experimenta el mercado en sus distintas modalidades, en Bancamía hemos tenido un comportamiento positivo. Al cierre de

abril, última información publicada por la Superfinanciera, el índice de cartera vencida de Microcrédito del sistema crece a ritmos del 23.5% con un ICV del 7.9%, pero en nuestro caso esa tasa de crecimiento es del 2.1% y con un ICV del 5.63%, que a junio baja al 5.47%.

No obstante, este comportamiento, permanecemos alerta por la expectativa de deterioro que genera el ciclo económico, por lo que nuestra prioridad es focalizar nuestros esfuerzos hacia las actividades que apunten a controlar la calidad de la cartera. En ese propósito, venimos siendo más analíticos para entender la evolución que experimentan los negocios de nuestros deudores en este ciclo económico y poder anticipar sus potenciales problemas.

¿Qué le falta a la oferta financiera en Colombia o al ecosistema, para lograr un verdadero impacto social y económico? Por qué ha sido tan difícil incrementar los niveles de profundización de manera sostenible y especialmente el uso de productos financieros en la cotidianidad del vivir del pueblo colombiano?

El uso del efectivo y la informalidad plantean una gran dificultad para lograr una mayor profundización financiera. Como país, Colombia ha hecho avances significativos en materia de inclusión financiera, especialmente en la dimensión de acceso. Aún está pendiente la tarea de mejorar las condiciones de uso de los servicios financieros por parte de los clientes, adaptar con calidad la oferta de valor a sus reales necesidades y medir el impacto en el desarrollo productivo y la calidad de vida que genera la inclusión. En esta última dimensión, Bancamía, junto con la Fundación Microfinanzas BBVA, han desarrollado un sistema único y propio de medición de impacto social que permite validar el cumplimiento misional a través de indicadores que ponen en valor la evolución social y económica de nuestros clientes a lo largo del tiempo. El Gobierno nacional y la industria microfinanciera en Colombia continúan trabajando en equipo para mejorar aún más las dimensiones de uso y calidad de la inclusión financiera y lograr así un mayor y mejor impacto social, económico y ambiental.

En nuestra medición del impacto social de nuestro trabajo hemos encontrado que más del 70% de nuestros clientes con créditos son vulnerables desde el punto de vista de sus ingresos, es decir, atendemos a los que más lo necesitan; el 52% abandonan la pobreza luego de permanecer dos años con Bancamía, sus ventas y excedentes mensuales crecen por encima del 19%, mientras sus activos lo hacen por más del 25%. Así es como estamos generando mejores niveles de vida en los colombianos que a través de sus habilidades y capacidades forjan nuevas realidades.

FGA | 20
FONDO DE GARANTÍAS | AÑOS

MITIGAMOS EL RIESGO DE SU OPERACIÓN DE CARTERA DE CRÉDITO DE CONSUMO

Contáctenos y conozca por qué somos la pieza clave para el crecimiento de su entidad.

SOMOS RESPALDO

www.fga.com.co



MEDELLÍN: (4) 448.09.00 / LÍNEA NACIONAL: 018000 423 882 / BOGOTÁ: (1) 747.75.68

Cápsulas de la Industria

Cápsulas de la Industria

Garantías Comunitarias y Andes BPO ganadoras del Galardón Coomeva 2016

El pasado 12 de mayo en el Hotel Dann Carlton de Cali, Coomeva entregó los premios a las empresas ganadoras del Galardón Coomeva al Emprendimiento, en su séptima versión, como un reconocimiento a aquellas empresas que sobre salen por su esfuerzo, gestión integral, potencial de crecimiento y sostenibilidad, así como su contribución al desarrollo de Colombia.

Entre las cinco empresas colombianas que recibieron este reconocimiento, se encuentran dos importantes organizaciones del mundo del crédito y la cobranza: Garantías Comunitarias Grupo, organización especializada en coberturas de Riesgo y Andes BPO, empresa dedicada a la tercerización de procesos de negocios de call center y cobranza.

Garantías Comunitarias experto en la Gestión Integral de Riesgo

Garantías Comunitarias fue merecedora del premio por impulsar el desarrollo sostenible del sector cooperativo y financiero, a través de programas de Gestión Integral de riesgo. Actúa como Cámara de Compensación Temporal del Riesgo, sirviendo como fiadores solidarios y/o subsidiarios a través del mecanismo de garantía. Además efectúa consultoría, y programas de formación y entrenamiento en Gestión de Riesgo.

Este nuevo logro es el resultado del compromiso de su líder Felipe Rojas Toro presidente Nodo / CEO de Garantías Comunitarias y de todos sus colaboradores para formar una empresa pujante que ya cuenta con operación en varios países de Latinoamérica.



Como parte del reconocimiento 'Galardón Coomeva', la empresa se benefició de un intercambio internacional que comprendía actividades académicas certificadas y visitas a empresas de reconocida trayectoria en la ciu-

dad de Bilbao en España. Además fue premiada con una visita de evaluadores expertos para la identificación y oportunidades de mejoras; adicionalmente recibirá una asesoría para su fortalecimiento y crecimiento.

Andes BPO, Piensa Verde, Piensa Sostenible

Andes BPO Contact Center desde el 2010 se destaca por los impactos sociales positivos que ha generado en la región del Oriente Antioqueño, los que se ven reflejados en la generación de empleo, a través de una planta de 600 colaboradores en el municipio de la Ceja Antioquia y una nueva sede de operaciones en Rionegro, la cual genera más de 120 empleos directos, incentivando el primer empleo en los jóvenes y la contratación de madres cabeza de familia.

Todo lo anterior la hizo merecedora del Galardón Coomeva Categoría Ecoeficiente, así como su compromiso con el medio ambiente, con acciones focalizadas en incentivar el uso de transporte sostenible, siendo así que el 70% de su planta de 600 colaboradores se transporta en bicicleta contribuyendo de manera significativa a la disminución de la huella de carbono. Por su parte, su infraestructura amigable le permite laborar el 90% de día con luz natural.

Uno de los programas a resaltar de Andes BPO es el programa un Soldado para la Paz, el cual busca formar a los jóvenes que prestan su servicio militar en conocimientos básicos de la industria de Contact Center para ampliarles su perfil laboral y sus oportunidades.

Estas acciones se convierten en un factor diferenciador para clientes que ven en Andes BPO un proveedor que se preocupa por su entorno al operar sus servicios de manera responsable y sostenible.



Además del Galardón Coomeva, Andes BPO ha sido merecedora por 3 años (2014 - 2015 - 2016) al Premio en la categoría Mejor Contact Center en Responsabilidad Social - Premio nacional y uno latinoamericano en 2015 en esta misma categoría.

¿En qué temas se centrará la agenda de la alta dirección de la Banca en el segundo semestre del año?

En medio de un entorno altamente retador en materia política económica y social, cinco son los aspectos que demandarán la mayor atención: (a) la discusión sobre las políticas necesarias para impulsar el crecimiento y la estabilidad macroeconómica; (b) la visión, los avances y las perspectivas de los proyectos de infraestructura de cuarta generación (4G); (c) las políticas de financiamiento y desarrollo rural que hoy requiere el país; (d) los avances en materia de regulación y estabilidad financiera y por último (e) los temas relacionados con sostenibilidad y construcción de valor en la industria financiera ante los desafíos del sector frente a la revolución tecnológica, en medio del creciente auge de las Fintech y la innovación. Son las prioridades que coloca Asobancaria en el centro del debate, agenda a la que sin duda no le faltará la calidad de cartera.

Ley de Conglomerados Financieros garantizará un sistema financiero más sólido, estable y transparente

El pasado 16 de junio fue aprobado, el Proyecto de Ley de Conglomerados Financieros y Mecanismos de Resolución. La ley brinda facultades a la Superintendencia para vigilar a los Conglomerados Financieros, además va a poder exigir un nivel

de capital adecuado para que los holding financieros puedan respaldar todos los riesgos asumidos por el conglomerado. Esto significa más seguridad y estabilidad para el sistema financiero.

Por su parte, el nuevo mecanismo de resolución hace más eficiente el proceso de liquidación de una entidad financiera y protege los recursos públicos para que los aportes de los contribuyentes no sean usados durante estos procesos.

Allus ahora es Konecta

Luego de 20 años como una de las empresas líderes del Sector de Contact Center en Colombia, Allus BPO avanza en su integración bajo la marca Konecta, luego de que fuera adquirida en 2016 por la multinacional Konecta al Grupo Contax de Brasil. La suma de fortalezas de estas dos grandes compañías da como resultado 55.000 colaboradores y presencia en diez países: Argentina, Colombia, Perú, Chile, México, Brasil, España, Portugal, Reino Unido y Marruecos.

Si bien por ahora la razón social de Allus seguirá siendo Multienlace SAS y ambas compañías continúan funcionando con su razón social independiente, avanzan en el proceso de fusión, hasta integrar toda la operación e imagen bajo los parámetros y estrategia corporativa de Konecta.

Generamos valor en nuestras interacciones para la recuperación de cartera, incorporando soluciones digitales y tecnologías de vanguardia a la gestión de nuestros expertos de negocio.

20 años
Inspirando con **Innovación**

Konecta

LA MOVIDA

A partir de abril asumió la Presidencia de Bancamía, **Miguel Ángel Charria Liévano**, quien antes se desempeñaba en la Fundación Microfinanzas BBVA como Director de Desarrollo de Innovación Comercial, en España.

La gerencia General del Banco ProCredit Colombia fue asumida por **Meik Proescher** quien viene de gerenciar el Banco en el Salvador, reemplazó a **Yann Groeger**.

Luis Fernando Cruz Araújo, fue nombrado Superintendente Delegado de Asuntos Económicos de la Superintendencia de Sociedades, también es el nuevo representante del Presidente de la República en la Comisión Nacional de Crédito Agropecuaria. Antes se desempeñaba en la presidencia de Fiduagraria.

Leandro Antonio Ceballos Valencia asume la gerencia general de Confiar Cooperativa Financiera. Antes tenía a su cargo la gerencia de riesgo en la misma entidad. Ceballos reemplazó a **Liliana Rinckoar**, quien duró 13 años al frente de la Cooperativa.

La dirección de la Banca Privada Suiza en Colombia del BBVA está a cargo de **Rocío Paña**, quien dejó la gerencia de la Oficina Banca Preferente de CorpBanca.

Lucas Ochoa Garcés asume la vicepresidencia de Riesgos para Colombia de Bancolombia.

Jorge Alberto Villa López se posicionó como el nuevo Vicepresidente de la Banca Minorista del Banco Corbanca ITAÚ. Estaba antes en la vicepresidencia Comercial.

La nueva Vicepresidente de Distribución y Ventas en Colfondos es **Orietta Guerrero**.

Rubén Guillermo Miranda Ángel llega a la vicepresidencia comercial en Tuya, dejando la Gerencia Regional del Banco Caja Social.

Gloria Esperanza Valderrama Tafur, es ahora gerente General en Alineamiento. Antes se desempeñaba como gerente General en Incomercio, empresa del Grupo Casa Toro.

María Isabel Arias dejó la gerencia de Cartera Falabella, para asumir como gerente Nacional de Cartera de Bancoomeva.

El pool de abogados de Bancoomeva hoy cuenta con la presencia de **Lellam Arango Dueñas**, quien antes desempeñaba como directora operativa nacional de Financréditos.

La dirección de crédito de Autofinanciera hoy está a cargo de **Claudia Moreno**, quien antes manejaba la dirección de créditos de Chevyplan.

Diego Mauricio Gómez Gómez asume como Representante Legal para Asuntos Judiciales del Banco de Occidente.

La gerencia de experiencia del cliente para Colombia de Cisco es asumida por **Gina Paola Vera Paredes**, quien antes estaba al frente de la gerencia de mercadeo de Aspect Software.

El CEO para Colombia de la consultora española Everis es **Diego Tovar**.

El Gerente General para SAP Colombia es **Simbad Ceballos Ávila**, quien antes se desempeñaba como CEO de Centroamérica y el Caribe de Mercer.

Luis Fernando Aparicio es ahora el Delegado de Controlaría Corporativa de Grupo Aval, dejando así la Auditoría Interna del Grupo Brisas.

Sergio Cifuentes, está liderando, desde el consorcio ganador de la adjudicación, el proyecto El Dorado Lounge.

Luis Hurtado Sánchez quien se desempeñaba como Section Manger de Hays, es ahora Business Manager de la misma compañía.

Jorge Eduardo Fernández llega a la Gerencia Comercial en Ikonosoft, dejando la gerencia de CAMS Technologies.

El nuevo Gerente de Inversiones en Bamboo Capital Partners Executive es **José Alejandro Torres**.

Max Russo asume como Gerente de Crédito y Cobranza de Crosslinx Transit Solutions.

Ana Carolina del Campo sale de la Dirección de Producto de Tarjeta De Crédito en el Banco de Bogotá y se va como Gerente de Producto de Tarjeta De Crédito en Tuya.

Vanesa Luna Africano está al frente de la gerencia de Axesor en Colombia y **Margarita Pombo** en la gerencia de Mercadeo.

Grace Angeline Morales Urueta deja la dirección de Comunicaciones de Confecoop.

La Gerencia de Consultoría de Epik es asumida por **Gehiner Salamanca**, quien antes era el gerente de Consultoría en Lisim. En la misma empresa, **Nury Gámez** dejó la dirección de estadística, para irse también a Epik como Jefe de Analítica.

Fanny Castro es la nueva gerente de Desarrollo de Negocio en Experian, luego de dejar la dirección de Seguimiento Riesgo de Crédito del Banco Pichincha.

Julián Jiménez M y Jairo Higueta socios de Impuestos y Legal de Crowe Horwarth Co, deciden estructurar una nueva firma de impuestos y servicios legales con sus nuevos socios, **Carlos Rodríguez y Bibiana Buitrago**, la nueva firma es Jiménez Higueta Rodríguez & Asociados.

Mauricio Mahecha deja la gerencia de Mercadeo de TransUnion para asumir en Bancoomeva. Lo reemplaza **Manuel Piñeros** quien viene de CNPX.

Luego de dejar la gerencia de Credifinanciera, **Gustavo Humberto Vega Ramírez** está en la gerencia Administrativa y Financiera de Distoyota.

Adolfo Meisel, Barraquillero de nacimiento, Cartagenero de crianza, Bogotano de Corazón y miembro de la Junta Directiva del Banco de la República, anunció desde ya su retiro para el 2018, ya que fue nombrado como nuevo rector de la Universidad del Norte.

SISTEMCOBRO SAS.
OUTSOURCING DE SERVICIOS

CONTAMOS CON **25 AÑOS DE EXPERIENCIA** OFRECIENDO SOLUCIONES INTEGRALES DE SERVICIOS EN:

ACC
Administración de Cartera

NPL
Compra de Cartera Improductiva

BPS
Líneas de Servicio (Inbound - Outbound)

Nuestro modelo nos permite ser líderes en:

SistemAnalytics  + **Business Intelligence**

Somos pioneros en modelos de autogestión para lograr acuerdos de pago. Al contar con un experto en Analytics, su entidad mejora indicadores de cartera vencida (ICV) logrado + Recaudado + Eficiencia + Experiencia.

OPORTUNIDADES en el nuevo ecosistema CREDITICIO



Sin duda, el mundo cambia, sin embargo el nivel de disrupción del que seremos testigos en la próxima década y la velocidad de transformación, será de tal magnitud, que muchos hablan de que el mundo ya no será como lo conocemos.

Todos los sectores, industrias, y modelos de negocio se enfrentan a un nuevo ecosistema que exige su rápida transformación. De lo contrario corren el riesgo de quedar rezagados. Hoy hasta el reinado de los smartphones está siendo amenazado por prototipos de coches conectados, casas inteligentes y asistentes virtuales, que están creando un ecosistema de continua comunicación y propiciando la aparición de entornos adaptativos.

La industria del Crédito y la Cobranza se vaticina como una de las que más transformaciones sufrirán en los próximos 10 años, más aún, en una región donde las oportunidades en la profundización del crédito son inmensas.

EL NUEVO ECOSISTEMA DE NEGOCIO

La convergencia de mega-tendencias como la conectividad global, la digitalización, el Big Data, las nuevas tecnologías Fintech, la inteligencia artificial y la transformación de la

interacción social que imponen las redes sociales con la consecuente transformación del consumidor, han creado un nuevo ecosistema para el negocio financiero, especialmente para el crediticio y la recuperación de cartera, que pone en jaque muchas de las prácticas, y normas que se daban por sentados y nos enfrenta a nuevas realidades, nuevos desafíos y por su puesto riesgos que también se han transformado.

Por su parte, las pautas de competencia y de competitividad también cambiaron. La oferta de financiamiento, los servicios de BPO y Cobranza y los servicios de tecnología, ya no compiten solo dentro de sus sectores, industrias o países, ahora deben abrirse paso en un mercado global e intersectorial.

El entorno exige nuevas formas de actuación soportadas en un modelo estratégico más audaz y de mayor foco, con rigurosidad y celeridad en la ejecución. Sin duda, la parte más desafiante está en sacar el mayor provecho de las inmensas oportunidades que se generan con el nuevo ecosistema. Por su puesto, también es inmenso el reto de gestionar los riesgos, que ahora son de mayor complejidad, especialmente los derivados de la sofisticación del ciberdelito.

LA FINANCIACIÓN EN EL CENTRO DE LA VIDA DE LAS PERSONAS

La incursión del mundo del crédito en la era del capital basado en conocimiento (Knowledge-Based Capital) será determinante. El éxito será para aquellos modelos que logren “estar en el centro de la vida financiera y no financiera de los usuarios”, en su actuar cotidiano. Así, el gran protagonista del proceso pasará de ser el análisis de crédito, para por fin, colocar el cliente en el centro, pero no a las finanzas del cliente, sino a la persona o unidad productiva en sí misma que está detrás de cada solicitud, con la consecuente personalización de los productos crediticios a lo largo de su ciclo de vida. Y de manera alineada, personalizar los canales de atención, el mantenimiento, los mecanismos de pago, la recuperación y la cobranza, logrando mejores experiencias y verdaderas conexiones.

Lo anterior se logra aprovechando tres variables críticas

a) La apropiación de la Información como fortaleza y pilar del desarrollo de ventajas competitivas difíciles de alcanzar, a partir del conocimiento del cliente con la incorporación de herramientas como Big Data para la personalización de la oferta de valor.

b) La Inteligencia Artificial (IA), en su dimensión de catalizador para lograr una transformación estructural que permita colocar el crédito en la vida de las personas.

«Los gustos de las personas cambian con más rapidez que nunca... y la IA es la manera perfecta de responder», indica el cofundador de la fábrica de cerveza, Hew Leith: “Esta es la manera en la que las empresas desempeñarán un papel en las vidas de las personas y se harán un hueco en el futuro de la sociedad, siendo algo más que simples proveedores de productos y servicios. Con una tecnología que verdaderamente responda a las personas, basada en sus deseos y necesidades, las empresas pueden convertirse en sus colaboradores”.

c) La apropiación de la cultura de la economía colaborativa para crear ecosistemas con otros sectores, que permita integrar funcionalidades básicas de negocio con plataformas de otras industrias, y terceros expertos en procesos específicos de negocio, como lo son las Fintech, que garanticen mayor agilidad para traducir la innovación en productos y servicios tangibles. Estos modelos híbridos de colaboración, unidos a la “desfragmentación” de la cadena de valor, serán los que derrumben las barreras del conocimiento para avanzar al siguiente nivel y así generar una transformación en la relación del mercado con la financiación.

AndesBPO
Contact center



Ganadores del
Galardón Coomeva 2017
Categoría Empresa Ecoeficiente

Experiencias Memorables
con Responsabilidad Social

La convergencia de estos tres elementos permitirá construir futuras cadenas de valor para el desarrollo de nuevas formas de crédito que acaben con la separación de las necesidades financieras y no financieras. Las entidades lograrán estar en el centro de la vida del cliente; no solo de la vida financiera, sino más importante aún, en el centro de su vida emocional.

Cuando las entidades detecten que ya están siendo parte de las conversaciones de sus clientes, solo ahí podrán celebrar su consolidación en el nuevo ecosistema, lo que sin duda, será una destreza difícil de igualar, en el nuevo ecosistema del crédito.

Doce (12) aspectos serán claves para colocar el crédito en el centro de la vida de las personas:

1. MOVERSE RÁPIDO PERO SEGURO

Como lo explica la consultora Everis “En el momento actual, las oportunidades están sólo al alcance de aquellas compañías que sepan moverse rápido y de forma inteligente. Para aprovechar dichas oportunidades, las organizaciones deben evolucionar hacia modelos cada vez más ágiles y líquidos. Se trata de facilitar el movimiento rápido de talento interno y externo para trabajar en torno a nuevas iniciativas que se desarrollan bajo ciclos muy cortos”.

2. CON EL FOCO EN LO FUNDAMENTAL

Es muy fácil perderse en la tarea de la innovación, por eso es determinante tener bien definidas las prioridades, partiendo de dónde se está y a dónde se quiere llegar, y a partir de ahí enumerar focos claros de actuación, con la consecuente construcción de responsables con roles y perfiles específicos, pasando de la ideación y la planeación, a la acción selectiva. Dentro de esta tarea es fundamental dejar de desgastarse en proyectos “zombies”, aquellas iniciativas que sobreviven pero nunca realmente explotan.

¿Está su entidad atascada en el Centro? ... ¿Realmente dónde quiere estar?

Accenture advierte sobre la polarización que está viviendo el mercado: “En uno de los extremos se sitúan las grandes plataformas de marca que, o bien piensan que pueden hacer lo que quieran en cualquier mercado”... (Incluso ya tienen su foco también en el mercado crediticio)... “o proporcionan ecosistemas de servicios (o ambas cosas). Justo en el otro, están las marcas especializadas —tanto grandes como pequeñas—, centradas en un objetivo concreto y con un propósito claro. Esta situación ha dejado en una posición difícil a quienes se han quedado en el centro, quienes tendrán que preguntarse dónde están y dónde quieren estar en esta escala móvil, para así averiguar cómo destacarse.

3. LA MOVILIDAD EN EL CENTRO DE LA OFERTA DE VALOR

Más allá del concepto de crédito digital, avanzar hacia el Business Mobile, será una prioridad, pero no en su connotación de instrumento tecnológico o conectividad, sino en un nivel de mayor trascendencia: La movilidad como el centro de convergencia de las tres fuerzas: las redes sociales, la analítica y la tecnología en la nube, para lograr el empoderamiento del cliente y creación de mejores experiencias.

4. DIGITALIZACIÓN CON UN PROPÓSITO

Muchos se preguntan cuál realmente está siendo el alcance del avanzar hacia la ‘Uberización’ del crédito, término que se ha venido acuñando para describir nuevas formas de financiamiento alternativo, con modelos disruptivos que nacen del desarrollo de empresas financieras no bancarias Fintech, facilitando el acceso a crédito a poblaciones hasta ahora sin acceso y de forma más económica y ágil. La mayoría con ofertas de créditos de bajo monto y plazo corto, al estilo de un adelanto de sueldo, ciento por ciento On Line, a partir de análisis de riesgo más sofisticados, data de fuentes alternativas como redes sociales, con nuevas herramientas tecnológicas para conocer mejor al cliente. Sin embargo, a pesar de esta oleada, la verdad es que por ahora no se percibe ese gran salto, que todos vaticinan que logre que el crédito retome su “deber ser”: generar crecimiento y progreso social.

Ante esto, Accenture nos plantea una pregunta muy interesante para las entidades crediticias: ¿Qué harán los líderes de negocios con su ventaja digital?...

Luego de todos los esfuerzos que han hecho las compañías en aprovechar al máximo las redes sociales, la tecnología móvil, la disciplina del analytics y el SMAC (social, mobile, analytics, and cloud) para transformarse en negocios digitales, impera la percepción que siguen sin dar el salto tan esperado en productividad, rentabilidad y participación de mercado, y especialmente en profundización del crédito, uso y acceso.

5. MODELOS DE NEGOCIO COLABORATIVOS

El poder de las Alianzas en el Nuevo Ecosistema

La agilidad y la capacidad de ajustar rápidamente el rumbo, son dos atributos que las grandes entidades, en su caminar hacia el crecimiento, han ido perdiendo; por eso, el reto de transformación viene de la mano con la necesidad de gestionar las mejores alianzas para que el crédito pueda romper el status que lo ha caracterizado como una de las actividades más tradicionales.

Juan Antonio Ketterer, Jefe de la División de Conectividad, Mercados y Finanzas del Banco Interamericano de Desarrollo advierte que “los distintos desarrollos tecnológicos que han tenido lugar durante la última década en el mundo, junto con los nuevos modelos de negocio que estos han generado, están alterando el statu quo de la industria de los servicios financieros. Hoy es imposible analizar el sector sin tener en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías financieras y de los emprendedores o compañías ‘Fintech’ que las imple-

mentan. Son estos los nuevos actores que compiten con las instituciones financieras tradicionales y desafían sus largamente establecidos modelos de negocio. Y aunque todavía se discute si la transformación del sector tendrá lugar por la vía de la competencia o más bien de la colaboración entre unas y otras, los cambios que conlleva esta revolución tecnológica no tienen marcha atrás. Afortunadamente, esta dinámica de cambios imparables constituye una serie de buenas noticias para América Latina”.

¿Quiénes lograrán el máximo aprovechamiento de las oportunidades que genera el nuevo ecosistema crediticio? Los que pierdan el miedo a no tener todo el control sobre sus clientes, pues sus servicios estarán en otras plataformas de otras industrias, incluso de competidores.

6. CONOCIMIENTO DEL CLIENTE EL ATRIBUTO DIFERENCIADOR DIFÍCIL DE IGUALAR - EL PODER DEL DATO

¿Y quién manda ahora? En la nueva era de sofisticación del conocimiento del cliente el que manda es el dato. Descubrirlo, aislarlo de la información “basura”, entenderlo, gestionarlo y conectarlo con la generación de valor, será el gran reto del día a día. En esta tarea, la Geolocalización en interacción con las cuatro herramientas CAMS (acrónimo de Cloud, Analytics & Big Data, Mobile y Social), está provocando una explosión en el área de conocimiento del cliente y análisis de capacidad de pago, para la personalización de la oferta de valor y la multicanalidad.

Las 4 V del BIG DATA

El verdadero aporte del Big Data solo se logrará si se explota la información en sus cuatro dimensiones -4V- “Velocidad, Volumen, Variedad, diversas fuentes, y Valor, entendido como la transformación de la información en negocios a través del analytics”.

Sin duda, el paso más difícil será el de aterrizar el Big Data a la última capa de levantamiento de información y codificación, es decir hasta la construcción de un vocabulario claro, con el que se puedan perfilar los clientes, de manera común para todos los canales, intentar captarlos y traducir esos comportamientos en data que permita una verdadera actuación multicanal.

Como lo explica Accenture: “a partir del descubrimiento de patrones entre múltiples interacciones diferentes de ese cliente y los elementos correspondientes de la biblioteca de ADN. Poder distinguir estos rasgos nos proporciona una percepción valiosa y única de las preferencias del cliente”. En ese conocimiento del cliente, debe abrirse espacio a la co-creación derivada del mismo mercado.

El cliente pasó de ser un usuario de crédito pasivo a un ‘Prosumers’, término que se refiere a la intervención de las personas en el producto. Ahora los clientes producen información, analizan, comparan, opinan, señalan y exigen. Esta información resulta clave a la hora de diseñar los canales para que a los clientes les resulte más fácil interactuar, comprar y consumir lo que desean, como y cuando lo desean.

En la tarea de obtener lo mejor de la información, las etapas de venta y originación se vuelven claves. Como resalta José Manuel De Caso, Socio de Operalea: “La originación es el único momento en que obtenemos lo que sea del cliente: Aprovechalo”.

Las empresas deben comprender primero la motivación que se esconde tras cada solicitud. Como lo plasma Accenture “La relevancia tiene que ver con las necesidades, deseos, ideas y preferencias particulares que motivan a los clientes: Por qué eligen los que eligen. En la mentalidad de la empresa, la pregunta ya no debe ser QUÉ, sino POR QUÉ. La verdadera personalización no es saber QUÉ decisiones toman los clientes, es entender POR QUÉ las toman”.

7. LA IMPORTANCIA DEL PAGO EN LA CADENA DE VALOR

Hasta hora la acción de pago ha sido entendida con un mero proceso operativo, que avanza hacia la digitalización, pero es el momento de darle su verdadera dimensión. Como destaca Frank Schwab, CEO de Fidor TecS AG, subsidiaria de Fidor Bank: “Lo único que un banco no puede dejar en manos de terceros es su función de pagos, si se pierde este rol se deja de ser relevante en el ciclo de vida de los clientes”.

8. MULTICANALIDAD PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CIENTE

Dentro de la personalización de los canales de interacción y la multicanalidad, se debe articular la co-existencia de Modelos de atención ‘figitales’, que ponen al servicio la tecnología con lo mejor de la atención personalizada que nunca podrá ser reemplazada, con Modelos de autoservicio, desde la originación de crédito hasta la cobranza. El auto-servicio además de ser el canal de atención más rentable, está ganando la preferencia del público cuando quiere evitar el contacto directo, como por ejemplo en la cobranza. Esta tendencia impulsada por las Fintech y los modelos P2P Lending y Crowd-funding ha ido creciendo gracias a desarrollos como la Biometría. Muy pronto las contraseñas serán cosa del pasado; el presente llega con autenticación mediante rasgos faciales o Selfie y autenticación con voz.

Cuando hablamos de crédito para las PyMES el contacto personalizado es aún más relevante. Yanina Cáceres, de Sentinel nos recuerda “la visita domiciliaria es y será siempre indispensable para ese tipo de clientes, ya que muchos de los solicitantes se mueven entre el sector formal e informal, y la visita corrobora la información que proveen para conocer su nivel de endeudamiento y de pago”.

Cecilia Solano consultora experta en servicio al cliente, pone en el centro de la estrategia Multicanal la experiencia del cliente:

“En resumidas cuentas, muchas veces no son los puntos de contacto lo que se necesita mejorar, es el proceso de incorporación en su conjunto. Algunas empresas necesitan una nueva forma de gestionar sus operaciones de servicio con el fin de reinventar la experiencia de los clientes no solo a cada paso, sino que es la totalidad del proceso, lo realmente importante”.

9. DEJEMOS QUE EL CLIENTE CONSTRUYA SUS PROPIOS RELATOS

La estrategia de comunicación también se está transformando. El Business Storytelling, será la clave que logre conectar la oferta de productos, el análisis de crédito y la cobranza, con la historia detrás de cada deudor. Estamos pasando del «contar» al «hacer» — el storydoing—: crear relatos a partir de lo que las marcas hacen, no de lo que dicen. “Los dueños de las marcas se mantendrán en un segundo plano, dejarán de dirigir las conversaciones y darán espacio al público para que construya sus propios relatos. Los contenidos empezarán a ser más personales e inmediatos, en forma de historias cortas y videos en directo”.

Y en la misma línea del poder que ya tiene el mercado sobre las marcas, retoma especial relevancia en las estrategias de mercadeo, el marketing con ‘influencers’. Las marcas se han convencido del poder que tienen los clientes Influenciadores y las personas de alto nivel de reconocimiento, quienes se constituyen en el combustible para el crecimiento sostenido y la más efectiva y económica fuente de prospectos.

10. COHERENCIA

Dentro de la construcción de factores diferenciadores que permitan colocar el crédito en el centro de la vida de las personas, la coherencia jugará un papel fundamental. El diferencial no será lo que se dice, será lo que se hace. Como decía Ralph Waldo Emerson: “Lo que haces habla tan fuerte, que no escucho lo que dices”.

11. VOLVER A LO SIMPLE

Sin duda, una estrategia que nunca fallara es la de volver a lo simple y retomar el cumplimiento de las promesas básicas de servicio. La digitalización ha llevado a que los clientes tengan un número abrumador de opciones en todo lo que hacen.

Esto toma una mayor dimensión en el ‘e-commerce’: como lo manifiesta un consultor experto: “Con la proliferación de las experiencias digitales, los clientes han pasado de caminar rodeados de 100.000 productos por una tienda de 5.000 metros cuadrados, a tener acceso a más de 10 millones de productos desde una pantalla de 4 pulgadas. Además de sentirse abrumados por este enorme aumento en el número de opciones, configuraciones y ofertas, con frecuencia también se abandona a los consumidores en un entorno digital impersonal”.

Cuando se les ofrecen demasiadas opciones muchos clientes tienden a tomar malas decisiones, estar menos satisfechos y abandonar la página web o la marca. Y aquí la simplicidad gana. Las empresas tienen éxito cuando intentan facilitarles el qué, el cómo y cuándo lo desea.

12. EL MAYOR DESAFÍO: LA RESISTENCIA AL CAMBIO



Julián Abril,
Director Innovación
del Grupo Aval

Ya para finalizar, Julián Abril, Director Innovación del Grupo Aval, nos presenta esta reflexión sobre el mayor riesgo que debemos enfrentar: la Resistencia al cambio.

“La gestión estratégica del ciclo de riesgo de crédito ha sido enriquecida a partir de la revolución digital. Esto impulsado principalmente por el crecimiento de la información de los usuarios actuales y potenciales de productos crediticios, que en el pasado fue un desafío para el verdadero conocimiento del consumidor financiero. La data estructurada y no estructurada, las nuevas aplicaciones digitales, las redes sociales, las tecnologías móviles, la micro segmentación, el internet de las cosas y toda la información resultante de esta dinámica, han cambiado las expectativas de los usuarios y la concepción de los servicios financieros. Exigiendo la transformación de toda industria y con esto evidenciando la oportunidad de construir la banca del futuro cada día.

Las fintech han leído con eficiencia esta nueva dinámica, entendiendo que hay maneras efectivas de lograr responder a las necesidades del consumidor digital, diseñando metodologías para lograr construir servicios y mejorarlos con rapidez de la mano del usuario final, exigiendo al ecosistema financiero y las entidades regulatorias abordar nuevos desafíos frente a la gestión de los riesgos existentes y los nuevos riesgos provenientes en su mayoría de la implementación de canales digitales y enfrentándose al riesgo más importante de continuidad como lo es la resistencia al cambio”.

¿Ya identificó dónde están sus grandes oportunidades? A continuación, expertos de la industria del crédito y la cobranza nos presentan elementos valiosos para que actuando con celeridad y de la mano de los mejores aliados, logremos transformarnos y avanzar con éxito al segundo nivel dentro del nuevo ecosistema, sin olvidar nunca, que a pesar de todos los avances tecnológicos en la era de la inteligencia artificial, los atributos que más valorará el cliente, estarán centrados en la capacidad que tengan las marcas de mirar a los ojos, compartir un café, pasar del Business to Business, o Business to Consumer a Human to Human.

LA FUERZA DE LA INNOVACIÓN ABIERTA A TRAVÉS DE MODELOS COLABORATIVOS

El Centro de Innovación de BBVA representa un papel fundamental en la transformación digital que está afrontando el Grupo BBVA. Con un modelo abierto y colaborativo fomenta la interacción con el ecosistema de innovación, especialmente con los emprendedores, startups y desarrolladores.

El contacto con las nuevas ideas y el talento es la fuente de la que se nutre BBVA para seguir avanzando ante los retos que se presentan en la industria financiera. Para ello, potencializa los Centros de Innovación en todo el mundo con la intención de crear una gran red de conocimiento, que encuentra en el BBVA Open Talent, su instrumento más potente. Se trata de la mayor competición internacional para startups Fintech, para encontrar las startups más innovadoras de todo el mundo, con capacidad de transformar el mundo financiero, y poder crear oportunidades a partir del desarrollo de nuevas formas de actuación.

Ahora su foco está puesto en los campos de Identidad, Inteligencia Artificial, Fintech Corporativo, inclusión financiera y el soporte a las mujeres del sector Fintech.

Sergio Zúñiga, Director del Centro de Innovación BBVA Colombia, líder de modelos de innovación colaborativa con iniciativas Fintech, conversó con Ciclo de Riesgo sobre todo el potencial que generará la mayor eficiencia del sistema crediticio, a partir de la incorporación de la innovación y las nuevas tecnologías, para avanzar con éxito en el nuevo ecosistema:



Sergio Zúñiga,
Director del Centro de
Innovación BBVA Colombia

¿Dónde están las oportunidades en el nuevo ecosistema?

La adopción de soluciones creativas y nuevas tecnologías nos permite considerar variables sobre las personas que jamás habíamos tenido en cuenta para la evaluación de riesgo tales como su comportamiento en redes sociales, preferencias en sus compras por internet, pagos de servicios públicos, recomendaciones por parte de líderes en las comunidades, validación de identidad, manejo documental ágil, “reciclaje de la información”, “hacking ético” etc., por supuesto todo esto dentro de las normas y reglamentaciones actuales del manejo de la informa-

ción y de los datos del individuo. Por otra parte, las personas cada vez más demandan conocimiento de su propio scoring de manera que ellos mismos son conscientes a qué tipo de servicios financieros pueden acceder y cómo mejorar su scoring a través de la mejora de variables como las que mencioné anteriormente. Esto necesariamente genera oportunidades para las entidades financieras en conocer mejor a sus clientes, dar una “segunda oportunidad” a aquellos clientes a los que en algún momento se les negó un servicio o producto a través de las evaluaciones tradicionales, generar eficiencias y ahorrar costos en las evaluaciones, así como ampliar el espectro de la inclusión financiera en el país. Necesariamente nos vemos expuestos a nuevos riesgos que involucran el hackeo de la biometría de las personas, su identidad digital y demás amenazas cibernéticas.

¿Dónde veremos las mayores eficiencias?

- Acortamiento en los tiempos y costos de evaluaciones crediticias
- Reciclaje de la información del cliente a través de Blockchain.
- Utilización de nuevos canales, más baratos, para el conocimiento del cliente.
- Creación de una identidad digital válida para compras, adquisición de productos financieros, firma digital, entre otros.

DISRUPCIÓN EN MODELOS CREDITICIOS DE LA MANO DE LA EXPERIENCIA

EL PODER DE LOS NUEVOS DATOS



Hernando Osorio,
Presidente de TransUnion

Hernando Osorio, presidente de TransUnion, proveedor de soluciones globales de información para evaluar y administrar el riesgo, nos cuenta de que manera las entidades pueden fortalecerse para sortear con éxito los retos y desafíos que impone el nuevo ecosistema, a partir del acceso a información inteligente.

“Buscamos aprovechar escenarios como la transformación digital, la bancarización de los clientes y la presencia de las Fintech con el fin de encontrar en estos espacios, diferentes formas de soportar a nuestros clientes, de tal manera que puedan enfrentar los desafíos de la mejor manera posible. Mostrándoles que temas como:

la capacidad de negociar e interactuar a través de cualquier canal, la toma de decisiones instantáneas para facilitar los negocios, y la experiencia personalizada, son claves para poder sobrevivir dentro de un ecosistema vanguardista. Para ello, ya contamos con soluciones como la verificación y autenticación de personas, y dispositivos móviles, que varias entidades ya están utilizando, haciendo posible que el mercado colombiano emprenda esta transformación digital; de igual forma hemos sido participantes directos del crecimiento de las Fintechs en Estados Unidos, experiencia que le estamos brindando al sector en Colombia, apoyando al mercado para enfrentar estos nuevos competidores y lograr así mayor inclusión financiera”.

¿Dónde cree que se generarán los mayores cambios en la gestión del Ciclo de Riesgo de crédito, a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías?

“Sin duda, uno de los mayores cambios dentro del Ciclo de Riesgo de Crédito será la incorporación de nuevos datos, los cuales harán posible ampliar la capacidad para evaluar con precisión a más consumidores, considerándolos a la hora de otorgar crédito sin comprometer el nivel de riesgo. De igual forma, la incorporación de nuevas tecnologías genera cierta expectativa en el consumidor, ya que se esperan

respuestas más rápidas que optimicen el tiempo y den como resultado opciones con mejores condiciones a la hora de adquirir un crédito. Así mismo, la interacción con el cliente en las diferentes etapas del Ciclo de Riesgo está cambiando, ya que comienzan a surgir nuevos canales por los cuales el consumidor busca tener contacto. Si observamos el panorama actual, notamos que muchas entidades ya se están preparando para adecuar sus estrategias de mantenimiento, cobranza y retención de clientes acorde a los cambios que estamos experimentando”.

En materia de originación de crédito, ¿dónde considera usted que estarán las nuevas oportunidades que surgen con el nuevo ecosistema?

“Las oportunidades dentro del nuevo ecosistema se focalizan en los nuevos datos y en las herramientas como los nuevos canales, que harán que los tiempos de aprobación y desembolso mejoren, haciendo que el consumidor final se beneficie al contar con más fuentes a la hora de adquirir un crédito. De esta forma, se logra que cada vez sean más colombianos los que tienen acceso a créditos formales acelerando el proceso de inclusión financiera, generando nuevos clientes, menores costos operativos y procesos más ágiles, entre otros”.

LA ERA DEL CRÉDITO >B>

A pesar de los mayores esfuerzos de inclusión financiera y un mayor acceso a la tecnología, como concluye el documento “Dividendos Digitales” del Banco Mundial: las economías no muestran mayor productividad, ni las poblaciones pobres han elevado su calidad de vida.

El Crédito >B>, se preocupa no solo por la experiencia de sus clientes, sino también por la experiencia social para evitar esos daños colaterales que pueden derivarse de un mal manejo, como por ejemplo el sobre-endeudamiento.

Ante esta realidad, un nuevo modelo de financiación se abre paso: **el Crédito >B> (Beneficio)**.

Por su parte, tiene como meta, colocarse en el centro del diario vivir de las personas, pasando de simplemente cubrir necesidades financieras, hasta hoy orientas al “tener”, a convertirse en un instrumento que genera soluciones, retos y desafíos; que conecta emociones, y sentimientos; que crea conexiones de valor; y acompaña el crecimiento personal y profesional en todo el ciclo de vida del ser y lo lleva de la mano para que alcance a lograr sus metas.

Se trata de un modelo que retoma el verdadero sentido del otorgamiento del crédito, poniendo en el centro el bienestar de las personas, las sociedades y los ecosistemas naturales, con el objetivo de convertir cada crédito desembolsado, en un verdadero instrumento para mejorar aspectos que lesionan el mundo, como la pobreza, la contaminación, el calentamiento global, la violencia, el hambre, o la falta de educación.

INFLUIR SIN AGOBIAR

El Crédito B (Beneficio), retoma las tres dimensiones del “deber ser del crédito”:

Su propósito es Influir en la calidad de vida de las personas, bajo una premisa vital: “Influir sin agobiar”.

ESCALA: Llegar a la Base de la Pirámide. Profundizar para llegar a los más pobres.

Un instrumento que utiliza el canal adecuado en el momento adecuado, sin entrometerse, sin ser inoportuno, porque es consciente del estrés y ansiedad que provoca la “multicanalidad” en la vida de las personas.

RELEVANCIA: Portafolio de productos y servicios que eleve la condición de desarrollo de la población y su calidad de vida.

ALCANCE: Favorecer al mayor número de poblaciones, con mayor velocidad.

Bienvenida la era del Crédito >B> en la industria del Crédito y la Cobranza en Colombia

FINANCRÉDITOS
BUSINESS PROCESS OUTSOURCING

26 años

SGS

Visitas en terreno

servicios innovadores

Tecnología de última generación

Atención Front

Procesos jurídicos

Localización efectiva

Estrategias de contacto multicanal

Estrategias novedosas recuperación de cartera

www.financreditos.com

Bogotá Trv. 25 No 57-12 Edif. Catalina Ofc. 301 PBX 57+1+ 7423397	Call Avenida Estación#58N-107 Oficina principal PBX 57+2+4855858	Medellín Calle 53 # 45-45 Edif. Palomar Ofc. 1004 PBX 57+4+6040404	Barranquilla Calle 70 No 53-74 Edif. Centro Financiero El Prado Of. 301 PBX 57+5+3851963	Cartagena Av 3 No 8-129 Edif. Centro Ejecutivo Of. 404 PBX 57+5+6932432	Valledupar Calle 16 No 10-17 Oficina 101 PBX 57+5+38651963	Madrid: C/ Goya, 115 5-04 28009 PBX 009+34+91687558393/ 009+34+91+34 914022570
Pasto Carrera 24 No 17-18 Edif. Agrecor Ofc. 404 PBX 57+2+7365156	Buenaventura Calle 1 # 2-17 Edif. Colseguros Ofc. 304 PBX 57+2+4855858 Ext. 2097	Pereira Calle 20 No 6-30 Edificio Banco Ganadero Of. 804 PBX 57+6+3403000	Santa Marta Edif. Los Bancos carrera 2B # 14-21 PBX 57+5+3851963	Director Comercial Mario Enrique Gonzales Vence Cel. 3206320040 Comercial@financreditos.com		

FINANDINA COSECHA INNOVACIONES EN LA Digitalización del crédito de Vehículo

En el avanzar hacia la consolidación de su estrategia digital y de venta a domicilio, el Banco Finandina presentó al mercado, el pasado mes de mayo, el primer proceso ciento por ciento desmaterializado de crédito de consumo. De esta manera sus clientes ya pueden adquirir créditos de consumo mediante la firma en internet y sin presencia física gracias al pagare desmaterializado.

Antes un cliente podía solicitar créditos a través de internet y gestionar su solicitud en el portal del Banco, posteriormente enviaba sus documentos por email y al momento de legalizar la operación, un consultor financiero a domicilio y de manera presencial tomaba firmas físicas en los documentos de deuda con su huella sobre un pagaré físico. Con el nuevo pagaré desmaterializado, el cliente actual del Banco solicita la operación por Internet y sin traslados, sin perder tiempo esperando a un consultor a domicilio, puede firmar el pagare a través del portal de Finandina.

Esta solución tecnológica ha sido desarrollada de la mano de Deceval (Deposito Centralizado de Valores de Colombia) entidad encargada de la custodia de títulos valor y a través de la cual se hace la firma digital del pagaré desmaterializado, con todos los mecanismos de seguridad que garantizan la tranquilidad de quien hace el proceso, ya que al igual que el banco, hacen una validación de la identidad del cliente corroborando sus datos totalmente en línea.

Orlando Forero, Presidente del Banco Finandina nos cuenta los avances de la entidad hacia un modelo de banca digital, y los retos y desafíos que implica el caminar hacia la digitalización del crédito, caminar que ya cosecha sus primeras innovaciones con el pagare desmaterializado.

¿De qué manera se prepara el Banco de cara al 2020, para sortear con éxito los retos y desafíos que impone el nuevo ecosistema?

Para el banco esa preparación en si es un reto del ahora, por la misma dinámica del mercado y la celeridad en la que se presentan hoy los cambios tecnológicos, y la afrontamos con la mayor rigurosidad en los frentes técnicos y humanos, con un objetivo claro de innovación, generamos nuevas herramientas y soluciones financieras acorde a lo que requiere este nuevo ecosistema financiero.

Es por esto por lo que hoy el Banco es líder en digitalizar su operación mediante un esquema de venta por internet, a domicilio y sin oficinas. Hace un mes fuimos el primer banco en lanzar al mercado el primer crédito 100% digital con firmas certificadas por internet y sin la participación humana en todo el proceso.

¿En cuáles premisas o atributos sustenta el Banco la diferenciación de su oferta de valor, en un mercado cada mes más competido y en un producto cada vez más estandarizado como es el crédito de vehículo?

Nuestra diferencia radica en una estrategia centrada en establecer procesos sin oficinas, a domicilio y donde 'el Centro' es la experiencia del cliente, esto nos permite ofrecer un modelo de servicio enfocado en atención y asesoramiento especializado en llamadas por personas capacitadas, donde lo más importante no es el tiempo, es la satisfacción, que unida a nuestro portafolio de productos se convierten en la combinación perfecta, frente a una competencia tan homogénea.

¿Qué oportunidades genera para la Gestión estratégica del Ciclo de Riesgo de Crédito, la adopción de estas nuevas herramientas digitales? ¿Qué riesgos nuevos se enfrentan? ¿Dónde estarán esas mayores eficiencias y oportunidades del Banco dentro del nuevo ecosistema financiero y especialmente en el avanzar hacia la digitalización del crédito de vehículo?

La oportunidad de mitigar aún mejor el riesgo implementando mecanismos y procesos de identificación del cliente más efectivos y ágiles como la biometría en línea, el reconocimiento facial, los tokens dinámicos o las Apps en el celular, entre otros. Esto no hace que el riesgo desaparezca en su totalidad, sino que se transforme y se vuelva más tecnológico, exigiéndonos una continua investigación y desarrollo de estas herramientas para cerrar cada vez más la brecha del riesgo.

Existen varios frentes en donde se ven eficiencias y oportunidades, eficiencias en términos operativos al hacer procesos más ágiles, permitiendo mejorar la oferta de valor en un mercado que día a día exige velocidad y seguridad en su respuesta. Así mismo, estas nuevas herramientas permiten procesos de inclusión financiera a todos los niveles, generando igualdad y la oportunidad de llegar a nuevos mercados.

¿Cómo cambia el proceso de presentación de demanda en un evento de cobro jurídico con el nuevo pagare desmaterializado?

La demanda, como el proceso judicial de cobro, será un desafío en que estamos dispuestos a innovar, no obstante el proceso en si no presentan ningún cambio, será un reto de la banca hacer efectivo el cobro en la rama judicial con un pagaré desmaterializado, pero confiamos en que la justicia está preparada dado que corresponde a un título valor de contenido crediticio, creado en forma electrónica de acuerdo con lo establecido en la Ley 527 de 1999, por lo cual presta mérito ejecutivo como si se tratara de un pagaré físico.

¿Están los juzgados en Colombia preparados para este tipo de instrumentos virtuales?

Existen ya antecedentes de pronunciamientos de los jueces de la República, en los que han reconocido la validez jurídica de los pagarés desmaterializados, a través de los mandamientos de pago correspondientes, y creemos que en la medida en que se vayan masificando este tipo de instrumentos serán más expeditos los pro-

cesos judiciales de cobro, pero como lo indico, será un desafío de la banca y seremos líderes en esto, en que no pongamos en riesgo para el país la digitalización del negocio, esto favorece la optimización general del país, facilita el mercado de capitales y seguramente creara nuevos mercados.

Luego de presentar al mercado el primer pagaré desmaterializado... ¿Qué paso sigue para Finandina, en su avanzar hacia la consolidación de su estrategia digital en crédito de consumo?

Todos nuestros esfuerzos están encaminados a la consolidación de nuestra oferta de valor, esto es tener en el mediano plazo todos nuestros productos implementados bajo esquemas totalmente digitales y a domicilio, como parte de nuestro portafolio al mercado. De la misma forma lanzamos nuestra tarjeta digital, que tiene emisión instantánea y permite hacer solo compras por internet y nuestra tarjeta débito que permite hacer compras desde la cuenta de ahorros por internet sin la necesidad de contar con una tarjeta de crédito.

El 84% de la cartera de consumo del Banco está colocado en crédito de vehículo, como va este mercado este año?

El mercado de vehículos nuevos ha caído el primer semestre frente al del 2016, en un 3.42% y en usados ha aumentado un 8.22% para el mismo periodo, lo que nos da luces que el segundo semestre debe ser más dinámico, no obstante, se cree que el panorama general del mercado a fin de año tendrá una disminución frente al año anterior, de 3.1% con un promedio de 245.000 unidades vendidas.

¿Cómo va la calidad de cartera de vehículo y qué medidas han tomado para contener un deterioro frente a este ciclo económico adverso?

La cartera de vehículo en el mercado en general presenta un leve deterioro al igual que los otros portafolios de consumo, esto nos ha llevado a generar procesos más expeditos de medición de crédito, que nos permita seguir aprobando créditos en minutos y de la misma forma generar más tecnologías de cobro que optimicen la gestión de cobro, sin sacrificar nuestros niveles de servicio al cliente. Una de las ventajas competitivas de nuestro Banco en este negocio está en el permanente aprendizaje de fórmulas de aprobación, administración y sobre todo de gestión de acompañamiento a nuestros clientes que mitiguen los riesgos de cartera.



Orlando Forero,
Presidente del Banco Finandina

OPORTUNIDADES EN LA NUEVA ERA FINANCIERA



Rodrigo Álvarez T.
Gerente de Negocios Expert Choice
para Latinoamérica

Rodrigo Álvarez T. Magíster en Informática Escuela de Ingeniería Pontificia Universidad Católica de Chile y Gerente de Negocios Expert Choice para Latinoamérica.

Para encontrar clientes infra o supraservidos, es necesario segmentar y crear grupos de clientes y cubos OLAP multidimensionales, cuyas necesidades no estén totalmente resueltas o que no estén contentos con la manera en que se atienden sus requerimientos concretos, de manera de definir vectores y nichos o Tribus. En esta segmentación podemos encontrar, por ejemplo, subdivisiones tales como clientes ecoconscientes; PANK (Professional Aunt No Kid): mujeres con buenos sueldos que no tienen hijos pero sí sobrinos; y DINK double-income no kids (sueldo doble sin hijos).

Un papel importante lo juegan también las nuevas generaciones, por ejemplo, los millennials. La socióloga Kathleen Shaputis los describe como una generación bumerang, o generación Peter Pan, es decir, se trata de un grupo etario que posterga algunos ritos de paso a la edad adulta.

En la era del big data —anualmente, se crean 2,8 zettabytes aproximadamente—, Personix, cuyo análisis se basa en segmentaciones, es capaz de predecir miles de reacciones de los consumidores a partir de determinados estímulos. Asimismo, Facebook- Acxiom realiza un cruce de datos de la vida en línea de las personas, con datos por lotes. Por otro lado, Google Location History, Nest Labs, MapReduce y PageRank, que son servicios de localización de usuarios, utilizan algoritmos para recomendar tiendas, amigos o saber si alguien está en casa o no.

Debiéramos darle una nueva y calurosa bienvenida al Análisis de la Cesta de Compra con el objetivo de aumentar la venta cruzada y la venta ampliada, debido a que en este nuevo escenario un cliente nuevo es muy caro, y apostar por un desconocido es muy riesgoso. A la larga, sobrarán sucursales de banco y los papeles a firmar: la nueva banca debe digitalizarse de verdad.

Nos enfrentamos con la “segunda derivada del lagrangiano” en cuanto a la función de densidad de la nueva articulación social; a los cambios silenciosos, pero abismantes; a la edad en que se casan las nuevas generaciones; a la inmediatez de las importaciones; a la inmediatez de las transacciones, y a los cambios del umbral de satisfacción de los nuevos consumidores.

Es necesario que la industria financiera ajuste la banda de servicios. Al existir nuevas Tribus, hay nuevas necesidades. Si existen nuevas generaciones, posiblemente hay necesidades que están sobrecubiertas, por ejemplo, las líneas aéreas de bajo costo. Así mismo, hay que mejorar el portafolio de productos o, más aún, la mercadotecnia, que sigue reducida en la actualidad a las cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Para que el cliente tome mejores decisiones en el ecosistema financiero, este último debe encontrarse situado en la era de los zettabytes, contar con una mejor disponibilidad de información, y tener un mejor acceso a los servicios y con procesos de curso más eficientes. Sin embargo, se han creado espacios para nuevos modelos de negocios, tales como: la “uberización” de la banca, los portales de comparación de precios y las reservas en línea de hoteles y pasajes de aerolíneas, entre otros. Así mismo, urge que los softbots comiencen a trabajar en función de presentar al usuario una comparación de miles de datos. Por consiguiente, los SP SQL deben trabajar en nanosegundos.

La experiencia de usuario y la sociabilización dentro de la corporación deben de dejar de ser eufemismos y comenzar a ser el leitmotiv dentro todas las gerencias de las instituciones financieras. La propuesta de Neil Borden debe comenzar a funcionar en los teléfonos inteligentes, en los geolocalizadores y en la biofirma, y con modelos de estadísticas no paramétricas y no supervisadas.

Nos encontramos frente a nuevos clientes, nuevos datos, nuevas amenazas. Así mismo, el profesor Michael Porter debiera advertirnos sobre el nuevo nivel de competencia dentro de la industria financiera y obligarnos a desarrollar nuevas estrategias en el negocio del crédito, factoring, leasing, de los futuros derivados, del swaption y opción, entre otros.

La tecnologías se encuentran disponibles, entonces solo falta que el marco legal le dé sustentabilidad al nuevo modelo cliente-banca, generando como resultado que el documento electrónico sea considerado cada vez más como un equivalente al celebrado en papel.

Sin embargo, la aparición de nuevos segmentos está acrecentándose debido a factores culturales, demográficos y económicos, y analizar estos nuevos segmentos de clientes es el punto de partida para identificar las nuevas necesidades. El mercado expresa cada vez más la necesidad de que cada cliente se sienta tratado de forma excepcional. Se trata de un enfoque centrado en la personalización, y que ha demostrado ser altamente efectivo por los grandes del retail y por algunas empresas de servicios. Algunos ejemplos son: Amazon, Uber, CrediRED (en Chile) y Tesla (TSLA e índice NASDAQ), entre otros.

Resolver frustraciones reales de los clientes es otra fuente interesante para repensar los modelos de negocios; es un buen nicho a observar por los emprendedores y, a mi juicio, la mejor “prueba de blancura” en cuanto a la viabilidad de un negocio. En esta situación, la frustración es un sentimiento mucho más profundo que el de una necesidad insatisfecha.

En un nuevo contexto como la desbancarización de los segmentos de menores ingresos, el cierre de sucursales por parte de la banca tradicional y la caída del Ebltda, tal vez le sirva a algunas instituciones financieras para asemejarse al modelo de negocio de las compañías de seguros, haciendo énfasis en los modelos de niveles de riesgo y de riesgo por precio.

A mi juicio, las nuevas tecnologías son, tal vez, los elementos que le dan mayor vigor al vector de velocidad en los nuevos negocios, aunque en general trabajan en

solitario al comienzo, centrándose en la dimensión de la rapidez antes de incorporar la dirección y el sentido.

En muchos Start-Up que me ha tocado evaluar en Chile existen hermosos desarrollos para solucionar problemas en el sistema financiero, pero con diferencias importantes respecto de la aplicabilidad, tanto en el modelo de negocio como en el marco legal. Debido a la tenacidad de estos jóvenes emprendedores es esperable que Afrodita se conmueva una vez más con estas Galatheas.

Las nuevas tecnologías derivadas del desarrollo de buscadores, redes sociales y servicios web en general, han sido adoptadas también por empresas de software, retail y financieras, creando un ecosistema tecnológico enmarcado con el nombre de big data, generando, como consecuencia, un cambio en la manera de tomar decisiones y afrontar los problemas clásicos de los negocios.

Las nuevas leyes y normativas, así como la derogación de estas, suelen ser impulsores de nuevos productos y/o servicios, por lo que las industrias y, en especial, los emprendedores requieren estar muy atentos a los nuevos escenarios.

En otro lado de esta ecuación, en la industria financiera existen “luchas de batallas incorrectas”, debido a que en ciertos segmentos del financiamiento se está poniendo de moda responder a una solicitud de crédito en solo en minutos. Si bien para los clientes el atributo del tiempo es valorado, dada la mecánica del cierre de la operación, existe un tiempo mínimo de respuesta estándar, por lo que estar debajo de ese tiempo mínimo no agrega valor alguno a la vista del cliente. Por factores ejecutores, la operación de crédito no puede ser cerrada de forma más rápida, entonces lo que sucede es que se están haciendo esfuerzos por mejorar un atributo en la experiencia de compra del cliente que ya está satisfecho

El cliente quiere que se satisfaga el primer atributo relevante para él: el monto de la cuota, pero lo que sucede actualmente es que se está compitiendo en un mercado saturado. Es exactamente como ocurrió alguna vez en el mercado de la insulina, situación en la que los clientes querían mejores precios, y los laboratorios luchaban por mejorar la pureza, cuando esa característica ya había sido cubierta en su totalidad. La solución para mejorar la experiencia del usuario en el ejemplo recién mencionado fue la innovadora idea de vender jeringas autoinyectables que contienen el producto, eliminando así el desagradable de perder tiempo en la administración del medicamento.

FINTECH, UNA OPORTUNIDAD PARA UNA GESTIÓN MÁS EFICIENTE DEL RIESGO EN COLOMBIA



Edwin Zácipa
Director Ejecutivo de Colombia Fintech

Las Fintechs siguen ganando espacio. Se calcula que en Colombia, son más de 150 empresas, tanto startups, casas de software como entidades financieras, que están haciendo desarrollos en este sector, especialmente, interesadas en aprovechar las oportunidades en inclusión financiera y adopción tecnológica, buscando, por ejemplo, que cada vez sea más fácil desde un celular hacer transferencias, recibir dinero, solicitar un préstamo, abrir una cuenta, realizar pagos, controlar sus gastos, e incluso, hacer microinversiones. Así mismo, las Fintechs llegan ya a consumidores y empresas de todo el mundo, desde el comerciante local que busca un crédito, el trabajador extranjero que envía una remesa o la familia que planifica su jubilación.

Precisamente, en muchos países de la región ya responden y satisfacen dichas necesidades, y en ello, Colombia se ha destacado. Según el último informe del BID, ya Colombia ocupa el tercer lugar en la región, detrás de México y Brasil, en número de startups.⁽¹⁾ De acuerdo con Nxtp Labs, la actividad de capital emprendedor para Fintech en Latinoamérica alcanzó los US \$642 millones en los últimos años, en el marco de un proceso que se aceleró en los últimos 3 años, dado que el 51 por ciento se concentra en el período 2014-2017, donde Colombia es uno de los cuatro países de la región que concentra el mayor monto de inversión con un 10,4 por ciento.

Es probable que estas oportunidades provoquen en cierta forma un reajuste del panorama financiero y que traigan también algunos riesgos. Esto ha llevado a muchos orga-

nismos como el Fondo Monetario Internacional a preguntarse sobre los desafíos en el corto plazo en materia de prevención y mitigación de riesgos asociados a la desintermediación financiera que conllevan las Fintechs.

Recientemente, Christine Lagarde, directora de la institución, presentó un resumen del estudio *Fintech and Financial Services: Initial Considerations*⁽²⁾ - donde reconoce que la apertura del sistema financiero a las nuevas tecnologías abre riesgos de fraude, blanqueo de capitales, financiación del terrorismo y otras actividades ilícitas mediante el anonimato de las monedas virtuales o las páginas web en jurisdicciones sin controles, por lo que hace un llamado a una nueva regulación para aprovechar la tecnología sin restringir la innovación.

“Aunque las revoluciones tecnológicas son imprevisibles, podemos adoptar una serie de medidas para estar preparados. Este nuevo estudio del FMI analiza los posibles efectos de las tecnologías innovadoras sobre los distintos tipos de servicios que ofrecen las sociedades financieras, la estructura e interacción entre ellas, y las posibles respuestas de los reguladores”, señala Lagarde.

Para reducir estos riesgos, el FMI sugiere que los reguladores financieros podrían complementar su proyección normativa prestando mayor atención a servicios concretos, con independencia de cuáles sean los participantes en el mercado que los ofrecen, hacia reglamentaciones adaptadas para garantizar la protección suficiente de los consumidores y su privacidad, y que aclaren, por ejemplo, el régimen jurídico y la titularidad de los activos digitales y evitar los riesgos asociados de estas operaciones. Por lo tanto, la regulación puntual del sector debe seguir funcionando como seguro que garantice la confianza necesaria tanto en la estabilidad como en la seguridad de los sistemas digitales en el mundo financiero. En ese sentido, señaló el FMI que será necesaria la cooperación internacional pues los avances tecnológicos en cualquier campo llegan a todos los países, por lo que se debe evitar que redes criminales lleguen a países con menor regulación.

Sin embargo, combatir estos riesgos cada vez más requiere aprovechar el poder en sí mismo de las Fintechs, aseguró Lagarde en la última reunión del Financial Action Task Force. Allí mostró su perspectiva de utilizar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y las empresas Fintech como una oportunidad poderosa para



Juan Esteban Saldarriaga
Co-fundador y presidente de la Junta Directiva de Colombia Fintech

fortalecer las defensas de los sistemas financieros de los países como Colombia contra el lavado de activos y la financiación del terrorismo, ya que proveen soluciones de Regtech, Machine Learning, scoring alternativo, ciberseguridad, verificación de identidad y fraude que permiten identificar flujos financieros ilícitos con patrones de actividad que de otro modo serían muy difíciles de detectar, incluso en el caso de transacciones muy pequeñas, tanto en el back-office, middle-office o front-office de las entidades financieras. Otro buen ejemplo es la apropiación de tecnologías en Blockchain, las cuales no son vulnerables a fallas en la información y podrían resultar resistentes a ataques cibernéticos, y que impactan de manera positiva la eficiencia de la actividad de cumplimiento en el sistema financiero. Dado que las Fintechs por definición son plataformas tecnológicas, será mucho más fácil regularlas y controlarlas en el registro y trazabilidad de sus operaciones.

Por otro lado, el FMI considera la introducción de Fintech como una herramienta útil en el comercio internacional al facilitar las transacciones alrededor del mundo. Las Fintech se apalancan sobre tecnologías de inteligencia artificial, Big Data, autenticación biométrica y Blockchain que podrían llevar a un replanteamiento en el modelo de negocio de intermediarios tradicionales en servicios financieros, como bancos, corresponsales y empresas especializadas en servicios de mensajería, compensación y liquidación de operaciones transfronterizas, los cuales deberán actuar rápidamente a esta nueva realidad y evitar un posible ‘Momento Kodak’. Para muchos países, esta nueva fuerza competitiva y renovadora, deberá ayudar a dinamizar los sistemas financieros tradicionales, trayendo nuevos modelos, actores y reduciendo costos para el consumidor final.

Las Fintechs garantizan a los consumidores digitales la realización de diferentes transacciones financieras mediante dispositivos móviles con la menor necesidad de intermediarios en procesos de verificación de cuentas e identidad digital (KYC), que reducen costos, mejoran tiempos de atención y disminuyen fricciones en la experiencia de usuario. Por ejemplo, hoy pymes y personas ahorran dinero por transferencias internacionales gracias a TransferWise, considerado como uno de los productos más avanzados en la industria Fintech en Londres, donde pueden acceder a tasas de cambio favorables, o por otro lado, usando monedas digitales donde el costo por transacción potencialmente se es reducido a cero, gracias a teléfonos móviles y tecnología de registro distribuido. Ya son miles de personas en todo el mundo pagando bienes y servicios a través de más de 1.500 Fintechs, dejando de utilizar los bancos tradicionales.

De acuerdo con el FMI, estas nuevas tecnologías como la Blockchain podrían permitir, por ejemplo, que se creen contratos inteligentes que ayuden a inversionistas a vender determinados activos de manera segura si cumplen las condiciones establecidas en el mercado, lo que mejoraría su eficiencia. Además, explica el multilateral que combinando Big Data con inteligencia artificial, se pueden automatizar otros procesos como las calificaciones crediticias aumentando la competitividad de las tasas de interés para empresas y consumidores.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, desde Colombia Fintech estamos realizando esfuerzos dirigidos a lograr que todas estas startups lleven al consumidor final productos confiables y seguros dentro de un marco de legalidad. Para ello, la Asociación está diseñando e implementando procesos y reglas que permitan consolidar la competitividad y productividad de los modelos de negocio de las Fintechs y buscando inicialmente un modelo de autorregulación que conlleve transparencia y protección al consumidor. Dentro de las principales acciones de apoyo a estos servicios innovadores, se están desarrollando y aplicando códigos de responsabilidad financiera en el marco de un Sello de Confianza Fintech que comprenda el cumplimiento de estándares y normas y garanticen la sana competencia, la convivencia y la cooperación dentro de la industria financiera y bancaria, facilitando de esta forma la adopción por parte de los consumidores financieros.

(1) <https://www.colombiafintech.co/post/colombia-tercer-pais-que-lidera-la-actividad-fintech-en-latinoamerica-bid>

(2) <http://www.imf.org/-/media/Files/Publications/SDN/2017/sdn1705.ashx>

(3) <https://hbr.org/2017/07/the-financial-industry-needs-to-start-planning-for-the-next-50-years-not-the-next-five>

FINANCIACIÓN ALTERNATIVA

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO FINTECH EN LATINOAMÉRICA

Ha sido muy observado el surgimiento de nuevas empresas financieras basadas en plataformas tecnológicas Fintech. Latinoamérica ha tenido un acelerado auge de estas nuevas formas de prestación de servicios financieros, particularmente en lo que se refiere a la oferta de crédito.

Se había especulado mucho sobre el alcance de la oferta Fintech en la región. Por fortuna, ya se cuenta con cifras, gracias al cuidadoso y completo estudio denominado 'Emprendimientos Fintech en América Latina', que realizó el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Finnovista, el que se constituye en la taxonomía de las Plataformas de Finanzas Alternativas Fintech que operan, en función de su actividad de negocio principal.

Cinco países concentran casi un 90% de la actividad Fintech en América Latina: Brasil, México, Colombia, Argentina y Chile.

Tras la aplicación de varios criterios, que incluyen todos los segmentos, las innovaciones y las tecnologías que se observan a nivel global, se identifican en Latinoamérica, 703 emprendimientos Fintech en 15 países.

Brasil es el que aporta el mayor número con 230 firmas, seguido por México con 180, mientras Colombia ocupa el tercer lugar con 84, seguida de Argentina con 72 y Chile con 65.

Según su actividad de negocio principal, las modalidades que predominan son las de los segmentos de plataformas de financiación alternativa.

GRADO DE MADUREZ

Señala el informe que tres de cada cinco empresas Fintech fueron establecidas entre 2014 y 2016, lo que sugiere que la mayoría de estas iniciativas están en etapa de maduración y crecimiento, por lo que les faltan aún pasos de consolidación, "antes de que se conviertan en compañías sostenibles". Es evidentemente que estamos ante sectores que todavía son jóvenes, lo que antepone un gran desafío frente a la conformación de un sólido ecosistema que pueda fomentar un crecimiento adecuado del emprendimiento innovador.

MERCADOS DE INTERÉS

En términos generales, el análisis de los modelos de distribución utilizados en el informe muestra que el 45,6% de los emprendimientos Fintech tiene un modelo de negocio B2B (entre empresas, por sus siglas en inglés), mientras que el 54,4% emplea uno tipo B2C (negocio a consumidor, por sus siglas en inglés). La oferta al consumidor mediante los modelos B2C está orientada a los bancarizados en un 53,4%, mientras que el 46,6% de las Fintech B2C se enfoca en los consumidores de la base de la pirámide sub-bancarizados o no bancarizados.

¿QUÉ TECNOLOGÍAS SOPORTAN LAS FINTECH EN LATAM?

En relación con las principales tecnologías subyacentes a los emprendimientos Fintech de la región, la encuesta respondida dentro del estudio por 393 startups latinoamericanas de 18 países, indica que 21,2% emplea macrodatos/análisis de información y el 18,6% tecnología móvil y aplicaciones, mientras que el 16,4% re-

gistra el desarrollo de Interfaces de Programación de Aplicaciones (API por sus siglas en inglés) y plataformas abiertas.

Cabe destacar que, en cuanto a estas últimas tecnologías, el 7,9% de las empresas jóvenes encuestadas indicaron que usaban criptomonedas y cadenas de bloques, mientras que el 5,9% reportó aprendizaje automatizado, machine learning.

FINANCIACIÓN ALTERNATIVA, LA ACTIVIDAD MÁS IMPORTANTE

Las modalidades que predominan son las de los segmentos de plataformas de financiación alternativa, con un 25,6%, y de soluciones de pagos, con un 25,2%. En su conjunto, estas dos representan poco más de la mitad (50,8%) del universo de emprendimientos Fintech en la Región.

Este segmento de las plataformas de financiación alternativa está conformado por tres grandes tipos:

- 1 Préstamos con 98 empresas, (54,4% del total).
- 2 Financiación colectiva con 65 empresas, (36,1%).
- 3 Financiación de facturas o factoraje con 17 empresas, (9,4%).

En conjunto, estos tres sub-segmentos contabilizan el 25,6% del total de las empresas jóvenes Fintech identificadas en el estudio, convirtiendo a

este segmento en el más importante por número de emprendimientos.

En términos de préstamos por segmentos, aproximadamente un tercio (32,6%) de las plataformas funciona bajo un modelo de persona a persona, peer to peer (por sus siglas en inglés), mientras que los dos tercios restantes (67,3%) financian los préstamos directamente desde su propio balance.

Resalta el estudio que "a pesar de que este es uno de los dos segmentos de Fintech más importantes de región, los montos canalizados allí son todavía reducidos, aunque están creciendo rápidamente".

En otro estudio complementario, auspiciado también por el BID, se estimó que el total del segmento de financiación alternativa en América Latina y el Caribe canalizó solo cerca de US\$110,46 millones en 2015, aunque con un crecimiento promedio anual de 130% desde 2013. Cabe señalar que en el estudio también se encontró que cerca del 70% de esta actividad se ha enfocado en el crédito a las empresas, especialmente a las firmas de menor tamaño, mientras que el 30% restante se destinó al crédito de consumo.

Así mismo, resalta el informe la relevancia de estas plataformas y la importancia que sigan creciendo significativamente con el tiempo, ya que el acceso al crédito, y en general a mecanismos alternativos de financiación, adquiere cada vez más importancia en la medida en que son necesidades latentes de los consumidores y de las PYME.

DISTRIBUCIÓN DE LAS 98 PLATAFORMAS DE CRÉDITO

Modelo de Crédito	Número de Plataformas	Participación
Préstamos directos a consumidores	46	46,9%
Préstamos directos a negocios	20	20,4%
Préstamos P2P (entre personas) a consumidores	20	20,4%
Préstamos P2B (de personas a negocios)	12	12,2%
TOTAL	98	100%

FINANCIACIÓN COLECTIVA

El informe diferencia la financiación colectiva, de las plataformas de préstamo, al orientarse las primeras hacia el financiamiento de participación accionaria o a través de donaciones, en lugar de instrumentos de deuda. Resalta el informe que se constituyen “en uno de los segmentos más populares entre la población de América Latina y el Caribe, habiéndose incrementado su volumen de mercado de US\$7,15 millones en 2013 a US\$34,76 millones en 2015. El auge de la economía colaborativa, junto con el surgimiento y crecimiento de plataformas como Idea. Fondeadora (ahora parte de Kickstarter) o Brooto, a partir de 2011, para financiar proyectos de manera colectiva, junto con el posterior desarrollo de plataformas de financiación para proyectos de bienes raíces o empresas a cambio de acciones, ha llevado a que los modelos de negocio basados en esta plataforma sean los más populares”.

La distribución de las 65 plataformas de financiación colectiva es la siguiente:



FACTORING Y PRÉSTAMOS DE FACTURAS

Consisten en plataformas en línea donde personas o entidades compran facturas o cuentas por pagar de otros negocios u ofrecen préstamos respaldados por ellos.

El estudio permitió identificar a 17 emprendimientos en este rubro, con el 9,4% de las plataformas de financiación alternativa, explicando que: “la gestión y financiación de cobros en las cadenas de proveedores y la optimización de la gestión del circulante son dos de los problemas que más afectan a las Pyme. Es por ello que en los últimos años se han desarrollado de manera significativa las plataformas de factoraje inverso supply chain finance en otras regiones del mundo, de modo que es posible que en América Latina se manifieste la misma tendencia próximamente”.

COBRANZAS

El sub-segmento de cobranzas entendida como soluciones digitales para facilitar o administrar la recuperación de cuentas por cobrar de los negocios, está conformado por 17 StarUp (18,3%), de las cuales más de la mitad son brasileñas, lo cual muestra el dinamismo particular del mercado de soluciones de gestión de cuentas por cobrar en ese país.

Adicionalmente, en la categoría de Gestión de Finanzas Personales se encuentra la Sub-categoría Gestión de deuda, en la que se encuentran siete Fintech que brindan herramientas digitales para consumidores que facilitan la gestión y reestructuración de deudas personales.

OTRAS ACTIVIDADES EN LA CADENA DE VALOR DEL CICLO DE CRÉDITO

Dentro de las actividades que soportan la cadena de valor del Riesgo de Crédito se encuentran diversas actividades de gran importancia con siete (7) Fintech especializadas en Puntaje alternativo o Scoring, como EFL y Destácate de Chile, que operan herramientas para la medición de riesgo crediticio de personas o empresas que implementan y usan de algoritmos o sistemas de calificación crediticia construidos con fuentes alternativas de información, sin necesidad de emplear los burós de crédito tradicionales.

Por su parte, las Plataformas especializadas en Facturación electrónica se identificaron 16 Fintech que representan el 17,2% de la categoría de Finanzas Empresariales.

SOLUCIONES DE PAGOS

El estudio identifica 177 empresas enfocadas en ofrecer soluciones de pago, con una concentración del 44% en pasarelas y agregados de pagos (78 empresas), es decir, soluciones relativas al desarrollo de eficiencia en las ventas, conversión de clientes y reducción de costo en las transacciones de negocios.

El segundo subsegmento en importancia en esta categoría está conformado por las soluciones de pagos y carteras móviles con 62 empresas (35%). Aquí se ofrecen soluciones para transferir dinero entre personas, realizar compras de productos o servicios desde la comodidad de un celular, y registrar transacciones con tarjetas de débito o crédito.

El resto está distribuido entre otros tipos de soluciones que incluyen plataformas para transferencias internacionales y remesas, soluciones de pago móvil en puntos de venta, medios de prepago, y plataformas para el intercambio de activos digitales, entre otros.

CON FOCO EN INSTITUCIONES FINANCIERAS – Soluciones en Gestión de Riesgo y Digitalización

El estudio identificó 56 Fintech centradas en la creación de soluciones para mejorar los procesos en la cadena de servicio de las entidades financieras tradicionales. Este segmento es ya el quinto mayor en la región (8,0% del total) y abarca desde soluciones de digitalización de procesos bancarios con 28 Fintech, hasta plataformas que permiten evaluar mejor el riesgo financiero y mitigar el fraude, por ejemplo: en el comercio virtual, con tecnologías para la seguridad e identificación (seis emprendimientos) con sistema de verificación y autenticación digital de personas para acceso y autorización de transacciones financieras, soluciones de identidad y conocimiento del cliente (KYC) en su relación con los proveedores de servicios financieros (tres em-

prendimientos), herramientas para la prevención de fraude y gestión de riesgo operativo (siete) y soluciones Biométricas (seis) relativas a los rasgos físicos o de conducta de un individuo para verificar su identidad.

Dentro de esta categoría se resalta la gran especialización de seis (6) compañías Fintech especializadas en ‘Contratos Inteligentes’ a partir de protocolos tecnológicos que facilitan, aseguran, refuerzan y ejecutan contratos/acuerdos, como una de las actividades más disruptivas y con mayor potencial.

BANCOS DIGITALES

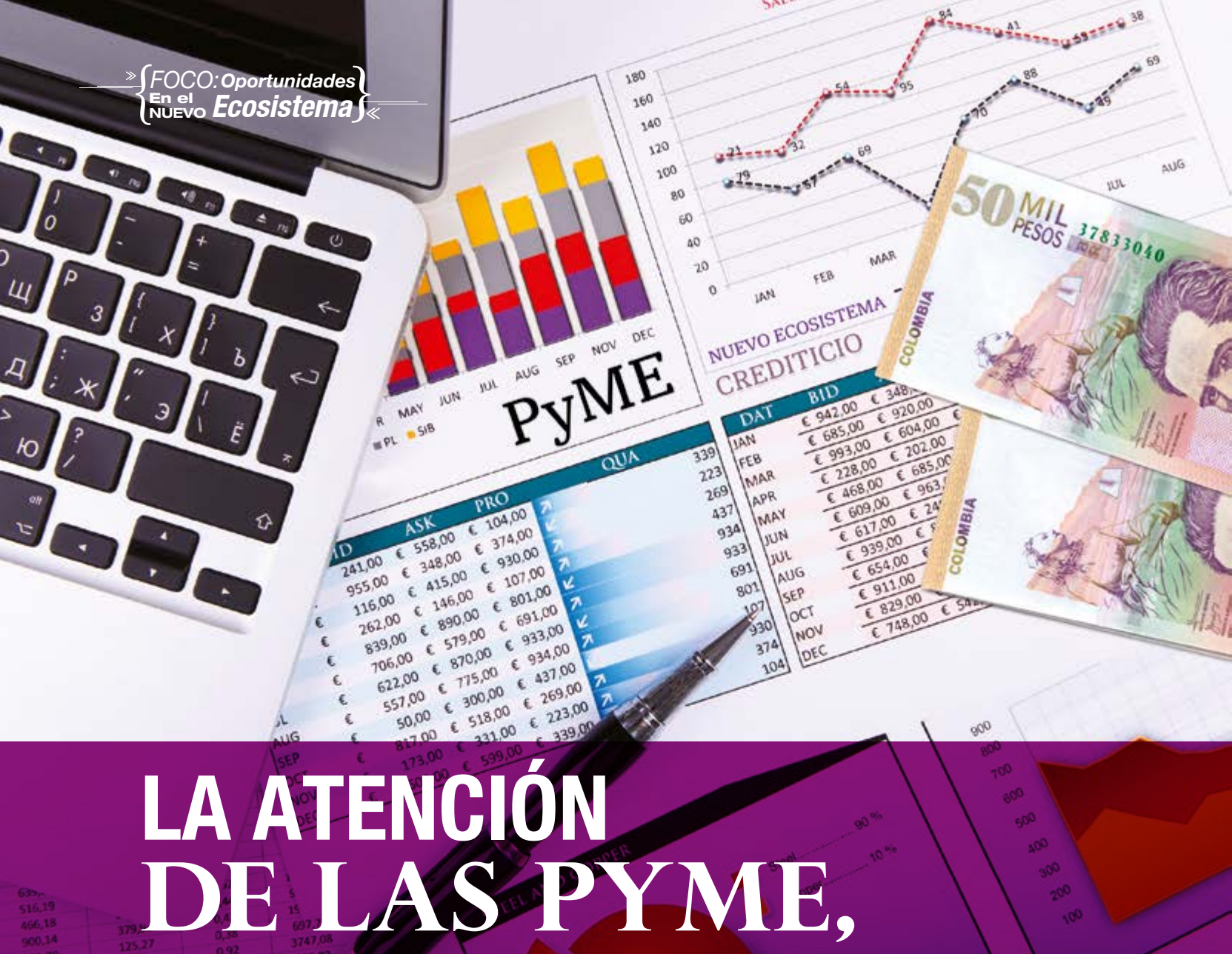
Diez (10) entidades financieras de nueva creación (con licencia bancaria propia o utilizando la de un tercero) de múltiples productos financieros y cuya distribución es 100% digital, fueron identificadas por el estudio.

RETANDO LA INDUSTRIA ASEGURADORA

Para finalizar, detalla el informe que “el segmento de seguros o insurtech ha dado origen a emprendimientos que buscan habilitar o mejorar el acceso a los productos ofrecidos por las aseguradoras, modificando la interface de venta y comunicación con el cliente. En menor medida —aunque es aquí donde existen mayores posibilidades en el segmento—, algunos de los emprendimientos que favorecen este rubro están ofreciendo soluciones a través de las cuales se puede monitorear el comportamiento de los consumidores para personalizar la oferta de seguros.

El llamado ‘internet de las cosas’, el desarrollo de productos que permitan disminuir la brecha existente entre la población asegurada y no asegurada, y la vinculación con otro tipo de servicios como son la atención médica y la adquisición de bienes, podrían dar lugar a un mayor número de emprendimientos en este subsegmento.

Como parte del estudio se identificaron 28 empresas Insurtech, término acuñado para nombrar las Fintech especializadas en seguros, las cuales representan 4% de todos los emprendimientos Fintech en la región, de las cuales 11 operan en Brasil y siete en México.



LA ATENCIÓN DE LAS PYME,

UNA OPORTUNIDAD DE ORO EN EL NUEVO ECOSISTEMA CREDITICIO

En Colombia, el 99% de las unidades productivas, son Mipymes (72% en cabeza de personas naturales), si bien esto las convierte en la principal estructura de la actividad productiva nacional, responsables del 67% del empleo y cerca del 38% del PIB, el ecosistema financiero en el que subsisten no ha logrado estar a la altura de los retos que ellas enfrentan.

Es claro que la calidad de acceso de las pymes a los servicios financieros es deficiente. Teniendo en cuenta condiciones como oportunidad, la mayoría de las veces los recursos obtenidos no corresponden a los solicitados o se consiguen a niveles de tasas muy altas o simplemente la solicitud no es aprobada, luego de semanas de espera.

Explica Asobancaria, con ocasión de la creación del portal 'Saber Más Empresarios', con el cual se pretende reducir las asimetrías de información: "Las Pymes se

caracterizan por presentar ciclos de vida sustancialmente cortos, debido principalmente a sus mayores tasas de fracaso. Sus ciclos de vida más cortos se derivan de unos menores niveles de conocimiento en materia económica y financiera, lo que les impide aprovechar las distintas opciones de financiamiento que les ofrece el mercado. En Colombia, las Mipymes tienen una probabilidad del 70% de fracasar en los primeros cinco años".

Respecto a los problemas de acceso a la financiación, Asobancaria, los resume en dos frentes: "(A) Insuficiencia de información (limitaciones para identificar cuál es la mejor manera de financiarse) referida a la existencia de fallas en el funcionamiento de los mercados de crédito. Al no contar con información sobre los proyectos empresariales, sus ventas, potencialidad de crecimiento y la inexistencia o escasa transparencia de los balances contables, hacen difícil la medición del riesgo de incobrabilidad por parte de las entidades

financieras; y (B) El de insuficiencia de cumplimiento de los requisitos técnicos para determinadas líneas de financiación, por una parte, muestran falencias técnicas asociadas a la presentación de las solicitudes de préstamo ante los bancos; esto incluye el armado del proyecto, el diseño de una estrategia y la capacidad de reunir la documentación pertinente.

Para Asobancaria, una de las principales herramientas para solventar estas dos problemáticas está en la educación financiera, la cual facilita la definición, estructuración y gestión de las necesidades de financiamiento de las Mipymes. En el caso colombiano, la falta de educación financiera ha generado que los pequeños y medianos empresarios apalanquen sus negocios con recursos propios y/o crédito con proveedores, ya que sienten que sus necesidades no son atendidas por la banca tradicional.

Según la central de información de las Cámaras de Comercio integrada en el Registro Único Empresarial y Social (RUES), en Colombia existen alrededor de 1,4 millones de unidades productivas, de las cuales, cerca de 400.000 se registran como sociedades y un poco más de un millón, como personas naturales.

Según los movimientos de los últimos cinco años analizados por Confecámaras en su estudio 'Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia' - volumen No.11, Colección de Cuadernos de Análisis Económico 2016, este ecosistema empresarial crece a una tasa neta del 3,6% teniendo en cuenta que en promedio la tasa de entrada bruta o nacimientos promedio de 23,1% (1.033.211) y la tasa de cancelación es de 19,5% (991.911).

Del total de empresas, de acuerdo con el estudio Confecámaras, la siguiente es la clasificación por tamaños: el 92,1% son micro, el 5,9% son pequeñas, el 1,5% son medianas y tan solo el 0,5% corresponde a grandes empresas. En términos poblacionales, por cada 10.000 habitantes hay una empresa grande, 4 medianas, 17 pequeñas y 264 microempresas.

Finanzas alternativas: la gran esperanza Pyme

Sin duda, las nuevas formas de financiamiento que provienen de los nuevos actores "contribuirá a reducir la brecha de financiamiento que afecta al sector productivo de la región. Esto es especialmente cierto en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas Pymes, las cuales desempeñan un papel crítico en el desarrollo

productivo, el empleo y el crecimiento económico de América Latina", explica Juan Antonio Ketterer, Jefe de la División de Conectividad, Mercados y Finanzas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ... y continúa: "Por un lado, el surgimiento de nuevas plataformas e intermediarios financieros en línea, con menores costos de transacción y nuevas técnicas y fuentes de información para evaluar el riesgo crediticio, contribuirá a expandir el acceso a financiamiento de las Pyme. Por otro lado, la existencia de soluciones para pagos y herramientas digitales para lograr un mejor desempeño financiero empresarial, no solo facilitarán la digitalización y formalización de estos negocios, sino que además el historial de sus transacciones o huellas digitales pueden utilizarse para evaluar el riesgo de crédito, creando nuevas opciones para resolver asimetrías de información, con sus consecuencias positivas en términos de oportunidades de obtención de financiamiento. Todo ello puede generar un círculo virtuoso que contribuya a resolver el persistente desafío entre el alto grado de informalidad de las PyME, que constituye un obstáculo para acceder a financiamiento, y su impacto en los niveles de productividad. Si consideramos que uno de cada cuatro emprendimientos Fintech en la región se ocupa exclusivamente en atender a estos negocios medianos y pequeños, este potencial se ve reafirmado".

Cuarta revolución industrial: El eslabón entre el crédito y el mercado de capitales

En la era de la cuarta revolución industrial, la banca de desarrollo tendrá un papel fundamental, así lo visualiza, Juan Ketterer, jefe de División de Mercados de Capital e Instituciones Financieras del BID, explica como la unión de estos elementos de la llamada cuarta revolución industrial, transformarán el financiamiento empresarial: La inteligencia artificial; El blockchain y los activos virtuales; y las finanzas alternativas como el CroudFunding: "De todo esto, podemos sacar dos conclusiones: estos cambios serán buenos porque van a facilitar el acceso de las empresas y de las personas al financiamiento y esto de entrada es algo positivo... esto genera grandes mejoras en la capacidad de la evaluación del crédito de los intermediarios financieros, esto junto con el blockchain va a facilitar que se desarrollen los mercados de capital en formas que nosotros por ahora no conocemos".

Según el estudio del BID, una de cada cuatro empresas jóvenes Fintech considera que las Pymes son su cliente principal y el 45,6% de los emprendimientos Fintech tiene un modelo de negocio B2B (negocio a negocio, por sus siglas en inglés).

La oferta de valor para el mercado Pyme, independientemente de si ya están bancarizadas o no, va más allá de la oferta de financiación bancaria y crédito B2B empresarial. La gran oportunidad está en estructurar un portafolio que integre diferentes soluciones que incluyan, desde acceso a nuevas plataformas de ventas y proveedores, formación en temas de gerencia estratégica, jurídicos y contables, gestión de cartera y cobranzas, contabilidad digital, pagos internacionales, hasta financiación de facturas o factoring.

Los modelos alternativos de financiamiento como la financiación colectiva –crowdfunding–, benefician particularmente a las empresas más pequeñas y jóvenes, así como a aquellas que carecen de acceso al crédito tradicional. Por otro lado, las nuevas herramientas ofrecidas por las Fintech para facilitar la digitalización de las Pyme tienen un gran potencial para cambiar la forma en que estas acceden a los servicios financieros y se relacionan con ellos, y también la manera en que se formalizan.

A través del siguiente ejemplo el BID muestra como tecnología y formalización van de la mano: “la digitalización de una Pyme puede a su vez incrementar el acceso a crédito, ya que el historial digital de sus transacciones u otras huellas digitales pueden ser utilizados en nuevas metodologías para evaluar el riesgo, mitigando parcialmente las asimetrías de información que dificultan la valoración del riesgo crediticio. Así, en la medida en que se introduzcan nuevas tecnologías y facilidades para digitalizar y manejar la información –sobre todo transaccional–, habrá cada vez más Pymes que puedan convertirse en sujetos de crédito con la ayuda de mecanismos que reducen la necesidad de tener garantías bancarias, uno de los principales obstáculos tanto para emprendedores como para las Pyme. Esto permitirá que cambie el balance entre los beneficios y costos de la formalización”.

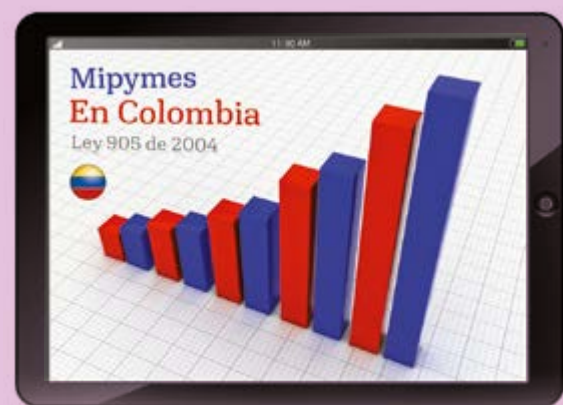
Mas allá del bienestar financiero

Mas allá del bienestar financiero, el crédito en buenas condiciones permite un mejor acceso a los mercados y mayor competitividad, además de la emoción de ver consolidar su negocio:

“Cuando los pequeños negocios familiares entienden la importancia de aplicar capital extra para comprar más productos de stock, se nota una mejora increíble tanto en el resultado financiero como en la felicidad de los propietarios”, explica Dan Cohen, Fundador y CEO de Tienda Pago, una plataforma digital que permite a los pequeños comercios en mercados emergentes financiar su inventario semanal de bienes de consumo, creando un ecosistema de pago sin dinero en la cadena de suministro de bienes

de consumo. En la actualidad Tienda Pago opera en Venezuela, Perú y México, y tiene contratos firmados con importantes compañías de distribución que operan a nivel nacional. Gracias a Tienda Pago, los comercios pueden comprar todos los productos y aumentar sus ventas y márgenes de beneficio, generar más ingresos y crear un historial crediticio formal. En 2016 Tienda Pago consiguió una ronda de capital liderada por Acción Venture Lab”.

Por su parte, David Arana, Fundador y CEO de Konfio, complementa: “Hay una necesidad importante de crédito para pequeños negocios. Este sector representa 95% de los negocios y es el pilar de la economía nacional, pero no ha sido prioridad para las grandes instituciones financieras”. Konfio es una plataforma de préstamos online para apoyar a micro y pequeños negocios en México, su objetivo se centra en impulsar a negocios jóvenes que se convertirán en empresas de alto impacto para la economía. El desarrollo de algoritmos propios y el análisis de datos les ha permitido expandir la oferta de crédito asequible y acelerar el proceso de financiamiento en un sector descuidado por las instituciones financieras tradicionales. En los últimos dos años más de 200,000 negocios se han acercado a la plataforma. Konfio ha formalizado una ronda de financiación Serie A recaudando 8 millones de dólares.



La clasificación de las Mipymes en Colombia se encuentra definida en la Ley 905 de 2004 así:

Se denominan microempresas las unidades de explotación económica que emplean menos de 10 trabajadores o cuyos activos totales no superan los 500 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV) – alrededor de 100.000 dólares –; las empresas pequeñas son quienes empleen una nómina entre 11 y 50 trabajadores o con activos totales entre 501 y 5.000 SMMLV – alrededor de un millón de dólares y las empresas medianas son las que tienen entre 51 y 200 empleados, o activos totales que no superen los 610.000 Unidades de Valor Tributario (UVT) – alrededor de 6,5 millones de dólares-.

Gosocket y Mesfix.com son otros ejemplo de nuevas herramientas Fintech que se han especializado en la creación de beneficio empresarial.

Gosocket invita a las empresas de todos los tamaños a migrar a un sistema de facturación electrónica como una excelente forma de mejorar la productividad. Como una red de relacionamiento empresarial que usa las facturas electrónicas como medio para conectar y mejorar las relaciones entre clientes y proveedores, Gosocket, va mas allá, no solo permite recibir, archivar y emitir facturas electrónicas de forma eficiente, sino que también ayuda a optimizar los procesos de cobranza, mejorar el manejo de pedidos y entregas, ayuda a encontrar ofertas de financiamiento y realizar negocios locales, regionales, nacionales e internacionales con cientos de empresas en países como Chile, Brasil, Ecuador, Costa Rica, México, Perú y Colombia. Las empresas pueden acceder a su perfil Gosocket desde una apps para sistemas operativos: iOS, Android, Windows Phone y Web Móvil.

Por su parte, Mesfix nacida en Bogotá, está especializada en mejorar el flujo de caja de las empresas mediante un marketplace online de Crowdfunding para pymes que les permite negociar sus facturas electrónicamente, conectando a pequeñas y medianas empresas, con una comunidad de personas interesadas en invertir.

Mesfix.com hace parte de Apps.co, programa del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y HubBOG, primer campus para Startups de Latinoamérica. Cuenta con partners como Thomas Greg & Sons como custodio de valores, Pay U como pasarela de pago y ha conseguido desde junio de 2014 generar más de 2.000 millones de pesos en facturas transadas, operan con más de 24 empresas y cuenta con un equipo de 10 personas. Este emprendimiento logró el tercer lugar en Colombia Startup 2015, también consiguió ser seleccionada entre los mejores dos mil emprendimientos del Web Summit 2015 en Dublín, Irlanda, la conferencia web más grande del mundo.

Felipe Tascón fundador y CEO explica “Mesfix es la única plataforma colombiana que provee financiación a través de un marketplace utilizando los principios de P2P y crowdfunding. Durante 2015 cerramos inversión privada por 750 millones de pesos, mediante nuestra operación ayudamos a cubrir el gran hueco bancario que existe hoy en el país estimulando el crecimiento de la economía mediante el apalancamiento financiero de las Mipymes y a su vez creando un producto de inversión inmejorable que permite diversificación del riesgo en un producto de corto plazo, bajos montos y una alta rentabilidad.”



Miembro

comunidad
by inspyra

ContentoBPS
Gestionamos sueños

Visitanos en: www.contentobps.com

Medellín
Cra. 42 #54A - 71, Itagüí
PBX: 604 40 40
Fax: (574) 285 79 42

Bogotá -DC.
Cra.19 #82 -18
Antiguo Country
PBX: (1) 646 16 00

LA BANCA DE DESARROLLO SE FORTALECE PARA QUE LAS PYMES, PUEDAN SER LAS GRANDES PROTAGONISTAS EN EL NUEVO ECOSISTEMA

Como consolidación de un proceso que comenzó en 2014 con la transformación de Bancóldex en un banco de desarrollo, hoy, tres años después, se anuncia el nacimiento del Grupo Bancóldex, un conjunto de organizaciones que ofrecen productos y servicios complementarios para las empresas que se atreven a crecer. Se estima que para el 2025 el Grupo movilizará activos por 40 billones de pesos para el crecimiento empresarial.

Para constituirse como Grupo, desde Bancóldex se tuvieron que alcanzar hitos importantes como fortalecer el gobierno corporativo a partir de un diagnóstico realizado por la Corporación Financiera Internacional IFC - del Banco Mundial, buscar socios estratégicos con acercamientos a la Corporación Interamericana de Inversiones -CII- del BID, y crear el primer "Fondo de fondos del país", un instrumento mediante el cual, se busca dinamizar el crecimiento de más empresas a través de la inversión de capital inteligente, gestionando recursos de terceros para ser invertidos en fondos de capital privado, fondos de capital emprendedor y fondos de capital semilla, quienes realizarán inversiones en empresas en diferentes etapas de maduración que pertenecen a los sectores de comercio, industria, servicios y turismo. La operación del Fondo de fondos iniciará con una inversión mínima de 38.000 millones de pesos.

Por su parte, con foco en iniciativas de alto impacto en las regiones que permitan conectar al ecosistema local, además de llenar el vacío para las empresas que necesitan financiación para crecer, Bancóldex consolida un portafolio de servicios complementarios para potencializar el crecimiento y competitividad de empresas de todos los tamaños y sectores. Estos servicios van desde la conexión de los empresarios con otras empresas, en diferentes regiones y países, inversionistas, expertos, y aliados, hasta asesoría para desarrollar productos verdes para mejorar el desempeño ambiental como factor de competitividad y generar información inteligente por medio de consultoría, mapeo de oportunidades de mercado, cursos empresariales y estudios económicos, para que las compañías tomen decisiones que les permitan avanzar, migrar a productos más sofisticados y conquistar nuevos mercados.



Luis Fernando Castro Vergara,
Presidente de Bancóldex

Luis Fernando Castro Vergara, Presidente de Bancóldex, nos cuenta la manera en que la Banca de Desarrollo en Colombia se prepara para responder con mayor impacto y oportunidad a las diferentes circunstancias, etapas y necesidades de crecimiento de los empresarios, y así soportar con éxito a las empresas colombianas de todos los tamaños y sectores, para que cuente con los recursos para financiar el desarrollo de capacidades, talentos y factores diferenciadores, que les permitan sortear con éxito los retos que impone el nuevo ecosistema.

¿De qué manera se prepara la Banca de Desarrollo en Colombia de cara al 2020, para sortear con éxito los retos y desafíos que impone el nuevo ecosistema, y en la creación de capacidades que le permitan apoyar eficazmente a las empresas para que puedan transformarse, especialmente las que hoy no tienen acceso al crédito?

Para atender con mayor impacto a los empresarios que se ven enfrentados a grandes desafíos, Bancóldex inició un proceso de transformación en el cual se

definió una nueva estrategia corporativa enfocada en el crecimiento empresarial. Esta nueva estrategia le permite al Banco ser una organización más moderna, más cercana a los empresarios y relevante para el desarrollo del país.

Bancóldex configuró su estrategia entendiendo las diferentes circunstancias de crecimiento de las empresas en el país sin importar su sector, su tamaño, ni su tiempo de constitución. Recientemente, fue lanzado el Grupo Bancóldex constituido por Bancóldex, como banco de desarrollo que cataliza el crecimiento empresarial; y sus dos filiales: ARCO, compañía de financiamiento enfocada en facilitar el acceso a financiamiento de empresas, con ventas entre 5.000 millones de pesos y 50.000 millones de pesos, y finalmente Fiducoldex, Fiduciaria especialista en la administración de esquemas fiduciarios y patrimonios autónomos de los sectores de comercio, industria y turismo. El Banco también se encuentra en el diseño del nuevo vehículo de inserción productiva e inclusión financiera que estará enfocado en atender las necesidades financieras y no financieras del segmento microempresarial.

¿Qué oportunidades genera para la gestión estratégica del ciclo de riesgo de crédito de un banco de segundo piso como Bancóldex, la adopción de estas nuevas herramientas tecnológicas e innovaciones fintech? ¿Qué riesgos nuevos se enfrentan? ¿Dónde estarán esas mayores eficiencias y oportunidades del Banco dentro del nuevo ecosistema financiero y la digitalización?

La adopción de nuevas herramientas tecnológicas e innovaciones fintech en un banco de segundo piso pueden generar varias oportunidades en el ciclo de riesgo de crédito como flexibilidad operativa, acceso a otros segmentos de clientes, mejores niveles de eficiencia y de servicio al cliente, entre otros. Si bien estas tendencias vienen madurando, se evidencian varios riesgos principalmente por la falta de regulación, en algunas de las verticales como el crowdfunding y aquellos relacionados con seguridad de información, gobierno corporativo, y riesgos reputacionales y operativos. Sin embargo, uno de los retos más grandes está en el proceso de adopción de las nuevas tecnologías al interior de los bancos: atreverse a pensar diferente, admitir que la tecnología puede reducir tiempos, aumentar la cercanía al cliente y generar los cambios corporativos para recibir las fintech es donde está el mayor desafío.

El Grupo Bancóldex anunció la entrada para 2018, de su nueva compañía de financiación especializada en la atención de pequeña y micro empresa, con foco en inserción productiva e inclusión financiera. ¿En cuáles premisas o atributos sustentará la nueva compañía su oferta de valor? ¿Y en qué radicarán su diferenciación para lograr realmente acceso de las pequeñas y nuevas empresas en un producto cada vez más estandarizado como es el crédito?

Efectivamente, Bancóldex adelanta el diseño y estructuración del nuevo vehículo de inclusión financiera e inserción productiva, que estará enfocado en la atención de las micro y pequeñas empresas. Este vehículo se sustenta en la experiencia de más de 10 años que el Banco ha capitalizado en la atención al sector microempresarial a través de una red robusta de aliados financieros y un portafolio de servicios no financieros concentrados en educación financiera, asistencia técnica y acompañamiento, -muchas veces, aún más importantes que la financiación misma-. En estos elementos, estará fundamentada la propuesta de valor del vehículo. Consideramos que las fintech serán una palanca muy importante para facilitar acceso, ampliar cobertura y llegar a zonas rurales, que antiguamente no habían sido atendidas. Por esa razón, el vehículo contempla la tecnología como un elemento habilitador para generar mayor impacto en una era de postconflicto.

¿Cómo va la calidad de cartera y qué medidas han tomado para contener un deterioro frente a este ciclo económico adverso?

Los indicadores de calidad de cartera del sistema financiero colombiano vienen registrando una tendencia de deterioro desde el año pasado, comportamiento natural frente a un menor crecimiento de la economía. Este deterioro está generado en gran parte por el comportamiento de la cartera comercial, afectada por algunos clientes puntuales y también por el reacomodo de algunos sectores frente a la dinámica económica. No obstante, los indicadores del sistema financiero se mantienen en niveles de riesgo controlado y se destaca la rigurosidad en el nivel de provisiones por parte de las entidades del sector. En el caso particular de Bancóldex, por ser una entidad de segundo piso, los indicadores de calidad de cartera no se han visto afectados y el perfil de riesgo de la cartera continúa siendo muy bueno.

OPORTUNIDADES EN EL NUEVO ECOSISTEMA CREDITICIO



Lilian Simbaqueba Gutiérrez,
CEO LiSim

En un mundo de rápido crecimiento y de grandes cambios las organizaciones deben buscar de manera continua la forma de mejorar sus procesos y volverlos más eficientes; LiSim no ha sido ajeno a este constante cambio y es por esto que busca consolidarse como una empresa innovadora, con el fin de brindar soluciones más robustas, acompañadas de nuevas metodologías en los análisis de predicción de riesgo crediticio de la mano de las nuevas herramientas analíticas, haciendo un mejor aprovechamiento de las nuevas fuentes de información y del big data.

La innovación no es una panacea que curará cualquier herida. La innovación en realidad es una manera de pensar, un punto de vista diferente al común. Es simplemente salirse de los esquemas y de lo convencional.

En materia de originación de crédito, el reto está en encontrar herramientas que permitan a los clientes acceder a sus productos financieros con

la mayor comodidad, utilizando sus canales preferidos de forma agradable, sin dar mucha información para recibir ofertas proactivas y facilitarle el proceso llevándolo al mundo digital donde hoy se administra prácticamente todo.

Hacer de la experiencia del cliente algo satisfactorio, alineando el control de riesgo con las áreas de servicio y los nuevos canales preferidos por el cliente nos debe llevar a diseñar un proceso de crédito rápido, efectivo, ágil, práctico y orientado al mundo digital.

Ahora bien, para una gestión estratégica del Ciclo de Riesgo es importante que estas nuevas herramientas y tecnologías nos ayuden en el manejo adecuado de la relación con el cliente, entendiendo su valor y los diferentes momentos de interacción con la empresa.

Es así que las nuevas tecnologías y herramientas analíticas deben estar al servicio de una correcta administración de esta relación, se debe contar con procesos de segmentación y manejo de datos que nos lleven a entender claramente las interacciones, gustos, transacciones y relacionamiento social - familia, amigos, empresa, etc. - de cada uno de nuestros clientes. El reto está en profundizar en este conocimiento, optimizar los diversos canales de contacto para los diferentes tipos de clientes, así como administrar los diferentes productos, servicios y métodos para satisfacer las necesidades de cada cliente. Este conocimiento debe guiar la relación con el cliente en todo punto de contacto.

Por último, resaltar la importancia que tiene una adecuada regulación para garantizar que esta revolución tecnológica y presencia de las Fintech en los servicios financieros tendrá el efecto deseado en materia de mayor acceso y mayores oportunidades para el crecimiento de las economías.

LIDERAZGO TRANSFORMADOR UN TALENTO QUE GENERE VALOR EN LA NUEVA ERA

Ante la inminente necesidad de transformar los modelos de negocio dentro el nuevo ecosistema, urge pasar de la ideación y la planeación, a la acción. Ya no se trata de hacer las cosas de manera diferente. Se trata de hacer cosas diferentes, y para eso las organizaciones requieren líderes que sean capaces de materializar las acciones que se requieren para reinventar la organización, que acompañen a sus equipos en la apropiación del cambio, con poder de influencia y convicción para transformar la cultura existente y partir de ahí, lograr impulsar la innovación; que tenga la capacidad de avanzar en medio de la incertidumbre; pero sobre todo líderes que inspiren: que su trabajo los divierta y que tengan pasión en el discurso.

Entorno Digital con alcance Global

Los talentos exitosos serán los que se muevan bien en un entorno globalizado, que sepan aprovechar el poder de un negocio digital, convertir activos materiales en activos digitales, que lideren el paso hacia la personalización de la oferta de valor, que tengan la capacidad de gestionar espacios de discusión que generen en sus equipos más inquietudes que respuestas. Ejecutivos que tengan la capacidad de transformar el dato en información que genere valor.

El manejo de las redes sociales se convertirá en una posición clave y de gran responsabilidad. Se requieren personas que tengan la capacidad de traducir la estrategia de comunicación corporativa, a unos pocos caracteres, garantizando que cada mensaje de dos renglones multiplique el valor de la marca. No se debe olvidar que las redes sociales no siempre suman. Cuando restan lo hacen de manera exponencial.

Transformando el ecosistema de mando

La organización está en mora de reinventar el rol de jefe para enfrentar los nuevos ecosistemas de mando organizacional. Urge transformar las jerarquías here-

dadas, hacia unidades de talento interdisciplinarias, donde converja talento de base técnica, analítica y matemática, con talento de base humanista, artística y creativa.

Sin duda, serán perfiles difíciles de encontrar. Por su puesto no se trata de conseguir ejecutivos súper estrellas. Se trata de formar equipos interdisciplinarios que sumen múltiples competencias. Que tengan la destreza para gestionar la inteligencia colectiva con la co-creación de espacios que fomenten el pensamiento creativo, para trasladar el conocimiento desde donde se tiene, hasta donde se necesita; y de esta manera apropiar la capacidad de encontrar, dónde está esa información distinta y valiosa, a partir del entendimiento de que "No se trata de encontrar nuevas respuestas, se trata de hacerse nuevas preguntas". Esto permitirá construir ventajas competitivas difíciles de igualar.

UNA MIRADA A LA INNOVACIÓN BANCARIA EN LA REGIÓN

Entrevista a Richard Custer, gerente de Planeamiento y Estrategia Digital del Centro de InnovaCXión del BCP



Richard Custer,
Gerente de Planeamiento y Estrategia Digital
del Centro de InnovaCXión del BCP

Desde procesos completamente virtuales, como abrir una cuenta de ahorros o solicitar un préstamo, hasta soluciones que faciliten la gestión empresarial, pasando por las tarjetas 'contactless' y los wearables, Ciclo de Riesgo converso en Lima con **Richard Custer**, gerente de Planeamiento y Estrategia Digital del Centro de InnovaCXión del BCP, quien nos detalla los planes del banco en el mundo digital.

¿Cuál es el objetivo de tener una oficina de innovación?

En el BCP la llamamos InnovaCXión porque todos los proyectos los llevamos a la acción validándolos con el cliente. Analizamos cómo nuestros clientes están adoptando la tecnología en su vida y desarrollamos proyectos para facilitar su contacto con el banco, pero siempre guiándonos por su feedback.

¿Se guían por los hábitos de los consumidores peruanos?

Los hábitos del cliente están cambiando en todo el mundo y tenemos que entender cómo se mueven. En el mundo tecnológico existen nuevas formas de trabajar y eso también se aplica para nuestros procesos internos. Nos fijamos en qué está pasando con la competencia tradicional, que son los otros bancos, algunos internacionales que importan tecnología de sus matrices, y en lo que consideramos competencia no tradicional, que son todas las soluciones tecnológicas para solicitar créditos, comparar precios, etc., que también son parte de nuestro entorno. Miramos qué hacen las empresas top en tecnología, pero como un banco peruano tenemos que reaccionar a las necesidades de nuestros clientes y nuestras aspiraciones digitales van a avanzar según su aceptación.

¿Cuáles son sus prioridades en tecnología?

Estamos en constante coordinación con el área de Negocios para ver cuáles son los productos digitales más importantes. Nuestro primer proyecto fue la apertura de cuentas de ahorro de manera digital; primero se usaron tabletas y ahora estamos migrando a quioscos que se encuentran en las agencias. Ya ofrecemos este servicio en 250 oficinas, con lo cual reducimos el tiempo de la operación a cuatro minutos, y cumpliendo con todos los lineamientos regulatorios.

¿La tendencia es agregarle más funciones a los quioscos digitales?

El driver es que el cliente se sienta cómodo por el canal que más le convenga. Por ejemplo, seguimos trabajando bimestre a bimestre en mejoras para la app de Banca Móvil que lanzamos en febrero del 2014. Ya van más de 16 actualizaciones y la idea es que esta sea la forma más rápida de interactuar con tus cuentas, hacer pagos, autorizar operaciones con la huella digital (si el smartphone lo permite), entre otras opciones.

¿Qué han desarrollado para sus clientes corporativos?

Tenemos soluciones para las pymes, con el fin de que puedan disponer de una base de datos de sus clientes según sus operaciones. Es decir, de acuerdo como vayan creciendo las transacciones, el pequeño empresario puede obtener diferentes tipos de datos y, a la vez, saber qué está pasando con la competencia. De igual manera, estamos piloteando una solución para la banca mayorista en la que el cliente puede emitir de forma remota una carta fianza con todas las autorizaciones para cumplir con el proceso.

¿Qué otros productos tienen previstos para este año?

Estamos actualizando el chat cognitivo para Facebook Messenger "Arturito" que hoy ayuda con datos básicos sobre los saldos y cuentas; es como interactuar con una persona porque utiliza

un lenguaje natural, así que vamos a ver qué otras operaciones puede realizar. Además, vamos a revisar la web dineroalinstantebcp.com, que ha tenido muy buen feedback porque para solicitar un préstamo ya no es necesario acercarse a una agencia. Todavía estamos en un piloto con algunos clientes, pero seguiremos avanzando sin descuidar nuestra reputación

¿Y las tarjetas contactless?

Desde enero contamos con las tarjetas contactless y con los wearables, que son pulseras vinculadas a una cuenta de ahorros. Somos el primer banco en el Perú en ofrecer esta alternativa de la pulsera con la marca Visa, que al igual que los plásticos contactless ofrece más seguridad porque no hay que entregar nada. Lo lanzamos en Asia porque ahí es donde se tienen más puntos de venta que aceptan estos dispositivos, pero esperamos que vaya creciendo.

¿Tienen incentivos para fomentar su uso?

Creemos que va a crecer orgánicamente. En las transacciones hay algo que llamamos fricción, como cuando una tienda no tiene cambio, que interrumpe la rapidez y fluidez. Entonces, para los dueños de los locales también es conveniente adoptar la nueva tecnología. Nosotros vamos a estar presentes para explicarles cómo funciona; al final somos un laboratorio de prueba que ofrecemos productos útiles.

¿Alistan campañas de marketing para difundir su uso?

Tenemos una estrategia paraguas como BCP, donde les notificamos a los clientes que estamos entrando muy fuerte a las mejores digitales en los productos y servicios. Después, en detalle informamos según el segmento. Si tenemos una aplicación como Yape, para realizar pagos entre personas y a negocios que tengan la app instalada, que está dirigida a 'millennials', hacemos campañas en línea con eso a través de redes sociales y en puntos físicos, si se considera que el impacto va a ser alto. Por ejemplo, Yape, lanzado en la tercera semana de febrero, está teniendo buenos resultados; para fines de marzo tendríamos 35.000 afiliados.

PRESTADERO, MODELO DE FINANCIAMIENTO COLECTIVO QUE SOBRESALE EN EL MUNDO DEL P2P EN MÉXICO



Gerardo Obregón,
Director General Prestadero

Gerardo Obregón, Director General Prestadero, es ingeniero químico, que se adentró en el mundo Fintech cuando decidió en 2011 constituir una plataforma de financiamiento colectivo en México. A largo de sus casi 6 años de operación ha gestionado más de 10 millones de dólares en créditos otorgados. Además, cuentan con más de 165 mil usuarios registrados en la plataforma, incluyendo prestamistas.

Ciclo de Riesgo conversó en Ciudad de México con Gerardo Obregón, sobre los pilares diferenciadores que soportan este exitoso modelo de Financiamiento Colectivo 100% digital.

Con el contexto que se avecina, ¿cómo vislumbra el financiamiento? Colectivo en este 2017?

El producto del financiamiento colectivo, dependiendo hacia quién va dirigido; se define como un grupo de personas que aportan a un proyecto financiero, ya sea un Crédito o capital; por lo tanto, estimo que donde más podría pegar es en las tasas que tenemos que son las más bajas del mercado para préstamos personales sin garantías.

El crédito tiende a crecer en época de bonanza pero cuando viene alguna recesión o ajuste en las economías es cuando se mide realmente tu validez de algoritmo en procesos de cobranza; 2017 será un año complicado donde los otorgantes de crédito tendrán que ser muy cuidadosos, anticipo que los Bancos serán mucho más restrictivos y eso puede ser una oportunidad de negocios para los pequeños jugadores que otorgan crédito de manera alternativa o con distintos requisitos.

En esta coyuntura ¿cuáles son las ventajas de otorgar crédito de manera alternativa?

Las ventajas son muy claras y las hemos visto desde el principio; de entrada tienes mejores tasas que el propio Banco; un crédito personal sin aval y sin garantía que empieza en 9 % anual es único en su especie. Por otro lado, tramitas todo en línea, lo que te permite no salir del trabajo para ir a pedir un crédito y hacer filas en un banco. Otra gran ventaja es que puedes ver todo el ciclo del crédito en tu portal sin ninguna restricción, mucha gente pasa por alto esto pero muchas veces los usuarios no saben ni cuanto le deben al Banco hasta que llega su estado de cuenta o hasta que navegan el laberinto del Call Center de la institución.

Con nosotros puedes ver tu estado de cuenta todo el tiempo, puedes descargar tus contratos e incluso ponemos un link donde le damos la opción al usuario de liquidar su crédito a tiempo y no solo eso, les mostramos los números para que sepan cuanto les falta para liquidar y cuanto se podrían ahorrar en intereses si lo hacen.

¿Cómo se gestiona el riesgo en un modelo de tanta flexibilidad para el usuario?

Hemos visto en este tipo de modelos en todo el mundo que el riesgo percibido es mucho mayor al real, simplemente porque no somos institución física o tal vez porque los requisitos en esta plataforma son más sencillos se cree que tenemos más riesgos, la clave es ser muy estrictos desde el análisis de crédito.

Aprobamos menos del 10 % de las solicitudes que recibimos en nuestro portal, que es un número muy inferior, en comparación con otras instituciones de este rubro. Prestar es fácil y lo complicado es cobrar, pero se puede hacer si inicias con un buen análisis de crédito.

El mejor indicador de la respuesta al riesgo es nuestra cartera vencida que esta en 5.15% al día de hoy, la medimos tomando en cuenta todo el capital vencido de más de 90 días de mora sobre el total otorgado histórico, el vencido nunca baja a menos que recuperemos dinero de esos créditos. Además nuestros datos son públicos y se actualizan en tiempo real y cualquier usuario lo puede ver en nuestra página de estadísticas.

Al ser una plataforma en línea ¿qué tanto permea en este sector la morosidad?

Esa es una percepción que se tiene sobre este tipo de negocios pero nuestros procesos de selección no son muy diferentes de otras instituciones, si consultamos el historial crediticio de una persona y si han fallado aunque sea un solo pago de cualquier monto, lo rechazamos. Nuestros préstamos son con tasas preferenciales por lo tanto solo otorgamos crédito a las personas que han comprobado con su historial que han sido buenos pagadores y que tienen un nivel sano de endeudamiento.

Pedimos su nivel de ingresos y documentación digital, validamos correos electrónicos, referencias, teléfonos etc.

Después de que se otorga aunque hacemos créditos sin avales ni garantías tenemos visitas domiciliarias y hemos logrado exitosamente a través de este modelo demandar y embargar. Entonces, el hecho de no tener garantías y avales no quiere decir que no podamos recuperar a través de procesos judiciales.

Hablemos de los clientes

Prestadero, tiene dos tipos de clientes, el que quiere crédito que solo necesita entrar al página de internet (prestadero.com) registrarse y solicitar bajo los requisitos de comprobar ingresos, tener una cuenta bancaria y buen historial crediticio.

Nuestro otro cliente es el prestamista, que presta dinero a los créditos que ya aprobamos.

El prestamista se lleva la tasa de interés del crédito menos una comisión del 1%, esto es así porque en Prestadero solo somos comisionistas, hacemos toda la gestión del crédito, por lo tanto es una forma muy segura de prestar dinero, lo que permite el modelo es la diversificación masiva de tus fondos.

Estrategias a implementar para generar un incremento en el otorgamiento de crédito

Para mí es a través de empresas Fintech, por nuestra naturaleza. Si observamos, podemos constatar que han habido ya muchos cambios en regulaciones, estructura,

mercados, etc., y seguimos en niveles bajos de otorgamiento con respecto a otros países. El acceso al crédito ha crecido pero no lo suficiente; no ha generado esa explosión que esperamos, y creo que la manera de llegar a las personas tiene que ser de una forma eficiente, y la Internet ayuda.

La nueva ley Fintech que se avecina puede ayudar a que este crecimiento suceda, y está comprobado que se pueden hacer análisis de riesgo desde plataformas online, que no necesitas que el usuario vaya, y sobre todo, que no se necesita poner sucursales en pueblos o ciudades donde no es rentable estar.

La ley Fintech ha abierto un gran debate ¿cuál es su visión sobre esta ley?

Considero que esta ley debe tener dos objetivos principales: proteger a los usuarios de las plataformas de crédito y permitir la competencia leal entre plataformas. Esos son los principales objetivos de esta ley y hay que reconocer la buena disposición de los involucrados que estamos navegando sobre un sector nuevo, obviamente pueden existir errores y no será perfecta desde su creación y por ello es necesario basarla en regulaciones existentes de otros países, tomar sus buenas prácticas e ir modificando conforme vaya funcionando y la industria lo solicite. Es muy importante que la regulación no prohíba o mate el ecosistema, debe entender que es nuevo y el pobre análisis en leyes puede enterrar a muchos jugadores.

El futuro en el sector financiero Fintech, ¿qué viene para ellas?

El éxito vendrá para aquellas Fintech que puedan atraer usuarios de forma barata para que soliciten crédito bajo solicitudes simples pero que te dé el balance para hacer un análisis correcto, un equilibrio entre información asertiva y sencillez.

¿Dónde reside el principal riesgo en este tipo de operaciones?

Nosotros analizamos dos vertientes del crédito, una de ellas es la identificación del usuario donde tenemos mucho camino avanzado, incluso en algunas ocasiones somos más exitosos validando esta información por nosotros mismos que teniendo al usuario presente. La otra vertiente tiene que ver con la calificación crediticia que tiene varios factores que determinan la prontitud del pago, usamos un algoritmo para determinar si puede ser sujeto de crédito y la tasa de riesgo, pero lo que más hemos visto que pronostica el comportamiento de pago y que nunca nos falla es consultar la información en Buró de Crédito, ir al historial crediticio.

AECSA

Sinónimo de amor, pasión e innovación

“Entiende la estructura y podrás crear una compañía, entiende a las personas y podrás construir un negocio”, así profesa el reconocido conferencista de TED (Technology – Entertainment – Design), Simon Sinek, esta poderosa frase puede dilucidar lo que se ha convertido en la filosofía de las empresas líderes de la actualidad.

Atrás quedó el seguimiento fiel del “statu quo” y la concepción de que los beneficios económicos son el centro de toda estrategia empresarial. La nueva era pertenece a quienes maximizan el valor humano y perciben las ganancias como el resultado de dar a su gente un propósito más grande que ellos mismos, sentido de pertenencia y la oportunidad de crecer personal y profesionalmente.

Este modelo se conoce como “Human Centered Business”, que puede traducirse como “Compañías enfocadas en lo humano”, y que irónicamente crece cada día más en un mundo volcado a la tecnología, como en un esfuerzo por salvaguardar nuestros valores y principios éticos. Es un cambio de paradigma donde lo material deja de ser sinónimo de éxito y hacer “sentir y vivir el alma” dentro y fuera de la compañía se convierte en el verdadero indicador de eficiencia.



AECSA cuenta con 20 años de trayectoria y desde su creación se ha caracterizado por hacer suya esta filosofía, siendo en aquella época poco común o inexistentes estos modelos, ya la compañía los ponía en práctica sin saberlo. No es casualidad que desde hace dos décadas, con su eslogan “trabajamos con amor, pasión y cero error”, no cuentan con trabajadores, sino con jugadores titulares que sienten la camiseta con orgullo y tienen muy claro cual es su misión dentro de esta gran familia.

Cuando se cuenta con bases sólidas y un gran propósito, el equipo busca constantemente agregar valor a su compañía, es ahí cuando se desafía lo establecido y aparece la innovación. AECSA es una de las empresas líderes en la industria de la conciliación y recuperación de cartera, con experiencia en la administración de portafolio de más del 90% de las entidades financieras de mayor prestigio de Colombia, apoyados precisamente en la innovación, continúa creciendo y cosechando triunfos.

Las organizaciones que ponen en todo el espectro visual a las personas y convierten su negocio en una experiencia enriquecedora para sus clientes, califican dentro del branding emocional como las llamadas “oxitomarcas” porque su intención es producir sensaciones de alegría, bienestar, confort, seguridad y confianza gracias a la producción de oxitocina.

Ambos conceptos describen a esas instituciones que se desarrollan con el hemisferio derecho del cerebro, aquellos que se conectan con el lado humanista, sensible al arte, la creatividad y las emociones, en contraparte del perfil tradicional de las empresas donde predomina lo racional, calculador y tecnista del hemisferio izquierdo.



Alta directiva de AECSA acompañados por José Wolff, Director de Estrategia Digital de Bancolombia

BOGOTÁ
Av. Américas · 46 - 41
Tel. 287 11 44 - 7420719
Info. info@aecsa.com.co
www.aecsa.com.co

Bancolombia, siendo mundialmente conocido por su excelencia y sostenibilidad, laureado con premios internacionales que lo certifican, realiza anualmente el “Evento de reconocimiento Proveedores y Aliados Estratégicos”, este año con el lema “Es el momento de los que comparten nuestro propósito, es el momento de todos”, premiaron de un total de 46 postulados, siete categorías según la gestión de los participantes en todo 2016. Una vez más AECSA recibió el honor en la categoría “Innovación”, sumándose a los obtenidos en 2014 como “Innovando en la experiencia al cliente” y 2015 “Proveedor Integral”.

El reconocimiento obtenido el pasado 8 de mayo evidencia el compromiso de AECSA de continuar evolucionando la industria, es así como nace AECSA LAB, una organización creadora de nuevas oportunidades incluyentes a través de la educación para el trabajo, el desarrollo humano y la innovación, desarrollando proyectos y servicios encaminados a transformar la economía del país.

En materia de innovación tecnológica han conformado el proyecto “Revolución Digital AECSA”, estrategia dirigida a la digitalización de todos los procesos, para fortalecer la versatilidad, eficiencia e inclusividad de la organización.

Como parte del constante crecimiento y fortalecimiento de su operación, este año AECSA está encaminada a obtener la certificación del sistema de gestión estratégico de innovación.

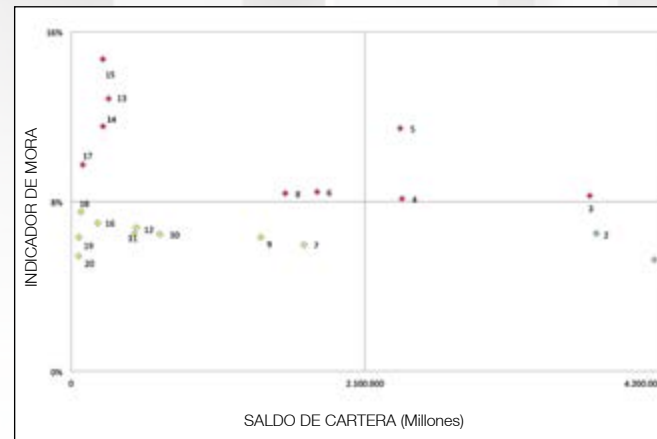


Con dedicación y compromiso desean seguir liderando la industria de la conciliación y recuperación de cartera, conquistar con amor y pasión nuevos reconocimientos a la excelencia, a futuro convertirse en referente educativo dentro del sector y continuar posicionando la marca AECSA como sinónimo de INNOVACIÓN en Colombia.

Calidad de cartera por producto

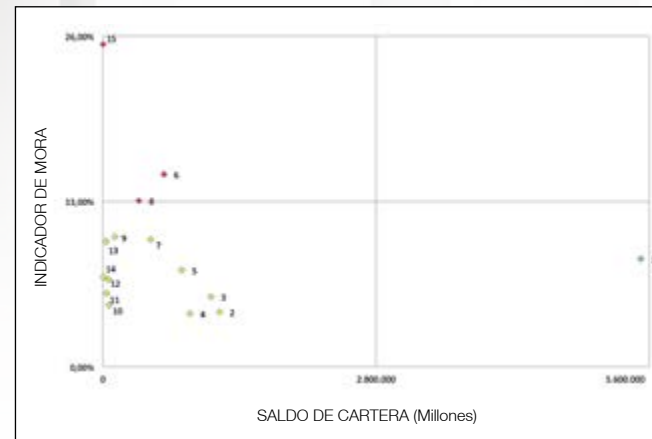
Fecha de Corte: 31/05/2017
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia
Indicador de mora por temporalidad

Tarjeta de Crédito



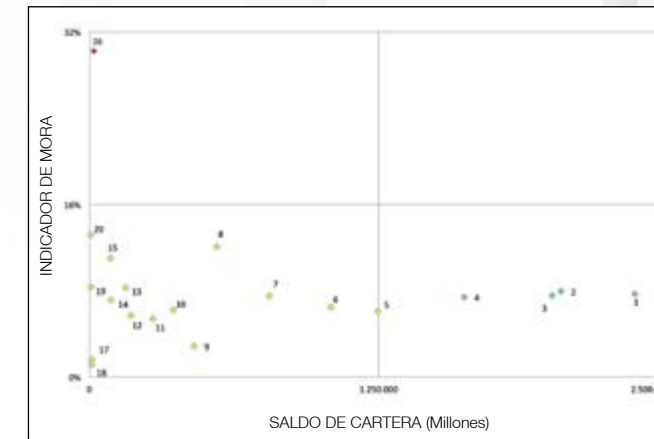
ENTIDAD	Saldo Cartera	Indicador de Mora
1 BANCOLOMBIA	4.150.863	5,26%
2 DAVIVIENDA	3.703.755	6,50%
3 COLPATRIA	3.652.769	8,28%
4 BANCO DE BOGOTA	2.384.916	8,13%
5 CÍA DE FINANCIAMIENTO TUYA	2.371.184	11,45%
6 BBVA COLOMBIA	1.732.192	8,46%
7 CITIBANK	1.630.267	5,97%
8 BANCO FALABELLA	1.487.371	8,39%
9 BANCO DE OCCIDENTE	1.298.559	6,32%
10 AV VILLAS	682.325	6,46%
11 BANCO CORPBANCA	502.448	6,77%
12 SERFINANSA S.A.	484.407	6,47%
13 BCSC S.A.	287.707	12,85%
14 BANCO POPULAR	245.143	11,54%
15 BANAGRARIO	244.205	14,71%
16 BANCOOMEVA	205.326	6,99%
17 BANCO PICHINCHA	89.455	9,73%
18 BANCO GNB SUDAMERIS	74.751	7,53%
19 FINANDINA	58.504	6,32%
20 FIN JURISCOOP	57.768	5,43%

Microcrédito



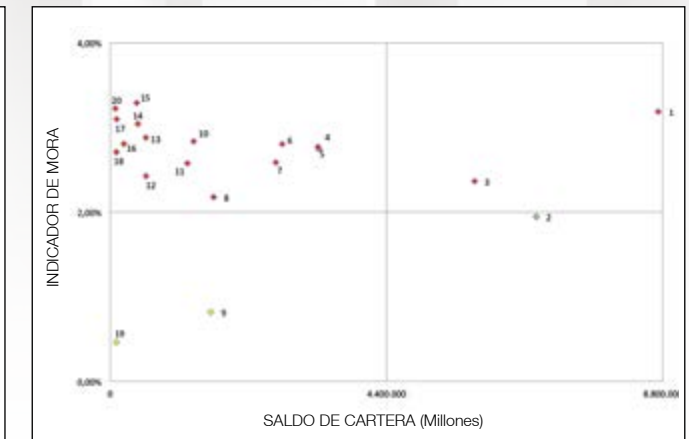
ENTIDAD	Saldo Cartera	Indicador de Mora
1 BANAGRARIO	5.346.491	8,19%
2 MUNDO MUJER	1.158.195	3,58%
3 BANCAMIA	1.073.763	5,32%
4 WWB	876.050	3,07%
5 BCSC S.A.	791.246	6,62%
6 BANCOLOMBIA	648.867	11,98%
7 BANCOMPARTIR	480.021	9,30%
8 BANCO DE BOGOTA	366.143	12,04%
9 DAVIVIENDA	117.822	9,07%
10 COLPATRIA	62.927	4,19%
11 C.A. CREDIFINANCIERA	59.338	3,42%
12 OPPORTUNITY	34.785	5,30%
13 COOPCENTRAL	33.021	7,09%
14 BANCO POPULAR	7.502	7,47%
15 PROCREDIT	4.649	11,84%

Vehículo



ENTIDAD	Saldo Cartera	Indicador de Mora
1 BANCOLOMBIA	2.356.561	7,70%
2 DAVIVIENDA	2.037.972	7,94%
3 BANCO DE OCCIDENTE	1.999.448	7,55%
4 BBVA COLOMBIA	1.619.450	7,40%
5 FINANDINA	1.245.811	6,07%
6 G.M.A.C. COLOMBIA	1.043.776	6,45%
7 BANCO DE BOGOTA	776.976	7,51%
8 BANCO PICHINCHA	550.289	12,06%
9 RCI COLOMBIA	452.112	2,86%
10 COLPATRIA	362.471	6,20%
11 BCSC S.A.	275.340	5,40%
12 BANCO CORPBANCA	179.843	5,70%
13 AV VILLAS	156.907	8,27%
14 BANCOOMEVA	92.373	7,13%
15 GIROS Y FINANZAS	90.627	10,99%
16 CÍA DE FINANCIAMIENTO TUYA	19.442	30,22%
17 BANCO SANTANDER	10.950	1,62%
18 WWB	9.930	1,13%
19 BANCO POPULAR	7.287	8,34%
20 SERFINANSA S.A.	4.690	13,16%

Libranza



ENTIDAD	Saldo Cartera	Indicador de Mora
1 BANCO POPULAR	8.727.939	3,19%
2 BBVA COLOMBIA	6.784.905	1,94%
3 DAVIVIENDA	5.802.481	2,36%
4 BANCO DE BOGOTA	3.316.921	2,75%
5 BANCO GNB SUDAMERIS	3.309.293	2,77%
6 BANCOLOMBIA	2.739.787	2,80%
7 BANCO CORPBANCA	2.635.324	2,59%
8 BANCO DE OCCIDENTE	1.647.032	2,18%
9 AV VILLAS	1.602.434	0,82%
10 BANCO PICHINCHA	1.326.471	2,84%
11 BCSC S.A.	1.229.076	2,57%
12 COLPATRIA	569.265	2,43%
13 BANAGRARIO	564.197	2,88%
14 FIN JURISCOOP	441.404	3,04%
15 C.A. CREDIFINANCIERA	423.805	3,29%
16 CITIBANK	216.608	2,81%
17 GIROS Y FINANZAS	101.107	3,10%
18 FINANDINA	95.181	2,71%
19 BANCOOMEVA	92.721	0,46%
20 WWB	81.211	3,23%

INNOVACIÓN EN LOS PROCESOS DE COLOCACIÓN DE CRÉDITOS,

Una ventaja para la industria de la financiación y la cobranza



Óscar Gutiérrez
Gerente de BioCredit

Es indiscutible observar como la tecnología se ha apoderado de nuestra vida diaria, ahora a través de diferentes aplicaciones usamos cosas que antes se hubieran hecho impensables, como subirse al carro de un desconocido, viajar por el mundo alojándose en una vivienda compartida, o dejar gran parte de nuestra información, gustos y preferencias en un muro al alcance de extraños y conocidos.

La tecnología se ha apropiado de nuestras vidas, eso es innegable, desde el mismo momento que apareció la World Wide Web (WWW) a principios de los 90's, nuestra vida no ha hecho más que cambiar, y con ella, las industrias que atienden a una cantidad masiva de personas, han reinventado sus procesos para atender un creciente público productivo, la muy mencionada generación 'millennials', quienes son las personas nacidas entre principios de los 80's y mediados de los 90's, una generación que nació con la tecnología y no duda en utilizarla para facilitar su vida y hacerla cada vez más sencilla empleando las herramientas tecnológicas que tienen a su alcance.

Pero es de preguntarse, ¿Qué tanto ha cambiado la industria del crédito para esta nueva generación?, y la respuesta salta a la vista, ¡Nada en absoluto!, aún las entidades financieras siguen haciendo complejo el proceso de solicitud de crédito, con documentos interminables, procesos que para un usuario pueden tardar horas en una oficina bancaria que abre cuando las personas trabajan, y con una respuesta indeseada para muchos solicitantes, que terminan por optar acceder a otros mecanismos de financiación menos complejos, más rápidos, y en ocasiones muy inseguros para la integridad física de quien necesita los recursos.

Según se ha revelado en recientes estudios, como el realizado por un equipo de investigación y estrategia de negocios llamado 'Scratch' en el Millennial Disruption Index y publicado por la Revista Forbes, siete de cada 10 Millennials prefieren ir al dentista que a una oficina bancaria, lo cual deja entrever que para las nuevas generaciones el 'Estatus Quo' que representa la

banca, es un factor contra el que se desea luchar, revelando el mismo informe que inclusive el 33% de esta población está dispuesta a cambiar de banco en los próximos 90 días.

Esta tendencia ha estado marcada a su vez por nuevas alternativas jóvenes y frescas de financiación, que han comprendido estas necesidades del nuevo consumidor, alojadas en un ecosistema denominado Fintech, que ha aprovechado las debilidades de la banca para hacerlas su fortaleza, naciendo así importantes compañías que exigen menos trámites, con una mínima documentación y con desembolsos que pueden llegar a ser en ¡24 horas o menos!, pero ¿Por qué la banca tradicional con el músculo financiero, conocimiento del usuario y tecnología casi ilimitada que poseen, no han ajustado sus procesos a las necesidades a gritos de los consumidores?, parece ser que últimamente es una carrera tecnológica de egos donde cada banco quiere mejorar más sus plataformas sin adecuarlas a lo que más debe tener importancia, el consumidor que pagará por esos servicios.

Pero bueno, estimado lector, dejemos lo negativo y pasemos a lo positivo, lo invito a que piense cuándo fue la última vez que ingresó directamente a una página web sin antes haber 'googleado' lo que necesitaba, también lo invito a que lo converse con sus amigos, hijos o 'millennials' que conozca, si recuerdan las claves de acceso o prefieren 'loguearse' con la red social de su preferencia, y por último y no menos importante, piense por favor en cuanto han mejorado los ingresos de las disqueras desde la aparición de iTunes y posteriores plataformas de streaming como Spotify, Deezer, entre otras tantas; ahora, analice como estos casos de éxito en el mundo tecnológico pueden ayudar a conseguir los clientes que tanto desea y que el éxito de los Call Center con su oferta de crédito ya es obsoleto para una generación que es autosuficiente.

Primero que todo hay que iniciar por entender como piensa la nueva generación, por ejemplo, en el pasado primero se tramitaba el crédito y luego se buscaba el automóvil que se adecuaba al monto conseguido, hoy día los típicos solicitantes de crédito primero buscan el carro que quie-

ren y después buscan el crédito que les permita conseguirlo, he aquí la importante diferencia de emplear muy bien la data analítica que puede ofrecer la tecnología para hacer más eficiente y preciso el proceso de colocación y consecución de clientes.

Hoy en día en los procesos de crédito es tanto, o más valiosa la información con la que los sujetos de crédito cuentan en sus redes sociales, como la contenida en centrales de información financiera, ya que permite no solo inferir su probabilidad de Default a través de información de trabajo, universidades donde ha estudiado, seguidores, etc... Si no también conocer que le gusta, que sitios ha visitado, e incluso inferir su capacidad de gasto de acuerdo a los viajes que ha tenido y los cuales están contenidos en sus redes sociales mediante un simple 'logueo'.

Otra importante tendencia que el mercado de créditos puede aprovechar, es dejar de inundar al usuario con complejas plataformas bancarias que por el hecho de ser apps, no dejan de tener la misma complejidad en el proceso de entendimiento y solicitud, que lleva al usuario a cansarse en la tercera pantalla; por el contrario, las entidades que llegarán al mercado que desean y lo rentabilizarán con su portafolio de productos, serán aquellas que dejen de crear plataformas pero que estén en aquellas que el usuario utilice comúnmente, que tenga que entender una vez y pueda usar múltiples veces, es ahí donde se mueven los potenciales clientes y donde radica el verdadero conocimiento del usuario.

Es un principio básico en la administración de riesgos, contar con la mejor información disponible, la gran conclusión es que gran parte de la información que mueve al usuario no la va a dejar solo en la app de su entidad, hay que buscar más allá, y hacer de esto una fortaleza que a su entidad le servirá el poder de la nueva información tanto para colocar los créditos como para posteriormente poder cobrarlos.

¿CUÁNTAS PERSONAS TIENEN CRÉDITO EN COLOMBIA?

Informe de Inclusión Financiera

Según el Reporte de Inclusión Financiera correspondiente al año 2016 y primer trimestre de 2017, elaborado por la Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades, que se hace posible gracias al procesamiento de datos que efectúa cada trimestre el Buro TransUnion, diferenciado para personas y empresas, con productos financieros activos e inactivos tanto en entidades crediticias vigiladas por la Superfinanciera, Cooperativas vigiladas por la Super solidara y ONG microcrediticias, se evidencia que el indicador de inclusión financiera a marzo de 2017, se ubicó en el 78,1% (26,1 millones de adultos) con algún producto financiero. De éstos, 22,4 millones de adultos, 67,1% usan sus productos activamente. Esto significa que, para este corte y de acuerdo con las proyecciones de población del DANE, 7,3 millones de adultos no contaban con ningún producto financiero formal.

Para 2016 este indicador se había ubicado en 77,3% y en 75,4% en 2015. Se tiene que en 2016 el 52,4% fueron mujeres y el 47,4% hombres.

Mirando el primer trimestre de 2017 ingresaron por primera vez al sistema financiero 175.274 adultos, lo que significó una reducción de -27,9% (67.709 adultos) frente al dato registrado durante el primer trimestre de 2016 (242.983).

Colombianos con Crédito

En relación con los productos de crédito, los de mayor penetración entre los colombianos son los créditos de consumo (consumo y tarjeta de crédito). A marzo de 2017, se registraron 8,99 millones de usuarios con tarjeta de crédito vigente y 7,70 millones de usuarios con otros productos de consumo vigentes, para un total de 16,7 millones de adultos con algún tipo de crédito de consumo, esto es el 49% de los adultos del país.

Para las demás modalidades, al terminar el primer trimestre del año, el número de personas adultas, con microcrédito ascendió a 3,30; con crédito hipotecario 1,12 millones de adultos y 786 mil con crédito comercial.

Con excepción del microcrédito, el crecimiento anual en el número de deudores con crédito vigente en los diversos productos se ha desacelerado frente a los niveles observados un año atrás. Así, por ejemplo, mientras en marzo de 2016, el crecimiento anual en el número de deudores activos era de 10,9%, 11,3% y 7,4%, para los créditos de consumo,

tarjeta de crédito y vivienda, respectivamente; estas tasas de crecimiento descendieron a niveles de 4,4%, 7% y 5,5% en marzo de 2017.

Cupos de Tarjeta de Crédito

A cierre del primer trimestre del año, de acuerdo con los reportes de la Superintendencia Financiera de Colombia, el total de tarjetas de crédito vigentes ascendió a 14,8 millones de plásticos, con un saldo total por valor de \$26,4 billones de pesos y un cupo no utilizado de \$42,1 billones de pesos. Al relacionar estos indicadores con el número de usuarios activos de tarjeta de crédito (8,99 millones de adultos), se tienen que el número de plásticos promedio por usuarios activo de tarjetas de crédito se mantiene en 1,6; no obstante, el saldo y el saldo más el cupo no utilizado por usuario activo aumentaron entre marzo de 2016 y marzo de 2017. En el primer caso en \$223.317 al pasar de \$2,7 a \$2,9 millones de pesos, y en el segundo caso en \$371.740 al pasar de \$7,2 a \$7,6 millones de pesos.

Tenencia de varios productos

La combinación más usual de adultos que tienen varios productos financieros activos está representada en la tenencia de por lo menos una cuenta de ahorro con una tarjeta de crédito, con 7 millones de adultos para marzo de 2017. Para el mismo periodo, le siguen 4,61 millones de adultos que tienen un crédito de consumo y una tarjeta de crédito. Tan solo 696 mil se reportan como tenedores de crédito de Vivienda y de consumo; y 516 mil con microcrédito y crédito de consumo. Entre diciembre de 2016 y marzo de 2017, esta combinación de crédito de consumo y microcrédito presentó el mayor crecimiento trimestral, al incrementarse en 4,9% (23.964 adultos adicionales con este portafolio).

El crédito como segundo paso

Mirando el primer trimestre de 2017 ingresaron por primera vez al sistema financiero 175.274 adultos, lo que significó una reducción de -27,9% (67.709 adultos) frente al dato registrado durante el primer trimestre de 2016 (242.983). Entre enero y marzo de 2017, el producto más importante como puerta de entrada al sistema financiero fue la cuenta de ahorros (78,8% del total). Del total de adultos que ingresaron por primera vez, solo el 8,3% entro por adquisición de una tarjeta de crédito, 7,8% por un microcrédito y 3,3% por un crédito de consumo.

PERSONAS JURÍDICAS CON PRODUCTOS FINANCIEROS EN COLOMBIA

Con respecto a las personas jurídicas se evidencia que, entre diciembre de 2008 y diciembre de 2016, el número de empresas con algún producto financiero en establecimientos de crédito aumentó en 279.687 empresas, al pasar de 471.386 a 751.073 (561 mil con un producto vigente).

Con corte a marzo de 2017 el número de empresas con algún producto activo o vigente en el total de entidades financieras fue de 567.545, el resto lo tienen inactivo, lo cual evidencia el inmenso reto que enfrenta el sector en lograr, no solo el acceso, sino el uso.

El número de empresas que se vinculan por primera vez al sistema financiero contrasta con el número de empresas que se crean cada año. De acuerdo con Confecámaras, durante 2016, se crearon 76.794 empresas en calidad de sociedades (Nit). Sin embargo, en 2016, se vincularon al sistema financiero por primera vez tan solo 31.420 empresas (41%), 20% menos que las empresas que ingresaron al sistema durante 2015. Por su parte, tan solo el 3% de las creadas, reportan el crédito como su producto de entrada.

Aunque el crédito comercial es el más común entre las empresas, para marzo de 2017 el número de empresas con este producto tan solo alcanzó 216.205 empresas con crédito comercial vigente. Bajo la modalidad microcrédito se reportan 20,864 empresas con microcrédito, de las cuales solo 13,182 empresas lo tenían vigente a marzo 2017. Resalta el informe, que, entre marzo de 2016 y marzo de 2017, el producto de crédito que registró un mayor incremento en el número de empresas usuarias fue el microcrédito con un incremento anual de 20,6% (2.255 empresas adicionales con microcrédito vigente en el último año).

En crédito de consumo se reportan 84,600 empresas con crédito vigente y en tarjeta de crédito 73,400 según datos a marzo de 2017. Es de resaltar que el crecimiento trimestral en el número de empresas con tarjeta de crédito vigente ha venido aumentando desde junio de 2016, en ese momento la tasa de crecimiento trimestral de las firmas con este producto fue de 1,4%.

Estas cifras de crédito empresarial lucen bajas, teniendo en cuenta que según la central de informa-

ción de las Cámaras de Comercio integrada en el Registro Único Empresarial y Social (RUES), en Colombia existen alrededor de 1,4 millones de unidades productivas, de las cuales, cerca de 400.000 se registran como sociedades.

Las Pymes en el Foco de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera

Con el fin de potencializar los logros alcanzados y continuar avanzando en diferentes frentes de la inclusión financiera, la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, que lidera la Banca de las oportunidades, priorizó, dentro de los cuatro aspectos foco, la promoción de alternativas de acceso a financiamiento y desarrollo de las Pymes, que contribuyan a elevar la formalización de los pequeños comerciantes, la dinamización de las transacciones financieras y elevar el conocimiento y utilización de instrumentos como el factoring y las garantías mobiliarias, para las cuales ya se cuenta en el país con la regulación necesaria, pero se requiere de mayores esfuerzos en difusión y uso efectivo de los mismos.

Por ejemplo, de acuerdo con los resultados de la Gran Encuesta PYME (ANIF – 2015), solo el 3% de las Pyme utiliza el factoring como mecanismo de financiación debido a que desconocen cómo funciona. Respecto a las garantías mobiliarias, si bien los resultados de esta regulación han sido positivos aún su utilización es baja y hasta la fecha la verdad es que no ha cumplido su papel de herramienta dinamizadora del acceso al crédito. Antes de la expedición de la Ley, existía un total de 812.622 registros de garantías mobiliarias. Incluyendo los registros vigentes antes de 2014, el número total de registros al 31 de marzo de 2017 fue de 1.499.148, de los cuales 85% (1.267.743) corresponden a garantías sobre vehículos y tan solo el 15% corresponde a garantías sobre maquinaria, equipo, licencias, permisos, participaciones en capital, cuentas por cobrar, productos agrícolas, inventarios y otros. Del total de registros de deudores, 98% corresponden a personas naturales, y el 65% se concentra en las principales ciudades.

¿QUÉ ES LO QUE DEBE PRIMAR?: RACIONALIDAD

Visión del Superintendente Financiero ante la coyuntura actual de crecimiento de la cartera vencida

Nadie duda de la solidez y de la capacidad del sistema financiero colombiano de adaptarse de forma ordenada a los ajustes del menor crecimiento económico, sin embargo, para todos es claro que será un cierre de año complejo. Desde mediados de 2016, la tendencia de crecimiento de la cartera vencida ha mostrado un incremento sostenido lo que la tiene en el centro del debate, a pesar que comparativamente, estos indicadores de deterioro aún se encuentran por debajo de los máximos de la última década.

Al cierre del mes de mayo, el saldo total de la cartera bruta del sistema, presentó una variación nominal anual de 6.68%. Por su parte, el indicador de cartera vencida se ubicó en el 4.25% de la cartera total, continuando con la tendencia creciente de los meses anteriores. Explica la superintendencia que “durante el mes la tasa de crecimiento real anual de la cartera vencida total fue de 33.9%, aunque se vio una moderación en la velocidad de su crecimiento con respecto al mes anterior. Esta variación es explicada, principalmente, por la modalidad comercial, cuya cartera vencida se incrementó en 44.8% real anual, siguiendo la tendencia exhibida en los últimos meses, presentando una reducción en la velocidad de deterioro”. Así las cosas, la cartera de créditos está siendo el principal foco de acción de las entidades y la Superintendencia Financiera.



Jorge Castaño
Superintendente Financiero

Para Jorge Castaño, Superintendente Financiero de Colombia, las cifras son claras, demandan atención y sobretodo una reacción racional y efectiva: “La improvisación o sobreacción no son una opción”. El superintendente le apuesta a la visión positiva del “vaso medio lleno”, recalcando que más del 95,75% de la cartera se mantiene al día. Llama la

atención además, que de forma paralela, las entidades están constituyendo las provisiones necesarias ante el deterioro. Según cifras de mayo “el indicador de cobertura de la cartera (provisiones/cartera vencida) fue de 122.4%, esto significa que por cada peso de cartera vencida, los establecimientos de crédito tienen 1.22 pesos en provisiones para cubrirlo”.

Colombia cuenta con un sistema financiero sólido

No hay foro donde no se reconozca la fortaleza del sistema financiero colombiano. Gracias a una estructura institucional sólida y articulada, un modelo de regulación basado en mejores prácticas y estándares internacionales, esquemas de supervisión basado en riesgo e implementación oportuna de los estándares regulatorios de carácter prudencial por parte de las entidades, a pesar del año complejo que afronta el país, el sector financiero continúa consolidándose como uno de los motores de la economía. Según el Dane, entre enero y marzo mientras la economía colombiana creció 1,1 %, cifra inferior a la observada en igual periodo de 2016 cuando la cifra llegó a 2,7 %, el sector financiero creció el 4,4% durante el primer trimestre del año 2017.

“La coyuntura devela riesgos e impone retos: debemos anticiparnos a ellos y actuar con responsabilidad”, advierte Jorge Castaño, quien considera tres variables fundamentales para mantener la estabilidad del sistema: Calidad de capital de las entidades crediticias, consistencia de fuentes de fondeo y reconocimiento adecuado de las pérdidas de cartera.

Actuar estratégico en la gestión de Riesgos y erradicar las malas prácticas

Para el Superintendente “Identificar, valorar, monitorear y controlar” se constituyen en los cuatro pilares de cadena de valor de la Gestión de Riesgos para mitigar los efectos de corto plazo y anticiparse a los de largo plazo: “La toma de decisiones responsables que generen cambios efectivos y hacer lo que mejor saben las entidades: gestionar los riesgos”, además añade “en esencia los riesgos no son diferentes, lo que cambia son los factores que los detonan”.

Por su parte, advierte que resulta fundamental la identificación de malas prácticas que puedan exacerbar los riesgos de no pago, entre las que se encuentran: Procesos de reestructuración inadecuados, sobreestimación de capacidad de pago, modelos de calificación débiles, procesos de valoración de garantías, sin metodologías adecuadas, ni parámetros, ni fuentes idóneas, o desactualizadas.

Existen señales positivas

Para Jorge Castaño hay señales positivas que llevan a esperar la reactivación del consumo interno y por ende de la dinámica crediticia:

- La política monetaria expansiva en un escenario reciente de inflación estable y en descenso (4.3% en mayo vs 8.20% para el mismo mes de 2016), se ha visto reflejada en una disminución en las tasas de interés.
- Los nuevos programas de subsidio a la tasa para la compra de vivienda nueva VIS y NO VIS y el inicio de la ejecución de los proyectos de 4G que ya cuentan con cierre financiero definitivo, impulsarán el crecimiento del sector construcción y la economía en su conjunto.
- La tasa de desempleo se mantiene controlada. Para abril fue de 8.9%, la más baja desde que hay cifras comparables (2001) y en mayo, aunque subió al 9,4%, se mantiene en rangos controlados, por debajo del 10%.

La Cartera Comercial en el centro del monitoreo

Para mayo, el saldo total de cartera comercial continúa mostrando crecimientos negativos, con una variación de -1.80% real anual (en términos nominales, la variación fue 2.49%). Detalla la Superintendencia en su informe de mayo que “específicamente, la cartera comercial registró un crecimiento en la cartera vencida de 44.82% real anual que recoge el efecto ya señalado de clientes particulares (Eléctrico) y en adición muestra un deterioro en segmentos como el corporativo, leasing y PyMes, en donde llama la atención el comportamiento del segmento transporte (terrestre) sobre el que las entidades vigiladas hacen un monitoreo específico”.

Particularmente frente a la cartera vencida comercial, el superintendente llama la atención sobre el manejo del riesgo en “grandes exposiciones”, lo anterior a la luz de los “eventos aislados” que caracterizaron buena parte de los deterioros en la cartera comercial: “Los casos aislados, las situaciones atípicas o las coyunturas particulares no pueden desviar la atención de lo realmente estructural”, y continúa recordando la célebre expresión... “No existen deudores demasiado grandes para no pagar” (“Too big not to pay”). Explica el Super que “esto va más allá de un tema puramente cuantitativo o contable, involucra la capacidad de reacción de la entidad ante materializaciones de riesgos”, y resalta tres acciones básicas que deben estar en el centro de la gestión de riesgo de todas las entidades: “anticipar posibles desviaciones de los presupuestos iniciales, actuar oportunamente en la definición de controles y toma de medidas dirigidas básicamente a mitigar el impacto o la pérdida”.

“Se requieren entonces acciones contundentes para el manejo de los portafolios deteriorados: Efectivos procesos de recuperación, buenas prácticas de reestructuración, y valoración de garantías”, resalta Jorge Castaño.

La Cartera Consumo

Por modalidad, la cartera de consumo al cierre del mes de mayo se incrementó en 8.29% real anual, la cartera de vivienda lo hizo en 7.74% real anual, al tiempo que la modalidad de microcrédito continuó presentando crecimientos positivos con 2.81% real anual.

Con respecto a la mora, la cartera vencida de consumo se incrementó en 27% real anual, la vencida de vivienda en 24,5% y la de microcrédito creció el 14,8%. En el caso particular de la cartera de consumo, los deterioros se han asociado a los segmentos libre inversión y tarjeta de crédito. Con respecto a la cartera de consumo, en opinión del superintendente, “La mayor participación en segmentos con mayor deterioro debe considerar la aplicación de sólidos principios de originación. El crecimiento no puede sustentarse en mayores apuestas de Riesgo”.

Respecto a la cartera de Vivienda, para el Super, la gestión de garantías es fundamental: Adecuada valoración y monitoreo Sectorial, son variables de prevención.

¿Qué esperar del Supervisor?

Ha sido clara la Superintendencia a la hora de resaltar sus prioridades: Mantener el flujo de crédito a la economía, la estabilidad financiera de largo plazo y la confianza de los consumidores, son los tres aspectos que están en la agenda central de la entidad.

Por su parte, y respecto a la Gestión de Riesgos, el plan de trabajo de la Superintendencia tiene su foco puesto en los siguientes cinco aspectos:

1. Provisiones por deterioro (GE026/2012): Incorporar un nuevo parámetro para su activación en función del crecimiento de cartera bruta. (No implica reversión de provisiones).

2. Reestructuraciones: Evaluar las mejores prácticas en la materia, con el fin de que este mecanismo cumpla con su propósito de reactivar la viabilidad financiera de los deudores.

3. Esquema de provisiones de la cartera hipotecaria: Actualizar el esquema en razón a la naturaleza de las garantías, a los porcentajes de cobertura de provisión individual vigentes.

4. Comité de Riesgo de Crédito: El pasado mes de julio fue reactivado el Comité para riesgo de crédito con el fin de generar espacios de discusión franca y técnica alrededor de este tema. De esta manera celebra Jorge Castaño este aspecto: “Bienvenida la discusión argumentada”.

5. Pruebas de estrés: Siguiendo estándares internacionales la Super busca promover la adopción de estos esquemas en todos los establecimientos de crédito en atención a su tamaño, complejidad y naturaleza de sus operaciones.

GERENCIA ESTRATÉGICA PARA LA COMISIÓN NACIONAL DE CRÉDITO AGROPECUARIO

Luego de dejar la presidencia de la Sociedad Fiduciaria de Desarrollo Agropecuario (Fiduagraria), entregando una entidad fortalecida y madura, en términos de indicadores y procesos, Luis Fernando Cruz Araújo asume un nuevo reto, al ser nombrado como representante de la Presidencia de la República, en la Comisión Nacional de Crédito Agropecuario, en momentos en que persiste una brecha importante en términos de profundidad y de inclusión financiera en el sector rural colombiano, donde la participación de la colocación de cartera en las actividades agropecuarias es inferior al del promedio de la economía; según cifras de la Sociedad de agricultores de Colombia SAC solo el 4,6% de las colocaciones totales del sistema financiero formal se dirigen al Agro, cifra inferior al promedio de América Latina que es del 8,5%.

Con utilidades netas en 2016 por \$7.602 millones, un 327% más que en 2015, e ingresos por \$38.625 millones, un 63% más con respecto al 2015, es evidente que Fiduagraria es uno de esos casos de gestión pública eficiente, que se cuentan con los dedos en nuestro país, donde las entidades públicas están siendo devastadas.



Luis Fernando Cruz,
Representante de la Presidencia de la República,
en la Comisión Nacional de Crédito Agropecuario

Ciclo de Riesgo conversó en exclusiva con Luis Fernando Cruz sobre los retos y desafíos en la irrigación de crédito agropecuario, en momentos en que todas las esperanzas están centradas en el campo, para que se convierta en un verdadero foco de desarrollo y soporte el crecimiento económico del país.

¿Cuáles son los mayores retos y desafíos para la comisión Nacional de Crédito Agropecuario en momentos donde el campo está en el Foco del debate?

“Hay varios retos relacionados con la irrigación de crédito hacia actividades productivas en el campo. Lo primero sería partir de la premisa de que es necesario el crédito para pequeños y medianos, así como para agroindustriales. No son modelos excluyentes y dependiendo de los instrumentos y estímulos a cada uno de esos segmentos, habrá una mejor utilización de los recursos disponibles.

En los últimos años, ha crecido la colocación y en alguna medida han venido superándose distorsiones estructurales como la cultura de no pago. Esto es un proceso cultural, en el que además de mensajes reiterados alrededor de la necesidad del cumplimiento de obligaciones crediticias con la banca pública y la banca privada, hay dos elementos nuevos que fortalecen el sistema de crédito:

- a) El primero tiene que ver con un adecuado manejo de los riesgos de la actividad, es innegable que una de las actividades económicas más riesgosas, es la del sector agropecuario, es por eso por lo que trabajar en la profundización de los seguros agropecuarios se convierte una prioridad. Si bien, estos esfuerzos aún no reflejan mejores resultados, es claro que los incentivos económicos (escasos), se direccionen en mayor medida a subsidiar el pago de las primas, más que al pago de los siniestros.

- b) El segundo tiene que ver con la excelente y discreta labor que ha venido desarrollando la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria, encontrando cuál es la aptitud de las zonas sembrables, de tal forma que se siembre "lo que toca, donde toca y cuando toca". Es claro que, aunque cada persona pueda sembrar lo que desee en su propiedad, aquellos otros que utilicen estos insumos de información para incrementar áreas sembradas y productividad en lugares con más probabilidad de éxito, puedan recibir los estímulos, incentivos y recursos públicos que por definición son escasos”.

¿Dónde están las grandes oportunidades para el sector agropecuario a partir de la innovación y la incorporación de las nuevas tecnologías?

“La economía del campo no puede ser ajena al desarrollo de la tecnología y en esa medida, la agricultura por precisión, la agricultura por contrato, la innovación en semillas, clones, nutrientes y fertilizantes, son desafíos que deben ser superados, a efectos de aumentar la productividad por hectárea, en temas agrícolas y también en temas pecuarios para un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles. Es también importante dedicar recursos al desarrollo de energías alternativas y a una optimización en el manejo del agua.

La asociatividad y el aprovechamiento de economías de escala a nivel rural serán otros factores de éxito.

Es importante tener en mente que los esfuerzos que el Gobierno y la sociedad entera hagan en el campo, son esenciales para superar las brechas de pobreza e inequidad que han caracterizado el sector rural durante décadas y no necesariamente como resultado de una situación coyuntural de fin del conflicto armado con una organización insurgente. Las dificultades en educación, infraestructura, vas terciarias, inclusión (social y financiera), hacen parte de lo que la sociedad entera debe superar.

Las condiciones de seguridad y de inclusión mínimas, serán un motivador para que se atraiga inversión privada, nacional y extranjera. Los recursos públicos nunca serán suficientes para superar esas brechas. Un aliciente interesante está dado por las zonas las Zonas de Interés de Desarrollo Rural Económico y Social, Zidres, en las que se podrán desarrollar proyectos agroindustriales” finaliza Luis Fernando Cruz.

Con la incorporación de innovación y herramientas tecnológicas en toda la cadena de valor del ciclo productivo agropecuario, en la gestión de riesgos y en el acceso, distribución y uso de productos financieros; además de iniciativas como el plan Colombia Siembra, la financiación de grandes proyectos productivos, la garantía y respeto de los derechos de propiedad rural, junto a la formulación de políticas públicas con más visión gerencial, y menos jugada política, todos esperamos que se avance en las condiciones que necesita el país para que se consolide un verdadero sistema eficaz y eficiente de financiación agropecuaria.

Por su parte, nos llenamos de esperanza para que el crecimiento del crédito a este sector este soportado por sólidos modelos de gestión de riesgo de crédito, que aseguren que los recursos estén llegando a los campesinos que realmente los necesitan, los pueden pagar y generar valor con ellos, para que así, las palabras de Carlos Ramiro Chavarro, presidente de Finagro, quien considera que la irrigación de crédito al campo atraviesa por un buen momento, causen de verdad el impacto tan esperado: “Las expectativas del plano indicativo de crédito, que aprobó la Comisión de Crédito Agropecuario en diciembre y que se estableció en \$9,4 billones a junio primer semestre de 2017, llevamos un cumplimiento de 75%, representadas en 223.000 operaciones y en valor suma \$6,9 billones, es decir, casi \$7 billones, lo cual nos permite vislumbrar que 2017 va a ser el año del financiamiento agropecuario”.

¿QUÉ TANTO FALTA PARA QUE LOS “CHATBOTS” LLEGUEN A LA COBRANZA?

En lo que al Ciclo de Crédito se refiere, el foco en la incorporación chatbots o bots conversacionales, consistentes en programas de computación que utilizan Inteligencia Artificial (IA) para desarrollar conversaciones con clientes, hasta ahora se ha concentrado en la digitalización de la experiencia de cliente y en algunos procesos internos, referidos a la solicitud de crédito, captura y analítica de datos, respuestas sobre requisitos, condiciones, saldos y canales de pago. La etapa de recuperación de cartera vencida, continúa lejana de ser sujeta de estos procesos de transformación, con pequeñas actuaciones en las franjas de cobro administrativo y mora temprana, sin un gran sentido de urgencia, con herramientas, como por ejemplo, mensajes de texto y mensajes de voz personalizados para recordatorios de pago y para incrementar la contractibilidad.

¿Por qué estas tecnologías siguen distantes en la cobranza?.. ¿qué significa para el sector los chatbots con Inteligencia Artificial?

Sin entrar al debate sobre los impactos que la robotización de la cobranza, tendría para la industria de BPO, extensiva en mano de obra, en la que la principal herramienta de trabajo es el contacto telefónico, y la visita personalizada; es momento de preguntarnos... ¿qué tan cerca realmente estamos de la incorporación de estas tecnologías en la gestión de moras avanzadas?

Para nadie es un secreto que al momento de la solicitud del crédito, todos los clientes presentan su mejor foto, pero a la hora de cobrar, la foto es otra bien distinta.

¿Estarían realmente los chatbots en capacidad de entender la problemática de pago de un deudor vencido?; ¿discernir si se trata de una

situación coyuntural, estructural o sobreviniente?; ¿si existe moralidad comercial o se trata de argumentos “cortina” para evadir el compromiso de pago?; ¿si el compromiso de pago que se está cerrando es serio y cumplible o solo es un atajo para evadir la llamada? Además de entender la problemática y calificarla, ¿podrán los robots generar una respuesta inteligente, acertada, y plantear una alternativa que garantice la recuperación de la obligación en los mejores términos?

Sin duda, a la hora de negociar con un deudor vencido, hay mucho camino por recorrer. La necesidad de humanizar los chatbots toma una dimensión más exigente en la cobranza de mora avanzada. Si bien la inteligencia artificial (IA) ha acaparado toda la atención y evoluciona de manera exponencial, hay etapas del ciclo de crédito, que demandan un profundo entendimiento de la situación del cliente y alto grado de raciocinio y discernimiento. En estas áreas, la inteligencia artificial puede acabar siendo víctima de una exaltación excesiva.

Seguramente no está muy lejano el mundo en que veremos el avanzar hacia verdaderos sistemas de cobranza inteligente, donde la convivencia entre asesores y máquinas será un reto constante.

Si bien los interrogantes son grandes, como dicen por ahí: “Por ahora, en la industria de la cobranza habrá asesores para rato”.



OneLink

Team. Culture. Solutions.

CUENTA CON INCREYBLES® PARA LA CONCILIACIÓN

ONELINK CON UNA CAPACIDAD INCREYBLE® PARA CONCILIAR

Como un referente en la prestación de servicios de contact center y BPO en Latinoamérica, así es conocida **OneLink**. Un grupo empresarial con más de 20 años de experiencia; aliada de las industria Financiera, Tecnológica, Turismo y Telecomunicaciones.

Un grupo de emprendedores le dió vida en 1995 y desde entonces, su evolución y crecimiento no se ha detenido.

La compañía está en Colombia desde 2013, y ahora tiene presencia en tres ciudades: Bogotá, Bello y Medellín. A esta última, reconocida en Latinoamérica y el resto del mundo por su cualidades innovadoras, llegó primero, y en ella abrió su segundo site en diciembre de 2016, justo en el corazón de la innovación de la capital paisa, Ruta N.

Es en estas ciudades donde están los **Increybles®** de OneLink, personas formadas en modelos de conciliación, servicio y soporte que hacen su labor de una manera amigable, característica que ha permitido competir en el mercado y la construcción de relaciones activas y duraderas con entidades financieras, corporaciones y organizaciones que han confiado en **OneLink**. Entre ellas están: Avianca, Fitbit, Pepsi, Deprisa, Publi-car y Bancolombia.

Para el 2017, **OneLink** entra en el mercado de conciliaciones y cobranzas con el propósito de transformar y convertir con su cultura de la felicidad este gremio, ofreciendo innumerables beneficios para las compañías y enfocándose en la conciliación con los clientes para brindar soluciones.

Los valores de **OneLink**: liderazgo, excelencia, innovación, felicidad, compromiso y solidaridad, son transmitidos por cada uno de estos **Increybles®**, cerca de 3.270 en total que están dispuestos a escuchar, a entregar su lado más humano para llegar a acuerdos y conciliar con otros. Son ellos los que se encuentran, junto con la junta directiva y el staff administrativo, en una

pirámide invertida, donde estos últimos están al servicio de los **Increybles®**, quienes gestionan las llamadas y requerimientos de los clientes .

Lo anterior ha hecho que la compañía se merezca el reconocimiento de empleador preferido en los países donde hace presencia, y que sea destacada, entre otros, con el premio ORO como Mejor Contact center y BPO de Colombia, según el Sexto Premio Nacional a la Excelencia en la Industria de Contact center y BPO. Todo esto corresponde a su modelo de trabajo, consolidado en la gestión del talento humano para alcanzar el objetivo de garantizar la calidad de sus servicios.

Esos servicios se prestan en un ambiente de trabajo feliz, personalizado según el cliente con el que se trabaje. Allí los increybles dan muestra de sus habilidades de escucha y negociación, las que les permiten llegar a un acuerdo satisfactorio.

Sobre esa labor que la compañía centroamericana realiza en el país, Alberto Castañeda, Country Manager de OneLink en Colombia, asegura: “Nuestra llegada a Colombia no solo significa la expansión geográfica de **OneLink** para la prestación de servicios a clientes internacionales, llegamos con la intención de ampliarnos en el mercado nacional y consolidarnos en otras ciudades”.

Con sus buenos resultados y competitividad, OneLink seguirá buscando la ampliación de su mercado en el país y, de esta manera, poder llegar a múltiples sectores con los cuales pretende a través de su propuesta de valor, cumplir con los objetivos de sus clientes de forma eficaz, certera, amigable, humana e innovadora.



LA CONSOLIDACIÓN DE UN CAMINAR EXITOSO EN EL ESPECIALIZADO MUNDO DE LA COBRANZA

Solati, empresa líder en Colombia y la región en soluciones de Gestión de Cobro bajo el modelo SaaS, consolida su caminar en el mundo de la tecnología, con su aniversario que da cuenta de más de 20 años de sólida experiencia en diferentes industrias a nivel nacional e internacional, brindando soluciones integrales para la gestión de la información como la Gestión de Cobranza; la comercial; inteligencia de negocios y soluciones analíticas. Hace 5 años esta trabajando en temas de analítica y Big data haciendo que la cobranza sea más inteligente.

Con ocasión de su aniversario, **Adolfo Zambrano Waldrón**, Gerente General y fundador de Solati, nos cuenta sobre los retos y desafíos que están inmersos en el avanzar dentro del especializado mundo del Ciclo de Riesgo:

¿Qué se siente al ver consolidado su emprendimiento y de una manera tan importante?

Bueno, me da mucha nostalgia recordar que esta compañía es el resultado de un gran esfuerzo de emprendimiento hace ya veinte años. Empezó como lo hacen los emprendedores, solo, con el apoyo moral de mi familia y bueno, ha sido un camino largo lleno de retos y esfuerzos y el resultado es una compañía consolidada en el mercado, con un producto reconocido y posicionado tanto en Colombia como en el exterior.



¿En qué radica su diferenciación, y especialización frente a la oferta tradicional de soluciones en tecnología que existe en el mercado?

La principal diferencia es el servicio, yo defino a SOLATI como una empresa de servicio más que una empresa de tecnología, nuestro modelo es servicio es SaaS (Software as a Services) por lo que tenemos que estar en permanente contacto con nuestros clientes y nos volvemos parte de su operación. Nuestra herramienta ADMINFO está en constante evolución, los modelos de cobranza cambian, la tecnología va a un ritmo acelerado lo que nos exige estar siempre adaptándonos a las nuevas tendencias.

Hablemos de ADMINFO



ADMINFO se adapta a cualquier tipo de industria, dentro de nuestro portafolio tenemos clientes del Sector financiero (bancos y cooperativas), clientes del sector salud, cajas de compensación, retail, call centers, empresas de venta directa, empresas de servicios públicos, empresas del sector de telecomunicaciones entre otros, lo más importante es que no importa el tamaño de las empresas ya que bajo el modelo SaaS el servicio es totalmente escalable lo que nos diferencia en el mercado.

La innovación es algo que nos diferencia de los demás competidores, para nosotros es muy grato lanzar nuevas funcionalidades y productos, consolidando nuestra solución como una plataforma que va un paso más adelante que el resto del mercado. También nos sentimos orgullosos porque somos reconocidos como líderes del sector en los diferentes eventos de cobranzas a nivel regional.

¿Qué factores claves de éxito encontrarán los clientes en su oferta de valor y modelo de operación que garanticen mayor efectividad y eficiencia para el logro de los resultados de cobranza?

Una constante innovación. El equipo de trabajo está alineado con esta tendencia, nunca nos dormimos en los laureles del éxito. Vivimos en constante evolución.

Por su parte, somos la firma número uno hasta el momento que aplica tecnología en la nube, repito,

esto ha hecho que siempre la herramienta le otorga al cliente el poder de la información, es decir, la toma de decisiones en tiempo real.

¿Qué beneficios le representa a una operación de cobranza tener un software especializado?

El principal beneficio es la eficiencia, ya que al administrar de una forma correcta la información puede permitirle al cliente tomar decisiones de forma ágil en tiempo real. Adicionalmente al tener toda la historia y el comportamiento de los clientes estos se pueden segmentar de una forma inteligente lo cual permite implementar proactivamente las diferentes estrategias de cobranza.

¿Cuál cree usted que es hoy el mayor desafío que enfrenta un líder de la industria de la cobranza?

Siento que todo es un reto, está la tecnología siempre es cambiante, la economía y la política de los países latinoamericanos es dinámica y así mismo las personas cambian su forma de consumir y endeudarse. Así, el desafío real está en mantenerse a la vanguardia, atentos al contexto del país y vivir en permanente evolución. Creo que gracias a la tecnología se abren nuevas oportunidades para las áreas de cobranza por lo que el reto es elegir la tecnología adecuada.

COBRAR CON FELICIDAD



Filosofía Empresarial de Visión Gerencial

Estamos cumpliendo 10 años en el mercado y decimos con orgullo que desde nuestra creación buscamos que la felicidad sea un estilo de vida y no una moda; dentro de esta filosofía, enfocamos las estrategias de cobranza soportadas en que el asesor debe sentirse feliz para generar experiencias memorables con el cliente, para ello desarrollamos campañas que fidelizan y motivan tanto a nuestro colaborador como al deudor, ofreciendo facilidades, premiando hábito de pago y retando con premios cada vez más transformadores.

Juliana desde la Gerencia general manifiesta que integrar a todos los actores permite lograr los mejores indicadores: Colaboradores y sus familias, clientes corporativos y clientes deudores; porque está convencida que todo debe partir desde el SER para lograr que el HACER sea el esperado y se pueda cumplir con las expectativas de los clientes que confían día a día en nuestra gestión de cobranza, asegura que este es el mayor reto: ¡Tener colaboradores con sentido de pertenencia y pasión por ayudar a los demás, toda vez que en nuestra VG con pasión y felicidad logramos efectividad!

Competimos con indicadores de gestión innovadores, que nos han posicionado en el mercado como una empresa comprometida y altamente competitiva en la recuperación cartera, vemos en la gestión de cobranza una oportunidad para acercarnos al cliente a asesorarlo y no a cobrarle, por eso los buenos resultados.



Desde la Gerencia de Estrategia se direcciona de manera creativa, oportuna y dinámica toda la experticia para superar el indicador exigido por el Cliente corporativo. Wilson Arcila confiesa que su mayor aliado sin lugar a dudas es la tecnología; pero que el ingrediente principal es la innovación constante que desarrollan líderes y colaboradores, porque a los números hay que ponerlos a hablar.

La Gerente de Felicidad y Productividad, Karla FelizK, asegura que la clave está en hacer que el asesor de cobranza se "conecte conectado", que cobre con pasión y haga de su labor, la herramienta perfecta para ayudar a los clientes deudores a recuperar su historial crediticio para que puedan activarse de nuevo en el maravilloso mundo del crédito, solo de esta forma logramos dar cumplimiento a nuestro slogan "Recuperamos tu dinero y tú cliente"; y para estar a tono con esa conexión, se vive al interior de la empresa, programas que permiten tener un excelente ambiente laboral: "constantemente estamos efectuando campañas creativas que integran tanto a la familia como al colaborador, nos encanta ver a la gente feliz siempre. Y por eso la filosofía FELIZK, es grato ver gente que transforma vidas desde su propia transformación.

Nuestros clientes corporativos sienten que con el trabajo en equipo hemos contribuido a que sus indicadores de cartera mejoren de manera significativa, entendiendo la cobranza como el broche de oro que cierra las ventas; es por ello por lo que invertimos en tecnología y en capacitación a nuestro equipo de trabajo, para estar a la vanguardia con las tendencias actuales de recuperación cartera.

Luis Miguel Grisales, gerente de Innovación, expresa con gran satisfacción que para crecer hay que creer; con gran empeño se encarga de hacer conocer a Visión Gerencial y de posicionarla a nivel mundial, porque vale la pena que nos conozcan y reconozcan por los resultados y por la generación de empleo, es por ello que en enero viajó a la India, invitado por la embajada de este país para presentar nuestra empresa y generar relaciones corporativas de conectividad mundial.

Luis Ángel, gerente de relacionamiento, apasionado por las relaciones humanas, intercambia en sus tertulias de vida, temas empresariales que aportan al crecimiento de nuestros aliados, con su carisma y don de gente ha logrado cautivar personas que se enamoran de Visión Gerencial y creen en nosotros, en nuestros resultados y en nuestro reto de ser cada día mejores.

Nuestras líderes de calidad expresan con amor: "Hoy en día somos colaboradores de una empresa fundada por una familia Gladiadora y un socio Super Héroe; cada uno con una actitud visionaria, emprendedora, retadora, soñadora, amorosa y humana. Que tuvieron el sueño de tener una empresa más grande que el Everest. Somos parte de este gran equipo. La empresa cuenta con colaboradores altamente calificados y capacitados, igualmente soñadores, dispuestos, comprometidos y confiados; que de la mano de Dios y con las Gerencias de ESTRATEGIA y FELICIDAD que creen en su equipo de trabajo; sabemos que la cima del Everest será pequeña para alcanzar todo proyecto de vida, todo crecimiento laboral y personal. Estos gladiadores junto con el super héroe han defendido a Capa y Espada todos sus ideales y principios, transmitiendo estos valores no solo a sus equipos de trabajo sino a todo aquel que los rodea. Es por esto que a esta gran familia VISIÓN GERENCIAL hemos llegado personas con ganas de seguir este mismo legado con amor, pasión, compromiso, lealtad y productividad; viviendo una filosofía que marca la diferencia y nos hace especiales: LA DE LA FELICIDAD, podríamos hablar de más de 170 personas, cada una con valores, cualidades y fortalezas que la hacen grande y especial en esta familia que con seguridad al monte Everest no sólo vamos a llegar, sino que las ESTRELLAS vamos a alcanzar".



Seguiremos creciendo de la mano de nuestros colaboradores y clientes corporativos, compitiendo con indicadores retadores y basados en la Cobranza social, en la que le demostramos al Cliente deudor que es a través de las oportunidades que le brindamos que también puede disfrutar de nuestra filosofía de la felicidad, y no sienta que cobrarle es un problema más; sino un medio para sus sueños hacer realidad. ¡¡Gracias a todos por creer en Visión Gerencial!!

gerencia@visiongerencial.com.co



TRASCENDER



Es imperativo, "En los próximos 10 años desaparecerá el 40% de las empresas" *

próximos 10 años de las empresas" *

SEP 12 Y 13 | BOGOTÁ
2017 | CLUB EL NOGAL



QUIENES DEBEN ASISTIR

Empresarios, Líderes Corporativos, Presidentes, Vice-presidentes, Gerentes, Directivos, Ejecutivos de Alto Nivel y Emprendedores de las áreas financieras, de riesgo, crédito, cartera y cobranza de LatAm.

DESTACADOS AGENDA



MAURICIO CÁRDENAS
Ministro de Hacienda

"Qué se espera para el cierre del 2017 en términos de crecimiento, consumo e inversión en Colombia"

@MauricioCard



JORGE CASTAÑO GUTIÉRREZ
Superintendente Financiero

"Qué está sucediendo con las monedas virtuales, Ley de conglomerados financieros, Basilea III, cartera en cifras, libranza y futuro para las Fintech"

@SFCsupervisor



EDUARDO BEHRENTZ
Vicerrector de Desarrollo Uniandes

Como cerrar la brecha articulando Academia, Estado y Empleadores, de cara a las nuevas generaciones.

@behrentz

INVERSIÓN



		NO ASOCIADOS*	ASOCIADOS*
DÍA 1 Y 2	Participación Congreso + 2 Talleres. Incluye: material, refrigerios y almuerzo día 2.	1.440.000	1.200.000
DÍA 2	Participación Congreso Internacional de Crédito y Cobranza.	1.020.000	890.000
TALLERES ACADÉMICOS DÍA 1	Participación 2 de 4 talleres. Incluye: material y refrigerios.	500.000	400.000

*Valor por participante, precios calculados en COP, no incluye IVA.

PATROCINADORES



INTERNACIONALES



ALIADOS



MÁS INFORMACIÓN



INSCRIPCIONES Y PATROCINIOS:



(57 1) 651 0721

317 400 3277

eventos@colcob.com

*Organizaciones Exponenciales - Salim Ismail

TRANSFERENCIA INTERNACIONAL DE DATOS PERSONALES: IMPACTOS Y BENEFICIOS



José Alejandro Bermúdez Durana,
Abogado, experto en protección de Datos Personales

José Alejandro Bermúdez Durana, abogado, experto en protección de Datos Personales, socio y fundador de la firma Bermúdez Durana Asociados y exsuperintendente Delegado para la Protección de Datos Personales de la Superintendencia de Industria y Comercio, nos ayuda a entender el alcance del proyecto de circular propuesto por la SIC sobre la transferencia internacional de datos personales, que en la actualidad se encuentra en comentarios, y sus impactos y beneficios para la industria

Desde la promulgación de la Ley 1581 de 2012, General de Protección de Datos, se previeron unas reglas especiales sobre transferencias internacionales de datos personales orientadas a garantizar que en cualquier operación que involucre el flujo transfronterizo de información, se proteja a los colombianos de igual manera a como se protegerían si esta se mantuviera bajo el control exclusivo de un responsable en Colombia. Entre otras cosas, la norma prohibió dichas transferencias a menos que (i) la transferencia se haga a un país con un nivel adecuado de protección de datos, (ii) la transferencia se encuentre cobijada en alguna de las excepciones que se prevén en el artículo 26 de la ley estatutaria o (iii) la SIC, a solicitud de parte, profiera una declaración de conformidad que autorice dicha transferencia, esto último cuando el responsable haya presentado documentación suficiente que permita concluir que la transferencia no lesionará los derechos de los titulares.

Además, de esta norma general para transferencias, el Decreto 1377 de 2013 introdujo criterios diferenciadores para distinguir las transferencias hechas a un responsable de aquellas hechas a un encargado, denominando a estas últimas transmisiones. Como novedad, se introdujo en el artículo 24 una excepción a la necesidad de contar con la autorización del titular, cuando las transmisiones estén soportadas en un contrato que cumpla con los requisitos mínimos establecidos en el artículo 25 y que esencialmente obligan al encargado a tratar los datos personales que recibe conforme a los principios legales y los deberes de seguridad y confidencialidad.

El proyecto de resolución publicado por la SIC tiene como propósito principal establecer los criterios de la entidad para considerar que un tercer país es adecuado en materia de protección de datos y definir las condiciones para obtener las declaraciones de conformidad. En términos generales, es muy bienvenido que la SIC establezca estos criterios, y la entidad acierta al vincular, dentro del proyecto, el principio de responsabilidad demostrada como una condición que los responsables no pueden eludir, en cualquier flujo internacional de datos.

Es importante resaltar que la circular no le otorga un 'cheque en blanco' a las compañías para transferir información por fuera de las fronteras nacionales. Muy por el contrario, de ser aprobado el proyecto, este se convertirá en un instrumento que facilitará las transacciones que involucran transferencias de información personal, eliminando trabas innecesarias, pero manteniendo la efectiva protección del derecho de los titulares. Se deja claro, eso sí, que es deber de los responsables, en cualquier operación que involucre tratamiento, "implementar medidas apropiadas y efectivas para cumplir con las obligaciones establecidas en (el) Régimen General de Protección de Datos Personales". Este deber resulta absolutamente claro en el párrafo primero del numeral 3.2 del proyecto, cuando se resalta que los responsables deben estar en capacidad de demostrar la implementación de dichas medidas, inclusive en aquellos escenarios donde las transferencias se realicen a países incluidos en el listado de países "adecuados".

Finalmente, resulta acertada la posición de la SIC en el sentido de aclarar que "el simple tránsito transfronterizo o redirección de datos no comporta una transferencia de datos a terceros países". Este criterio, que necesariamente deberá ser desarrollado con doctrina de la Delegatura para determinar con mayor precisión su alcance, es un reconocimiento de que no existe un solo tipo de encargado del tratamiento y que en consecuencia, la evaluación de los tratamientos debe diferenciar entre aquellos donde se añade valor en el procesamiento de aquellos de mero tránsito que cumplen un propósito operativo.

¿Qué aspectos de los que se pretenden regular en dicho proyecto de circular, representan beneficios para el sector de BPO, Contact Center y la industria de la Cobranza?

El sector de BPO, Contact Center y Cobranza depende, quizá como pocos otros, del tratamiento de datos personales como parte del core de su negocio. Es de la esencia misma de la tercerización la entrega de bases de datos, con instrucciones precisas, para adelantar una labor por cuenta de un tercero, denominado responsable del tratamiento. Al fijar la entidad los criterios que determinan que una serie de países se consideren adecuados, se abre para la industria la posibilidad de gestionar información por fuera de las fronteras de manera más ágil, sin recurrir a procedimientos que podrían encarecer los costos de transacción. Esto, en principio, debería leerse como un elemento de competitividad para la industria. Ahora bien, la facilitación de los flujos de información también implicará, para la industria, una apertura competitiva, donde más jugadores extranjeros se verán beneficiados por los menores costos operativos asociados a las transferencias. Esto podría implicar, en el mediano plazo, el desplazamiento de servicios a terceros países con regímenes adecuados en protección de datos.

En cualquier caso, la industria deberá seguir trabajando en afianzar sus buenas prácticas para beneficiarse de esta apertura de fronteras digitales. El mensaje de la SIC es claro: hay un reconocimiento y una voluntad para facilitar las transferencias internacionales sin olvidar nunca que, para que esto sea posible, los responsables del tratamiento deben estar en capacidad de demostrar su adherencia a estándares de protección de datos que le aseguren a los ciudadanos que su información estará protegida con independencia del destino.

¿Y cuáles aspectos resultan inconvenientes para la competitividad o representan amenazas, o derivarán mayores costos, para el sector?

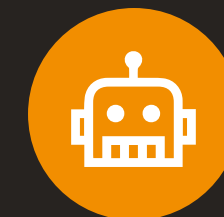
Dentro del proyecto de circular parece no ser muy claro si, a partir del mismo, se introduce una restricción mayor a las transmisiones de datos frente a las denominadas transferencias.

El Decreto 1377 de 2013, con buen criterio, diferenció entre unas y otras, entendiendo por transferencias aquellas hechas de responsable a responsable y por transmisiones (donde típicamente se ubican las operaciones del sector) las realizadas entre un responsable y un encargado. Esa diferenciación, en el decreto, opera cuando existe un contrato que cumpla con la totalidad de los requisitos antes mencionados.

En la medida en que el proyecto de circular no recoge la diferenciación del Decreto 1377 entre transferencias y transmisiones de datos personales, de no aclararse este concepto subsistirá la duda de si la misma introduce una carga más gravosa para las transferencias operativas entre responsables y encargados, frente a aquellas que se hacen entre dos responsables. Será muy bienvenido que la SIC, al estudiar los comentarios presentados, estudie la posibilidad de aclarar este punto en el texto del proyecto mismo o mediante doctrina.

DEJE SU PROCESO DE COBRANZAS EN MANOS EXPERTAS

Con **iCS** integre procesos tradicionales y nuevas tecnologías en la recuperación de cartera y obtenga **grandes resultados.**



Bots



Ai - Machine Learning



Self Service



Redes Sociales

Para mayor información por favor escribanos al correo **information@fsc-int.com** o llámenos al teléfono que aparece a continuación:
Colombia: (57) 1 861 6918

LA COMPUTACIÓN COGNITIVA:

En la jugada de las grandes oportunidades

IBM, RESPONSABLE DE LA TECNOLOGÍA DETRÁS DEL MEDIÁTICO ARTURITO, EL BOT DEL BCP, UN CHAT COGNITIVO PARA FACEBOOK MESSENGER



Hugo Goicochea,
Gerente comercial corporativo de IBM para Perú

Hugo Goicochea, gerente comercial corporativo de IBM para Perú, nos detalla el rol que deberá asumir la banca para no quedarse atrás en la avanzada digital.

¿En qué consiste la computación cognitiva y cómo puede aplicarse?

La computación cognitiva es la tercera fase, y la más transformadora, en la evolución de la computación. Va más allá de la inteligencia artificial (IA), pues los sistemas cognitivos abarcan el aprendizaje de máquinas, razonamiento, procesamiento de lenguaje natural, habla y visión, interacción humano-computadora, diálogo y generación de narrativa. Para IBM, su representación está en Watson. A diferencia de la IA tradicional, el éxito de la inteligencia cognitiva no se calcula por la capacidad de imitar a los humanos, sino por aspectos más prácticos como retorno sobre la inversión, nuevas oportunidades de mercado, nuevas relaciones con el ecosistema, etcétera. En la industria bancaria, Watson puede ser utilizado como apoyo a los profesionales financieros en la tarea de asesorar a sus clientes; identificar transacciones irregulares; o a través de call centers donde su tecnología permite preguntas y respuestas rápidas en lenguaje natural.

Un caso de éxito de esta tecnología es el chat cognitivo para Facebook Messenger, llamado "Arturito BCP" del Banco de Crédito del Perú.

¿Con qué otros proyectos vienen trabajando?

En el Perú estamos trabajando y colaborando con la gran mayoría de instituciones financieras, principalmente en proyectos asociados a la tercerización de los servicios de operación y

desarrollo de tecnologías de la información (TI) diseño de experiencia del cliente en procesos y aplicaciones de negocio, analítica avanzada y big data, marketing digital y campañas, adopción y gestión de capacidades en la nube, provisión de equipos de procesamiento y almacenamiento, financiamiento de soluciones de innovación tecnológica (IT), entre una gran variedad de otros productos y servicios.

¿Cuáles son los servicios y tecnologías a los que les ven mayor potencial?

Los servicios con mayor potencial están asociados a la incorporación de capacidades cognitivas en los distintos aspectos del negocio bancario y financiero. Así, procesos como la evaluación de riesgos y créditos, servicio al cliente, segmentación de cartera, entre otros pueden aprovechar la gran cantidad de información disponible, estructurada y no estructurada, y convertirla en insights para que las decisiones sean cada vez más eficientes, automáticas e inteligentes.

Qué esperar de las soluciones cognitivas?

- Crear una banca orientada al cliente, que se base en un conocimiento profundo y una visión completa del cliente a través de analítica avanzada y capaz de crear una experiencia multicanal, integrada y consistente.
- Incrementar la flexibilidad y racionalizar las operaciones a través de la transformación y modernización de aplicaciones y procesos.
- Innovar en servicios y productos digitales basados en capacidades cognitivas y nuevas tecnologías.

Blockchain surge también como una gran oportunidad de hacer más eficientes, rápidos y directos los procesos e interacción entre los bancos y sus clientes. Se trata de un conjunto de tecnologías que podrían cambiar de forma radical la manera en la que se realizan transacciones y acuerdos. Su faceta más conocida es la cripto-moneda llamada Bitcoin. Sin embargo, su alcance es mucho más amplio, ya que puede ser aplicado en cualquier transacción en la que activos de valor son transferidos de una persona a otra o cada vez que sea necesario saber con certeza que un bloque de información digital (tal como un contrato, un reporte financiero o una certificación escrita) no ha sido modificado sin el acuerdo previo de las partes.

¿QUÉ HAY DE NUEVO EN TECNOLOGÍA EN LA INDUSTRIA DEL CRÉDITO?

• **Biocredit (Colombia):** Plataforma/App que permite al usuario acceder a múltiples ofertas de crédito, con un proceso ágil y tan simple como tomarse una 'selfie'. Fue ganador del Digital Bank Buenos Aires 2016 y del Digital Bank Quito 2017. En su primer año espera otorgar 40.000 préstamos.

Conecta centrales de riesgo y redes sociales, identificación biométrica dactilar y facial, para calcular el nivel de riesgo con un Credit Score alimentado por más de 500 fuentes de información.

Óscar Gutiérrez, Gerente de Biocredit, explica: "Es la primera aplicación que les permite a sus usuarios acceder a un préstamo con tan solo una selfie y sus redes sociales; la plataforma se encarga procesar la información y buscar dentro de las entidades crediticias afiliadas para ofrecerle al usuario la oferta más ajustada a sus necesidades".

• **HomeParte (Colombia):** Plataforma de Crowdfunding Inmobiliario que permite a cualquier persona adquirir una fracción de un inmueble, de forma rápida y sencilla, desde cualquier dispositivo, utilizando el poder de la Economía Colaborativa, Blockchain y Crowdfunding. Fue elegida como la mejor solución del FinnoSummit Pitch Competition en marzo, en Bogotá.

• **Quotanda (México / Colombia):** Plataforma tipo LendingClub, que provee servicios de préstamos estudiantiles a bancos, universidades y fundaciones para democratizar la educación.

• **Destácame (México / Chile):** Plataforma 'gratuita y voluntaria', que permite a los no bancarizados, crear historial por medio del pago del servicio de electricidad. BBVA Bancomer es uno de los que ya usa Destácame para conseguir nuevos clientes. Pronto, la plataforma en México, como ya sucede en Chile, va a permitir ingresar datos de otros servicios como agua, gas y telefonía, incluso la del celular de prepago.

• **Godzillion (Chile):** Plataforma que permite empresas en etapas de arranque, emitir títulos para conseguir capital en el mercado de 'Venture Capital' y luego ofrecerle a estos inversionistas un mercado secundario, basado en tecnología Ethereum blockchain, descentralizando el proceso de subasta y el posterior 'training' en el mercado secundario.

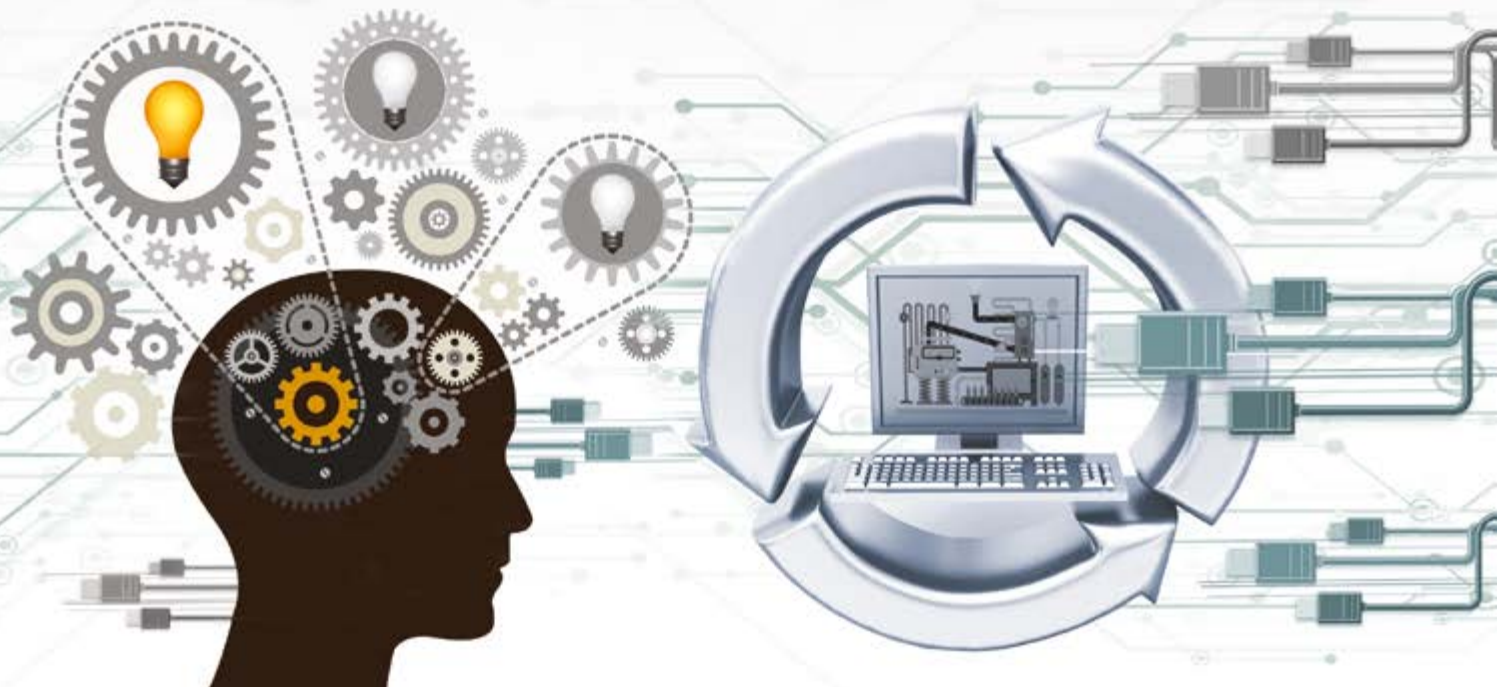
• **IncluirTec (Colombia):** Solución que simplifica la decisión de crédito para el Sector Agropecuario. Compara información de captura contra marcos de referencia de información técnica, costos de producción y precios de venta de los cultivos y actividades agropecuarias. Genera un flujo de caja integral que agrupa todas las actividades, principales y secundarias, agropecuarias y no agropecuarias y los flujos financieros del cliente. La aplicación móvil no requiere de conexión a Internet para la captura de información lo cual permite cubrir el sector rural disperso.

• **Compara Mejor (Colombia):** Plataforma online que ofrece seguros y crédito alrededor del automóvil y la moto. Desde su lanzamiento en 2011, se ha asociado con más de 11 compañías aseguradoras, ha vendido más de 15,000 pólizas y créditos y recibe alrededor de 200,000 visitas mensuales. Hoy es el portal independiente de seguros y créditos más grande del país y el broker digital con mayor volumen. La startup ha levantado más de 5 millones de dólares de inversión.

• **RSK (Argentina):** Plataforma descentralizada que añade valor y funcionalidad a la red de Bitcoin, a través de la implementación de contratos inteligentes, pagos instantáneos y mayor escalabilidad. Sergio Lerner, Chief Scientist y co-fundador, afirma que la máquina virtual es seis veces más rápida que la de su competidor, Ethereum. En marzo de 2016 consiguió levantar \$1 millón de dólares para expandir su plataforma, en una ronda liderada por Bitmain Technology, el mayor productor de minería hardware de bitcoin del mundo, Consilium, firma líder de Blockchain y Digital Currency Group, el exitoso grupo inversor neoyorquino.

HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES:

LA CLAVE PARA LOGRAR UNA VERDADERA DIFERENCIACIÓN EN EL NUEVO ECOSISTEMA



“Los líderes de esta nueva era se diferenciarán centrándose en la tecnología para las personas, combinando la inteligencia tecnológica con la intuición humana, y amplificando el potencial de las personas—clientes y empleados—para conseguir más”. Esta es la forma en que Paul Daugherty, director general de Tecnología e Innovación de Accenture, nos enfrenta con el inmenso reto que envuelve la pregunta más retadora para la alta gerencia, en su avanzar hacia la construcción de empresas exitosas en el nuevo ecosistema de los negocios: ¿Cuál es el siguiente paso?

Las palancas tradicionales para impulsar el progreso económico, como lo han sido la inversión de capitales y el crecimiento de la mano de obra, están mermando su capacidad de impacto. Sin duda, necesitamos nuevas fuerzas que impulsen ese progreso, muchos dan por sentado que estas están representadas en el avanzar de la tecnología para llevar a las organizaciones y a la sociedad a la era de la inteligencia artificial. Sin embargo, comienzan a surgir, cada vez con más fuerza, luces que nos indican que al parecer nuestros esfuerzos van en sentido contrario, y quizá la construcción de la innovación en esos pilares diferenciadores que sustenten los logros y hagan sostenible el éxito, colocan de nuevo el Talento Humano, a las Humanidades y las mal llamadas Artes Liberales, en el centro del debate.

Y es que por todos es sabido que ha hecho carrera entre los grandes líderes de negocios, la idea de que los únicos profesionales que tienen futuro en la nueva economía digital son solo los que tengan estudios en alguno de los campos del grupo CTIM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas). Sin embargo, la diferenciación por tecnología en la era de la inteligencia artificial va a ser tan insignificante, que este mito comienza a derrumbarse. Como lo expresa JM Olejarz en su artículo del Harvard Business Review: “la gente empieza a darse cuenta de que para abordar con eficacia los mayores desafíos de la sociedad y la tecnología necesitamos pensar de manera crítica en su contexto e implicaciones humanas”.

Satíricamente lo explica el periodista George Anders en su libro -You Can Do Anything-: “Durante más de una década, el mundo se ha centrado en la ciencia y la ingeniería como la única opción fiable para encontrar una carrera exitosa. Nuestros destinos se han reducido a una caricatura: aprender a escribir código de computadora o terminar detrás de un mostrador, sirviendo café. En silencio, sin embargo, un camino diferente hacia el éxito ha ido tomando forma”.

De la misma manera, cada vez más líderes de pensamiento coinciden en que la tecnología en sí misma no será un factor diferenciador. La tecnología estará al alcance de todos, y el acceso casi ilimitado al poder computacional no es algo lejano; siempre habrá alguien

que avance más rápido, pero siempre también habrá otro que lo alcance en tiempo récord y lo supere; y así, conformando un ciclo vicioso, se seguirá perdiendo el norte del verdadero objetivo del avanzar empresarial: mejorar la calidad de vida de las personas... **¿Entonces dónde está la clave?**

Aterrizando la pregunta a nuestro entorno latinoamericano de negocios, Simbad Ceballos, ahora Gerente de SAP para Colombia lo ha expresado en diferentes foros:

“¿Quién creería que las competencias que se impondrán en la cuarta revolución industrial, nada tienen que ver con la tecnología? Habilidades como la creatividad, relaciones interpersonales, negociación e inteligencia emocional cobrarán un valor inusitado, teniendo en cuenta que no podrán ser reemplazadas por la era de la inteligencia artificial”. al respecto concluye ... **“No solo cambiara el qué hacemos y el cómo, sino el quién, y eso es fundamental”.**

La Humanización de la Tecnología

La cruda realidad es que aún los clientes no apropian la tecnología cómo todos los esperan; a pesar de todos los desarrollos tecnológicos, el mundo sigue con la misma concentración de riqueza y los mismos índices de desigualdad y pobreza. Porque quizá la clave este, en que el mundo de los negocios sigue estando engañado con la premisa de que son los ‘techies’ que conducen la innovación. Esta es la reflexión que presenta uno de los mayores impulsores del mercado de capitales, el exitoso inversor de capital riesgo Scott Hartley quien tiene un título en ciencia política de la universidad de Stanford. Hartley en su Best Seller: *The Fuzzy and the Techie*, esboza sorprendentes revelaciones sobre cómo los especialistas en humanidades y ciencias sociales, tienen la llave que les falta a los tecnólogos para impulsar la innovación en los próximos años. Hartley expone interesantes hallazgos sobre el poder del pensamiento humanista para impulsar la tecnología, la ciencia y la innovación en el mundo de los negocios y corregir errores de mercado.

Hartley resalta la importancia de la forma en que piensen las personas y equipos de las organizaciones **¿Puede plantear las preguntas correctas? ¿Sabe cuál es el problema que se intenta resolver?**

Para Hartley la clave está en desarrollar trabajo en equipo con sinergia de conocimiento entre los expertos técnicos CTIM, con personas que entiendan los porqués y cómo del comportamiento humano; que entiendan los episodios de la vida que se necesitan solucionar y ofrecer las mejores formas para acercarse al cliente en cada una de sus etapas de vida. Que sean los que guíen la tarea de llevar el contexto al código y la ética a los algoritmos. También sean los llamados a aportar las habilidades de gestión y comunicación, las habilidades blandas que son tan vitales para estimular el crecimiento. Líderes que tengan la capacidad de expandir el conocimiento en sus equipos de trabajo para que la tecnología pueda conectar la forma en que las personas la apropian.

En resumen: “Un equipo de trabajo equilibrado, que abre a las personas nuevas oportunidades y les ayuda a desarrollar productos que respondan a necesidades humanas reales”.

Hartley pone de manifiesto numerosos casos de éxito de muchas de las nuevas empresas más dinámicas de hoy, que aprovecharon la colaboración de ‘fuzzy-techie’ (pensamiento humanista y tecnología) y explora cómo estas colaboraciones están en el centro de la innovación en negocios, educación y gobierno, y por qué las artes liberales siguen siendo relevantes en nuestro mundo tecnológico. Como ejemplo enumera varios líderes de negocios que tienen licenciaturas en artes, humanidades, filosofía o literatura entre otras, entre lo que se encuentran personajes como Jack Ma de Alibaba, Stewart Butterfield de Slack, Susan Wojcicki de YouTube, Brian Chesky de Airbnb.

En el mismo sentido se pronuncian los profesores de la Universidad Northwestern en Estados Unidos, Gary Saul Morson (humanidades) y Morton Schapiro (economía), en su libro *Cents and Sensibility*, quienes explican las fallas de los modelos de negocio, incluso la falta de competitividad en los mercados, en fallas de entendimiento humano. Además, invitan a los hombres de negocios y economistas a leer los grandes novelistas literarios para mejorar su conocimiento sobre sus clientes y el comportamiento de sus nichos de mercado y para desarrollar la empatía: “Las historias, después de todo, nos meten en las vidas de los personajes, obligándonos a ver el mundo como lo hacen otras personas” (traducción de Teresa Woods).

Y es que desde la segunda mitad del siglo VI, con Casiodoro, político, escritor y religioso impulsor de las ciencias de la educación, ya se aplicaban las bondades de las artes liberales a la comprensión del comportamiento humano, Trivium significa en latín «tres vías o caminos»; agrupaba las disciplinas relacionadas con la elocuencia, según la máxima Gram. loquitur, Dia. vera docet, Rhet. verba colorat («la gramática ayuda a hablar, la dialéctica ayuda a buscar la verdad, la retórica colorea las palabras»). Así comprendían la gramática (lingua -«la lengua»-), dialéctica (ratio -«la razón»-) y retórica (tropus -«las figuras»-).

Incluso Eliot Peper, novelista, estratega, e investigador sobre la intersección de la tecnología y la sociedad, va más allá, e invita a los CEO a leer más ciencia ficción y menos informes y reportes: “Al presentar posibles realidades alternativas, las historias de ciencia ficción nos preparan para cuestionarnos no solo qué pensamos, sino cómo pensamos y por qué pensamos así. La ciencia ficción revela cuán frágil es el statu quo, cuán maleable puede ser el futuro y continua: “la ciencia ficción tiene un valor incalculable para las personas ambiciosas, por eso empresas como Google, Microsoft y Apple han contratado escritores de ciencia ficción como consultores. ... (.) ... Explorar futuros ficticios despoja nuestro pensamiento de falsas restricciones. Nos desafía a preguntarnos si siquiera estamos planteando las preguntas adecuadas. Nos obliga a reconocer que a veces la imaginación es más importante que el análisis”.

El entendimiento profundo del ser humano desde lo humano

Dentro de esta misma línea de pensamiento, recomienda también JM Olejarz de Harvard Business Review, el libro del consultor de estrategia Christian Madsbjerg: "Sense-making: The Power of Humanities in the Age of the Algorithm", quien advierte que a menos que las empresas se tomen la molestia de entender a los seres humanos que se esconden detrás de sus conjuntos de datos, se arriesgan a perder por completo los mercados en los que operan. Concluyendo que el conocimiento cultural profundo que necesitan los negocios no surge de investigaciones de mercado impulsadas por datos, sino del estudio empujado por humanos de textos, idiomas y personas.

Como lo explica el mismo prólogo del libro, basado en su trabajo en algunas de las compañías más grandes del mundo, incluyendo Ford, Adidas y Chanel y Christian Madsbjerg, esboza una postura provocativa contra la tiranía de los grandes datos y cientificismo, y una defensa urgente, aunque tardía, de la incorporación de la inteligencia humana en una era que está siendo construida por seres humanos que se han vuelto subordinados a los algoritmos y análisis basados en solo datos y fórmulas matemáticas y estadísticas, sin ningún asomo de intuición y experiencia humana. "Como resultado, hemos dejado de pensar. Las máquinas lo hacen por nosotros".

En estos modelos de simple tecnología los riesgos para la humanidad son enormes y... "Pone en peligro nuestros negocios, nuestras educaciones, nuestros gobiernos y nuestros ahorros de vida". Demasiadas empresas han perdido el contacto con la humanidad de sus clientes, mientras marginan como "obsoletos" a los empleados con habilidades basadas en las ciencias sociales o humanísticas.

Ha sido sorprendente para todos estos pensadores ahondar en las más grandes historias de éxito de hoy en día y descubrir "que no provienen de un pensamiento "cuantitativo", sino de un compromiso profundo y matizado con la cultura, el lenguaje y la historia", que no es más que la manera en que Christian Madsbjerg resume su método "sensemaking".

El éxito radicarán en entender que la tecnología no será la que impulsará el cambio: serán los equipos directivos de las organizaciones inteligentes que aprenderán a utilizar la tecnología para modificarse así mismos y a partir de esta transformación generar valor a sus clientes. Como lo explica la Consultora Accenture en su informe Technology Vision 2017: La revolución digital de la que formamos parte en estos momentos, no es un futuro frío y distópico poblado de robots que controlan al mundo. Es más bien una era de empoderamiento del ser humano. La era del internet de las cosas marca una nueva premisa: "ya no somos las personas las que nos adaptamos a la tecnología, sino que

ahora es la tecnología la que se está adaptando a nosotros". Siguiendo estos postulados, son ya muchas de las empresas que avanzan hacia la consolidación de modelos de atención 'digitales' que combinan lo mejor de la tecnología con lo mejor de la atención personalizada que nunca podrá ser reemplazada, frente a un consumidor que avanza hacia lo digital, pero que añora que lo sigan emocionando. A manera de conclusión, resume JM Olejarz, la importancia de retomar las humanidades para guiar el deber ser del desarrollo económico: "La economía tiende a ignorar tres cosas: el efecto de la cultura sobre la toma de decisiones, la utilidad de la historia para explicar las acciones de la gente y las consideraciones éticas. Las personas no existen en un vacío. Tratarlas así es tanto reduccionista como potencialmente perjudicial", y con esta reflexión esboza la clave para la construcción de verdaderos factores diferenciadores en los modelos de negocio, difíciles de igualar: ¿en qué gran desventaja nos colocaríamos a nosotros mismos –y al mundo entero– si obligáramos a nuestras mentes a plantear todos los problemas de la misma manera?"

Junto a estos líderes de pensamiento, retomemos entonces los postulados de las ciencias sociales, y las humanidades, para que desempeñen papeles clave en la nueva era, que permita junto con el conocimiento científico y tecnológico, desarrollar ideas de negocios más creativas y exitosas para nuestras compañías.

Aprendamos entonces a interpretar y aplicar el conocimiento desde las humanidades, la antropología, la literatura, el arte y la filosofía, para generar innovación en los modelos de inversiones de capital de riesgo, en el análisis de capacidad de pago en un crédito bancario, en los modelos de recuperación de cartera y en la consolidación de conexiones emocionales en las campañas de ventas y el marketing, para sacar el mayor provecho de las grandes oportunidades que antepone el nuevo ecosistema.

EL PODER DEL SILENCIO PARA LOGRAR VERDADERAS CONEXIONES

Todos somos testigos y hasta dolientes del gran vacío que está causando en las personas la interacción de las redes sociales; vacío que se pretende llenar con más "likes" y más "seguidores" para alimentar un ego, que nos es otra cosa que la carencia de fuerza interior. Anthony Strano, director de los Centros de Brahma Kumaris en Grecia, Hungría y Turquía, describe este sentimiento de sosiego en su libro "Sentirse en Plenitud": "Podría intentar llenar este vacío aferrándonos a los demás, a las etiquetas, al brillo falso".

"La naturaleza humana es compleja precisamente debido a nuestro "Ego". Nos creemos ser el centro del Universo. La mayoría de las personas son víctimas de sus "egos". El Ego siempre quiere más y esas personas, carentes de energía interior, con sentimientos de pobreza, anhelan ser especiales. Pretenden ser importantes a los ojos de los demás"; es la reflexión que nos plantea Ignacio Puig Carles, Asesor Jurídico de Legalis Consultores y experto en derecho informático y nuevas tecnologías en España, quien en un importante momento de trascendencia, nos saca del mundo de los negocios para invitarnos al viaje más importante que puede llevar a cabo el ser humano: un viaje hacia el "yo interior", para adentrarnos en el entendimiento del verdadero sentido de nuestra vidas.

En su libro "Tres poderes para superación personal", el licenciado Daniel Fernando Peiró experto en motivación, nos presenta una poderosa herramienta para conectarnos con nuestro "Yo interior": **El poder del silencio**: "Cuando usted deja de hablar, su mente siente la necesidad de "seguir hablando". Son como permanentes truenos mentales antes de la lluvia liberadora. Luego, el silencio se apoderará de su mente y ésta comenzará a aquietarse. El silencio encontrará sus profundidades y usted dialogará con su Ser Interior "cara a cara".

Caroline Ward, en su libro "Restaurando tu autentico poder", coloca el poder del silencio en el centro de la toma de decisiones corporativas: "El silencio es fundamental, está intrínsecamente conectado con el poder de Discernir, del que toma gran parte de su fuerza. Aunque también está asociado al poder de Decidir. Es un poder esencial para los líderes de hoy. "Cuando la mayor parte del mundo apenas puede ver aquello que ya pasó, o sus derivaciones, el hecho de asumir una postura, actuar con decisión y avanzar –aunque uno sea la única persona que puede verlo- exige una extraordinaria fuerza interior".

Nelson Portugal, Consultor en Desarrollo Personal y fundador del Centro de Crecimiento Integral que se dedica a ayudar a organizaciones de diferentes industrias a aumentar sus ventas, incrementar su productividad y mejorar su clima laboral a través del desarrollo de "soft skills" en su capital humano, nos presenta esta poderosa herramienta para comenzar a dominar el poder del silencio y conectarnos verdaderamente con los demás. Poderosa herramienta en el liderazgo de equipos y más poderosa aun en nuestro papel de padres.

"Guarda silencio. En tu próxima conversación, cuando la persona que tienes al frente te esté hablando, guarda silencio. Escucha lo que él o ella tiene para decirte. No adivines, no digas lo que piensas acerca de ello - no inmediatamente -, guarda silencio, sonríe y luego, solo luego: Haz una pregunta. No digas lo que sabes acerca de lo que te acaba de decir, no es necesario, no es una competencia en la que necesitas validarte. Mejor, pregúntale acerca de lo que aún no sabes, aprenderás algo nuevo que te servirá por el resto de tu vida. Y, adicionalmente a ello, la persona que tengas al frente se sentirá escuchada, apreciada, querida. Su relación se fortalecerá, se preocuparán más el uno por el otro: crecerán y con ello, el mundo también".

MODA PARA EJECUTIVOS EN COLOBIAMODA 2017

Ciclo de Riesgo conversó en Colombiamoda, la Feria de Moda más importante de Latinoamérica, que se desarrolló en Medellín del 25 al 27 de julio, con diseñadores y expertos sobre las tendencias de moda para ejecutivos que se mueven a nivel corporativo, un entorno global.

Carolina Estefan, diseñadora colombiana graduada de Parsons Paris School of Design, encuentra su principal inspiración en la riqueza cultural de su bagaje internacional, trae una propuesta de moda para el mundo corporativo, con aspectos peculiares y artísticos aplicados a través de estampados originales; vestimentas elegantes que hagan que la mujer se sienta femenina, poderosa, bella y sobretodo, segura de sí misma. Nos explica Carolina: "La tendencia está en los estampados, manejados de una manera sobria para ir al trabajo, de una manera en la que el corte no sea tan escotado; por ejemplo, para un estampado colorido, para ambientes corporativos se recomienda complementarlo con un pantalón oscuro o neutro y chaquetas claras, para suavizarle la tonalidad. Las tonalidades de estampados en blanco y negro, son una opción ideal para las ejecutivas, porque salen de la monotonía de lo unicolor, y es una forma de arriesgarse y al mismo tiempo sentirse sobria y poderosa".

Para la diseñadora Manuela Rubio, una de las creadoras de MAKENO, los ejecutivos ya comienzan a incorporar la moda de una manera más arriesgada: "En Latinoamérica ya vemos ejecutivos mucho más arriesgados, saliendo de los tradicionales tonos grises, se lanzan un poco más, introduciendo los estampados y mezcla de colores, por ejemplo en las medias, y ahí es donde han comenzado a introducir la moda en su entorno. La gran tendencia ahora es la combinación de estampados y el manejo del tema floral es muy importante. Viene muy fuerte una tendencia de combinación entre líneas y flores, que imprime un look muy dinámico".



La propuesta de la pasarela DONJUAN – Hewlett Packard diseñada por Lina Cantillo, trajo una evidente reinterpretación de las prendas más clásicas del guardarropa masculino a través de siluetas asimétricas, volúmenes poco convencionales y un Mix & Match de texturas.



Pasarela de Carrusel y Banco de Bogotá by Andrés Pajón, una colección que les rinde tributo a las comunidades indígenas Embera y Kuna.

Tendencia de carteras pequeñas tipo sobres, con aplicaciones inspiradas en las comunidades indígenas.

Pasarela del Barranquillero Jon Sonen

Para climas cálidos el color "nude" sigue siendo el Rey

Colombia en el Montevideo FinTech Forum 2017

El pasado 7 de junio se realizó en Montevideo, Uruguay, el FinTech Forum 2017, evento en el que Colombia participó, siendo uno de los países miembros de la Alianza FinTech IberoAmérica. Durante el encuentro no solo se habló del desafío de fomentar el desarrollo del ecosis-

tema FinTech en la región, sino que la alianza pondrá en marcha un Comité de Regulación Internacional, un Código de Buen Gobierno y un Código Ético, con especial atención en fomentar la educación y la inclusión financiera en toda la región.



En la foto: Ignacio González Carnevale, Founder del Montevideo Fintech Forum; Jesús Pérez, Presidente de la Asociación Española de Fintech & Insurtech AEF; Edwin Zácipa, Director Ejecutivo de Colombia Fintech; Juan Francisco Schultze-Kraft, Board Member y Vicepresidente de Colombia Fintech; Rodrigo García de la Cruz, Presidente de la Alianza FinTech Iberoamérica; Ernesto Leal, Vicepresidente de la Alianza Fintech Iberoamérica; Jorge A. Ortiz, Presidente, Fundador & CEO de Fintech México; Javier Salinas de Fintech Perú, y Sebastián Olivera, Presidente y Fundador de la Cámara Uruguaya de Fintech.



En la foto: Miembros de las Asociaciones que integran la Alianza: Centro América y Caribe, Colombia, España, México, Panamá, Portugal, Perú y Uruguay. Próximamente se unirán otros como Argentina, Brasil y Chile.

VI Simposio de Crédito y Cobranza Fenalco Antioquia

El pasado 11 de julio en el Auditorio de Premium Plaza en Medellín, se realizó el Simposio de Crédito y Cobranza organizado por Fenalco Antioquia, a través del Centro de Formación, Fenicia. Durante el encuentro se compartieron conceptos relevantes para la gestión de cartera en el sector.



En la foto: Rafael España, Director Económico Fenalco Presidencia, habló sobre las "Perspectivas para el comercio entre la oportunidad y el riesgo".



En la foto: Nicolás Mejía en su conferencia "¡Actívate!" sobre las claves para el éxito personal y empresarial.

Congreso Nacional del Leasing

El pasado 15 y 16 de junio en el Hotel Hilton, en Bogotá, se llevó a cabo el Congreso Nacional de Leasing, el evento convocó diferentes actores de la industria de leasing de Colombia y de Latinoamérica, así como a agremiaciones de leasing de Norteamérica y Europa. Los conversatorios se centraron en la evolución de la Industria del Leasing frente a la innovación tecnológica, el surgimiento de nuevas formas de financiación empresarial, los avances en el intercambio comercial en términos de tratados de libre comercio, y los crecimientos de las economías emergentes.

El impacto de la NIIF 16 sobre la forma de contabilizar las operaciones de arrendamiento sin opción de compra para los arrendatarios, como medida que afectará una amplia variedad de sectores, desde compañías aéreas hasta el sector del comercio minorista, fue tema clave.

En Colombia, las operaciones de leasing crecen históricamente por encima del crecimiento de la economía y representan alrededor de \$40 billones de pesos en términos de la colocación de este producto en las entidades financieras. Colombia ha sido pionero en algunas modalidades de leasing como el leasing inmobiliario y el leasing de infraestructura, así como en el conocimiento de los activos y de su ciclo de vida.



En la foto: Beatriz Morales, Presidente de Fedeleasing, y Jorge Castaño, Superintendente Financiero de Colombia.



En la foto: Luis Eduardo Jiménez, Director Administrativo y Financiero Grupo Puerto de Cartagena; Francisco Javier Monroy Guerrero, Vicepresidente Banca Empresarial del Banco de Occidente; J. Orlando Corredor, Experto Tributario; Rafael Castillo, CEO de Latin American Region and Emerging Markets, The Alta Group, y Claudio Díaz, Especialista en IFRS, Socio, KPMG.



En la foto: Ángela María Durán Niño, Directora Segmento Particulares de Business Development, Banco BBVA; Helmuth Barros, Presidente Fondo Nacional del Ahorro; Camilo Albán Saldarriaga, Vicepresidente de Constructores y Banca Hipotecaria del Banco Davivienda, y Sandra Patricia Roa Sarmiento, Gerente de Vivienda de Itaú.

19 Congreso Internacional Andesco

El pasado 24, 25 y 26 de junio se llevó a cabo el 19 Congreso Nacional e Internacional Andesco Servicios Públicos, TIC y TV, en el Centro de Convenciones de Cartagena de Indias.

El Congreso tuvo como propósito abordar los principales ejes de gestión en la prestación de los Servicios Públicos y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.



Financreditos BPO estuvo presente dando a conocer sus innovaciones en cobro de carteras para el sector de Servicios Públicos, en el que consolida una gran experiencia.



En la foto: David Luna, Ministro TIC; y los funcionarios de Financréditos Faby Martínez, Directora Jurídica; Mario Enrique González, Director Comercial y Leydy Holguín, Directora Regional.



En la foto: Bernardo Vargas Gibsone, Presidente de ISA, y Alejandro Blanco Toro CEO de Financréditos.

Congreso Andino de Contact

En el marco de la 14° Congreso Andino de Contact, se llevó a cabo la tercera versión del Customer Experience Summit, en el Cubo de Colsubsidio, en Bogotá, el pasado 9, 10 y 11 de Mayo. El evento se desarrolló bajo el slogan 'Digital ConXumers la Revolución del Servicio'.



En la foto: Felipe Arias, presentador del evento; Ana Karina Quessep, Presidenta Ejecutiva de la ACDECC & BPO; Carlos Graham, consultor de experiencia del cliente, y Mauricio Velásquez, director Académico del Congreso.



En la foto: Mitrol fue uno de los ganadores del premio Latam a las Mejores Organizaciones 2017 para la Interacción con Clientes en la categoría "Mejor Contribución Tecnológica".

Foro de Cobranza de Teleacción en Cali

El pasado 6 de julio en el Hotel Spiwak Chipichape en Cali, se llevó a cabo el Segundo Foro de la Industria de la Cobranza Valle del Cauca, organizado por Teleacción y Fenalco Valle.

Patricia Alzate, gerente de Teleacción abrió la jornada con su conferencia "Customer Experiencie y modelo de gestión y operación de cobranza". También en la tarde se desarrollaron talleres simultáneos dirigidos por esta organización.



El desarrollo regional y las opciones para incrementar el nivel de competitividad de las empresas del sector, fue uno de los temas centrales del Foro.



El evento reunió ejecutivos relacionados con operaciones de cobranza y proveedores de servicios en la región.

Evento Microfinanzas Fundación BBVA - Midiendo lo que realmente importa

El pasado 29 de junio, en la sede del BBVA, con motivo de los 10 años de sus actividades en Colombia, la Fundación Microfinanzas BBVA, organizó el evento Desarrollo e impacto social de las microfinanzas en Colombia: retos y oportunidades del sector.



En la foto: Durante el panel 'Desarrollo e impacto social de las microfinanzas en Colombia: retos y oportunidades del sector', María Clara Hoyos, presidenta de Asomicrofinanzas; Carlos Gustavo Cano, consultor y estadista experto en sector rural; Margarita Correa, presidenta de la Junta Directiva de Bancamía, quien actuó como moderadora, además de Jorge Castaño, superintendente financiero y María del Pilar Galindo de la Unidad de Regulación Financiera del Ministerio de Hacienda.

Durante el evento, la organización presentó su Informe de Desempeño Social 'Midiendo lo que realmente importa', que resume el progreso de las más de 820 mil personas vulnerables a las que atiende en ese país a través de Bancamía, su entidad microfinanciera. Durante el evento estuvieron presentes entre otros: Óscar Cabrera, presidente ejecutivo de BBVA Colombia; Claudio González-Vega, presidente del Patronato de la FMBBVA, y Stephanie García Van Gool, directora de Medición de Impacto de la Fundación.



Más de la mitad de las personas a las que apoya Bancamía son mujeres y más del 70% son vulnerables. En su gran mayoría, emprendedores que con su esfuerzo y el apoyo de la entidad sacan adelante a sus familias

Encuentro Nacional de Profesionales en Cobranza de Colcob

El pasado 5 de mayo Colcob realizó en El Cubo de Colsubsidio, en Bogotá, el Séptimo Encuentro Nacional de Profesionales en Cobranza, un espacio académico de motivación y crecimiento personal intensivo dirigido a los gestores de cobranza, que bajo el concepto de 'Servimos para Servir', logró conectar y sensibilizar a los participantes, en su mayoría 'millennials', para reflexionar en un propósito de vida.



En la foto: César García, Presidente Colcob; Juan Carlos Rojas de Sistemcobro; Gloria Urueña Directora Colcob; Edwin Mora de Davivienda; José Alejandro Bermúdez de Nymity LatAm; Roberto Torrijos de Grupo Consultor Andino; Fabio León de León & Asociados y Reinaldo Martínez de Grupo Consultor Andino.



Durante el evento, en el espacio llamado "Hall de la Fama", fueron reconocidos y premiados los gestores de cobranza que se destacaron en su excelente gestión, entrega y capacidad de servicio. Beatriz Villa Directora de la Revista Ciclo de Riesgo, organización patrocinadora del Hall de la Fama, entrega a Sandra Bibiana González de Contenido BPO, el televisor Samsung Curved UHD, que fue rifado entre los premiados.

ÉXITO TOTAL

El pasado 13 de junio en el Hotel Sonesta de la ciudad de Bogotá, se dieron cita más de 135 Gerentes de Cobranza y líderes de las áreas de crédito y cartera de las empresas más importantes del país e instituciones financieras, para participar del primer track, del segundo Master Class COLLECTIONS MANAGEMENT evento de nicho especializado, organizado por la Revista Ciclo de Riesgo.

Gracias a su alto nivel académico, profundización y especialización de la agenda, además la nutrida concurrencia de ejecutivos líderes de las áreas del ciclo de riesgo, este primer track fue todo un éxito.



En la foto: Juan Alberto Ortiz, gerente general de Andes BPO; María Constanza Guzmán del Fondo Nacional del Ahorro; Jorge Barrios del Banco Av Villas; Alexandra Molina del Banco Av Villas, y Nelson Otálvaro, director de Servicios de Andes Bpo.



Sentados: Nelson Abril, Coordinador Cartera Sector Real Financréditos; Olga Rojas, Jefe de Cartera Tarjeta Express Banco Popular; Nancy Cortés, Jefe Cartera Incomercio del Banco Finandina y Yudy Nova, Jefe Cartera de Natura.

De pie: Beatriz Villa de Ciclo de Riesgo; Eduardo Almeida, Director de Nuevos Negocios Financréditos; Sergio Torres Analista de Crédito de Corbeta; Mario González, Gerente Comercial Financréditos; William Sierra Jefe Recaudo y Conciliación para Latinoamérica de Gas Natural; Clara Cortés Analista de Cartera Corbeta; Joaquín Peña Gerente de Consultoría de ICM México; y Alejandro Toro, Presidente de Financréditos.

En el evento también participaron importantes aliados y proveedores especializados en toda la cadena de valor del Ciclo de Cartera, quienes compartieron en sus mesas VIP con clientes actuales y potenciales.



En la foto: Joaquín Peña de México, en el desarrollo de su Master Class "Metodología y Variables Críticas en la Construcción de un modelo eficiente de Cobranzas"



Adminfo Solati, una de las empresas patrocinadoras del evento, invitó a los asistentes a probar suerte en el Casino "Millionaires" y rifó botellas de Vino entre los ganadores.



Los asistentes salieron con herramientas eficaces, tácticas focalizadas y estrategias de alto impacto para dinamizar los resultados de recuperación de cartera en el segundo semestre y desde ya se preparan para asistir al segundo track de la jornada en Medellín el 16 de agosto en el hotel Dann Carlton.



YA NO TENDRÁS QUE ESCOGER ENTRE UN SUV Y UN MASERATI.

MASERATI LEVANTE. DESDE \$ 450.000.000*

Combinando la practicidad y versatilidad de un SUV con el rendimiento y la precisión de un Maserati, Levante cuenta con un potente motor V6 twin-turbo, sistema Q4 inteligente con tracción en las cuatro ruedas y una sofisticada suspensión neumática de cinco vías que ofrece la dinámica de manipulación de un carro deportivo, dentro y fuera de la carretera. Mientras tanto, su distintivo estilo italiano, lujoso interior y la nota única del escape confirman el ADN puro de una Maserati Levante.

MASERATI COLOMBIA

Calle 86 No. 11 – 08 Bogotá – Colombia / 57(1) 3902920 / www.maseraticolombia.com



©2017 Maserati North America, Inc. – Maserati Colombia GPKars SAS. Todos los derechos reservados. Maserati y el logotipo de Trident son marcas registradas de Maserati SpA. *Foto de referencia, algunos accesorios, diseños y acabados pueden estar disponibles a un precio adicional.

16 años EMPRENDIENDO UN SUEÑO



ESPECIALISTAS EN COBRANZA
MICROCRÉDITOS FINANCIEROS
VENTA DIRECTA



www.gfcobranzasjuridicas.com.co

GRUPO MV



Cobramos su cartera por UN DÓLAR

Gestionamos su cartera en etapa de mora temprana, desde el primer día (1) de incumplimiento y hasta el día treinta (30) de mora, por solo **UN DÓLAR**
(Únicamente **cobramos** por los clientes que abonen)

Incluye:

Encuestas, obtención y seguimiento de compromisos de pagos, rediferidos, entre otros.
Tecnología masiva - personalizada e interactiva

GARANTIZAMOS IGUALAR Y MEJORAR SUS INDICES ACTUALES

ATENDEMOS EN:

- México
- Guatemala
- Honduras
- Salvador
- República Dominicana
- Panamá
- Costa Rica
- Nicaragua
- Colombia
- Venezuela
- Perú
- Brasil
- Argentina
- Chile
- Ecuador
- Bolivia
- Paraguay
- Uruguay
- España



Dirección: Calle 93 No. 11A - 28 Oficina 601

Teléfono: 7560025 - Celulares: 300 313 0151 / 313 432 7230

Email: Juancorchuelo@mensajesdevoz.co / jorgeacorchuelo@mensajesdevoz.co