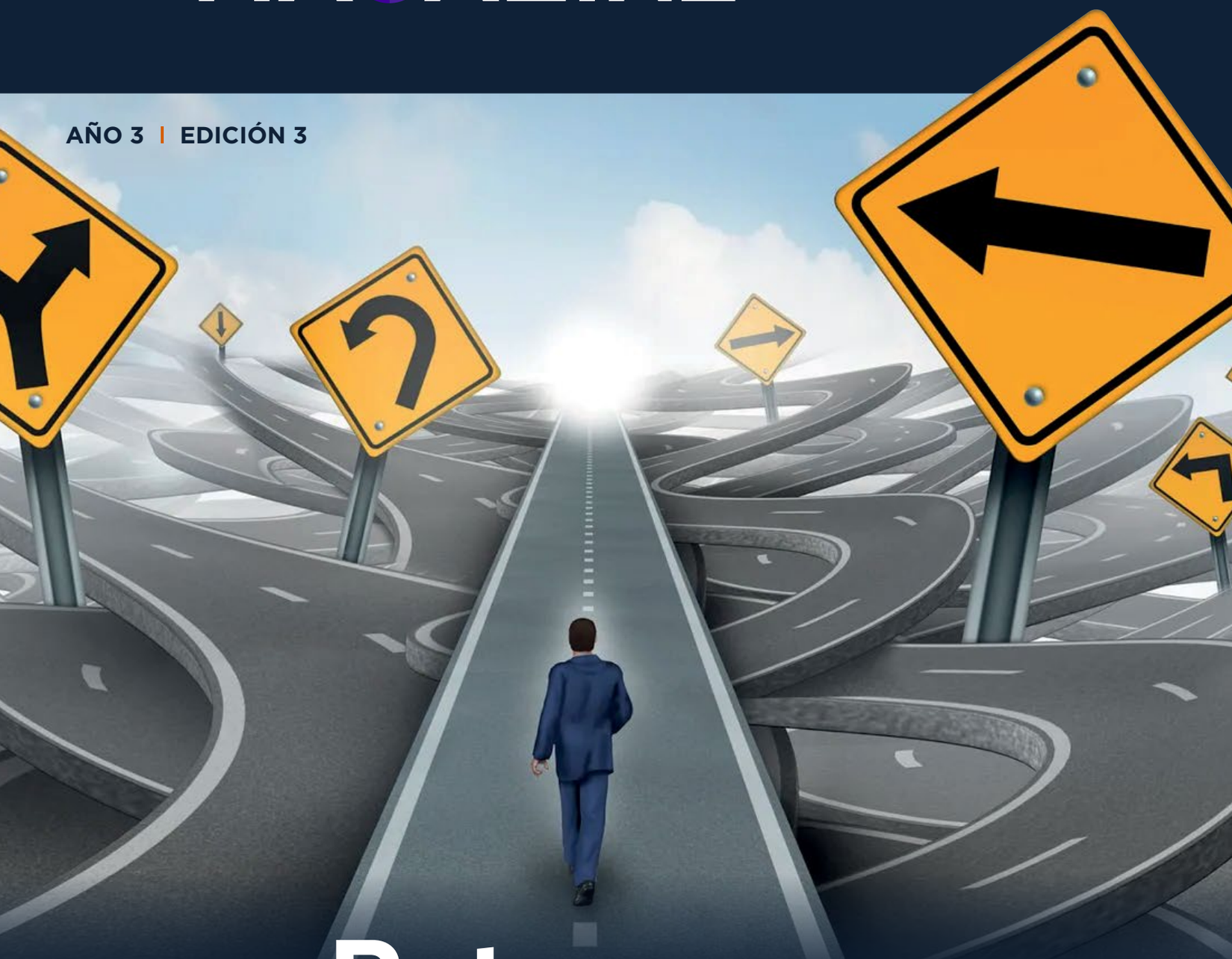
CREVOLUTION® MAGAZINE

AÑO 3 | EDICIÓN 3



Retos y oportunidades,

del ecosistema crediticio en 2024

CRÉDITO EN NÚMEROS
RESULTADOS DEL FINANCIAMIENTO A EMPRESAS AL MES DE SEPTIEMBRE 2023

MOROSIDAD EN NÚMEROS
CIFRAS DE LAS QUEJAS POR MALAS PRÁCTICAS DE COBRANZA

FÁBRICA DE IDEAS
RESUMEN DE CREVOLUTION 2023 EL EVENTO MÁS TRENDY DE LA INDUSTRIA FINANCIERA

Directo

Conectamos a grandes empresas con sus usuarios

Comunicación masiva como nunca has experimentado

Telefonía Directo

SMS Directo

Blaster Directo

Plataformas para Centros de Contacto

- **700+ millones** de llamadas por mes
- **150+ millones** de SMS por mes
- **10 mil** llamadas por segundo
- **3 Data Center** Top Tier

¡Conoce más de Directo!

ESTIMADO LECTOR:

Llegamos a nuestra última edición del año y como siempre, agradecemos tu confianza y preferencia hacia este esfuerzo editorial llamado **CREVOLUTION MAGAZINE**, cuyo objetivo es proveerte de información relevante del sector y acercarte con las mentes brillantes del ecosistema crediticio.

En este número nos adentramos en los retos y perspectivas que nos depara el 2024, año de elecciones, pero más allá de eso, nuestros especialistas coinciden que será un año donde deberá consolidarse el desarrollo de la tecnología como apoyo en el sector financiero.

Así mismo, con la llegada de la inteligencia artificial, el blockchain y el open banking las posibilidades parecen ilimitadas; estamos en una época con cambios vertiginosos y la industria financiera debe aprovecharlos al máximo.

Por otra parte, esta vez tenemos el gusto de compartir contigo, las charlas que tuvimos con mentes brillantes del ecosistema crediticio como lo son Óscar Rosado Jiménez, Presidente de CONDUSEF; Juan Manuel Sadierna, experto en el área de cobranza; José Pablo Camarena, Director General de Bitácora Social México y Carlos Sánchez, quien estuvo en la Dirección General de Riesgos en BBVA, los cuales nos compartieron su visión de las perspectivas del sector para el 2024.

Al margen de estas colaboraciones tan importantes, también podrás encontrar entre nuestras acostumbradas secciones, Morosidad en números, donde te presentamos las cifras de las quejas presentadas ante CONDUSEF por temas de cobranza indebida, así como en Crédito Especializado, Innovación Financiera y Recuperación de Activos, donde expertos en el tema como Joaquín Domínguez de Uala, Javier Guerrero de NUVEI y Arlet Rodriguez de AR SOLUCIONES, compartieron para nuestro público su experiencia en cada tema.

Es así como concluimos este año, deseándote de parte del equipo que conformamos este concepto llamado **CREVOLUTION**, lo mejor para las fiestas y reiterarte nuestro compromiso que en el 2024, seguiremos de la mano contigo para estar siempre a la vanguardia haciéndote llegar el contenido más trendy del ecosistema crediticio así como la opinión de las mentes brillantes que lo conforman.

Gabriel P.

Presidente ICM
Luis Eduardo Pérez Mata

Director Crevolution Magazine
Gabriel Pérez Mata

Colaborador, revisión y corrección de estilo
Victor Paris Hernández Bieletto

Diseño y diagramación
Equipo Gráfico de Crevolution
Supervisión General: Adriana Moguel
Diseño Editorial: Itzel Navarrete

Ventas y Pauta
Daniel Ponce

Relaciones Públicas
Verónica Gil

Tu opinión es importante:
informacion@crevolution.net

Portada:
Shutterstock

Imágenes ilustrativas internas:
Shutterstock
Unsplash
Freepik

CREVOLUTION MAGAZINE, año 3, número 3, es una publicación cuatrimestral, editada por **ICM Consultoría y Capacitación Integral**, S.C. Insurgentes Sur 1863, despacho 301-B, Colonia Guadalupe, Alcaldía Álvaro Obregón, Ciudad de México. C.P. 01020 Tel. 5293- 9507. www.crevolutionmagazine.com, informacion@crevolution.net Editor Responsable: Gabriel Pérez Mata. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, en trámite. ISSN en trámite, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Licitud de título y contenidos, en trámite, otorgado por la Comisión Calificadora de Medios Impresos y Revistas de la Secretaría de Gobernación. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial.

CONTENIDO

Morosidad en números 04
Industria Hoy 08
Mentes brillantes 12
Crédito en números 38
Crédito especializado 46
Recuperación de activos 50
Innovación financiera 64
Fábrica de ideas 72

CREVOLUTION®

LAS MALAS PRÁCTICAS EN LA COBRANZA

PANORAMA ACTUAL CON CIFRAS DE CONDUSEF

Estimado colega, a la luz de las reglas que la Condusef establece y que fueron actualizadas en octubre de 2022, referente a las acciones de cobranza extrajudicial. Te presentamos este artículo donde hacemos un análisis de las quejas respecto de la cobranza que han sido presentadas ante la Condusef hasta el mes de octubre 2023.

Podrás apreciar en las gráficas qué instituciones son las que presentan más quejas en su sector; hay que recordar que si bien la gran mayoría de la gestión de cobro de las instituciones financieras es por medio de terceros (empresas de cobranza), son las entidades financieras quienes deben garantizar que los despachos contratados por estas, no incurran en las malas prácticas señaladas por CONDUSEF.

BANCOS
Iniciamos presentándote la información del sector bancario, podrás observar que el total de quejas es de 17,266 y cuáles son las instituciones que más reclamos por cobranza han recibido, también se presenta el porcentaje que representa del total de quejas recibidas. En ese mismo contexto están integrados los datos de cada sector.

INSTITUCIÓN	QUEJAS A OCTUBRE 2023	%
AZTECA	7006	41
BANORTE	1834	11
BBVA MÉXICO	1522	9
INVEX	1027	6
INBURSA	934	5
OTROS	4943	29
TOTAL DEL SECTOR	**17266**	**100**

LA BANCA DE DESARROLLO:
Aquí se incluye a todas las instituciones que conforman el sector.

INSTITUCIÓN	QUEJAS A OCTUBRE 2023	%
NAFINSA	54	73
BIENESTAR	53	72
HIPOTECARIA FEDERAL	33	45
BANCOMEXT	12	16
BANJERCITO	6	8
OTROS	1	1
TOTAL DEL SECTOR	**74**	**100**

SECTOR SOFOM
Para el tema de las sofomes, la Condusef las divide en SOFOM ENR Y SOFOM ER y de acuerdo con la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) la denominación de cada una de ellas es la siguiente:

Sofomes "Reguladas"
Con la Reforma Financiera publicada en el Diario Oficial de la Federación el 10 de enero de 2014, se incorporaron aquellas sociedades financieras que tienen vínculos patrimoniales con sociedades financieras populares, sociedades financieras comunitarias o sociedades cooperativas de ahorro y préstamo, en adición a aquellas que mantienen vínculos patrimoniales con Instituciones de Crédito. Además, se agregan a este régimen de entidades reguladas, las Sofomes que para fondear sus operaciones emitan valores de deuda inscritos en el Registro Nacional de Valores conforme a la Ley del Mercado de Valores.

También son Sofomes "reguladas" las que, a pesar de no situarse en alguno de los supuestos contemplados en el párrafo anterior, voluntariamente lo deseen y obtengan la aprobación de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), en los términos establecidos en el Artículo 87-C Bis 1 de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito (LGOAAC).

Estas sociedades deben agregar a su denominación social la expresión "sociedad financiera de objeto múltiple" o su acrónimo "Sofom", seguido de las palabras "entidad regulada" o su abreviatura "E.R.", y están sujetas a la supervisión de la CNBV y por la Condusef en las atribuciones que la misma LGOAAC le confiere.

Asimismo, la LGOAAC (Artículo 87-D) especifica las disposiciones que por su propia naturaleza les resultan aplicables a las Sofomes reguladas, de acuerdo con el tipo de entidad financiera con la cual tienen vínculo patrimonial y adquieren su carácter de reguladas.

Sofomes "No Reguladas"
Son aquellas que no se ubican en los supuestos señalados para identificar a las Sofomes "reguladas", y deben agregar a su denominación social la expresión "sociedad financiera de objeto múltiple" o su acrónimo "Sofom", seguido de las palabras "entidad no regulada" o su abreviatura "E.N.R." Además, están sujetas de la inspección y vigilancia de la CNBV, pero exclusivamente para verificar el cumplimiento de las disposiciones preventivas de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo (Art. 95-Bis de la LGOAAC).

Las Sofomes "no reguladas" deben proporcionar la información o documentación que les requieran en el ámbito de su competencia la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), el Banco de México, la Condusef y la CNBV, y pueden ser sancionadas en caso de no proporcionarla dentro de los plazos que tales autoridades señalen, o cuando la presenten de manera incorrecta.

Bajo estas consideraciones se presenta la siguiente información.

INSTITUCIÓN SOFOM ENR	QUEJAS A OCT 2023	%
APOYO ECONÓMICO FAMILIAR	984	11
FINANCIERA INDEPENDENCIA	769	8
MI STORI	644	7
DAIMLER FINANCIAL SERVICES	331	4
RED DE SERVICIOS FINANCIEROS	290	3
OTROS	6259	67
TOTAL DEL SECTOR	**9277**	**100**

INSTITUCIÓN SOFOM ER	QUEJAS A OCT 2023	%
OPCIPRES	485	20
ARRENDADORA Y FACTOR BANORTE	394	16
INVEX CONSUMO	356	15
STM FINANCIAL	244	10
GM FINANCIAL DE MÉXICO	232	10
OTROS	703	29
TOTAL DEL SECTOR	**2414**	**100**

LAS SOCAPS
Las cifras referentes a las Sociedades Cooperativas de ahorro y préstamo son la siguientes.

INSTITUCIÓN	QUEJAS A OCT 2023	%
CAJA POPULAR MEXICANA	57	20
CAJA CERRO DE LA SILLA	33	12
CAJA MORELIA VALLADOLID	26	9
CAJA POPULAR OBLATOS	16	6
CAJA POPULAR SAN JOSÉ DE TLAJOMULCO	13	5
OTROS	139	49
TOTAL DEL SECTOR	**284**	**100**

LAS SOFIPOS
En lo referente a las Sociedades Financieras Populares, estos son sus datos.

INSTITUCIÓN	QUEJAS A OCT 2023	%
KU-BO FINANCIERO	483	22
CAME	407	19
LIBERTAD SERVICIOS FINANCIEROS	406	19
FINCOMÚN	324	15
FINANCIERA MONTE DE PIEDAD	316	14
OTROS	251	11
TOTAL DEL SECTOR	**2187**	**100**

LAS FINTECH
Este sector que es el más reciente integrante del sector financiero presenta las siguientes cifras.

INSTITUCIÓN	QUEJAS A OCT 2023	%
GRUPO FINANSIELL	54	55
COMUNIDAD DE PRÉSTAMOS	13	13
EMPRENDIMIENTOS MAUSSAN Y GONZÁLEZ	11	11
BXL FINTECH	5	5
COMMUNITAS AURUM	5	5
OTROS	11	11
TOTAL DEL SECTOR	**99**	**100**

Al cierre de este artículo el número de quejas procesadas por CONDUSEF, referente a las prácticas de cobranza es de 31,668 que al compararse con el mismo periodo del año 2021 da como resultado una disminución del 11.8% ya que la cifra de quejas fue de 35,912.

FUENTES:
Procesador. (s. f.-b). https://webappsos.condusef.gob.mx/Estad_Pub/ReporteAccAtn.jsp

REGRESAR AL ÍNDICE

INNOVATTIA
Worldwide IT Concept

IMPULSE SUS VENTAS

OBTENGA MÁS INGRESOS

ORDENARIS

Nuestra solución de **comercio electrónico** (Ordenaris), una solución de comercio todo en uno está lista para la **optimización, simplifica el costo y las tareas de mantenimiento**. Puede administrar almacenes virtuales y reales, combinar tiendas y **generar una solución de mercado** completa para su sector industrial.

Venda sus productos en mercados transfronterizos de todo el mundo. **Ahorre tiempo administrando su inventario** en todos los mercados en una sola plataforma.

MULTITIENDA

CUPONES Y PROMOCIONES

SOPORTE 24/7

Contáctanos: Tel.: 52 (55) 3099-4790 E-mail: contacto@innovattia.com

INDUSTRIA HOY

PERSONAS ADULTAS MAYORES TENDRÁN ATENCIÓN ESPECIAL EN BANCOS

Las personas de 60 años y más enfrentan diversos retos en cuanto al uso y atención de productos y servicios financieros. Quizá has visto a tu mamá, tío, papá o algún familiar adulto mayor quejarse del banco porque sus huellas digitales no son detectadas cuando van a hacer algún trámite o probablemente te has dado cuenta de lo vulnerables que están a fraudes financieros.

En la Condusef tres de cada 10 reclamaciones que se reciben son de personas mayores de 60 años, destacó su presidente, Oscar Rosado. Por esto, dijo que es importante que se diseñen protocolos y estrategias para que las instituciones financieras atiendan con calidad y calidez a las personas mayores.

"En todas las instituciones se debería atender a las personas adultas mayores con un protocolo mínimo sobre el cual se garantice la atención con un enfoque empático en el que se comunique, capacite y transmita la cultura de debida atención a los millennials, que son los que el día de hoy atienden a las y los usuarios de este sector, considerando el momento disruptivo para la banca y servicios financieros", destacó.

Se suman más bancos

Este miércoles Santander firmó, junto a la Condusef, un Protocolo para la Atención a personas adultas mayores donde anunció una serie de acciones que implementan en diversas sucursales bancarias distribuidas en todo el país, las cuales tienen sistemas de ayuda y asesoramiento a personas mayores de 60 años.

Con lo anterior este banco se suma a otras instituciones que ya siguen este Protocolo, como Banorte, BBVA y Banco Azteca, además de cuatro afores, entre ellas PensionISSSTE, Citibanamex, Profuturo y Azteca.

Al tercer trimestre del 2023, Santander México tiene 2.2 millones de clientes mayores de 60 años, que representan 11% del total.

El nuevo modelo de atención a este grupo de población incorpora procesos diferenciados, por ejemplo en la validación biométrica, además más de 17,000 personas del banco han recibido capacitación para brindar atención personalizada, destacó el director general de Santander México, Felipe García Ascencio.

Explicó, que con este modelo, en Santander las personas adultas mayores tendrán dentro de las sucursales una atención prioritaria por parte de un ejecutivo que los orientará en sus trámites, dando énfasis en el trato personal antes que el servicio de cajeros automáticos, si el cliente así lo prefiere.

Habrá un especial cuidado en la seguridad para evitar que sean objeto de engaños o fraudes por el uso de canales digitales.

"En la generación de este modelo de atención intervinieron diversas áreas del banco coordinadas por el defensor del cliente Santander, figura única en la banca que funciona como un ombudsman del cliente para encontrar soluciones en los servicios que ofrece el banco; a la par, se creó el Consejo de Diversidad que establece las políticas al respecto, y se estableció un modelo de atención ágil en el contact center que reconoce de forma automática al cliente adulto mayor", señaló.

En esto último cuando una persona adulta, de más de 60 años, llama al banco tendrá atención directa y personalizada sin tener que estar en espera o buscando la extensión que le atenderá.
Sobre esto, Oscar Rosado, presidente de la Condusef, resaltó la importancia de crear atención diferenciada para generar cambios.

Dijo que un call center diferenciado donde después de que el cliente se identifique por los mecanismos de seguridad sea llevado por otra ruta diferente a la tradicional es importante y tiene un gran impacto, y otra cuestión que hace diferencia es la validación biométrica, porque con la edad las huellas se pierden.

"Para que este protocolo tenga éxito lo primero es hacer evidente que tenemos un problema que atender: los adultos mayores, que son parte importante de la clientela.

Plantearlo a las instituciones como un protocolo y llevar a cabo estas acciones harán la gran diferencia. Con los adultos mayores, además de con la clientela en general, lo que importante es la calidad y calidez del producto", puntualizó.

Fuente: Torres, Y. (2023, 7 diciembre). Personas adultas mayores tendrán atención especial en bancos. El Economista. https://www.eleconomista.com.mx/finanzaspersonales/Personas-adultas-mayores-tendran-atencion-especial-en-bancos-20231206-0112.html

COP28: BANCOS DE DESARROLLO OTORGAN 180,000 MDD EXTRA PARA FINANCIACIÓN CLIMÁTICA

Las preguntas que hacemos a empleados de bancos o de una aerolínea ya son considerados 'prompts' que la herramienta Bedrock puede resolver con la IA de Anthropic. Una herramienta presentada ayer provoca una duda: ¿después de este año volveremos a llamar a un call center, y si lo hacemos, nos contestará un humano?

¿Qué es un call center? Para los que nunca han estado dentro de uno, sepan que se trata de un piso de un edificio lleno de 'corralitos', mamparas que sirven para distanciar filas de veinteañeros que generalmente cumplen con la función, por ejemplo, de cambiar la fecha de su vuelo.

Cada uno de ellos porta una diadema útil para hacer o recibir llamadas y tiene cerca una computadora en la que teclea las funciones necesarias para resolver el lío, digamos, de quien acaba de perder su billetera con todas las tarjetas de crédito.

En México, esos negocios pagan alrededor de 10 mil pesos mensuales a sus empleados y resultan una solución de empleo para estudiantes que necesitan pagar la universidad. Aquellos que desde acá atienden a extranjeros en inglés, se convirtieron en una red de recepción de paisanos que ya no pudieron o no quisieron regresar a Estados Unidos y ellos conviven con clasemedieros beneficiados por la educación básica bilingüe.

¿Han llamado recientemente al 'servicio al cliente'? ¿Tuvieron la suerte de hablar con un humano? Ellos están laboralmente amenazados y desde ayer, sus funciones tradicionales entraron probablemente en extinción.

Hay que ir paso a paso. Si ustedes usan Google con frecuencia, saben que el proceso de búsqueda empieza con una pregunta como ésta: ¿Cuándo es el mejor momento para viajar a España?

"Los mejores meses para viajar a España son marzo, abril y mayo (primavera) y septiembre, octubre y noviembre (otoño), ya que el turismo y los precios bajan y el clima es más agradable", me respondió, enviándome a un sitio de Western Union.

ChatGPT me entregó de un golpe todo un análisis de recomendaciones que concluyó con una respuesta más 'humana':

"No hay un 'mejor' momento universal para visitar España; depende de tus intereses, el clima que prefieras, y si deseas evitar o buscar eventos y festivales específicos".

Con la experiencia acumulada, quienes saben de programación de computadoras piensan que lo que los humanos vienen lanzando 'prompts' desde hace tiempo, cada vez que entran al buscador.

Prompt es una palabra para la que no hay traducción directa, pero a quienes saben de tecnología les gusta usarla para referir las peticiones que la gente hace a herramientas basadas en inteligencia artificial.

Desde hace meses, la gente lanza 'prompts' a ChatGPT, para pedir casi de todo, desde escribir un mail con una redacción 'profesional', hasta el guión para hacer una presentación en Powerpoint acerca de los resultados del mes.

¿Esas peticiones a la computadora no se parecen al tipo de solicitudes que hacen ustedes a quien trabaja en un call center?:

¿Cuánto tardan en reponer mi tarjeta? ¿Cuánto cuesta hacer un cambio de itinerario en mi vuelo? Pero hacerlas implica llamar, esperar que alguien conteste y después de minutos y enojos, conseguir lo que uno quiere.

¿Y si esa fricción terminara y todo se solucionará en segundos? Ustedes serían un poco más felices y las empresas ahorrarían dinero.

Adam Selipsky, CEO de AWS, dijo ayer en Las Vegas que para su equipo, las preguntas que ustedes hacen a empleados de bancos o de una aerolínea, ya los consideran prompts que su herramienta Bedrock puede resolver con la inteligencia artificial de Anthropic.

Ésta se conecta a los sistemas de administración de la empresa, hace ajustes, puede cobrar, y todo sin humanos que podrían cometer errores. En minutos.

Durante su evento anual re:Invent, presumió que en la aerolínea o el banco pueden estar confiados en que los datos están seguros en un 'almacén' privado en la nube de AWS.

Lo más novedoso: todo está conectado por medio de una red paralela de internet de banda ancha basada en el "Proyecto Kuiper": una constelación de 3 mil 236 satélites (recuerden que el fundador de Amazon y de AWS, Jeff Bezos, tiene su propia aventura espacial: Blue Origin). Todo, disponible ya. Ojo, no es la única empresa en esa competencia.

Los call centers deben ofrecer nuevos servicios. Es el reto frente a una amenaza tan grande.

Fuente: Torre, J. R. (2023, 29 noviembre). Van por los 'call centers'. El Financiero. https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/jonathan-ruiz/2023/11/29/van-por-los-call-centers/

Fuente: Staff, F. (2023, 5 diciembre). COP28: Bancos de desarrollo otorgan 180,000 MDD extra para financiación climática. Forbes México. https://www.forbes.com.mx/cop28-bancos-de-desarrollo-otorgan-180000-mdd-extra-para-financiacion-climatica/#:~:text=Los%20Bancos%20Multilaterales%20de%20Desarrollo,adicionales%20para%20la%20financiaci%C3%B3n%20clim%C3%A1tica.

COP28: BANCOS DE DESARROLLO OTORGAN 180,000 MDD EXTRA PARA FINANCIACIÓN CLIMÁTICA

Los bancos que acudieron a la COP28 se comprometieron a apoyar a los países en su descarbonización y resiliencia climática.

Los Bancos Multilaterales de Desarrollo (BMD) se comprometieron este lunes durante la Cumbre del Clima de las Naciones Unidas en Dubái (COP28) a destinar hasta 180,000 millones de dólares adicionales para la financiación climática.

Así lo informó en un comunicado la presidencia de la COP28, que señaló que los BMD que han acudido a la reunión de la ONU anunciaron la disposición de ese dinero a lo largo de la próxima década, además de promover una estrategia a largo plazo de instrumentos financieros para apoyar a los países en su descarbonización y resiliencia climática.

También presentaron unos principios comunes para hacer seguimiento de las finanzas positivas para la naturaleza.

La inmensa mayor parte de este dinero, 150,000 millones de dólares, será aportado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), como ya anunció el pasado día 1 de diciembre en una entrevista con EFE el presidente de la institución, Ilan Goldfajn.

Eso supondrá triplicar en los próximos 10 años los fondos del banco destinados a este tipo de proyectos en Latinoamérica y el Caribe.

En la entrevista, Goldfajn indicó que "el Grupo BID se propone así aumentar la financiación climática para América Latina y el Caribe, ampliar el trabajo en bienes públicos globales -como la Amazonía-, catalizar la participación del sector privado y desarrollar nuevos instrumentos financieros para poder movilizar más capital hacia la acción climática".

El presidente de la COP28, Sultán al Yaber, dijo por su parte tras el anuncio de hoy: "Algo especial está pasando en Dubái. El orden de magnitud está cambiando. Hemos dicho que la financiación climática necesita ser reformada y los BMD están atendiendo nuestro pedido. Tengo confianza que tras la COP28 la financiación climática será un pilar central de sus actividades por muchos años más. Estamos mostrando qué podemos lograr cuando estamos centrados en cumplir".

Además del BID, el Banco Mundial, a través de su presidente Ajay Banga, se comprometió a incrementar sus objetivos de financiación climática en un 45% para 2025, lo que significará unos 40,000 millones anuales para esa fecha.

De ese dinero, 9,000 millones de dólares al año, durante dos años, serán dinero nuevo destinado a este fin.

El Banco Mundial también anunció 5,000 millones de dólares para apoyar el acceso a energías limpias a 100 millones de personas en África durante los próximos siete años.

Según la nota de la COP28, las economías emergentes y en desarrollo necesitarán más de 2.4 billones de dólares anuales en financiación climática para 2030.

Por su parte, el Banco Islámico de Desarrollo (BisD) comprometió 1,000 millones para apoyar planes de adaptación en países bajo conflicto, y el Banco de Desarrollo Africano (BDA) presentó un instrumento de 175 millones de dólares para el desarrollo de infraestructura verde en África.

El BDA también presentó otro instrumento de 1,000 millones para dar seguros contra los impactos climáticos a 40 millones de granjeros en el continente africano.

REGRESAR AL ÍNDICE

LAS FINTECH, UNA OPCIÓN PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA.

Estas empresas ganan terreno con su amplia gama de productos dirigidos al mercado que la banca tradicional no atiende; 53% de los adultos carecen de cuenta bancaria: estudio.

La irrupción de las nuevas tecnologías transformó diversos aspectos de la vida diaria, desde la forma de comunicarnos, de cómo compramos y hacemos negocios, hasta hábitos alimenticios, la manera de viajar y un sinfín de actividades cotidianas.

Uno de los sectores que han nacido y cuyo ascenso ha sido veloz es el de las fintech, empresas que emplean la tecnología para "brindar servicios financieros de manera eficiente, ágil, cómoda y confiable", de acuerdo con la definición de la Asociación FinTech México.

El término se forma a partir de la contracción de las palabras en inglés finance y technology.

La asociación precisa que este tipo de empresas dan diversos tipos de servicios financieros y operan en varios mercados. Algunas ofrecen sus servicios directamente a los usuarios y otras dan soluciones para diversas compañías.

El potencial que tiene este sector es amplio, pues hay 57 millones de usuarios en el sistema financiero, muestra el Reporte Anual Fintech 2023.

A pesar del incremento en cuentas de ahorro, adopción de tarjetas de débito o adquisición de productos y servicios financieros en general, la Asociación de Bancos de México (ABM) revela que 53% de los adultos en el país carecen de una cuenta bancaria y siete de cada 10 no tienen acceso al crédito.

De acuerdo con el Reporte Anual Fintech 2023, este mercado ha generado una revolución en la inclusión financiera: "México cuenta con uno de los niveles de bancarización más bajos de la región. Aun así, las fintech han introducido al mercado soluciones que impulsan un cambio. Un estudio asegura que casi 45% de los clientes de las fintech no contaban anteriormente con productos financieros".

El gran mercado que les representa los mexicanos a las fintech surge de la necesidad de atender los sectores que la banca tradicional no cubría.

A estos nuevos competidores "les queda claro que un fragmento de la población tiene la posibilidad de acceso, pero que falta mejorar la adopción. Para resolverlo, los líderes de la industria fintech apuestan a la educación y la concientización financiera", dice Juan Villaseñor, jefe de procesamiento de Stori.

El reporte menciona que uno de los casos de ejemplo es Stori: "Parte de su estrategia es educar a sus clientes en los temas elementales, empezando por qué es y cuál es la función de una tarjeta de crédito. Esto ha sido fundamental para incrementar el acceso y la adopción a esa herramienta. Una parte importante de la población mexicana no tenía clara esta información".

El producto que ofrece es una tarjeta de crédito sin necesidad de consultar historial crediticio, sin anualidad y con aprobación garantizada de 100% y con línea de préstamo que va desde 500 hasta 10 mil pesos, con la posibilidad de incrementar la línea de crédito, dependiendo de tus pagos.

Una de sus principales funciones es la de ayudar a su cliente a mejorar su historial crediticio, para que en un futuro cuente con mejores oportunidades de financiamiento.

Entre sus justificaciones de la firma está que Stori utiliza una mezcla de datos financieros tradicionales combinados con información demográfica del solicitante y de sus usuarios existentes para formar modelos y patrones fundamentados en machine learning que permiten una tasa de aprobación de casi 100% y un negocio sustentable.

Asimismo, existen diversas opciones de educación financiera, como lo es la aplicación Zenfi, que a partir de los datos de los usuarios ofrece una evaluación de la situación de cada persona, así como revisión de su historial crediticio ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT). Esta misma aplicación ofrece recomendaciones de opciones de préstamo, como son la entidad financiera Kueski, AvaFin, entre otras, aunque al igual que otros productos financieros, siempre se deben poner ojo en el cobro de intereses y si le convienen a los clientes.

Asimismo, otro de los jugadores del sector que ha tenido un amplio crecimiento en México es Nu, cuyo producto se ofrece sin cobros de anualidad y que además todo el trámite se realiza, al igual que los anteriores, solamente a través de aplicaciones y de internet.

También existen empresas reparadoras de crédito, quienes ofrecen sus servicios para poner al corriente de sus deudas ante las diversas instituciones financieras tradicionales.

Hay que destacar que son solamente algunas opciones que existen en el mercado mexicano, por lo que es importante que cada usuario revise si están regulados por alguna de las entidades financieras del país.

Fuente: Ramos, D. (2023, 26 noviembre). Las fintech, una opción para la inclusión financiera. El Universal. https://www.eluniversal.com.mx/cartera/las-fintech-una-opcion-para-la-inclusion-financiera/

Retos y oportunidades, del ecosistema crediticio en 2024

REGRESAR AL ÍNDICE

El panorama del ecosistema crediticio está constantemente evolucionando, influenciado por factores económicos, tecnológicos y sociales. Al acercarnos al año 2024, es crucial analizar los retos y oportunidades que enfrentará el sector financiero en términos de otorgamiento de créditos. Este artículo explora los principales desafíos y las perspectivas prometedoras que se perfilan en el horizonte para el próximo año.

No obstante que la pandemia aceleró el proceso tecnológico y hoy contamos con herramientas que años atrás ni siquiera imaginábamos, la realidad es que para el 2024, uno de los retos más importantes que podemos y debemos afrontar son los cambios en las herramientas financieras para apoyar al sector económico del estado y del país, sin duda, de la mano de la tecnología.

El entorno económico global sigue siendo volátil, con la posibilidad de eventos imprevistos que podrían afectar la estabilidad financiera. La capacidad de los otorgantes de crédito para anticipar y gestionar estos riesgos será fundamental en un escenario de cambio constante; este es considerado como un riesgo emergente.

Por otra parte, se encuentra el tema de la ciberseguridad; con la creciente digitalización de los servicios financieros, la ciberseguridad se convierte en un desafío crítico. La amenaza de ciberataques y el robo de datos personales plantean riesgos significativos para la confianza del consumidor y la integridad de las instituciones crediticias.

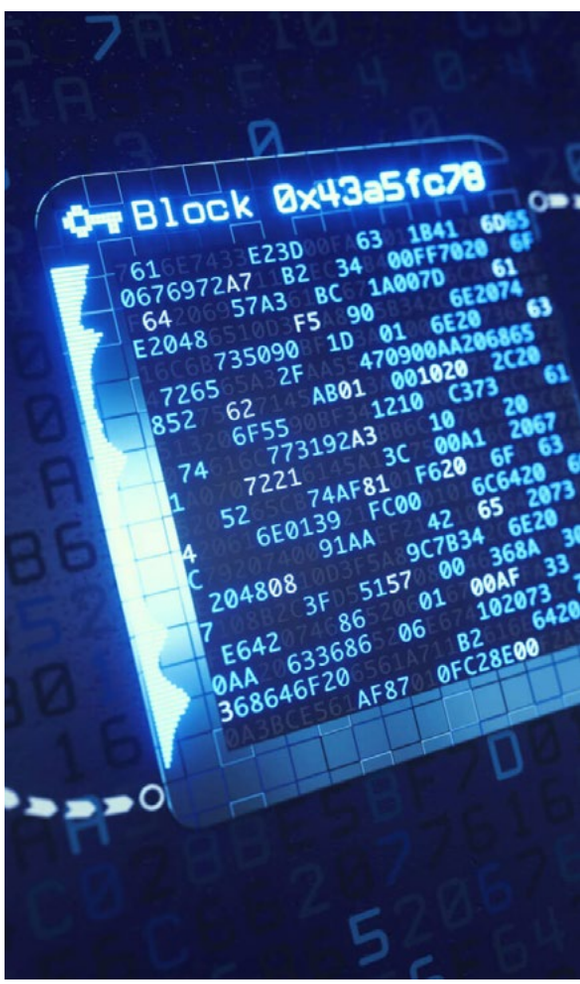
En este tema la cultura preventiva juega un papel fundamental, como nos comenta Óscar Rosado, Presidente de la CONDUSEF, quien la llama "cultura preventiva virtual", que no es otra cosa más que seguir los consejos básicos de sentido común, como no visitar sitios no seguros en la red, no abrir correos sospechosos y establecer reglas mínimas para el manejo de una cuenta bancaria.

Otro de los grandes retos lo veremos en los cambios de la regulación financiera, los cuales pueden tener un impacto directo en las prácticas crediticias. Las instituciones deberán adaptarse rápidamente a las nuevas normativas, lo que podría generar costos adicionales y afectar la eficiencia operativa, "…hoy la gente ya está con una conciencia más amplia de lo que es un crédito, por ello nos tenemos que adaptar a esas nuevas generaciones y tenemos que ser más profesionales y dirigirnos como tales a los clientes", de acuerdo con Arlete Rodríguez, CEO del despacho de cobranza AR Soluciones.

Un reto ineludible a pesar de los avances obtenidos es la inclusión financiera, tema que sigue siendo una asignatura pendiente en muchas regiones. Garantizar el acceso al crédito para segmentos de la población desfavorecidos o sin historial crediticio sigue siendo un objetivo crucial, pero también un desafío logístico y de evaluación de riesgos.

Por otra parte, El Financiero, en su edición en línea, señala que "El panorama actual de la inclusión financiera en nuestro país aún se encuentra lejos de la meta planteada por el plan de trabajo 2022-2023 de la Política de Inclusión Financiera, en la que se busca que por lo menos el 77 por ciento de la población adulta cuente con algún producto financiero en 2024, de tal manera que especialistas apuntan a la falta de cambios regulatorios en el sistema financiero mexicano, para garantizar un mayor acceso al mercado."

En otro orden de ideas, Joaquín Domínguez, Chief Credit Officer (CCO) en Ualá, considera que habrá un crecimiento en los próximos años en México, con el tema del nearshoring, en el PIB per capita y eso va a influir también en la penetración del crédito versus el PIB que hoy tiene México. "Eso se ha visto en otros países con otras situaciones macroeconómicas. Va a generar algo muy positivo para México, que si bien ya está sucediendo, esto se va a potenciar en un lapso de 5 a 10 años."



Y de acuerdo con la mirada de nuestro especialista, José Pablo Camarena, Director General de Bitácora Social México, las instituciones pueden utilizar a su favor la llegada de tecnologías mucho más potentes a la forma de diseñar productos, conocer a las personas y poder hacer una buena gestión de la cartera, a través de la inteligencia artificial, del machine learning y de procesos algorítmicos para diseñar mejores productos y servicios, y adelantarse incluso a las tendencias del mercado.

En ese sentido, la adopción de tecnologías como la inteligencia artificial y el análisis de big data permite una evaluación más precisa del riesgo crediticio. Las instituciones financieras pueden aprovechar estas herramientas para mejorar la toma de decisiones y personalizar las ofertas de crédito de manera más efectiva.

La tecnología blockchain y los contratos inteligentes pueden optimizar los procesos crediticios al proporcionar transparencia, eficiencia y seguridad. La reducción de costos y la agilidad en las transacciones son beneficios clave que estas tecnologías pueden ofrecer.

De igual forma, la colaboración estratégica entre instituciones financieras tradicionales y empresas fintech puede dar lugar a soluciones innovadoras. Las fintechs aportan agilidad y nuevas perspectivas, mientras que las instituciones establecidas ofrecen experiencia y estabilidad.

REGRESAR AL ÍNDICE

VOICES

CONECTAMOS IDEAS, CONECTAMOS EL MUNDO.

RCS

¡Eleva tus conversaciones al siguiente nivel con Rich Communication Services (RCS)!

Los mensajes de texto revolucionaron la forma de comunicarnos, pero ya es hora de dejar atrás su enfoque limitado.

Hoy, deseamos la versatilidad de compartir imágenes, videos, carruseles interactivos, medios de pago, mantener conversaciones y revisar notificaciones de lectura de mensajes.

Rich Communication Services (RCS) hace todo esto posible y ahora la industria móvil de la mano con Google se está uniendo para acercarlo a los usuarios de todo el mundo.

Los SMS han sido un pilar en la comunicación empresa-consumidor. Sin embargo, **RCS** llega para transformar esta dinámica, evolucionando los SMS tradicionales con branding personalizado, contenido enriquecido, interactividad instantánea y análisis detallados.

¡Con **RCS**, ahora las empresas pueden llevar experiencias interactivas directamente a los usuarios!

Es hora de comunicarse de manera más eficiente, impactante y efectiva.

REMITENTE VERIFICADO POR Google

Las empresas verificadas son reconocidas y confiables, lo que respalda la identidad de tu marca para el cliente.

Un eslogan atractivo destaca tu marca en un mercado competitivo.

LOGO PERSONALIZABLE

Un mejor branding permite que los clientes te reconozcan y se identifiquen rápidamente con tu marca.

SEGURIDAD Y CONFIDENCIALIDAD

Protege la información con cifrado de extremo a extremo.

Garantiza la seguridad y confidencialidad de tus datos.

CONTENIDO ENRIQUECIDO

Comparte contenido con imágenes, audio, video, PDF, GIFs y más, ofreciendo mensajes más impactantes y atractivos.

Aumentar la conversión y la retención de clientes.

ACCIONES Y RESPUESTAS SUGERIDAS

Interactúa con tus clientes de manera más efectiva.

Aumenta la participación y la tasa de respuesta.

PAGOS Y COMPRAS

Facilita las compras y pagos en línea, realizando transacciones seguras y rápidas.

¡Adéntrate en el mundo de RCS y descubre cómo tu empresa puede brindar experiencias de mensajería avanzadas que cautivarán a tus clientes!

Contrata este servicio en: www.voices.com.mx | 55 2990 9374 | ventas@voices.com.mx

Aunado a lo anterior, de acuerdo con Carlos Sánchez, quien estuvo en la Dirección General de Riesgos en BBVA, todas las aplicaciones de Fintechs y de financieras están creciendo, dando una gran facilidad para otorgar crédito sin la necesidad de acudir a una sucursal, lo cual crea una competencia que anteriormente no se tenía, surgiendo muchas instituciones que otorgan crédito compitiendo con la tecnología.

Y no podemos dejar de lado el tema de la inflación, ya que afrontaremos la incertidumbre por una posible desaceleración económica; además de una intensa vida pública por el inicio de las definiciones políticas de cara a las elecciones presidenciales y de múltiples cargos en 2024.

Finalmente, encontramos como un reto más el tema de la contactación, como nos comenta Juan Manuel Sadierna, experto en el área de cobranza, quien considera que se ha incrementado la baja contactación con los clientes; actualmente se debe echar mano de la tecnología y buscar los canales adecuados para llegar a todos los clientes, de acuerdo con cada generación, porque, actualmente tenemos 4 generaciones a quienes debemos contactar: Boomers, Generación X, Millennials y Centennials o Generación Z.

Conclusiones:

El año 2024 se presenta como un período desafiante pero lleno de oportunidades para el sector crediticio. La capacidad de adaptación a la tecnología, la gestión de riesgos y la respuesta a las demandas cambiantes de los consumidores serán determinantes para el éxito de las instituciones financieras en este entorno dinámico. La búsqueda de un equilibrio entre la innovación y la estabilidad será clave para aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el futuro del crédito.

Y tú querido lector ¿estás preparado para enfrentar los retos de 2024?

FUENTES:

Ortega, P. (2023, 25 octubre). ¿Qué nos depara el 2024? Visiones y preocupaciones para las uniones de crédito. El Economista. https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/Que-nos-depara-el-2024-Visiones-y-preocupaciones-para-las-Uniones-de-Credito-20231025-0038.html

López, V. (2023, 31 agosto). Especialistas ven necesario un cambio regulatorio en sistema financiero mexicano. El Financiero. https://www.elfinanciero.com.mx/mercados/2023/08/30/especialistas-ven-necesario-un-cambio-regulatorio-en-sistema-financiero-mexicano/

Invitado, C. (2023, 2 marzo). CCE: retos y oportunidades en 2023-2024. El Financiero. https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/colaborador-invitado/2023/03/02/cce-retos-y-oportunidades-en-2023-2024/

MENTES BRILLANTES de Crevolution,

¡Gracias!

por un año más de **nuevos proyectos,**
nuevos récords y muchos **sueños cumplidos.**

NOS VEMOS EN

CREVOLUTION® 2024

SAVETHEDATE

CREVOLUTION **DIGITAL** **7-9 OCT**

10 OCT **PRESENCIAL** EN WTC

Si no tuviste la oportunidad de estar en **Crevolution 2023**
o quieres volver a ver alguna de nuestras conferencias revívelas en:

www.crevolution.net/ondemand/

JUAN MANUEL SALDIERNA

Experto en el área de cobranza

Bienvenido y gracias por darnos este espacio. Cuéntanos un poco acerca de tu trayectoria.

Tengo poco más de 30 años en la industria financiera, y específicamente en cobranza más de 13, principalmente en temas de recuperación de créditos.

Como experto en el ecosistema crediticio: ¿Cuáles fueron los principales retos que afrontó la industria de la cobranza en esta etapa conocida como postpandemia?

Lo que yo he percibido es un crecimiento de la baja contactación con los clientes; se ha complicado poder tener este acercamiento, este primer contacto y tener respuesta; no obstante, se puede entender.

Algunas alternativas de soluciones al problema es el face to face o simplemente que el cliente nos tome la llamada o nos responda la parte de mensajería que se está generando; esa es la parte más delicada que hemos visto, lo cual nos ha llevado a que los indicadores también se vean afectados.

La parte de contactación es de verdad preocupante, ¿qué herramientas o qué acciones se pueden llevar a cabo para tratar de paliar este tema?

Considero que con lo que hoy se tiene y con lo que hemos actuado ha sido suficiente y nos ha dado resultado, pero la evolución de los negocios crediticios y la oferta que hay también para que los clientes accedan al financiamiento, ha complicado un poco tener un mejor contacto; eso por un lado en cuanto a formas o herramientas, y la otra es con el propio cliente, respetando su privacidad, que también cuidamos esa parte, tenemos ciertos límites para no ser invasivos, haciéndole saber que hay otras formas y otros medios para llegar a una solución.

VER ENTREVISTA

REGRESAR AL ÍNDICE

Ya que estamos hablando de la etapa postpandemia, ¿qué tanto está siendo de utilidad la tecnología para recuperar esas carteras y para disminuir la morosidad?

Yo creo que las herramientas que en su momento fueron necesarias y emergentes se están perfeccionando y llegaron para quedarse. Hoy se están utilizando y afinando incluso para mantener ese contacto con clientes en mora y poder ofrecerles todas las opciones que se pudiesen tener.

Lo que se persigue es no solo cobrar la cuenta, sino darle esa atención al cliente, que se sienta bien atendido, que vea la gestión de su cuenta como un servicio y así mantenerlo cautivo; nos conviene más tenerlo como cliente que darle una solución terminal.

Estamos viendo modelos divergentes y una gran cantidad de herramientas que están llegando. ¿Cuáles son los retos que va a enfrentar la industria de la cobranza en el 2024?

Sin duda, la parte de la innovación. La mayoría del ciclo de crédito ya se origina de forma digital, porque más de la mitad tiene canales alternos. Ahora suscribir y hacer un análisis de crédito se hace con todo el comportamiento y todo el análisis de datos, y la parte de la cobranza también debe evolucionar a ello, es decir, adaptarse a esas nuevas formas con las que se originó el perfil del cliente, su edad, la forma en que actúa, etcétera.

Gran parte de los clientes, hoy por hoy, son ya nativos digitales, y si uno va y les toca la puerta, como se hacía anteriormente, simplemente no te van a abrir; entonces, debemos adelantarnos a adoptar todas las facilidades o herramientas, como los softwares que funcionan para facilitar la gestión, de lo contrario nos vamos a ver imposibilitados o limitados para poder estar ahí a ese nivel con el que la cartera se está originando y como se está cerrando el ciclo de crédito.

Mencionas el tema de la edad, y por lo que hemos platicado con algunos otros expertos, la realidad es que estamos cobrándole a cuatro generaciones diferentes de mexicanos: los Baby Boomers, la Generación X, Millennials y Centennials o Generación Z.

¿Cómo poder establecer una estrategia con estas variables que se tienen hoy en la población y que se refleja en la manera en que cada una de ellas percibe el crédito?, ¿cómo poder comunicarse con ellos? Porque no es el mismo canal para los cuatro.

Es correcto, hay que tener el canal indicado para cada uno de los bloques de población para poder asegurar un poco más el éxito en la cobranza. No podemos aplicar la misma fórmula a cada sector porque el éxito de recuperación se vería imposibilitado o limitado, entonces, considerando esas características de la población, es que se deben dirigir las formas, incluso el canal de comunicación debe ser el más a fin con cada bloque, de acuerdo con su día a día.

Por ejemplo, en los segmentos de adultos mayores o Baby Boomers, rara vez les llegamos por la parte digital; utilizamos el correo tradicional o hasta un telegrama que tiene mayor impacto. En cambio, con un joven con su primer crédito y desafortunadamente tuvo algún tropiezo, si le enviamos estos dos que le mandamos al Boomer, difícilmente nos va a atender.

Por eso debemos dirigir las estrategias para que se aplique a cada uno de esos bloques.

Lo que queremos es llamar su atención para que regresen el contacto, y así, tener también listos los canales adecuados, por si su intención es pagar de inmediato y tener la información preparada con cada uno de esos perfiles para la atención.

Con la pandemia se establecieron canales de videoconferencia, como Google Meet, Teams o Zoom, para poder tener esa interacción con el cliente, claro, con todos los filtros de autenticación, para no meternos en temas adicionales de datos personales.

Como sabes, nuestro público está muy enfocado a la industria de crédito y cobranza. Me gustaría que tú, en tu calidad de experto, le pudieras decir a esa gente que apenas va empezando en este sector, ¿cuál sería tu recomendación para poder tener éxito en esta industria?

Tanto en esta industria como en cualquier tema laboral, alguien que vaya comenzando, lo primero es tener el interés, para que lo que vaya a hacer en este día genere valor y al terminar la jornada se sienta satisfecho, y al día siguiente se repita y se repita. A lo que voy es que primero debe haber esa pasión por lo que hagas, sea lo que sea.

Hablando específicamente de la cobranza, debes despertar con interés y con ese compromiso con tu empresa, pero también que vas a hacer algo por tu cliente, le vas a dar una solución, le vas a quitar un problema de encima y te vas a sentir útil y que estás haciendo un bien a la sociedad.

Porque estás solucionando un tema complejo; tal vez el cliente tuvo un tropiezo que le ha ocasionado ese desfase en el cumplimiento de sus pagos y se siente agobiado, y por nuestra parte debemos ser empáticos, escucharlo y darle soluciones. Así, te vas a sentir satisfecho y el cliente se va a sentir atendido; de este modo se empezará a correr la voz de que hay empatía por parte de esta empresa, la cual ofrece soluciones.

Quienes hacemos la cobranza no debemos ser tan rígidos, sino más bien encontrar soluciones al problema. Tú dejas de tener una deuda y yo dejo de tener una cuenta por cobrar.

Y volviendo al punto inicial, como todo en la vida, te debe apasionar lo que haces, buscar la pasión y ahora sí, dar el siguiente paso.

Juan Manuel, agradezco la oportunidad de platicar contigo y de compartir con nuestro público tu conocimiento. ¿Hay algo más que quieras agregar?

Muchas gracias. Ustedes hacen una gran labor de acercar el conocimiento a todos los que buscamos mejores opciones y herramientas. Siempre hay algo por aprender y ustedes son un buen canal y repositorio de conocimiento. Los felicito por esta gran labor.

uFlow
uFlow
El motor de decisiones crediticias 100% cloud más flexible del mercado
Automatiza y haz más eficiente el proceso de toma de decisiones en tu negocio financiero, sin depender del área de IT
Comienza hoy a gestionar de manera autónoma tus politicas de otorgamiento de préstamos
círculo de crédito
API INTEGRATION
powered by aws
uflow
https://www.uflow.biz

CARLOS SÁNCHEZ

Experto en riesgos, recuperación y compraventa de cartera.

Platícanos tu experiencia en el ecosistema crediticio mexicano.

Tengo más de 30 años en la industria financiera, principalmente en bancos; el último en BBVA, dentro de una dirección general de riesgos a cargo de todo lo que era la estrategia de recuperación y la venta de cartera vencida, sobre todo de cartera minorista, así como temas de innovación tecnológica para tener las herramientas necesarias y que los ejecutivos a cargo de la cobranza tuvieran toda la información posible para llevar a cabo su trabajo.

Asimismo, me involucraba con el tema de calidad en la recuperación; yo creo que es un punto fundamental que debe tenerse en todo lo que es la recuperación, y tratar a los clientes como queremos que nos traten.

Desde mediados de 2022 a lo que llevamos del 2023 estamos hablando de una etapa postpandemia, y con relación al ecosistema crediticio, ¿cómo se vio afectada la industria? ¿Consideras que la reacción de la industria financiera ha sido la adecuada?

Ha sido una etapa muy difícil. En primer lugar, nos agarró a todos desprevenidos, pero yo creo que la industria reaccionó de una manera extraordinaria y rápidamente se adecuó a trabajar en casa. Imagínense tener los call centers llenos de personas, trabajando dos turnos, desde las 7 de la mañana hasta las 9 de la noche, y de repente tengas que decir: *todo el mundo se va a casa*… y seguir cobrando, seguir haciendo tu trabajo, y sobre todo, que no se caiga el número.

VER ENTREVISTA

REGRESAR AL ÍNDICE

Creo que toda la industria financiera lo hizo de una manera asombrosa, no nada más los bancos, sino también las entidades financieras y los despachos de cobranza. Fue una parte fundamental que nos acercó al cliente, no descuidar esa parte donde parecía que ya no estábamos cobrando, sino al contrario.

También vimos la parte para solucionar, hubo planes de apoyo muy importantes de parte de la Asociación de Bancos de México, se ofrecían apoyos a las personas que tenían un crédito y que por alguna circunstancia de la pandemia, tenían problemas para pagar sus deudas, entonces, se habló para que los clientes tuvieran estas opciones de poder dejar de pagar en ciertos plazos, y después pagar sin problema.

Eso fue una parte fundamental, de hecho, lo vemos en los índices de cartera vencida del sector, que prácticamente no sufrió merma.

Con base en tu trayectoria de más de 30 años en el ecosistema crediticio, ¿cuál ha sido la mayor aportación que ha tenido el ecosistema financiero? ¿Qué es lo que lo ha hecho evolucionar a esta velocidad? Ahora estamos hablando de créditos digitales, cobranza digital; en tu experiencia, ¿cuál ha sido el elemento que ha hecho que esta evolución sea tan acelerada?

En primer lugar, la facilidad de tener herramientas de conocimiento del cliente mucho más rápidas y poderosas. Por eso la minería de datos es tan importante en el sector; tener datos que anteriormente podía ser muy difícil conseguirlos, hoy los tienes.

Asimismo, también está la parte de contar con información precisa y actualizada de cuánto es el pago, los números de teléfono de contacto, el best time to call, para tener certeza de que van a contestar; y también se tiene la facilidad de los mensajes del WhatsApp; en fin, una serie de herramientas que hace unos 5 o 10 años no se tenía, y se puede explotar de una manera muy rápida.

Por otra parte, está el tema de competencia; cuando otorgas crédito, compites por llevarte al mejor cliente; pero cuando estás en la cobranza también es un tema de competencia de que te paguen a ti antes que a los demás; eso hace que las instituciones, los otorgantes de crédito, los cobradores y los recuperadores se tengan que estar innovando cada vez más, por ejemplo, ver quién tiene el mejor producto para acercar al cliente, o quién es el que tiene la mejor calidad, el mejor speech, la mejor empatía con el cliente.

Hay un tema que siempre nos está preguntando nuestro público, y se refiere al de la compraventa de cartera. En la encrucijada de vender o no vender la cartera, o seguirla gestionando; ¿cuáles son los puntos respecto de los cuales debemos estar muy atentos para saber cuándo es el momento adecuado para vender esa cartera y qué se debe hacer?

Es una pregunta importante y depende de cómo gestiona la cartera de recuperación cada institución.

Realmente la venta de cartera es una herramienta que tienen las instituciones cuando ya se vuelve cada vez más difícil recuperar el portafolio asignado.

Normalmente la venta de cartera se realiza cuando ya la tienes castigada, es decir, ya tienes 100 % reservado ese crédito y entonces cuesta más la administración, que poderla vender y que alguien más la gestione y la recupere.

Siempre es un dilema saber cuándo es el momento adecuado para venderla, porque, como comento, puede depender de cada una de las instituciones.

Hay instituciones, sobre todo en Estados Unidos, que venden la cartera en horas muy tempranas; saben que su proceso es otorgamiento de crédito y entonces venden las carteras a aquellos a quienes pueda interesarles.

En México, evidentemente vender ese tipo de carteras implica también un impacto en saneamientos, por lo tanto, normalmente se venden cuando ya se tiene una cartera castigada, y sobre todo, también a las instituciones que venden cartera, les ayuda a ir limpiando esa parte.

Al tener gestionando créditos con más de 5 años en cartera vencida, su recuperación es cada vez más pequeña, y le dedicas tiempo y esfuerzo, cuando alguien más se le puede dedicar, y de alguna manera, asumir la pérdida, si es cartera castigada.

Entonces, depende de la institución, pero efectivamente es una herramienta que se utiliza cada vez más. Anteriormente era más común que vendieran cartera vencida a los bancos grandes, pero ahora cada vez es más frecuente por parte de las SOFOMES o las Fintech vender su portafolio.

Lo anterior porque saben que esta liberación de recursos administrativos los enfocan a contener; realmente ese es el tema. Yo me dediqué en los últimos 15 años a compraventas de cartera, y precisamente el tema que estoy viendo es que el mercado cada vez se ha sofisticado más; hay más vendedores que antes, porque tampoco tenían los volúmenes de cartera para vender de hoy en día, pero también hay más compradores y estoy viendo que vienen compradores de otras partes del mundo porque es un buen negocio.

Vienen de Latinoamérica e inclusive de Europa porque ven en México una oportunidad para comprar estos portafolios y tener un buen rendimiento. Entonces, realmente sí, es una parte que ha venido creciendo y, sobre todo, sofisticándose.

¿Cómo estamos en México, comparados con el resto de los países que se dedican a la compraventa de cartera vencida?

Bueno, yo te puedo decir que sí se ha venido avanzando; no llegamos a los niveles evidentemente de Europa o de Estados Unidos, en donde las ventas son ya muy recurrentes, ventas muy tempranas. Hay un mercado, digamos perfecto, en el sentido de que hay muchos inversionistas y muchos vendedores, eso hace que también se tengan precios de mercado.

En México hace 10 años eran pocos vendedores y también pocos compradores; eso hacía muy predecible cuando iba a vender cartera a un banco o quiénes eran los compradores, pues eran los mismos casi siempre, lo cual hacía que no te traslaparas o no te empalmaras con otros procesos.

Actualmente ya hay más compradores, sobre todo de la cartera de consumo, como tarjetas de crédito, autos, nómina, lo cual hace que realmente pueda ser un mercado más atractivo, más perfecto, aunque sigue siendo todavía un mercado que puede crecer mucho más, aunado a las nuevas tecnologías de plataformas que permiten tener subastas; eso también puede ayudar a un mercado cada vez más sofisticado.

¿Cómo vislumbras el año 2024 para el ecosistema crediticio? ¿Cuáles serán los retos por vencer? ¿Crecerá la morosidad? ¿Habrá más oferta de crédito? Estaremos en año de elecciones, también es algo a considerar.

Soy optimista; creo que será un año donde el crédito va a seguir presente y continuará creciendo.

El *nearshoring* ayuda a la parte económica, a seguir creciendo como país y eso también trae crédito a las empresas y a las personas físicas; entonces, el crédito va a seguirse dando de una manera cada vez más precisa a los clientes que real-

REGRESAR AL ÍNDICE

mente puedan pagar y tengan esa capacidad. El sistema ha venido sofisticando la manera del otorgamiento del crédito.

Veo también un año muy competido. Todas las aplicaciones de Fintechs y de financieras están creciendo. Hay una gran facilidad para otorgar crédito sin pararte en una sucursal, de manera digital desde tu teléfono; eso crea una competencia que anteriormente no se tenía, y ahora hay muchas instituciones que otorgan crédito compitiendo con la tecnología. Básicamente desde tu teléfono puedes conseguir un crédito, sin acudir a una sucursal y sin firmar absolutamente nada en el papel.

Evidentemente, también las nuevas generaciones, en particular la generación Z, vienen a revolucionar y a ejercer fuerte presión para que todo sea más digital, más rápido, más de forma instantánea. Entonces, yo creo que el otorgamiento de crédito va a seguirse acelerando, y sobre todo, habrá una competencia muy fuerte.

Mi temor es respecto a las altas tasas de interés. Afortunadamente la inflación va bajando; esperamos que el próximo año también empiecen a bajar las tasas de interés, porque eso impacta negativamente a los deudores que tienen una capacidad de pago que fue evaluada antes de las tasas de interés altas, y que tienen una voluntad de pago, pero tal vez se les empieza a complicar por el tema de los intereses.

Afortunadamente los créditos de las hipotecas son tasas fijas, pero los créditos de tarjetas de crédito, sobre todo a tasas variables, pueden ejercer presión al sistema e incidir en cierta proporción en la cartera vencida, y puede haber clientes que empiecen a caer en mora por esa tasa.

Yo espero que las tasas de interés lleguen a bajar en el próximo año y eso va a liberar presión, evidentemente, aunque la cobranza nunca acabará; sin embargo, eso va a ayudar en la recuperación (cuando las tasas empiecen a bajar), y sobre todo, también creo que los bancos deben estar más cerca de los clientes, ofreciéndoles productos, así como detectar el problema para ayudar al cliente a que pueda pagar, principalmente.

Gracias Carlos. Reforzando esta parte que dices, en particular respecto a la cobranza, el último análisis que hicimos aquí en Crevolution Magazine, vimos que sí hubo un incremento en la morosidad, entonces, con lo que tú nos dices, consideramos que es parte del juego. No hay mucho de qué preocuparse y esperemos, como dices, esta parte de la inflación sea controlada junto con todos los factores externos.

Carlos Sánchez, mente brillante del ecosistema crediticio, quiero agradecer que hayas estado aquí con nosotros en Crevolution Magazine. ¿Hay algo más que quieras agregar antes de despedirnos?

Pues nada más agradecerles nuevamente esta oportunidad y el poder conversar con ustedes, es un honor.

ÓSCAR ROSADO JIMÉNEZ

Presidente de **CONDUSEF**

Muchas gracias por atender este llamado de Crevolution Magazine.

Al contrario, gracias, Gabriel por este espacio, por la posibilidad de acercarnos al público que sigue a Crevolution. Es importante que hablemos de finanzas personales, de educación financiera, del mundo financiero que ahorita está tan en boga, en especial con los jóvenes.

Entrando directo en materia, sin duda la pandemia cambió el quehacer humano, hay un antes y un después en la industria financiera. ¿Cómo se está viviendo esta etapa pospandemia?

Yo creo que hay dos grandes momentos que revolucionaron para siempre el sistema financiero en el mundo, y no es un tema solo de México.

Ya de manera sostenida, el internet empieza a crecer a fines de los noventa, es una fase expansiva en todo el mundo, pero realmente el giro, el punto de quiebre, se da antes de la pandemia, hablando del sistema financiero y hablando de transaccionabilidad, es decir, bancos, aseguradoras, administradoras de fondos de retiro y otros intermediarios financieros, pero señaladamente, la banca, que es el gran intermediario financiero por su altísima penetración, por el número altísimo de clientes y, sobre todo, porque maneja una cifra extraordinaria en miles de millones de transacciones.

Si bien, el Internet mueve la transaccionabilidad de las instituciones financieras desde fines de los noventa, algo sucede entre 2010 y 2012, que hace que esto dé un salto, de hecho hay 3 saltos; el primero, con la llegada del Internet; el segundo, entre el 2010 y el 2012, con los smartphones porque estos empiezan el camino para sustituir al plástico.

VER ENTREVISTA

REGRESAR AL ÍNDICE

Y entre 2010 y 2012 empieza esa gradual sustitución por la utilización de los smartphones que se convierten en la mano de los usuarios de los sistemas financieros en el mundo, en el esquema de transaccionabilidad.

El tercer brinco se da exactamente en la pandemia. Ahí ya se conjugan todos estos factores: Internet, smartphones, aplicaciones; y el confinamiento te obliga a realizar más transacciones, y por otro lado, obliga a muchos que no habían utilizado esta posibilidad, a adherirse a esto. Justo en ese momento se da un giro, ese es el primer nodo de lo que nosotros en la CONDUSEF llamamos la *Gran Revolución Financiera.*

El otro nodo es la irrupción del interés de las y los jóvenes. Los jóvenes, a diferencia de los Baby Boomers, la generación a la que yo pertenezco, sí se interesan por el tema financiero, ellos intuyen o razonan que si no se meten a ese tema, si no aprenden, les va a ir muy mal.

A diferencia de mi generación que creía en los Santos Reyes financieros y de que algo milagroso va a pasar, los jóvenes saben que eso es poco probable y que necesitan saber de finanzas personales para, en el caso de la mentalidad de un joven de generación Z o Millennial, poder construir sueños, plataformas, expectativas a 3 meses o a 6 meses, a un año o a 2 años. Para ello hay un boom en redes sociales del tema de finanzas personales.

Hasta hace 10 años en redes sociales solamente había 3 grandes temas: espectáculos, política, deportes, y eso era todo. ¿Qué sucede en los últimos años? La pandemia acelera el proceso, llegan temas nuevos. Yo siempre pongo un ejemplo, que en la pandemia el tema de la gastronomía tuvo un boom, porque de pronto en el confinamiento todo el mundo se quiso convertir en chef; algunos lo lograron, otros no lo logramos.

Pero dentro de los temas nuevos en redes sociales, aparte de esos tres, que siguen siendo los más relevantes, está el tema de las finanzas personales. ¿Quién iba a pensar hace 10 años que un joven iba a generar contenidos de finanzas personales? Era improbable; y más aún, ¿quién iba a pensar hace 10 años que un joven los iba a consumir, los iba a ver, les iba a dar like, a reproducir, a reenviar a alguien más? Eso era improbable.

Entonces, hay dos grandes temas que están revolucionando el sistema financiero; todo lo que tiene que ver con lo digital, que ya expliqué los tres momentos, y el otro tema, que tiene que ver con este apetito de información de parte de las y los jóvenes en el tema financiero, y ahí, si gustas, después te doy un apartado especial de porqué las mujeres, estadísticamente hablando, por ejemplo, con los datos que tenemos nosotros, tienen un mayor interés en el tema financiero, es decir, hay un crecimiento más fuerte en el sector femenino del interés en temas financieros que en el masculino.

Tomando como partida lo que nos comenta, desde hace tiempo se ha venido teniendo un desarrollo en la industria financiera, sobre todo en la parte digital y tecnológica. Esto presupone un reto para la CONDUSEF en la manera de poder apoyar a los usuarios de servicios financieros, y me refiero a temas como la inteligencia artificial y el machine learning. ¿Cómo afronta la CONDUSEF estos retos del desarrollo de la industria tecnológica en finanzas?

Bueno, lo que genera todo lo que ya comenté es inclusión financiera y esta se puede dar por 2 vias, la primera es porque a algunos usuarios de servicios financieros, no tienen opción ya que para recibir sus pago es indispensable tener una cuenta bancaria. En segundo lugar están los usuarios que van llegando al sistema, principalmente millennials y Generación Z, ellos ingresan al sistema financiero porque están respondiendo a sus necesidades concretas de la vida cotidiana, así como de sus expectativas y sueños a corto y mediano plazo.

Y te comento que para todos los usuarios de servicios financieros en esta nueva era, CONDUSEF está preparada para apoyarlos.

¿Qué significa esto para la CONDUSEF?

Pues hay todo un reto porque, en primer lugar, hay más personas, más usuarios de los servicios financieros.

Los usuarios tienen una manera específica para utilizar el celular; por ejemplo, si son diestros, generalmente tienen el celular en el lado izquierdo, utilizan los dos pulgares, es decir, tienen mecanismos específicos de utilización de su celular para realizar transacciones. Ahora ya hay software que permite detectar si ese manejo se modifica, si es así, simple y sencillamente significa que alguien distinto está usando el celular. No sabemos si ese alguien está autorizado o es simplemente alguien distinto, o la información está siendo usada desde otro celular, porque se sustrajo a través de algún programa, en ese momento se encienden las alertas.

En segundo lugar, derivado de eso, hay más cuentas, clientes, pólizas, más productos, pero al haber más productos y transaccionabilidad entre los productos financieros puede haber más posibilidad de error o fraude; el error o fraude lo que genera es queja. La queja en el sistema financiero mexicano se atiende, en una primera instancia, en las unidades de atención especializada, que cada institución financiera autorizada por la Secretaría de Hacienda tiene.

Dicho de manera coloquial, para que se entienda: yo tengo un problema con mi banco y voy directamente al banco o con la aseguradora, primero. Puedo acudir directamente a la CONDUSEF, legalmente se puede hacer, pero la costumbre, la forma de operar de las instituciones, y sobre todo, la costumbre de los usuarios, de la clientela mexicana, es ir primeramente con el banco; si ahí no se resuelve, vienen con nosotros.

Por lo anterior, todo este aumento exponencial que ha habido en el sistema financiero y en productos financieros, lo que genera es quejas. Afortunadamente las quejas han estado dentro de parámetros muy similares a los previos a la pandemia.

Si tú me preguntas si tenemos más quejas de la banca en este momento 2023 que es un año, yo diría ya normal, no de nueva normalidad, sino normal, las quejas en este año de la banca van a ser, en número, similares a las del 2019.

Eso es una buena noticia porque hay más clientes y hay más transacciones. Ahora, ¿cuál sería la parte que ya no es tan buena? Que han ido creciendo los llamados fraudes cibernéticos, es decir, los fraudes bancarios; se concentran más en la banca porque obviamente es donde está el grueso de la clientela y de las transacciones.

Ahí se debe tener mucho cuidado, porque esto es un gran tema, con el machine learning y la inteligencia artificial, pero sobre todo, lo englobaría en el manejo de la Big Data, de esta información enorme, gigantesca que se va acumulando, que te permite no solo colocar y vender productos al segmento de mercado que estés enfocado, eso es correcto y legítimo, pero también te permite establecer mecanismos preventivos que detecten si un cliente tiene un comportamiento transaccional diferente al que comúnmente tiene, y se empiecen a encender alertas.

Ahí tenemos un gran reto para las instituciones financieras del país, para realizar inversiones enormes en Big Data, en software que protejan esta información.
Estamos ya entrando en un esquema donde lo digital te lleva a nuevos retos.
Así como fuimos capaces de crear en el pasado una cultura preventiva en el mundo presencial, tenemos que hablar con nuestros parientes y amigos acerca de la cultura preventiva virtual.

La cultura preventiva presencial, es la que nos enseñaron nuestras mamás y papás: *No lleves alhajas. No vayas a un cajero de noche. No vayas a esa calle o ese barrio; ni te metas porque algo feo te va a pasar. Cuando contestes el teléfono no digas tus datos, sino tú pregunta.* En fin, eso le llamo cultura de seguridad preventiva presencial, la cual nos las enseñaron en la casa y se construyó a lo largo de décadas. Eso lo tenemos que trasladar al mundo digital, porque lo digital es exactamente como lo presencial. Internet es como una ciudad, tiene barrios que los mejor es no entrar, pero hay que hay que generar una cultura preventiva.

REGRESAR AL ÍNDICE

Internet tiene cosas que te ofrecen que es mejor no hacerle caso. En el mundo presencial también se ofrecen cosas que tú mismo sabes son un engaño o que sí entras ahí, lo que están intentando no es venderte, sino robarte algo, eso ya lo sabes. Debemos trasladar la cultura preventiva presencial a una cultura preventiva virtual.

¿Por qué es tan importante hacer estos ejercicios como lo estamos haciendo? Porque nos permite hablar del tema, decirles a todos, en especial a los jóvenes, que Internet es una maravilla, pero igual que en el mundo presencial, tiene zonas oscuras y de alto riesgo. Que no todo lo que brilla en Internet es oro y es real, hay mucha mentira, hay mucha cosa oculta en Internet, como en el mundo presencial; no es que el Internet sea malo.

Tenemos que partir de esa premisa y establecer reglas mínimas para el manejo de una cuenta bancaria, que es el producto más socorrido, que más se mueve y que puede ser donde se enfoca la delincuencia.

Hablaba usted de las quejas. En el ecosistema crediticio hay desde hace tiempo un tema pendiente con la cobranza ilegítima, las malas prácticas y falta de ética de algunas empresas o instituciones para cobrar. CONDUSEF lleva más de 10 años haciendo esfuerzos por regular esta actividad. ¿En qué situación se encuentra esta regulación actualmente?

Mira, es una buena pregunta. Las malas prácticas de cobranza empezaron a ser reguladas desde hace 10 años, había un exceso o abuso. Lo que queremos decir a los usuarios, a la clientela de las instituciones crediticias, es que existe un protocolo y reglas básicas para realizar de una manera correcta la cobranza; no pueden ser amenazados, no se puede utilizar en la cobranza datos que asimilen o hagan caer en la confusión a la clientela de que se trata de instituciones oficiales.

No se puede utilizar amenazas de embargos, por ejemplo. Algo muy importante, no le pueden realizar gestiones de cobranza a tus parientes ni a tus amigos y sobre todo a tus compañeros de trabajo. En CONDUSEF tenemos el REDECO (Registro de Despachos de Cobranza), lo puedes encontrar en Internet, y puedes realizar tu queja en contra de los despachos.

Otra buena práctica que deben realizar los despachos de cobranza que contraten los bancos o las financieras es acreditarse, porque finalmente los bancos registran con CONDUSEF los despachos que ellos contratan para realizar la cobranza.

Cierro mi exposición diciendo que por la pandemia, muchos acreditados desafortunadamente cayeron en impago o en falta de pago oportuno, y las quejas por el tema de despachos de cobranza, en su modus operandi o su forma de cobranza aumentaron. Eso fue un fenómeno temporal entre el segundo semestre de 2020 y primer semestre del 2021; a partir de dicho semestre afortunadamente la situación económica se empezó a regularizar, todo mundo fue cumpliendo sus compromisos y puedo afirmar que desde el segundo semestre del 2021 fueron disminuyendo las quejas de los usuarios con respecto al tema.

En este momento, en 2023, estamos abajo de 2019, a pesar de que hay más cartera de crédito colocada en el mercado.

¿Se podría interpretar que estos resultados son fruto de los esfuerzos realizados, tanto de parte de la CONDUSEF como de las entidades reguladas?

Sí, es un círculo virtuoso. Es lo que ya te comenté, un tema de que en el peor momento de la crisis, en el 2020-2021, se reestructuraron 8 millones de créditos, lo cual liberó presión y muchos que estaban en impago o iban a caer en impago en los siguientes meses pudieron reestructurar y seguir una ruta adecuada para todos.

Y otro factor es que, a diferencia de las 2 grandes crisis que ha habido en el país, la del 94-95 y la de 2008-2009, en la de 2020 hubo, por parte de la clientela de los bancos e instituciones de crédito, y

en general del público en México, un mayor grado de educación financiera, de manejo más adecuado en sus finanzas personales.

En la crisis financiera de 1995, la cartera vencida en crédito al consumo llegó en cierto momento al 30 por ciento. En la crisis del 2009 el nivel de cartera vencida llegó a su punto más alto, en un mes, hasta 8% aproximadamente. En la crisis del 2020-2021, los niveles de cartera vencida nunca llegaron al 5 por ciento.

En este momento el índice de morosidad, de cartera vencida en crédito al consumo, es decir, tarjetas de crédito, está en 3.2 %, es decir, cuando al país y a la economía le van bien, a la gente le va bien, y el mejor indicador no es lo que te digan sino lo que tú percibas en tu bolsillo.

Y hablando de ese tema, ¿cómo vislumbra usted el panorama del ecosistema financiero para el año 2024? ¿Cuáles son los principales retos que se van a afrontar? ¿Cuáles son los planes de CONDUSEF?

Los principales retos tienen que ver con dos cosas fundamentalmente; debemos mantener el nivel de calidad en la atención de nuestras 35 oficinas; atendemos de manera directa y presencial, desde las 8:30 de la mañana hasta las 4 de la tarde. Tres están en la Ciudad de México, las demás hay una en cada entidad federativa salvo Chihuahua que tiene dos por su tamaño, una en la capital y otra en Ciudad Juárez.

Debemos mantener una calidad de atención a los usuarios que se acerquen, no solo por una queja; muchos usuarios se acercan en busca de asesoría u orientación, y no necesariamente una asesoría, una orientación, una duda, se convierte en una queja.

Este es el reto, mantener y mejorar la calidad de la atención. Que quienes no quieran asistir o no tengan tiempo de asistir por tema laboral, pero sobre todo, aquellos que viven fuera de las ciudades donde estamos, que lo puedan hacer a través de Internet. Pueden depositar su queja en el portal de queja electrónica de la CONSUSEF, en nuestra página **www.conducef.gob.mx.**

Y también, si se trata de una duda, de una pregunta o simplemente de una asesoría, que no es realmente una queja, tenemos dos canales: el chat en línea, el cual opera desde nuestra página web, de lunes a viernes, de 9 de la mañana a 6 de la tarde, ahí puedes entrar y empezar a hacer preguntas, interactuar; asimismo, tenemos un call center, de lunes a viernes en el mismo horario que el chat en línea, el número es 5553400999.

En resumen, son 3 canales de atención: presencial, en línea y por teléfono a través de nuestro call center.

Le quiero agradecer el tiempo que nos ha dedicado; sé que tiene una agenda muy apretada y lo valoramos mucho. ¿Hay algo más que quiera agregar?

Solo invitarlos a que conozcan la oferta en línea gratuita que tenemos en nuestra página web, son cursos y diplomados de educación financiera. Los pueden tomar desde el celular. El primero se llama: Educación financiera para todos, dura máximo 8 horas. Te va a explicar con peras y manzanas, cómo iniciar el camino del manejo de las finanzas personales. Lo único que se requiere es saber leer y escribir, y las cuatro operaciones básicas.

Tenemos otro más breve, se llama Proyecto Minerva y pueden bajarlo como una aplicación para su celular. Es un producto en línea gratuito, dura 5 horas máximo, está dirigido a mujeres y tiene perspectiva de género. El objetivo es iniciar a las mujeres en esta ruta conectando el manejo de las finanzas personales con la libertad financiera y con la libertad personal. No habrá libertad personal para las mujeres, sino construyen libertad financiera.

El manejo de las finanzas y el conocimiento las empodera y les puede ayudar en un momento dado de su vida a liberarse de relaciones tóxicas, personales y laborales. Entonces, para las mujeres el tema de conocimiento de finanzas personales va más allá de lo financiero, puede ser un tema de proyecto de vida, de calidad de vida.

Si para los hombres, saber de finanzas personales y saber manejar el dinero puede ser un tema necesario, para las mujeres es imprescindible.

Por último, te comento que en los productos que ofrecemos ya no existe brecha de género; son más las mujeres que están interesadas en nuestros productos de educación financiera que hombres. Creo que las mujeres razonan o intuyen que el tema financiero es parte de la construcción de su libertad personal.

REGRESAR AL ÍNDICE

icm AI Simulator

Powered by zenarate

El simulador basado en **inteligencia artificial** que **revolucionará** la forma de entrenar a tu **equipo de cobranza.**

Con **ICM AI Simulator** **mejorarás el rendimiento** del aprendizaje de los equipos de **call center** hasta un

91%

¡Espéralo!

55 66 510 100

55 6448 6025

informacion@icmcredit.com

JOSÉ PABLO CAMARENA

Director General de **BITÁCORA SOCIAL MÉXICO**

Bienvenido, muchas gracias por compartir tu experiencia con nuestro público, y con lo que quiero empezar es preguntándote, ¿quién es José Pablo Camarena?

Muchas gracias a todo el equipo de Crevolution por la invitación y por esta plática. Soy director de Bitácora Social. En la parte profesional yo me titulé de 2 carreras, mercadotecnia, y Lengua y Literatura, y si me das a escoger una escogería Lengua y Literatura sin dudarlo. Estoy convencido que las Humanidades es algo muy interesante y que refleja su valor en el día a día, y aquí hago el match con lo que me he dedicado en los últimos años, lo cual es entender desde la condición antropológica a las comunidades, sus conductas y a las personas que las integran, para de esta manera poder tener el panorama amplio de sus cambios de hábitos y demás.

Además de haber estado en mercadotecnia y literatura, hoy me dedico mucho a la investigación cualitativa, la investigación antropológica. En la parte personal te comento Gabriel que tengo 2 perritas Chow chow, me gusta jugar fútbol y soy devorador de libros, básicamente eso sería como el resumen ejecutivo de mí.

Entrando en materia, este año ha sido especialmente retador para la industria de crédito y cobranza; ¿cuáles han sido, en tu perspectiva, los retos que ha tenido la industria y cuáles vienen?

Lo que he identificado en el ecosistema de crédito y cobranza es que la balanza se ha cargado más hacia la parte de los buenos pagadores, de la cobranza, de la gestión de pagos, de la gestión de cómo las personas administran tanto su riesgo, sus créditos o sus productos financieros.

VER ENTREVISTA

REGRESAR AL ÍNDICE

Uno de los retos es que las diferentes instituciones financieras han puesto sobre la mesa cómo conocer mejor a los consumidores para poder prevenir carteras vencidas, cómo gestionar mejor los procesos de cobranza, cómo utilizar su información de manera mucho más sostenible para tomar mejores decisiones de crédito y también conocer mucho mejor a los consumidores.

El segundo, la llegada de las Fintech, que tienen otra perspectiva, más dinámica, lúdica y que empezaron a quitar todas estas cuestiones que había de la institucionalización de los créditos, las letras chiquitas, y entonces esa parte también generó ciertos movimientos en el mundo bancario porque empezó a haber una carrera de ver quién coloca mejores créditos o quién atrae más consumidores.

Y el tercer reto, que apenas va generándose, y nos va a abarcar los siguientes años, es la llegada de tecnologías mucho más potentes a la forma de diseñar productos, conocer a las personas y poder hacer una buena gestión de la cartera; en resumen, la inteligencia artificial, cómo a través de machine learning, de procesos algorítmicos y en esta carrera de inteligencia artificial, pueden utilizar las instituciones esa tecnología a su favor, para poder diseñar mejores productos, mejores servicios y poder adelantarse incluso a tendencias del mercado.

La última y con esto termino esta parte y que además les pegó a algunos bancos, fue la parte del dólar, la recepción de remesas, la recepción de dinero del extranjero; de repente las personas dejaron de consumir tanto dólar, porque obviamente había una baja, una deflación del dólar con el peso. Yo identificaría esas como las más relevantes.

Mencionas estos nuevos conceptos que se están utilizando en la industria financiera, como machine learning. Te quiero preguntar sobre esto: ¿El Open Finance y el Open Banking, cómo han cambiado o cómo pretenden cambiar al ecosistema crediticio?

Bueno, lo que he identificado es que a través de la generación, no solo de la data, sino del análisis mucho más lógico, interpretativo y profundo de dicha data e información, lo que están haciendo las instituciones financieras es poder ser más sostenibles, por ejemplo, en costos, poder reducir tiempos a través del intercambio de información, para tomar decisiones, y además, poder ecualizar estas cuestiones de acceso de digitalización y demás.

Yo tengo dos reservas, con la parte de Open Finance; hay una tendencia natural a que cuando empiezan este tipo de nuevos conceptos o prácticas, casi siempre se diseñan en escritorio y corporativo, en las instituciones financieras y se pierde de vista al usuario final. Y entonces estamos empezando a platicar muchísimo sobre compartir información y extraer todo lo que sale en redes sociales y poder tener tus gastos, tus entretenimientos, tus consumos, poder hacerte como una especie de perfil ideal para poder colocar mejores créditos.

Y la parte del Open Finance y del Open Banking, del open data, tiene ese problema de que si no pones al usuario al centro puedes tener muchísima información, excelentes algoritmos y un gran software, pero no vas a poder predecir cambios de hábitos, no vas a poder predecir conductas inusuales o no vas a poder predecir cómo de repente el individuo se piensa en colectivo o se piensa como persona o se piensa como parte de una comunidad más amplia.

En ese sentido, cuando se habla hoy del Open Finance, lo que yo creo que hay de mucho valor es toda la data e información que ya hay allá afuera, poderla capitalizar de manera muy responsable, muy ética y de forma muy organizada para realmente generar esto que es inclusión financiera, democratización del uso de las instituciones bancarias y la parte del acceso a todas las personas.

Con esto que nos estás diciendo y en tu calidad de experto en el manejo de la data, ¿cuáles serían las mejores prácticas para manejar el volumen de información que hoy se gestiona en el ecosistema crediticio? ¿cómo deben gestionar esta data las entidades?

Yo pensaría que hay una parte moral y una parte legal; evidentemente, en la parte legal se deben generar procesos legales, administrativos, jurídicos, que le permitan a las instituciones financieras no solo captar esa información, sino ser responsables con ella en voz de los usuarios. A veces no leemos los términos y acuerdos, le damos "aceptar" y ya entregamos toda nuestra información que anda circulando y aparentemente lo aceptamos de forma voluntaria pero más bien fue inconscientemente, entonces esa parte podríamos decir que es como pedagógica y creo que es muy interesante.

Y hay una parte moral en esta competencia de las instituciones financieras para otorgar más créditos, tener más clientes, capitalizar a más consumidores, pues creo que hay una tendencia o una especie de tentación utilizar la mayor información posible y ver toda la data de nuestros consumidores, y si yo tengo más data que tú, mejor no te la comparto, o me espero en compartírtela y empiezo a colocar créditos e incluso a veces créditos que sabemos que las personas no van a poder pagar, pero que por colocación y para llegar al número lo voy a tener que hacer.

Creo que ese punto es interesante, el usuario final, las instituciones, pero todas las personas que están en el intermedio, asesores financieros, personas en caja, puntos de venta, brokers que tienen que ser de cierta manera sensibilizados e inducidos a mejores prácticas también, hacerlos responsables de que son la cara, el intermediario y el vínculo entre la información de las opciones financieras y los datos de las personas; ahí yo mezclaría un poco lo ético y lo moral con lo legal y administrativo.

¿Cómo percibes que se va a comportar el sistema crediticio en el año 2024? ¿Cuáles son los retos? ¿Cuáles son las metas por alcanzar el próximo año 2024?

Uno de los retos, sobre todo pensando en México, va a ser la parte política la cual tendrá sin duda un impacto directo, a lo mejor en tributaciones distintas, en la parte de cuestiones diferentes en términos legales, la relación con las instituciones financieras de los seguros y demás.

Creo que va a ser un reto importante; dependiendo de qué "corcholata" sea la que llegue a la recta final, será lo que harán las instituciones financieras; por otra parte, el consumidor, cuando hay cambio político, tiende a retraerse un poco en su economía hasta ver qué es lo que va a pasar.

Probablemente en esa época de elecciones las personas no van a estar tan dispuestas a sacar créditos hasta no saber cómo se van a comportar las instituciones y el cambio político.

Otro de los retos importantes del año que viene, va a ser esta carrera informática para ver quién genera los mejores procesos de inteligencia artificial, los mejores procesos de machine learning, los mejores procesos tecnológicos que ayuden a tener mejores aplicaciones celulares, mejor digital banking y mejor acercamiento con el cliente. Creo que va a ser muy interesante y relevante la presencia de nuevos competidores.

Hay muchas startups que están empezando a dar créditos a la palabra, que están empezando a dar microcréditos, se están acercando a la parte mucho más especializada y atomizada de los perfiles. Ese creo que va a ser un gran reto y yo sumaría un último: Pensiones y jubilaciones en adultos mayores. Para quien no lo sepa, el bono poblacional de México va cambiando y se va convirtiendo en una pirámide invertida. Va a haber muchos adultos mayores con capacidad financiera y no estamos pensando en ellos, y en contraparte, hay cada vez más jóvenes acercándose a su primer crédito, generando score crediticio.

En ese sentido, quien capitalice primero a los jóvenes en términos de estatus de administración financiera y de beneficios, va a ganar la carrera, mínimo para los siguientes 5 o10 años, cuando los jóvenes se conviertan adultos.

Podemos entender, por esto último que mencionas, que estaríamos en un mercado, por llamarlo así, polarizado. Los adultos mayores con capacidad por un lado, y los jóvenes que van iniciando, tal vez sin tantos recursos.

Sí, incluso yo agregaría que no solo sería polarizado, sino sería como en paralelo, es decir, personas con necesidades, consumos, capacidad financiera, pero con expresiones diferentes y necesidades distintas en donde quieren utilizar sus productos financieros. Entonces sí sería polarizado, pero al mismo tiempo también sería paralelo y hasta dicotómico, como dos cosas, sucediendo de manera simultánea.

En ese sentido, yo creo que esta polarización se podría reducir cuando tienes una buena comunicación empresarial, tienes buenos productos y diseño de servicios y cuando tienes una propuesta de valor que sí sea diferenciadora en el mercado.

José Pablo, una vez más quiero agradecer que te hayas dado este tiempo para Crevolution Magazine. Antes de despedirnos, ¿hay algo más que quieras agregar?

Solo agradecerles tanto por la invitación; ojalá nos veamos el siguiente año, es un gran espacio, un gran foro y lo interesante es poder seguir compartiendo información, conocimientos y demás. Entonces no me queda más que agradecerles y nos vemos en la próxima.

REGRESAR AL ÍNDICE

NPLMARKETS

VALUACIÓN Y ANÁLISIS

PREPARACIÓN DE DATOS

MARKETPLACE

La

PLATAFORMA INTEGRADA

para Activos de Crédito

REPORTING

www.nplmarkets.com

info@nplmarkets.com

2.5bn GBV negociados

60bn GBV activos administrados

WINNER

2023 FINALIST

FINALIST

TOP TRADING SOLUTIONS PROVIDER IN UK 2023

UNICO
¿Sabía que
la identidad digital
puede reinventar
su negocio?

Una forma única de compartir seguridad. Un paso adelante de los defraudadores, detén hoy mismo fraude adicional con certeza a través de inteligencia colectiva y de comportamiento biométrico.

Somos un unicornio brasileño centrado en la identidad digital que ha recibido inversiones de fondos como General Atlantic, SoftBank Latin America Fund y Goldman Sachs Asset Management, y ha sido reconocido en el ranking CB Insights Fintech 250.

4.4M intentos de fraude fueron evitados en 2022.

Cada segundo, 7 brasileños son identificados por Unico.

Más de 30M de identidades validadas cada mes.

ROI de Unico Check de 143x (basado en datos de ahorro e ingresos en 2022).

*Datos del mercado brasileño.

Descubra cómo impulsar su negocio. Descubra Unico.

Comportamiento del financiamiento a Empresas durante el 3er trimestre 2023

Estimado lector, en esta sección te presentamos, los principales resultados de la Encuesta Trimestral de Evaluación Coyuntural del Mercado Crediticio realizada por el Banco de México para el periodo julio – septiembre de 2023 de esta información podemos destacar que:

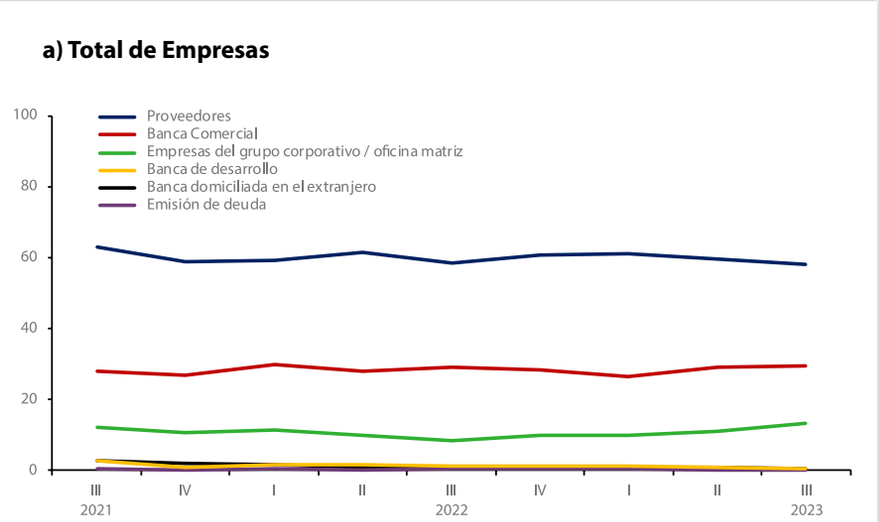
- Con relación a las fuentes de financiamiento utilizadas por las empresas del país en el trimestre que se reporta, 58.1% de las empresas encuestadas señaló que utilizó financiamiento de proveedores, 29.3% usó crédito de la banca comercial, 13.3% señaló haber utilizado financiamiento de otras empresas del grupo corporativo y/o la oficina matriz, 0.3% de la banca de desarrollo, 0.4% de la banca domiciliada en el extranjero, y 0.1% por emisión de deuda.[2]
- En lo que respecta al endeudamiento de las empresas con la banca, 36.3% de las empresas indicó que contaba con créditos bancarios al inicio del tercer trimestre de 2023.
- El 15.2% de las empresas utilizó nuevos créditos bancarios en el trimestre de referencia.
- El conjunto de empresas que utilizó nuevos créditos bancarios expresó haber enfrentado condiciones más favorables a las del trimestre previo en términos de los plazos y los montos ofrecidos. En cuanto a los tiempos de resolución del crédito, las condiciones para refinanciar créditos, los requerimientos de colateral, así como en las comisiones y otros gastos y las tasas de interés, las empresas percibieron condiciones menos favorables respecto del segundo trimestre de 2023.
- Por su parte, las empresas encuestadas destacaron que los problemas más apremiantes que afectaron su entorno económico durante el tercer trimestre de 2023 estuvieron relacionados con las ventas, la competencia y la disponibilidad de mano de obra.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO POR TIPO DE OFERENTE

Los resultados de la encuesta indican que las dos fuentes de financiamiento más utilizadas por las empresas son los proveedores y la banca comercial. En el tercer trimestre de 2023, la proporción de empresas del país que utilizó financiamiento de proveedores disminuyó (de 59.4% de las empresas en el trimestre previo a 58.1% en el trimestre que se reporta), mientras que aquella que señaló haber usado crédito de la banca comercial aumentó (de 28.9% de las empresas en el trimestre previo a 29.3% en el trimestre que se reporta).

En lo que toca a otras fuentes de financiamiento, 13.3% de las empresas encuestadas reportó haber utilizado financiamiento de otras empresas del grupo corporativo y/o la oficina matriz (10.9% en el trimestre previo), 0.3% de la banca de desarrollo (0.9% en el trimestre previo), 0.4% de la banca domiciliada en el extranjero (0.6% en el trimestre previo), y 0.1% de las empresas reportó haber emitido deuda (0.1% en el trimestre previo).

GRÁFICA 1
Fuentes de Financiamiento Utilizadas por las Empresas en el Trimestre
Por ciento de empresas que utilizaron cada fuente de financiamiento[1/]



1/ Estas cifras se refieren a la proporción de empresas que utilizó la fuente de financiamiento mencionada, no a la estructura del financiamiento de las empresas.

REGRESAR AL ÍNDICE

Masiv
A Route Mobile Company

Meta
Business Partner

01 Aumenta la colocación de crédito

02 Personaliza tus campañas

03 Comunicación Omnicanal

04 Aumenta tu tasa de recaudo

Interactúa con tus clientes en el momento adecuado y a través de su canal preferido con nuestra plataforma **Omnicanal.** Complementamos los canales con herramientas innovadoras que te ayudan a alcanzar tus objetivos.

CONTÁCTANOS

www.masiv.com

Masiv

Masivsolutions

Masivsolutions

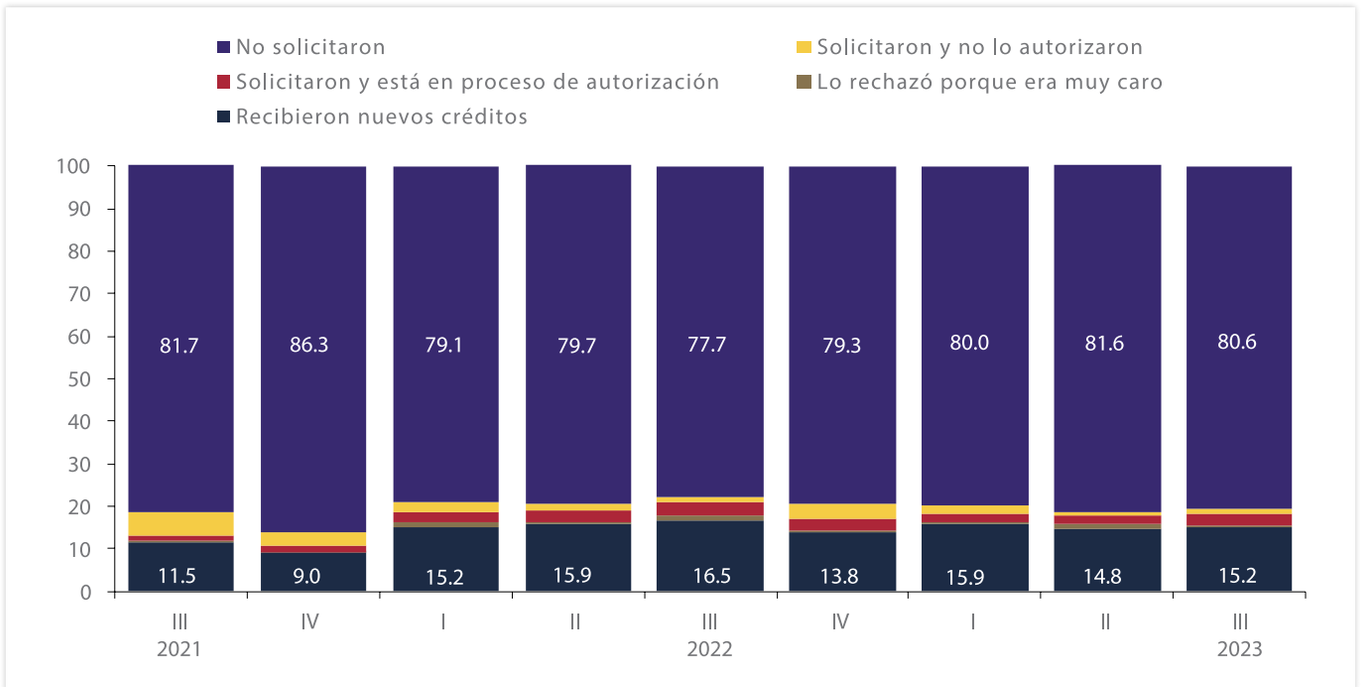
CRÉDITO BANCARIO

Los resultados para el tercer trimestre de 2023 muestran que 36.3% del total de las empresas encuestadas contaba con créditos bancarios al inicio del trimestre (37.4% en el trimestre previo).

El porcentaje de empresas que utilizó nuevos créditos bancarios en el trimestre de referencia fue de 15.2% (14.8% en el trimestre previo.

GRÁFICA 2
Empresas con Endeudamiento Bancario al Inicio del Trimestre
Por ciento del total de empresas

ESTRUCTURA DE LAS SOLICITUDES DE CRÉDITO BANCARIO



PERCEPCIÓN SOBRE LAS CONDICIONES DE ACCESO Y COSTO DEL CRÉDITO BANCARIO

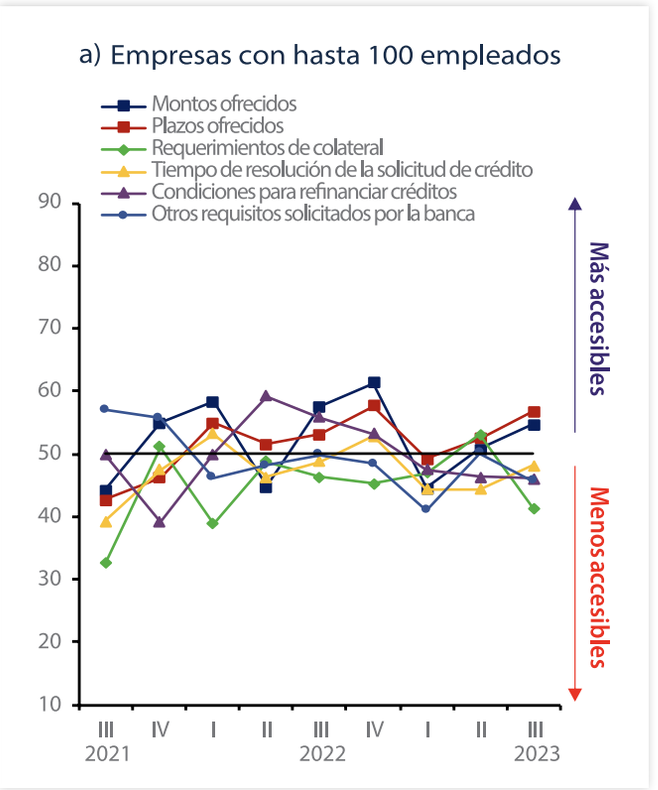
A continuación, se presentan algunos resultados sobre la percepción de las empresas encuestadas respecto a las condiciones de acceso y costo del crédito bancario a través de índices de difusión.7

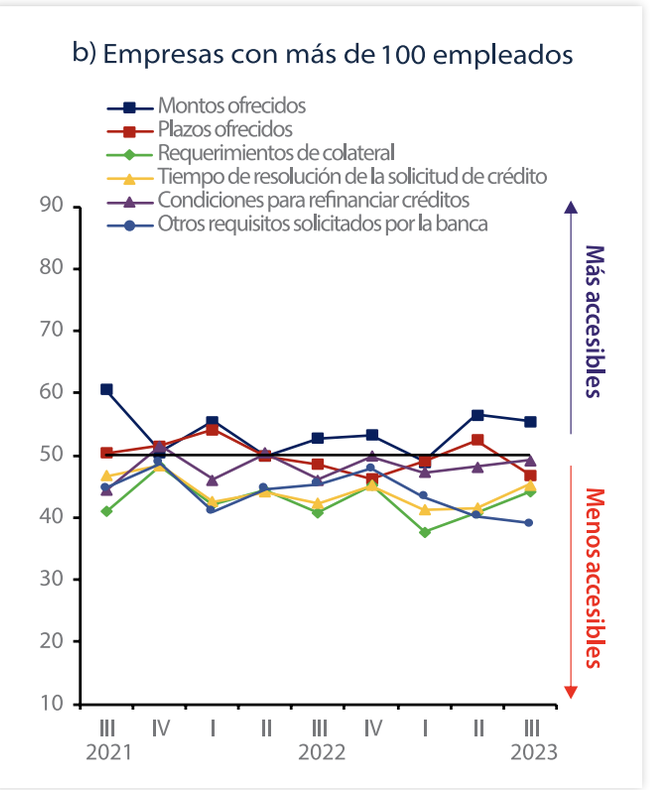
Para el total de las empresas encuestadas que utilizaron nuevos créditos bancarios (15.2%), los índices de difusión que miden la percepción acerca de las condiciones de acceso al mercado de crédito bancario en el trimestre actual respecto del trimestre previo indican condiciones más accesibles en términos de los plazos (55.2 puntos) y los montos ofrecidos (54.8 puntos). Finalmente, los tiempos de resolución del crédito (47.8 puntos), las condiciones para refinanciar créditos (46.6 puntos), los requerimientos de colateral (41.9 puntos) y los otros requisitos solicitados por la banca (44.6 puntos) fueron percibidos como menos favorables respecto del trimestre anterior.

Respecto de las condiciones de costo del crédito bancario en el trimestre actual respecto del trimestre previo según la percepción del total de las empresas encuestadas, estas presentaron un balance menos favorable en términos de las comisiones y otros gastos asociados al crédito bancario (42.0 puntos) y de las tasas de interés (38.9 puntos).

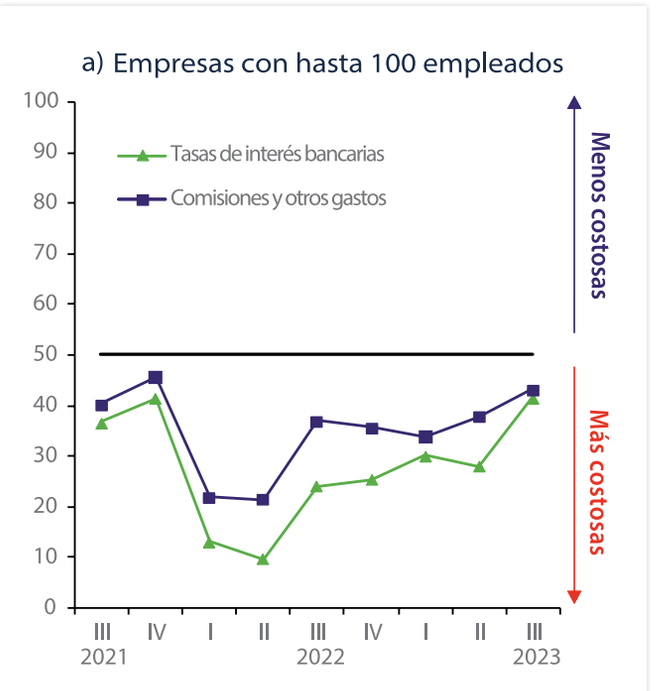
REGRESAR AL ÍNDICE

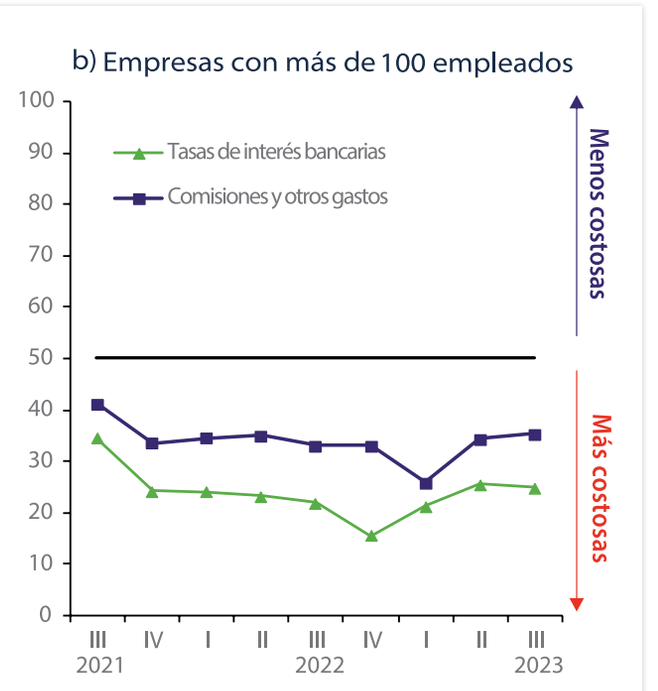
Percepción sobre las Condiciones Generales de Acceso del Mercadode Crédito Bancario
(Empresas que utilizaron nuevos créditos bancarios)





Definido como la suma del porcentaje de empresas que mencionó que fueron más accesibles más la mitad del porcentaje de empresas que indicó que no registró cambios. Bajo esta métrica, cuando el valor del índice de difusión es superior (inferior) a 50 significa que un mayor número de empresas señaló que percibió condiciones más accesibles (menos accesibles) en la variable relevante, en comparación a la situación observada en el trimestre previo.





Definido como la suma del porcentaje de empresas que mencionó que fueron menos costosas más la mitad del porcentaje de empresas que indicó que no registró cambios. Bajo esta métrica, cuando el valor del índice de difusión es superior (inferior) a 50 significa que un mayor número de empresas señaló que percibió condiciones menos costosas (más costosas) en la variable relevante, en comparación a la situación observada en el trimestre previo.

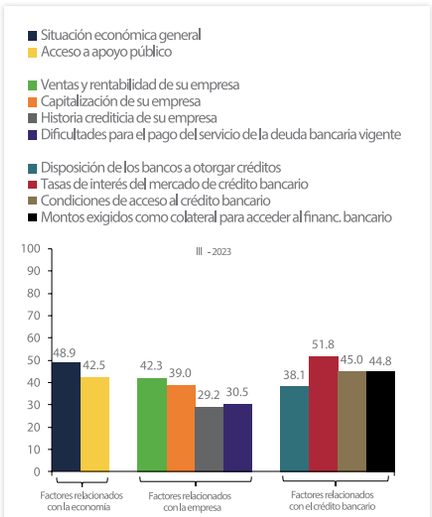
REGRESAR AL ÍNDICE

FACTORES LIMITANTES SEGÚN LAS EMPRESAS PARA UTILIZAR NUEVOS CRÉDITOS BANCARIOS

En esta sección se enlistan los principales factores limitantes para utilizar nuevos créditos bancarios según la opinión de las empresas encuestadas. Estos factores fueron señalados por las empresas que no utilizaron nuevos créditos bancarios (84.9%) durante el trimestre.

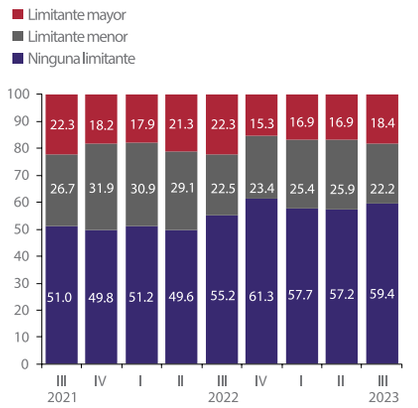
Las limitantes señaladas por las empresas, en orden de importancia, fueron: las tasas de interés del mercado de crédito (51.8%), la situación económica general (48.9%), las condiciones de acceso al crédito bancario (45.0%), los montos exigidos como colateral (44.8%), el acceso a apoyo público (42.5%), las ventas y rentabilidad de la empresa (42.3%), la capitalización de la empresa (39.0%), la disposición de los bancos a otorgar crédito (38.1%), las dificultades para el pago del servicio de la deuda bancaria vigente (30.5%) y la historia crediticia de su empresa (29.2%).

a) Principales Factores Limitantes para Tener Acceso al Crédito Bancario
Por ciento de las empresas que no utilizaron nuevos créditos bancarios



Adicionalmente, en el tercer trimestre de 2023, del total de las empresas encuestadas, 59.4% señaló que las condiciones actuales de acceso y costo del mercado de crédito bancario no constituyen una limitante para poder llevar a cabo las operaciones corrientes de su empresa (57.2% en el trimestre previo), mientras que 22.2% indicó que estas condiciones son una limitante menor (25.9% en el trimestre previo). Por su parte, 18.4% de las empresas (16.9% en el trimestre anterior) consideró que estas condiciones constituyen una limitante mayor para las operaciones corrientes de su empresa.

b) Condiciones de Acceso y Costo al Crédito Bancario como Limitantes para las Operaciones de su Empresa
Por ciento del total de empresas



PROBLEMAS MÁS APREMIANTES ENFRENTADOS POR LAS EMPRESAS EN SU OPINIÓN

En lo que concierne a los principales problemas más apremiantes que enfrentaron las empresas en el trimestre de referencia, el 33.5% señaló a las ventas (32.8% en el trimestre anterior), el 14.3% señaló a la competencia (17.0% en el trimestre previo), 7.6% a la disponibilidad de mano de obra (8.7% en el trimestre anterior), 7.6% a la inseguridad (7.3% en el trimestre previo), 7.0% al marco regulatorio y tributario (3.9% en el trimestre anterior) y 4.6% a los costos de producción (3.9% en el trimestre previo).

Problemas más Apremiantes Enfrentados por las Empresas
Porcentaje del total de empresas

En esta pregunta las empresas encuestadas pueden elegir una sola opción.

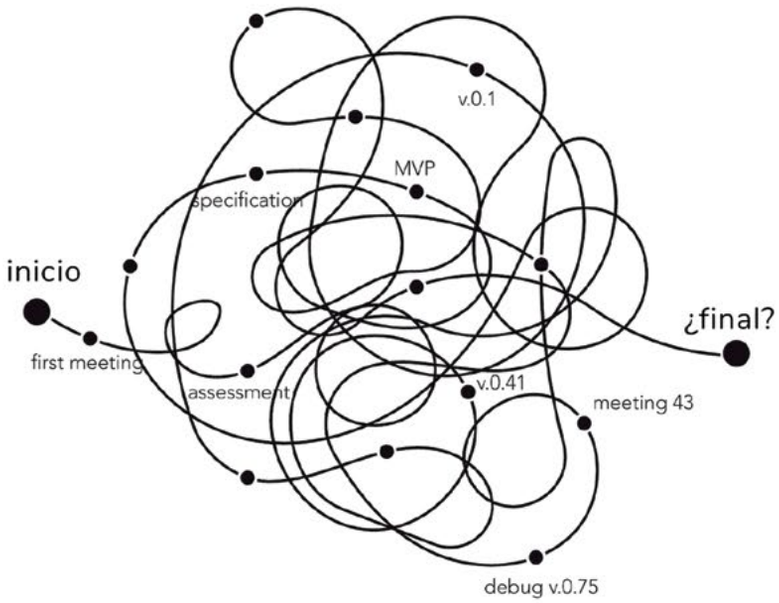
Observaciones:
- Esta encuesta la realiza el Banco de México entre empresas establecidas en el país y es de naturaleza cualitativa. El levantamiento de la encuesta del tercer trimestre de 2023 se llevó a cabo entre el 2 de octubre y 6 de noviembre de 2023. Los resultados que aquí se presentan consideran las respuestas de 653 empresas.
- El uso del crédito bancario incluye tanto líneas de crédito preexistentes como nuevo crédito bancario.
- La suma de los porcentajes puede ser superior a 100 ya que las empresas pueden elegir más de una opción.
- Debido a la naturaleza cualitativa de algunas preguntas en la encuesta, este reporte presenta algunos de sus resultados en términos de índices de difusión, los cuales se definen como la suma del porcentaje de empresas que mencionó que hubo un aumento más la mitad del porcentaje de empresas que indicó que no registró cambios.
- Bajo esta métrica, cuando el valor del índice de difusión es superior (inferior) a 50 significa que un mayor número de empresas señaló haber observado un aumento (una disminución) en la variable relevante, con respecto de la situación observada en el trimestre previo. De esta forma, un índice por encima (debajo) de 50 es equivalente a un balance de respuestas positivo (negativo) dentro del conjunto de empresas encuestadas.

REGRESAR AL ÍNDICE

Basikon

Success matters.

LENDING - LEASING - MICROFINANCE - WALLET



sin nosotros.

con Basikon.

100% workflow

Flexibilidad absoluta para crear nuevas experiencias cliente. Fácil y sencillo de configurar.

100% API

Una plataforma 100% API, SaaS diseñada para conectar con el ecosistema y ofrecer una configuración sin límites.

100% personalizable

La plataforma admite todo tipo de casos de uso: desde crédito al consumo en POS o ecommerce (BNPL) hasta leasing, renting, microfinanzas o wallets digitales.

www.basikon.com

CREANDO UNA EXPERIENCIA BANCARIA DIGITAL CENTRADA EN EL CLIENTE

MOTIV8

Imagina que en tu primer encuentro con un cliente, conocieras exactamente lo que quiere escuchar, cómo comunicarte de la mejor manera de forma personalizada con el ¡y saber cuánto crédito puedes aprobarle!

Los investigadores en Análisis de Comportamiento han encontrado valiosos indicadores al examinar los metadatos anónimos presentes en teléfonos inteligentes disponibles en la mayoría de las aplicaciones bancarias. Con el poder de la inteligencia artificial, lograron vincular estos indicadores con el comportamiento financiero e incluso identificar la mejor manera de interactuar con los clientes para personalizar sus servicios financieros.

Con los clientes bancarios exigiendo servicios financieros más personalizados, eficientes e intuitivos, la banca digital enfrenta desafíos mayores que otros proveedores de servicios debido al conocimiento limitado del cliente y las restricciones de privacidad.

La fusión de la ciencia del comportamiento y la inteligencia artificial puede revelarnos mucho sobre la persona detrás del teléfono inteligente que utiliza la aplicación bancaria, comenzando desde la fase de incorporación (on-boarding).

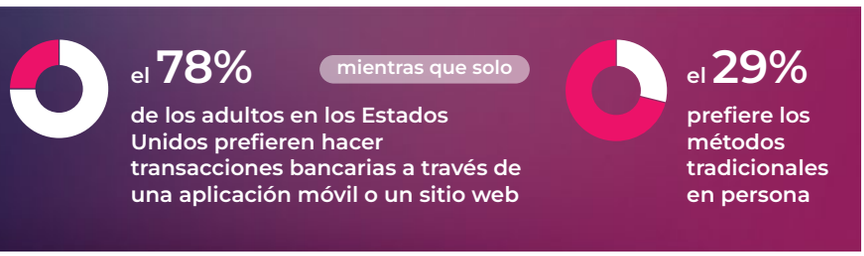
Dado que los teléfonos inteligentes están al alcance de todos y se están convirtiendo en la forma de interacción más común entre el banco y sus clientes, Motiv8AI está llevando la comprensión y la interacción con los clientes a un nivel superior.

En MOTIV8AI, estamos liderando una revolución en la evaluación crediticia que trasciende los modelos tradicionales. Nuestra innovación radica en aprovechar el poder de la inteligencia artificial y la ciencia del comportamiento para proporcionar información predictiva como nunca antes.

A diferencia de los enfoques convencionales que dependen en gran medida de datos históricos, nuestra tecnología patentada se basa en patrones de comportamiento y las motivaciones individuales. Este enfoque es totalmente disruptivo, especialmente en casos en los que los datos historicos son escasos o completamente inexistentes.

Nuestro kit de desarrollo de software (SDK) analiza los patrones de uso del teléfono inteligente basados en los metadatos, lo que nos permite predecir con precisión la solvencia crediticia y proporcionar servicios personalizados. Esto no solo aumenta significativamente las tasas de aprobación, sino que también reduce las tasas de incumplimiento en más del 25%, todo mientras se mantienen estrictos estándares de privacidad. Con MOTIV8AI, las instituciones financieras pueden experimentar tasas de aprobación más altas en más del 30%, aumentar la conversión de ventas en un 50% y crear experiencias bancarias personalizadas para cada cliente, maximizando así la rentabilidad y la satisfacción del cliente.

La innovadora solución de evaluación crediticia de MOTIV8AI funciona sin ninguna fricción con el cliente utilizando un SDK discreto y no intrusivo que hereda los permisos necesarios de la aplicación bancaria. A medida que los usuarios interactúan con la plataforma, ya sea durante el proceso de incorporación o en interacciones regulares, nuestra tecnología realiza un análisis rápido y discreto de los metadatos de sus teléfonos inteligentes.



REGRESAR AL ÍNDICE

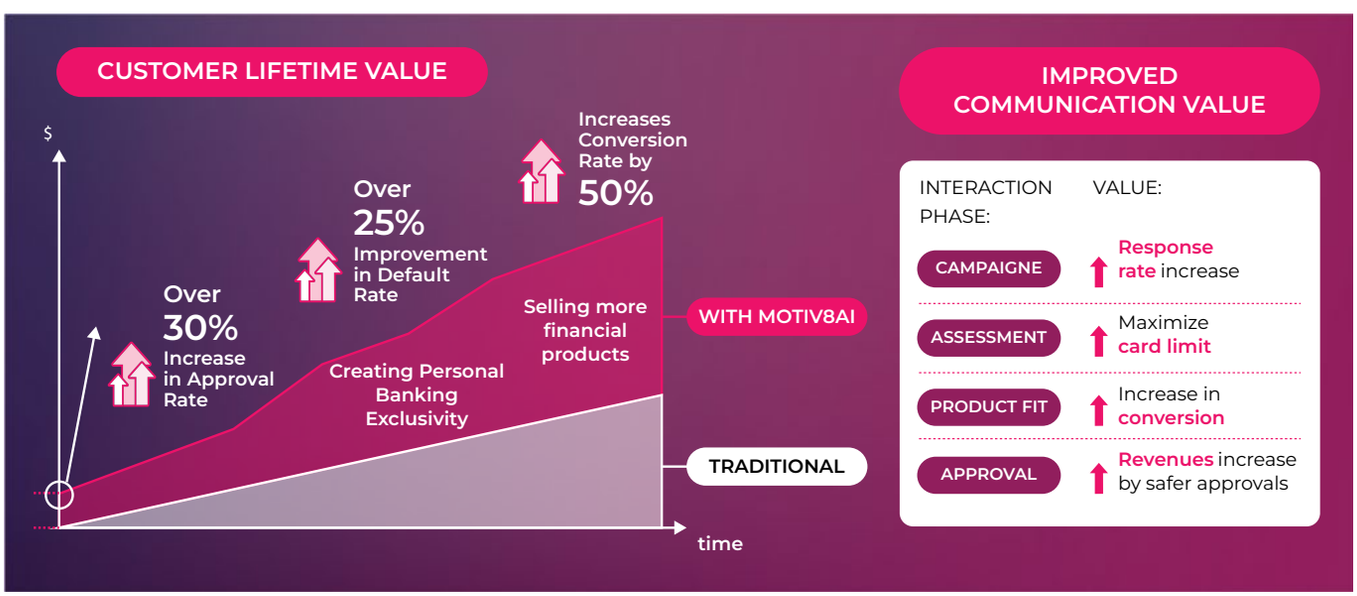
Durante este análisis discreto, nuestro sistema evalúa simultáneamente el puntaje crediticio, identifica rasgos psicológicos relevantes y realiza un análisis en segundo plano para determinar qué productos financieros se alinean con el perfil único de cada usuario. Este enfoque integral proporciona un puntaje crediticio inmediato, lo que garantiza que los bancos puedan tomar decisiones de préstamo bien fundamentadas desde un principio.

Lo que distingue a MOTIV8AI es su capacidad para mejorar significativamente los modelos bancarios existentes. Incluso en casos donde los datos tradicionales de evaluación crediticia son escasos o inexistentes, como con las poblaciones no bancarizadas, nuestra tecnología puede servir como el modelo principal, cerrando la brecha y brindando información valiosa para las instituciones financieras. Esta versatilidad asegura que los bancos puedan tomar decisiones precisas de préstamo al tiempo que ofrecen productos financieros personalizados que se conectan con los usuarios individuales, creando así una Experiencia Bancaria Digital Centrada en el Cliente.

Controlando el riesgo

En Motiv8AI, hemos logrado evaluar el riesgo a través de nuestra capa de conocimiento única, al tiempo que garantizamos la privacidad y superamos los desafíos que presenta la falta de datos sobre el cliente.

¡Descubre cómo podemos revolucionar tu experiencia bancaria hoy mismo!



Tecnología Disruptiva

- Valiosos indicadores de comportamiento.
- Experiencia de usuario sin fricción.
- Estricta privacidad.

REGRESAR AL ÍNDICE

CREVOLUTION®

PANORAMA CREDITICIO 2024 e inclusión financiera

UNA CHARLA CON: **JOAQUÍN DOMÍNGUEZ,** Chief Credit Officer (CCO) en Ualá

Muchas gracias por estar aquí con nosotros, y con lo que quiero empezar es preguntándote: ¿Quién es Joaquín Domínguez?

Encantado, gracias por la invitación. Estoy a cargo del negocio de crédito Ualá para Argentina, Colombia y México. Tengo ya más de un año en México, el cual es un mercado muy importante para nosotros y donde estamos enfocando mucho el crecimiento.

Vengo trabajando desde hace más de 10 años en la industria financiera, en bancos y en Fintech, y en el último tiempo un poco más en crédito, donde creemos que este es un gran impulsor del desarrollo económico de cualquier país, y en Ualá estamos muy comprometidos con esta causa.

Entrando en materia, sin duda, la pandemia marcó un antes y un después, no solo en el ecosistema crediticio, sino en toda actividad del ser humano. Hablando específicamente del ecosistema crediticio, ¿cuáles son los principales aprendizajes que nos dejó la pandemia y cuál ha sido la reacción de este mismo ecosistema en esta etapa que estamos llamando postpandemia?

Yo creo que la pandemia claramente nos presentó un desafío, y a nivel sistema sí es cierto que incrementan los niveles de mora, porque obviamente la situación de las personas era muy diferente en aquel entonces y las prioridades quizás fueron diferentes. Creo que el desafío que tenemos postpandemia es que aquellas personas con un mal historial crediticio, o una mala performance en su momento, ese historial normalmente queda, y cómo poder incluir de nuevo a esas personas que hoy tienen un historial o un score bajo o no suficiente para poder acceder a crédito; eso creo que ha sido un gran desafío.

REGRESAR AL ÍNDICE

Y después, por supuesto, la digitalización de todos los procesos en todo sentido; nosotros como Ualá nacimos digitales y eso no fue un inconveniente para nosotros, porque ya estábamos en eso, nacimos así; todo nuestro ecosistema es digital; eso claramente nos impulsó mucho, es decir, si ves los números de Ualá en la pandemia han crecido exponencialmente, fruto de esto, de la digitalización.

En términos crediticios contamos con distintos sistemas, tanto de originación como de cobranza, hemos desarrollado nuestro modelo de scoring basado justamente en información transaccional y nos ha ayudado muchísimo a poder acelerar el crecimiento del crédito y también para gestionar un portafolio de crédito en términos de cobranza.

Creo que también hemos impulsado mucho la digitalización de procesos. Hoy WhatsApp es un canal muy importante, por ejemplo, de cobranza, el cual quizás hace muchos años o hace 5 o 10 años no lo era, así que creo que la digitalización a nosotros nos ha beneficiado. Obviamente la pandemia ha sido una situación bastante complicada, pero creo que hemos sido un gran ganador en términos de la digitalización de la economía en general.

Tocas un punto toral que es esta parte de la digitalización; en tu entender y en tu experiencia, ¿cuál ha sido la principal aportación de esta digitalización para el desarrollo del ecosistema crediticio?

El hecho de poder mirar la transaccionalidad del cliente hace que pueda tener un montón de información que a veces un buró no tiene. Hemos hablado de que tenemos la vertical de pagos, la vertical de cobros, la vertical de inversiones y la vertical de crédito; lo que hace esta última es justamente mirar las otras tres, y como nosotros, nuestro usuario normalmente tiene alrededor de 34 años, un usuario que tiene toda su vida en el teléfono y no quiere hacer otras operaciones o transacciones en efectivo, que como sabemos, que hoy es más del 90% en México.

Ese tipo de digitalización nos ha llevado a tener un montón de información, somos una compañía que nos basamos muchísimo en data y, justamente, como mencioné antes, construimos este modelo de scores crediticios donde podemos otorgar crédito, quizás a mucha gente que hoy no accede a este.

En México hay una oportunidad enorme donde, aún postpandemia, todavía hay muchísimo espacio, fruto quizás de un terreno amplio donde hay zonas rurales a las que no se llega, es ahí donde la tecnología y la digitalización tiene que llegar y donde nosotros estamos apuntando, por ejemplo, con nuestra vertical Ualá Bis, donde vemos que estamos creciendo a doble dígito todos los meses, gracias a que nuestros clientes o nuestros futuros clientes están recibiendo la digitalización como un valor agregado que le soluciona muchas cosas en su día a día.

Hay un tema que ha estado pendiente en el ecosistema crediticio, no solo en México, sino en toda América Latina, incluso a nivel mundial; me refiero a la inclusión financiera; sin duda se ha avanzado en esta etapa de innovación, con el uso de las tecnologías. ¿Cómo crees que se pueda alcanzar este sueño que se tiene de inclusión financiera para toda la población?

Se vienen unos 5 o 10 años en México, con el nearshoring, de un crecimiento muy grande en el PIB per capita y eso va a influir también en la penetración del crédito versus el PIB que hoy tiene México. Eso se ha visto en otros países con otras situaciones macroeconómicas diferentes. Va a generar algo muy positivo para México, que ya se viene generando, pero se va a potenciar los próximos 5 o 10 años.

En la medida que eso suceda, claramente el acceso a crédito tiene que seguir creciendo; hoy todavía está en niveles muy lejanos a países desarrollados, entonces ya por esa situación macroeconómica claramente va a suceder esa inclusión financiera.

Y por supuesto hoy, empresas como nosotros están entrando en el mercado mexicano y van a colaborar con eso. Yo soy un fiel creyente de que no competimos contra nuestras empresas, sino contra el efectivo. Si hay alguien con quien competimos son más de 90 millones de usuarios, entonces creo que ahí es donde nosotros tenemos que combatir, contra el efectivo. Eso es un inconveniente, es un problema para cualquier economía, entonces contra eso estamos compitiendo.

Ahora, ¿cómo sucede la inclusión financiera? Como yo la entiendo sucede en 3 etapas: Primero, hay que ofrecer una cuenta que sea gratis, es decir, que sea simple y fácil de usar a través de una aplicación y al mismo tiempo darle opciones de cobros para aquellos comercios, porque si un cliente tiene la cuenta y tiene una tarjeta para pagar, pero el comercio no le acepta la tarjeta, entonces la inclusión no puede suceder porque tiene que ser en dos vías. Por eso tenemos la vertical de crédito y la vertical y cobros.

En segundo lugar, está la parte de inversiones; una vez que el cliente tiene la cuenta tenemos que ofrecerles alternativas de inversión que sean simples y fáciles. Hoy nosotros tenemos nuestra cuenta con rendimiento que estamos pagando 9 %. Con solo dos clicks, ya puedes tener tu plata con rendimiento al 9 % que es sumamente interesante en México, cuando quizás otros no hacen rendir realmente ese dinero en la cuenta.

Y la tercera etapa es el crédito; una vez que se toma el financiamiento para comprar una casa, comprar un vehículo o lo que sea que necesite para su vida diaria, eso es desarrollo económico, el crédito es en el fondo un acto de justicia social, el crédito bien dado a tasas razonables, siendo que nosotros tenemos una licencia bancaria la cual es parte del ecosistema, entonces podemos justamente dar crédito a tasas muy razonables, así se incluye financieramente a la gente y se promueve el desarrollo económico.

Recapitulando entonces: la cuenta, el ahorro y el crédito, en esos tres pasos sucede la inclusión y en un entorno de México que creo que va a ser muy positivo para los próximos 5 o 10 años, donde el crédito versus PIB debería crecer a los niveles quizá de países desarrollados. Pero al día de hoy todavía creo que falta y en general en Latinoamérica pasa. Creo que México es un ejemplo de todo lo que está pasando en Latinoamérica y podemos observar que claramente se está viendo una evolución.

¿Cómo vislumbras el año 2024, refiriéndonos a los retos que va a afrontar el ecosistema crediticio y dónde ves que va a llegar este ecosistema?

Creo que el 2024 va a ser una profundización de lo que está sucediendo hoy. Me parece que ya estamos terminando finalmente de salir de la pandemia donde las PyMes han sido muy

REGRESAR AL ÍNDICE

afectadas en todo este proceso, con lo cual yo creo que va a seguir siendo una profundización, es decir, un poco lo que te comenté antes es que de ahora a 5 o 10 años el mercado de crédito va a crecer muy fuertemente.

Seguramente en el 2024 veamos un descenso de las tasas a medida que la inflación se va controlando; hoy estamos viendo que la inflación está a niveles más razonables. Esperemos que esa tendencia inicie en Estados Unidos y obviamente continúe en el resto de Latinoamérica y México.

Inclusive en esa situación, donde las tasas y la inflación baja, el crédito se ve beneficiado y al mismo tiempo hay un crecimiento económico, basado mucho en lo que te comenté antes relativo al nearshoring, por lo cual esa situación macroeconómica es muy beneficiosa para el negocio de crédito, y claramente va a haber una profundización en crecimiento más grande de lo que vino siendo 2023 y donde la pandemia va quedando bastante atrás y va entrando en un nuevo ciclo de crecimiento.

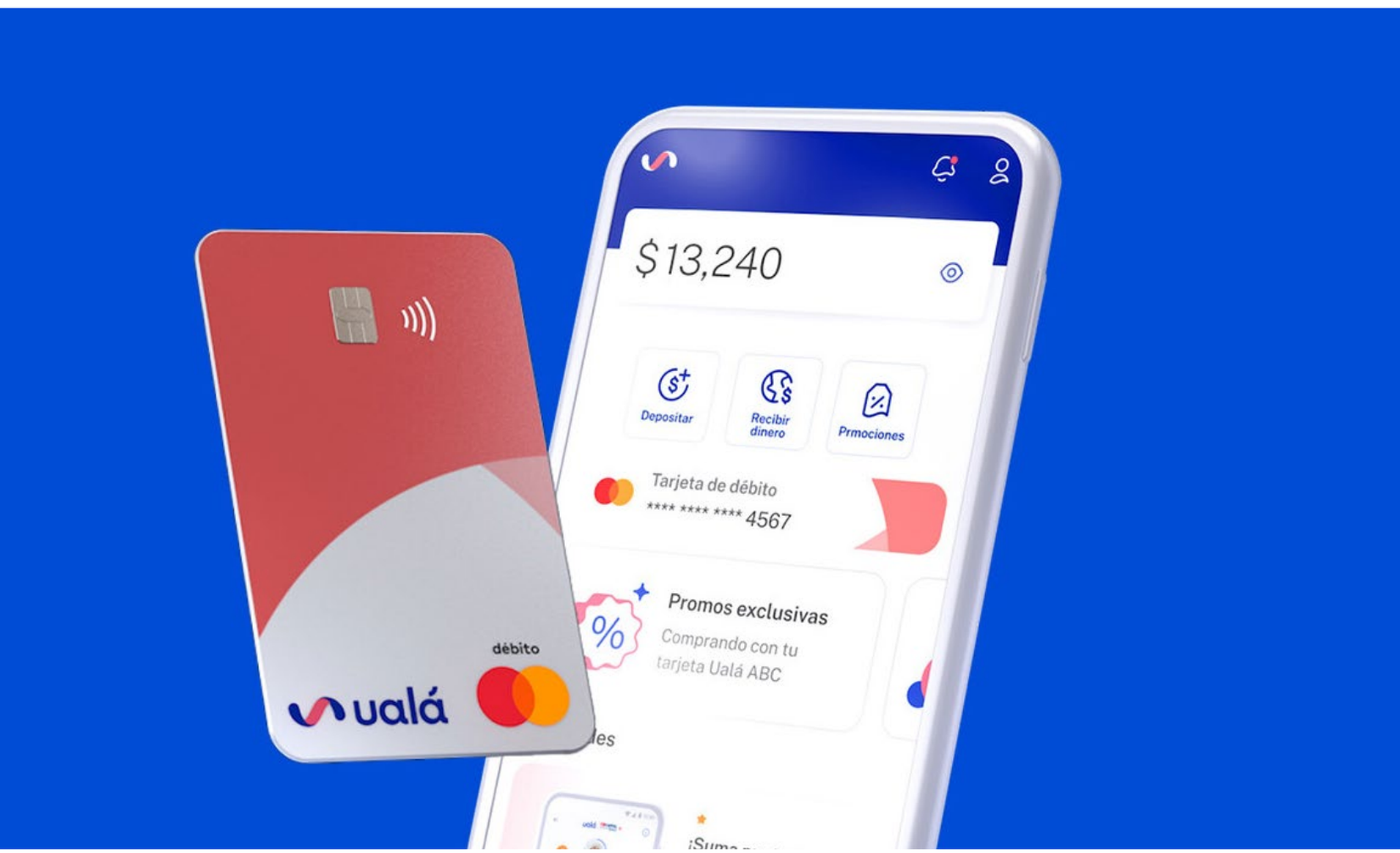
En este futuro empresas disruptivas, hablando específicamente de Ualá, ¿cuáles son los planes y cuál es el desarrollo? Porque ha causado mucha expectativa al llegar un negocio como Ualá al mercado mexicano.

En Ualá estamos comprometidos, vamos a invertir 150 millones de dólares en Latinoamérica en los próximos años, y parte de este compromiso es con México porque sabemos que es nuestro mercado más importante, sabemos que el potencial que hay en México no lo tenemos en otros países, con lo cual estamos muy comprometidos en ese crecimiento hacia adelante. Claramente lo que buscamos es ser una solución simple y ágil para nuestros clientes y que puedan invertir y sacar un crédito, hacer inversiones, y realmente puedan utilizar el ecosistema de manera muy simple y fácil, y en eso estamos invirtiendo todos nuestros recursos básicos.

Lo que buscamos es hacer un producto simple y fácil para nuestros clientes, así que eso es lo que vemos hacia adelante y en eso estamos enfocados en México.

Joaquín, quiero agradecerte el tiempo que nos has dado para el público de Crevolution Magazine. No me quiero despedir sin preguntarte si quieres agregar algo más.

La verdad que han sido muy buenas las preguntas, así que te agradezco. Estoy muy confiado que los próximos años Ualá va a ser un player muy importante en México porque estamos convencidos de eso y porque creemos que tenemos todo para lograrlo. Ahora que hemos adquirido el banco y ya tenemos la aprobación formal del regulador, creemos que tenemos todo para justamente ser un gran ganador en México y estamos enfocados en eso, así que agradecerte por la invitación, ha sido un placer.



LA VISIÓN FRESCA DE LA INDUSTRIA DE LA COBRANZA.

UNA CHARLA CON: ARLETE RODRÍGUEZ,
CEO de AR Soluciones

VER ENTREVISTA

Te agradezco que hayas tenido el tiempo para el público de Crevolution Magazine.

Estoy muy emocionada, gracias por la invitación, sobre todo también por tu tiempo y por el espacio para poder platicar sobre lo que es la cobranza, un mercado bastante tradicional con una mayor participación de la parte masculina, por si le tenemos que poner algún sobrenombre; sin embargo, ha sido algo complicado, puesto que estos últimos 2 años el tema de cobranza ha sido bastante importante en el crecimiento y, sobre todo, algunos temas que nos han estado pasando, que nos han llevado a un nivel diferente y de mucha competencia.

Sin tener la intención de poner ninguna etiqueta; sabemos que este negocio ha sido prácticamente dirigido por hombres, pero se necesita siempre, y es importantísimo, la visión fresca y de renovación. En este aspecto, ¿cómo ves la industria de cobranza de cuando tú iniciaste, hasta ahora? ¿Cómo has percibido su evolución?

El cambio ha sido demasiado, desde la tecnología. Anteriormente, cuando yo recuerdo empezar en los despachos, aún se hacían marcaciones de forma manual, en un teléfono tradicional. La tecnología nos está rebasando y algo que nos da bastante Crevolution es eso, la innovación.

El crecimiento de la tecnología en los despachos de cobranza ha sido tan amplio, que hace 5 años podías hacer una cantidad de llamadas mínima, y ahora, con todas las plataformas digitales y toda la omnicanalidad puedes hacer infinidad de llamadas en un corto tiempo; entonces, esa es la evolución más grande que yo he visto en la cobranza, todo el tema de tecnología que ha estado innovando y, sobre todo, que el nicho de mercado se afectó bastante.

También están las nuevas regulaciones, donde la gente ya está con una conciencia más amplia de lo que es un crédito, por ello nos tenemos que adaptar a esas nuevas generaciones en donde tenemos que ser más profesionales y dirigirnos como profesionales también, porque tener ya personas que desde los 18 años tienen una tarjeta de crédito, y las generaciones que han estado cambiando, ya no les puedes hablar de la misma manera; eso es una evolución también bastante importante, porque si nosotros, como despacho, no entendemos nuestro entorno, claramente no vamos a poder dar buen resultado.

REGRESAR AL ÍNDICE

ICM te agradece por haber confiado un año más en nuestros proyectos y en especial por haber celebrado nuestro 20 aniversario.

Tu confianza, nos **impulsa** a reafirmar **nuestro compromiso** por la **excelencia** y seguir innovando para ayudarte a **potenciar tus resultados.**

¡Juntos alcanzaremos nuevas alturas este 2024!

¡FELICIDADES!

Si quieres conocer **nuestras actividades 2024** ingresa a ***www.icmcredit.com***

Este año 2023 está próximo a terminar; en tu calidad de experta en materia de cobranza: ¿Cuáles han sido los retos que ha tenido que superar la industria en este año 2023?

Primeramente, una de las etapas muy difíciles fue lo de la pandemia, que muchos socios de esta industria tuvieron una caída importante, sino es que algunos tuvieron que cerrar su negocio, puesto que principalmente se trataba del cuidado de la humanidad, y de tus colaboradores, porque no podías ponerlos en riesgo.

En la pandemia nadie estaba preparado para afrontar algo así; sin embargo, tuvimos que diversificarnos, y fue cuando empezó la parte del Home Office; abrimos la mente a lo que ni siquiera nosotros conocíamos; ahora, el trabajo remoto es primordial, ya no es como una opción, ya es una realidad. Y ahora la gente joven, incluso estudiantes, ya buscan mucho esa parte del objeto laboral remoto.

Y finalmente, nuestro reto como despacho de cobranza siempre va a ser el cuidado de los datos personales y es algo con lo que se sigue trabajando, porque hasta ahora seguimos expuestos; AR Soluciones ha estado innovando mucho al respecto, puesto que ahora las multas están bastante pesadas, pero nuestro trabajo es cuidar y sobre todo innovar, cómo vamos a respaldar a todas las entidades financieras y a asegurar que su información está completamente segura con nosotros.

Entonces esos son los retos que nos está presentando este 2023, en la parte de los cuidados de datos personales y protección de los particulares; es muy importante, porque también ya tenemos el tema de Profeco, y todas las regulaciones que están dentro de las entidades han estado avanzando demasiado con los tarjetahabientes o con el usuario final porque ya están más comunicados.

Necesitamos innovar, tener buenos controles de información, de supervisión, pero sobre todo, seguir innovando en la parte de la tecnología.

Esta parte de la innovación, ¿cómo llegaste a ella?

Pues ha sido retador, el negocio sigue siendo tradicional, e involucrarse como mujer es difícil, honestamente; sin embargo, conozco la cobranza, llevo años en ella y mi capacidad de aprendizaje y toda mi experiencia siempre se ha demostrado.

Entonces ha costado bastante involucrarse, pero aquellos que han permitido que yo esté trabajando con alguno de nuestros clientes importantes se han dado cuenta que en la innovación, con una mujer, trae un sentido de pertenencia mayor.

Yo te puedo hablar, de manera general, de mi despacho, en su momento tuvieron mucha desconfianza porque sales de lo establecido, no es tan sencillo negociar abiertamente, platicar de algunos temas numéricos; incluso también es un tema la edad. Cuando me preguntan cuántos años tengo y les digo, ya hay un prejuicio; por ello los invito a todos a no juzgar el libro por la portada.

Hay muchos jóvenes, incluyendo hombres y mujeres, que traen una mente demasiado despierta, son quienes ven ahora la tecnología, y conviven más con ella.

Nosotros ya estamos con esa mentalidad, necesitamos la tecnología y eso es lo que ahora ha estado creciendo; este 2023 se ha estado adaptando y entonces nosotros, con una mentalidad joven, estamos aportando a la experiencia de la gente que por muchos años trajo una idea de lo que era la cobranza, a lo que hoy es, y en mi experiencia estamos evolucionando.

REGRESAR AL ÍNDICE

Yo me percibo en esa parte como una mujer innovadora que le apuesta mucho a la capacidad de la juventud, sobre todo también a las mujeres. He de reconocerlo, sus capacidades están siendo diferentes y se están nivelando.

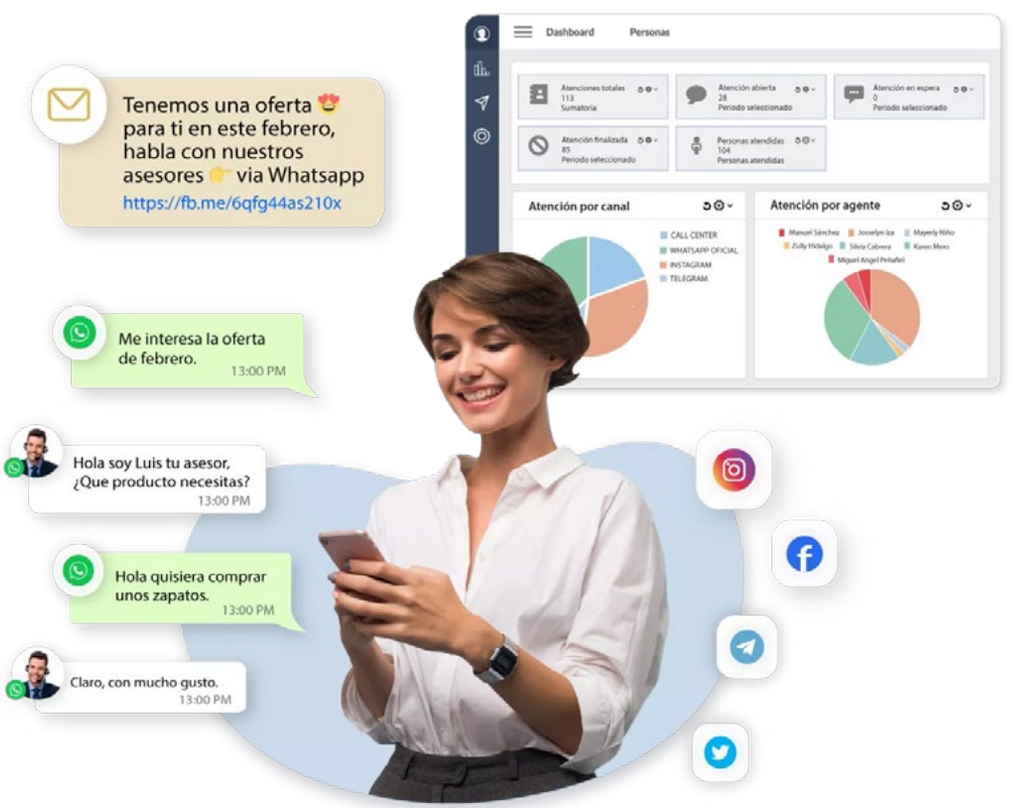
Esta parte no tendría que jugar al momento de tomar una decisión, debería ser independientemente del género, de la edad; está la capacidad y la entiendo como lo mencionas.

Hoy, nuestro público nos ha preguntado una de las grandes problemáticas en la cobranza en la parte operacional, me refiero a que hoy le estamos cobrando a cuatro generaciones diferentes; platícanos un poquito de ello; estamos cobrando la generación de Baby boomers, la generación X, Millennials, Centennials; ¿cómo poder tener buenos resultados con esta amalgama de clientes que tenemos?

Sí, es un problema. Te quiero platicar que de profesión soy mercadóloga, analizo mucho el mercado y parte de trabajar con ese tipo de generación es saber cómo abordarlos.

Evidentemente, analizando la data, ya no hay tanta gente de la generación de los Baby boomers; nosotros tenemos que tratarlos como tal porque sabemos que en su momento, cuando sacaron ese crédito, eran otras herramientas, otra información; entonces, lo que nosotros hacemos mucho en AR Soluciones, es dictaminar, revisamos la parte de las edades y con base en ellas, podemos saber cómo trabajamos, incluso tenemos un área exclusivamente segmentada para ver cómo podemos trabajar con este tipo de segmento, con la finalidad de poder adaptarnos a lo que el cliente en su momento tuvo.

Ahora, las nuevas generaciones no salen de la tecnología, ya no te contestan una llamada, te escuchan y bye; por lo tanto, tu capacidad de cobranza tiene que ser impulsada por la omnicanalidad, la parte de WhatsApp, de mensajes de texto; incluso en algunos casos ya me ha tocado ver clientes en entidades financieras que ya nos proporcionan hasta las ligas de Facebook porque hacen sus usuarios por medio de sus redes sociales.



REGRESAR AL ÍNDICE

En ese contexto, ahora nosotros tenemos que innovar, porque si tengo un cliente de una edad un poco mayor, este no se adapta ya tan fácil, ahí es donde yo segmento, y eso nos permite seguir con la continuidad de la cobranza.

Esta parte de la adaptación de la industria de la cobranza a los nuevos modelos que se están generando con relación a la omnicanalidad y todas las herramientas: ¿Crees que va a ser difícil o está siendo difícil y se va a tardar en poderlo aceptar el mercado, o ya lo está aceptando?

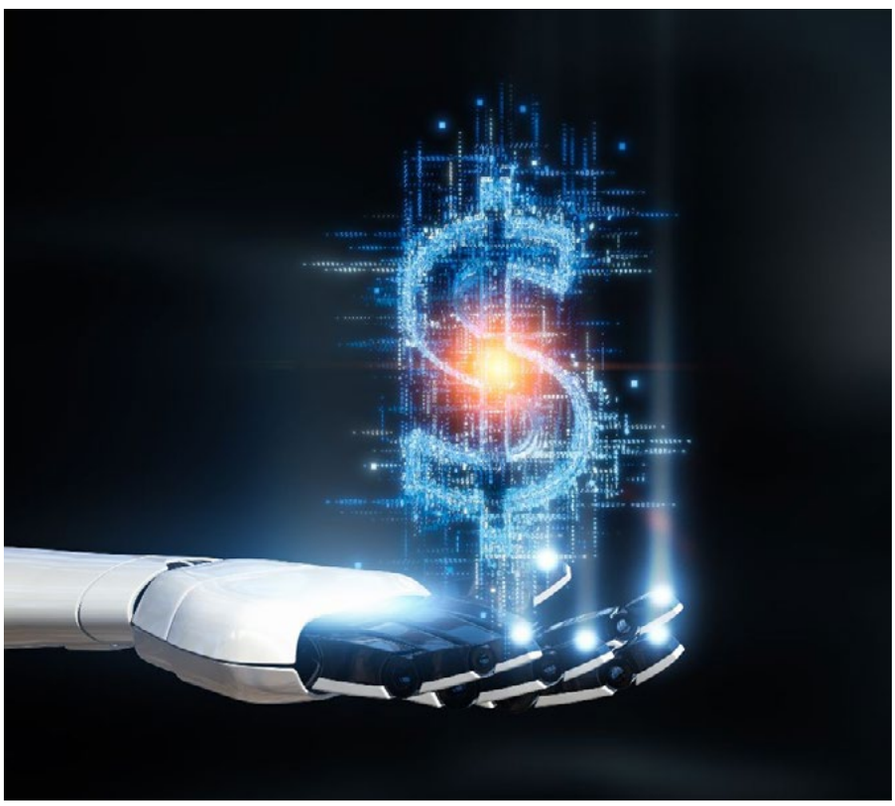
Ya lo está aceptando; la tecnología es ahora la que mueve todo, es algo con lo que vivimos día con día, está aquí mismo en Crevolution, ya puedes ver la infinidad de proveedores con tecnología muy avanzada, esto ya está sucediendo y va para más. Se está innovando bastante. He estado viendo algunos proveedores y noto la tecnología que traen, de verdad es impresionante, y suma bastante a la parte de la cobranza.

Ya hay tecnología por medio de bots, lo cual nos permite penetrar también de manera más rápida. Además, la inteligencia artificial nos está ayudando de manera enorme porque se está adaptando, o es tecnología que ya viene adaptada a lo que queremos.
Hace un año no se tenía la cantidad de alcance que se tiene ahora en WhatsApp, es decir, el nivel de contacto y de porcentaje subió gracias a WhatsApp en cuestión de comunicación; imagínate el siguiente año cómo va a estar, y con toda la tecnología de los proveedores, que cada vez es mas innovadora.

Hablando del próximo año, ¿cuáles son, en tu visión, los principales retos que debe afrontar la industria de la cobranza?

Uno de los retos más importantes es el cuidado y desarrollo organizacional de las empresas; claramente las nuevas generaciones tienen unas ideas diferentes, y lo que está provocando (y creo que es algo de lo que los despachos de cobranza tenemos muy presente), es la parte de la adaptación de personal. Por lo tanto, un reto importantísimo para nosotros como empresa, es el cuidado y desarrollo organizacional.

Considero que esa parte es primordial, porque lo demás lleva continuidad. En cuanto a la tecnología, tenemos gente que nos puede ayudar, pero la parte del personal, aunque tengas herramientas de fuera, tu riqueza está adentro, y dentro de tu empresa, si tú no estás invirtiendo



en la capacidad humana, en el desarrollo humano, no vamos a tener éxito. Para mí eso es uno de los retos más importantes.

Hablando con muchos colegas, en su mayoría estamos compartiendo ese mismo tema y también compartimos cómo estamos abordando ese foco rojo que encontramos en la industria, es el manejo del desarrollo de la organización.

Agradezco el tiempo que has dado para el público de Crevolution Magazine y hayas compartido esta visión tan fresca que tienes de la cobranza, y que es el futuro de la industria, sin duda. No me quiero despedir sin antes preguntarte si quieres agregar algo.

Quiero dar las gracias a Crevolution; a ti, Gabriel, por tu tiempo y sobre todo por tu invitación, de verdad. Para mí es un honor estar aquí con ustedes en este magnífico evento; es de verdad enorme y suma bastante a toda la parte de cobranza. Me siento muy privilegiada por tu invitación, y de verdad, de corazón, muchas gracias.

REGRESAR AL ÍNDICE

ALECCC

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE EMPRESAS DE COBRANZA Y CONTACT CENTER

SER AFILIADO ALECCC REPRESENTA CONTAR CON:

- **TARIFAS BAJAS EN MEDIOS MASIVOS Y COMPRAS CONSOLIDADAS EN BASE A SUBASTAS SEMESTRALES**
- **CAPACITACIONES EN LINEA**
- **INTERCAMBIOS EMPRESARIALES**
- **COMPARTEN BUENAS PRACTICAS**

Las mejores empresas de cobranza y contact center cuentan con *Sello:*

ALECCC MIEMBRO OFICIAL

https://aleccc.org/

contacto@aleccc.org

AUTOMATIZANDO AL 100%
LA COBRANZA TEMPRANA CON IA

Hace apenas unos meses, parecía inimaginable que un robot pudiera negociar y gestionar cobranzas a través de llamadas o WhatsApp con la eficacia de un ser humano. Sin embargo, con una correcta implementación de la inteligencia artificial generativa, modelos predictivos y omnicanalidad, ya es posible.

XIRA

"En operaciones de precobranza y cobranza temprana, uno de los bancos más importantes del país logró mantener su nivel de cobranza con una solución 100% automatizada. Cuando la combina con agentes humanos, estos niveles pueden llegar aumentar cuando menos en un 10%".

PASOS PARA AUTOMATIZAR AL 100% LA PRE-COBRANZA Y COBRANZA TEMPRANA

01 **Estrategia Integrada:** Con historial, demográficos del cliente, contactación y éxito.

02 **Omnichannel:** Con envíos ultra-personalizados.

03 **Asistentes con capacidad de negociación:** Con tecnología GPT Generativa

04 **Marcadores líderes en el mercado:** Con detección de buzón y ruteo de carriers dinámicos.

05 **Predictive Analytics:** Con modelos enfocados en Cobranza

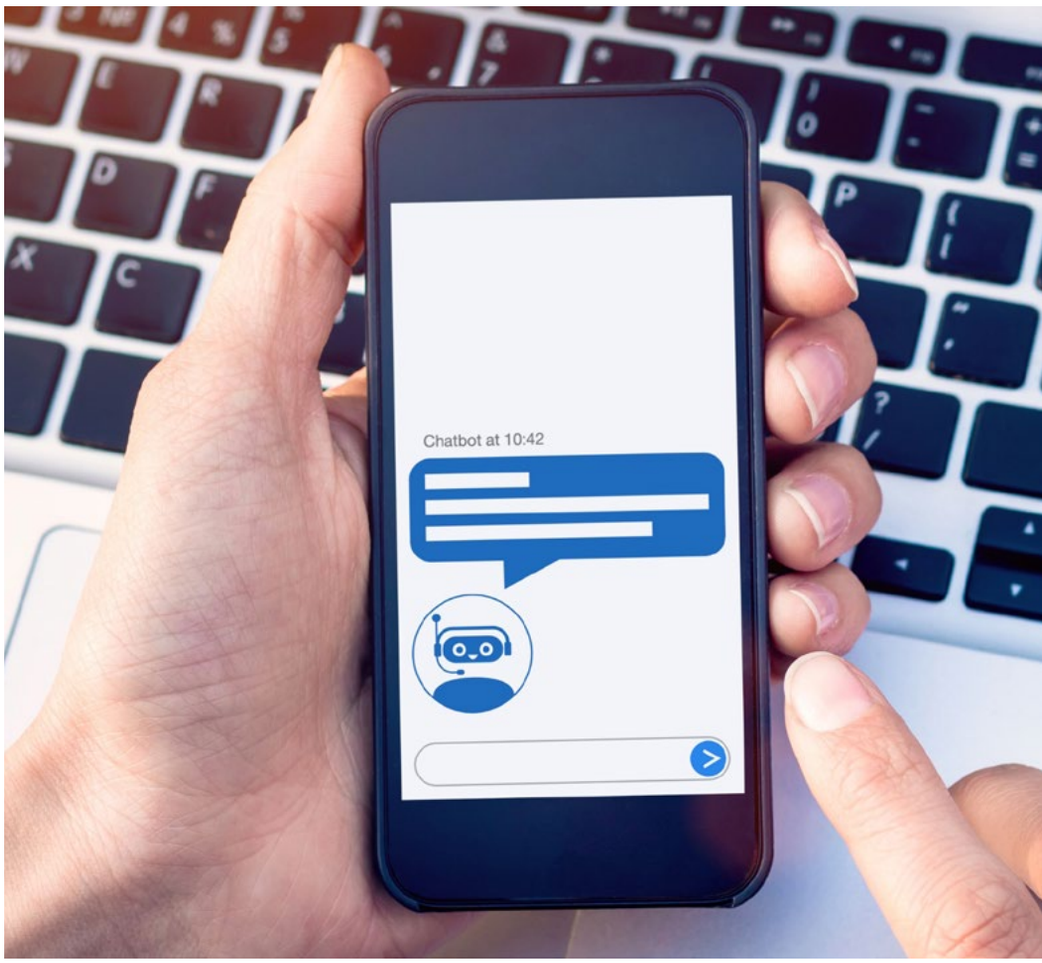
06 **Plataforma de Orquestación Automática.**

REGRESAR AL ÍNDICE

Desde que la cobranza comenzó con los sumerios, los avances tecnológicos han posibilitado una reducción de costos y un incremento en los niveles de cobranza a lo largo de la historia. Hoy, la inteligencia artificial generativa, la digitalización, chatbots/voicebots transaccionales, ciberseguridad, y la experiencia de cliente se posicionan como los pilares esenciales en la gestión moderna de cobranza.

Según McKinsey, cuando se contacta a deudores de 30 o más días de mora de manera personalizada a través de su canal preferido, se registra un incremento del 31% en pagos. La estrategia multicanal muestra un aumento del 25% en la resolución de deudas en moras similares.

A pesar de estos datos, un 66% de la contactación todavía se realiza por medios tradicionales exclusivamente y 53% de los agentes de cobranza no tiene una apropiada visibilidad de información cuando negocia con un cliente moroso. Esto se debe, en gran medida, a que las estrategias actuales carecen de homogeneidad e integralidad. Las empresas pierden rastro de las acciones a cada cliente al cambiar de despachos, lo que afecta la efectividad de la cobranza.



Para automatizar la cobranza de manera más efectiva, se requiere crear una sola conversación, rastreando todas las interacciones con cada cliente. La cobranza es el último paso en el journey del cliente, lo que significa que es el cliente con más datos y al que las empresas pueden conocer mejor. Así pues, es vital capturar y unificar esta información para que herramientas de IA las aprovechen, al igual que los agentes de cobranza.

Por otra parte, la CONDUSEF ha establecido regulaciones más estrictas para proteger al consumidor; no respetarlas o realizar cobranzas agresivas puede llevar a costos ocultos, afectando la imagen de la marca, generando riesgos legales y de seguridad. La gestión con IA y robots es la forma más fácil y rápida para lograr estrategias integradas, mejorar experiencias de los clientes con hiperpersonalización, cumplimiento normativo, y mayor visibilidad a ejecutivos, garantizando no solo la reducción de costos operativos y aumento en niveles de cobranza, sino también el incremento en la seguridad del proceso.

ASISTENTES IA CON CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN

Se recomiendan dos opciones de implementación:

1. Estrategia Autónoma: Asistente generativo por voz y canales digitales que actúa sin intervención humana. Implementando la tecnología de manera adecuada, **se reducen los costos hasta un 70% de la operación total** (incluyendo el costo de la solución) y se mantienen los niveles de cobranza (en el peor escenario pueden bajar máximo un 2%).

2. Combinada: Asistente generativo por voz y canales digitales que trabaja con agentes humanos. Con una implementación correcta, se traduce en un aumento de recuperación de mínimo 10% y reducción de costos en un 40% de la operación total.

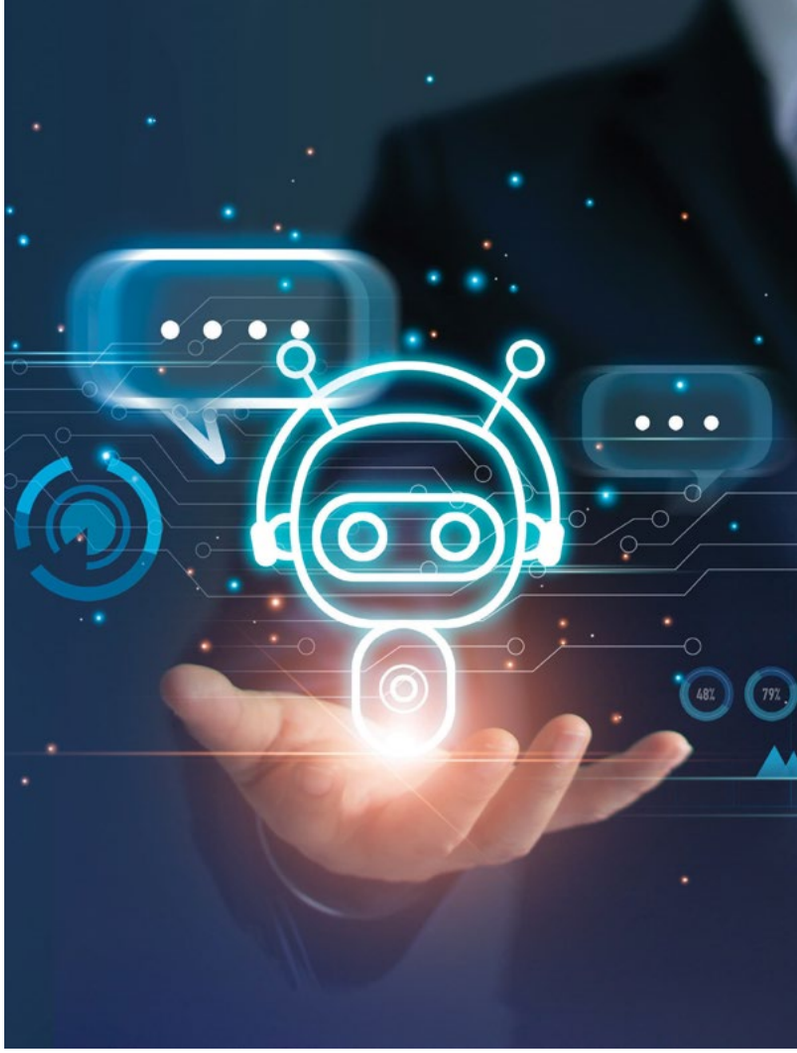
La estrategia más efectiva costo-beneficio en la mayoría de las situaciones, es la **combinada.** Para realizarla de manera adecuada, las mejores prácticas son:

- Derivar con un ejecutivo al primer intento de no entendimiento por bot.
- Utilizar una única pantalla para tener la información del cliente y la conversación previa del bot al instante de la derivación.
- Hacer pruebas de estrés en WhatsApp.
- Poner al Bot antes que omnichannel para reducir costos en canales digitales (en voz al revés, integrar al bot al omnichannel para reducir costos de carrier).
- Realizar test de penetración de la solución end-to-end (pentesting).
- Garantizar la medición semanal de la asertividad del Asistente Virtual.

Omnichannel:
En plataformas como WhatsApp, es esencial desarrollar estrategias para evitar bloqueos de teléfono y maximizar la cantidad de mensajes enviados. Se puede llegar a enviar más de 400 mil mensajes al día de cobranza en solo 4 meses con estrategias adecuadas.

Es indispensable implementar estrategias omnicanales de acuerdo con la preferencia de contacto de cada cliente. Esto se puede lograr con **análisis predictivo.**

Ruteo dinámico:
El ruteo dinámico se refiere a la capacidad de contar con varios operadores (carriers) y tecnologías que, en tiempo real, distribuyen el tráfico según la disponibilidad óptima de cada uno, considerando factores geográficos y de interoperabilidad entre carriers. Por ejemplo, no es lo mismo canalizar una comunicación desde el Carrier A hacia un dispositivo en Tijuana con servicio del Carrier B, que dirigirla desde el Carrier C hacia el mismo servicio del Carrier B. La flexibilidad y adaptabilidad del ruteo es crucial para maximizar la eficiencia en la comunicación y niveles de contactación.



Estrategias Predictivas de Cobranza (Predictive Analytics)
Dado que las estrategias preventivas son menos costosas, las empresas deben anticiparse e identificar cuentas en riesgo, mediante el análisis de historiales de pago, el comportamiento crediticio y la situación laboral y financiera, así como algunos factores externos como tendencias del mercado y la economía. Estas estrategias se deben de implementar a toda la base de clientes y se pueden lograr con modelos predictivos de inteligencia artificial que puedan predecir con mayor asertividad las cuentas probables a caer en mora.

- **Best Time to Call & Collect: I**dentifica los mejores momentos para contactar al deudor.
- **Probabilidad de Cobro:** Evalúa las oportunidades de recuperar una deuda específica.
- **Mejor Estrategia de Contacto:** Define qué canal de comunicación es el más efectivo y qué mensaje debería utilizarse.

En conclusión, hoy es posible automatizar al 100% la precobranza y cobranza temprana con los mismos niveles de conversión, pero se requiere de múltiples tecnologías, de mejores prácticas operativas y de implementaciones integrales. Las empresas que adopten esta transformación estarán a la vanguardia, mientras que aquellas que se resistan quedarán atrás en el competitivo mundo financiero.

Para más detalles sobre cómo aumentar los niveles de cobranza y reducir costos de su empresa con soluciones de inteligencia artificial, visítenos en **https://xira.ai/.**

REGRESAR AL ÍNDICE

tekprovider®

Soluciones globales que transforman y mejoran el cíclo de vida del crédito.

MÁS DE 130 IMPLEMENTACIONES EN LATINOAMÉRICA

SOFTWARE QUE INTEGRA, CONECTA Y AUTOMATIZA
LOS PROCESOS VITALES DE PRÉSTAMOS Y ARRENDAMIENTO

TekOriginación ▪ TekFinauto ▪ TekLeasing ▪ TekRecovery ▪ TekPortafolio

www.tekprovider.net
ventas@tekprovider.net
+52 33 3003 2130

REGRESAR AL ÍNDICE

SEGURIDAD Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO EN LA TECNOLOGÍA DE COBRANZA

En un entorno financiero en constante evolución, impulsado por avances tecnológicos, la seguridad y el cumplimiento normativo son cruciales para garantizar la integridad de los datos personales de nuestros clientes finales.

Según un estudio a nivel global, solo el 15% de las organizaciones está verdaderamente preparada para hacer frente a las amenazas cibernéticas. En México, esta cifra es aún más baja, con solo el 12% de las organizaciones alcanzando un nivel de madurez en seguridad. La transformación digital ha mejorado la eficiencia y accesibilidad en el sector financiero, pero también ha ampliado la exposición a riesgos cibernéticos.[1] De hecho, el 76% de los líderes de seguridad en México anticipan que los incidentes cibernéticos podrían perturbar sus operaciones en los próximos 12 a 24 meses, destacando la urgencia de abordar la ciberseguridad.[2]

La falta de preparación en ciberseguridad tiene consecuencias significativas y, lamentablemente, se han registrado casos de hackeo y filtración de datos de clientes financieros en México en 2023. Por ejemplo, el Banco de México (Banxico) ha documentado cuatro casos relevantes de ataques cibernéticos a entidades financieras en este año, con afectaciones a tres bancos y una Sociedad Cooperativa de Ahorro y Préstamo, con pérdidas que ascienden a 67 millones 610 mil pesos.[3]

Estos incidentes subrayan la importancia crítica de la seguridad cibernética en el sector financiero mexicano y la necesidad de que las instituciones y sus proveedores tomen medidas efectivas para proteger la información de sus clientes. Además de invertir en seguridad cibernética, las empresas financieras deben asegurarse de que sus proveedores de software cumplan con rigurosas normas de seguridad, como las establecidas en la serie ISO 27001 y otras regulaciones aplicables. En varios países en América Latina es obligatorio que proveedores SaaS que prestan servicios a entidades vigiladas sean certificadas en el ISO 27001 con los controles ISO 27017 e ISO 27018.

Normas como la Serie ISO 27001 proporcionan un marco sólido para los sistemas de gestión de la seguridad de la información (SGSI) e incluyen un conjunto de normas destinadas a garantizar la

REGRESAR AL ÍNDICE

gestión adecuada de la seguridad de la información. Empresas como Financial Systems Company, que brindan un ecosistema SaaS de cobranza en la nube, se esfuerzan por mantener un alto nivel de seguridad al crear ambientes o contenedores lógicos de información y parametrizarlos con precisión en términos de permisos y accesos basados en roles y perfiles de seguridad para mantenerlos aislados y seguros. Además, implementan estrategias basadas en la normativa y certificación de la ISO/IEC27001, así como buenas prácticas de calidad basadas en la normativa ISO 9001, todo con el fin de garantizar la confiabilidad de los datos de sus clientes y usuarios.

CONTÁCTANOS,

¡Hagamos que tus metas de cobranza se conviertan en una realidad!

Sin embargo, la seguridad cibernética no es la única preocupación en el sector financiero y sus proveedores de cobranzas. También es fundamental cumplir con las regulaciones establecidas para la gestión de cobranzas. La Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares y[4] la Ley de Cobranza Imparcial de Deudas[5] establecen regulaciones específicas sobre los canales de contacto, horarios, periodicidad y prácticas permitidas en la gestión de cobranzas. Estas leyes buscan garantizar la protección de los datos personales y prevenir prácticas abusivas o engañosas en la gestión de cobranzas. Financial Systems Company ha apoyado a múltiples entidades financieras en Ecuador, Chile y Colombia a implementar de manera automatizada todas las regulaciones de protección de datos, uso de canales y frecuencia de contacto para cumplir con las normativas de cada país. Con el aumento de regulaciones y su complejidad, la única forma de asegurar su implementación es de automatizar gran parte de la gestión. Estrategias manuales de gestión ya no permiten el nivel de control necesario para cumplir con las regulaciones.

[1] https://www.ey.com/es_ve/transformacion-con-sentido/nuevo-ritmo-de-madurez-digital

[2] https://incp.org.co/encuesta-revelo-que-la-ciberseguridad-es-una-pieza-clave-para-el-exito-de-las-estrategias-de-negocio/

[3] https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2023/09/07/hackers-roban-67-mdp-a-bancos-de-mexico-que-sabemos-de-los-ataques-ciberneticos/?outputType=amp.

[4] https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPDPPP.pdf

[5] https://consumidor.ftc.gov/articulos/preguntas-frecuentes-sobre-la-cobranza-de-deudas#:~:text=La%20Ley%20de%20Cobranza%20Imparcial,m%C3%A1s%20frecuentes%20sobre%20sus%20derechos.

Financial Systems Company
IT innovating collections

REGRESAR AL ÍNDICE

CREVOLUTION®

ANGEL ARMANDO ENRIQUEZ PRADO,

Presidente de ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE EMPRESAS DE COBRANZA Y CONTACT CENTER

ALECCC nace derivado de la iniciativa de un grupo de amigos emprendedores que coincidimos en una visión común, Obtener precios bajos con base en sumar volúmenes de compras, compartir buenas prácticas, defender nuestra industria y agrupar a las mejores empresas de Latinoamérica.

01 COMITÉ DE PROVEEDORES

Mismo que efectúa subastas semestrales entre proveedores certificados, uniendo los volúmenes de consumo telefónico, SMS, mail, WhatsApp, compras consolidadas para obtener precios bajos, atención personalizada, así como condiciones crediticias favorables.

02 COMITÉ DE CAPACITACIÓN

Este cada 21 días está impartiendo conferencias cursos y talleres en línea, mismos que se suben a nuestra página web, así mismo ha celebrado convenios con empresas especializadas en capacitación para nuestros afiliados.

03 COMITÉ DE ADMISIONES

Entre sus múltiples funciones se encuentran el analizar las solicitudes de afiliaciones que día a día recibimos de empresas de Latinoamérica, buscando siempre que comulguen con nuestra visión y con amplio prestigio en el medio.

Observamos que algunas empresas e instituciones bancarias están contratando afiliados ALECCC, sabedores que las empresas adheridas son totalmente confiables y son garantía de seriedad y resultados.

04 COMITÉ DE ADMISIONES

Quien brinda soporte a nuestra asociación actualizando estatutos y normas, también está al tanto de probables reformas a leyes o reglamentos que pueden dañar a nuestra industria, siempre defendiendo nuestros intereses, incluso interponiendo acciones legales o cabildeando.

Debo comentarte que en mi experiencia de 3 años como Vicepresidente de Latincob, así como la visión de Héctor Bautista, Omar Zamora, Guadalupe Rodriguez, Hugo Enriquez, Ana Gómez, socios fundadores, nos han permitido tener una visión clara de ALECCC.

En nuestra página Web existe un apartado especial para afiliado en el cual podrán accesar a minutas y acuerdos, normatividad, conferencias y talleres exclusivos para socios, además de un chat interactivo mediante el cual los directivos, gerentes de sistemas, jefes de sucursal, gerentes de RH, administradores, estrategas de cada empresa afiliada, pueden hablar entre ellos e incluso participar en foros exclusivos por puesto y rango, en donde pueden intercambiar buenas prácticas o incluso explorar soluciones a problemáticas que pueden tener en sus áreas

Ya tenemos en mente para los siguientes 2 años celebrar intercambios Internacionales empresariales a través de los cuales los afiliados podrán visitar empresas de otros países pero a la vez estamos trabajando en nuestro primer congreso de ALECCC cuyo temario sería exclusivo de cobranza.

Estamos afiliando a empresas que tengan en su visión participar en nuestros comités y coadyuvar a nuestro crecimiento, no tenemos tintes políticos ni buscamos que una elite sea la que tome decisiones, somos un grupo de emprendedores que trabajando en equipo y estamos haciendo realidad nuestra visión como asociación.

Continuamente crece el número de afiliados de Latinoamérica.

¡¡¡Es satisfactorio observar que avanzamos a paso firme!!!

REGRESAR AL ÍNDICE

ipcom

Communication That Makes Sense

Sense

En un mundo globalizado, la comunicación es esencial para el éxito de las empresas. IPCOM es líder en el sector de las telecomunicaciones ofreciendo omnicanalidad en **soluciones de alta calidad a nivel mundial,** teniendo presencia en México y gran parte de Latinoamérica**.**

Además permite a sus aliados conectarse con sus clientes y empleados de forma global, gestionar las interacciones con sus clientes de forma eficiente y efectiva, y mejorar la experiencia del cliente día a día, buscando innovar a través de la“**COMUNICACIÓN CON SENTIDO**”.

Bots

Cyborg

Omnicanal

Vortex

Voz

Mouth

Reply

Genius

SMS

Handy

Administración y Análisis

Brainly

Into

Sentinel

Se parte de la innovación

IPCOM - Network

IPCOM LLC CORPORATION

@IPCOM.munications

Comunícate con nuestra sede en México:
+52 1 55 3285 9790 / Salesmexico@ipcom.ai

IPCOM.AI

PRESENTE Y FUTURO de los medios de pago

VER ENTREVISTA

UNA CHARLA CON:
JAVIER GUERRERO
Country Manager de Nuvei.

Muchas gracias por estar aquí, y con lo que quiero empezar es preguntándote: ¿Quién es Javier Guerrero?

Gracias a ustedes por el espacio. Yo siempre digo que gracias a Dios existen los pagos, porque a eso me he dedicado toda la vida. Inicié en el negocio cuando todavía se recibían tarjetas con máquinas transcriptoras y con boletines de cancelaciones, allá por 1986.

Me ha tocado evolucionar con el ecosistema todo este tiempo. Tuve la oportunidad de colaborar con Banamex. Estuve algún tiempo en Prosa a principios de los noventa. También estuve en Santander, entre otras instituciones, y a partir de 2017 me aboqué de lleno al proyecto de Nuvei. Soy el empleado 1 de Nuvei México porque me tocó abrir esta oficina. Ya trabajaba en México en pasarela de pagos, pero decidimos darle un nombre, volvernos agregadores y más recientemente adquirentes, de tal manera que ha sido la aventura de construir esto.

En lo personal mi vida han sido los pagos. Soy muy entusiasta de la evolución y de ser partícipe de todo este nuevo ecosistema que, como todo lo que va asociado a la tecnología, siempre va más rápido de lo que uno se puede imaginar.

Toda una trayectoria, con base en ella y para entrar en materia; quisiera que dieras tu opinión sobre ¿cuáles fueron en tu experiencia, las aportaciones que tuvo el implemento de la tecnología de manera tan rápida derivado de la contingencia que generó la pandemia del Covid-19?

Hay que entender algo, para que la tecnología se desarrollará tendría que haber unas bases ya asentadas. Ya existían antes de la pandemia mecanismos de comercio electrónico, de automatización, de validación de identidades, totalmente digitales y automatizados, y lo que la pandemia vino a hacer fue acelerar su adopción.

REGRESAR AL ÍNDICE

No habría sido posible responder con la celeridad requerida, de no haber existido las plataformas para que eso sucediera.

En el caso específico de México hay en particular una coyuntura muy interesante; en el tema de pagos, cuando vienen los grandes cambios, México tiene la oportunidad de hacer un salto cuántico, en el sentido de que es más fácil adoptar una tecnología desde cero, que reemplazarla por una tecnología anterior.

Entonces, esas dos cosas convergieron en el tiempo y la contingencia lo que hizo fue echarlas a andar y lograr que la adopción se acelerara. Una vez que se adoptó, se quedó de manera permanente, esta situación también nos dejó una enseñanza, y es que podemos hacer las cosas de manera diferente.

Temas como Open Banking, Open Finance, inteligencia artificial, machine learning, ¿qué han abonado al desarrollo de la industria financiera? ¿Cuál es su principal aportación?

Otra pregunta bien interesante porque aparte es muy vigente. Todo esto de lo que estamos hablando son elementos que ya viven con nosotros, y pasa lo mismo que con las plataformas que mencioné antes, esa infraestructura ya estaba, pero conforme se van multiplicando, a una velocidad impresionante, se van fortaleciendo.

Hoy podemos pedir comida a domicilio por medio de una app, sin necesidad de salir de casa, cosa que hace 25 años era impensable.

Ahora bien, desde el punto de vista de la seguridad de la información, de la seguridad de las transacciones, esta parte es sin lugar a duda una de las más importantes. Cada vez es más robusta la arquitectura de las plataformas de seguridad basadas en estas herramientas que te permiten ir apretando la tuerca.

Lamentablemente la creatividad de los que se dedican a los fraudes cibernéticos, también está ahí y ya son una industria, pero bueno, todas estas herramientas van cerrando la llave, van acortando las cosas y lo que está provocando en el fondo es que quienes se dedican al cibercrimen de pronto tienen que hacer inversiones mucho más grandes, hasta llegar a un punto en el que ya sea incosteable, ya no sea negocio para ellos seguir haciendo sus estafas, porque de verdad la implementación de las tecnologías actuales les está obligando a gastar más.

Como lo has mencionado a lo largo de esta charla, ya teníamos muchos elementos antes de pandemia y la industria se ha venido desarrollando en los últimos 15 años hacia un entorno digital, tendencia que al parecer no va a parar. ¿Tú ves en el horizonte algún modelo divergente que vaya a causar una disrupción mayor a la que estamos viviendo?

Es difícil ser futurólogo pero ya empezamos, todo esto es un proceso evolutivo que empieza a existir, está al lado nuestro y no lo vemos, y de pronto se empieza a multiplicar, las plataformas lo aprovechan.

Hoy hablamos del concepto que llaman el pago inmersivo, es decir, ya pasamos del pago con tarjeta presente, al chip, al pago digital en ecommerce, y ahora ya empezamos a hablar del pago inmersivo.

Hablo de cuestiones como decir: Alexa, apaga mi tarjeta… a ese nivel, porque al final, otra vez, la infraestructura ya estaba, ya existe Alexa y hay comandos biométricos de voz; ya existe protocolos de autenticación de usuarios. Entonces es solo juntar las piezas. Está esa idea del refrigerador que te dice: oye, te falta esto, bueno, pues pídelo a la tienda de autoservicio de tu preferencia; pronto se llegará eso.

Esta opinión es totalmente personal: yo creo que el mundo del plástico y la terminal pudieran dejar de ser como los conocemos, en los siguientes 10 o 15 años, y estaremos más bien hablando de estas cosas, de un paquete de instrucciones predigeridas por una plataforma de inteligencia artificial dentro de tu teléfono o tu ordenador personal que te diga: oye, ¿lo hacemos o no lo hacemos? Recibí un mensaje del banco, te toca pagar y se te olvidó, ¿pagamos? Sí, paga. Oye pero ¿con qué pagamos? Pues de la cuenta tal… y la máquina se encargará de todo.

Muy interesante, y esto del pago inmersivo, que lo platicas como algo del futuro ¿ya está aquí?

Así es, lo tenemos en nuestro celular, Siri nos avisa cosas, entonces lo que se necesita es juntar las piezas y que alguien le dé un empujón porque ya está sucediendo

Y algo muy importante, hablábamos del Open Banking. La banca tradicional tiene años de haber entendido que debe evolucionar y está evolucionando; se está diversificando y teniendo líneas de negocio sin contacto, que además, le es muy eficiente por temas de costos.

En tu calidad de experto, ¿cuáles vislumbras como los principales retos a enfrentar por parte de la industria financiera en 2024, en especial la industria de pagos?

Tenemos que seguir avanzando en el tema de los métodos de pago alternativos, y no porque los métodos de pago que tenemos actualmente no sean funcionales o ineficientes, son muy buenos.

Para aquellos que ya tenemos algunos años, todavía nos tocó que no había más que efectivo para pagar, y esa parte de ir al cajero, tenías que asegurarte de pasar a uno en tu ciudad porque si salías de viaje no era seguro que en la siguiente ciudad hubiera un cajero.

Entonces, cuando piensas en eso, pero sabes que hoy puedes hacer una transferencia de dinero, de teléfono a teléfono, te das cuenta de que ya dimos un salto cuántico; sin embargo, todavía falta para ponerlo al alcance de más usuarios; falta fortalecer la oferta de métodos de pago alternativos. ¿A qué me refiero con esto? Obviamente hay una adopción enorme de las transferencias bancarias como método de pago, no nada más como método de intercambio entre empresas.

La parte del B2B es claramente vigente, pero ahora ya bajó al B2C, para decirlo en términos más técnicos.

Y luego están los wallets, Paypal, que son tremendamente útiles y tienen un nivel de adopción importante porque son convenientes para el usuario. Después está la parte de los pagos referenciados en efectivo, los cuales tienen sus reglas, pero también debe extenderse y generalizarse esa posibilidad, en tanto no se tenga la infraestructura completa para que tengamos una sucursal y un cajero en cada rincón del país donde se requiera, como ya pasa en otras economías y como seguramente pasará aquí en su debido tiempo.

Mientras no estemos en ese proceso tienes que dar alternativas. Los métodos de pago referenciados para depósitos en efectivo son, digamos, el canal natural, porque hubo quien ya se esforzó por llegar hasta ese rincón donde otros no han llegado.

Hay que aprovechar esa infraestructura; otra vez es ir juntando las piezas, entonces, yo veo como la gran tarea, seguir generalizando, difundiendo y aprovechando la oferta de métodos de pago alternativos, que es fuerte y sólida en México, pero quizá no está tan adoptada; ese es el siguiente paso.

No puedo terminar sin preguntarte, ¿qué viene para Nuvei?

Empezamos como pasarela de pagos en 2014, nos convertimos en agregador bancario en 2018 y estamos llegando al siguiente nivel. Pronto seremos ya un adquirente no bancario, lo cual nos permitirá implementar capacidades que hoy ya ofrecemos en otros países que ahora estarán ligadas a nuestra condición de agregador, pero que, en el momento que ya somos nosotros mismos, ya podemos traer a nuestra oferta cosas que van a ayudar a todo este discurso que te acabo de decir.

Pronto estaremos haciendo los anuncios correspondientes, pero hacia allá vamos, a ese puerto es donde queremos llegar.

Muy bien Javier Guerrero, Country Manager de Nuvei, te quiero agradecer este tiempo para Crevolution Magazine. Antes de terminar, ¿tienes algo más que agregar?

Bueno, primero agradecer el tiempo, el espacio y la oportunidad. Solo decir que, como empezamos diciéndolo, este cambio llegó para quedarse, es un cambio bueno. Está ayudando en muchas capas de la infraestructura, no solamente de pago, sino en lo general del movimiento comercial en México y eso es bueno para el pais.

Soy un convencido de que México es un país con un futuro extraordinario en términos de sus capacidades, del ecosistema de pagos; como en muchísimas otras cosas, vivimos una oportunidad muy grande con los tiempos y la economía actuales, y estoy orgulloso de ser parte de todo eso.

REGRESAR AL ÍNDICE

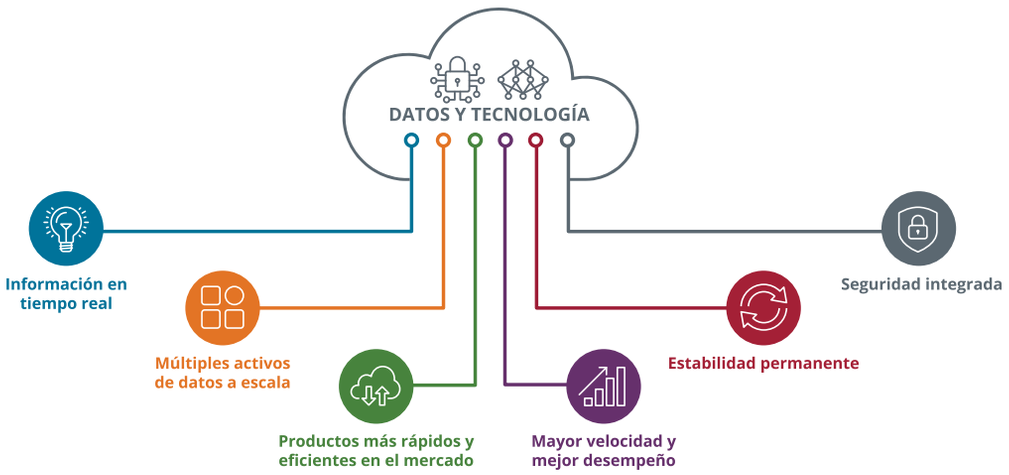
EQUIFAX®

¡Equifax le desea un 2024 lleno de *éxitos y prosperidad!*

Somos líderes a nivel mundial en datos, analítica y tecnología.

Podemos ayudar a su organización a tomar decisiones críticas con mayor confianza, gracias a nuestra combinación única de datos diferenciados, capacidad analítica y tecnología.

The Equifax Cloud™



EQUIFAX®

+120 años de trayectoria | 24 países | +14K empleados

¿Desea llevar su negocio al siguiente nivel? | **Contáctenos**

Teléfono: +52 (55) 5813 1325 **Email:** ventas.mexico@equifax.com **www.equifax.com.mx**

powering the world with *knowledge*™

Copyright 2023 Equifax Inc. Todos los derechos reservados.

La inteligencia artificial,

la nueva apuesta en la gestión de cobranza

Directo

La Inteligencia Artificial (IA) está revolucionando los sistemas de cobranza para muchas empresas. Gracias a las herramientas que esta tecnología nos brinda, se están mejorando las tasas de éxito en los procesos de cobro.

La recopilación de datos a través de inteligencia artificial, por ejemplo, permite a las empresas elevar sus índices de cobro y la experiencia de los clientes, mejorando la gestión de su cartera con mora. ¿Cómo? El análisis de la información que nos dan estas herramientas ayuda a tener estrategias más inteligentes y priorizar soluciones más efectivas en el cobro.

Hay datos que apuntan a que estas herramientas que nos brinda la Inteligencia Artificial pueden predecir los resultados de la cobranza hasta con 95% de precisión.

En **Directo** estamos comprometidos a ofrecer a nuestros clientes una amplia gama de plataformas que les permitan transicionar a estas nuevas tendencias en los métodos de cobranza y así mejorar su productividad en la recuperación de cartera.

Por eso es que desde hace varios años estamos adaptando este tipo de tecnologías a nuestro portafolio de productos, además de contar con una de las redes de telecomunicaciones más robustas en México.

La Inteligencia Artificial te da herramientas para los sistemas de cobro y nos permite modernizar los canales de comunicación disponibles, como WhatsApp, SMS, email, telefonía, etcétera, para mejorar la productividad.

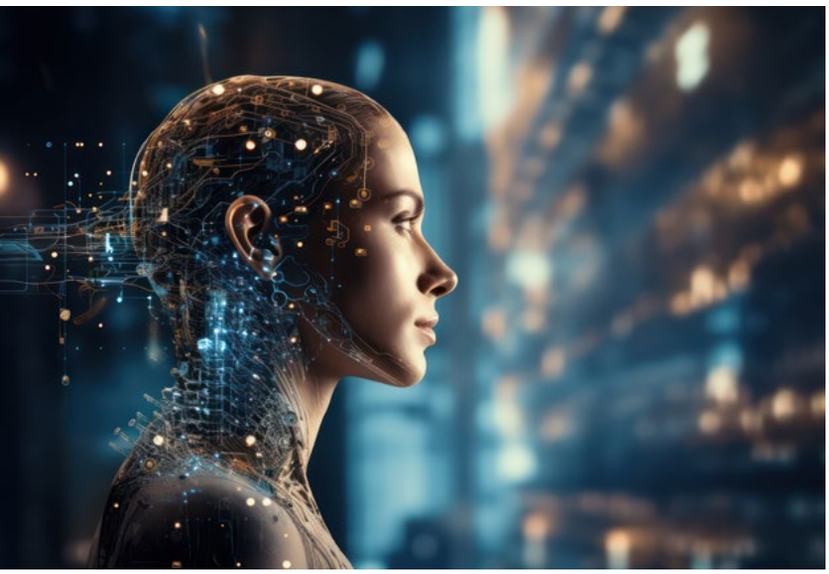
EN DIRECTO (directo.com) TENEMOS LA PLATAFORMA #1 DEL MERCADO EN LLAMADAS PREGRABADAS "BLASTER DIRECTO", CON MODALIDAD TEXT-TO-SPEECH (TTS), PERSONALIZACIÓN DE VOCES, LIMPIEZA DE BLACKLISTS, CUMPLIMIENTO DE HORARIOS Y CAPACIDAD DE MARCAR A 10 MIL REGISTROS POR SEGUNDO.

Para hablar sobre estas tendencias en el manejo de cartera platicamos con **Francisco Carbia Plasencia, COO de Directo,** quien nos explica que gracias a la automatización de cobros, se reducen tanto los errores humanos como el consumo de los diferentes recursos que se tienen en los procesos tradicionales.

¿Cuáles son las principales características que debe tener una estrategia exitosa de cobranza?

Principalmente tres: Una es tener la cartera bien segmentada por datos demográficos, tipo de mora y características del deudor. Segundo, perfilar la audiencia; saber cuál es el mejor canal a usar en cada caso, para tener los mejores resultados posibles. Y por último, una estrategia que consideramos muy importante es contar con los procesos necesarios para que los usuarios puedan pagar en el momento que reciben la notificación respecto a la cobranza. Esto tiene mucho impacto en el rendimiento de la recuperación de cartera y en los resultados que nuestros clientes esperan.

En **Directo** tenemos plataformas de contacto masivo que permiten administrar los diferentes canales de interacción con los usuarios como Blaster, SMS y Whatsapp. Estas herramientas cuentan con análisis de información inteligente para realizar estrategia y tomar decisiones de negocio.



¿Cuáles son las principales tendencias que se vislumbran hacia el futuro en los sistemas de cobranza?

Sin duda la Inteligencia Artificial. Vemos que las herramientas están facilitando cada vez más a los clientes el pago de productos y servicios. Otra tendencia es que los proveedores de estos productos y servicios están utilizando más apps para poner al alcance de sus usuarios una mejor experiencia.

El reto siempre es no perder la comunicación con los clientes, se logra identificando el mejor canal de contacto en cada caso. Debemos aspirar a que vía la Inteligencia Artificial contemos con herramientas con las que, tanto al cliente le resulte más fácil interactuar, como a las agencias de cobranza les resulte más productivo cobrar. Tenemos que encontrar ese punto medio para que estas herramientas tecnológicas aprendan y logren una interacción más efectiva con los clientes, para poder cerrar el círculo de cobranza y que las empresas mejoren su rentabilidad.

¿Cuáles son los principales retos para adoptar estas nuevas tecnologías?

Los principales retos son, por un lado continuar con la automatización de procesos en la interacción con los usuarios y por otro dimensionar el potencial que tiene la Inteligencia Artificial. En Directo ya tenemos procesos con analítica y aprendizaje que pueden arrojar información útil para la gestión de las carteras de cobranza.

Estamos constantemente trabajando en brindar soluciones más eficientes a nuestros clientes. Otro de los grandes desafíos es obtener cada vez más retroalimentación de los usuarios para que la Inteligencia Artificial aprenda y nos dé información que permita gestionar mejor su cartera. Tenemos que lograr una interacción eficaz en todos los procesos siempre con un enfoque que satisfaga las necesidades de nuestros socios comerciales y clientes.

Una plataforma integrada para apoyar el ciclo completo de toma de decisiones sobre la inversión en carteras vigentes y vencidas

NPLMARKETS

"Nuestra plataforma ofrece una solución modular única e integrada que ayuda a los clientes en todo el proceso de toma de decisiones en torno a las carteras de crédito, desde la valuación y el seguimiento, hasta la negociación y venta de carteras", afirma **Rodolfo Diotallevi, Managing Director y Director de Negocios de NPL Markets.**

NPL Markets ha creado una solución modular e independiente basada en la 'web' que no requiere de integración alguna de los sistemas informáticos por parte de sus clientes, lo que permite a las organizaciones implementar la solución de forma rápida para obtener beneficios inmediatos en el negocio.

La combinación de múltiples aplicaciones, así como la preparación de datos, la valoración y análisis, el 'marketplace' y 'reporting' en una sola plataforma, ayuda a bancos, entidades reguladas, instituciones financieras especializadas, bancos de inversión, fondos de cobranza, fondos de deuda privada y gestores de activos a navegar con éxito por el intrincado panorama de los mercados de crédito ilíquido. Al sobreponer estas aplicaciones con información actual del mercado crediticio a través de su DataHub (una gran base de datos de crédito independiente), NPL Markets permite a los usuarios tomar decisiones más informadas.

Las instituciones financieras enfrentan desafíos al gestionar grandes bases de datos no estructuradas relacionadas con sus carteras de préstamos para realizar análisis y valoraciones. El software innovador de mapeo y preparación de datos de NPL Markets respalda eficazmente la estandarización de los datos de la cartera respectiva, mejora su calidad y resuelve el problema de los datos de baja calidad proporcionados por los vendedores, que suelen obstaculizar la toma de decisiones.

En comparación con los procesos más tradicionales, nuestro software no solo mejora la precisión de los datos, sino que también genera ahorros significativos en tiempos y costos.

Para ello, la herramienta de preparación de datos permite alinear los datos no estructurados con las plantillas usadas en la industria, garantizando consistencia, identificando lagunas en los datos, y estableciendo correlaciones entre los préstamos y los activos subyacentes. El software de preparación de datos de la plataforma también emplea tecnología avanzada e inteligencia artificial (IA) para transformar, mapear y estandarizar los datos de los préstamos en más de 46 plantillas normativas, así mejorando significativamente la calidad y fiabilidad de los datos.

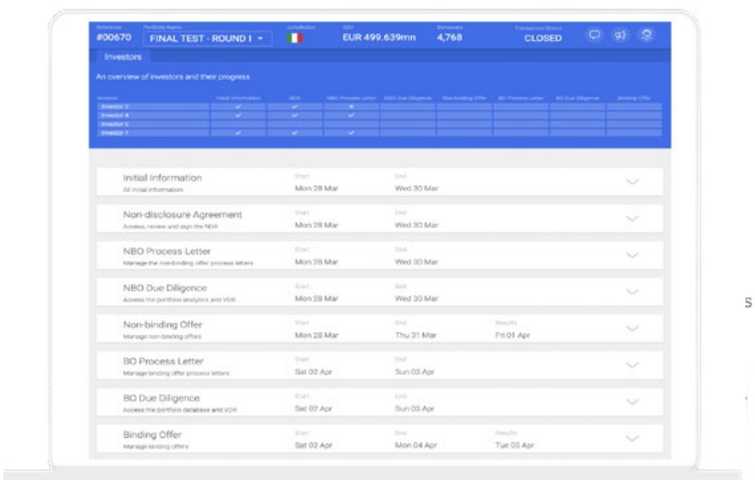
Además de los datos de baja calidad, otro reto que prevalece en el mercado es valorar adecuadamente los activos ilíquidos con precisión. Para superarlo, NPL Markets proporciona herramientas de valoración y análisis que ofrecen modelos de fijación de precios para apoyar la valoración de activos, tanto para vendedores como para inversores con el fin de facilitar las transacciones. Además, la herramienta de seguimiento del riesgo crediticio ayuda a evaluar el impacto en los balances de los bancos o entidades reguladas al momento de vender posiciones, teniendo en cuenta, del mismo modo, las normas reglamentarias sobre aportación de capital.

Todo ello con el apoyo de NPL Markets DataHub, que ofrece amplias métricas de mercado independientes para realizar análisis de escenarios prospectivos y pruebas de estrés.

En la medida en que aumenta la preocupación por la protección y confidencialidad de los datos en el sector financiero, en general, los organismos reguladores también exigen a las grandes instituciones mayor enfoque a la seguridad y el intercambio de datos e información. NPL Markets se adhiere a los más altos estándares de seguridad y cumplimiento (establecidos por el 'NIST Cybersecurity Framework') que incluyen el cifrado de datos, pruebas de penetración regulares, y políticas integrales de la empresa que cubren la protección de datos y la confidencialidad.

REGRESAR **AL ÍNDICE**

El 'marketplace' centralizado de NPL Markets está integrado con nuestras herramientas de preparación y análisis de datos para facilitar eficazmente la gestión de las operaciones. Los vendedores pueden subir carteras y préstamos individuales para la venta en la plataforma y acceder a un grupo diverso de inversores institucionales de distintas jurisdicciones en función de sus preferencias, lo que facilita la diversificación de los inversores. La plataforma agiliza los procesos de negociación de la documentación jurídica; asimismo, ofrece opciones para diferentes procesos de venta, como ofertas públicas de adquisición, subastas competitivas o transacciones bilaterales. También ayuda a la realización eficiente de la auditoría correspondiente a través de 'data rooms' virtuales, garantizando un análisis eficiente de los activos dentro del mercado. Toda la comunicación se produce en un único lugar, lo que simplifica las interacciones entre todas las partes involucradas en el proceso de la transacción, tales como inversionistas, vendedores, abogados, asesores financieros, empresas de servicios contadores.

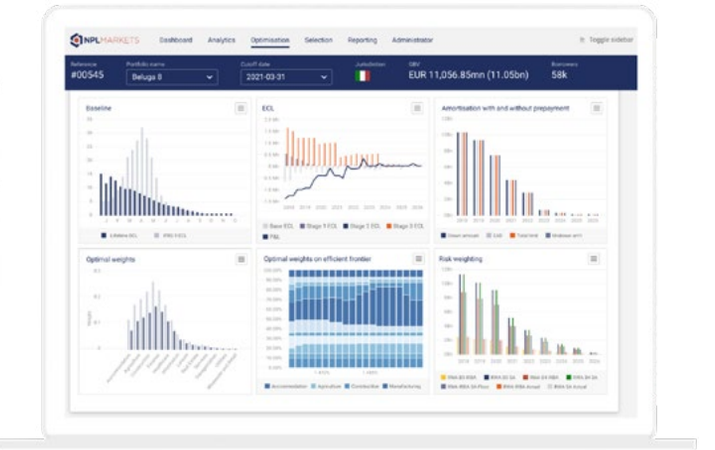


En esencia, la plataforma en la nube justifica su etiqueta modular no sólo por ofrecer las herramientas mencionadas, sino también por su flexibilidad. NPL Markets reconoce las necesidades específicas de cada cliente, ya sea un vendedor o un inversionista. En consecuencia, permite a los clientes emplear cualquier aplicación que sea necesaria en cualquier etapa de sus negocios.

El enfoque único de NPL Markets en los mercados de crédito ha sido reconocido con numerosos premios del sector. Varios casos de éxito de clientes ilustran la eficacia de NPL Market. En México, por ejemplo, NPL Markets ha desarrollado su modelo de negocio inicialmente intermediando de forma exitosa, a través de su "Marketplace", la venta por parte de cierto fondo de deuda, a favor de un gestores de activos que opera en varias jurisdicciones, de carteras vencidas, integrada por diversas posiciones, de créditos corporativos y de consumo, los mismos garantizados únicamente con flujos y derechos de cobro contra entidades gubernamentales. Dicho proceso generó el interés de diversos inversionistas en todo el mundo, todos ellos institucionales. Asimismo, NPL Markets ha consumado acuerdos iniciales con algunas instituciones de crédito, entidades reguladas y arrendadoras, tanto para la intermediación de venta de carteras, como para proveer el servicio de "Reporting" ya mencionado, a través de su plataforma.

El uso de la tecnología para agilizar los procesos de transacción reduce el tiempo empleado en más de un 40% con respecto a un proceso de venta tradicional. NPL Markets ha logrado precios de transacción en un 25% por encima del promedio de los procesos tradicionales, lo que facilita el trato con un mayor número de inversionistas.

Otra característica destacable de la plataforma es la aplicación de 'reporting'. Esta herramienta permite la elaboración y el seguimiento dinámico de los datos de la cartera de préstamos a lo largo del tiempo y el análisis de préstamos, bursatilizaciones y fondos de crédito. La interfaz de usuario es interactiva y fácil de usar para usuarios que no son expertos. También ayuda en la evaluación histórica de los cobros, el seguimiento del flujo de caja, y las comparaciones entre periodos para comprender cómo se ven afectadas las carteras en diferentes escenarios de estrés. Esta aplicación también permite la presentación de informes reglamentarios, a través de muchas plantillas y jurisdicciones. La continua evolución de los requisitos normativos constituye un reto importante para las entidades financieras. NPL Markets aprovechó la oportunidad y desarrolló una nueva forma de elaborar informes normativos combinando tecnología, automatización, aprendizaje automático y datos. Hoy son muchas las entidades financieras que cuentan con NPL Markets para sus informes normativos.



NPL Markets encarna las características de una empresa tecnológica de gestión de carteras de crédito de primer nivel en el mercado de crédito ilíquido. Con aproximadamente 900 inversionistas registrados de más de 27 jurisdicciones, la empresa ofrece a sus clientes mejores oportunidades, posicionándose como una solución integral única en el sector. NPL Markets cuenta con el reconocimiento mundial de las principales instituciones, tal como lo demuestran los acuerdos de cooperación firmados con la Corporación Financiera Internacional (IFC), perteneciente al World Bank Group, para la expansión del negocio en México y Brasil.

CREVOLUTION® 2023

Reúne a las mentes brillantes del ecosistema crediticio.

Te traemos un resumen del evento

Modelos Divergentes

Un enfoque más allá de la innovación

REGRESAR **AL ÍNDICE**

Del 02 al 05 de octubre se llevó a cabo la edición de **Crevolution 2023 "Modelos divergentes, un enfoque más allá de la innovación".** Este encuentro se realizó en un formato híbrido donde del 02 al 04 en su versión online presentó el previo del encuentro presencial el cual tuvo lugar el 05 de octubre en la Ciudad de México.

A través de esta aventura transformadora **se creó un espacio exclusivo de conocimiento y *networking* de alto nivel para encontrarse, conectarse, compartir y diseñar el futuro de la economía regional.**

El formato de conferencias mudas permitió que la audiencia eligiera las temáticas de su interés siendo una puesta en escena novedosa y disruptiva. Durante la mañana se reunieron en el mismo escenario expertos en innovación, crédito y cobranza, tales como, **Aaron Silva Nava**, Chief Risk Officer en Finsus; **Joaquín Peña Velázquez**, Director de consultoría en ICM; **José Pablo Camarena**, Director General de Bitácora Social; **Rodrigo Murillo Albarrán**, Chief Data Officer en Círculo de Crédito; **Luis Bartolini Esparza**, Especialista en derecho financiero, bancario, financieras populares y Fintech; **Carlos Marmolejo**, CEO de Finsus; **Camilo Herrera Mora**, especialista en temas estratégicos de consumo y del consumidor.

Con el panel "Revolucionando el crédito: Modelos disruptivos para las nuevas generaciones", **Luz Elena Téllez**, Chief Risk Officer en Rappi Card; **Neri Tollado**, Co-Fundador & CEO en Plata Card; **Vicente Fennol**, Presidente AMSOFIPO y **Fernando Padilla**, Presidente AFICO, quien moderaría este panel, iniciaron la conversación planteando cómo el crédito ha sido tradicionalmente un pilar fundamental en la economía, pero con la llegada de las nuevas generaciones, con diferentes necesidades y comportamientos financieros, ha surgido la necesidad de replantear y reinventar los modelos de crédito existentes.

Durante sus intervenciones, se exploraron cómo los avances tecnológicos y los nuevos enfoques están cambiando la forma en que las nuevas generaciones acceden al crédito y manejan sus finanzas.

REGRESAR **AL ÍNDICE**

Posteriormente, **Vlas Lezin**, Chief Operating Officer en Sillicon Valley Innovation Center habló sobre las estrategias que implementan las empresas en Sillicon Valley para crear mejores experiencias a sus clientes y los modelos que utilizan para hacer más rentables sus negocios. Para el cierre del día, con su intervención "Financial Creativity is King", **Fredrik Härén**, explorador de la creatividad; compartió con la audiencia sus hallazgos de 25 años en los cuales entrevistó a miles de personas en más de 70 países incluidos a líderes mundiales de la industria financiera.

De manera paralela, en este mismo espacio creativo se llevaron a cabo los siguientes Workshops:

"Las 4 tecnologías que revolucionan la cobranza", por el **equipo de expertos de Pentafon.**

"El impulso de la Inteligencia Artificial y la inclusión del metaverso", por **Luis Riva Palacio**, CPO de Coperva.

"Automatización: la clave para mejorar los procesos de evaluación crediticia", por **Santiago Etchegoyen**, Cofounder & CTO de Uflow.

Asimismo, Crevolution 2023 llevó las innovaciones financieras hasta las universidades mexicanas y durante el marco de este gran evento dio a conocer a los finalistas y ganadores de esta dinámica. La universidad URC Campus Coyoacán fue premiada con el primer lugar por su proyecto llamado "Kuun Kuun".

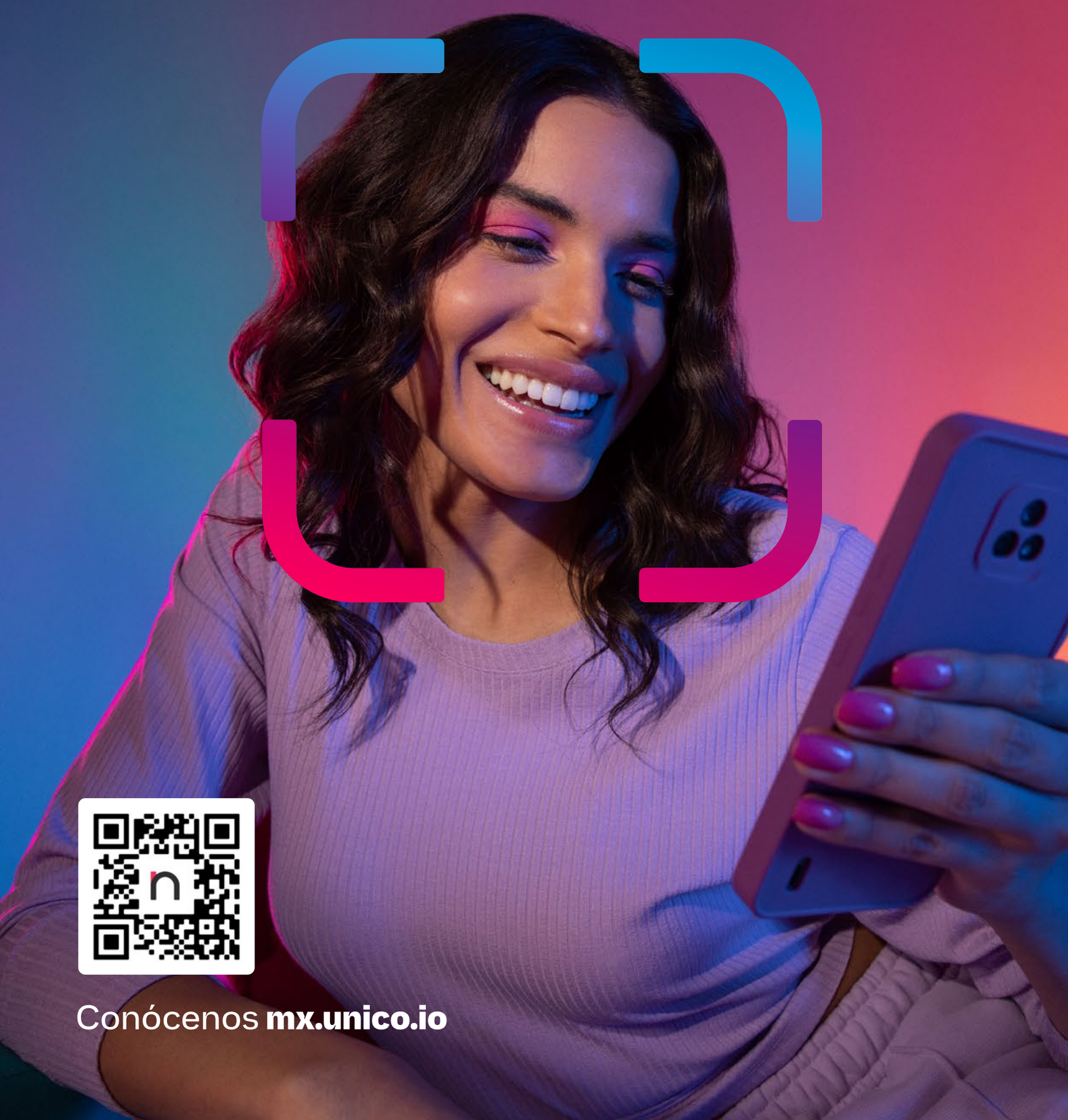
Las universidades finalistas fueron: ITESM Campus Puebla, URC Campus Gustavo A Madero, UTAGS Campus Aguascalientes y UASLP Campus San Luis Potosí.

Es así como Crevolution 2023 llegó a su final, no sin antes abrir la invitación a todas las mentes brillantes que conforman el ecosistema crediticio de la región, a reunirse el próximo mes de octubre en Crevolution 2024, el evento más trendy de la Industria Financiera.

REGRESAR AL ÍNDICE

UNICO

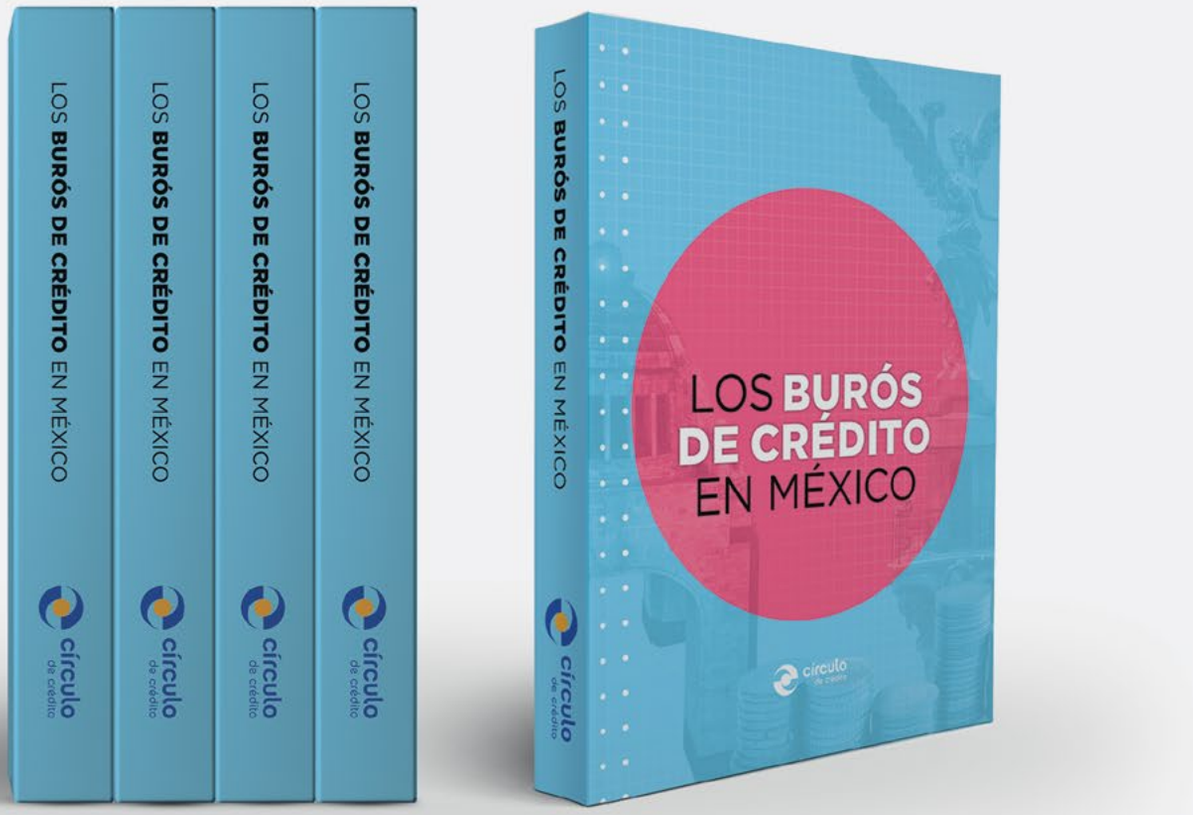
La IDtech más valiosa de Latinoamérica llega a México.



Conócenos **mx.unico.io**

Los Burós de Crédito en México

El libro de Círculo de Crédito con el que descubrirás los mitos y realidades de las Sociedades de Información Crediticia en el país.



"Nuestro propósito en Círculo de Crédito es impulsar la inclusión financiera, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las personas",

Juan Manuel Ruiz Palmieri.
CEO Círculo de Crédito.

Conoce más sobre nuestras soluciones, acércate.

@CírculoDeCréditoMX @Círculo de Crédito

¡Descarga gratis!