

Conoce la transformación digital de las cajas y cooperativas

Las alternativas de acceso al crédito son diversas en nuestro país. En medio de un clima de emprendedurismo e inclusión financiera, las cajas y cooperativas vienen contribuyendo a la formalización de muchos peruanos. Sin embargo, enfrentan diferentes desafíos, principalmente su transformación digital.

Según el docente de **ESAN** y experto en microfinanzas, Walter Leyva, uno de estos retos es brindar servicios cada vez más accesibles, fáciles y que generen una experiencia de usuario de alta calidad y satisfacción. *“Todavía se realizan operaciones físicas en oficinas cuando en el mundo esto está variando. Existe la tendencia a que las oficinas presenciales van a disminuir”*, advierte el especialista de ESAN y señala que otras tecnologías como la **Inteligencia Artificial (IA)**, el *bigdata*, el *blockchain* y la nube ya forman parte del sistema financiero.

- ▶ **Tecnología fitness: conoce esta tendencia en gimnasios**
- ▶ **¿Por qué es importante una agenda anticorrupción?**
- ▶ **Elecciones congresales 2020: el nuevo panorama político**

Leyva recalca que el primer paso hacia la transformación digital es el cambio cultural. Las cajas y cooperativas están en ese proceso. “En los próximos tres años habrían fusiones de cooperativas y lanzamientos de nuevos productos como

plataformas digitales de parte de estas microfinancieras”, asegura Walter Leyva.

Cambio de estrategia

Al respecto, el presidente de la **Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito** (Fepcmac), Fernando Ruiz Caro, indica que la digitalización de las microfinancieras no es una moda sino una necesidad. “Hay cajas que tienen laboratorios propios de innovación, mientras que otras mantienen alianzas con *startups* y empresas tecnológicas. No obstante, la omnicanalidad continua siendo importante”, anota.

Cabe resaltar que el cliente de las cajas es emprendedor, su edad está entre los 25 y 35 años, y casi la mitad de ellos son mujeres. Según Ruiz Caro, ellas son mejor pagadoras que los varones.

Por otro lado, el 60% de usuarios es *millennial*. Pero todavía hay clientes tradicionales que se sienten cómodos yendo a las agencias y siendo visitados por sus analistas de crédito. “Eso posiblemente no cambie en los próximos años de manera radical. Queremos captar a los jóvenes que ingresan al mercado laboral y se convierten en emprendedores”, manifiesta.

Según el Fepcmac, en el 2019, las cajas crecieron en 905.000 clientes de los cuales casi 170.000 pertenecieron a créditos y 726.000 a ahorros. “Tenemos previsto que si la economía nacional mejora por lo menos a un crecimiento de 3% este 2020, nuestras colocaciones y captaciones deberían avanzar cerca al 11% en el sistema de cajas este año”, asegura el presidente

del gremio, Fernando Ruiz Caro.

Laboratorios de innovación

Una de las primeras cajas que desarrolló su propio laboratorio de innovación fue **Caja Arequipa**, cuando a mediados del año pasado inauguró *Caja Lab*. Este laboratorio cuenta con distintos perfiles como un *agile coach*, una UI, una UX, un desarrollador Android, un desarrollador iOS y un *community manager*. A futuro, se prevé incorporar desarrolladores para web.

Es por ello que el año pasado lanzaron la *app* CajaMóvil. Según el gerente central de Administración y Operaciones a cargo del laboratorio de innovación **CajaLab**, Marco Lúcar, para su desarrollo trabajaron con sus propios clientes aplicando la metodología *design spring insanity*. A la fecha, ya cuentan con casi 200.000 descargas.

*“Con la app el cliente puede abrir una cuenta digital o un depósito a plazos, así como desembolsar su línea de crédito. De igual manera, tenemos el home banking, a través del cual se realizan estas operaciones. La biometría y la conexión directa con el **Registro Nacional de Identificación y Estado Civil** (Reniec) nos ha permitido agilizar este proceso”,* anota.

Caja Lab ya es un área de Caja Arequipa y espera crecer 13% en colocaciones este 2020, sobre una cartera de clientes de casi S/ 5.500 millones; además su meta es lograr S/ 6.000 millones de créditos desembolsados.

Asimismo, Caja Arequipa inaugurará 12 agencias más a nivel nacional, las que se convertirán en un *hold* digital. “Queremos que el cliente pueda utilizar nuestra agencia aunque esté cerrada. Apuntamos a que nuestros procesos sean 100% digitales”, agrega el representante de Caja Arequipa, Marco Lúcar.

Digitalizando procesos

Para el presidente del directorio de **Caja Sullana**, Joel Siancas Ramírez, la digitalización de sus procesos también es una prioridad. Para ello, cuentan con el *team* ágil de innovación, conformado por los líderes de las diferentes áreas. “Este espacio permite generar creatividad a través de equipos multidisciplinarios y el desarrollo de propuestas con potencial innovador centrado en los clientes”, detalla.

En esa línea, Caja Sullana brinda facilidades a sus usuarios a través de su *app*, en la cual se pueden efectuar desde transferencias hasta pagos de servicios. Asimismo, tienen productos totalmente digitales como *CrediClic*, que hace posible solicitar créditos desde la web; *GEN 360*, una *app* mediante la cual el asesor puede determinar la viabilidad de un crédito en tiempo real, y el *homebanking*. En los próximos meses, esperan lanzar una cuenta de ahorros digital, un *chatbot* que permita una atención más ágil a los clientes y seguidores; así como un WhatsApp Empresarial.

El año pasado, la caja colocó S/ 2.237,98 millones y este 2020 esperan alcanzar los S/ 2.339,21 millones, lo cual implica que en promedio mensualmente estarían desembolsando S/ 190

millones.

Otra de las microfinancieras que está desarrollando una estrategia de transformación digital es **Caja Huancayo**. Según el gerente central de finanzas, Víctor Valdivia, han empezado a digitalizar los procesos rutinarios y repetitivos como las operaciones de transferencia entre cuentas, pagos de créditos y pagos de servicio de consumo, además de los procesos internos, que reducirán los costos operativos con el *back office*, entre ellos el desembolso de créditos hacia las cuentas de los usuarios.

“Del lado del cliente estamos hablando de un cambio en la estrategia. Eso nos ha obligado a crear una unidad de inteligencia de negocios que está trabajando en la segmentación e identificación de clientes y sus necesidades para mejorar su experiencia”, explica Valdivia.

Para captar nuevos clientes, Caja Huancayo planea hacer alianzas con algunas *fintech* o *startups*. Así, espera digitalizar a sus asesores de negocios para que puedan administrar carteras de clientes más grandes, incrementando en un 50% su capacidad. *“Si nos asociamos con las fintech podríamos captar clientes a través del scoring”*, agrega.

Este proceso de digitalización que ya iniciaron podría tomar entre dos y tres años. En esa línea, Caja Huancayo espera crecer este año S/ 800 millones más que el 2019 y llegar a tener una cartera de S/ 5.300 millones.

Cooperativas y tecnología

Para el gerente general de la **Federación de Cooperativas de Ahorro y Crédito** (Fenacrep), Manuel Rabines Ripalda, la transformación digital es un tema que no había sido tan explorado en el común del sistema cooperativo. Sin embargo, ahora se están enfocando en satisfacer las necesidades de las personas y priorizar el tema tecnológico y comunicacional.

Cabe resaltar que hay 438 cooperativas de ahorro y crédito (Coopac) en el **Perú**, según la **Superintendencia de Banca y Seguros del Perú** (SBS).

“Las Coopac están trabajando en la implementación de proyectos digitales, algunos mediante los chatbot, metodologías ágiles y a través de plataformas de comunicación que mejoren sus procesos”, indica Rabines.

En ese sentido, menciona los casos de las cooperativas Abaco y Pacífico que se aliaron con *startups* y *fintech*. “Inicialmente lanzaron sus aplicativos móviles, permitiendo a sus clientes hacer transacciones entre cuentas y con otras entidades financieras y bancarias”, recuerda el ejecutivo de Fenacrep.

Por su parte, **Aelucoop** se ha convertido en la primera cooperativa en implementar la billetera electrónica (*Wallet On*).

“Tenemos alianzas con diferentes startup y fintech que nos están permitiendo desarrollar pasarelas de pago, mejorar

*nuestro proceso de verificación de identidad y agilizar la introducción de nuestros productos o servicios en nuestros canales digitales. También tenemos un centro de innovación in-house”, sostiene el funcionario de **Punto de Contacto Virtual de Abaco**, Yoshi Nuñez.*

Por otro lado, Manuel Rabines recalca que el principal reto de las **Coopac** es la adecuación al nuevo marco legal, el cual conlleva la adopción y mejora de los sistemas informáticos para atender requerimientos de la **SBS**, así como para la implementación de nuevos productos financieros que faculta la ley.

Así, este año las cooperativas de ahorro y crédito estarán en el proceso de adecuación y arreglo institucional, y esperan un crecimiento anual general entre el 8% y 10%, unos S/ 14.000 millones en saldo de colocaciones y 1,8 millones de socios.