

CICLO *DE RIESGO* COLOMBIA

La revista para expertos del mundo del Crédito y la Cobranza

La construcción **EMPÁTICA DE SOCIEDAD** desde el actuar **EMPRESARIAL** como marco **AXIOLÓGICO** - Pág.14

CONSTRUIR en lugar de esperar **LA DIFERENCIA DE LAS ORGANIZACIONES ÁGILES** - Pág.32

¿Ya vió esos **RINOCERONTES GRISES** que se ciernen sobre su **CARTERA DE CRÉDITO?** - Pág.46

La cartera **CASTIGADA**, una industria **BILLONARIA** de alta **ESPECIALIZACIÓN** - Pág.56

The **NEXT Mobile Economy**
El mundo en la palma de la mano de los colombianos - Pág. 68

La **CREACIÓN** de valor a través de la **INTELIGENCIA** del **CLIENTE**

*- La capacidad de conectarse con el **SER** e insertarse en el **HACER** de una sociedad que ha sufrido -*



Colombia COP \$ 20.000

No corra el RIESGO de Perdersela

Información especializada de mayor relevancia diariamente en nuestros canales digitales

www.cicloderiesgo.com - www.ciclosolidario.CO - Ciclo de Riesgo WEB News en YouTube

Acceda a los scores más especializados y poderosos para su negocio con CreditVision[®] Suite la nueva y mejorada suite de productos para todo el ciclo de riesgo del consumidor financiero.



CreditVision[®] Suite utiliza técnicas avanzadas de Machine Learning, algoritmos de datos tendenciales y alternativos que le ayudarán a gestionar mejor el riesgo de su negocio.

LLEGÓ LA HORA DE VER A SUS CLIENTES
CON OTROS OJOS CON
CreditVision[®] Suite

Con CreditVision Suite
cumplimiento y mayor poder



Su desempeño
no se ve afectado
por alivios.



Cumple
con la regulación
de Habeas Data.



No usa datos de
mora histórica
que hayan cumplido
con su período de
permanencia.

CreditVision Suite se
especializa en

- **CreditVision:** Califica a población con historia crediticia.
- **CreditVision Link Servicios Financieros:** Califica a población con y sin historia crediticia, especializado en sector financiero.
- **CreditVision Link:** Califica a población con y sin historia crediticia, especializado en sector telcos, seguros, retail, industria y comercio.
- **CreditVision Negocios:** Califica negocios como personas jurídicas y naturales.
- **CreditVision Mantenimiento, Cobranzas y Recuperación:** Un Score especializado para cada etapa del Ciclo de Riesgo.

Con **CreditVision[®] Suite** sus modelos
de riesgo se ajustan y serán
cada vez más potentes.

CONTENIDO >>



Directora
Beatriz Alexandra Villa Escobar
beatrizvilla@cicloderiesgo.com

Consejo Editorial
Lilian Simbaqueba
Luis Fernando Guevara
Rafael Ortega
Luis Fernando Cruz Araujo

Edición, Diseño y Diagramación
Cristhian Gómez Pulido
cristhigraf@gmail.com

Impresión
LEGIS Impresores

Fotografía
Stock Adobe
Freepik

Suscripciones
www.cicloderiesgo.com
asistentegerencia@cicloderiesgo.com

Pauta, Directorio ABC y Eventos
Teléfonos: (57)(1) 300 2017 - (57) 315 833 3101
info@creditoycobranzas.com
Bogotá D.C. Colombia

La comunidad opina y comentarios
info@creditoycobranzas.com

6 PRIMER PLANO

- Calidad de cartera
- Lo nuevo ¿Qué está pasando en el mundo?
- Nuestros mayores desafíos
- La construcción empática de sociedad desde el actuar empresarial como marco axiológico
- Que no pase desapercibido.
- La movida

24 FOCO: LA CREACIÓN DE VALOR A TRAVÉS DE LA INTELIGENCIA DEL CLIENTE



42 VIVIENDO EL CRÉDITO

- Top 20
- Financréditos continúa su evolución, ahora como SYNERJOY
- ¿Ya vio esos rinocerontes grises que se ciernen sobre su cartera de crédito?
- La vacuna es contra el virus, no contra la crisis

50 VIVIENDO LA COBRANZA

- ¿Hacia dónde avanza la cobranza inteligente?
- La inteligencia del cliente encuentra en la cobranza su mayor desafío
- IntelBPO, la sorprendente capacidad de este call center 100% digital, que llevó al mercado a entender el verdadero cambio: No cambia el qué... lo que cambia es el cómo
- La cartera castigada, una industria billonaria de alta especialización

60 MARCO JURÍDICO

- Nuevas modificaciones al régimen de insolvencia PN ¿Avance o retroceso?

64 MANAGEMENT

- La inteligencia del negocio encuentra su mayor potencia en su talento humano

68 TECNOLOGÍA

- The NEXT Mobile Economy
- Bitcoin: el mundo financiero entra a la era de los Laser eyes
- ¿Qué significa para el Salvador la aprobación del Bitcoin como moneda de curso legal?

80 SOCIALES



Los eventos del más alto nivel estratégico para expertos del mundo del Crédito y la Cobranza

CALENDARIO DE EVENTOS II SEMESTRE 2021

- 1 Un evento Bioseguro Bimodal (Presencial + Digital 3D) Un evento diferente en un lugar diferente, ZULA Centro de Experiencias Usaquén Bogotá Colombia

Ciclo de **RIESGO**
SUMMIT 2021 LATAM

Miércoles 25 y jueves 26 de agosto de 2021

Un nuevo entendimiento del Ciclo de Riesgo de Crédito frente las cambiantes realidades políticas, culturales, y socioeconómicas, en medio de ambientes VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity), sociedades más beligerantes y ecosistemas en peligro de sostenibilidad

SALONES CON AGENDAS EN PARALELO CON CONTROL DE AFORO



Asistencia Remota WEB para 12 países en Latinoamérica en el Recinto Ferial 3D



Cobranza de Alto Impacto

Evento presencial
Fecha: miércoles 6 de octubre
Lugar: Country Club / Medellín Colombia

Mayor información en: www.eventoscicloderiesgo.com

Teléfono: (57)(1) 300 20 17 - Móvil: (57) 315 233 6827

Mail: info@creditoycobranzas.com

Organiza:





El mundo se enfrenta claramente a una crisis multifacética, crisis de salud, crisis económica, crisis de justicia social, y del medio ambiente, sin mencionar la crisis que enfrenta la familia como el núcleo más valioso de la sociedad y otra de igual relevancia: la crisis de liderazgo.

Sin duda, lo que está sucediendo es una señal de que la conversación global ha cambiado en todos sus niveles: familia/hogar/empresa/sociedad/estado/región/mundo; y es aquí donde están nuestros mayores desafíos. Es por esto que comenzamos esta edición, **en la sección "Primer Plano"**, con un llamado hacia la necesidad de construir nuevos y mejores modelos de negocio que aporten en la construcción de una sociedad más justa y próspera para todos.

Particularmente en Colombia la situación evolucionó a un terreno minado mucho más complejo y peligroso; y sin entrar en el análisis político, es claro que los acontecimientos vividos obligan a replantear el papel que juega el tejido empresarial en el camino para superar esta coyuntura, que comienza por una comprensión axiológica, por demás distinta, del actuar empresarial en el nuevo entorno, porque sin duda el país cambia para siempre.

En medio de este ambiente enrarecido por la pandemia, además por la crisis económica, política y social, billones de pesos se están trasladando a otros sectores, a otros países o incluso desapareciendo por completo, ocasionando pérdidas para muchos, pero creando oportunidades sorprendentes para aquellos que sepan anticiparse y abordar sin fanatismo una realidad que supone en sí misma la ruptura del modelo tradicional de negocio.

Y es en esta misma línea, **en la sección Foco**, que profundizamos sobre la necesidad de llevar la Inteligencia del Negocio a otro nivel, adentrándonos además en un tema fascinante: la inteligencia de clientes bajo el sentido de creación de valor. Destacando también el poder de la tecnología analítica en la gestión del Ciclo de Vida del Cliente, para terminar la sección

con el entendimiento de los atributos que soportan las organizaciones ágiles, y cuáles son esas mejores formas de desarrollar proyectos exitosos en este sentido.

Cerramos este gran capítulo con la construcción de la inteligencia de la nueva humanidad, en la que la tecnología se ha convertido en el detonante para que tres grandes campos científicos: la genómica humana y animal, la nanotecnología y la robótica, se unan en sí mismas para dar vida a una potente industria: la Industria BioTech, que liderará los grandes avances de la humanidad y la inteligencia artificial en la siguiente década.

Si aún no ha visto esos rinocerontes grises que se ciernen sobre su cartera de crédito, entonces no deje por ningún motivo de leer **la "Sección Viviendo el Crédito"** en la que la Dra. Jo Robertson nos cuenta como tener los ojos abiertos para que este nuevo escalamiento y dimensión de la crisis por la pandemia, con tintes de rebelión por el paro social, no le golpee su cartera y lo coja desprevenido.

En **la sección viviendo la cobranza**, le dedicamos un aparte especial al negocio de compra-venta de cartera castigada, el que se constituye en una billonaria industria, de comportamiento contra cíclico, y alto nivel de sofisticación.

En **la sección Tecnología** profundizamos acerca de la "NEXT Mobile Economy" y su capacidad de poner el mundo en la palma de la mano de los colombianos. Para que no se pierda en todo este ecosistema, allí encontrará quienes son los actores más destacados, para que le saque todo el provecho y lleve sus finanzas empresariales y personales al siguiente nivel.

Y ya finalizando la lectura encontrará el tema de moda que por supuesto no podía faltar: **Bitcoin**. ¿Llegó el momento de apostar en serio por esta moneda que busca ser el próximo estándar monetario global? Después no se queje si dejó pasar las mejores olas de este mercado.

Antes de terminar, reviva los mejores momentos de **ExpoCOBRANZAS** Latam 2021 y su Live Collections Summit evento digital 3D y no olvide visitar nuestro canal de YouTube Ciclo de Riesgo Web News donde encontrará un compendio de información de alto valor.

Lo esperamos en el Ciclo de Riesgo SUMMIT el 25 y 26 de agosto en ZULA, el centro de experiencias de Usaquén en Bogotá o conéctese vía web a la plataforma digital para que no corra el riesgo de perderse este magnífico evento de creación de conocimiento colectivo.

Espero que usted apropie esta revista como suya.

Beatriz Alexandra Villa Escobar
Directora



¿CÓMO VA EL CRÉDITO?

- » En mayo/21, la tasa de aprobación de operaciones nuevas de crédito para consumo fue tan solo del 37%, la que contrasta con el 86.5% para el segmento de empresas y microempresas (Vivienda 67.4%).
- » El indicador de calidad de cartera de crédito del sistema financiero medido por temporalidad fue del 4,91% al cierre de marzo y se mantuvo en el mismo nivel al cierre de abril (11,6% por riesgo). Al sumarle los castigos de cartera, el indicador por temporalidad más que se dobla (10,89% a marzo).
- » La cartera de vivienda se compone de 1.075.215 deudores que en promedio se endeudaron por un monto de COP 76,3 m. Los nuevos deudores durante el tercer trimestre del 2021 fueron 31.400 y presentan un saldo promedio de COP 108,6 m, máximo observado desde septiembre de 2015. Esta modalidad mantiene una muy buena tendencia.
- » Tendencia al alza. Según lo estima el Banco de la República la progresiva revelación del riesgo de crédito, junto con una mayor percepción de este por parte de los Establecimientos de Crédito, sugieren que en el corto plazo se podrían observar aumentos adicionales en la morosidad.
- » El indicador con el que se mide la carga financiera de los hogares, como la razón entre el monto de las cuotas de los créditos de consumo y vivienda (capital + intereses) sobre el ingreso disponible de los hogares, se encuentra en niveles históricamente altos, lo que supone un mayor riesgo asociado a su capacidad de pago. Al cierre de diciembre de 2020 este indicador se ubicó en el 28.4%.
- » El Programa de Acompañamiento a Deudores (PAD), reportó un total de 2.2. millones¹ de deudores que redefinieron sus créditos (corte a junio 16/21) por un valor de \$37,0 billones. Las redefiniciones implicaron en promedio en la disminución en cuota del 28.7% y un promedio en el recorte en tasa de interés de 1.79%; en ampliación del plazo o rediferido del saldo total, el aumento promedio en tiempo fue de 32 meses y respecto a los nuevos periodos de gracia o prórrogas, su duración promedio es de 6 meses.

* (1) Los deudores no corresponden a deudores únicos, puesto que una persona natural o jurídica puede registrar alivios en varios productos de crédito con una misma entidad o en dos o más entidades financieras

Fuente: SFC e Informe Estabilidad Financiera Banco de la República.

**Integrantes
contentos, seguros y listos
para habilitar sus estrategias.**

Contenido BPS adaptándose
a las circunstancias con flexibilidad
y responsabilidad.

**¡Sigamos cuidándonos,
esta situación
la superaremos unidos!**

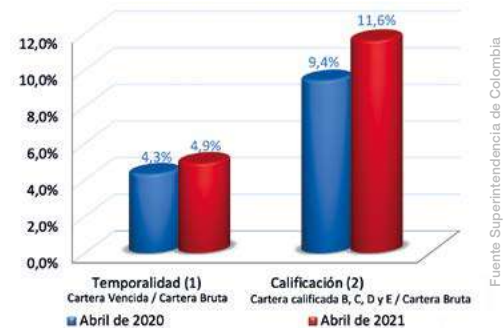
www.contentobps.com

Contento BPS S.A. @contento_bps Contento BPS
Medellín, Carrera 42 # 54* - 71 Itagüí
Andrés Sierra Ortiz - Cel. 321 639 66 18
Bogotá, Calle 162 # 21 - 91 Sector El Toberín
Diana Patricia Castañeda - Cel. 315 2672828

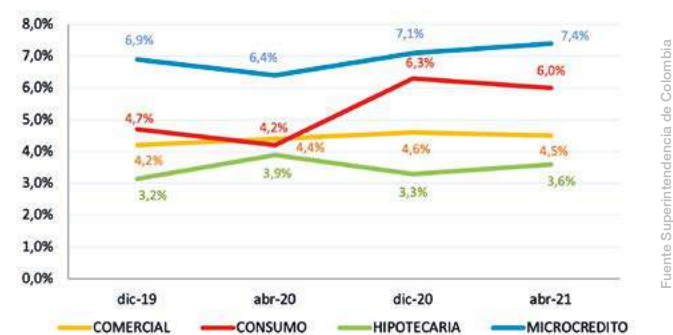
Contento BPS
Gestionamos sueños

Indicador de Calidad de Cartera

ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO - Cifras Abril 2021

**Calidad de Cartera por Modalidad**

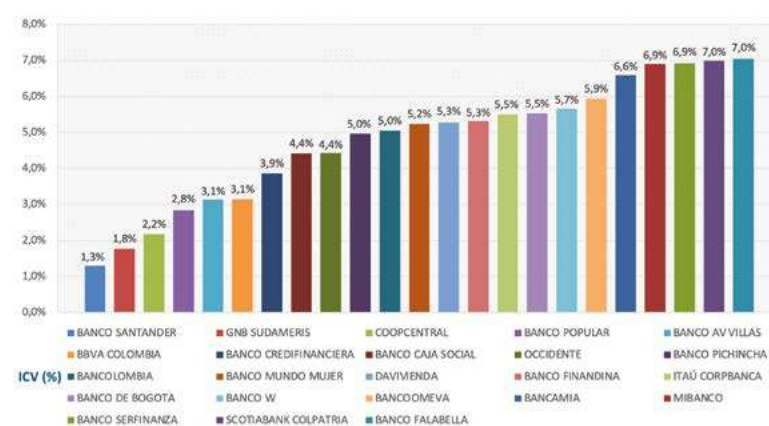
ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO - Cifras Abril 2021

**BANCOS**Indicador de
Calidad por
Temporalidad

	ICV (%)
BANCO SANTANDER	1,3%
GNB SUDAMERIS	1,8%
COOPCENTRAL	2,2%
BANCO POPULAR	2,8%
BANCO AV VILLAS	3,1%
BBVA COLOMBIA	3,1%
BANCO CREDITFINANCIERA	3,9%
BANCO CAJA SOCIAL	4,4%
OCCIDENTE	4,4%
BANCO PICHINCHA	5,0%
BANCOLOMBIA	5,0%
BANCO MUNDO MUJER	5,2%
DAVIVIENDA	5,3%
BANCO FINANINDIA	5,3%
ITAU CORPBANCA	5,5%
BANCO DE BOGOTÁ	5,5%
BANCO W	5,7%
BANCOOMEVA	5,9%
BANCAMIA	6,6%
MIBANCO	6,9%
BANCO SERFINANZA	6,9%
SCOTIABANK COLPATRIA	7,0%
BANCO FALABELLA	7,0%

Indicador de Calidad de Cartera

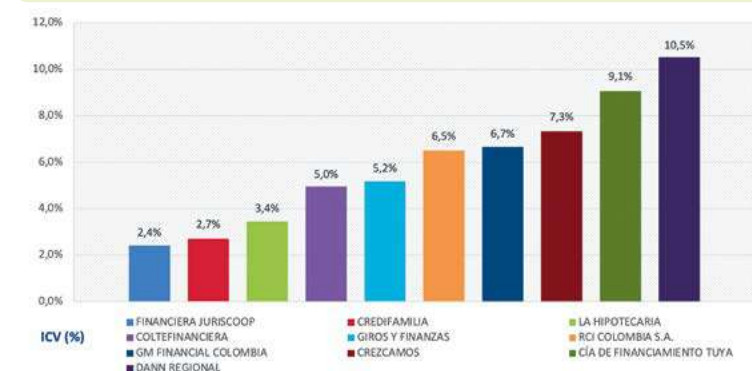
ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO - Cifras Abril 2021

**COMPAÑÍAS DE FINANCIAMIENTO**Indicador de
Calidad por
Temporalidad

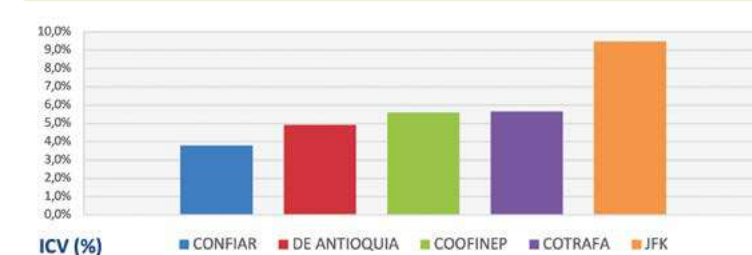
	ICV (%)
FINANCIERA JURISCOOP	2,4%
CREDIFAMILIA	2,7%
LA HIPOTECARIA	3,4%
COLTEFINANCIERA	5,0%
GIROS Y FINANZAS	5,2%
RCI COLOMBIA S.A.	6,5%
GM FINANCIAL COLOMBIA	6,7%
CREZCAMOS	7,3%
CÍA DE FINANCIAMIENTO TUYA	9,1%
DANN REGIONAL	10,5%

Indicador de Calidad de Cartera

COMPAÑÍAS DE FINANCIAMIENTO - Cifras Abril 2021

**Indicador de Calidad de Cartera**

COMPAÑÍAS DE FINANCIAMIENTO - Cifras Abril 2021



(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

adminfo

Solución integral para la gestión de cobranza Vsmart

Adminfo le permite
CONTROLAR Y ADMINISTRAR
todas las etapas de la gestión de cobranza



Utilice Inteligencia Artificial
para complementar su estrategia de cobranza
Chatbot de Cobranza integrado con Whatsapp
y Facebook Messenger

Solati
tecnología | innovación | nube



SI-CER201855 SC-CER19481



www.solati.com.co

¿QUÉ ESTÁ PASANDO EN EL MUNDO?

Estados Unidos

Se espera que la política económica de Biden en los siguientes dos años genere 360.000 millones de dólares para los exportadores de todo el mundo y cree un efecto de confianza positivo en la demanda interna, por lo que las agencias de Rating revisan al alza las previsiones de crecimiento del PIB de Estados Unidos, hasta el +5,3% anual en 2021 y el +3,8% en 2022, tras una contracción del -3,5% en 2020.

Se prevé además que la tasa de desempleo cierre por debajo del 4,3% a finales de 2022 (frente al 6,2% de febrero de 2021), lo que significa que el exceso de ahorro de los hogares acumulado durante la crisis debería liberarse más rápido de lo previsto.

Por su parte, el Senado aprobó por abrumadora mayoría un proyecto de ley expansivo para invertir casi 250.000 millones de dólares en el refuerzo de la fabricación y la tecnología estadounidenses para hacer frente al desafío económico y estratégico de China, bajo el argumento de que quien gane la carrera hacia las tecnologías del futuro se convertirá en el líder económico mundial, con profundas consecuencias para la política exterior y la seguridad nacional.

De inmediato China condenó el proyecto de ley, quien dijo en su comunicado: "difama el camino de desarrollo de China y las políticas internas y externas (...) e interfiere en los asuntos internos de China bajo la bandera de la innovación y la competencia".

ALASKA

Las tasas de derretimiento de los glaciares de Alaska están entre las más altas del planeta, es así como el glaciar Columbia retrocede unos 115 pies (35 metros) al año, cien veces más rápido de lo que se creía. En conclusión, los glaciares se están derritiendo más rápido, incluso los del Tíbet que solían ser estables, perdiendo un 31% más de nieve y hielo por año que hace 15 años, según mediciones satelitales tridimensionales. La mitad de la pérdida de glaciares del mundo proviene de Estados Unidos y Canadá. A excepción de unos pocos en Islandia y Escandinavia que se ven alimentados por el aumento de las precipitaciones. Por su parte, Biden suspende la exploración y extracción de petróleo y gas en el Refugio Nacional de Vida Silvestre del Ártico en Alaska, ANWR, revirtiendo así una polémica medida tomada por Donald Trump en los últimos días de su mandato, en este estado en el que el petróleo, es su principal fuente de riqueza.

PERÚ

Ante la inminente llegada de la izquierda radical al Gobierno del Perú, no paran de salir las grandes fortunas que son recibidas con los brazos abiertos por los bancos norteamericanos, mientras el sol peruano alcanza su mínimo histórico y la Bolsa de Valores de Lima se desploma. Tan solo menos de 80.000 votos le dan el triunfo a Castillo sobre Keiko; sin embargo, la incertidumbre y la división de la población marcan un complicado panorama económico, político y social.

¿Cuáles son los grandes temores frente al Gobierno de Pedro Castillo?

Perpetuarse en el poder teniendo en cuenta "que tiene atrás a Cuba y Venezuela y -tras ellos- a China y Rusia". Les preocupa además Vladimir Cerrón, el poder detrás del trono, (su Diosdado Cabello venezolano) líder político entrenado en Cuba, hoy condenado por varios casos de corrupción cuando fue gobernador e hijo de un señalado probable senderista que habría sido asesinado por el ejército. Preocupa su estrecha relación con Movadef, organización a la que señalan como el órgano fachada del Partido Comunista Peruano brazo político de la temida guerrilla de Sendero Luminoso.

Con el poder de elegir a los jefes de las fuerzas armadas, temen que indulte y nombre a Antauro Humala, exmilitar golpista preso desde 2005.

Temen que nacionalice los fondos de pensiones privados como ya lo hizo el gobierno de Argentina, y las empresas transnacionales en industrias estratégicas (minería, comunicaciones, electricidad y gas) y que cumpla con su discurso de disolver el congreso.

Sin duda hay tres espacios institucionales que serán protagonistas en este nuevo país, porque ya el Perú cambio para siempre: El Congreso de mayoría opositora a Castillo; el Acuerdo Nacional, lugar de confluencia de actores de diverso tipo y la Conferencia Episcopal Peruana.

LITUANIA

Con una población de aproximadamente un tercio del tamaño de Londres y una renta per cápita de 38.600 dólares según el FMI (posición número 34 del ranking mundial), es ahora posiblemente el segundo centro fintech de Europa y el segundo país que más licencias de dinero electrónico ha emitido, solo por detrás de Reino Unido. Un país que literalmente ha puesto su corazón económico y su alma reguladora en atraer empresas de tecnología financiera. Este crecimiento exponencial comenzó en 2016 cuando el Banco de Lituania lanzó el "Strategic Direction 2017-2020", el que se aceleró con la salida de Gran Bretaña de la Unión Europea (brexit). Sin duda el pasaporte europeo, que posibilita a las FinTech registradas en Lituania operar

en toda la Unión Europea, unido a la agilidad en la tramitación, (obtención de licencias en un periodo cercano a 3 meses), regulación adecuada; implementación de un sandbox regulatorio, que permite testar las nuevas FinTech bajo supervisión, sin necesidad de licencia; y el programa "newcomers" de asistencia gratuita a las FinTech con interés en el país, han sido los ejes de atracción, sumado a su misma inestabilidad geopolítica: las amenazas de invasión los han obligado a disponer de una robusta infraestructura de conectividad. Sin embargo, los riesgos no faltan: la responsabilidad de llevar la prevención del blanqueo de dinero a otro nivel y la más importante: mantener a Rusia a raya, para lo cual cuenta con la protección de la OTAN.

INDIA

India se ha convertido en el primer país en notificar más de 6.000 muertos por coronavirus en un día, en momentos en que el país alcanza el umbral de los 360.000 decesos. La noticia positiva es que los contagios diarios se han colocado por debajo de los 100.000, luego que se presentaron cifras alarmantes de 300.000 y 400.000 contagios diarios en los meses pasados, producto de la segunda ola de covid-19 que devastó al segundo país más poblado del mundo. Según la Comisión de Derechos del Niño, más de 1700 niños han quedado huérfanos desde el comienzo de la pandemia. Mientras a comienzos del año los analistas pronosticaban que India se convertiría en la economía de más rápido crecimiento en el mundo, muy por delante de China, el Fondo Monetario Internacional alerta riesgos a la baja para el pronóstico de abril de un crecimiento de 12,5% en la producción económica del país en los años fiscales 2021 y 2022.

ISRAEL

Como resultado de las elecciones realizadas en marzo, Naftali Bennett, un nacionalista de derecha, acaba de asumir el cargo de primer ministro de Israel, luego de la aprobación del parlamento como un hecho histórico, por demás controvertido. Por un lado, condenado por un furioso de Benjamin Netanyahu que ha señalado la elección como un robo y una conspiración, luego de sus 15 años en el poder. Por otro lado, por quienes celebran que al pare-

cer finalmente se producirá una transición democrática gracias a la coalición de ocho partidos que apoyaron a Bennett, que van desde partidos de extrema derecha a partidos de izquierda. Sin duda uno de los principales desafíos de Bennett será negociar una salida política sobre la causa palestina en el marco de la identidad árabe, que, si bien no garantiza la paz a la Región, por lo menos devuelva la calma, luego de los feroces ataques desde y hacia la franja de Gaza.

NUESTROS MAYORES DESAFÍOS

Marco Fiscal de Mediano Plazo 2021 y 2022

- \$134 billones es la proyección de las necesidades de financiamiento del Gobierno para el 2021 - 12,1% del PIB.
- El déficit a financiar es de \$95.7 billones (8,6% del PIB), amortizaciones por \$18.9 billones (1,7% del PIB) y pago de obligaciones por \$8.6 billones (0,8% del PIB).
- Para 2022, se proyectan necesidades de financiamiento del \$127.8 billones (10,7% del PIB).

(Fuente Ministerio de Hacienda)

Pobreza

Cerca de 21 millones de personas se encuentran en situación de pobreza monetaria, representando un incremento de 3,5 millones de personas frente a los 17,5 millones de personas pobres observadas en 2019.

- 42,5% de la población del país en condición de pobreza.
- 30,4% en situación de vulnerabilidad.
- 25,4% pertenece a la clase media frente al 31,1% en 2019.
- 1,7% en la clase alta (4,6% en Bogotá) la que en 2019, representaba el 2,2%.
- En las cabeceras, el nivel de pobreza monetaria en 2020 se situó en 42,4%, mientras que en los centros poblados y rurales fue de 42,9%.
- Solo el 88% de los asalariados del país gana más de 2 SMMLV.

(Fuente Dane 2020)

¿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, y el costo de los demás bienes y servicios, que para 2020 fue de \$331.688. En el caso de un hogar compuesto por 4 personas, es clasificado como pobre, si el ingreso total del hogar está por debajo de \$1.326.752.

Por su parte, la línea de pobreza monetaria extrema (por debajo de la línea de indigencia) per cápita nacional en 2020 fue \$145.004; en el caso de un hogar de cuatro personas fue \$580.016.

A su vez, los valores de corte utilizados por el Centro de Desarrollo de la OCDE, la CEPAL, la CAF y la Unión Europea registran los siguientes parámetros:

Los pobres viven con menos 5.5 USD per cápita al día. Los vulnerables viven con entre 5.5 USD y 13 USD. La clase media está compuesta por quienes viven con entre 13 USD y 70 USD. La clase alta por quienes viven con más de 70 USD.

Nota: Valores PPA 2011 - Paridad del poder adquisitivo per cápita al día.

Desempleo juvenil

- El desempleo de la población joven llegó a 23,9% en el primer trimestre del año 2021, lo que significa que 1,65 millones de colombianos de entre 14 y 28 años de edad clasificaron como desocupados.
- De estos jóvenes sin empleo, 409.591 (25%) están en Bogotá.
- Por género, la tasa de desempleo en mujeres jóvenes se ubicó en 31,3%. Para los hombres jóvenes en 18,5%.

La inequidad es más dura en la vejez

- Solo 1 de cada 4 personas en edad de jubilación recibe una pensión contributiva.
- La cobertura activa (proporción de ocupados que contribuyen a pensión), a nivel urbano no supera el 44% y en zonas rurales el 14,6%.
- Aproximadamente 3,4 millones de personas mayores no recibieron ningún tipo de pensión o subsidio.
- El 20 % de la población con mayores ingresos concentra el 51 % de los pensionados del país. A su vez el 20 % de la población con menores ingresos concentra el 0,6 % de los pensionados.
- El 30 % de los hombres en edad de jubilación están pensionados, mientras que solo el 21% de las mujeres recibe este beneficio.
- En el Régimen de Prima Media (RPM) un pensionado con 1 SMMLV recibe un subsidio anual de COP 6,6 millones, un pensionado con 2 y 4 SMMLV recibe COP 15 millones, y un pensionado con más de 10 SMMLV recibe COP 58,6 millones.
- Se estima que en 2055 habrá cerca de 14,2 millones de adultos mayores, de los cuales 8,3 millones no contarán con protección alguna en su vejez.

Nuestra mayor enemiga: La informalidad

- El empleo vulnerable o informal representa cerca del 48% del empleo total, frente a los promedios de 32% para América Latina y 13% para los países de la OCDE.
- Pese a su reducción en los últimos años, la informalidad laboral sigue siendo elevada. El porcentaje de ocupados que no cotizan a salud ni a pensiones representa 62,3 % del total.
- El autoempleo en Colombia representa el 51,2 % del empleo total; 10,5 puntos porcentuales por encima del promedio de América Latina.
- Colombia tiene una tasa de autoempleo alta para su PIB per cápita (17 puntos porcentuales superior). Supera en 10 puntos el promedio regional y, a diferencia de la tendencia mundial, la proporción de autoempleados se ha mantenido constante en lo corrido del siglo.

bankingly

Rápida implementación

Solución de calidad mundial

Ciberseguridad garantizada

100% personalizable

Asequible

El mejor aliado para su transformación digital



Escanee el código QR y descubra cómo su institución financiera puede escalar al siguiente nivel.

Visítenos ingresando a www.bankingly.com



Urge mayor formalización empresarial

- El 60 % del total de las empresas y el 88 % de los micronegocios no cuentan con registro mercantil
- Se estima que operan cerca de 9 millones de negocios por cuenta propia. En el Registro Único Empresarial y Social (RUES), solamente existen alrededor de 1,4 millones de unidades productivas formalizadas y registradas en las Cámaras de Comercio, de las cuales, cerca de 400.000 se registran como sociedades y un poco más de un millón, como personas naturales.
- Para 2021, 968.495 empresas renovaron su registro mercantil dentro del plazo. (69% personas naturales).

Pasar de pocos ponen a todos ponemos

- En 2020 cerca de 3.5 millones de personas naturales presentaron declaración de renta, sin embargo tan solo 1.6 millones pagaron impuesto de renta.
- En 2018, 3.453 personas jurídicas (que constituyen el 0,2 % de las empresas con registro mercantil) declararon el 71,9 % del total del impuesto sobre la renta y 23 % del recaudo total. Para los siguientes 2 años esta proporción se mantiene
- 4.000 empresas, generan la mitad del empleo formal del país
- El 1 % de las empresas registradas (20.000 empresas) genera el 67 % del empleo formal, mientras que el 95 % (1,5 millones de microempresas) genera tan solo el 15 % de los puestos de trabajo formales.

Corrupción en Colombia Inaceptable

- La Contraloría General de la República emitió en los primeros 9 meses del 2020, 495 alertas por sobrecostos promedio del 21% en contratos relacionados con el COVID-19. El valor patrimonial de estas alertas es de COP 506.000 millones. Presuntamente, en algunos departamentos del país se han adjudicado contratos que superan entre el 32 % y el 200 % el valor de mercado.
- De los municipios identificados por la Misión de Observación Electoral con riesgo de fraude electoral y con mayor parte de sus necesidades básicas insatisfechas, un 43 % se clasifica en riesgo electoral extremo.
- El 66 % de los procesos de licitación pública en el Secop I cuenta con un único proponente. Por su parte, en el Secop II esta cifra disminuye al 17 %.
- Un 43 % de las personas jurídicas que financiaron campañas para alcaldías en 2015 recibieron contratos del Estado entre 2015 y 2019.

Productividad y desarrollo

Las diferencias en productividad explican la mitad de las diferencias en PIB per cápita entre países.

- El producto por hora trabajada representa cerca del 23 % del valor de este indicador para Estados Unidos
- Colombia está 10 posiciones por debajo del promedio de América Latina en el indicador de competencia del WEF (105 entre 141)
- En el ranking de complejidad económica del CID-Harvard, Colombia ocupa en 2018 la misma posición que en 2005 (56 entre 133) y esta tendencia se ha mantenido en los últimos 2 años.
- En América Latina, Colombia supera solo a Venezuela en diversificación de la canasta exportadora (16 entre 17 países).
- Las empresas que más crecen en Colombia, las jóvenes, lo hacen a una menor velocidad frente a sus pares estadounidenses. Al cabo de 25 años, la brecha del crecimiento en empleo es de 90 puntos porcentuales (70 % vs. 160 %).
- El 79,9 % del recaudo de impuestos directos proviene de personas jurídicas. En contraste, para el promedio de los países de la OCDE dicha contribución es de 26,8 %.

(Fuente Consejo privado de competitividad)

Atrapados en el mercado local

- 78% de los empresarios del sector industria y 84% de servicios, manifestó no exportar.
- El 50% de las Pymes industriales, el 65% de las comerciales y el 48% de las de servicios venden sus productos mayoritariamente en su ciudad de origen.

(Gran Encuesta Pyme de Anif)

El poder del método y la experiencia

Las campañas de vacunación han superado su mayor hito hasta el momento: más de mil millones de dosis administradas en todo el mundo. Los primeros cien millones de dosis tomaron 61 días, mientras que los últimos 100 millones tomaron solo 5; y vamos para 4. En la tercera semana de junio Colombia alcanzó 15.7 millones de dosis aplicadas.

Seguimos creyendo y trabando

En primer trimestre de 2021 aumentó 9,3% la creación de empresas en Colombia.

Del total de empresas nuevas registradas, 75,4% corresponden a personas naturales y 24,6% a sociedades.

Ánimo Colombia; ¡vamos para adelante!

A pesar de la situación compleja que afronta el país, Fedesarrollo recalculó su proyección de crecimiento del PIB colombiano a 7,2% para 2021. "Esto se debe a que el primer trimestre superó las expectativas con un crecimiento del 1,1% que va a sumar positivamente, lo cual muestra que cuando se liberan cuellos de botella la economía reacciona. Además, se está registrando un crecimiento de la economía estadounidense y china, lo que representa un buen panorama en el precio de los commodities. También esperamos que los confinamientos vistos en enero se puedan quedar atrás, de modo que con el avance de la vacunación que viene a buen ritmo, siga por la senda correcta".

GESTIONAMOS COBRANZAS QUE VALEN ORO

Especialización, agilidad, innovación y digitalización; son **nuestros diferenciadores** en la **recuperación efectiva de cartera** y el cuidado de tus clientes.

¡Evolucionamos a tu lado!

Konecta

 @konecta.col
  @KonectaCbia
  Konecta Colombia
  @konectacolombia
 

LA CONSTRUCCIÓN EMPÁTICA DE SOCIEDAD DESDE EL ACTUAR EMPRESARIAL COMO MARCO AXIOLÓGICO

Lo que está sucediendo es una señal de que la conversación global ha cambiado en todos sus niveles: familia/hogar/empresa/sociedad/estado/ región/mundo.



Luego de pérdidas económicas millonarias en todos los sectores, record en los contagios y las muertes por Covid, y daños en infraestructura en todo el país, y sin entrar en el análisis político, es claro que los acontecimientos vividos en el último mes obligan a replantear el papel que juega el actuar empresarial en el camino para superar esta coyuntura, que comienza por una comprensión axiológica, por demás distinta, del actuar empresarial en el nuevo entorno, porque sin duda el país cambio para siempre.

¿Qué papel debe jugar la industria del crédito y la cobranza en la encrucijada en la que se encuentra el país?

Aunque la reconversión del país significa un gran desafío que necesita la suma de todos los actores de la sociedad, sin duda, desde el actuar empresarial es mucho lo que se puede hacer para generar un alto impacto.

Si bien el dinero en esta crisis resulta fundamental, hay desafíos más grandes que el esfuerzo de reunir los millonarios recursos que se necesitan para cubrir el déficit que tiene el Gobierno para atender las necesidades del país.

Para el ministro de Hacienda José Manuel Restrepo, en medio de tantas necesidades, hoy Colombia requiere una triada de soluciones: desde los Social, económico y Fiscal:

Esta es la magnitud de las necesidades de financiamiento del Gobierno Nacional que se proyectan para el 2021: \$134 billones, 12,1% del PIB, compuestas por un déficit a financiar de \$95.7 billones (8,6% del PIB), amortizaciones por \$18.9 billones (1,7% del PIB) y pago de obligaciones por \$8.6 billones (0,8% del PIB).

Para 2022, se proyectan necesidades de financiamiento por \$127.8 billones (10,7% del PIB), compuestas por un déficit a financiar de \$83.6 billones (7,0% del PIB), amortizaciones por \$27.8 billones (2,3% del PIB) y pago de obligaciones por \$6.4 billones (0,5% del PIB).

Para el ministro de Hacienda José Manuel Restrepo, atender a los vulnerables, las necesidades de los jóvenes, reactivar la economía y estabilizar las finanzas públicas no da espera: "lo social no da espera, el sueño aplazado de ese joven que

no ingresó a la educación superior no da espera; porque el sueño de esa mujer que perdió su trabajo y quiere ingresar al mercado laboral, no puede dar espera; no da espera el microempresario que necesita hoy el subsidio a la nómina para sortear sus necesidades de caja".

La industria del crédito y la cobranza no puede ser inferior al momento trascendente que exige el país. Más allá de la suficiencia de recursos que los distintos grupos de la sociedad deben aportar, especialmente desde aquellos actores de la industria que históricamente han aportado por debajo de sus posibilidades, no habrá otra salida que meterse la mano al bolsillo. Así las cosas, dinero se tendrá que poner y mucho, sin embargo, los grandes desafíos están más allá y no son precisamente en el terreno económico.

El punto de partida demanda un reformulamiento de los postulados estratégicos que inspiren y guíen el actuar empresarial en este nuevo momento tan complejo que vive el país, el que comienza con la concepción de un modelo de negocio centrado en un propósito social que envuelve la marca como un todo, que se soporta en cinco pilares de actuación:

1. Replantear nuestro propósito y nuestro liderazgo

Sin duda Colombia cuenta con un tejido empresarial fuerte y resiliente; muestra de ello es que en momentos en que pareciera que el país se desmorona por cuenta del Covid y la protesta social, las empresas en vez de retroceder se llenan de esperanza y conscientes de que deben lograr un mayor

impacto en este momento en que el país más lo necesita, comienzan a replantear su propósito y su modelo de negocio, como una oportunidad única para reconstruir una Colombia mejor. Este reformulamiento de propósito comienza con la ampliación de la definición de valor, que más allá de generar rentabilidad, debe incluir aspectos sobre la forma en que nuestros empleados están prosperando, sobre la forma como nuestros clientes están cumpliendo sus metas, y sobre cuál está siendo nuestro impacto sobre el medio ambiente y de qué manera estamos avanzando en mayor inclusión y diversidad.

Y en ese camino de crear organizaciones con propósito urge migrar hacia nuevos principios de liderazgo con la búsqueda constante de convertirnos en líderes más auténticos, vulnerables y humanos.

Un liderazgo que recobre el valor de las personas como fuente y motor de cualquier organización. Cuidar de nuestros empleados, nuestros clientes, nuestros socios comerciales será un aporte inmenso en la construcción de un nuevo tejido social.

Como lo expresa Hubert Joly, ex presidente de Best Buy, y actualmente profesor en Harvard Business School, y autor del libro, The Heart of Business: Leadership Principles for the Next Era of Capitalism:

"Hemos caído en la misma locura según la definición de Einstein. Durante 40 años venimos haciendo lo mismo y esperando un resultado diferente. Hemos seguido un modelo que se basó en dos fuentes de inspiración: la primacía del capitalismo y esto nos ha metido en problemas. Necesitamos una refundación urgente de los negocios y el capitalismo en torno al propósito



Tu aliado estratégico en recuperación de cartera

16 años impulsando a nuestros clientes en el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas.

Somos expertos en:

- Manejo de cartera en todas las modalidades de mora
- Estamos a la vanguardia en la infraestructura tecnológica
- Especializados en protección de datos
- Combinación estratégica humana e inteligencia artificial

Maxicobros tiene alcance nacional con sucursales en las ciudades de **Medellín y Barranquilla**

Contacto:

Tel: +57 (4) 349 3440

Móvil: +57 322 801 4610

Mail: info@maxicobros.com



y la humanidad. Encontrar nuevas formas para que todos lideremos y podamos crear un futuro mejor, un futuro más sostenible. Liderar con propósito y humanidad es el camino a seguir. Y, sin embargo, al mismo tiempo, cuán difícil es esto y cómo todos estamos en un viaje para ser mejores. Siento que mucho de lo que aprendí cuando estaba en la escuela de negocios o en mis primeros años como ejecutivo es incorrecto, anticuado o incompleto. Si las empresas pueden conectar la búsqueda individual de significado con el propósito de la empresa, entonces ocurre la magia”.

La gran tarea estará entonces, en lograr que el talento humano de cada una de nuestras empresas pueda encontrar en su trabajo parte de su vocación, parte de su búsqueda de sentido, y la motivación para que ellos mismos aporten a la construcción de una Colombia mejor. Si cada una de las compañías de nuestra industria logra solo esto, se consolidará una red en espiral con un alcance positivo impensable.

Como lo expresa Hubert Joly respecto a la cultura de servicio a los demás: “deben tener muy claro a quién sirven. No estamos en nuestras organizaciones para servirnos a sí mismo, o al jefe, o al CEO; se está aquí para servir a las personas en la primera línea” y continúa “La integridad es importante, al igual que los valores. Como lo es ser un líder auténtico, vulnerable y muy humano, que es la única forma en que puede conectarse con los demás, abriéndose y conectándose a un nivel muy personal”.

Será clave la rapidez en la que se comiencen a consolidar esos cimientos en la creación de ese entorno donde haya una conexión de propósito y las personas pueden ser ellas mismas, entonces ocurre la magia.

Llegó el momento en que la mayor prioridad se centre en la creación de un entorno en el que otros puedan florecer; en el que todos puedan identificar su propósito y su aporte en esta reconstrucción de sociedad, a través de nuevos liderazgos que sean capaces de reescribir el nuevo modelo de crédito y cobranza que más allá de construir una nueva inteligencia de negocio, rescate los valores axiológicos que las clases más vulnerables reclaman.

2. Construcción de un Tejido Laboral prospero e inclusivo

Esta concepción de un nuevo actuar empresarial incluye además el aseguramiento de un tejido laboral más inclusivo, diverso y equitativo; en el que quepan diferentes opiniones y las diferentes vivencias y visiones de pensamientos y expresiones culturales que han jugado un papel fundamental en la definición del orden social y la dinámica generacional de los países, ya que logran captar con sagacidad, procesar con inteligencia y amplificar con determinación la voz de una colectividad social que quiere - y debe- jugar un rol protagónico en la definición de un nuevo orden económico, político y social.

Y en esa tarea de intentar marcar una diferencia positiva en las personas, que componen el tejido empresarial de cada una de las compañías, es perentorio “una mayor conexión entre las entidades financieras y la ciudadanía, con líderes que dejen atrás anclajes mentales que los mantienen desfasados de la realidad”.

Los ejecutivos que no interioricen que están ahí para servir a las personas, deben dar un paso al costado.

Será también fundamental en esta tarea, la orientación y la formación del tejido humano especialmente en su población más joven, en su capacidad de desarrollar un criterio fuerte, mayor objetividad, discernimiento y mayor consciencia, para que puedan interpretar la realidad que les rodea y dar lectura correcta a los hechos políticos, económicos y sociales, en un entorno en que las redes sociales, la mala influencia, la desinformación y las noticias falsas, desdibujan y tergiversan el contexto e inducen al error.

3. Conexión con las realidades y carencias más básicas

El discurso etéreo de crear un mundo mejor, o el slogan preferido de cumplir los sueños, debe comenzar a migrar a un plan práctico de colaboración entre marca y sociedad, que sea palpable, aterrizado y focalizado, mediante el cual la marca ejecuta su plan de humanización y se conecta de una manera real con las necesidades puntuales, prioritarias, y urgentes de sus clientes y empleados.

Es así como varias entidades financieras comienzan a dar un giro en el diseño de sus productos y servicios para acompañar a sus clientes más allá de su papel de proveedor financiero.

Como por ejemplo la nueva línea de financiación de Bancolombia atada a indicadores de sostenibilidad, una opción de crédito que reconocerá el compromiso de las empresas con la contribución al desarrollo económico sostenible en los que se incluyen temas como la equidad de género, o el cuidado del medio ambiente, por medio de una mejora en la tasa de interés, “ Para Juan Carlos Mora, presidente de Bancolombia, **“este crédito representa un hito en la evolución de nuestra forma de hacer negocios hacia aquellos que aporten auténticamente al bienestar de toda la sociedad”.**

El gran desafío está en el desarrollo de productos y servicios financieros que se coloquen al servicio de los clientes para que estos logren una mejor versión de sí mismos en las diferentes etapas de su vida.

4. Coherencia en el actuar

No será fácil impactar la forma en que las poblaciones están pensando sobre las entidades financieras ¿máquinas productoras de dinero? ¿o como organizaciones humanas formadas por individuos que trabajan juntos en pos de un objetivo? Sin embargo, en esto el discurso no basta. Se impone la coherencia en el actuar.

En este despertar de país, la coherencia tomará un lugar relevante. Ya no es lo que se dice, o las historias que se cuentan, es lo que hace. Como dice Ralph Waldo Emerson: “Lo que haces habla tan fuerte, que no escucho lo que dices”.

Sin duda el valor del modelo bancario se viene deteriorando aceleradamente al no modernizarse y en estos momentos de protesta social se le añade un detonante aún más complejo en términos de riesgo reputacional: el desprestigio ante una sociedad que lee al sistema financiero como un acumulador de riqueza para unos pocos, a costillas de costos exorbitantes a la población. Si bien está demostrado que esto no es cierto, esta falsa creencia es lo que se aloja en el imaginario de las personas.

En una población polarizada y que ha sufrido, las falsas creencias resultan un detonante además peligroso para la sostenibilidad de la cartera, como una fuente de tensión adicional que enrarece aún más el entorno.

Recordando que la coherencia comienza con un actuar impecable que va más allá de los valores y el respeto, demos un sentido adiós a los vicepresidentes de bancos que en vez de caminar levitan, o a los gerentes de algunos BPO que hay que rendirles pleitesía. Adiós a cualquier formato de contratación informal; adiós a contrataciones temporal que se vuelven la constante y no una excepción; adiós a clausulados de posición dominante; adiós a las tarifas de contratación lesivas y abiertamente desventajosas para los proveedores; adiós a la letra pequeña.

5. En medio de las realidades diversas es más lo que nos une que lo que nos divide

Resulta muy útil en este camino hacerle seguimiento a los resultados de la Encuesta Mundial de Valores, un proyecto colectivo que empezó en la década de 1980 para entender el desarrollo humano desde la perspectiva de la modernización, y ha sido especialmente citada para entender cómo sortear el derrumbe democrático que vivimos alrededor del mundo; el auge de la inseguridad existencial debido a las presiones económicas y demográficas, y en especial la ruptura del sistema de creencias hegemónico que mantenía unidas visiones aparentemente compartidas de la realidad y de lo deseable como familia humana.

Como lo explica Andrés Casas, quien la lidera en Colombia: “ ni la juventud es una palabra o una identidad monolítica susceptible de reducción desde los sesgos y los imaginarios del mundo adulto (...) Los retos no resueltos de la desigualdad creciente, la desconfianza institucional, la persistencia y la reproducción de múltiples formas de violencia, y el desperdicio creciente de la riqueza cultural y medioambiental, siguen siendo un lastre para el desarrollo sostenible e inclusivo en nuestro país”.

En esta transición, el respeto por el pensamiento desde orillas contrarias, y el entendimiento de la diferencia, resultan atributos de valor que deben inculcarse en la cultura organizacional.

Respecto a la comunicación tres elementos serán claves: claridad, persistencia y coherencia. Donde la escucha activa se use para comprender y preguntar, y no para contestar y convencer.

Una comunicación que pase de bidireccional, a colaborativa, con la mayor potencia y claridad que inspire en el actuar y genere un sentimiento de “ser parte de algo grande”. Donde palabras tradicionales como cambio, se reemplacen por otras como evolución, para mitigar la resistencia.

La industria del crédito y la cobranza no está esperando que se produzca un cambio, lo está construyendo desde ya. Más allá de recuperar el negocio se trata de unir esfuerzos en el mismo frente para crear una nueva y mejor visión para el futuro.



Que no pase Desapercibido

Soyyo: La Fintech corporativa que llegó a solucionar el riesgo de identidad de la banca a través de la unión de 3 grandes



Detrás de esta nueva innovación, están Banco de Bogotá, Bancolombia y Davivienda, que se unieron como accionistas con el propósito de digitalizar la identidad de los usuarios de los servicios financieros.

La Fintech arranca con un volumen y un alcance muy importante, teniendo en cuenta que estos 3 bancos concentran el 41% del total de la cartera bruta de consumo de los establecimientos de crédito.

Soyyo crea un ecosistema en el que el usuario registra su identidad en la aplicación y guarda su relacionamiento con diferentes entidades. Al frente de Soyyo está Santiago Aldana Sanín.

La Fintech Chilena Floid llega a Colombia esperando convertirse en la plataforma de Open Banking más grande de Latinoamérica



Para competir fuerte contra los burós de crédito tradicionales (Experian/Datacrédito y TransUnion) llega Floid al mercado colombiano con el objetivo de proveer datos financieros a bancos y otras empresas que requieren información de sus clientes para sus procesos de riesgo, utilizando la tecnología del Open Banking.

Mediante modelos de banca abierta los usuarios permiten el ingreso a sus entidades financieras, para que Floid extraiga data e información actualizada sobre su comportamiento y sus transacciones lo que promueve el acceso a productos financieros diversos, hechos a la medida. "Es como tomar una foto de su situación financiera actual", explica María Fernanda Ordóñez, Country Manager.

La compañía comenzó en Chile hace un año largo y ya abrió operaciones también en Perú. En Colombia esperan cerrar el año con 30 clientes.

ASURION, Call Center Global llega a la industria de BPO

Asurion, la multinacional estadounidense del Call Center, con sede en Nashville, anunció su llegada a Colombia, la que será su operación número 21 en el mundo.

Muy pronto espera iniciar operaciones en Bogotá para lo cual adelanta la contratación de 1.500 personas, preferiblemente bilingües para atender desde Colombia mercado local e internacional.

Asurion cuenta con tres contact center en tres países diferentes: Estados Unidos, Filipinas y ahora en Bogotá, el que será el más grande.

¿Quiénes son los 11 BPO más grandes de Colombia?



Once son los BPO que clasifican en el reporte de las 1.000 empresas más grandes de Colombia que emite cada año la Superintendencia de Sociedades: La francesa Teleperformance, encabeza la lista, seguida por Konecra/Multienlace del grupo español Konecra y en tercer lugar Emtelco. Le siguen en su orden SGS Colombia Holding que incorpora a su operación otras líneas de negocio; Nexa BPO, perteneciente al Grupo Aval; y Atento Colombia que se cuenta doble ya que opera con dos unidades de negocio especializadas, cada una con su NIT. Sitel, Américas BPS, Outsourcing, y Telecenter Panamericana, completan la lista.

Con respecto a los BPO especializados en la industria de la Cobranza, AECSA es de lejos la compañía de cobranza más grande de Colombia, que se ubica en la siguiente tanda en el ranking por tamaño de la SuperSociedades.

Estos once BPO registraron ingresos totales en 2020 por \$4.8 Billones de pesos, lo que significó un crecimiento del 32%.

Sin duda fue un gran año para este sector que supo cómo reinventarse y sacarle provecho a la crisis por la Pandemia, encontrando en la experiencia del cliente (CX), la tecnología, la multicanalidad, la digitalización, y la inversión en su talento humano, sus pilares estratégicos de alto impacto.

Que no pase Desapercibido

En el mercado Suizo fue la tan esperada entrada del BBVA al mundo de las Criptomonedas



La oferta de BBVA prevé los servicios de compra-venta de bitcoin y su custodia, con el objetivo de ampliarlo a otras criptomonedas. El nuevo servicio está disponible solo en Suiza y empezará a funcionar para sus clientes de banca privada. La gran novedad es que la gestión de bitcoins está totalmente integrada en su 'app' o "wallet" digital, donde se puede ver su evolución junto a la del resto de activos, fondos o inversiones. Este servicio supone una oferta novedosa, ya que permite invertir y combinar los activos financieros tradicionales y los digitales en una misma cartera de inversión. Con esta innovadora oferta, BBVA se posiciona como entidad referente en la adopción de la tecnología 'blockchain'. De momento, el nuevo servicio de criptomonedas se limita a Suiza por contar con un ecosistema donde existe una regulación clara y una gran adopción de estos activos digitales.

Crédito Fácil Codensa toma vida propia como Compañía de Financiamiento



Como profundización de un modelo de negocio que ya operaba desde 2009, Crédito Fácil Codensa adelanta los trámites ante la Superfinanciera para tomar vida propia como Compañía de Financiamiento. La compañía permite a los usuarios de energía, financiar sus productos a través de su factura, y venía operando como Unida de Negocio especializada, adscrita a la vicepresidencia de Banca Personas y Pyme del Scotiabank Colpatria.

Con un capital inicial de \$32.000 millones, Scotiabank Colpatria, Codensa, Inversora Codensa y Enel Colombia terminan de consolidar su equipo para comenzar a operar a otro nivel hacia finales del año, junto a los empresarios, Luis Ramón Garcés y Danilo Morales quien se desempeñó en la Vp Comercial de Colpatria por muchos años.

Colpatria es el banco líder de la financiación del comercio en Colombia, gracias a una sofisticada arquitectura de negocio compuesta por tarjeta de crédito propias, privadas y especializadas en alianzas con más de 15 grandes comercios.

Daviplata será un banco digital como entidad aparte de separada de Davivienda para conquistar el mercado Regional



Como un hijo que cumple la mayoría de edad, y luego de recibir los más importantes premios y reconocimientos a nivel mundial, Daviplata, se prepara para convertirse en Banco digital autónomo e independiente de Davivienda, para atender el mercado Regional.

DaviPlata, que inició como billetera digital, logró la inclusión financiera de 5 millones de colombianos durante la emergencia sanitaria, alcanzó más de 11.8 millones de clientes y se convirtió en la plataforma digital más importante de Colombia. Además de participar activamente en la distribución de subsidios otorgados por el Gobierno, y los procesos de devolución del IVA, también fortaleció alianzas estratégicas con Rappi y generó nuevas como la del Metro de Medellín (app Cívica) que facilita pagos con códigos QR en el sistema de transporte, compras en establecimientos y transferencias entre personas desde dispositivos móviles.

Que no pase Desapercibido

Banco Santander trae su negocio de microcrédito que opera con la marca Prospera



El Grupo Santander Colombia, a través de Santander Financing SAS, lanzó el programa de microcrédito Prospera, con foco los emprendedores, ofreciéndoles crédito de manera inmediata y digital.

Asimismo, ofrece a sus clientes la posibilidad de acceder a créditos de rehabilitación financiera para clientes reportados en centrales de riesgo.

El inicio de la operación se dio en Cundinamarca con el primer equipo semilla en el municipio de Facatativá.

Prospera, es uno de los productos más importantes en el mundo en microcréditos para pequeños emprendedores; un modelo que inició en Brasil y que cuenta con más de 550 mil clientes, y que ya está en Perú y Uruguay. Gracias a productos como Prospera, en 2019, el Banco Santander fue incluido en la lista de empresas que están cambiando el mundo (ranking "Change the World").

¿En qué va la Ley de Borrón y cuenta nueva?



Increíble, pero nada que entra en acción el proyecto de Ley estatutaria de Habeas Data, conocida popularmente como 'borrón y cuenta nueva en centrales de riesgo'. El pasado 24 de mayo comenzó a correr el término de 60 días que tiene la Corte Constitucional para definir la asequibilidad del proyecto.

Acciones de Bancóldex y La Previsora en Segurexpo vendidas al Consorcio Internacional de Aseguradores de Crédito (CIAC)

Bancóldex y La Previsora S.A. Compañía de Seguros, anunciaron la adjudicación del 100 por ciento de su participación accionaria en Segurexpo (50,03%) al Consorcio Internacional de Aseguradores de Crédito, S.A. Sociedad Mercantil Estatal (CIAC) de España y empresa de gestión de riesgo comercial presente en 9 países y que ya ostentaba la participación accionaria restante de Segurexpo.

Segurexpo es una aseguradora focalizada en los ramos de crédito del mercado nacional y de la exportación, cumplimiento y responsabilidad civil. A diciembre de 2020, su producción ascendió a \$53.480 millones y registró pagos de siniestros por \$20.077 millones. Su participación en el mercado de seguro de crédito asciende al 25%. Después de la venta, Segurexpo continuará ofreciendo la cobertura de riesgo político y extraordinario con garantía de la Nación.

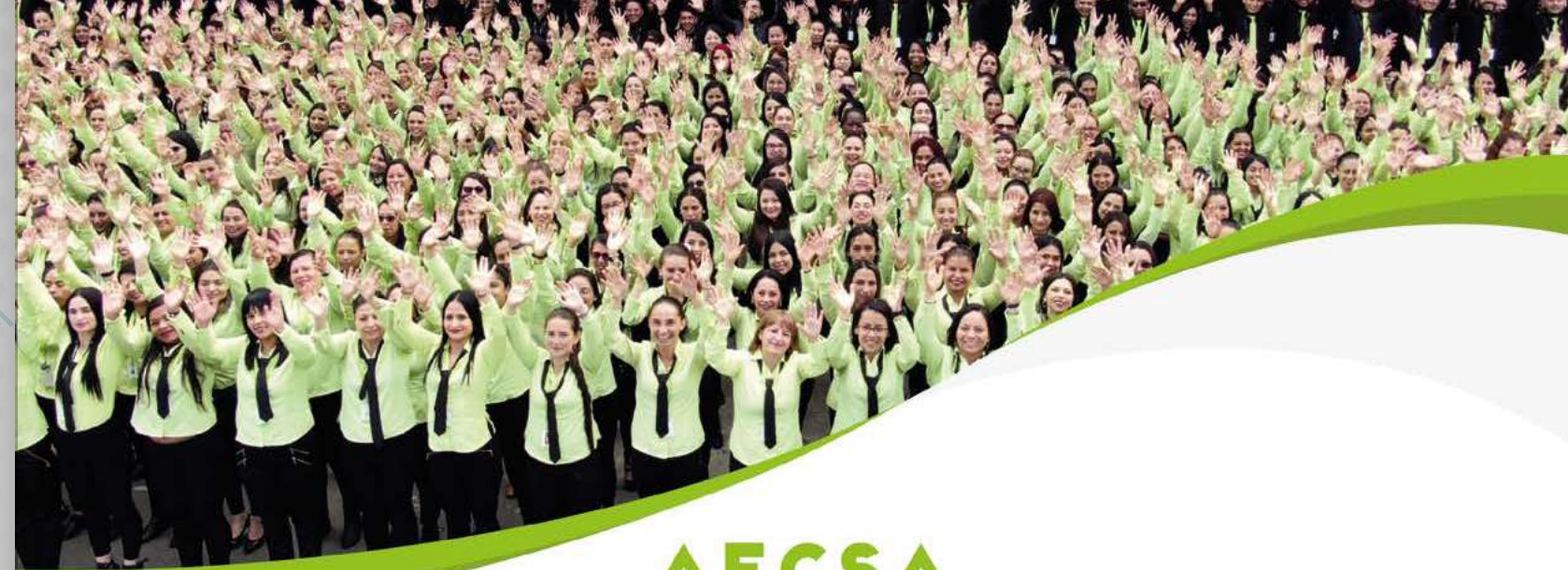
Colombia lidera en la Región en políticas públicas para IA



Colombia, logró entrar al top 25 del capítulo de Estrategia de Gobierno del Global Index IA, gracias a los avances que ha tenido el país en cuanto a la expedición de políticas públicas para la incorporación de la Inteligencia Artificial y la implementación de tecnologías emergentes.

El índice global de IA se constituye en todo un referente a nivel mundial que compara las naciones en su nivel de inversión, innovación e implementación de inteligencia artificial, en 62 países de todo el mundo, elaborado por el medio Tortoise Media del Reino Unido.

El capítulo de Estrategia Gubernamental es liderado por Emiratos Árabes y Arabia Saudita. A nivel general, el ranking lo encabezan Estados Unidos, China y Reino Unido. Respecto a los países latinoamericanos, en el ranking general se encuentra Chile (No.40), y Colombia (No. 45), seguida de Brasil y México.



AECSA

AGREGAMOS VALOR, GENERAMOS CONFIANZA Y CONSTRUIMOS SÓLIDAS RELACIONES CON NUESTROS CLIENTES.

NUESTRA PROPUESTA DE VALOR



TRABAJAMOS CON AMOR, PASIÓN, EFICIENCIA E INNOVACIÓN

LA MOVIDA

Con tan solo dos años y medio en el cargo, **Ricardo Lozano**, Superintendente de Economía Solidaria, anunció su renuncia.

Marta Isabel Woodcock Salas, es la nueva Presidente Ejecutiva del Banco Santander de Colombia, en reemplazo de Manuel de la Cruz quien había presentado su renuncia. **Marta Isabel** es economista de la Universidad del Rosario con 23 años de experiencia en el grupo Santander.

Ángela María Hurtado asume su nuevo rol como presidente del nuevo banco J.P. MORGAN COLOMBIA, estando antes como presidente de la entidad cuando funcionaba como Corporación Financiera.

Humberto Federico Guihur lidera ahora la estrategia de Innovación y producto de Visa para la Región Andina (Colombia, Venezuela, Perú y Ecuador). Guihur estuvo como Gerente General de Visa Colombia durante 8 años, cargo en el que lo reemplaza **Adriana Cárdenas**, quien viene de ocupar la Vicepresidencia de Medios de Pago de Banco Davivienda.

Armando Fonseca Sierra está ahora en Banco Davivienda como Líder de Producto DaviPlata. Estuvo como CEO en Powwi, la plataforma de pagos. A su vez, **Jorge Bernal Robayo** deja la Gerencia de Canales y Banca Digital de Bancamía para asumir el cargo de CEO en Powwi.

Acercasa tiene nuevo Presidente, **Rubén Guillermo Miranda Ángel**, quien viene de ocupar el cargo de Gerente Regional en Credivalores.

Christian Camilo Guzmán Jiménez deja la Gerencia de Riesgo de Crédito y Analítica de Banco Pichincha para regresar a Fincomercio como Subgerente Financiero y Administrativo.

Santiago Villegas Salazar es el nuevo Gerente de Riesgos de Crédito Fácil Codensa, la unidad de financiación especializada del Scotiabank Colpatría. Villegas se desempeñaba antes como Vicepresidente de Riesgo en Avista.

Al Banco de Bogotá, llega **Andrés López** como Gerente de Riesgo de Consumo. López viene de la vicepresidencia de consultoría y desarrollo de negocios de Experian.

Santiago Zapata asume como Director de Actuaría y Analítica en Colfondos. Viene de ocupar varios cargos en Mercer Latinoamérica y antes en Deloitte Colombia.

Al Grupo Financiero Juriscoop llega **Camilo Andrés Cantor Macías** como el nuevo Gerente de Tecnología e Innovación, antes fue Subgerente de Operaciones de Fincomercio.

La Junta Directiva de MiBanco aceptó la renuncia de **Mario Herrera Salas** al cargo de Vicepresidente de Operaciones y Tecnología, cargo que ocupó desde el año 2014.

Julián Enciso Díaz es el nuevo gerente de Crédito y Cartera Región Norte Latam para AbbVie. Julián Enciso ocupó el cargo de Gerente de Crédito y Cartera en L'oreal.

En Leonisa, **Pablo Caicedo Silva**, deja la dirección financiera de la compañía para dedicarse a la consultoría.

Diego Duarte Herrera es ahora el nuevo Director de Microfinanzas en Banco Santander. Duarte se desempeñaba como Director Ejecutivo en la Corporación Microcrédito Grupo Aval

Augusto Umaña se estrena como Director de Inteligencia de Negocios en Banco Pichincha Colombia. Umaña era el Chief Data Scientist y Consultor Senior de Quantum SFE. También fue Director de Analítica e Inteligencia de Negocios en Tuya.

Héctor Jaime Rodríguez Pozo deja la Dirección de Crédito y Cartera de Cooperativa Alianza para dedicarse a ser independiente como consultor.

José Héctor Salamanca Charry es el nuevo Director de operaciones y proyectos de Leggal Centers BPO. Antes se desempeñaba en Fundación Amanecer.

Llega a AlphaCredit **Martha Patricia Peralta** como su nueva Gerente de Cobranzas, luego de dejar su cargo de Directora de Business Intelligence en Cobranza en Al Día.

Ronald Andrade Yances, renuncia a Fiduciaria Alianza, donde se desempeñaba como Director comercial.

Rafael Antonio Ramírez Ramírez deja la Vicepresidencia de Negocios de Fiduagraria, para asumir la Gerencia de Administración Inmobiliaria en Colombia Telecomunicaciones.

Terpel recibe, en la Vicepresidencia de Tecnología a **Nelson Yobany Pabón Caviativa**, quien renunció a ATH; y en la Vicepresidencia Financiera a **Alonso Botero Pardo**.

Pilar Andrea Chacón Alonso se estrena en su nuevo puesto de Gerente de marketing en Servinformación. Se desempeñaba como Directora de mercadeo y comunicaciones en Servicios Integrales Uno A Uno.

Ariadna Díaz Melgarejo, deja la Gerencia comercial de Equifax en Colombia, para integrarse al equipo comercial de Émerix.

LA MOVIDA

Leonardo Escobar Henríquez sigue su carrera ascendente en ACI Worldwide. Ahora ha sido nombrado Senior Vice President Head of Global Solution Consulting, encontrándose de nuevo en Bogotá. Antes estaba como Vice President, Leader of Solution Consulting for Growth Marketscon sede en Naples, Florida.

Estrena puesto **Jeiny Zambrano** como Jefe de Riesgos No Financieros en Seguros del Estado.

Joaquín **Eduardo Uribe Franco** tenía a cargo la Vicepresidencia de Tecnología y Productividad del Banco Popular ahora ocupa la Vicepresidencia de Innovación Empresarial en la misma entidad.

Ignacio José Giraldo Ardila es ahora Vicepresidente de Producto, Franquicia y Digital del Banco Itaú.

Jhon Jairo Reyes Garibello pasó de liderar el área de Recuperación Minorista en el Banco BBVA, a la Gerencia de Seguimiento a Particulares en la misma entidad.

A la Dirección jurídica de normalización de Activos del Banco de Occidente llega **Paola Andrea Rojas Barragán**, al dejar su cargo de Gerente Senior en el FNA.

En Banco Caja Social, **Roberth Mauricio Sanabria González** ahora es Gerente Regional de Sucursales.

El Banco Agrario reporta novedades en su equipo directivo: en la Secretaría General está ahora **María Cristina Zamora Castillo**, quien fuera Vicepresidente en Fiduagraria; **Lina María Toro Palacio** es la nueva Vicepresidente de Talento Humano y viene de liderar la misma área en Allianz. **Edgar Yamil Murillo Alegria** también se une al equipo, al igual que **John Blanco Bejarano** como nuevo Gerente de Cuenta Corporativo. Blanco viene del Banco Itaú en el que se desempeñaba como Gerente de Cuenta Gran Empresa. También pronto se formalizarán los cambios en la Vicepresidencia Administrativa por la salida de **Luis Felipe Acero López**.

Olga Consuelo Garzón Parra es la nueva Oficial de Cumplimiento Principal de Finagro.

En Nexa BPO, **Claudia Lorena Ramírez** es la nueva Directora de Operaciones de Cartera y Cobranza, quien viene del área de Cartera de Compensar.

Mauricio Ruiz Sánchez es el nuevo Jefe de Cartera de la compañía Condimentos el Rey. Ruiz viene de Altipal S.A, donde se desempeñaba como Jefe de Crédito y Cartera.

Fabio Ernesto Romero deja la Jefatura de Cobranza externa en Banco Falabella para unirse al banco AV Villas como Director de Gestión y Normalización de Consumo.

Ricardo Leal deja la Vicepresidencia de Negocios de la Central de Inversiones CISA, cargo al que llega **María Zulema Vélez Jara**.

Ricardo Alberto Serrano esta ahora como Gerente General en Conectamos Financiera, luego que el año pasado dejara la Gerencia de relacionamiento del Sector Cooperativo en Bancoomeva.

Santiago Molina deja la Gerencia de Finamiga, cargo que pasa a su socio co-fundador **Felipe Mariño**. Molina asume el nuevo reto empresarial como CEO y fundador de Finkargo.

Andrés Gómez quien trae años de experiencia en Private Equity en Corficolombiana se une al equipo de Finamiga, como Gerente Financiero.

Tras dejar su cargo de Director de Ahorro y Crédito en Cavipetrol, **Jorge Correa Arboleda**, asume la Subgerencia Financiera y Administrativa de FEBANC.

Karina Sánchez Contreras asume como Vicepresidente Comercial en Procibernética, luego de dejar la gerencia de Infórmese.

Eduardo Antonio Montañez Silva, reemplazó a **Ada Catalán** en la gerencia general de LiSim, cuando esta asumió la Dirección Comercial en Financiera DANN Regional. Por su parte, **Juliana Gutiérrez**, regresa de México para estar al frente de la Gerencia Comercial en Lisim, firma que regresó de nuevo a las manos de Lilian Simbaqueba, su fundadora, quien había enajenado su participación accionaria a iQ Outsourcing.

Hernando Herrera Mercado fue designado el nuevo presidente de la Corte Arbitral de la Cámara de Comercio de Bogotá, en reemplazo de **María Luisa Mesa Zuleta**.

Juliana Buitrago que es ahora Business Controller Latam en Johnson & Johnson Medical Devices. Antes se desempeñaba en la misma compañía como Invoice to Cash Senior Manager.

El Grupo Viva Air le dio la bienvenida a **Pablo Madriñan** como nuevo Director de Estrategia.

Marcela Perilla es la nueva presidenta de SAP para la región Norte de América Latina y El Caribe. Con su llegada, SAP Latinoamérica se convierte en la primera región del mundo con un liderazgo ejecutivo conducido 100% por mujeres.

Esta es la nueva Junta de PropTech la asociación de empresas de tecnología de la industria inmobiliaria y de la construcción: **Luis Fernando Rincón, Carolina Avendaño, Alejandro Gaviria, Angélica González, Lukas Giraldo y Fernán Guzmán** como miembro suplente.

La CREACIÓN de valor a través de la INTELIGENCIA del CLIENTE

*La capacidad de conectarse con el **SER** e insertarse en
el **HACER** de una sociedad que ha sufrido*



La pandemia, la incertidumbre y un enrarecido ambiente político y social, están causando que billones de pesos se estén trasladando a otros sectores, a otros países o incluso desapareciendo por completo, ocasionando pérdidas para muchos, pero creando oportunidades sorprendentes para aquellos que sepan anticiparse y abordar sin fanatismo una realidad que supone en sí misma la ruptura del modelo tradicional de negocio.

En esta carrera por la diferenciación como ventaja competitiva, nueve son las tendencias que están marcando el camino para llevar la inteligencia del negocio a otro nivel.

1. El momento de la innovación radical

El cambio de entorno por la pandemia aceleró el cierre de un ciclo que inició desde 2007 con la Banca 3.0 y que ha estado marcado por el acceso a servicios financieros en cualquier lugar y cualquier momento, a través de la economía de las plataformas móviles; Sin embargo esto ya es el pasado. Urge evolucionar hacia la Banca 4.0, que inicia marcada por una disrupción sin precedentes en la manera de entregar servicios basados en innovación radical en entornos de incertidumbre.

Para Mauricio Londoño, Director de MyABM en Colombia, firma internacional experta en estrategia de negocio financiero y banca digital: “Las instituciones financieras están cambiando la manera de entregar servicios bancarios

inteligentes e invisibles ya que están integrados en la vida de las personas y basados en escenarios. Estamos frente a la necesidad de nuevos skills para gestionar la incertidumbre y diseñar nuevos modelos de negocio, pasando de los modelos de Innovación Incremental basados en metodologías de Gestión del Conocimiento hacia la Innovación radical basada en Gestión de la Incertidumbre soportada en tecnología”.

Es así como el mercado avanza hacia una mayor diversidad con nuevos patrones de consumo y desarrollo de grupos con intereses más específicos y de mayor sofisticación. En este caminar es clave la accesibilidad y facilidad de uso para que los productos financieros cubran las necesidades al momento; la creación de experiencias personalizadas con especialistas del producto y segmento del cliente y el aumento en la transparencia en precios y beneficios de manera comparativa con el mercado.

2. Colaboración y alianzas para consolidar el efecto red

Ecosistema abierto y ágil, de fácil escalabilidad para lograr la multipresencia en la atención de los diferentes mercados y segmentos

En la visión de la prestigiosa firma internacional Forrester Consulting, aquellos que se asocian ven mayores ganancias. Y en ese mismo sentido la compañía líder en consultoría en inteligencia de negocio, Accenture Strategy, resalta el impacto del efecto red: “los impactos más importantes serán el resultado de una transformación de cadenas de valor interconectadas y de una profunda reestructuración de la economía global impulsada por cambios a largo plazo en el comportamiento de los consumidores, con la capacidad de generar una estrategia de volumen persiguiendo un efecto de red, entendida como las interacciones de los ecosistemas para aumentar la venta y adquirir nuevos clientes”.



Mauricio Londoño,
Director de MyABM

Al respecto Mauricio Londoño, Director de MyABM confirma:

“Esta vez el modelo de negocio bancario va estar mucho más interrelacionado con otras industrias de manera transparente para los clientes”.

Y en este camino de colaboración como cultura corporativa, será clave pasar de un modelo de conocimiento individual distribuido, al conocimiento colectivo. Como lo explica Josep Salvatella, CEO de RocaSalvatella,

consultora de negocio digital especializada en acelerar el crecimiento de las empresas: “La inteligencia del equipo soportada, no en el conocimiento individual acumulado, sino en un conocimiento insertado en flujos de información (redes y ecosistemas) que constantemente estén actualizando el saber, generando un espiral positivo de aprendizaje intersectorial”.

3. La eficiencia operativa

En este caminar en la banca 4.0, no todas las instituciones financieras y especialmente los bancos, están siguiendo los mismos pasos para modernizar su modelo de negocio y su forma de operar. Para los expertos de MyABM, existen 3 modelos de operación bancaria que claramente se están diferenciado: Los Bancos Challenger (retador) independientes; Bancos Challenger actuales y los Bancos Challenger liderados por BigTech y Telcos.

En esta diferenciación hay una variable que está resultando verdaderamente diferenciadora: lograr mejor eficiencia operativa a costo bajo.

Y en este objetivo es mandatorio que el modelo de negocio opere con menos personas. Para MyABM “Las entidades financieras requieren generar ahorros del 30% al 50% de su base de costo, ya que los cambios y choques de industrias prevén una reducción del 10% al 30% del ingreso que se obtenía de los medios tradicionales”.

Lo anterior resulta un contrasentido en momentos en que la protesta social clama por mayores oportunidades de empleo para personas de carne y hueso. Quizá en la inteligencia de clientes está la respuesta.

4. Los modelos de Inteligencia del Cliente avanzan del terreno de la simple predicción al terreno de los resultados

Sin duda el mayor aporte de la evolución en la tecnología analítica es su capacidad de generación de información de valor, que permita responder con mayor certeza a las preguntas del “core” del negocio, más aún en momentos de gran turbulencia social y económica.

¿Qué clientes se irán en los próximos 6 meses? ¿Cuáles son mis clientes más rentables? ¿Qué clientes son los más riesgosos? ¿Qué clientes tienen la mayor probabilidad de incumplir su pago? ¿Cuáles son los clientes que me comprarán más fácilmente? ¿Qué canal es más adecuado para conectarme con cada cliente? ¿Qué producto le ofrezco de primero?

Estas y más preguntas de la cotidianidad de cualquier negocio, se responden ahora con mayor certeza gracias a potentes y evolucionados modelos de inteligencia de Clientes o Inteligencia de mercado.

Para los expertos de Lisim, firma líder en inteligencia analítica, son tres cosas las que diferencian un buen modelo de uno malo: simplicidad en lo que se refiere a su entendimiento; potencia en la capacidad de discriminación y estabilidad respecto a su validez en el tiempo.

Ya no suficiente la simple predicción. Ahora se trata de mover la aguja del resultado; de mover los indicadores, estableciendo un sentido de creación de valor a través de la inteligencia del cliente.

Así lo explica Ximena Flórez, Directora de Consultoría de Lisim: “la sola capacidad predictiva de los modelos ya no es suficiente. El gran desafío es llegar a cambiar o afectar esos comportamientos de los clientes, como el objetivo más complejo de los procesos, para lograr mover los indicadores. Las herramientas analíticas han migrado de ser elementos de aplicación en mis estrategias, a convertirse en herramientas para producir los cambios en los comportamientos de los clientes para que mi negocio logre los indicadores que se ha trazado”. Por ejemplo, no es solo saber quiénes me van a pagar con retraso, lo importante es desarrollar las estrategias que logren presionar un cambio en el comportamiento de ese grupo de clientes para que atiendan al día los pagos.

5. El poder de la tecnología analítica en la gestión del Ciclo de Vida del Cliente

Los modelos a partir de analítica predictiva, han migrado de las áreas de riesgo y crédito y de la detección de patrones de uso fraudulento de los productos, especialmente tarjetas de crédito, hacia áreas de negocio y mercadeo.



Milena Chaparro,
Directora de Consultoría y
Analytics de Lisim

Milena Chaparro Directora de Consultoría y Analytics de Lisim nos explica los múltiples usos que tienen los modelos en toda la cadena de valor del negocio: “Son utilizados para maximizar la rentabilidad a través de la optimización de recursos; hasta la detección de clientes con probabilidad de deserción (Churn); identificación de patrones de compra; búsqueda de asociaciones entre clientes

y productos; análisis de cesta de compras, hasta para el desarrollo de estrategias de venta cruzada (x-sell) y venta ascendente (up-sell). Por su parte en las áreas financieras

son utilizados para análisis RFM, que permiten identificar aquellas variables necesarias para determinar el valor del cliente, y para garantizar un manejo rentable y adecuado de las necesidades de cada uno”.

Para la experta de Lisim, uno de los mayores aportes de los modelos de inteligencia de clientes es la capacidad de determinar con alta certidumbre a quienes ofrecerle una u otra estrategia y por cual canal, tarea en la cual el CRM Predictivo, resulta ser una herramienta potente de relacionamiento: “Si yo conozco muy bien cuál es la probabilidad de deserción que tiene cada cliente, (resaltando además que uno puede a comenzar a predecir la deserción del cliente desde la adquisición), sabe cuál es el potencial de compra que tiene, cuál es su frecuencia, cuál es su riesgo de pago, y más que la rentabilidad, conozco cual es la generación de valor de cada cliente, puedo convertir estas variables en un mapa inteligente de segmentación con tres o cuatro cuadrantes. Como por ejemplo clasificar a los cliente para una campaña de activación (indecisos, perezosos y dormidos) o para una campaña de incrementar las ventas (fieles, desertores, nuevos y esporádicos)”. Estrategias enfocadas a profundización, para que incrementen su consumo o su valor; o estrategias agresivas de recuperación o de fidelización, o una estrategia de salida ante la presencia de determinado detonante que obligue el cierre de la relación. Quiero tener mayor penetración entonces desarrollo estrategias de venta cruzada, retención, o fidelización; o si quiero mejorar la calidad de cartera entonces priorizar estrategias de cobranza inteligente de alto impacto.

Milena Chaparro, Directora de Consultoría y Analytics de Lisim nos recuerda que el cliente no es unidimensional “una estrategia de cobranza puede incrementar la deserción voluntaria; una estrategia de mercadeo puede incrementar el riesgo de no pago; o una estrategia encaminada a solucionar un problema puede crear uno mayor en el largo plazo”.

6. La inteligencia del cliente rentable, como ventaja competitiva

En el entorno de mercado competitivo actual, la diferenciación en términos de comprensión de los clientes rentables es clave; y en esta tarea los avances en inteligencia artificial, y otras tecnologías como reconocimiento de voz, permiten a los empresarios comprender los requisitos exactos de sus clientes y separar aquellos de mayor aporte, separando a su vez los de suma cero, e identificando los grupos que en vez de aportar, restan.

Mauricio Londoño, Director de MyABM en Colombia, firma internacional experta en estrategia de negocio financiero y banca digital, retoma: “en épocas de incertidumbre es importante cuidar al cliente. El verdadero generador de riqueza es la aportación de los clientes, por esto es muy importante identificarlos para enfocar los esfuerzos en los que más rendimientos generan

a la organización. El comportamiento del cliente cambia considerablemente. Los patrones de consumo afectan la dinámica del mercado modificando la dinámica en la cual son adquiridos los productos bancarios y de seguros. El principal requerimiento para modernizar el modelo de negocio está en dejar de orientarse en productos, para pasar a centrarse en los clientes rentables”.



Ximena Flórez,
Directora de Consultoría
de Lisim

En la misma línea, Ximena Flórez, Directora de Consultoría de Lisim complementa: “es necesario un cambio en la perspectiva de ganancias y pérdidas de la cuenta de resultados para enfatizar las métricas enfocadas en obtener resultados financieros y no financieros que sostengan la ventaja competitiva y la salud financiera de la organización, lo que lleva a integrar cuestiones estratégicas y financieras con la operación en varios niveles de la organización”.

Para Ximena Flórez de Lisim: “el reto está en mejorar el perfil de cada segmento de clientes”. Lo más fácil y que hace todo el mundo es mover el negocio hacia los clientes

rentables, sin duda el gran desafío esta en mover la masa de clientes hacia el cuadrante correcto construido sobre un nuevo concepto de creación de valor a través de la inteligencia de clientes.

Y en esta tarea de incrementar el valor que genera cada cliente, los expertos de Lisim recomiendan enfocar la estrategia comercial en tres dimensiones que determinarán la población a la cual se le otorgará el nuevo producto en función del análisis de los productos existentes a través de un modelo no supervisado, término que hace referencia a metodologías aglomerativas que segmentan la población en grupos homogéneos entre ellos, pero heterogéneos entre sí:

1. RENTABILIDAD referida a la tendencia en la utilización de productos, refleja los posibles clientes que generan MAYOR RENTABILIDAD sin olvidar que la rentabilidad no es solo para calcularla, hay que evolucionar al concepto de evaluar el valor.
2. Identificación de los clientes mejor calificados (potencial de consumo vs. probabilidad de deserción vs. resultados); indica el VALOR DEL CLIENTE
3. La antigüedad del producto permite medir el grado de RELACIÓN que la entidad tiene con el Cliente.

CON 38 AÑOS DE EXPERIENCIA Y SEGUIMOS AVANZANDO

Recuperación de cartera en todas las edades de mora.

Personal altamente capacitado.

Tecnología de avanzada.

Cobertura nacional.

Más de 120 clientes confían en nuestros resultados.



+57 323 273 9635

www.gconsultor.com.co



GRUPO CONSULTOR
SERVICIOS EMPRESARIALES

una marca de



JELKH HOLDING

En la nueva dimensión de los modelos para que logren mover los indicadores de gestión y resultado, hay varios aspectos claves:

- Mantener una mayor transparencia de las operaciones a través de mediciones de rendimiento.
- Proporcionar el nivel de detalle de la información adecuada para cada responsable de la toma de decisiones y el control a diferentes niveles de la organización.
- Enfocar la planificación en los ritmos del ciclo económico, en lugar del año calendario típico.
- Evaluar los costos del valor que agregan a la empresa en lugar de comparar solo los gastos mes a mes.
- Permitir la comparación con otras organizaciones para analizar sus fortalezas y debilidades.
- Identificar los clientes que menos contribuyen a la rentabilidad para establecer acuerdos específicos que reduzcan el costo por transacción y llevarlos a una mayor rentabilidad a través de otros servicios financieros, de pagos, seguros y no financieros, en los que la red de colaboración y de aliados se hace clave.
- Crear una cultura alrededor de la rentabilidad y su alineación con las iniciativas de "Store Profitability" y "Sales Velocity".
- Determinar cuál es el impacto de los costos incrementales de largo alcance.

Para Eduardo Montañez, gerente general de Lisim, además de los elementos tradicionales que intervienen en el cálculo de la Rentabilidad como el número de productos, la utilización, la oportunidad en el pago, de manera combinada con los productos del pasivo, saldos en cuenta corriente que son más rentables que las cuentas de ahorro, más rentables que los saldos en CDT y sus hábitos de pago y gastos de provisiones; el arte está en sumarle variables no tradicionales como transaccionabilidad y oportunidad. Qué tipo de transacciones y en que canales y cuántas comisiones paga por esas transacciones. Por su parte, incorporar estimados predictivos que ayuden a proyectar esta estrategia de crecimiento, como por ejemplo, potencial de consumo, potencial de abandono, crecimiento y probabilidad de deserción. Para Eduardo Montañez, ayudar entender los patrones de comportamiento es clave, donde el flujo de caja no se reemplaza, se complementa.

7. Cultura y modelo de gobierno de los datos

Para Forrester Consulting, la escala de transformación necesaria para seguir siendo relevante en un mundo cambiante continuará. Los empresarios deberán comprender su papel fundamental en ese cambio y, con la ayuda de expertos, adoptar las nuevas herramientas y enfoques, que se puedan aprovechar para lograr un éxito aún mayor, y en esta modernización, la flexibilidad, la automatización y los datos son clave.

Si bien sabemos que los datos son clave, puede ser fácil sentirse abrumado por ellos. Para Liliam Simbaqueba CEO y fundadora de Lisim, el gran desafío está en conseguir la data correcta: "Capturamos muchos datos del cliente cuando se va a vincular. Pero el desafío es capturar los datos que se van a usar. Yo guardo lo que pregunto y voy a usar. Si no lo voy a usar, no lo pregunto, no lo guardo. El espacio es costoso" y continúa: "los fundamentales son los mismos, cambia es la tecnología" e insiste: "no se trata de meterle modelos a un proceso ineficiente. Se trata de entender los datos como activos".

Para Mauricio Londoño, Director de MyABM: "El 80% del éxito en el papel de las personas es cómo usar la información y tomar decisiones, y si los modelos no están bien estructurados el 80% del aporte de esos equipos se está perdiendo".

Al final del día, todo modelo de inteligencia de cliente parte de una formulación estratégica: ¿Cómo es tu modelo de negocio?

Nuevos modelos de negocio donde la sofisticación sea remplaza por la simplicidad al momento de cumplir un solo objetivo de igual de simple: Permitir ejecutar decisiones críticas de riesgo, inversión, y negociación, con la confianza en que se tiene la información adecuada.

Y en momentos en que gran parte de la capacidad predictiva de la data histórica se vino abajo por la pandemia, ha sido clave la incorporación de información analítica no tradicional o data alternativa de fuentes no convencionales, además de nuevas tecnologías que han llegado para dotar de mayor agilidad y flexibilidad a los modelos tradicionales, especialmente en la capacidad de adaptarse rápidamente e incluir nuevos conjuntos de datos a medida que cambian las circunstancias a la par que garantizan una experiencia fluida para el usuario desde el onboarding. Modelos que no solo soporten el cumplimiento de las normativas regulatorias, sino que se constituyan en sí mismos en ese mapa de alertas temprana de los riesgos.



Eduarda Sampaio,
Jefe de Ventas del Sur de
Europa de Refinitiv

Para Eduarda Sampaio, Jefe de Ventas del Sur de Europa de Refinitiv, uno de los proveedores de datos e infraestructura del mercado financiero más grandes del mundo con usuarios en 190 países en su entrevista con Finnovating resalta la necesidad de asegurar datos más limpios, más ricos y de más fácil acceso para respaldar el uso de tecnologías avanzadas como

la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, con el fin de aprender más, impulsar una innovación más rápida y navegar con éxito en esta era de cambios sin precedentes: "En un mundo tan volátil y cambiante como el que vivimos, las empresas necesitan una gran cantidad de datos de alta calidad y además es importante que puedan acceder a ellos de manera ágil y flexible. Ese es nuestro objetivo: hacer posible que las empresas puedan acceder de manera sencilla y desde cualquier dispositivo/lugar a los datos que necesiten".

8. Incorporación de Tecnología con sentido

Sin duda las herramientas digitales, Inteligencia Artificial, Big Data, Analytics, Robótica, IoT, Cloud, Blockchain,

Cybersecurity entre otras, están transformando rápidamente los modelos de negocio en empresas de todos los sectores, en la automatización de procesos, la reducción de los riesgos y la transformación de los modelos comerciales, ayudando a simplificar y automatizar las interacciones con los clientes para que los agentes se centren en tareas de alto nivel. Por su parte, la automatización de tareas y procesos junto con el procesamiento rápido de datos de ML (Machine Learning/Aprendizaje Automático) brindan a los usuarios información y datos personalizados para que puedan tomar mejores decisiones de negocio.

Para Eduarda Sampaio, de Refinitiv: "Las soluciones de automatización brindan a los ejecutivos tiempo adicional para enfocarse en la generación de clientes potenciales, manejar posibles escaladas y brindar una mejor experiencia general al cliente. Para lograr esto, las organizaciones recurren a asistentes virtuales de servicio al cliente habilitados para IA para mejorar el servicio con la ayuda de soluciones innovadoras".

Si bien los chatbots están atendiendo consultas que son frecuentes, siempre y cuando estén bien tipificadas, en opinión del cliente aún les falta mucho camino para encontrar las respuestas correctas, y en este alcance funcional será clave el desarrollo de algoritmos de aprendizaje automático para ayudar a los chatbots a ser más precisos e inteligentes.



¡AHORA SOMOS SYNERJOY!

Nuestra nueva marca:

Cambiamos de marca para evolucionar, creemos que los cambios nos ayudan a crecer y por eso nos transformamos.

¡SYNERJOY estará siempre dispuesto a escucharlo para ayudarlo!

En la nueva normalidad que estamos viviendo es necesario abordar al cliente con un discurso diferente.

Ampliamos nuestro portafolio de servicios para brindarle a nuestros clientes soluciones que se ajusten a sus diferentes necesidades de contactabilidad.



"JUNTOS MÁS ALLÁ"

NUESTROS SERVICIOS

- Soluciones financieras
- Servicio al cliente especializado
- Gestión Comercial y Ventas
- Atención de PQRS
- Implementación de canales interactivos de gestión y automatización
- Encuestas



Nicolás Zavala,
Director global Legal &
Collections en Konecta
Corporativo

Para Nicolás Zavala, Director global Legal & Collections en Konecta Corporativo: “Definitivamente

las herramientas tecnológicas están y han permitido automatizar los procesos de crédito y cobranzas; al final las empresas lo que están haciendo es una inversión tecnológica con tres propósitos, eficiencia en los procesos, obviamente aminorar los costos y buscar una experiencia del cliente” y

continúa: “la tecnología que va avanzando mes a mes, nos da la capacidad de poder tener speech analytics, revisión de datos con inteligencia artificial, conversaciones también con inteligencia artificial, y foco en esas grabaciones; en definitiva evaluar esos procesos en continuo momento para poder recalcular; redirigir rápidamente la estrategia y poner las alarmas que identifican el contexto de estos quality controls. Conociendo el momento preciso, el canal correcto y el agente adecuado, generamos estrategias de marcación y contacto para que exista la menor fricción posible. Eso es fundamental en todas estas estrategias”.

En ese mismo sentido añade Sergio Contreras, CEO de InteliBPO, call center 100% virtual: “Poder individualizar la estrategia a partir de una masa de individuos es de las cosas más importantes que tecnología nos puede permitir hoy en día”.

A pesar del importante terreno que han ganado las diferentes herramientas tecnológicas aún hay una mala concepción de su verdadero impacto.



Sergio Contreras,
CEO de InteliBPO

Al respecto, Sergio Contreras, CEO de InteliBPO resalta: “El hecho de que yo juegue tenis con una raqueta que fue construida con inteligencia artificial, no quiere decir que yo esté jugando tenis con inteligencia artificial, y en el mundo de los negocios existe mucha confusión entre estas dos dimensiones. Las compañías creen que por que están usando un chatbot o un agente virtual inteligente o por que están

aplicando cierto algoritmo de machine learning, ya están gestionando su negocio con inteligencia artificial, la inteligencia artificial va mucho más allá”.

9. Gestión del Conocimiento alrededor de la Tecnología y la Analítica

Uno de los campos de gran aporte de las herramientas como Inteligencia artificial, es el de la Gestión de Conocimiento: Para Sergio Contreras de InteliBPO, hoy hay mucho conocimiento que se queda en la mente del supervisor y la tecnología llega para corregir esa falencia: “La tecnología permite que esa estrategia, ese conocimiento se quede dentro de nosotros, madure con nosotros y podamos hacer una gestión que independientemente de las personas, siempre tome lo mejor de la experiencia para que el siguiente paso sea siempre mejor. A medida que ese conocimiento va avanzando y va evolucionando, se construye una curva de aprendizaje de un valor incalculable que jamás se pierde”.

Y es que la evolución misma de la tecnología, las metodologías, las técnicas para su administración, y el conocimiento alrededor de la analítica ha sido sorprendente: La utilización de la estadística tradicional, se ha enriquecido con técnicas de aprendizaje con procesos de machine learning y data mining. Los modelos que solo describen y prospectan quedaron atrás. Ahora los modelos aprenden mediante las diferentes técnicas para reconocimiento y aplicación de patrones.

Es así como en métodos de analítica predictiva, hay para todos los gustos y necesidades, **según nos explica Ximena Flórez de Lisim:** árboles de decisión, análisis discriminante, máquinas de soporte vectorial como métodos alternativos de clasificación, algoritmos genéticos para enfoques de optimización, regresión lógica, y otros más avanzados como Redes Neuronales Artificiales, y Adaboost/gradiante Boosting /decisión Tree/ XGBoost . Hasta los más potentes conocidos como Meta -algoritmos que suman a su interior diferentes modelos para llegar a un modelo que tome lo mejor de esos diferentes algoritmos individuales e intermedios trabajados.

Según lo explica Ximena Flórez de Lisim, según la encuesta de “The State of Data Science and Machine Learning” la metodología más usada a nivel de negocio corresponde a las regresiones logísticas, seguida por Árboles de decisión y en tercer lugar los métodos de boosting, que han ganado terreno.



Soluciones tecnológicas para el ciclo de crédito y cartera

Nuestra Compañía ha desarrollado TESEO, un aplicativo web que ofrece

Módulo para la administración de créditos

- Procesamiento y liquidación
- Flexibilidad en los componentes del crédito
- Aplicación de pagos según prelación
- Reprogramaciones de fecha y plazo
- Refinanciaciones
- Calificación de cartera
- Provisiones
- Reportes a burós de crédito
- Integración con otras plataformas

Módulo de gestión de cobro

- Administrativo
- Prejudicial
- Cobro judicial
- Altamente paramétrico
- Módulo de normalizaciones
- Módulo de comités
- Asignaciones de cartera

Módulo de gestión documental y PQR'S

Módulo de Administración de Inmuebles y Brp's

Más de **4 millones** de
créditos administrados

Presencia en **4 países**

Más de **10.000 usuarios**
concurrentes

Alojado en servidor
de **nivel TIER IV**

Contactenos: www.sygma-tech.co

contactenos@sygma-tech.co

Whatsapp +57 315 339 8576



CONSTRUIR EN LUGAR DE ESPERAR LA DIFERENCIA DE LAS ORGANIZACIONES ÁGILES

Empresas de todos los tamaños y sectores están esperando que llegue la nueva normalidad. La gran noticia es que las compañías que están liderando el cambio no están esperando la "nueva normalidad", realmente la están construyendo ellos mismos

Como lo resalta la consultora Acenture: No se trata solo de recuperar el negocio, hay que cambiar convenciones y crear una nueva visión para el futuro.

Bajo la amenaza de nuevos actores disruptivos más automatizados, ágiles y receptivos, entidades crediticias, empresas de BPO y Cobranza, y empresas de todos los tamaños y sectores están en la búsqueda constante de nuevas formas de impulsar la transformación digital, y el fortalecimiento de los procesos para avanzar con mayor celeridad en un entorno complejo y altamente competitivo en el que las posibilidades de fracasar son aún mayores.

Estudios de las consultoras McKinsey y Forrester han demostrado que hay tres patrones constantes de éxito donde las organizaciones inteligentes se han inspirado para avanzar con mayor rapidez y efectividad frente a sus pares: el liderazgo audaz, la priorización de la tecnología con sentido y la capacidad de incorporar las metodologías ágiles especialmente en lo que se refiere al diseño flujos de trabajo que funcionen en silos empresariales.

Sin embargo, la realidad es que la mayoría de las organizaciones que buscan una transformación, simplemente navegan, sin tomar medidas decisivas y en consecuencia, logran poco o ningún impacto en sus indicadores de resultado comercial. **¿Por qué?** Seguramente, como lo explican las consultoras Forrester y McKinsey: **porque carecen de método y de propósito.**

La flexibilidad y la transformación ágil son competencias empresariales que más allá de ser los términos de moda del management han demostrado beneficios reales.

¿Cuál es la receta del éxito? En un reciente estudio adelantado por McKinsey sobre 2190 empresas encuestadas a nivel global, la receta revela que las organizaciones que están impulsando transformaciones ágiles de gran éxito, han adoptado la agilidad a escala y de manera transversal para crear y capturar valor en lugar de tratar la agilidad como experimentos a nivel de equipo en departamentos aislados.

Las transformaciones ágiles de gran éxito demostraron en promedio ganancias alrededor del 30% en eficiencia, satisfacción del cliente, compromiso de los empleados y desempeño operativo. Por su parte, las organizaciones que lograron una transformación ágil de gran éxito tenían una

probabilidad tres veces mayor de convertirse en un actor de primer cuartil entre sus pares, frente a aquellas que no se habían transformado.

Según lo explica McKinsey: “Esto significa reinventar toda la organización como una red de equipos de alto rendimiento, cada uno de los cuales persigue resultados claros y orientados al negocio de un extremo a otro, y posee todas las habilidades necesarias para cumplir, como un banco que impulsa el rendimiento de los viajes del cliente (...) concibiendo los equipos como mini negocios interconectados, obsesionados con crear valor, en lugar de simplemente entregar tareas funcionales”.

Sin embargo, resalta el experto de McKinsey: “la agilidad a escala que es la que genera verdadero impacto va más allá de agregar equipos más ágiles y prácticas a nivel de equipo”.

La diferencia radica en que estas organizaciones “se aseguraron de hacerlo mediante la construcción de una columna vertebral estable y eficaz. Esto significa optimizar el modelo operativo completo a través de la estrategia, estructuras, procesos, personas y tecnología yendo tras estructuras planas y fluidas construidas alrededor de equipos multifuncionales de alto rendimiento, instituyendo procesos de asignación de prioridades y recursos más frecuentes, construyendo una cultura que permita seguridad psicológica y tecnología de desacoplamiento”.

Lo anterior significa un cambio de paradigma que llega a reemplazar las estructuras de informes de múltiples niveles, el presupuesto anual rígido, la cultura orientada al cumplimiento, y la separación de negocios y tecnología, entre otros.

En lugar de esperar a que la agilidad suceda de abajo hacia arriba, los líderes de la organización deben hacerse cargo.

Dos recomendaciones sobresalen en el estudio de McKinsey:

1. Vaya más allá de los equipos ágiles para construir tejido conectivo. En el ámbito de su transformación, vuelva a cablear todo el modelo operativo (estrategia, estructura, proceso, personas y tecnología) para asegurarse de que respalde y conecte al equipo en lugar de frenarlo.

2. Mantenga una alta velocidad completando la fase principal de la transformación ágil en menos de 18 meses para preservar el impulso y evitar agotar a la organización; Y si es posible ir aún más rápido en áreas seleccionadas de vanguardia para demostrar compromiso y resultados tempranos.

Como lo resume el estudio: La esencia de una transformación ágil es reinventar la organización como una red de equipos de alto rendimiento, respaldados por una columna vertebral eficaz y estable de estrategia, estructura, procesos, personas y tecnología, que permite que las organizaciones se muevan a una velocidad sin precedentes.

La importancia del proceso y los silos de información como el núcleo

En opinión de Forrester Consulting “Las empresas continúan dependiendo en gran medida de la tecnología heredada como el correo electrónico y las hojas de cálculo, sin aprovechar soluciones como minería de procesos y análisis predictivo.

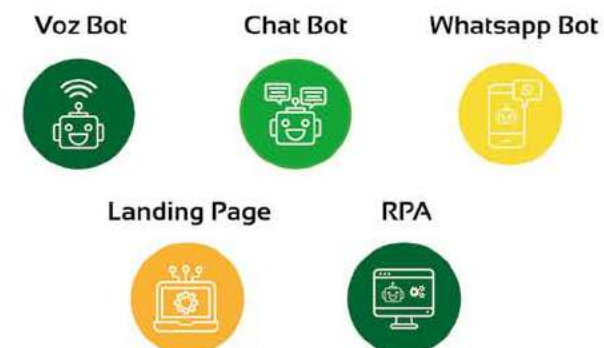
Las empresas invierten mucho en tecnología, pero han tardado en adoptar herramientas modernas. Los equipos de hoy siguen dependiendo demasiado del pasado. El correo electrónico y las hojas de cálculo son casi omnipresentes. Este es un problema ya que simplemente no dejan crear una empresa más automatizada o más conectada. El problema es que estas herramientas no dejan crear silos de información, porque la información está atrapada en los escritorios. Para impulsar los procesos de un extremo a otro, se necesita desarrollar herramientas en línea automatizadas que puedan ser integradas en procesos más amplios”.

Los expertos de Forrester recomiendan

- Primero comprenda sus procesos, luego rediseñe. No asuma que usted sabe todo acerca de cómo funciona su organización. El hecho es que si le pides a cinco personas que describan el mismo proceso, podría obtener cinco respuestas diferentes.
- Automatice donde tenga sentido y no más. Todos nos enfrentamos a un imperativo de automatización. Los disruptores digitales aprovechan la automatización como ventaja.
- La excelencia del proceso comienza con la evaluación del proceso en sí mismo. Luego y no antes, es que se toma la decisión si el proceso se torna mejor si se automatiza, es decir como el resultado inherente a esta revisión.

Soluciones inteligentes de cartera adaptadas a la medida de la nueva realidad

Con ayuda de la Inteligencia Artificial complementamos la estrategia de cobranza



Estrategias enfocadas en todas las edades de mora

Cobranza Preventiva Cobranza Administrativa Cobranza Jurídica Cobranza Pre-jurídica

Te damos todo lo que necesitas para llevar a tu empresa a otro nivel



8 PUNTOS CLAVE EN EL DESARROLLO DEL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE ORGANIZACIONES ÁGILES

Como lo resume Sylvain Loubradou, experto mundial en transformación organizacional “Las organizaciones ágiles son aquellas que abrazan la adaptabilidad y la mejora continua a nivel de personas, procesos y sistemas, con método, de modo que pueden responder fluidamente, sin sacudidas ni resistencias, a las circunstancias cambiantes y a las oportunidades emergentes”.

¿Qué tipo de liderazgo y competencias requieren las organizaciones ágiles?



Joaquín Peña,
Director de Consultoría de ICM

Joaquín Peña, Director de Consultoría de ICM, firma internacional líder en Consultoría y Capacitación, nos acompañó desde sus oficinas de México en la Mesa de Expertos del pasado Master Class de Cobranzas de Alto Impacto, quien nos plasma ocho aspectos de la mayor relevancia para llevar la

inteligencia del negocio a otro nivel, en un mundo en que las organizaciones ágiles están interiorizando atributos diferenciadores difíciles de alcanzar.

1. Uno de los puntos fundamentales es trabajar en lo que llamamos el pensamiento estratégico. Esta es una competencia que reúne el conocimiento, la inteligencia, la intuición y la capacidad de visualización panorámica en los niveles directivos. Hoy por hoy necesitamos nuevos y mejores navegantes en mares picados.

Por lo tanto, esa es una de las competencias más fuertes que nos garantizan tener un sistema de control directivo y potenciar un liderazgo orgánico que logre que se genere un mejor enfoque. Potenciar los vínculos y tener un equipo de ejecución estratégica y de enfoque a la potenciación de la ejecución del trabajo va a ser fundamental.

2. Un segundo aspecto es la reinterpretación del negocio. Necesitamos ser más creativos y hay que decirlo, hay que ser más flexibles; necesitamos hacer un reenfoque muy grande de los esquemas de valoración de riesgo; por ejemplo, para reorientar todo el planteamiento de reestructuración de nuestros créditos y nuestras acciones, de cobranza a las nuevas condiciones; a las nuevas variables. La verdad de las cosas es que, en muchos escenarios, a nivel internacional, se está visualizando incluso no tanto hacer cambios para buscar ganancias, sino en este caso, para minimizar las pérdidas.



3. Un tercer factor que vemos fundamental tiene que ver con lo que llamamos impulso al desarrollo armónico. Es fundamental que las operaciones de crédito, las operaciones de cobranza, o, las operaciones B2B trabajen en un sentido que nosotros le llamamos de ciclos de negocio o fábricas.

Es decir, en lugar de trabajar como una entidad operativa que funciona por sus diferentes piezas orgánicas, nos deberíamos alinear a ejes de desarrollo de acciones concretas. Por ejemplo, el desarrollo de las personas, que es fundamental el desarrollo de los procesos de recuperación de cartera. Y otro ejemplo podría ser el desarrollo de los mecanismos de aprovechamiento de la información para cada uno de sus ejes. Debemos tener mecanismos ágiles, siguiendo metodologías como el “Agile Scrum” para poder aterrizar estos potenciales desarrollos en líneas específicas estratégicas que nos dejen llegar al logro.

También diría que el aprovechamiento del activo intangible que se observa en las personas es fundamental. Hablamos de las estrategias, hablamos de los riesgos, de la tecnología, pero al final de cuentas son las personas las que hacen que las cosas sucedan. Las personas son las que pueden o no marcar la diferencia y necesitamos potenciar dos cosas. En el aspecto emocional de esas personas. Hay que cuidarlo mucho. Hoy estamos todos un poco trastocados ya con estas condiciones que nos han llevado una vida muy diferente a la que traíamos en condiciones muy variadas y sobre todo el segundo factor. El concepto de responsabilidad total, ya no podemos supervisar como antes, ya no podemos controlar como antes. Y esa es una buena noticia. Pero necesitamos de una mayor conciencia de la responsabilidad total.

5. Como quinto factor hablaría de la tecnología en el tratamiento personalizado; no tanto en la conectividad, ni en los sistemas de cortes de cartera, ni todo esto, que por supuesto, son fundamentales. Yo mismo soy ingeniero en sistemas. Y vaya que las apoyo. Pero diría que hay cuatro factores que debemos impulsar como estrategias, como pensadores estratégicos en el tema de la tecnología.

Uno que sea efectiva, que sirva realmente, que resuelva problemas, que sea oportuna, que llegue a tiempo, que sea útil, que sea beneficiosa, por llegar en el momento correcto. Fácil de usar para ese cliente que está buscando soluciones sencillas y que aporten a una experiencia maravillosa; debe ser agradable para que la gente autogestione sus pagos o incluso se conecte con portales de cobranza o de entidades de crédito para buscar soluciones ante situaciones como las que vivimos.

6. También es bien importante asegurar un sexto factor que diría que es el de los momentos de verdad de los clientes, para lo cual, el uso del marketing es fundamental. El fortalecer nuestra oferta de valor como empresas de crédito y cobranza hacia nuestros clientes y generar conversaciones con ellos. ¡Ojo!, ya no interacciones de cobro, ya no acciones de localización y búsqueda y de generación de red de reclamo del compromiso que esté pendiente de pagar, sino conversaciones que nos permitan entender cómo es que esa persona o empresa necesita ayuda para salir de un problema.

7. Un séptimo factor yo diría que es la sostenibilidad, y la agilidad operativa son clave en ese sentido. Los ajustes a las instancias de toma de decisión en nuestras organizaciones tendrán que cambiar. Hoy hemos aprendido mucho de toma de decisiones prontas, dado que la urgencia de salir de estas condiciones tan adversas nos ha llevado a reestructurar muchísimas formas de trabajar en las empresas. Necesitamos que eso se vuelva una disciplina y, por supuesto, trabajar por procesos.

8. Por último, respecto a la tercerización de todas estas entidades de apoyo al Ciclo de Crédito y Cobranza, yo les diría que tendrán que hacer grandes reflexiones, y cambios muy fuertes en las ofertas de valor que estos proveedores dan a sus clientes y en la forma en la que trabajan juntos. Ya no va a poder ser como antes. Creo que va a haber una relación más concentrada, más penetrante, más interactiva, más inteligente y mucho más armonizada para que las cosas den resultado.

Yo diría que estos ocho grandes factores, si bien hay algunos más, son los más importantes, en los que deberíamos concentrarnos como pensadores estratégicos, y que van a ser no sólo útiles para esta etapa de la contingencia, sino para los siguientes años. Varios años más. Definitivamente hay que desarrollarnos como niveles gerenciales capaces de liderar la transformación..



MAREIGUA

EL BURÓ DE INGRESOS Y EMPLEO

**Encuentra la totalidad de la información
de ingresos y empleo de tus clientes
con Mareigua**

WWW.MAREIGUA.CO - INFO@MAREIGUA.CO

AVANZANDO CON AGILIDAD EN EL NUEVO ENTORNO

Sin duda Tuya, se ha convertido en una de las entidades financieras pionera y líder en la implementación de metodologías ágiles con gran éxito.



Claudia Vélez,
Líder de Talento, Experiencia
y Comercial de Tuya

Claudia Vélez, Líder de Talento, Experiencia y Comercial de Tuya, nos cuenta de que manera la tecnología y las metodologías ágiles pueden impulsar una innovación más rápida para navegar con éxito en esta era de cambios sin precedentes.

“En nuestra Compañía, la innovación ha sido y es una habilitadora de nuestra estrategia, es por ello que en Tuya le dimos la bienvenida a la evolución por medio de la implementación una

nueva estructura organizacional ágil, la cual es sinónimo de revolución y de evolución.

Esta metodología nos permite movernos más rápido, reinventarnos, capturar y entregar mayor valor a partir de ofertas diferenciadas, resolver problemas complejos de manera oportuna, y enfrentar los cambios, teniendo siempre muy clara nuestra estrategia y propósito superior. Todos tenemos la capacidad cambiar y adaptar nuestro perfil a las nuevas formas de trabajo, es tener habilidad de apertura y flexibilidad”

¿Cómo la tecnología favorece el cambio y la recuperación?

“La tecnología ha permitido la generación de cambios disruptivos en la forma en que los clientes interactúan con nuestras compañías, los avances tecnológicos mejoran la experiencia del cliente, el canal digital permite que estemos mucho más cerca de los usuarios y que se genere más información para que podamos ofrecerles soluciones a su medida.

La aceleración tecnológica también se ha configurado como una palanca para la inclusión financiera, un propósito por el que desde Tuya le apostamos día a día, y se materializa en una oferta de servicios financieros que al final del día le abre las puertas del sistema a poblaciones que aún se encuentren excluidas o subtenidas.

Asimismo, la inclusión digital es la democratización del acceso a tecnologías de información para mejorar las condiciones de vida, con productos como billeteras digitales, tarjetas adaptadas a las distintas realidades, créditos digitales,

chatbots, la creación de un ecosistema para que el cliente encuentre todo en un mismo lugar, son algunas de las promesas de valor que hacen parte de esta realidad de la banca digital, con las cuales estoy segura aportaran significativamente para acelerar la recuperación”.

¿Qué ha implicado para Tuya incorporar una estructura ágil a gran escala?

“Como respuesta a esta nueva realidad redefinimos nuevos focos estratégicos, buscando mitigar riesgos, identificar nuevas oportunidades y por supuesto, acompañar y apoyar a nuestros clientes durante la crisis. Ser pioneros en la implementación de una estructura ágil a gran escala, ha implicado un gran proceso de evolución en la mentalidad y en la cultura de la Compañía que nos ha llevado a hacerle frente al nuevo liderazgo que traen estas nuevas formas de trabajo. En Tuya nos enfocamos en brindar atención personalizada, y dar soluciones centradas en las necesidades de los usuarios, esto ha logrado que contemos con la confianza de nuestros consumidores. Por ello, reafirmamos nuestro modelo de negocio O2O, omnicanal de comercio online to offline, para continuar avanzando en la premisa por la inclusión financiera y digital, y más ahora, donde el uso de ambos canales son claves para retomar las actividades de en cotidianidad de los colombianos, siendo esta una de nuestras mayores ventajas competitivas”.

Ahora más que nunca, los clientes requieren más acompañamiento, asesoría y atención personalizada; ¿Cómo alinear estos dos extremos: los canales digitales con la atención de asesores especializados?

“En compañías como Tuya reconocemos la importancia de la escucha activa para afianzar y mejorar la experiencia de nuestros clientes desde todos los frentes; de fortalecer todos los canales de atención, donde además de tener una fuerte presencia en el canal físico hemos desarrollado distintos canales, como el digital, que nos permiten estar cerca de todos nuestros clientes en donde ellos nos necesitan y aportar de esta manera para que las acciones cotidianas estén acompañadas de mejores experiencias. Así mismo, tenemos un modelo de negocio que busca generar el mayor impacto positivo, por lo tanto, recopilamos y analizamos los datos y feedback de los clientes para entregarle mejores experiencias. Con un enfoque cliente céntrico, buscamos un efecto dominó que arrastra y eleva a su vez el nivel de la experiencia de usuario”



**GF COBRANZAS
JURÍDICAS**

19 años EMPRENDIENDO
UN SUEÑO

Efectivos y confiables en la recuperación de cartera con la mejor tecnología.



GF CALL SERVICES BPO

Nuestros servicios

Cobranza de microcréditos
financieros y venta directa

Servicio al cliente

Convocatorias

Confirmación de citas

Soporte

Ventas online

Soluciones innovadoras de
contactabilidad Omnicanal

Renting Work Spot

GF CALL SERVICES BPO

Gf le ofrece soluciones innovadoras acordes a sus requerimientos enfocadas en alcanzar cada uno de sus objetivos.

Contamos con un amplio catálogo de servicio en el que puede encontrar soluciones como Servicio al cliente, Cobranza de microcréditos financieros y venta directa, ventas, encuestas de satisfacción, actualización de bases de datos, convocatorias y muchos más.

Disponemos de personal calificado para manejo de cada uno de sus campañas y proyectos.



www.gfcobranzasjuridicas.com.co

Bogotá, carrera 7 No. 59 - 18 / tel. 4894888 - 3156064398

WhatsApp 3223672747

gerencia@gfcobranzasjuridicas.com.co / gfcobranzasjuridicas@yahoo.es

INCREMENTANDO LA ENTREGA DE VALOR A PARTIR DE UNA MENTALIDAD ÁGIL



Paola Becerra, ha liderado la estrategia digital en importantes entidades financieras desempeñándose hoy como Directora de Transformación en una de ellas, usando prácticas de innovación y agiles.

Para Paola Becerra las entidades deben orientar sus decisiones en tres frentes principales, en estos momentos de incertidumbre: 1) definir y hacer lo que es importante; 2) acelerar la entrega de valor al Cliente; y 3) mejorar la moral de los empleados. Para definir y hacer lo que es importante, hay que tener los listados con los temas pendientes, y priorizarlos para así enfocar a las personas y los recursos en los objetivos estratégicos, haciendo renuncias conscientes entendiendo el entorno actual y tomando decisiones en el corto plazo, el cambio es permanente y el largo plazo es incierto; Por otro lado hay que seguir acelerando la entrega de valor a los clientes, para responder a la necesidad de inmediatez que están esperando, apalancadas en la modelos de negocio digitales que disminuyan la fricción; y por último hay que mejorar la moral de los equipos, con líderes que ayuden a fortalecer la capacidad de resiliencia de las personas, para afrontar y sobreponerse a las diferentes circunstancias que presenta la vida y el entorno que actualmente es complejo”.

¿Cómo ampliar las capacidades gerenciales para alcanzar un mayor impacto de su gestión en las diferentes etapas de su Ciclo de Negocios en momentos de una operación desbordante?

“Ampliar la capacidad gerencial se puede hacer sin el uso metodológico estricto, a eso le llamamos la mentalidad ágil, que consiste en tomar decisiones y acciones, basados en los principios y valores del manifiesto ágil, en los diferentes ámbitos de la gerencia, y que puede resultar más retador que los métodos propiamente dichos, consiste en hacer las cosas simples; algunas acciones que propongo a los lectores, son: haga planeaciones con su equipo para periodos de entre 1 a 3 semanas, y la duración de dicha planeación debería ser de entre 1 a 4 horas, evite las planeaciones exactas e interminables; promueva que las reuniones sean cortas, y concretas, que tengan una participación activa de todo el equipo; escúchelos y tenga en cuenta las ideas para llevarlas a cabo; manejen un listado compartido de temas y prioricen por importancia y haga estimaciones de cumplimiento de alto nivel que les permita ponerse en acción.

Por otro lado, cuando toma decisiones hágalo teniendo en cuenta el resultado que espera, enfóquese en darle valor al Cliente para que lo cautive y lo enamore, facilite la experimentación de alternativas mínimas viables para probar nuevos procesos, productos y servicios de tal forma que evite poner en riesgo todo el negocio. Cuando estén ejecutando, verifique que se esté progresando, sin hacer “microgerencia” y asegúrese de la calidad del avance del trabajo acordado.

Todo lo mencionado anteriormente es un cambio y tiene un costo asociado al proceso de aprendizaje, el cual se debe tener en cuenta en el tiempo para manejar expectativas realistas”.

¿Cómo obtener mejores respuestas en medio de la incertidumbre?

“Considero que hay que seguir manejando la incertidumbre, ya que nadie tiene las respuestas correctas sobre el futuro. Como líderes vamos a seguir teniendo respuestas “provisionales” y eso es importante interiorizarlo en los equipos de las empresas; no existe un estado final obvio, hay múltiples variables que están impactando las decisiones y hay dudas en diferentes contextos por reconocer y abordar, para lo cual se requieren personas con una mente abierta al aprendizaje y a la acción para adoptar rápidamente el cambio”.



El escenario ha cambiado, nuestra forma de entender la cobranza también, por eso hemos actualizado todos nuestros programas de capacitación para brindarte las herramientas adecuadas para enfrentar exitosamente esta nueva realidad. Acompáñanos y conoce todo lo que podemos ofrecer a tu equipo para desarrollar las competencias necesarias.

Nuestros cursos:

- 1 - Negociación Asertiva para Mejores Resultados en Cobranza
- 2 - Negociación Avanzada para Resultados de Impacto en Cobranza
- 3 - Diplomado en Dirección Estratégica de Áreas de Cobranza
- 4 - Integración de Herramientas y Fundamentos de Supervisión de Cobranza
- 5 - Supervisión de Alto Nivel con Enfoque a la Coordinación
- 6 - Supervisión de Cobranza en Teletrabajo con Inteligencia Emocional
- 7 - Técnicas de Monitoreo de Calidad para Incrementar la Recuperación
- 8 - Gerenciamiento, Liderazgo y Coaching, Coordinadores y Gerentes
- 9 - Gerenciamiento Táctico de Áreas de Cobranza
- 10 - Gerenciamiento Estratégico de Áreas de Cobranza
- 11 - Administración del Riesgo y Cálculo de Líneas de Crédito B2C
- 12 - Análisis Financiero para el Ortogamamiento de Crédito B2B
- 13 - Certificación de Supervisores de Cobranza
- 14 - Certificación de Asesores de Cobranza
- 15 - Certificación Credit Academy B2B

Contáctanos:

Catalina Sierra

Teléfono: (57)(1)3002017 / (57)3115686484

asistentegerencia@cicloderiesgo.com

Colombia



Nuestras certificaciones y diplomados son en conjunto con la Universidad Anáhuac una de las tres más importantes universidades de México.

CONSTRUYENDO LA INTELIGENCIA DE LA NUEVA HUMANIDAD

El mundo avanza hacia la genómica, la ciencia de los materiales y la robótica, como tres fuerzas que liderarán la construcción de la inteligencia de la nueva humanidad

La tecnología se ha convertido en el detonante para que tres grandes campos científicos: la genómica humana y animal, la nanotecnología y la robótica, se unan en sí mismas para dar vida a una potente industria: la Industria BioTech, que liderará los grandes avances de la humanidad y la inteligencia artificial en la siguiente década.

La industria BioTech, está atrayendo importantes capitales de los grandes visionarios y estrategas del mundo, como eje transversal de su ventaja competitiva y especialmente como fuente de generación de gran riqueza económica y especialmente social, en momentos en que no dan espera los históricos reclamos de las poblaciones menos favorecidas, envueltos en fuertes protestas eco-ambientales, sociales, políticas y raciales, en todo el mundo.

El avance exponencial del poder de la inteligencia artificial y la robótica, han permitido a los científicos comenzar a desentrañar los mayores misterios de la humanidad: el código genético. Este es el nuevo campo de la genómica, una ciencia muy joven, que sin duda tendrá un crecimiento exponencial, en momentos en que mutan cepas más fuertes del Covid que hacen colapsar los centros de salud en todo el mundo y aparecen nuevas y raras infecciones como el Hongo Negro. Los antibióticos fueron realmente transformadores, pero su

efecto se limitó a las enfermedades infecciosas. La genómica tiene el potencial de ir mucho más allá y desbloquear un código más potente, llevando así a otro nivel nuestras concepciones sobre lo que es posible.

Una nueva técnica llamada CRISPR permite a los científicos editar secuencias de ADN para que puedan, por ejemplo, desactivar genes clave en un virus VIH, desactivar otros en enfermedades autoinmunes como la esclerosis múltiple, corregir enfermedades desde el desarrollo embrionario, crear nuevas vacunas, o reprogramar ADN de levadura para crear productos petroquímicos que sustituyan los plásticos. A su vez la robótica contribuye con el uso de planos digitales que definen cada característica de una persona, incluida la altura, el peso, el color de los ojos y el envejecimiento.

Por su parte, las nuevas empresas BioTech están incorporando soluciones blockchain con procesos seguros de almacenamiento y acceso universal a los datos y hallazgos, para acabar así con las preocupaciones de privacidad, veracidad y seguridad en torno a los datos genómicos humanos, garantizando a la par que los avances científicos y la data de secuenciación esté actualizada y disponible al servicio de toda la humanidad, mientras el tiempo y los costos de las investigaciones disminuyen rápidamente.

Los científicos de todo el mundo celebran que gracias a los avances de la industria BioTech, el simple acceso a la potencia informática necesaria, se han podido ya secuenciar miles de millones de nucleótidos individuales.

Es así como la tecnología blockchain permitirá la comparación instantánea de la información genómica de virus, bacterias, y tumores con una base de conocimiento universal integral, de ensayos clínicos, medicamentos probados, revisiones de la literatura y experiencia médica, que favorecerá desde una simple consulta médica para recetar soluciones de tratamiento o la compleja comparación de perfiles de ADN para verificar la compatibilidad, hasta la aplicación de planes de tratamiento personalizados para pacientes con comorbilidades, a menor costo y mayor efectividad; hasta la transformación de los modelos de atención en salud y la construcción de políticas públicas más efectivas para las poblaciones más vulnerables.

Nanotecnología la salvación de los ecosistemas naturales

Ante los devastadores efectos de la explotación de los ecosistemas naturales, y gracias al impulso de las BioTech, la nanotecnología resurge como la ciencia que permitirá que el mundo esté a punto de diseñar materiales con las propiedades que se necesitan, frenando la extracción discriminada de la naturaleza.

Una amplia gama de nuevos materiales físicos aparecerán en la próxima década, como puntos cuánticos, para revolucionar los dispositivos electrónicos, desde computadoras más eficientes hasta televisores más baratos y más nítidos. Por ejemplo, el grafeno, un material de nanotecnología, se puede usar para fabricar una amplia variedad de productos, desde prótesis súper fuertes, pero increíblemente livianas, hasta alambres superconductores.

De seguro, la problemática en la que se ha visto inmersa la industria de fabricación de chips con una capacidad de producción que está lejos de atender la creciente demanda de un mundo que se volcó al home office digital, está encontrando en las Biotech las tan añoradas soluciones para millones de aficionados de los video juegos, hasta los furiosos fabricantes de productos tan básicos como teléfonos móviles, ordenadores, coches, aviones, equipos médicos o electrodomésticos, que han tenido que limitar su producción por esta escasez de chips que ha generado ya miles de millones en pérdidas en diversos sectores de todo el mundo.

Sin embargo, se espera que los cambios más revolucionarios se den a nivel de las células solares

Mientras que hoy, la energía solar está luchando por ser viable, en el futuro nuestra energía podría costar mucho menos, aproximadamente la mitad del precio actual en diez años y solo una quinta parte en 20 años. Considerando que

el gasto en energía representa aproximadamente el 8% del PIB mundial, el potencial para tener un gran impacto en la productividad es inmenso, sin mencionar su aporte en la detención del calentamiento global.

Las BioTech y el Bitcoin

La minería de las criptomonedas, término referido a las enormes cantidades de energía para el mantenimiento, refrigeración y funcionamiento de las máquinas que utilizan los sistemas informáticos masivos que resuelven millones de cálculos complejos cada segundo para validar transacciones en la red de Bitcoin, está incrementando exponencialmente la huella de carbono y profundizando la problemática de los combustibles fósiles por la motivación económica que ha hecho resurgir prácticas devastadoras como la extracción ilegal de carbono. Y es aquí donde las BioTech enfrentan uno de sus principales desafíos, pero al mismo tiempo grandes oportunidades de adentrarse a nuevos campos de actuación que encuentran en las presiones regulatorias sus principales detonantes.



Vemos como los beneficios de las BioTech con sus avances en Inteligencia Artificial, en código genético, en la ciencia de los materiales y la robótica, se extienden además a la veterinaria, la agronomía, la agricultura y la geología; y también ahora a la economía con la minería del Bitcoin, y el desarrollo de las finanzas verdes, en la que ya se ven interesantes iniciativas como los bonos verdes.

Con la incorporación de la bioinformática, y una cultura de innovación basada en datos, con potentes modelos de Big Data, inteligencia artificial, instrumentada por actuación robótica, y tecnología blockchain para garantizar seguridad y acceso universal, sin duda el avance de la industria BioTech solo representa la punta del iceberg.

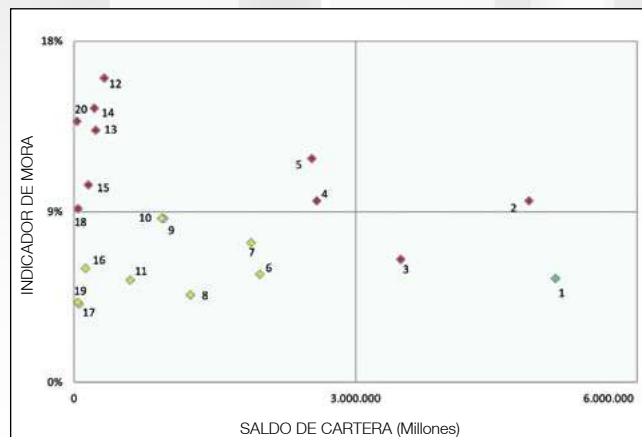
CALIDAD DE CARTERA POR PRODUCTO

Fecha de Corte: 30/04/2021

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

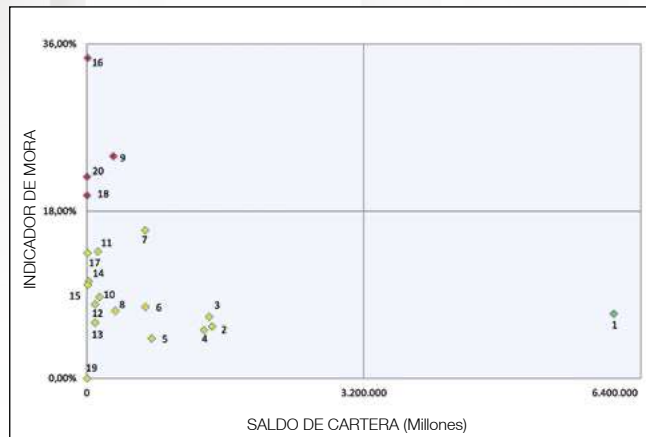
Indicador de mora por temporalidad

TARJETA DE CRÉDITO



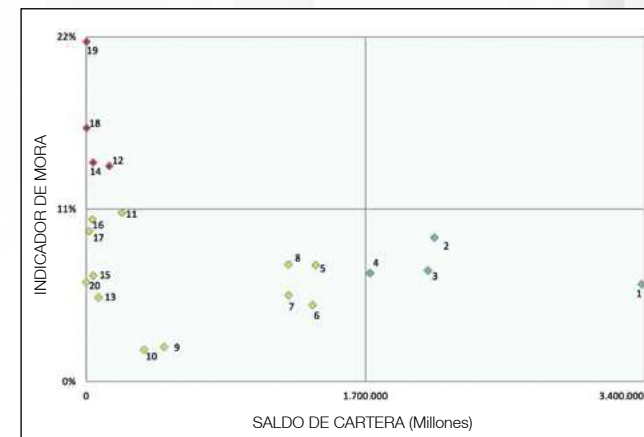
ENTIDAD	Saldo Cartera	Indicador de Mora
1 BANCOLOMBIA	5.129.987	5,47%
2 SCOTIABANK COLPATRIA	4.849.838	9,57%
3 BANCO DAVIVIENDA	3.483.129	6,49%
4 TUYA	2.587.306	9,57%
5 BANCO DE BOGOTÁ	2.532.860	11,80%
6 BBVA COLOMBIA	1.979.508	5,69%
7 BANCO FALABELLA	1.885.641	7,35%
8 BANCO DE OCCIDENTE	1.240.976	4,62%
9 BANCO SERFINANZA	956.405	8,64%
10 AV VILLAS	935.269	8,65%
11 ITAÚ	598.530	5,39%
12 BANCO POPULAR	324.536	16,06%
13 BANCO CAJA SOCIAL	231.672	13,31%
14 BANAGRARIO	216.045	14,46%
15 BANCOOMEVA	151.926	10,42%
16 FINANDINA	122.984	6,01%
17 FINANCIERA JURISCOOP C.F.	55.711	4,13%
18 BANCO PICHINCHA	41.778	9,16%
19 BANCO GNB SUDAMERIS	39.747	4,21%
20 CONFIAR COOP. FINANCIERA	32.369	13,76%

MICROCRÉDITO



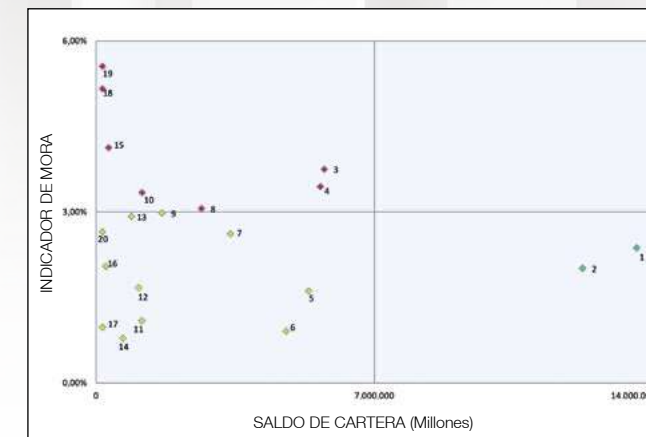
ENTIDAD	Saldo Cartera	Indicador de Mora
1 BANAGRARIO	6.089.371	6,91%
2 BANCO MUNDO MUJER	1.446.096	5,57%
3 BANCAMÍA	1.412.453	6,60%
4 BANCO W	1.353.785	5,21%
5 BANCO CAJA SOCIAL	749.518	4,31%
6 MIBANCO	676.483	7,70%
7 BANCOLOMBIA	674.307	15,93%
8 CREZCAMOS	327.493	7,28%
9 BANCO DE BOGOTÁ	305.934	23,89%
10 BANCO CREDIFINANCIERA	146.036	8,77%
11 JFK COOPERATIVA FINANCIERA	127.915	13,65%
12 CONFIAR COOP. FINANCIERA	96.496	7,95%
13 COOP. FINANCIERA DE ANTIOQUIA	93.850	5,98%
14 COTRAFA FINANCIERA	19.378	10,47%
15 COOPCENTRAL	10.863	10,08%
16 BANCO DAVIVIENDA	9.029	34,47%
17 BANCO POPULAR	4.056	13,52%
18 COOFINEP COOP.FINANCIERA	2.853	19,69%
19 AV VILLAS	344	0,00%
20 FINANDINA	81	21,67%

VEHÍCULO



ENTIDAD	Saldo Cartera	Indicador de Mora
1 BANCOLOMBIA	3.382.138	6,22%
2 BANCO DAVIVIENDA	2.119.430	9,18%
3 RCI COLOMBIA	2.079.284	7,08%
4 BANCO DE OCCIDENTE	1.727.756	6,92%
5 GM FINANCIAL COLOMBIA	1.397.152	7,44%
6 BBVA COLOMBIA	1.376.667	4,88%
7 FINANDINA	1.230.216	5,51%
8 BANCO DE BOGOTÁ	1.230.022	7,47%
9 BANCO SANTANDER	472.202	2,21%
10 BANCO CAJA SOCIAL	352.497	2,03%
11 BANCO PICHINCHA	215.946	10,78%
12 SCOTIABANK COLPATRIA	140.744	13,75%
13 FINANCIERA JURISCOOP C.F.	73.669	5,36%
14 AV VILLAS	42.027	13,99%
15 BANCOOMEVA	41.068	6,77%
16 GIROS & FINANZAS	35.219	10,34%
17 ITAÚ	15.911	9,60%
18 BANCO SERFINANZA	1.136	16,20%
19 TUYA	513	21,70%
20 COOFINEP COOP. FINANCIERA	387	6,33%

LIBRANZA



ENTIDAD	Saldo Cartera	Indicador de Mora
1 BANCO POPULAR	13.589.768	2,37%
2 BBVA COLOMBIA	12.230.675	2,01%
3 BANCO DE BOGOTÁ	5.736.065	3,75%
4 BANCO DAVIVIENDA	5.638.555	3,44%
5 BANCO GNB SUDAMERIS	5.340.923	1,61%
6 AV VILLAS	4.780.333	0,91%
7 BANCOLOMBIA	3.377.523	2,62%
8 BANCO DE OCCIDENTE	2.653.744	3,06%
9 ITAÚ	1.655.056	2,98%
10 BANCO PICHINCHA	1.159.673	3,34%
11 BANCO CAJA SOCIAL	1.151.332	1,09%
12 BANCO CREDIFINANCIERA	1.074.581	1,67%
13 BANAGRARIO	887.782	2,92%
14 FINANCIERA JURISCOOP C.F.	680.494	0,78%
15 COTRAFA FINANCIERA	320.987	4,13%
16 GIROS & FINANZAS	248.697	2,05%
17 FINANDINA	164.776	0,98%
18 SCOTIABANK COLPATRIA	159.596	5,16%
19 FINANCIERA DANN REGIONAL	159.260	5,56%
20 CONFIAR COOP. FINANCIERA	158.524	2,65%

FINANCREDITOS CONTINÚA SU EVOLUCIÓN, AHORA COMO



El inicio de un nuevo ciclo y la consolidación de una trayectoria de 30 años en el mercado

Alejandro Blanco Toro, presidente e inspirador de la evolución de Financreditos, hacia Synerjoy, nos cuenta los motivadores que hay detrás de este cambio, que más que una marca nueva, representa un nuevo ADN; una nueva dimensión en su actuar en el mundo del BPO y la Cobranza, como un impulso en ese avanzar en la construcción de un mundo mejor desde el actuar empresarial.

¿Qué aspectos y transformaciones han motivado el cambio de marca de la compañía?

“El cambio de marca lo veníamos pensando desde hace 5 años, nos estábamos preparando para celebrar en el 2021 los 30 años de Financreditos con un cambio especial.

Financreditos era un nombre descriptivo y casi genérico, que nos ligaba estrechamente al sector financiero. Synerjoy es una empresa que mantiene su vocación y experiencia fundamentada en la gestión de cartera pero que enriquece su portafolio de servicios con todos los que puede prestar una BPO a nivel general. El mundo actual y los cambios que se están viviendo en la nueva normalidad invitan a las empresas a tener transformaciones, ampliar, innovar y diversificar en su portafolio de servicios.

Todos estos aspectos nos llevaron a hacer un estudio profesional y serio de lo que creemos y lo que queremos ser, que se resume en las 5 creencias de marca de nuestra compañía”.

- Juntos llegamos más lejos, la innovación sólo es posible trabajando en equipo.
- Somos dignos de confianza, damos lo que queremos recibir.
- Los cambios nos ayudan a crecer, respondemos a los desafíos y nos adaptamos a todo tipo de contextos
- Hay que disfrutar del camino, nuestra mentalidad nos da la energía para aprovechar cada nuevo día.
- El ser humano debe prevalecer ante todo, estamos comprometidos con el mejoramiento del mundo y con la responsabilidad social que esto conlleva.

¿Qué alcance y significado tiene la nueva marca y que valores y nuevos atributos representa?

“**SYNERJOY** es la sinergia que creamos entre nosotros, nuestros clientes, nuestros proveedores y todos aquellos que están a nuestro alrededor; aunando fuerzas que logran una mayor efectividad y que superan las expectativas; una experiencia alegre, positiva y que se disfruta en el día a día. Vivencias que nos llevan a trascender como colectivo y como personas”.

Entendemos que el arte y la cultura entran a jugar un papel muy importante en esta nueva etapa de la compañía. ¿De qué manera estos dos elementos llegan a impulsar los resultados de Synerjoy y de sus clientes?

“Desde hace 20 años nuestra empresa ha tenido la particularidad, de tener en sus paredes obras de arte originales, una colección conformada por obras importantes de artistas y amigos.

Con el nuevo cambio de imagen y de marca, quisimos darle relevancia a esta colección y enriquecerla con la participación de nuevos artistas, de manera que, nuestras oficinas se encuentran decoradas con una exposición de arte permanente a la cual pueden acceder todos nuestros empleados o clientes, ya que está documentada con códigos QR explicando la historia e importancia de cada obra.

El ambiente laboral se complementa con una actividad lúdica o cultural que se realiza cada tres meses en un sábado para que los empleados tengan de manos de expertos, cuatro actividades en el año que pueden ser pintura, fotografía, música o teatro entre otras. La idea es que los jóvenes y las personas que hagan parte de nuestra compañía, trabajen en un ambiente agradable.



Alejandro Blanco Toro,
Presidente Financreditos

Nuestros clientes nos reconocen como una de las empresas más eficientes, y estamos convencidos que los resultados han sido en gran parte por la motivación, buena energía y buen ambiente que propiciamos para nuestros colaboradores, lo que se traduce en estabilidad laboral, continuidad en sus campañas y en un fuerte compromiso con la empresa y el cliente.

Esta transformación no solo ha sido interna, sino que adicionalmente nos ha llevado a cambiar el discurso para la gestión, pasamos de llamar como -Financreditos la empresa de cobranza del banco X - ... a comunicarnos -Synerjoy, soluciones financieras: Estaremos siempre dispuestos a escuchar, para ayudarlo a normalizar su situación-. Este cambio de discurso ha mejorado notablemente la predisposición que el cliente deudor tiene en la comunicación y lo hace más receptivo a llegar a un acuerdo de pago”.

De esta manera SYNERJOY suma lo mejor de 30 años de experiencia en el mercado, a una nueva cultura de negocios que busca un acercamiento al cliente desde el ser, en el que se incorporan diversos elementos, como las expresiones artísticas y culturales, a manera de detonantes del compromiso, el bienestar y la creatividad, para el aseguramiento de los resultados y la construcción de una industria que genere prosperidad para todos.



Asociación Colombiana del
Ecosistema Crediticio y BPO
✓ Más de 70 empresas asociadas

Este **2021** enfocados en seguir avanzando
en el fortalecimiento de la industria
y en la construcción del país.

CAPÍTULO DE ABOGADOS

Ahora impulsando a los abogados
independientes de la industria.



RACC

Este año Sello de calidad, único
de la Cobranza, Colcob.



ICOLCOB

Capacitación a la
medida.



Espacios de
networking

AFÍLIESE

contactenos@colcob.com

www.colcob.com

¿YA VIO ESOS RINOCERONTES GRISES QUE SE CIERNEN SOBRE SU CARTERA DE CRÉDITO?



“La pandemia de COVID-19 NO fue un “cisne negro” (evento catastrófico que surgió de la nada y nadie vio venir), Los virólogos y economistas han estado levantando la bandera roja durante años. De hecho, ya hace varios años la Organización Mundial de la Salud, advertía de la necesidad inmediata de prepararse para una pandemia respiratoria catastrófica de rápido movimiento que infectaría a más de 50 millones de personas y acabar con el 5% de la economía mundial. ¿Entonces que fue?... **Fue un “Rinoceronte gris” que se había predicho durante mucho tiempo, pero que la alta dirección pasó por alto en todas partes**”, es la voz de alerta de la Dra. **Jo Robertson**, PhD en gestión de crisis, autora del libro más vendido sobre liderazgo en situaciones de crisis “Ejecución de crisis: una guía de supervivencia de liderazgo de crisis de C-Suite”, quien lleva más de 20 años de experiencia manteniendo a las empresas Fortune500 fuera de crisis.

Seguramente la Dra. Robertson no está nada preocupada por la crisis social que ha estallado en Colombia, porque si así fuera, ya estaría enviando un mensaje de alerta a las entidades crediticias: **¿Ya vio esos rinocerontes grises que se ciernen sobre su cartera de crédito?**

A medida que se profundiza el tercer pico de la pandemia y un nuevo ingrediente, en forma de protesta social, se suma a la crisis económica de hogares y empresas, la cartera de crédito enfrenta nuevos desafíos, ¿cómo podemos asegurarnos mejor de tener los ojos abiertos para que este nuevo escalamiento y dimensión de la crisis con tintes de rebelión, no nos golpee desprevenidos?

La “minga crediticia”; la huelga del no pago; la moratoria nacional. ¡Noo! tranquilos que eso aquí no pasa... ¿Cisne? ¿Ficción? ¿Especulación? o ¿Rinoceronte?

¿Y qué es un Rinoceronte gris?

La Dra. Jo Robertson nos explica: “un rinoceronte gris es un evento muy probable con un gran impacto que se descarta o se pasa por alto, tal vez porque no lo estamos tomando lo suficientemente en serio. El término fue acuñado por la autora de “The Gray Rhino”, Michele Wucker, para referirse a un peligro que es obvio, visible y te afecta directamente. (...) los rinocerontes grises me han fascinado durante toda mi carrera. Son probables – y eventos probables que tienen impactos potencialmente catastróficos – pero siempre tienen un elemento de incertidumbre. Sucederá en algún momento, pero no este año.

En conclusión, la definición de un rinoceronte gris: sabemos que va a suceder y no hacemos nada. Por el contrario, un evento de cisne negro es inesperado y nadie lo ve venir.

Comencemos ya a prestar atención a las señales de advertencia de un rinoceronte gris que se esconde dentro de nuestro portafolio de cartera crediticia, a plena vista y con el rumbo correcto.

Si los rinocerontes grises se esconden a plena vista, ¿por qué no podemos verlos?

Para Robertson, “la alta dirección, en muchos casos, exacerbada por aquellos de nosotros en el campo de la resiliencia, nos lleva a nosotros mismos y a nuestras organizaciones

a la complacencia en la que tormentas monstruosas, terremotos severos, rayos, y pandemias “simplemente” ocurrirán una vez cada 100 años. ¿La probabilidad de que suceda este año es baja?

Las organizaciones suelen tener fondos de mitigación de riesgos muy limitados, por lo que se centran casi exclusivamente en los riesgos de alta probabilidad y alto impacto, por lo que los riesgos de baja probabilidad en el año en cuestión, quedan en un segundo plano, incluso los de impactos tan altos que pongan en riesgo la estabilidad misma del negocio.

“Los rinocerontes grises son riesgos de alta probabilidad y alto impacto, pero nos engañamos creyendo que, aunque son riesgos de alto impacto, es poco probable que ocurran este año y pueden ser empujados a la categoría de riesgo moderado para mitigarlos en el futuro”, explica Robertson.

Ajustar la forma en que estamos viendo requerirá un cambio de perspectiva. Para Robertson, dos cosas son necesarias para lograr esto y van de la mano:

1. Necesitamos reconfigurar la forma en que realizamos nuestras evaluaciones de riesgos.

2. Necesitamos implementar mejores detectores de señales y capacitarlos para que reciban la advertencia adecuada en los oídos correctos.

A menudo, debido a la necesidad de reducir el gasto en mitigación, buscamos refinar cuán serios son los riesgos con una mayor categorización para poder identificar mejor el más riesgoso de los riesgos en nuestro mapa de calor, introduciendo matemáticas en la ecuación para que los peores riesgos estén claramente en el rojo.

Los riesgos que caen en el recuadro superior derecho o recuadros donde residen casi ciertos riesgos extremadamente impactantes son aquellos a los que se dirige la corrección. Aquellos que caen en las casillas de abajo a la izquierda, donde se encuentran los riesgos más raros e insignificantes, simplemente se aceptan porque es poco probable que ocurran. Incluso si lo hicieran, la consecuencia no sería grande, por lo que no es necesario gastar un presupuesto precioso. La mitigación de los riesgos en las otras casillas se encuentra en algún punto intermedio, pero normalmente terminan diferidos a año o al menos hasta que los riesgos en el cuadrante superior derecho hayan sido controlados.

Los rinocerontes grises serían eventos de grandes consecuencias si ocurrieran, pero parecería poco probable o incluso raro que ocurriera un evento de este tipo este año. **Para sacar a los rinocerontes grises de la hierba alta para que podamos verlos mejor, debemos dejar de adivinar la probabilidad de que el evento suceda este año.** De hecho, ¿por qué en la matriz básica

calificamos el eje x (probabilidad) en pie de igualdad con el eje y (impacto)? Si disminuimos la importancia del eje de probabilidad y aumentamos la importancia del eje de impacto, nuestros rinocerontes grises se convierten en rinocerontes rojos, claramente en necesidad de mitigación.

El segundo componente de por qué no vemos rinocerontes grises es porque es posible que necesitemos instalar mejores detectores de señales y capacitarlos para que reciban las advertencias adecuadas en los oídos correctos.

“Gran parte de la incapacidad para identificar un problema en escalada antes de que alcance un nivel de crisis es que la mayoría de las organizaciones abordan la identificación de la crisis con una mentalidad reactiva. Los umbrales para convocar al equipo de crisis de la organización a menudo se centran en la ocurrencia de un cierto nivel de daño”, explica Robertson.

Cuanto más grande sea la organización, más difícil puede ser identificar una circunstancia que se está intensificando (mientras aún se está intensificando en lugar de después de haberla intensificado) e informarla al nivel correcto donde el liderazgo pueda responder rápidamente. Después del hecho, a menudo es bastante fácil reconocer que hubo señales que presagiarían que algo se estaba descarrilando, pero esas señales no llegaron a las personas adecuadas que podrían haber hecho algo al respecto.

Particularmente para la cartera de crédito, estas señales se vuelven más difíciles de identificar por las agresivas estrategias que siguen utilizando las entidades crediticias de reconversión de deuda, reestructuración, ampliación de plazo y aplicación de periodos de gracia. Pero especialmente porque nunca se asocia la cartera al riesgo reputacional, o a los riesgos gubernamentales, o sociales como la turbulencia política, el cambio de modelo económico del país, o el estallido social.

Los análisis han demostrado que la mayoría de los casos, los líderes no son los detectores de señales.

“Como gestores de riesgos, debemos entrenar a nuestros líderes sintonizándolos con las señales que hemos captado. En lugar de seguir perpetuando una falsa sensación de seguridad basada en evaluaciones de riesgo que realmente no son más que conjeturas esperanzadoras y pensamientos ilusorios, debemos enfocar a nuestros líderes en verdades incómodas. No importa la probabilidad, el impacto es lo que importa”.

Frente al nuevo espíritu de rebelión que comienza a tomarse algunas de las instancias del país, urge revisar la forma en que vemos los riesgos y los rinocerontes.



LA VACUNA ES CONTRA EL VIRUS, NO CONTRA LA CRISIS:



Julio Sanz G.

Managing Partner Andean & Caribbean Region de TELOS TRANSITION, firma pionera especialista en Gestión interina, que tiene como objetivo llevar a las personas y a sus organizaciones a su máximo potencial a través de procesos de transformación. Miembro de Globalise Interim Management Group.

www.telostransition.com
www.globalise.com

* Artículo escrito en Colaboración de Marcos Bardagi, Managing Director Telos Transition Brasil.

A pesar del avance de las jornadas de vacunación que ya dan cuenta de trece millones de dosis aplicadas en el país, y la disminución de la intensidad de la protesta social con el levantamiento de la mayoría de bloqueos, esto no significa que la crisis se irá tan rápido. Muchos sectores continuarán sufriendo con la facturación reducida y el debilitamiento en los movimientos de sus negocios. Aún más porque la volatilidad de la economía de América Latina presenta factores adicionales a los sanitarios. Por eso, nada mejor que seguir practicando la Gestión de Caja con todo el rigor.

Cash is king, siempre fue una de las frases más utilizadas en la Gestión y en momentos como este, el famoso Rey Caja adquiere poderes absolutistas.

Sucede que muchas organizaciones, ya sea por su histórico de crecimiento, o por no haber vivido crisis semejantes, pueden no disponer de los profesionales necesarios para implementar una Gestión de Caja tan severa como la que se requiere. En este caso, contar con el apoyo de personas experimentadas es fundamental para que esta labor sea hecha con rapidez y con el rigor y sentido de urgencia adecuados.

Es el momento para que el CFO y su equipo conformen un escuadrón que buscará salvaguardar la sobrevivencia de la organización. Para esto, él tendrá que involucrarlos a todos y tomar las decisiones bajo una óptica mucho más financiera que económica. Siempre en línea con los altos mandos, la empresa debe enfocar su atención hacia el flujo de caja, entendiéndolo como su indicador fundamental. Otros mecanismos propios de la gestión económica (como, por ejemplo, el Estado Financiero y el Balance), aunque sean importantes para sustentar las decisiones generales, pierden relevancia. Se debe resaltar que es vital el alineamiento de la Dirección, CEO y todos los pares, pues lo peor que puede suceder en un momento como este, es que el Líder envíe mensajes diferentes para el equipo generando una situación confusa en la cual, mientras unos hacen hasta lo imposible por evitar lo peor, otros se comportan de forma desarticulada, autorizando gastos inadecuados o actuando como si el escenario no fuera extremadamente crítico.

Para empresas con un cierto grado de organización, hacer la gestión a partir del control estricto de la caja puede no representar una alteración muy significativa en sus procedimientos, mientras que, para otras, esta maniobra puede requerir mucha adaptación y convertirse en una tarea desgastante e infructífera.

Sea cual sea la situación, y con la intención de ofrecer una mirada amplia sobre la cuestión (aunque no sea exhaustiva), me arriesgo a enumerar aquí algunos puntos que considero esenciales para la realización de esta acción, a partir de un enfoque estrictamente centrado en Gestión de Caja:

Primero, el seguimiento del flujo de caja, bajo la coordinación directa del CFO debe ser diario. En el grupo de apoyo deben estar siempre presentes, como mínimo: los responsables del cobro, pagos, recursos humanos, ventas, compras y supply chain. Es necesario que haya rigor y mucha disciplina en esta reunión, pues las decisiones deben tomarse rápidamente. Evite procrastinar en este momento, pues con frecuencia un solo día hace toda la diferencia. Recuerde, se trata de una guerra.

Las cuentas por pagar y cobrar, así como los saldos bancarios, deben ser conciliados diariamente para que el grupo no tome decisiones basadas en datos inexactos.

Las acciones operacionales y estratégicas que deben ser tomadas por el equipo financiero deben incluir fundamentalmente:

- a) El intento de extensión de los plazos de pago con proveedores y mecanismos ofrecidos por diversos bancos, como el Avance Financiero, en el cual el proveedor puede anticipar ingresos operativos con tasas muy atractivas, deben ser implementados;
- b) En casos de operaciones con reservas, estas deben ir al menor nivel posible para viabilizar la reducción drástica de los pedidos de compra y dar un alivio a los pagos.
- c) El cobro debe ser intensificado, e incluso aquellos ingresos operativos vencidos hace mucho tiempo, y ya eventualmente provisionados, deben ser buscados ofreciendo descuentos atractivos para que los deudores paguen. Cualquier ingreso es mejor que nada;
- d) Los plazos de pago de los clientes deben ser revisados, considerando la posibilidad de negociación. Si su negocio es fuerte en costos fijos, puede resultar interesante ofrecer volúmenes adicionales por precios diferenciados a sus clientes, siempre y cuando estén por encima del costo marginal de producción.
- e) Ningún gasto puede ser autorizado sin aprobación de los líderes, y todos los gastos no esenciales deben ser cortados y/o postergados al máximo.
- f) No deje de ejercitar su estrategia y siga elaborando escenarios de recuperación para sustentar mejor sus decisiones. Si su segmento de negocios se puede transformar en "otro" en la fase post crisis, tal vez las oportunidades de ajuste de la organización sean aún mayores.

g) En función de la conclusión anterior, muy probablemente toda la pauta de inversiones debe ser revisada.

h) La empresa debe analizar las posibilidades de venta de activos, comenzando por los que no están vinculados al "core business", e incluyendo eventualmente activos de producción, después de un análisis riguroso de cómo será la demanda en el retorno a la "normalidad".

i) A esta altura usted ya tiene una buena noción de si el trabajo en casa seguirá impactando el modo de trabajo de su organización, y si, en consecuencia, puede repensar y optimizar el uso de áreas propias.

j) El uso de créditos tributarios y el examen de todos los programas gubernamentales de apoyo a la crisis debe ser cuidadosamente estudiado.

k) Deudas de naturaleza financiera pueden ser renegociadas y reestructuradas.

l) Examine toda posibilidad de reducción de costos, desde acciones simples como concentrar los espacios en uso para mantener áreas fuera de servicio, sin luz ni aire acondicionado, hasta renegociaciones de contratos de prestación de servicio en todas las áreas.

m) Si su empresa dispone de líneas de créditos aprobadas por bancos, no deje de aprovecharlas con criterio para cubrir posibles desequilibrios de entradas y salidas operacionales.

n) Revise el estado de litigios judiciales que puedan resultar en retorno de valores al saldo disponible, o incluso, intente cerrar disputas judiciales con baja posibilidad de éxito y que exigen mantenimiento y gastos de defensa.

Este, obviamente, es un catálogo que no pretende agotar el tema, y cada organización deberá examinar otras posibilidades para la mejoría de su flujo de caja, teniendo en cuenta sus peculiaridades y su propio modelo de operación.

Y la innovación, ¿cómo queda?

Gestión significa Tragedia en el más estricto sentido del griego. Dos verdades absolutas se enfrentan y es virtualmente imposible escoger. Es una constante toma de decisiones difíciles. Incluso delante de este escenario de lucha por su sobrevivencia, la organización debe encontrar soluciones para seguir apostando en innovaciones. De poco servirá el éxito en resolver las cuestiones urgentes de cortísimo plazo, sin una alternancia que asegure que la empresa permanezca competitiva e innovadora. Por eso, la misión se reviste de una mayor complejidad, pues ciertos fondos deben continuar siendo destinados para proyectos de innovación, para el área de P&D, y para la investigación y experimentación de nuevos productos y servicios. Disminuir completamente la innovación como parte de la estrategia de gestión de crisis puede ser igualmente fatal.

¿HACIA DÓNDE AVANZA LA COBRANZA INTELIGENTE?



Sergio Reyes,
Gerente Comercial Asociado de Finleco BPO Group

Comprender el comportamiento de los deudores de cartera de crédito, analizar tendencias e identificar oportunidades que les permitan segmentar eficientemente y generar estrategias que incrementen los porcentajes habituales de recaudo, son factores diferenciadores que han llevado a Finleco BPO Group, a consolidar la delantera cuando de resultados de cobranza se trata; más aún en momentos de entorno complejos como los actuales.

Es por esto, que dentro de sus unidades de negocio se destaca la recuperación de cartera ayudando a sus clientes a incrementar los porcentajes de recaudo a través de un modelo híbrido de cobranza que combina canal tradicional y canal digital, con científicos de datos, herramientas de Inteligencia artificial y Machine Learning.

Esta compañía especializada en BPO y Contact Center, cuenta con más de 17 años de experiencia trabajando con empresas del sector financiero, asegurador, telecomunicaciones y real.

Sergio Reyes, Gerente Comercial Asociado de Finleco BPO Group, nos cuenta cuáles han sido esas estrategias claves de éxito, de esta compañía que ha logrado consolidarse como una de las agencias de cobranzas más eficientes gestionando en promedio asignaciones de 1,5 millones de cuentas al mes por cliente.

¿Cuáles son esas mejores prácticas, que ha incorporado la compañía como factores potencializadores de eficiencia, productividad y aceleradores del resultado?

“El sólo hecho de implementar nuevas tecnologías en la cobranza no genera mayor eficiencia en el proceso; estas nuevas tecnologías deben ir acompañadas de una gestión eficiente en canal tradicional, ofrecer plataformas de autogestión y además ser manejadas a través de una herramienta de analítica de datos para poder generar resultados óptimos”.

¿Qué experiencias han tenido con la incorporación de inteligencia artificial en los procesos, la gestión y la estrategia, dentro del objetivo de impulsar los resultados propios y los de sus clientes?

“Antes de pandemia nuestros esfuerzos en temas de inteligencia artificial estaban ligados netamente a los comportamientos de pago de los deudores soportados por data histórica, que en pandemia ya no reflejaban la nueva realidad de los segmentos y nichos de clientes afectando la confiabilidad del modelo y haciendo que perdiera su potencia predictiva.

El nuevo enfoque que implementamos una vez comenzó pandemia en temas de inteligencia artificial se dio en dos frentes: uno basado en ejecutar acciones coordinadas e inteligentes, para obtener mejores resultados en recaudo en diferentes edades de mora, mejor canal de contacto, mayor localización, mayor velocidad de contacto, cobertura en diferentes horarios de acuerdo con las costumbres del cliente, buscando mayor efectividad y con mejores Niveles de Satisfacción de Usuario.

El otro frente fue desarrollar en nuestro canal digital un servicio con funcionalidades de “Deep learning” avanzadas del reconocimiento automático de voz para convertir voz en texto y tecnología de comprensión del lenguaje natural para reconocer la intención del texto, lo que nos permitió crear una aplicación con experiencia de usuario muy interactiva y conversaciones realistas, algo así como un agente virtual con un funcionamiento similar al de Alexa de Amazon o Siri de Apple”.

¿Qué experiencia ha tenido con la cobranza digital?... ¿Qué recomienda para que la incorporación de estas nuevas formas de cobro sea exitosa?

“Me gusta describir nuestro modelo de cobranza como “Híbrido” ya que tenemos una integración entre canal digital y canal tradicional orquestado por una plataforma de analítica que ejecuta labores de organización, minería y diseño de estrategia de cobranza, de acuerdo con los consumos de medios de los clientes.



El éxito del modelo es combinar los dos canales de acuerdo con la edad de mora y permitiendo siempre que los clientes salten a canal tradicional en caso de no poder gestionarse por canal digital, la idea es mantener el “human touch” y con esto mejorar la experiencia del cliente”.

Hablemos del Big Data, Maching Learning e Inteligencia artificial... ¿Qué nos falta para lograr la incorporación de las nuevas tecnologías en los procesos de manera más eficiente y con mayor celeridad?

“En Finleco BPO llevamos un tiempo incorporando estas tecnologías en nuestros procesos de cobranza, pero en la actualidad es difícil conseguir personal técnico competente con la capacitación y experiencia para implementar nuevas tecnologías, lo que hace que sea un proceso costoso.

Además, normalmente los datos recopilados por las empresas están aislados, no son de la mejor calidad o les falta consistencia. Esto representa un gran desafío para las compañías que buscamos crear valor a partir de la inteligencia artificial a escala. La clave para resolver esta barrera es tener una estrategia clara para obtener los datos desde el origen hasta la gestión y retroalimentación del sistema”.

¿Cómo lograr una mejor interacción entre la cobranza automatizada con inteligencia artificial y la cobranza personalizada con agentes especializados?

“Creo que la mejor forma de lograr esta interacción para entrar en un modelo híbrido es ofrecer multicanalidad de acuerdo con los hábitos de consumo de medios de los deudores y siempre brindarles la posibilidad de saltar al canal tradicional de asesor humano cuando el cliente lo necesite en cualquier etapa del Customer Journey.

Así un modelo de cobranza basado en inteligencia artificial esté muy maduro, nunca podrá omitir el canal tradicional de la ecuación ya que en edades de mora altas y en segmentos

específicos cómo el de telecomunicaciones algunos clientes tendrán solicitudes de alta complejidad que por el momento no pueden ser solucionadas del todo por el canal digital”.

¿Hacia dónde avanza la tecnología en el mundo del BPO, el crédito y la cobranza, y cuáles son sus mayores retos y desafíos para avanzar hacia la consolidación de una industria de talla mundial?

“La autogestión de los clientes está teniendo un fuerte impacto en las cobranzas; la productividad puede incrementar al permitir que los clientes se sirvan ellos mismos, especialmente cuando se trata de tareas de media o baja complejidad y alto volumen como reestructuración de créditos, retanqueos o refinanciaciones.

Las cifras al interior de Finleco BPO muestran que el uso de nuestras plataformas de autoservicio ha aumentado un 20% desde que comenzó la pandemia y esta tendencia parece que seguirá avanzando. Curiosamente uno de los segmentos que más ha aumentado el uso de estas plataformas es el de mayores de 50 años, posiblemente por que tuvieron que moverse a la banca digital una vez comenzó la pandemia y conocieron todos los beneficios de poder hacer transacciones y gestiones digitales.

Esto no quiere decir que los canales digitales solo hayan surgido como resultado de COVID-19, aunque ciertamente ha acelerado su adopción. De cara al futuro, percibimos que los deudores esperan seguir utilizando los servicios digitales tanto, o incluso con mayor frecuencia, de como lo hacen actualmente.

El sector debe aprovechar las herramientas digitales. Si las agencias no le están proporcionando a los consumidores un método digital para administrar, pagar y consultar sus deudas pendientes, entonces les están dificultando innecesariamente a los clientes atrasados que les paguen”.

LA INTELIGENCIA DEL CLIENTE ENCUENTRA EN LA COBRANZA SU MAYOR DESAFÍO

Sin duda una gran parte del riesgo inherente al incumplimiento en el pago de los créditos está aún por revelarse. Por una parte, se espera que en el último trimestre del año ingrese una fuerte oleada de cartera vencida y por otra parte será el momento de la verdad de la cartera reestructurada o con algún tipo de modificación, ya que todos sabemos que no es cierto que la mayoría realmente quedó normalizada. Para muchos, estos alivios están pateando gran parte del problema para adelante, lo que termina siendo inevitable.

Según lo reportó el superintendente financiero, al cierre de marzo, 2.1 millones de deudores con obligaciones equivalentes a \$36.7b fueron cobijados por las estrategias del Programa de Acompañamiento a los Deudores (PAD). A través del PAD los deudores se han beneficiado de recortes de tasas de interés equivalentes a 137 puntos básicos (pb), ampliaciones en el plazo que en promedio alcanzan los 37 meses y periodos de gracia cercanos a los 6 meses.

Para superar este desafío, será clave el desarrollo de una cobranza inteligente soportada en tres pilares: primero, la capacidad de conectarnos verdaderamente con la historia detrás de cada deudor; segundo la ampliación de las capacidades y la eficiencia a partir de la incorporación de tecnología; y tercero: la incorporación de metodologías ágiles en la operación, y en la toma de decisiones.



Mariana Mantilla,
Gerente Nacional de
Cobranzas del Banco AV Villas

Para Mariana Mantilla, Gerente Nacional de Cobranzas del Banco AV Villas, lo primero es entender al deudor en un contexto más amplio: “En este momento cobra mucha importancia la segmentación de la cartera por niveles de afectación, por sectores económicos, por alertas tempranas, para poder entender la nueva realidad de pago y los nuevos hábitos de consumo

que tienen los deudores”. Por su parte es clave anticipar a los deudores que puedan llegar a verse afectados: “La cobranza temprana cobra mucha importancia y creo que allí es donde debemos darles la mano a los clientes”. Otro tema es la educación financiera: “estrategias que le per-

mitan al cliente tener información de primera mano con la entidad. Resultan muy importantes los canales interactivos en las solicitudes y las respuestas oportunas, que haya mucha eficiencia, y que haya mucha oportunidad: “Dedicar mucho conocimiento en el uso de medios y canales; que ellos entiendan que pasó con sus alivios, cómo están sus obligaciones, qué es lo que deben pagar”. El tercer punto clave es el talento humano: “en esta industria de la cobranza se deben desarrollar más competencias; la forma como se percibe la realidad sufrió un cambio, hoy los clientes perciben diferente por la incertidumbre; el manejo de las emociones se convierte en un factor clave en la cobranza y hoy se necesita un perfil de negociadores que muestre empatía, que muestre sensibilidad que permita hacer negociaciones basadas en análisis, en resolución de conflictos, a través de comunicaciones precisas, a tiempo. Creo que debemos también ser mucho más sensibles en los guiones rígidos, en las estructuras, que hasta hoy estábamos acostumbrados; ahora necesitamos una comunicación suficiente, y amplia que nos permita entender la problemática con mayor objetividad”.



Nicolás Zavala,
Director global Legal &
Collections en Konecta
Corporativo

Para Nicolás Zavala, Director global Legal & Collections en Konecta Corporativo:

“es vital conocer al cliente; es vital generar un análisis porque tenemos que ponernos en la piel del cliente, que ha sufrido y está intentando salir; pero necesitamos llegar a una parte mucho más empática, mucho más asertiva; generar un modelo confianza, para intentar ver qué soluciones podemos

aplicar hacia adelante. Esto nos lleva a que finalmente tenemos que generar un conocimiento diferente”.

Es momento de colaborar, de asesorar, de realmente escuchar, de entender y dar una solución personalizada ante una situación de vida en un momento de crisis complejo y de un sentimiento generalizado de pérdidas importantes. Y para que se le pueda poner toda la atención a la masa crítica de deudores, será vital garantizar una operación con el máximo nivel de eficiencia y es aquí donde la tecnología generará su mayor valor.



Carlos Schmidt,
Director Ejecutivo de
Émerix para Latam

Carlos Schmidt, Director Ejecutivo de Émerix para Latam:

“la negociación y el buscar una solución inteligente para cada caso será una respuesta. Y ahí la tecnología puede y debe ayudar. Y si llegamos “al cara a cara” en un contexto de fatiga espiritual de las personas como el que tenemos (deudores y agentes), el modelo social de negociación también será clave y será un desafío. Habrá regulaciones que pondrán límite a esas negociaciones y entonces aparecerá el autoservicio y “lo Mobile” como soluciones ideales, más si no nos llega aún la posibilidad del contacto físico con una negociación que sigue carente de gestualidad, ya que hay que conocer al deudor a través de sus clics y su navegación. Flexibilidad, soluciones a medida, facilidad de acceso a la solución, pensar en el otro, son elementos que habrá que tener en cuenta”.

Para Carlos Schmidt de Émerix, es mandatorio además contar con una solución que sea integral, que combine tecnología y con atención personal: “que combine inteligencia artificial con inteligencia emocional; que combine datos con acciones. Que combine agentes virtuales con agente humanos. Pero en todos los casos se trata de ser empático con el deudor y con una solución a su medida, ofreciendo una solución sustentable en el tiempo, ya que un deudor de hoy puede ser un cliente de mañana y de esa forma evitamos que el deudor de hoy se convierta en un detractor mañana”.

Para Nicolás Zavala de Konecta, otra herramienta que resulta fundamental está representada en los portales de autogestión 7x24, como habilitadores de la recuperación en horarios que los agentes no están trabajando, permitiendo aliviar los picos y adecuar la gestión a los horarios en que los clientes están disponibles y dispuestos para entender la situación y las formas de solucionarla.



David Fernández,
Director comercial para la
Región de AIS Group

Para David Fernández, director comercial para la Región de AIS Group, empresa especializada en Inteligencia Artificial:

“El uso de técnicas y modelos de inteligencia artificial (IA) puede multiplicar la eficiencia del proceso de cobranzas, y lograr no sólo mejores resultados, sino hacerlo teniendo muy presente el enfoque de la rentabilidad. No se trata de recuperar lo máximo a cualquier coste, sino de equilibrar acciones y Rol.

Tradicionalmente en las cobranzas se ha optado por utilizar modelos de regresión logística, pero el momento actual nos permite migrar a modelos machine learning. El experto de AIS anima a ello principalmente por la eficiencia de estos modelos más avanzados. “Su poder predictivo es mayor y esto se traduce en un impacto económico directo. Si somos capaces de determinar mejor qué va a ocurrir con un cliente, podremos tomar mejores decisiones y obtener mejores resultados”, afirma.

Explica David Fernández: “Otra de las ventajas del machine learning frente a técnicas más tradicionales es que dado que el modelo aprende automáticamente y de forma constante puede mantener su poder predictivo en el tiempo y seguir vigente, aunque las carteras de cobranzas vayan variando. Sin embargo, Fernández remarca que no pueden dejarse con total libertad. Debe ser un aprendizaje controlado, imponiendo criterios de negocio o restricciones que necesitamos que se cumplan en todo momento. El papel del profesional y el entrenamiento es importante.

Otro beneficio destacado de estos modelos avanzados es que microsegmentan la población, lo que evita tener que hacer modelos distintos para cada grupo homogéneo y, por lo tanto, se reduce el esfuerzo para construirlos y mantenerlos. Además, aprovechan el Big Data, que en cobranzas es fundamental. Para una gestión óptima de la recuperación, para tomar las mejores decisiones es conveniente tener el máximo de información posible combinando tanto datos de la propia entidad como de fuentes externas. Cobra aquí protagonismo disponer de un datamart bien estructurado con toda la información necesaria.

Por su parte, pasar de la data tradicional a la data alternativa, será clave en estos momentos en que se requiere comprender mejor a las poblaciones.

Joaquín Peña, director de Consultoría de ICM concluye: “La cobranza se está convirtiendo claramente en una unidad de negocio que ya no es una unidad de “reparación de daños” sino que es una unidad de complementación del ciclo de generación de valor en momentos en que el cambio en la ecuación tiene que ser contundente”.

InteliBPO, la sorprendente capacidad de este Call Center 100% digital, que llevó al mercado a entender el verdadero cambio: No Cambia el QUÉ ... lo que cambia es el CÓMO

Con un récord de 400.000 llamadas en una hora, y cero asesores, InteliBPO despliega una capacidad operativa equivalente a un Contact Center de 33.000 posiciones.

Con un concepto innovador y revolucionario, centrado en la idea de ser un BPO digital desarrollando su propia tecnología, nació InteliBPO, hace ya 13 años. Hoy más que una realidad, InteliBPO se ha superado así mismo, logrando en 2021 completar más de 70 millones de gestiones en un mes, mostrando cómo InteliBPO supera resultados del BPO tradicional, de forma 100% digital.

InteliBPO cuenta con presencia en más de 8 países en centro y latinoamérica, además opera en tres líneas de negocio, las cuales son; Cobranza, Ventas, SAC. Hoy sus clientes los conciben como un Contact Center de gran impacto, con una vertiginosa capacidad operativa y de consecución de resultados, destacando la realización de campañas "champion/challenger" de manera mensual, logrando así estar en los primeros puestos de efectividad y cumplimiento de metas.



Sergio Contreras,
CEO y fundador de InteliBPO

Conversamos con Sergio Contreras, CEO y fundador de InteliBPO, quién nos cuenta la forma en que su compañía ha sido pionera e impulsora de la transformación digital que está sufriendo la industria y cómo aprovechar la tecnología para generar valor en este nuevo entorno.

¿Cuáles son esos aspectos diferenciadores de su modelo de negocio, que se constituyen en impulsores de su éxito empresarial?

"El primer aspecto es entender que somos un servicio de BPO basado en tecnología y no una plataforma tecnológica. El segundo es que el 100% de la tecnología es nuestra: voces, reconocimiento, árboles de machine learning, modelo de IA, entre otros; y no dependemos de terceros para ajustar nuestra capacidad de acuerdo a la necesidad de nuestro cliente, pues el código y desarrollo hacen parte de nuestra propiedad intelectual.

Uno de los logros más importantes que puedo resaltar para nuestra compañía es el crecimiento en los últimos años, cuando completamos en la Familia InteliBPO un aproximado de 35 personas; además de la capacidad operativa, en la cual podría decirte que hoy logramos simular un contact center de 33.000 posiciones con cero (0) asesores, con un record de 400.000 llamadas en una hora. Con esto garantizando, alcance, gestión cumplimiento de metas establecidas y reducción en sus costos de gestión".

¿Qué productos han lanzado recientemente, que les hayan permitido ampliar su oferta de valor?

"Este producto es STRAUSS, quien cobra protagonismo, por ser el motor de inteligencia artificial y el orquestador de nuestros canales: nuestro agente virtual inteligente; el Chat, el módulo de autogestión que hemos denominado tuacuerdo.com, un negociador virtual; además de las herramientas de email, sms, yourls, IVR; todo dentro de un modelo de gestión inteligente multicanal que permite sincronizar la información, estrategias, perfiles y almacena todo lo realizado para que jamás se pierda lo que se ejecutó, de una forma íntegra 24*7".

¿Cuáles serían esos tres atributos a nivel tecnológico que aseguran el desarrollo de una cobranza exitosa en un año de incertidumbre como este?

El primer atributo es la adaptabilidad al cambio, acoplarse a la nueva normalidad, además porque al ser 100% digitales, podemos llegar a más usuarios gracias a la rapidez en la

gestión y la cobertura que ofrecemos. El segundo atributo es que nuestra solución permite ajustar las estrategias de una forma dinámica y por perfil de usuario, para lograr los resultados deseados.

Y como último resaltaría la capacidad de leer, entender y anticiparse a lo que está sucediendo en el mundo, de modo que logramos adaptar nuestra tecnología, estrategias y gestión para el usuario, creciendo y decreciendo en la forma que nuestro cliente lo requiera, apoyando así todos sus proyectos".

¿Cómo ha sido la incorporación de herramientas de Inteligencia artificial?

"InteliBPO ya usa Inteligencia artificial, no solo por que usamos canales y un orquestador que fueron creados con Inteligencia Artificial, sino que hacemos cobranza con inteligencia artificial; esto nos permite anticiparnos hoy en los procesos de diferentes compañías y claramente lograr ese punto en el que estamos ahora, que es crear estrategias personalizadas para cada uno de los usuarios que son gestionados aun cuando son volúmenes de datos gigantes".

¿Cómo pueden favorecer las soluciones Fintech a la gestión, para hacer frente de manera más efectiva al deterioro de cartera?

"La tecnología siempre trae beneficios; la diferencia está en el poder entender a los clientes, en qué y cómo quieren solucionar su situación. No hay un alcance humano que logre llegar donde si lo hace la tecnología; lo anterior hablando de llegar a gestionar, documentar y controlar un número específico de usuarios de amplio alcance y en tiempo record, como lo exige el entorno de deterioro de cartera que enfrentamos hoy. Las Fintech bien construidas son la oportunidad de tener este alcance, esos procesos que se pueden optimizar gracias a que las fintech hacen la diferencia y permiten que esa reconversión tecnológica sea posible, permitiendo además que el talento humano realice actividades que requieran mayor valor, donde el human Touch completa esa experiencia única a los clientes".

¿Cuál debe ser esa nueva premisa que permita construir nuevas capacidades digitales y tecnológicas, para que resulten adecuadas al nuevo entorno?

"La premisa más importante es que: ¡NO CAMBIA EL QUÉ, CAMBIA ES EL CÓMO!

Cuando realmente comprendemos que esto no es un tema no solo de tecnología, ni de solo herramientas, sino más bien enfocarnos en qué debo lograr, entonces entiendo el cómo la uso para lograr el propósito principal. Entonces no se trata de adquirir tecnología; no es que tenemos canales, es que sabemos usarlos de forma estratégica y enfocados en los resultados".



¿Cuáles serían esos errores que no podemos cometer en la incorporación de soluciones tecnológicas en Post Pandemia?

El error más común es pensar que la herramienta lo hará todo; no hay herramientas mágicas, de hecho uno de los errores más comunes que cometen las empresas que con InteliBPO lo solucionan, es trabajar con canales independientes, llegando hasta gestionar el mismo usuario muchas veces sin pensar en su experiencia.

Otro grave error es copiar o intentar hacer lo que otra empresa del sector hace, sin analizar esto porque cada compañía tiene un usuario diferente y especial, que así mismo necesita una gestión y estrategia única.

Por su parte, de cara a la gestión sin duda es un error suponer situaciones. Suponer que todas las personas están bien o mal; no todo es así, hay una franja de usuarios que realmente no están mal y no todo el mundo necesita aliviar su bolsillo, esto lo que nos permite concluir es que no debo suponer como están mis usuarios, deben gestionarlos y entender que y como debo abordarlos".

Para Sergio, CEO de InteliBPO, la transformación digital en la gestión de cobro es un hecho y llegó para quedarse: "Lo que es importante tener en cuenta es que lo que hace la transformación digital no es comprar tecnología; tener un chatbot no es transformarse; tener un agente virtual inteligente (callbot), no es transformarse; tener una página web, no es transformarse. La real diferencia está más de fondo; aún nos falta descubrir cómo serán las nuevas tendencias y lo que viene para realmente transformarnos; de este modo, lograremos llegar a los usuarios de una forma asertiva y conseguir esa transformación en cada uno de nuestros procesos".

LA CARTERA CASTIGADA, UNA INDUSTRIA BILLONARIA DE ALTA ESPECIALIZACIÓN

Para lucir mejor en la foto de cierre de balance, las entidades financieras aplican una agresiva estrategia de castigos de cartera, más aún ahora que la pandemia ha supuesto una presión desmedida sobre los porcentajes de incumplimiento en los pagos.

El mercado de cartera castigada en Colombia se concentra en su mayoría en portafolios de deuda (non-performing loans, NPLs), más que en otros activos tóxicos de naturaleza inmobiliaria (real estate owned, REOs), como sí pasa en Estados Unidos y Europa.

Además del vocablo anglosajón NPLs y otros como “distressed”, para la cartera improductiva en Colombia se usa la denominación criolla “cartera castigada”, referida al endeudamiento impagado de deudores insolventes, que se les ha dado tratamiento contable de pérdida, al bajarlos del balance, y que previamente ya han sido provisionados al 100%, debido a que han llegado a un estado avanzado de incumplimiento que les obliga una calificación en categoría “E”. Según el tipo de cartera, varía la altura de mora.

Por lo general en Colombia las entidades comenzaban a efectuar castigos sobre cartera que alcanzaba los 360 días de mora, pero esa temporalidad se ha venido recortando, y hoy los procesos de castigos de cartera, por ejemplo, en consumo se hacen desde los 180 días de vencida, microcrédito desde los 120 días, y comercial a los 360 días. En su mayoría, las entidades castigan el crédito en el momento en que su valor neto contable en estados financieros es igual a cero pesos. Es así como la cartera castigada en poder de las entidades financieras pasó de 27,5 billones de pesos a diciembre de 2019, a 31,7 billones en 2020, creciendo 4,2 billones.

Lo cierto es que el verdadero ritmo de los castigos que han efectuado las entidades crediticias en medio del deterioro de cartera por la pandemia, no se alcanza a dimensionar porque a su vez, manejan agresivas y recurrentes ventas de cartera castigada a las entidades especializadas, especialmente en Colombia que cuenta con uno de los mercados más maduros de la región, madurez que se mide entre otros aspectos, por la adopción de políticas de venta de cartera recurrentes y periódicas, a diferencia de otros países como los centroamericanos donde las ventas de cartera se logran luego de profundos debates y análisis, como momentos particulares y esporádicos, y no como parte natural del Ciclo de Negocio de Riesgo de crédito.

Las cifras más recientes del año 2021 dan cuenta que las entidades crediticias en Colombia contaban al cierre de marzo con Cartera Castigada del orden de los \$34.8 billones de pesos, cifra millonaria si se compara con los \$25,4 billones que es el saldo total de cartera vencida, en balance en mora mayor a 30 días. Es decir que la cartera castigada fuera de balance representa el 110% del total de la cartera vencida mayor a 30 días de mora, lo que refleja un amplio potencial de inversión en materia de activos en dificultades (distressed assets).

Sin duda los castigos causan una gran distorsión a la hora de hacer mediciones y comparativos sobre la real calidad de la cartera. Es así como a marzo de 2021, el indicador de calidad de cartera de crédito del sistema financiero medido por temporalidad fue del 4,91%. Al sumarle los castigos de cartera, el indicador más que se dobla, al pasar al 10,89%. Del total de esta cartera, los bancos concentran el 95%; a su vez 5 entidades concentraban al corte de marzo el 69%: Bancolombia (17%); Davivienda (18%); Banco de Bogotá (15%); Occidente y Scotiabank Colpatría (cada uno con el 9%).

Según lo reconoció el Superintendente Financiero en su informe de comportamiento de la cartera a marzo de 2021: *“El menor ritmo de crecimiento de la cartera obedece tanto a un efecto base en el portafolio comercial como al incremento de los castigos de cartera improductiva, principalmente en consumo. En marzo el saldo bruto de cartera ascendió a \$526.5b, con lo cual el indicador de profundización alcanzó el 52.1% del PIB. En términos reales la cartera bruta registró una variación anual de -1.6%, la tasa más baja de los últimos diez años (8.14% en promedio). Durante el mes, los castigos alcanzaron los \$2.2b, acumulando \$4.96b durante el primer trimestre”.*

Este negocio de compra-venta de cartera castigada, se constituye en una billonaria industria en Colombia y en la Región, de comportamiento contra cíclico, que, si bien convoca actores de todo tipo, se distingue por su alto nivel de sofisticación.

A pesar de la crisis por la pandemia, los operadores de cartera castigada en Colombia celebran un buen año, teniendo en cuenta que la recuperación ha mantenido su dinámica; incluso en algunas carteras se ha incrementado.

Participan de las ventas, originadores de crédito de diferente naturaleza, entidades crediticias, vigiladas y no vigiladas, empresas del sector real, retail, telcos y servicios públicos, quienes han visto en este mecanismo la viabilidad de darle liquidez al activo improductivo, la generación de ahorros en costos de recuperación y en pesadas estructuras salariales; la disminución de carga operativa que permita la focalización de todos los esfuerzos y recursos hacia la contención y recuperación de cartera en moras tempranas, más aún ahora que la cartera se ha visto afectada por la crisis causando un desbordamiento de las capacidades en las áreas de cobranza que deben atender oleadas de clientes que piden algún tipo de alivio para que su cuota disminuya, a los que hay que fabricarles su traje a la medida para que el remedio no termine siendo más perjudicial que la enfermedad.

Por su parte, los compradores están representados en firmas conocidas como colectoras, de gran trayectoria y experiencia, que han logrado desarrollar un negocio bastante rentable a partir de una gestión diferencial sobre activos que para los originadores han perdido su valor. También participan Fondos Especializados de Capital de Riesgo, o Fideicomisos de Inversión en activos improductivos, hasta Bancas de Inversión, que más que operadores están del lado del fondeo. Especialmente las mismas empresas de cobranza ganan cada vez más participación tomando posición propia sobre esta cartera que bien conocen. Un activo que sin duda ha incrementado su nivel de apetito y su precio.

En Colombia son protagonistas de este mercado firmas colectoras tradicionales y pioneras como Refinancia, Crear País y Covinoc; Sistemcobre ahora como Sistemgroup; Inverst - Inversionistas Estratégicos especializado en cartera hipotecaria. Han llegado además nuevos actores como QNT; Multilatinas como ARS líder en Ecuador y Centro América y GPS Colombia Asset Management de origen argentino.

A su vez, las empresas de cobranza se han metido fuerte a este negocio a través de firmas como AECOSA, COBRANDO y Grupo Consultor Andino, entre otras, además con una ventaja competitiva que se desprende del hecho que se trata de carteras, que bien conocen por que las llevan cobrando desde etapas tempranas.

En este mercado también hicieron historia firmas como la ya desaparecida Konfigura que operaba con Fiduciaria Alianza y CGA Compañía de Gerenciamiento de Activos que llegó a tener posición propia sobre uno de los mayores portafolios de cartera de préstamos e inmuebles improductivos de Colombia.

En este ecosistema opera también la Central de Inversiones S.A. (CISA) que es el colector público del Estado colombiano que tiene, entre otras funciones, comprar, comercializar y administrar cartera y otros activos en riesgo de las entidades públicas, quien, en el marco de la emergencia por la pandemia, ofreció en 2020 alivios especiales para sus deudores de cartera, como medida de apoyo social, por valor aproximado de \$24.968 millones de pesos.

En 2020, CISA adquirió 51,030 obligaciones con un saldo de capital de \$520,954 millones de pesos (72% al FNG), pagando por ellas un valor de \$20.666 millones de pesos correspondiente a un 3.97% del valor de capital.

Por su parte, algunas entidades financieras han creado, dentro de su grupo empresarial, compañías especializadas para trasladarles las carteras castigadas, a manera del mal llamado “bad bank -banco malo”, como es el caso del Banco Caja Social con Promotora de Inversiones y Cobranzas; Finandina con Fincomercio; o lo que llegó a ser Reintegra para Bancolombia; buscando la maximización de la recuperación del activo expuesto en riesgo mediante la especialización de la cobranza, que además se gestiona con otra camiseta, dentro de un marco regulatorio en materia de cesión de créditos y cesión de derechos litigiosos relativamente sencillo.

Los “bancos malos” han sido herramientas eficaces para sanear los sectores financieros en varios países durante las últimas décadas, incluidos Suecia, Nigeria y Vietnam; y ahora India donde se estudia una importante iniciativa en este sentido.

Teniendo en cuenta que los precios ofrecidos por los compradores se mantienen excesivamente alejados de las expectativas, de las entidades dueñas de la cartera, siempre hay un mejor postor para carteras que se negocian desde porcentajes increíbles del 3% o 4% sobre el capital, en cartera de consumo estándar sin garantía; incluso existen subastas que bien pueden cerrarse al 1% del valor del capital o incluso al 8%, 10% o 12%, ya que todo depende de la mezcla de portafolio, tipo de cartera, altura de mora, garantías, ubicación (ciudades principales o municipios rurales), gestión que se le ha realizado, porcentaje de clientes localizados, costos de recuperación, entre otros.

Los modelos de valoración de estas carteras por lo general consideran un horizonte de recuperación de 3 años y un porcentaje mensual de recuperación que oscila entre el 0,4% mensual, hasta el 1% o 1,5% mensual promedio, según el grado de envejecimiento o mora de la cartera, su concentración geográfica, tipo de cartera, si tiene o no garantía o deudor solidario, entre otros.

EL EFECTO BUMERAN

Los expertos coinciden, en que, gracias a los alivios otorgados por los diferentes Gobiernos, gran parte de la cartera en riesgo aún no se ha revelado en la mayoría de los países, por lo que aún no se ha visto la totalidad de ese empeoramiento. Según los expertos, se espera que el mercado de cartera castigada doble su tamaño para el 2022, y en algunos países hasta se triplique, debido al aumento en los procesos de venta; por una parte por políticas más agresivas, de parte de las entidades crediticias, y por otra, debido a la participación de nuevos actores que hasta ahora han sido tímidos a la hora de vender su cartera, como las Cooperativas, el retail, los telcos y el sector real, los que tarde o temprano se dejarán seducir dada la caída de la actividad económica causada por las protestas sociales, y la pandemia, que ha llevado al desempleo por encima del 15% en Colombia.

Ejecutivos de la firma Carriguez así lo resaltan: “El efecto búmeran de la pandemia existe y se va a materializar –ya lo está haciendo– en un incremento significativo de la deuda de los consumidores y empresas, precisamente como resultado de la liquidez adicional de emergencia que ha sido inyectada o promovida por un gran número de estados. Las moratorias sobre los préstamos y otras medidas puestas en marcha para aligerar temporalmente la carga financiera de un gran número de deudores ya han finalizado, o tocarán pronto a su fin. En este escenario, todos los operadores del mercado coinciden en que los próximos años las transacciones sobre deuda y activos tóxicos alcanzarán niveles muy elevados. De un lado, las entidades financieras tendrán que reforzar su capital y, las que no, intentarán mantener a raya los niveles de morosidad de sus clientes, mediante el vaciado o limpieza de sus balances a través de venta o totalización de deuda o activos. De otro lado, los jugadores tradicionales del buy-side seguramente se verán tentados a reorientar sus inversiones, deshaciéndose de carteras, que por la tipología de la deuda o de la garantía, ya no son estratégicas para los nuevos planes”.

Para José Luis López, Socio Global de Riesgos para Servicios Financieros de Minsait (Indra) en España: “se ha inyectado mucho dinero y el sistema está fluyendo por el momento. Esa borrachera que terminará el algún momento indudablemente acabará en resaca”

Frente a esta realidad se hace evidente la llegada de nuevos jugadores, fondos de inversión con Presencia global, en un mercado hasta entonces mayoritariamente regional. Sin

embargo, los principales actores saben que, para entrar al mercado colombiano, y más aún en este momento particular de entorno, lo que menos se necesita es plata, porque la plata se consigue y hay suficiente para invertir. La puerta de entrada es confianza, inteligencia de negocio, “know how”, ética, eficiencia operativa, calidad en la atención al cliente deudor y estar en la “jugada” con buena información para llegar a tiempo cuando se abran las ofertas o subastas.

Es así como el mercado se ha purgado a sí mismo y los tradicionales inversores de oportunidad se quedaron hace tiempo por fuera de la torta en un mercado, que transa solo con operadores expertos, profesionales, regulados, con procesos certificados, prácticas laborales ejemplares, y un modelo de atención de clientes a toda prueba, ya que si bien la cartera se vende en firme, la mente del deudor sigue conectada a su entidad originadora y un error en este sentido puede traer consecuencias graves en Riesgo Reputacional, más ahora en una sociedad polarizada y más beligerante en la que la banca no sale bien calificada.

Es por esto por lo que el simple cálculo de VPN de la recuperación actual ya no es suficiente, para tomar la decisión de comprar o vender, ya que los indicadores de este mercado van más allá de la recuperación misma de la cartera y se adentran a otro tipo de consideraciones en las que el Riesgo Reputacional, también tiene peso en la decisión. Es por esto por lo que, al momento de negociar la venta de un portafolio, pesa tanto el: ¿a cómo? ... Como el: ¿a quién?

TENDENCIAS DEL MERCADO

Los siguientes son 8 tendencias que se destacan en este sector:

1. Consolidación de áreas operacionales, analíticas y legales altamente sofisticadas que soportan las ventas recurrentes de cartera, tanto por parte de los compradores como en los vendedores.
2. La industria se ha caracterizado por un mayor uso de tecnología en toda la cadena de valor, desde la documentación y su custodia, con el uso de contratos electrónicos y pagarés desmaterializados. Por su parte se han ido sofisticando los servicios conexos requeridos por los inversionistas, favoreciendo la aparición de proveedores especializados que manejan procesos con estándares internacionales.

3. Sofisticada inteligencia de negocio con modelos analíticos de avanzada y herramientas de Big Data, inteligencia artificial y machine learning, que se han incorporado en toda la cadena de valor del negocio, desde la construcción de los modelos de riesgo y el análisis financiero al momento de la valoración de los portafolios, hasta la micro-segmentación de cartera, gestión de cobro y la instrumentación de la multicanalidad.

4. Mayor incorporación de bots y otras herramientas de cobranza digital, antes reservada para las moras tempranas, lo que además ha permitido desarrollo de modelos de auto servicio o auto-atención a los que los clientes pueden acceder 7x24. Sin embargo, ha sido una constante la concepción de la tecnología como soporte para la operación, el hacer más eficiente las tareas rutinarias y ampliar las capacidades, pero nunca como un reemplazo del negociador especializado quien sigue estando al frente de las carteras más complejas y de mayor relevancia, en momentos en que el deudor necesita una atención personalizada, permitiendo diseñar soluciones a la medida.

5. La cobranza empática se ha tomado el mercado con nuevas formas, canales y soluciones que permitan entender las nuevas realidades de los deudores. Sin embargo, la potente inteligencia de negocio desarrollada por las compañías colectoras les permite segmentar muy bien sus portafolios de clientes para no dejar de aplicar la tradicional estrategia de coaccionar el pago inmediato bajo la presión de un descuento extraordinario de única oportunidad, que tanto ha funcionado en este mercado. Sin duda el mayor riesgo es que una mala gestión de cobranza acabe con lo que normalmente resulta un negocio muy lucrativo.

6. La incorporación de data alternativa que permita inferir con mayor precisión la real situación de los deudores, las actividades de las que deriva sus ingresos en el nuevo entorno, hasta cual es el canal más efectivo para cobrarle y en que franjas horarias.

7. Sin duda el trabajo en casa llegó para quedarse, pero no al 100%; lo que se ve es una mezcla de operadores o gestores en piso, combinado con operadores desde casa, con modelos de alternancia, lo cual supone un gran esfuerzo en reinventar los modelos de supervisión, medición, comunicación y liderazgo.

8. Esta industria que había existido hasta ahora para cerrar el ciclo de riesgo de crédito con la recuperación final de la cartera, ha ido evolucionando hacia un nuevo concepto de mayor trascendencia: la rehabilitación del deudor vencido para que pueda ser sujeto de crédito de nuevo, y es aquí en donde encuentran los empresarios de este mercado, su mayor aporte social y económico a un país que demanda un mercado financiero más incluyente, con mayor relevancia y alcance.

ASESORÍA JURÍDICA RESPALDO Y CONFIANZA

Establecidos desde 1983.

Expertos en derecho: **comercial, laboral, civil, ambiental y empresarial.**

Cobertura nacional.

Acompañamiento personalizado.



+57 323 273 9635



www.jelkhabogados.com



NUEVAS MODIFICACIONES AL RÉGIMEN DE INSOLVENCIA PN ¿AVANCE O RETROCESO?

El análisis del proyecto de Ley No. 064 de 2020 C, acumulado con el proyecto de Ley No. 114 de 2020 C. y con el proyecto de Ley No. 333 de 2020 C, por medio de la cual se modifica el Título IV de la ley 1564 de 2012 referente a la insolvencia de persona natural no comerciante y se dictan otras disposiciones, fue una de las principales temáticas del VII Congreso de Insolvencia de Persona Natural no Comerciante, que se desarrolló en Cartagena los días 29 y 30 de abril de 2021 en el hotel Intercontinental

Sin duda, el debate en torno a esta iniciativa se ha calentado y son más las nuevas preguntas que surgen, a medida que los expertos tratan de responder si el proyecto beneficia o perjudica a los deudores, y si fortalece o debilita el régimen de insolvencia.

Según lo resumió muy bien la Fundación Liborio Mejía: “Los expertos coinciden en que el proyecto plantea reformas que no son acertadas, porque desconocen la naturaleza del procedimiento, perjudican a los deudores, favorecen a algunos tipos de acreedores, rompiendo el equilibrio del proceso, e incluso llegan a vulnerar principios y derechos constitucionales de los deudores y los acreedores”.

¿Cuántos deudores en Colombia estarían expuestos a una situación de insolvencia?

Según los registros de la Superintendencia Financiera, a enero de 2021, en Colombia, 633.125 deudores se encuentran en cesación de pagos de sus obligaciones de consumo, con mora mayor a 90 días, por lo podrían ser potencialmente beneficiarios del régimen de insolvencia.

Procesos de insolvencia adelantados en Colombia

Según los Registros del SICAAC del Ministerio de Justicia y del Derecho, entre el año 2016 y el 2020, se habían tramitado 8.193 casos de insolvencia de persona natural en Colombia. A pesar de la crisis, los casos de insolvencia tramitados en 2020 (2.242 casos) fueron menores que los del 2019 en el que se tramitaron 2.394 casos. En lo corrido del 2021, se han tramitado 1.126 casos.

Llama la atención que esta figura no sea utilizada de manera masiva, teniendo en cuenta que si comparamos el total de

casos de insolvencia tramitados a diciembre de 2020 frente a los deudores morosos, tan solo representa un 1,29% de los deudores que se encuentran en cesación de pago de sus obligaciones por más de 90 días.

Sin embargo la figura ha resultado efectiva para los que han recurrido a ella. Según los Registros del SICAAC, de los 2.242 casos de insolvencia tramitados en 2020, se logró llegar a un acuerdo en el 49% de los casos y tan solo en el 10% no se logró un acuerdo; el 14% aun no consigue un resultado.

LOS PEROS AL PROYECTO



Nicolás Pájaro Moreno,
Conferencista

Para **Nicolás Pájaro Moreno**, uno de los conferencistas del Congreso, quien hizo parte de la comisión redactora del régimen actual de insolvencia, uno de los objetivos puntuales del proyecto de Ley es favorecer al sector de la economía solidaria. “En este punto, es importante destacar que la finalidad de los procedimientos de

insolvencia no puede ser la protección de un determinado grupo de acreedores, sino la protección del derecho de crédito y la protección del deudor, como un engranaje fundamental dentro de la sociedad y también en su individualidad, como ser humano y agente del mercado, y, obviamente, también de los demás factores que están en juego, como el empleo y otro tipo de derechos, como los del grupo familiar, y en particular los derechos de los niños, niñas y adolescentes”.

En definitiva, para los conferencistas, la reforma sacrifica la protección del crédito y del consumidor para proteger al sector solidario, estableciendo mayores exigencias para declararse en insolvencia si el deudor tiene créditos con empresas de economía solidaria, exigiendo prueba de solvencia en procesos de insolvencia en las que haya cooperativas dentro de los acreedores y requiriendo el voto favorable de las cooperativas, dentro de las mayorías para llegar a un acuerdo de pago.



Óscar Marín Martínez,
Fundador de la Fundación
Liborio Mejía

Este favorecimiento, según **Óscar Marín Martínez**, fundador de la Fundación Liborio Mejía, vulnera los principios de prelación legal y constitucional. El proyecto establece reformas como la no suspensión de descuentos por concepto de libranza, favoreciendo a las cooperativas, lo que vulnera el principio de igualdad de los acreedores durante el proceso, poniendo incluso en desventaja las obligaciones alimentarias en favor de los niños, niñas y adolescentes, y las laborales, en favor de los trabajadores.

Carlos Mario Montiel Fuentes, experto en insolvencia, explica que el proyecto de Ley desconoce los antecedentes constitucionales en los que se fundamentó el surgimiento del régimen, que buscaron la protección de los deudores, por encontrarse en estado de debilidad manifiesta. “Los autores de este proyecto de Ley no tuvieron en cuenta el principio de solidaridad, ni la situación de debilidad manifiesta en la que se encuentran los deudores. Es claro que el proyecto de Ley perjudica a los deudores, para favorecer a las empresas de economía solidaria”.

Guillermo León Ramírez, Asesor de la delegatura para procedimientos de insolvencia de la Superintendencia de Sociedades, explica que “el régimen de insolvencia actual es, en términos generales, un sistema diseñado, de una forma correcta, de naturaleza conciliatoria y requiere una mínima intervención judicial. Por las circunstancias que enfrenta el país, es ideal revisar este régimen, para fortalecerlo, pero el proyecto de Ley actual como está planteado no es la reforma que necesitamos.”

Ramírez explica las consecuencias negativas que tendría la aprobación del proyecto, sobre todo en lo relacionado al régimen preferencial para cooperativas. “De ser aprobado, este proyecto de Ley no solo tendría efectos sociales, legales, y constitucionales sobre los deudores. Esta reforma puede elevar la percepción de riesgo de parte de las entidades financieras y conllevar aumentos en las tasas de interés;

el proyecto va en contra de las recomendaciones de los organismos multilaterales en materia de acceso al crédito; puede generar una desmejora en la calificación del índice Doing Business; no se ajusta al sistema de prelación legal colombiano, y existen otras alternativas para la protección del crédito sin discriminar”.

Nicolás Pájaro expresa que el proyecto de Ley incluye disposiciones transitorias que no deben estar. “Si estamos promoviendo una norma ordinaria, deberíamos apuntar a que esas normas no estén ligadas o no dependan de otras normas de coyuntura o de normas de una jerarquía eventualmente inferior, o que puedan ser subsanadas desde otro tipo de mecanismos que tiene a su disposición el Congreso de la República”.

Finalmente, **Carlos Mario Montiel**, explica que el régimen de insolvencia de persona natural no comerciante no existe como un acto de condescendencia del legislador hacia los deudores, sino que surge a partir de las crisis hipotecarias enfrentadas en Colombia y en otros países, gracias a las cuales, los gobiernos entendieron que se debe propiciar la recuperación financiera y reestructuración de los deudores, para que estos sigan siendo sujetos activos de la economía”.

Recordemos que personas naturales se puede declarar en insolvencia

Personas naturales no comerciantes, con obligaciones incumplidas por al menos 90 días con al menos dos acreedores, o contra quien cursen dos o más procesos ejecutivos o de jurisdicción coactiva. Las obligaciones en mora deben ser de al menos el cincuenta (50%) del total de los pasivos.

¿En dónde puede un deudor realizar su trámite de insolvencia?

En un centro de conciliación autorizado por el Ministerio de Justicia y del Derecho o una notaría, ubicada en el domicilio del deudor. En el Sistema de Información de la Conciliación, el Arbitraje y la Amigable Composición (SICAAC) se encuentran los centros de conciliación autorizados para realizar estos trámites.



Automatización eficiente del proceso de vigilancia judicial para recuperación de cartera

Sobre AECSA

Es una BPO especialista en el sector financiero con más de 20 años de experiencia, que agrega valor, genera confianza y construye relaciones sólidas a largo plazo con sus clientes.

AECSA, Abogados Especializados en Cobranzas S.A., es una empresa colombiana que tiene como propósito atender las crecientes necesidades en la prestación de servicios integrales de recuperación de cartera en todas las etapas de mora, *contact center* y *call center*.

Para atender estas necesidades, crea soluciones reales y a la medida de cada cliente a fin de alcanzar sus objetivos. Su esfuerzo está dirigido a entender sus necesidades y resolver a través de estrategias y servicios especializados, promoviendo el desarrollo sostenible y procurando un impacto positivo en la sociedad y el ambiente.

Servicios

	Cobranza preventiva		Servicio al cliente
	Cobranza administrativa		Atención líneas Inbound
	Cobranza pre-judicial		Ventas
	Cobranza jurídica		Referenciación de créditos
	Compra de carteras		Colocación de créditos
	Visitas domiciliarias		Actualización de datos de contacto
			Procesos de back office

Objetivos y necesidades

AECSA requería ejercer eficientemente y de manera oportuna la vigilancia judicial de más de 34 mil procesos a nivel nacional. Así mismo, necesitaba actualizar diariamente las actuaciones procesales y disponer del historial de cada proceso.

Otro de los requerimientos de AECSA era el diseño e implementación de informes gerenciales de avance procesal para cada cartera, con indicadores de gestión y riesgos presentes que le permita a sus clientes tomar decisiones e identificar estrategias para ejercer la representación o negociación en los litigios vigentes.

Áreas de mejora

A través del análisis de sus procesos, AECSA identificó algunas limitaciones que debía atender para optimizar sus resultados:

- No estaba en capacidad de hacer seguimiento al estado procesal de los litigios que se tramitan en municipios apartados; no tenía la posibilidad de asumir procesos de sus clientes por falta de cobertura nacional en la vigilancia judicial.
- Falta de personal que realizara trámites en dependencias administrativas que son necesarias para darle impulso procesal a los litigios, tales como: retiros de oficios, obtención de certificados de tradición y libertad, desgloses, desarchivos, etc.
- No podía generar reportes para presentar informes a sus clientes, para cumplir con las metas acordadas.

Búsqueda de una solución integral

Para atender con eficiencia y oportunamente los requerimientos de sus clientes, AECSA decidió emprender la búsqueda de una solución integral, es decir que contara con tecnología probada en el mercado y además tuviera el apoyo de una red de profesionales y expertos con amplia experiencia del área legal para automatizar y facilitar al máximo la vigilancia, seguimiento y control.

Luego de un proceso de análisis AECSA seleccionó a Litigando.com como la mejor opción, pues ofrece todos los servicios que requería para llevar adelante la vigilancia judicial de sus procesos, con información oportuna y actualizada.

Sobre nosotros

Litigando.com es la empresa pionera y líder de Colombia en el uso de tecnología digital para hacer un seguimiento eficiente y oportuno a procesos judiciales.

Portafolio de servicios

Desde una plataforma web privada nuestra solución tecnológica facilita el trabajo a nuestros clientes automatizando las actividades de:

- Vigilancia judicial: gestión y control de procesos judiciales notificados diariamente.
- Defensa judicial: representación judicial de los procesos a nivel nacional.

Servicios adicionales

- Radicación de documentos
- Transcripción de audiencias
- Auditoría de procesos
- Notificación judicial
- Ubicación plena de procesos
- Asistencia a audiencias
- Digitalización de piezas

Nuevas facilidades para AECSA a través de Litigando.com

- Permite conocer las actuaciones procesales con autos y mantener el historial de cada proceso.
- Consultar información, generar solicitudes, dividir procesos por responsables y producir reportes a la medida de AECSA.
- Radicar oportunamente documentos en los despachos judiciales y oficios en diferentes entidades.
- Seguimiento a litigios en municipios apartados del país permitiendo atender un mayor número de casos.
- Desarchivar y desglosar de procesos, verificación de medidas cautelares, auditorías judiciales, copias totales de expedientes.
- Disponer de dependientes judiciales y coordinadores regionales para atención directa en Juzgados.
- Cuenta con control y alertas de audiencias o diligencias próximas por abogado responsable.
- Inclusión de nuevos procesos de forma masiva, incluyendo la verificación en despachos judiciales.

Ventajas de Litigando.com

La propuesta de Litigando.com contempló algunas ventajas importantes que, sin lugar a dudas, garantizan los resultados esperados para AECSA:

- Realizar la captura, procesamiento y análisis de todas las publicaciones tanto físicas como digitales de los diferentes despachos donde se atienden sus procesos.
- Responder a exigentes protocolos de seguridad y especificaciones técnicas tales como:
 - Facilitar la segmentación de la información recopilada de las diferentes carteras o clientes que maneja AECSA.
 - Agilizar la consulta de las actuaciones procesales.
 - Generar reportes actualizados y a la medida sobre cada estado procesal de los litigios vigentes.
- En cuanto al uso, funcionalidades y disponibilidad de la plataforma web se puede destacar:
 - Es de fácil consulta con capacidad para soportar los distintos tipos de navegadores que se utilizan como Internet Explorer, Mozilla y Google Chrome, entre otros.
 - Los usuarios pueden acceder a la plataforma en el horario que lo requieran, 24 horas al día, los 7 días de la semana, desde cualquier dispositivo móvil o web.
 - Permite conservar un archivo histórico de los procesos; despliega opciones de consulta, cargue y obtención de informes; facilita el envío automático de cualquier novedad con su respectivo soporte digital; permite la entrega de la clave o código de acceso a través del cual se puede conocer información recopilada y actualizada de los diferentes despachos judiciales para los funcionarios designados por parte de la Entidad; y esta construida en lenguaje universal de Java Script, incorporando motores de Base de datos de ORACLE.

Logros

Como parte de la solución implementada en AECSA se han podido alcanzar importantes beneficios y resultados a la fecha tales como:



"La recuperación de cartera va de la mano de la vigilancia porque permite conocer el avance procesal y tomar las mejores decisiones en la representación o en la negociación con el deudor".

Dirección de Marketing
Litigando.com

Para más información sobre este Caso de Éxito y en general sobre nuestros servicios, puede comunicarse con la Gerencia Comercial:

Shirley Ospina Briceño
Gerente Comercial

shirley.ospina@litigando.com
 318 813 4791

Ginna Cendales
Coordinación Comercial

ginna.cendales@litigando.com
 317 269 3136

LA INTELIGENCIA DEL NEGOCIO ENCUENTRA SU MAYOR POTENCIA EN SU TALENTO HUMANO

Ningún aspecto ha ganado tanta relevancia en el mundo laboral actual, como la capacidad de medir el aporte de valor de cada posición a la organización como el aspecto de mayor potencia dentro del espectro del salario emocional.

Así lo revela el Estudio de Remuneración que hace cada año la firma Michel Page, y que sirve de referencia para evidenciar los aspectos que la pandemia ha hecho relevantes para continuar siendo competitivos en un escenario complejo como el actual.

En el mismo sentido concluye un estudio reciente de McKinsey, en el que el 70% de las personas encuestadas dicen que obtienen su propósito en la vida a través de su trabajo: “Y es por eso que las empresas deben servir como conductos para el propósito único de cada uno de sus empleados, en lugar de impostores de un propósito colectivo. La pandemia ha hecho que los empleados contemplen estas preguntas más que nunca, y los millennials son los más preocupados de que el trabajo proporcione un sentido de significado”.

En estos momentos de una sociedad frustrada, es donde el propósito surge como el motivador que ha tomado la mayor relevancia y que se expresa a partir de la importancia del trabajo significativo -meaningful work-. Es así como las compañías exitosas han encontrado en la capacidad de darle valor al trabajo de sus empleados, no solo uno de los motivadores más potentes que incentivan la retención del talento, sino también un fuerte impulsor de la productividad y el resultado.

Al respecto, Margarita Maldonado, Associate Manager PageGroup comenta: “En el escenario actual donde la transformación es una constante, es clave tener un propósito en común relacionado con el trabajo significativo. Esto se ha convertido en un factor determinante para crear un vínculo a largo plazo entre empresa y colaborador, impactando en el compromiso, motivación y bienestar emocional, lo cual se traduce en empleados más productivos y negocios más competitivos”

En su edición 2021 del Estudio de Remuneración, Page Executive y Michael Page, nos presentan un claro panorama de las tendencias que ese están imponiendo en un mundo laboral que ha cambiado radicalmente por la pandemia: “Dentro de las tendencias

que vemos para el mercado laboral prolifera una visión más humana, el auge de medios digitales para “acotar” distancias, el enfoque en modelos ágiles, los incentivos centrados en el bienestar físico, mental y emocional de la gente, un gran sentido de la escucha, el trabajo por objetivos alcanzables, y sobre todo, el equilibrio de la vida personal y profesional”.

Estos serían 5 de los interesantes hallazgos que encontraron los ejecutivos de las diferentes unidades de negocio de PageGroup, en esta última versión del estudio:

1. La pandemia aceleró principalmente los procesos digitales, con foco en la necesidad de una transformación de los líderes hacia un modelo basado en la empatía, la conexión con los equipos y en darles herramientas que les permitan autonomía para la continuidad del negocio.
2. Las compañías están empezando a valorar el talento por su potencial de desarrollo, más que por sus habilidades técnicas. Podemos observar que ahora, durante una búsqueda de talento, se valora más a los perfiles por sus competencias y cada vez más vemos transiciones de carrera de una industria a otra, cuando antes esto era una limitante; lo cual renueva y brinda innovación a los modelos tradicionales de reclutamiento.
3. La utilización de herramientas de inteligencia artificial dentro del mercado se ha acelerado, especialmente en la atracción y selección de candidatos. Ya que las mismas permiten una mayor eficiencia durante los procesos y fomentan la diversidad e inclusión de estos, evitando la aparición de sesgos inconscientes desde el inicio del reclutamiento.
4. Hoy por hoy, el reto para el mercado laboral es adaptarse rápidamente a los cambios. Las formas de trabajo bimodal serán la constante: según el estudio, el 67% de los encuestados prefiere trabajar la mitad del tiempo en la oficina y la mitad desde casa. Sin duda los equipos a distancia requieren un mayor esfuerzo para construir y conducir a la productividad. Hallar perfiles resilientes que sean capaces de liderar equipos digitales y a distancia. La anhelada productividad llegará por sí sola, siempre que la empresa se forje bajo una línea de liderazgo mucho más humano.

5. Las empresas entendieron que el salario emocional y bienestar de los colaboradores nunca tuvieron tanta importancia como ahora. Y el escenario actual demostró que estos son los pilares que motivan a una persona, y que la hacen elegir quedarse en una compañía.

Nuevas formas de Liderazgo

Resalta el Estudio los atributos que el CEO de hoy debe tener para conducir a sus equipos al siguiente nivel: Agilidad como habilidad y enfoque para la transformación. Pensamiento crítico y comprensión firme de qué información es importante para realizar su trabajo y qué información no lo es. Saber aprovechar la tecnología y las nuevas habilidades que ésta aporta a su organización. Debe comprender cómo monitorear, medir y dominar el éxito.

Los “KNOWMAND”

Además de las tendencias del estudio de Page Group, hay una que es la que quizá está teniendo más fuerza en el mundo profesional a todo nivel, la que nos presenta Raquel Roca autora del libro ‘Knowmads, los trabajadores del futuro’: Los “KNOWMAND”, tecnicismo que se deriva de la combinación de los vocablos ingleses Know (conocer/ saber) y nomad (nómadas) - Nómadas del Conocimiento o el Saber-, define a los trabajadores del futuro como aquellos que se destacan por ser innovadores, imaginativos, creativos, capaces de trabajar en colaboración con casi cualquier persona, en cualquier momento y lugar, de manera que se mueven como pez en el agua en un mundo “hiperconectado e hiperdigitalizado”.

Un knowmad es valorado por su conocimiento personal que se sustenta en la iniciativa del autodidacta aprovechando el potencial del conocimiento universal de internet y de las nuevas tecnologías, principalmente digitales, a los que les gusta expandir el conocimiento -en red- y que están preparados para aprender -o desaprender si hace falta- de un modo no convencional.

Personas auto-gestionadas y multi-funcionales, que no solo dominan temas técnicos, sino que también dominan

habilidades blandas, como complementos perfectos, lo que les proporciona una ventaja competitiva con respecto a otros trabajadores menos adaptados al entorno.

Raquel Roca señala: “no es una moda, ni un término pop-up que nace, eclosiona y rápidamente muere. A la palabra knowmad le pasa como a millennial, sirve para designar algo, pero lo que le mantiene y mantendrá en el tiempo es la riqueza de contenido y masa real que tiene detrás”.

Remuneración 4.0

Regresando con la Edición 2021 del Estudio de Remuneración, Page Executive y Michael Page, nos presentan las posiciones más demandadas en los últimos 12 meses de acuerdo al rango salarial en el que se encuentran, según la información recopilada mediante el análisis de los salarios brutos mensuales de más de 30.000 profesionales, desde posiciones junior hasta altas direcciones: “De acuerdo con nuestros encuestados los perfiles que cobrarán mayor relevancia en esta nueva normalidad son los perfiles de innovación y tecnología, que lideren la transformación digital en las empresas (40%), seguido de perfiles estratégicos que aceleren la recuperación del negocio (27%) y finalmente perfiles disruptivos que generen soluciones a la operación del negocio (11%).

Sector de Banca y Servicios Financieros

Según lo evidenció el estudio, el sector tuvo desafíos importantes durante la pandemia, especialmente en términos de cartera y un alto volumen de quejas y reclamos.

En términos de talento humano se evidenciaron despidos especialmente por desempeño, protegiendo así las estructuras y en la mayoría de los casos los salarios se mantuvieron estables, iniciando el 2021 ajustando salarios al 3.5% sin brindar puntos adicionales.

En el siguiente cuadro se aprecian las tendencias salariales del mercado de posiciones C-Level para el sector de Banca y Servicios Financieros, en sus 6 posiciones del equipo directivo, que resultaron más demandadas según el estudio:

		Posición	Salario Bruto Min	Salario Bruto Max
	1	Dirección Banca de Inversión	28.000.000	38.000.000
	2	Vicepresidencia Financiera	40.000.000	50.000.000
	3	Vicepresidencia Comercial	35.000.000	45.000.000
	4	Vicepresidencia de Operaciones COO	30.000.000	42.000.000
	5	Managing Director Banca de Inversión	50.000.000	65.000.000
	6	Vicepresidencia de Transformación Digital	46.600.000	73.300.000

NIVEL GERENCIAS Y DIRECCIONES

Las siguientes fueron las 3 tendencias de reclutamiento más relevantes para el nivel:

1. Experiencia en medios de pago / operaciones financieras
2. Experiencia en Crédito

	Posición	Salario Bruto Min	Salario Bruto Max
👍	1 Gerencia / Dirección de Operaciones	13.000.000	16.000.000
👍	2 Gerencia Comercial Banca	12.000.000	15.000.000
👍	3 Dirección de Crédito y Riesgo	14.000.000	20.000.000
👍	4 Dirección Comercial Seguros	18.000.000	25.000.000
👍	5 Analista / Asociado(a) de inversión	4.000.000	9.000.000
	6 Dirección de Banca de Inversión	15.000.000	22.000.000
	7 Gerencia de Desarrollo de Nuevos Negocios	13.000.000	16.000.000
	8 Gerencia de Canales	12.000.000	16.000.000

Sector Finanzas, Contabilidad, GRC

Las gerencias de crédito y cartera se colocaron en el Top5 de las posiciones más demandadas de este sector con salarios que oscilaron entre los \$8MM y los \$13MM, para compañías no financieras.

	Posición	Salario Bruto Min	Salario Bruto Max
👍	1 Accounting Controller	12.000.000	25.000.000
👍	2 Business Controller (FP&A)	8.000.000	23.000.000
👍	3 CFO	18.000.000	45.000.000
👍	4 Gerencia Administrativa y Financiera	11.810.838	26.000.000
👍	5 Gerencia de Crédito y Cartera	8.000.000	13.000.000

Sector Tecnología

En este sector, las entidades que más demandaron estos perfiles, fueron las entidades de servicios financieros, las Fintech y las empresas en consultoría tecnológica.

Estas fueron las 3 tendencias que marcaron el reclutamiento:

	Posición	Salario Bruto Min	Salario Bruto Max
👍	1 Country Manager	53.300.000	133.300.000
👍	2 CTO / CIO	53.300.000	80.000.000
👍	3 Vicepresidencia de Tecnología	53.000.000	80.000.000
👍	4 Vicepresidencia de Transformación Digital	46.600.000	73.300.000
👍	5 Partner para la práctica de Tecnología	40.000.000	66.600.000
	6 CISO Chief Information Security Officer	46.600.000	66.600.000
	7 CDO Chief Data Officer	46.600.000	66.600.000

3. Experiencia en Riesgos operacionales y de crédito

En el siguiente cuadro se aprecian las tendencias salariales del mercado de posiciones de gerencias y dirección de área para el sector de Banca y Servicios Financieros, en sus 6 posiciones, que resultaron más demandadas según el estudio:

Por su parte, los salarios para los cargos de Coordinador o líder en estas mismas áreas, oscilaron entre los \$5MM y \$9MM.

En el siguiente cuadro se aprecian las tendencias salariales del mercado de posiciones que resultaron más demandadas según el estudio:

1. Experiencia en Transformación digital y cultural
2. Conocimientos en metodologías ágiles
3. Liderazgo en organizaciones matriciales

En el siguiente cuadro se aprecian las tendencias salariales del mercado de las posiciones en la alta dirección del segmento Tecnología que resultaron más demandadas según el estudio:



A&S es una compañía creada en el 2018, que inició su operación en mayo del 2019. Durante este tiempo, se ha abierto un camino importante en el sector, teniendo como principales valores corporativos la eficiencia, eficacia, valor humano y buscando siempre ser la mejor solución para sus clientes.

"Nuestro compromiso es convertirnos en un socio estratégico que te permita enfocar en el Core business de cada cliente, mejorar su rentabilidad, optimizar sus indicadores de desempeño (KPI's) así como minimizar sus riesgos laborales, fiscales, legales y operativos, liderando la forma de operar un Contact Center interno a través de la tercerización de sus procesos en recuperación de cartera, atención a clientes y ventas", afirmaciones del CEO Fundador John Fredy Velandia Martinez, con una experiencia de 15 años en el medio.

Es estos pocos años de operación A&S ha ingresado en los diferentes sectores económicos, Financiero, Real, Industrial, Fintech, Público, liderando operaciones en recuperación de cartera, servicio al cliente, colocación de productos, tercerización de procesos y administración del recurso humano.



SOLUCIONES ESTRATÉGICAS

Tanto en la vida como en los negocios, es muy importante adaptarse a los diferentes contextos. Una de las claves del éxito de A&S SOLUCIONES ESTRATÉGICAS es que siempre está atenta a la transformación, según las diversas novedades que acontezcan: ya sean avances tecnológicos o nuevas tendencias, para así poder desenvolverse de la mejor manera en cada situación. Esto se reafirma hoy más que nunca, dado que muchas empresas están enfrentando de formas muy creativas la pandemia de COVID-19, prestando sus servicios continuamente y manteniendo la relación con sus clientes.

Para A&S existen tres medidas fundamentales para superar la crisis y poder obtener un crecimiento significativo en el futuro:

Combinar velocidad y estabilidad
Convertir la digitalización en una ventaja
Impulsar el cambio sistémico a través de la cooperación.

A&S se diferencia de su competencia por tener un alto grado de compromiso con sus clientes, soportados en un servicio al cliente personalizado, con innovación, agilidad y resiliencia. Es importante indicar que la mayoría de estos factores se fueron construyendo desde antes de la pandemia, razón por la cual pudieron responder de mejor manera ante esta.



THE NEXT MOBILE ECONOMY

El mundo en la palma de la mano de los colombianos

Pronto, casi todos, y todo, en la tierra estarán conectados. ¿Estás listo?

“En el futuro, los dispositivos móviles cambiarán la forma en que operan las empresas, cómo trabajan las personas, cómo sirven los gobiernos y los riesgos a los que nos enfrentamos”. Es la forma como Samsung nos antepone la realidad de un mercado que aún no comprende como fidelizar a un ciudadano que se define digital, pero a la hora del manejo de sus finanzas le cuesta dejar las anclas del pasado.

Según datos del portal Internet World Stats a marzo del 2021, el 65.6% de la población mundial tiene acceso a Internet, lo que representa alrededor de 5.169 millones de personas.

Para América Latina ese porcentaje se hace mayor con el 75.6% de su población con acceso a internet, y con ello el acceso a las tecnologías financieras y todas sus herramientas digitales para pago, ahorro e inversión, permitiendo realizar transacciones globales a una velocidad incomparable y a muy bajo costo, como una constante de la nueva economía, donde cada vez el dinero en efectivo va descendiendo cada día más escalones.

Según el Mobile Finance Apps Report 2021 de App Annie y Liftoff, líderes mundiales en aplicaciones móviles, las instalaciones de aplicaciones financieras avanzaron positivamente en 2020, aumentando un 15% en comparación con 2019. Los usuarios instalaron 4.600 millones de aplicaciones financieras en todo el mundo y pasaron 16.300 millones de horas en la aplicación, a un 45% más que el año anterior.

Es así como el mundo avanza como un todo hacia un concepto más evolucionado, que ha sido llamado de varias formas, entre ellas la Mobile Economy, la economía de las plataformas o economía digital, que está pasando de concebirse como un mero sistema transaccional interconectado, a una nueva forma de desarrollar los negocios, y la vida de las personas.

Por su puesto Colombia no es la excepción, de hecho, presenta una de las mayores dinámicas de la Región, influenciada por las innovaciones permanentes en los servicios de pago, por la incorporación de nuevas herramientas en sus modelos de crédito, por la modernización de los sistemas de compensación y liquidación, y por los esfuerzos de los reguladores para redefinir la industria financiera para un futuro virtual.

Sin duda ha sido vital el vertiginoso crecimiento de la Industria Fintech y su transversalidad: Como lo explica Erick Rincón Presidente de Colombia Fintech: “las empresas de este sector cuentan con actividades económicas principales que se relacionan con 46 códigos CIIU, lo cual demuestra la transversalidad de la industria, la cual no puede verse como un nicho del sector financiero sino como una revolución tanto tecnológica como de innovación hacia el usuario, que ha generado una disrupción en la forma de prestar servicios financieros” y continúa:

“Los ganadores de esta revolución son los usuarios quienes tienen la posibilidad de elegir entre un abanico de opciones para satisfacer sus necesidades financieras”.

Federico Martínez, country manager de Mastercard en Colombia, lo define como el desafío de consolidar un ecosistema de pagos digitales incluyente “en el que todo el mundo pueda tener el sistema en su mano”.

Y en este entono abierto, todos los actores están luchando por ganarse un espacio destacado... ¿Sí habrá espacio para todos?

El Banco de Pagos Internacionales (BPI) define las infraestructuras del mercado financiero como sistemas multilaterales que incluyen los sistemas de pago (SP), las centrales de compensación y liquidación (CDV), las entidades de contrapartida central (ECC) y los sistemas de registro de operaciones, así como otras infraestructuras de compensación y liquidación existentes. Por otro lado, están los Instrumentos de pago como lo son: el efectivo, las tarjetas (débito, crédito y ahora las e-card y e-prepago), el cheque en vía de extinción y las transferencias electrónicas

Es así como en este especializado ecosistema de la economía digital coexisten diferentes herramientas. De manera principal están los pagos digitales en la que confluyen pasarelas de pagos, billeteras digitales, redes de correspondientes digital, remesas y Sociedades Especializadas en Depósitos Electrónicos – SEDPES. Según el último mapa Fintech Colombia de Finnovating, más de 52 compañías operan en este segmento.

En un siguiente grupo se encuentran las herramientas para la educación, planeación y gestión de finanzas personales, negocios y empresas. Y otro grupo, el más grande, lo componen los originadores de crédito digital.

Para Colombia Fintech es imperativo que esa coexistencia se de en un ecosistema de libre competencia, pero también de cooperación, permitiendo que se generen sinergias para sumar las capacidades de lo mejor de cada uno.

Más allá de una compleja infraestructura y de una definición técnica, el nuevo ecosistema que soporta la economía digital, encuentra su mayor desafío en convertirse en una cadena de valor con que logre de verdad, llegar a la base de la pirámide con productos y servicios, que eleven las condiciones de desarrollo de las poblaciones y su calidad de vida, ahora con mayor potencia frente a la crisis por la pandemia y la protesta social, con modelos financieros verdaderamente diferenciadores en sus tres dimensiones: ESCALA, RELEVANCIA y ALCANCE.

Como lo resalta Colombia Fintech en su INFORME SECTORIAL FINTANK 2020: “La innovación de la industria fintech supera el uso y apropiación de la tecnología, con foco orientado al usuario, el cual se evidencia con su capacidad y convicción de llegar a audiencias no tradicionales permitiéndoles darse de alta con productos financieros a los que normalmente no accedían”. Sin duda será un gran desafío para esta industria, mantener ese ritmo de transformación, y la capacidad de seguirnos sorprendiendo; pero, sobre todo, fidelizar a una población que por un lado, no alcanza a comprender las diferencias, alcances y beneficios de todo este universo de herramientas, y por el otro, en las que aún no confía a plenitud.



Para que no se pierda en todo este ecosistema, veamos quienes son los actores más destacados en Colombia de la Mobile Economy, para que le saque todo el provecho y lleve sus finanzas empresariales y personales al siguiente nivel:

1. Comencemos por las transferencias electrónicas

en las que ACH es la gran protagonista como una poderosa empresa de tecnología financiera con algunas de las herramientas más utilizadas por los colombianos: el “botón de pagos seguros en línea”, más conocido como PSE; y SOI “La red de seguridad social” que permite realizar la liquidación y el pago de los aportantes, a través de la planilla única (PILA) hacia las administradoras que conforman los subsistemas de seguridad social y parafiscal.

ACH hace parte de las administradoras de sistemas de pago de bajo valor, grupo en la que la acompañan Redeban, Credibanco, ATH, Tecnibanca, Assenda Red y Visionamos especializada en el sector Cooperativo.

También ACH opera la Solución Interoperable Transfijsa de pago inmediato por el celular. Tecnológicamente se fundamenta en el almacenamiento de información en la nube, con la utilización de mensajería de texto por teléfonos móviles y blockchain, para transferencias de persona a persona (P2P), que será escalable en un futuro cercano a transferencias de persona a negocios (P2B).

2. Los Neobancos: Nequi de Bancolombia introduce al país esta innovación como entidad pionera de los bancos digitales en Colombia, seguida por Lulo bank del Grupo Gilinski, que nació como una firma independiente de GNB Sudameris y aún no ha comenzado a mostrar sus dientes. En 2020 se une Nubank el famoso Unicornio del Colombiano David Vélez con foco en tarjetas de crédito; y el más reciente: Iris de la Financiera Dann Regional, que llega para atender el segmento de empresas.

3. Las Sociedad Especializada en Depósitos y Pagos Electrónicos - Sedpes

que permiten pagar facturas, comprar en línea con tarjetas débito prepago recargables, hacer transferencias de dinero y remesas, recargar el celular, y además abrir cuentas de ahorro electrónicas, ya que están vigiladas por la Superfinanciera. Todo desde el celular. Sin embargo, no pueden otorgar créditos como si los Neobancos.

Cinco son las Sedpes con licencia para operar en Colombia: Movii de Movired, lidera de lejos el mercado; Powwi de Pagos GDE más conocido como operador de la Pila a través de la sociedad Jaime Torres y Compañía; Coink del exdirector de Planeación Nacional, Jaime Ruiz Llano; Tecnipagos de Credibanco bajo la marca Ding; Aval Soluciones Digitales del Grupo Aval, que opera con la marca Dale.

Sin embargo, la única que realmente ha despegado es Movii que concentra el 94% de los clientes, el 99% de las operaciones y alrededor del 79% de los recursos captados en las cuentas.

Las SEDPE reportaron a marzo de 2021, 97.310.220 operaciones; la mayoría (el 90%) operaciones no monetarias. Del total de operaciones, el 99% se efectuó por Movii.

Este vehículo de inclusión financiera encuentra en la información del actuar transaccional de sus usuarios, su principal valor estratégico.

4. Los servicios postales, más conocidos como Redes de Giros, si bien hasta ahora se habían movido en el mundo físico con más de 300 puntos de atención en el territorio nacional, han venido tomando fuerza en el mundo de los giros digitales; unos con lanzamiento de nuevos productos en paralelo como es el caso de Efecty y otros migrando a Sedpes.

Según el último informe del sector postal del MinTIC, las empresas que prestan estos servicios son: Efecty, con una participación en el mercado del 41%; seguido muy de cerca de Supergiros, con un 30%; en tercer lugar, SuRed (paga todo) con una cifra cercana al 27 % y, finalmente, encontramos a Movilred y 4-72 con el 1 %, respectivamente.

5. Crédito Digital: En la categoría de "Lending" como dicen los "Yupis" del mundo Fintech, el último mapa Fintech Colombia elaborado por Finnovating, da cuenta de más de 53 compañías Fintech de crédito digital, Por su parte, de las 322 empresas de base tecnológica que ofrecen servicios financieros, según el Reporte de Colombia Fintech, el 30 por ciento hace parte del segmento de crédito digital entre las que se destacan, Zinobe, Kredicity, Semplic, Finaktiva, Mesfix, (crowdfunding), Rapicredit, Credy, ExcelCredit, Credissimo, y Finsocial entre otras.

Sin desconocer la disrupción de importantes "cuasi-Unicornios", no podemos negar que los últimos años hemos visto como día a día, surgen nuevas compañías que en general ofrecen más de lo mismo y comienza a colgarse el letrero "Fintech" a todo emprendimiento.



6. Las Billeteras Electrónicas

Permiten administrar el dinero de forma virtual desde el móvil y realizar pagos de forma simple en cualquier momento brindando a los usuarios comodidad, cercanía y facilidad con una oferta de servicios 100% segura y disponible 24/7. Sin embargo, el tema no es tan simple y es aquí donde hay la mayor confusión y desconocimiento de su alcance y beneficios. Por un lado, porque existen tres tipos de billeteras; además porque unas son abiertas y otras cerradas solo para pagar en los respectivos comercios que las emiten y por si fuera poco, no se constituyen en sí mismas en una categoría, sino que es un producto transversal a todo tipo de entidades ya que muchos de los bancos, algunas compañías de financiamiento y las Sedpes ofrecen Billeteras electrónicas, siendo además el producto estrella de los Neobancos y de las pasarelas de pago.

Las Billeteras electrónicas, permiten recargar el celular, pagar los servicios públicos pagar el Soat, y pagar en puntos físicos, solo con el celular y sin contacto. Algunas además permiten acceder a una amplia red para retirar su dinero en efectivo. Estos son los 3 tipos de billeteras: E-wallet, Billetera Digital y Billetera Móvil. Una manera fácil de distinguir las billeteras móviles de las simples billeteras digitales es que las móviles le permiten realizar un pago en el terminal de punto de venta de una tienda. El pago generalmente se extrae directamente de su tarjeta de crédito o débito en lugar de un saldo en efectivo mantenido en su billetera digital. Con una billetera móvil, ella puede pagar tocando un terminal de tarjeta de crédito con un teléfono inteligente o un dispositivo portátil como un reloj inteligente o un rastreador de actividad física. Luego, el dispositivo transmite la información de pago del teléfono al terminal a través de la tecnología de comunicación de campo cercano (NFC).

Actualmente, en el país se encuentran más de 11 billeteras electrónicas:

Davivienda líder en este mercado con sus dos billeteras, Davipay y la segunda, Rappi Pay en alianza con Rappi; Nequi el banco digital de Bancolombia; Tpaga especializada en pago de nóminas; las de las Sedpes Movii y Powwi; las de los bancos y compañías de financiamiento como TuyaPay, Billetera Colpatria, Bbva Wallet y Billetera Móvil Bancolombia; y las de TechFin empresas de tecnología que se han volcado al mundo del riesgo financiero como Evertec. Por si fueran pocas, siguen llegando multilaterales como la billetera digital blockchain de la Fintech Argentina "MONI".

7. Plataformas para invertir y manejo de Finanzas personales y empresariales.

En este grupo se encuentran las herramientas para la educación, planeación y gestión de finanzas personales como Tranqui; las hay también para negocios y empresas. PFM (Personal Finance Management) & wealthtech. Más de 13 plataformas y aplicaciones operan en este negocio en el país con plataformas informativas, calculadoras financieras, organizadoras de gastos, Roboadvisors y plataformas de negociación o inversiones. Las Plataformas especializadas para inversión, sin duda son más que Billeteras, como Ualet, la primera app regulada en Colombia que permite hacer inversiones diversificadas en fondos de inversión colectiva.

8. Empresas Empaquetadoras (WRAPPERS) y Pasarelas de pago

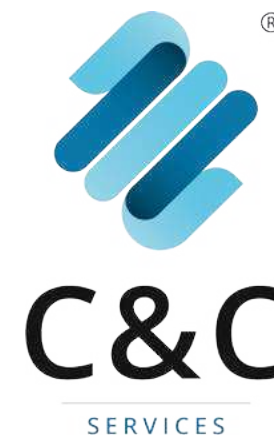
La contribución de las empresas no financieras al desarrollo de servicios de pago ha sido inmensa con el ofrecimiento de servicios que complementan o mejoran la experiencia de los usuarios, ya sean originadores o receptores de los pagos. Estos se conocen como empresas empaquetadoras (wrappers), las cuales mejoran la interfaz del usuario y la accesibilidad de los sistemas existentes (Ali et al. 2014). Entre estas empresas se encuentran Paypal, Venmo, Apple Pay, Google Pay, Transferwise y Stripe. Algunos de estos sistemas pertenecen a empresas de tecnología de gran tamaño, como son Amazon, Apple y Google (RSP, 2019).

En Colombia esta categoría abre paso a uno de los segmentos más conocidos del mercado, los agregadores de pagos, a las llamadas Plataformas o Pasarelas de Pago, en las que vemos desfilar a las criollas como e-PayCo y Payvalida; hasta las bancarias como OpenPay del Bbva; las multipotentes e internacionales Paypal y PayU; la multilateral Placetopay y Kushky; y las especializadas para jóvenes como Arma tu Vaca. También otras como Zona Pagos; 2 Checkout Pagos Inteligentes; PayZen; Stripe; Skrill y la gran líder del mercado latinoamericano, la argentina MercadoPago.

Por su parte, a este mercado han llegado nuevos jugadores como Payty de Efecty y Wompi, la gran apuesta del grupo Bancolombia para competir directamente en un mercado que cada día se atomiza más en beneficio del consumidor.

Para C&C SERVICES SAS es fundamental ofrecer a nuestros clientes un servicio de alta calidad, garantizando el cumplimiento de los más altos niveles de manejo seguro de la información

NUESTRAS CERTIFICACIONES HABLAN POR NOSOTROS



Las pasarelas de pago operan dos modelos, el Modelo agregador, en el que la pasarela hace el recaudo del dinero y se realiza una transferencia en días acordados a las cuentas de quien los contrata o comercios y el Modelo gateway, en la que el dinero llega directamente a la cuenta del comercio.

Algunas cuentan además con plugin oficiales para integrarse con otras plataformas internacionales como WooCommerce u otros sistemas como Shopify Prestashop, Magento o Vtex. Además, cuentan con otras maravillas como la generación de códigos QR. Ofrecen además medios alternativos de pago como redes Baloto, GANA o Efecty; y medios propios de sus entidades como tarjetas de ahorros y crédito, PSE, Billeteras electrónicas, Tarjetas e-prepago y botones de pago de los bancos.

En esta categoría también operan activamente las TechFin, empresas tecnológicas que encuentran formas de mejorar la prestación de servicios financieros como parte de una oferta amplia de productos y servicios (Marous, 2018). Es común que estas empresas desarrollen nuevas formas de iniciar los pagos, pero utilizando instrumentos de pago tradicionales. Es el caso de Apple Pay, que utiliza tarjetas de crédito tradicionales o la Apple Card.

En Colombia una de las TechFin más conocida es la multilatina evertec que cuenta con la pasarela de pagos Placetopay, además de una billetera electrónica.

TODOS CONTRA EL EFECTIVO

La cruda realidad es que, a pesar de toda esta sofisticación, el rey del mercado colombiano sigue siendo el efectivo. Según el reporte de sistema de pagos en Colombia del Banco República, el efectivo continúa siendo el instrumento más utilizado por la población en sus pagos habituales mensuales (el 88,1% en número de pagos y 87,4% en su valor). Sin embargo, su uso en valor ha caído. A su vez, el nivel de aceptación de los comerciantes por instrumentos de pago diferentes al efectivo está en el 14,1% para tarjeta débito, 13,4% para tarjeta crédito, 8,2% para transferencias y 1,8% para el cheque. La principal razón para el uso del efectivo es la ausencia de datafonos en el negocio.

Sin embargo, el conocimiento del cliente, a partir de robustos modelos de Data Science; será el centro de desarrollo de esta industria que hasta ahora se ha quedado en la transaccionabilidad, pero que es consciente que debe migrar hacia la construcción de una nueva forma de generación de valor, como eslabón de oro entre el consumo, el comercio, la profundización financiera, y el desarrollo de un futuro próspero e incluyente para los negocios, y la vida de las personas.

FIDELIZAR A UN MERCADO ESQUIVO

Con grandes avances en diseño, usabilidad, experiencia de usuario, interoperabilidad y coerción en la cadena de valor, en este mercado se podría decir que la etapa de “ensayo-error” ya se superó.

Aquí está este gran abanico de productos y servicios, por demás suficiente, con la madurez tecnológica, costos competitivos, al alcance de muchos públicos y alternativas diversas para todos los segmentos, desde grandes corporaciones, pequeños negocios, nativos digitales, población campesina, pensionados y el común de una población que aún no se atreve a dar el paso con la convicción que lo demanda y justifica la madurez alcanzada por el mercado.

Sin duda serán exitosos solo aquellos actores que logren desarrollar conversaciones potentes con sus clientes, quienes solo crearán conexiones profundas con aquellos con los que resulten ser su traje a la medida, para lo cual será necesario avanzar en la integralidad del “JourneyMap”.

Por su parte, la creación de confianza y seguridad serán fundamentales, teniendo en cuenta que la percepción de inseguridad ha sido uno de los principales frenos para el desarrollo de la economía de las plataformas y no es para menos: según la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones, los ciberdelitos presentados durante 2020 en Colombia llegaron a más de 45.000 casos, un aumento del 89% respecto al año anterior.

Para el presidente de Asobancaria, Hernando José Gómez: “la inclusión no es solamente abrirle a alguien una billetera virtual, eso no es suficiente. Eso debe completarse con educación financiera que ayude a que las personas le pierdan miedo y se sientan cómodas con las nuevas tecnologías”.

Por su parte la reducción de costos llegará por añadidura en un mercado en el que la competencia está como para alquilar balcón y la protesta social se ha manifestado como una de las consecuencias de una profunda crisis social y económica, que demanda servicios financieros inclusivos, al alcance de todos.

Un caminar de 25 años construyendo la inteligencia del Negocio Financiero en Latinoamérica

LiSim, empresa colombiana, enfocada en desarrollos analíticos, de consultorías y software especializados en el conocimiento del ciclo de crédito y ciclo de vida del cliente, consolida 25 años de experiencia en el desarrollo de soluciones a la medida, reconocida a nivel nacional e internacional por el desarrollo de soluciones eficaces como aliado estratégico para empresas de distintos sectores: Financiero, Telecomunicaciones, Retail, Solidario, Microfinanciero y Real.

Nuestra misión es generar soluciones de alto valor agregado a nuestros clientes, colaboradores, accionistas y comunidad, que supere sus expectativas mediante servicios de alta calidad, con excelencia continua e innovación, permitiendo construir relaciones de largo plazo.

LiSim es referente en el mercado Latinoamericano en la creación de modelos analíticos basados en inteligencia artificial y nuevas metodologías de machine learning acompañados con consultorías basadas en las mejores prácticas, al apoyar diferentes instituciones en la creación de productos y en soluciones en la originación, en la cobranza, detección de fraude, provisiones, entre otras.

Desde 2008, **LiSim** se une a la red de emprendedores ENDEAVOR lo que le ha permitido fortalecer su estructura y conocimiento principalmente ante el sector de las FINTECH. Durante el 2010 y 2018, LiSim hace una incursión en procesos de software analítico con productos en línea como Valida que contempla scores genéricos, motor de políticas, preguntas reto y estimador de ingresos a partir de la información de Open Data y otras fuentes externas.

Por otra parte, se consolidan proyectos en el sector de servicios públicos y **LiSim** recibe reconocimientos a la labor realizada en los premios Analdex e Innova.



Construyendo
Financiero

25
YEARS
20 DE
MARZO
LiSim
A World of Knowledge

LiSim
International SAS

LiSim
A World of Knowledge

En el 2020, **LiSim** innova soluciones analíticas acorde al contexto de la contingencia sanitaria, por medio de scores y pruebas de stress-ting analizando el impacto en los diferentes sectores de la economía del país. Profundiza en estudios para la estimación del riesgo COVID, con el fin evaluar la inclusión en los diferentes procesos y etapas de ciclo de vida del cliente.

Este año vemos una gran oportunidad en soluciones alrededor del mantenimiento del cliente combinando con tecnología para nuevos avances en metodologías que permitan a las instituciones disponer de procesos de alto desempeño en procesamiento de información, flexibles, gobernables, transparentes, repetibles, escalables y auditables.

Apoyamos a las instituciones a crecer en ingresos, en consumo, rentabilidad y en general en su cartera actual de clientes, por lo que constantemente estamos desarrollando espacios académicos, con temas de alto impacto como el poder de la tecnología analítica en la gestión del ciclo de vida del Cliente.

Adicionalmente generamos una solución Integral Solidaria de cara a la nueva normatividad de la Supersolidaria para aportar al Sistema de Administración de Riesgos de las entidades vigiladas.

El pasado mes de marzo **celebramos 25 años** de existencia, generando valor al mercado a partir de los valores más importantes de nuestra compañía: la calidad, el servicio, la entrega, la seriedad y compromiso que brindamos a cada uno de nuestros clientes, entregando productos de alta calidad.

Gracias por confiar en LiSim; por apoyarnos a mejorar día a día y por hacer parte de esta celebración.

www.lisim.com

Bitcoin: el mundo financiero entra A LA ERA DE LOS LASER EYES

¿Llegó el momento de apostar en serio por esta moneda que busca ser el próximo estándar monetario global?

De ser monedas digitales para gamers, los criptoactivos pasaron en diez años a convertirse en un potente elemento estratégico de cambio en las finanzas globales, que trasciende a la geopolítica y a los principales reguladores internacionales. Sin embargo no deja de ser un camino impredecible teniendo en cuenta que tan solo cerca del 1% de la población mundial tiene alguna exposición a Bitcoin.

El mundo financiero cambia, y en consecuencia, claramente, el dinero y otros activos están en un proceso acelerado de desmaterialización.

Como lo ejemplariza el empresario argentino, Alberto Echegaray Guevara "En Suecia más del 90% de las transacciones se hacen de forma instantánea con una plataforma llamada Swish. En China más de 800 millones de personas diariamente transan en yuanes usando la plataforma WeChat. Unas 200 millones de billeteras virtuales existen para criptoactivos. Tanzania, Kenia, Bangladesh e India han logrado avances inéditos en el uso de pagos a través de teléfonos móviles".

Sin dudas a estas alturas, el mercado de criptoactivos ya tiene varios detonantes de crecimiento:

- Por una parte PayPal, el mayor procesador de pagos del mundo fuera de China ha dado el paso de incorporar la criptomoneda a su red de 25 millones de comercios adheridos. La adopción como medio de pago también lo han dado otras plataformas como Grayscale y Binance.
- Y por otra parte la noticia más relevante del mercado llega del Salvador, quien acaba de aprobar la adopción del Bitcoin como moneda de curso legal en su país, sumándose al

poco útil Colón Salvadoreño y el Dólar de los Estados Unidos de América, que es realidad la moneda legal que se usa desde hace 20 años.

De esta manera el Salvador ha dado un gran paso guiado por el convencimiento de su presidente Nayib Bukele, que la criptomoneda pueda convertirse en un medio principal de generación de valor, y en esta eventualidad colocarse en la delantera de países que están liderando este camino.

De esta manera, el Salvador, se ha adelantado, por ejemplo a potencias como China que avanza en el Piloto con el yuan digital y la Unión Europea que sigue inmersa en el debate de establecer un euro digital, siendo el Banco de Inglaterra pionero de esta propuesta, seguida por más de 20 Bancos Centrales que se encuentran en proceso de creación de monedas digitales denominadas CBDC's (Central Bank Digital Currencies), que ha diferencia de los proyectos de criptomonedas descentralizados como Bitcoin, una CBDC estaría centralizada y regulada por la autoridad monetaria de un país. Todas están en proyectos y ninguna opera aún. Es por esto que el paso del país salvadoreño, sin duda es una proeza mundial.

Incluso Rusia ha estado avanzando con la creación del "cripto-rublo" lo que ha prendido las alarmas sobre una eventualidad forma de enviar dinero de manera discreta, sin preocuparse por las sanciones impuestas al país.

Venezuela por su parte ha anunciado el "petro" desde 2017, que estaría respaldada por existencias físicas de petróleo crudo; y el "petro oro" en 2018, supuestamente vinculado al valor del petróleo, el oro y otros metales.

El mercado Bitcoin colombiano entre el Top 10 mundial

Colombia cuenta ya con una interesante experiencia en el mercado de criptomonedas, siendo uno de los de más rápido crecimiento en la región.

Según el Índice Global de Adopción de Criptomonedas 2020 de Chainalysis, Colombia se ubicó dentro del Top 10 de los principales mercados a nivel mundial, en el noveno lugar, posición bastante relevante si se tiene en cuenta que economías como la de EE.UU se ubican en el puesto número 6.

El Ranking lo lidera Ucrania, seguido de Rusia y Venezuela, país en el que las criptomonedas han permitido mitigar la pérdida de valor del Bolívar; por su parte China ocupa el cuarto Lugar.

Significa que Colombia comienza a tener una actividad total de criptomonedas interesante en función de la riqueza promedio de sus habitantes, del valor del dinero que circula dentro del país y según el número total de usuarios de Internet activos.

Un gran avance resulta ser el "sandbox, el ambiente experimental de la SuperFinanciera, en el que ya hay varias compañías que están desarrollando pilotos exploratorio en este activo, todavía no regulado, teniendo en cuenta que en Colombia, las entidades vigiladas por esta Superintendencia, no están autorizadas para invertir, custodiar, intermediar, ni operar con criptoactivos; por tanto, explica Jorge Castaño, Superfinanciero: "el proyecto piloto ha sido estructurado para probar, en un espacio controlado, operaciones de cash-in (depósito de recursos) y cash-out (retiro de recursos) en productos financieros de depósito a nombre de una plataforma de intercambio de criptoactivos, y a partir de allí evaluar la efectividad de los desarrollos tecnológicos en la verificación de la identidad digital y de trazabilidad en las transacciones, así como generar un escenario de aprendizaje conjunto entre el ecosistema digital y el Gobierno Nacional respecto de las tecnologías a utilizar y la aplicación de los marcos normativos en un ambiente de innovación".

A pesar del avance, ha sido muy enfático en recalcar "no puede entenderse como una autorización para que aquellas utilicen el ahorro del público para realizar transacciones con tales instrumentos".

Serían nueve las firmas que estarían experimentando con plataformas de criptomonedas bajo modelos de alianzas estratégicas en las que se destacan jugadores globales como Binance y Gemini, con bancos como Davivienda y Bancolombia. Por su puesto los operadores del mercado cripto no podían faltar como Buda y Bitso.

Y es que estos pilotos ya están dando frutos. Es así como MOVii, la sedped líder en servicios financieros digitales estableció una alianza para permitir a sus usuarios la compra y venta de criptoactivos del mercado, disponibles en la plataforma de BITPOINT, luego de que desarrollara un piloto en el ambiente controlado de la Superintendencia Financiera. La fase de lanzamiento está en su recta final y se ultiman detalles para la entrada en servicio.

Si bien, según CoinMap (2018), hay más de 600 establecimientos a nivel nacional que aceptan criptoactivos, son las firmas Buda, Panda y Athena que operan de manera profesional este mercado como plataformas Exchange.

Otro signo de desarrollo del mercado colombiano está evidenciado en la existencia de 46 cajeros automáticos en 18 ciudades, el primero instalado en el año 2017 por la firma Athena Bitcoin.

Alejandro Beltrán Torrado, Country Manager Colombia de BUDA nos presenta su visión sobre el desarrollo del mercado cripto en Colombia:



Alejandro Beltrán Torrado,
Country Manager Colombia de BUDA

"De acuerdo con el índice global de adopción de criptomonedas, creado por la empresa Chainalysis, Colombia se posiciona dentro de las diez economías más importantes en adopción de criptomonedas del mundo. Esto marca una perspectiva positiva en términos de reconocimiento a un mercado que mueve actualmente más de 120 mil millones de pesos mensuales y sus cifras muestran una adopción en los últimos cinco años, siendo Buda.com un actor altamente activo en la transaccionalidad en nuestro país, ya que durante el mes de mayo el volumen transado ascendió a niveles cercanos de 70 mil millones de COP.

Con el lanzamiento en 2020 del proyecto piloto por parte de la Superintendencia Financiera de Colombia, se da un paso importante para potencializar la industria, integrarla en una fase exploratoria con entidades vigiladas y lograr mecanismos futuros a nivel de normatividad que permitan constituir una industria formal y de buenas prácticas. Tenemos el gran reto desde Buda.com de posicionarnos como una plataforma confiable, integrada a servicios financieros eficientes e inclusivos y transformarnos en una organización referente del ecosistema cripto en Latinoamérica.

Por último, debemos resaltar el gran trabajo de nuestro equipo y del ecosistema en retos de la educación en tecnologías y la posibilidad de integrar servicios alternativos digitales al ecosistema financiero tradicional”

¿Cuáles son los principales motivadores de los Criptousuarios?

Según el último estudio de Binance Research, la unidad investigativa de líder mundial en el intercambio de criptoactivos, en su Índice global de Criptousuarios 2021, existe una confianza casi unánime de los usuarios en las criptomonedas (97%). Más de la mitad (52%) no considera la inversión en criptomonedas como un pasatiempo, sino como un medio de ingresos; para el 15% de los usuarios, las criptomonedas se consideran su principal fuente de ingresos. Mientras tanto, las tres principales razones por las que los usuarios invierten en criptomonedas son: poseer criptomonedas como parte de una estrategia de inversión a largo plazo (55%); desconfianza en el sistema financiero actual (38%) y (3) oportunidades comerciales a corto plazo (31%).

El mercado se llena de ojos laser



Como en todo mercado en vía de madurez, y parte natural de esa evolución de los criptoactivos, ha sido necesario pasar por un proceso de subidas y bajadas en su precio. Según el último reporte de Territorio Bitcoin: “En la primera semana de junio, el mercado de las cripto seguía recuperándose de la corrección de mayo. La mayoría de las criptomonedas se movían en un mercado de rango en el que el precio iba y venía del punto más alto al más bajo. Esto suele suceder después de las ventas, ya que los precios buscan nuevos soportes. Los últimos días, sin embargo, sucumbieron a una mayor presión a la baja, el Bitcoin perdió terreno y arrastró a las altcoins”.

En este mercado digital en desarrollo ha sido clave el apoyo directo desde influenciadores tecnológicos como Elon Musk y Mark Cuban; hasta millonarios como Ricardo Salinas, el tercer hombre más rico de México; pasando por personajes como Tom Brady, la leyenda del fútbol americano, y hasta Paris Hilton. Grupo en el que Nayib Bukele el presidente del Salvador, resultó su máximo exponente.

Sin duda, todos ellos han sabido aprovechar su impacto y alcance en la redes para consolidar una característica que se ha puesto de moda en el mundo financiero y de paso ha impulsado el mercado cripto: los “laser eyes /Ojos de laser”

Diego Vera Nieto, Líder de Comunicaciones de Buda; y el CEO y cofundador de Buda.com, Guillermo Torrealba, nos explican el porqué de este fenómeno: “Bitcoin nació y crece en territorio de Internet. En territorio de memes. En territorio de ideas que se propagan a la velocidad del chisme y a escala global.

En este territorio fue que, a comienzos de este año, nacieron los “laser eyes”, bajo el hashtag #laserrayuntil100k (“rayos de láser hasta los 100k”), haciendo referencia al hito en que cada bitcoin cueste USD 100.000”.

La idea original vino de Chairforce, miembro del autodenominado “Bitcoin Meme Army”, o ejército de memes de Bitcoin. Un grupo de talentosos ociosos cuya misión es proteger a Bitcoin de ataques vía... sí, es correcto... memes. Una arma letal en este turbulento e inmaterial mundo internáutico.

Si bien en Láser comenzó como broma, hoy es una de las referencias más visuales del movimiento Bitcoin y uno al que se están sumando personalidades bastante geniales. Se volvió en una manera lúdica y muy gráfica de manifestar convicción por Bitcoin”.

Para muchos otros que observan desde la orilla, más que un grupo de fanáticos que se mueven por convicción, estamos ante verdaderos actores del ecosistema con el poder y la capacidad de hacer mover le precio de este mercado que sigue por ahora generando más preguntas que respuestas.

CONSEJOS PARA LOS INVERSORES:

Con toda esta movida, más de uno quiere dar su primer paso en el mundo Cripto, y para esto nada mejor que BUDA, empresa líder en Colombia en este mercado, para darnos algunos consejos para principiantes:

En este mundo de las criptomonedas es fundamental ser precavido al momento de comprar. Ya sea que se vea el Bitcoin como una inversión o como un ahorro, siempre de debe usar dinero que la persona no vaya a necesitar en el corto plazo. Es fundamental revisar bien la dirección cuando se vaya acceder por la web a algunas de las plataformas profesionales y expertas del mercado formal, ya que existen páginas que consiguen suplantar a los operadores expertos y si no se tiene cuidado, podrían robar las credenciales *del cliente*.

VIVE LOS MEJORES EVENTOS



TOTALpro
1 0 0 % e v e n t o s

CREAMOS EVENTOS Y EXPERIENCIAS INOLVIDABLES, DE TODO TIPO. PRESENCIALES O VIRTUALES Y DE CUALQUIER TAMAÑO.
www.totalpro.com comercial@totalpro.com

¿Qué significa para el Salvador la aprobación del Bitcoin como moneda de curso legal?



Como un hito histórico mundial, El Salvador ha aprobado "La ley Bitcoin", la que entrará en vigencia en septiembre, siendo el Banco Central de Reserva (BCR) y la Superintendencia del Sistema Financiero (SSF), las entidades encargadas de elaborar la normativa que se aplicará con la ley, normativa en la que aún existen muchos interrogantes por resolver, como por ejemplo definir si pagos sensibles como el salario se puedan hacer en la Criptomoneda.

Al respecto, Ciclo de Riesgo consultó la opinión de varios expertos frente a este paso por demás audaz del país centroamericano que no para de generar opiniones a favor y en contra.

Los precios de los bonos se han impactado y los analistas ya dejaron por sentado que subió el riesgo país, sin embargo innovadores y visionarios del mundo de las finanzas alternativas ven la decisión como un paso contundente en la generación de mayor riqueza y de incremento de su potencial económico.

El primero en plasmar su preocupación ha sido el FMI, que percibe en la decisión una serie de riesgos económicos, financieros y legales: "Es muy probable que la adopción de bitcoin conlleve riesgos para la estabilidad del régimen monetario, socave el marco de política económica de El Salvador y agregue incertidumbre a las negociaciones con el FMI".

Por su parte, la agencia calificadora Moody's advierte riesgos para la estabilidad del régimen monetario, Riesgos de lavado de activos y el peligro que no se logre la aprobación del necesario programa de financiamiento que se viene adelantando con el Fondo Monetario Internacional (FMI).

El presidente de la Fundación para el Desarrollo de Centroamérica y expresidente del Banco Central de Reserva del Salvador, Óscar Cabrera, teme que en la práctica se produzcan procesos de inflación, debido al redondeo de precios. "Varía tanto el precio del bitcoin con el dólar que va a ser imposible que un supermercado pueda tener los precios de los productos diariamente, siempre van a estar fluctuando".

Desde varios sectores del Salvador se preguntan: "¿Cómo alguien que está en una tienda va a saber cuánto vale un Bitcoin? en ese momento tiene que aceptar al valor en tiempo real del Bitcoin porque cambia a cada segundo, como cualquier moneda en el mundo que se transe electrónicamente"

Para Alfredo J. Martínez, Director de Impuestos Internacionales en Lisicki Litvin & Asociados, firma líder de GRC en Argentina, un aspecto clave que no puede dejar de considerarse es la compleja interacción en el ordenamiento jurídico y financiero:

"Al adoptar el Bitcoin como moneda de curso legal, está incorporando a un activo descentralizado, que en buen momento no está regulado por ninguna institución centralizada, dentro de un grupo de activos centralizados, el Colón Salvadoreño y el Dólar, que si están sometidos a un control institucional de carácter estatal". Otro aspecto que resalta Martínez es "el impacto que tendrá el hecho que el Estado Salvadoreño se comprometa a garantizar la libre convertibilidad del Bitcoin al Dólar de los Estados Unidos de América, cuando la oferta y demanda de esta última moneda, no es controlada por ese Estado sino por la Reserva Federal de los EE. UU".

Para Alejandro Beltrán Torrado, Country Manager Colombia de BUDA, empresa líder en el mercado de criptoactivos "El proyecto aprobado por la asamblea legislativa de El Salvador que permite declarar a Bitcoin como una moneda de curso legal en ese país marca un hito sin precedentes, ya que los salvadoreños podrán aceptar Bitcoin como medio de pago para sus transacciones, pagar impuestos, adquirir obligaciones y productos financieros, adquirir bienes y servicios y recibir recursos del exterior en esta moneda. Es decir, esta moneda tendrá poder liberatorio como la que existe con el dólar americano, que es su moneda local. En el corto plazo la decisión tiene un simple efecto simbólico e incierto por la posición del país en la economía global y el camino que deben recorrer en términos de adopción por parte de todos los ciudadanos que tomará un buen tiempo, pero en el largo plazo tendrá repercusiones, para algunos positivas y para otros negativas, como es el caso del Fondo Monetario Internacional una gran preocupación por los efectos colaterales futuros en los mercados financieros y en el comercio exterior.

El empresariado y la ciudadanía se han mostrado preocupados por estos nuevos cambios. De acuerdo con cifras de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, el 96% de los empresarios locales consideran que la adopción de Bitcoin debe ser voluntaria y no obligatoria y el 92% de los ciudadanos consideraron también una línea voluntaria de adopción. Esta percepción está en línea con los fenómenos de dolarización que vivió el país en el año 2001. La comunidad salvadoreña ha tomado esta decisión como acelerada y priorizada en un contexto que demanda necesidades propias de cambios sociales y económicos de otra índole en el país

La apuesta anunciada por el gobierno actual en El Salvador es la de construir confianza en el país para la llegada de inversión y de grandes empresas de base tecnológica. Si separamos cualquier contexto político que pueda existir frente a esta iniciativa, la decisión se contrasta con una expectativa positiva de la comunidad tecnológica a nivel mundial, ya que esto crearía mecanismos de cooperación y desarrollo de la industria en el país. Hay que tener en cuenta que hay plataformas de intercambio de criptomonedas que superan en capitalización de mercado a las más importantes entidades financieras del país, de la región y del mundo y eso marca un hito muy importante en que su llegada pueda incrementar el potencial económico en el país.

El Salvador se posiciona como el país centroamericano con la mayor tasa de crecimiento de remesas en 2021 y las remesas familiares ascienden a los US\$ 2,3 billones entre enero y abril; el Banco Central de Reserva menciona que "las remesas constituyen un importante ingreso para alrededor del 24,2 % de los hogares salvadoreños para el financiamiento de sus gastos de consumo e inversión", lo cual pensamos que tendrá un impacto importante en ese país y esto se replique en diferentes en otras economías latinoamericanas, que ya anunciaron intenciones de adoptar proyectos similares, como Paraguay y Panamá".

Desde ya, millones de personas que dependen de las remesas para vivir en el Salvador, celebran la reducción de las altísimas comisiones que pagan para recibirlas.

Para Diego Vera Nieto, líder de comunicaciones de BUDA, "no sólo remesas caras es lo que aqueja a la gente de El Salvador, y el presidente Bukele lo tiene claro, también es la falta de riqueza en general. Por eso están en la posición 120 de 200 países, ordenados desde el más al menos rico. El Salvador necesita un cambio de plan, de visión, drástico, si quiere que el futuro de los salvadoreños sea diferente al de esta generación".

Para Vera Nieto de BUDA, el gran desafío es lograr que el Bitcoin realmente penetre en la pequeña economía centroamericana: "apostar en serio por una moneda que busca ser el próximo estándar monetario global. Y dado que los bitcoins son escasos, si eres el primer país en adoptarlo como moneda, y tu economía se llena de bitcoins, cuando hayan entrado los demás países, el alza de precio habrá transferido muchísima riqueza a tu país, sólo por tener el activo correcto. Es una apuesta, pero sin apuestas no se sale del hoyo. Hay que jugársela con algo poco convencional, porque lo convencional ya está más que usado.

Por eso mismo la guinda de la torta de Bukele está siendo casi tan valiosa como la torta misma. Acaba de instrumentar a una empresa geotérmica estatal para que evalúe minar bitcoins con energía 100% limpia y ya disponible".

"Si lo logra, habrá cambiado la historia de su país, en poco tiempo y con pocos recursos", concluye el experto de BUDA.

Grupo coguasimales BPO

Ofrecemos soluciones tecnológicas que aumentan la productividad de su negocio.



Contact Center



Red Transaccional de gestión de pagos y recaudos nacionales



Tradicional y Virtualizada, Compra de Activos improductivos



Courrier



Desarrollo e implementación de TI apoyados en Data Mining e Inteligencia Artificial

www.coguasimales.com



Premio al Mérito Empresarial categoría Sostenibilidad entregado por la Universidad Simón Bolívar



ExpoCOBRANZAS & Collections Summit LATAM 2021

Extraordinaria estuvo la Feria ExpoCOBRANZAS Latam 2021 y su Live Collections SUMMIT, organizada por la Revista Ciclo de Riesgo, que se desarrolló durante toda una semana, del 19 al 26 de abril del 2021, 7x24, en la plataforma para ferias virtuales de la Revista, construida con tecnología Unity 3D.

- 12 países.
- Más de 2.500 ejecutivos visitaron la Feria e interactuaron durante toda la semana.
- Entre 1.300 y 1.700 personas conectadas al mismo tiempo en el Live Streaming.
- 9 Experiencias Interactivas.
- 33 Expositores en la Muestra comercial 3D en sus 3 pabellones de aliados de Negocio.



La nueva inteligencia de Cobranza para una **Cartera en Cuidados Intensivo**, fue el tema que inspiró la agenda académica que se desarrolló en tres espacios



- El live **Streaming del Collections SUMMIT** los días 21 y 22 de abril
- La **Agenda a la Carta que estuvo disponible 7X24**, con 8 conferencistas invitados en un formato de mesa de expertos
- El **Business Coffee** en una sala virtual en la que se desarrollaron durante la semana las mejores conversaciones alrededor de 4 temas de la mayor relevancia: Cobranza de alto impacto; inteligencia de clientes; Impactos de la facturación electrónica en la mora administrativa en modelos B2B y modelo de remuneración de la fuerza de cobranzas.



Jorge Saza, Director Económico de Felaban en su conferencia: Panorama Económico y Financiero Latinoamericano y su impacto en la Calidad de Cartera



Arriba Antonio Rangel CEO de Kobra e Ivonne Mejía Gerente de Riesgo de Sempil; y abajo izquierda Diego Sánchez, Collections Head de Juanchito Te Presta y a la derecha Marco Gómez, Gerente de Prestti Grupo Banca Valor.



Panel "Dando Liquidez al activo improductivo y alcance del mercado de cartera castigada". Arriba de izq a derecha: Mauricio Angulo, Presidente QNT Colombia; Fernando Yanez, Managing Director - Head of Corporate Development LCM Partners Limited - Reino Unido; Alejandro Verswyvel, Presidente de Refinancia y Presidente de Colcob. Abajo de izq a derecha, Ronald Nankervis, CEO Grupo ARS Internacional; Henry Salas, Presidente Gnosí Perú y Patricio Santiago, Director Ejecutivo Creditia - Argentina.



Anggy Corchuelo, Directora General Contenido BPS y miembro de la Junta Directiva de Colcob durante su conferencia: "Indicadores de Felicidad - KPI Clave en los resultados organizacionales".



Rodrigo Mora, Vicepresidente de Riesgo del Banco Guayaquil del Ecuador; José Luis López, Socio Global de Riesgos para Servicios Financieros de Minsait Business Consulting (Indra)- España y Camilo Echeverry, Gerente Conciliación y Negociación de la Vicepresidencia Riesgo y Cobranza del Banco de Occidente de Colombia.



Beatriz Villa de Ciclo de Riesgo con Virna Liz Campanella, Gerente General de Contacta; y abajo Eduardo Cheng, Director global de Analytics para FICO y Piero Celia, Presidente del Banco Serfinanza.



Hernán Teichelmann, Director de la Revista Ciclo de Riesgo CHILE y a su izquierda Carlos Pinto, Gerente General Recsa Perú. Abajo Rubén Ruiz, Gerente General Milla y Asociados de México y María Isabel Lozano, Presidente Cobrando BPO Colombia durante el Panel "Reinvención de la industria de la Cobranza en Latinoamérica y sus nuevos modelos de actuación".



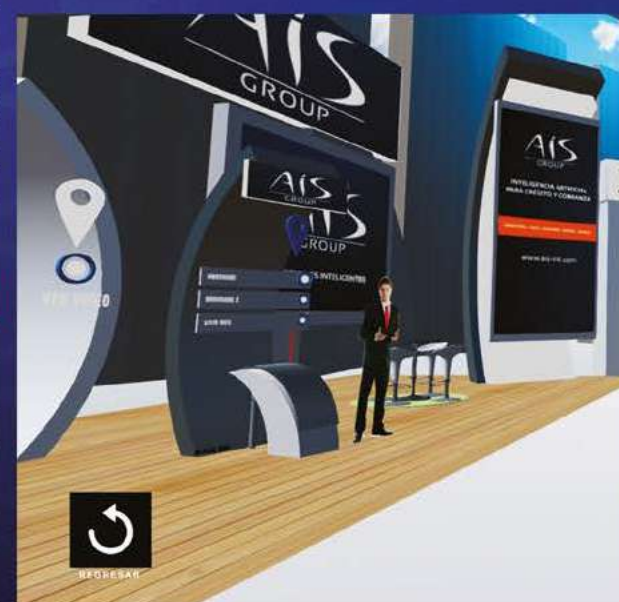
Panel "Reorganización, Insolvencia y Reconversión de Deuda" con Cristina Gomez Clark, Expert Associate Partner McKinsey & Company; Ana María López, Socia Opes Banca de inversión; William Lenis, Director Nacional de Normalización Banca Empresas en Banco Davivienda Y Julio Sanz, Managing Partner Telos Transitions Andean Region.

Y es que en **ExpoCOBRANZAS** hubo de todo logrando que la diversión y el conocimiento fueran de la mano en la ZonaFEST, con sorteos, concursos, juegos, y cuestionarios, que además permitieron a las marcas aliadas sponsor del evento, interactuar con los asistentes.

ZONA FEST



La muestra comercial con **stand en 3D** permitió la interacción importantes firmas proveedoras de potentes herramientas, soluciones tecnológicas, servicios y productos especializados **en toda la cadena de valor del Ciclo de Crédito, Cartera y Cobranza.**



VII Congreso de Insolvencia de Persona Natural no Comerciante - Cartagena

El pasado 29 y 30 de abril de 2021 en el hotel Intercontinental de Cartagena, se desarrolló la jornada presencial del VII Congreso de Insolvencia de Persona Natural no Comerciante, reuniendo en el salón del hotel a 90 personas que disfrutaron del congreso luego de más de un año de confinamiento. Por su parte, de forma paralela, también asistieron 240 personas de manera virtual, quienes se unieron remotamente para participar en el debate sobre las reformas legislativas que fortalecen o debilitan el régimen de insolvencia, de cara a las crisis económicas y financieras que enfrentan los deudores en Colombia.



El congreso es organizado cada año por la Fundación Liborio Mejía y apoyado por el Ministerio de Justicia y del Derecho; la Superfinanciera y la Federación Colombiana de Centros de Conciliación (Fedecentros); también participaron firmas de este ecosistema como Litivo; Tecnología al servicio de la Justicia; Insolvéntate; Chao Deudas; La Universidad Autónoma del Caribe; Reorganiza tus finanzas; Insolvencia Norte de Santander y la Revista Ciclo de Riesgo, medio líder del mundo del crédito y la cobranza.



El evento contó con la participación de la Superintendente de Notariado y Registro, Goethny Fernanda García, entre otros académicos y expertos conferencistas nacionales y extranjeros.



Durante su conferencia, "¿Es la insolvencia la única alternativa? La respuesta del Supervisor"; Juliana Lagos, Directora de investigación y desarrollo de la Superintendencia Financiera de Colombia, se refirió al impacto de la coyuntura en los deudores y las medidas de acompañamiento adoptadas: "El PAD ha cubierto 2.2 millones de deudores (hogares y empresas) con \$35.4b ofreciendo alternativas diferenciadas para su nivel de afectación (...) las soluciones han promovido el hábito de pago. El 93% de la cartera que obtuvo período de gracia o prórroga, en enero ya había retomado su pago habitual y se encuentra al día con sus obligaciones. El 91,3% de la cartera en el PAD se encontraba al día en febrero".



Somos Émerix somos Colombia - Transformando juntos la gestión de la Cobranza

Émerix, firma especializada en tecnología para la gestión de cobranza, de origen argentino y operación en varios países de Latinoamérica, desarrolló un ciclo de 3 webinars, los días 9, 16 y 23 de junio, al que se inscribieron más de 500 altos ejecutivos del mundo de la cartera de diferentes sectores.



El primer webinar "**Cobranza Digital: La nueva era centrada en el cliente**" estuvo a cargo de Antonio Castillo (derecha), Gerente general de Émerix para México y Martín Riera, Gerente de cuentas estratégicas Latam (izq).



De izquierda a derecha, Pablo González, Gerente general Émerix Chile y Felipe Pérez, Consultor durante su webinar: "**Nuevas mejores prácticas para la gestión de la cobranza jurídica**".



El tema "**Análisis en cobranza: El poder de transformar los datos en valor**" fue desarrollado por Silvia Ruiz, Gerente BI & Analytics y a su izquierda Vanessa Tarazona, Consultora BI & Analytics de Émerix.



DRA. ANA MARÍA VILLA ESCOBAR

MÉDICA – DERMATÓLOGA
MEDELLÍN – COLOMBIA

- REJUVENECIMIENTO FACIAL
- REDUCCIÓN DE GRASA LOCALIZADA (PB SERUM)
- MESOTERAPIA CON ANTIOXIDANTES
- RADIOFRECUENCIA,
- NANOPORE,
- HILOS INDUCTORES DE COLÁGENO E HILOS TENSORES
- TOXINA BOTULÍNICA (BOTOX)
- ÁCIDO HIALURÓNICO
- ACNÉ
- ALOPECIA
- MANCHAS DE PIEL
- MELASMA
- DERMATITIS
- HONGOS EN LAS UÑAS

**MEJORA TU PIEL;
MEJORA TU ASPECTO PERSONAL
E IMPULSA TU CARRERA**



ANA VILLA DERMATOLOGÍA

La imagen hoy es algo definitivo;
por eso puedes mejorar tu aspecto personal, a través de múltiples tratamientos, adecuados para cada tipo de piel y edad



CALLE 7 #39-107 CONSULTORIO 1213
TORRE MÉDICAL
TELÉFONO: (57)(4) 4443572 - (57)3193135783
MEDELLÍN – COLOMBIA



Trofeo: Redefine el arte de la velocidad

LEVANTE TROFEO DESDE \$733.500.000*

La intensidad de una tormenta furiosa, bajo su control. Una fuerza espectacular que lleva su experiencia Maserati a niveles sin precedentes. Con su motor V8 alcanza más de 300 km/h, llegando a los 100 km/h en 3.9 segundos. El SUV que con su aroma 100% italiano y su cojinería perforada en cuero Pieno Fiore*, lleva sus sentidos a otro mundo. Desde su lujoso interior hasta su extraordinaria nota del escape se vive una experiencia del ADN de un Maserati.



MASERATI COLOMBIA

Calle 86 No. 11 - 08 Bogotá - Colombia / 57(1) 627 7455 / <https://www.maserati.com/co/es>
info@maseraticolombia.com

©2021 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.

Cobramos tu cartera por 1 USD



Gestionamos tu cartera en etapa de mora temprana, desde el día uno de incumplimiento hasta el día treinta de mora, **por solo un dólar.**

Incluye

Encuestas, obtención y seguimiento de compromisos de pagos, rediferidos, entre otros.



GRUPO MV

📍 Calle 93 # 11A - 28 / Oficina 601 ☎️ (+57 1) 756 00 25 / (+57) 300 313 0151 / (+57) 313 432 7320

✉️ jorgeacorchuelo@mensajesdevoz.co / juancorchuelo@mensajesdevoz.co

Tenemos presencia en: México / Salvador / Nicaragua / Perú / Chile / Guatemala / Panamá / Colombia / Brasil / Ecuador / Honduras / Costa Rica / Venezuela / Argentina / Bolivia / Paraguay / Uruguay / España / República Dominicana