

Revista empresarial y de la economía

GESTIÓN

S O L I D A R I A

Agosto-Septiembre 2018 - Año 13. Edición 108 - ISSN 19000-7906/Distribución Nacional Gratuita / Colombia



EMPRENDEDORES RECLAMAN FINANCIACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO

Discusiones internas frenaron el desarrollo empresarial (Jesús María Medina, gerente Comerciacoop)

Cootregua trabaja desde la Orinoquía y la Amazonía Colombiana

MENTE MAESTRA

P • u • b • l • i • c • i • d • a • d



www.gestionsolidaria.com
Cel. 310 246 7766

MÁS DE LO MISMO

El documento que los gremios cooperativos y especialmente Confecoop presentó al Gobierno, donde se destaca la necesidad de desarrollar las bases para una política pública e integral que permita el desarrollo del modelo cooperativo, es una síntesis efectiva de lo que durante muchos años de manera puntual cada actor del sector solidario ha venido reclamando de las autoridades y el ejecutivo.


Entre tanto, el contexto político hace presagiar, que este documento será analizado, estudiado y posiblemente pase a largas discusiones donde algunos de los temas ahí expuestos sean tenidos en cuenta para responder al clamor de un sector organizado y altamente representativo de buena parte de la población, que confía y participa de este modelo económico asociativo. Pero sin mayor trascendencia.

El panorama inmediato del mapa político y la poca representación en el legislativo de voceros del cooperativismo pronostican que La Reforma Tributaria; la Reforma Pensional; la nueva zanahoria para la galería del mínimo; la distribución de los recursos del Sistema General de Participaciones (SGP) y la inversión en infraestructura, que ponen al país en el puesto 87 en materia de calidad de infraestructura en el Foro Económico de Competitividad; la Reforma Monetaria que busca retirar tres ceros de

peso y los apretones al presupuestos anunciados por el ministro Alberto Carrasquilla en su primera presentación ante el Congreso, más los anuncios de fortalecer e impulsar la economía naranja, ponen al final de la fila el texto de 24 páginas presentado por el gremio cooperativo.

El lobby deberá ser constante, pues a los vientos de apretones para las personas naturales, nos podemos ver invitados a un proceso de desregularización donde el usuario se vea a merced cada vez más de las grandes corporaciones, y ante debilitadas superintendencias que se consideran por el nuevo Congreso como fortines políticos y no lugares de control técnico para el manejo de los diferentes sectores.

El documento del gremio cooperativo es claro y breve, reúne todo el clamor de las empresas solidarias, pero para poder permear algunos puntos, cada uno se deberá colar en las reformas de temas paralelos. Un lobby que en muchos casos no buscará el posicionamiento, sino la no exclusión dentro de la discusión.

Esperemos no asistir a más de lo mismo y que en los procesos de rebarajar que se dan con los diferentes proyectos de ley se logre cantar el éxito de estas iniciativas o de lo contrario en cuatro años asistiremos a un nuevo coro que dirá: Aquí no pasó nada. 



FGA
FONDO DE GARANTÍAS

Trabajamos en equipo para que sus asociados se beneficien del **acceso al crédito** con nuestras garantías.

LÍNEA NACIONAL: 018000 423 882
WWW.FGA.COM.CO

GESTIÓN

S O L I D A R I A

DIRECTOR

Alfredo Alzate Escolar
direccion@gestionsolidaria.com

JEFE DE REDACCIÓN

Fernanda Alzate Escolar redaccion@gestionsolidaria.com

DIRECCIÓN COMERCIAL

comercial@gestionsolidaria.com

310 246 7766

COLABORARON EN ESTA EDICIÓN:

Rodrigo Valiente
Alveiro Monsalve Zapata

FOTOGRAFÍA

Gestión Solidaria

DISEÑO

Ramiro Benavides
cacimpre@gmail.com

UNA REALIZACIÓN DE

Gestión Solidaria SAS

www.gestionsolidaria.com

TELÉFONOS

Teléfonos (091) 2516660
Cel. 310 246 7766

IMPRESIÓN

Agencia Gestión Solidaria S.A.S.

AGOSTO - SEPTIEMBRE 2018

Bogotá – Colombia

Las ideas expresadas son
responsabilidad de sus autores.



Más de lo mismo	3
Tres años de discusiones internas frenaron el desarrollo de Comerciacoop: Jesús Medina	6
Emprendedores necesitan acompañamiento	9
Queremos ser el banco de la Orinoquía y la Amazonía Colombiana: Cootregua	12
Seguros más inteligentes: Cuando la Inteligencia Artificial se hace cargo	15
Re-existir con nuevo paradigma	17
En las empresas la Responsabilidad Social dejó de ser un tema filantrópico a ser algo estratégico	20
El microcrédito ayuda a superar la línea de pobreza	22

EN COLOMBIA GANA EL USADO

En Colombia durante los primeros seis meses de 2018 se realizaron 537.785 traspasos, mientras que en 2017 la venta de vehículos usados fue de 1'113.304, de acuerdo con el Registro Único Nacional de Tránsito, Runt. De esta forma, por cada automotor nuevo que se comercializa en el país se traspasan 4,75 unidades. Para el caso de automóviles o carros familiares la relación es uno nuevo por 3,7 usados.

Ante eso, José David Herrera, gerente Servicio al Cliente del Runt, afirmó que los traspasos se han incrementado un 5% durante los seis primeros meses de 2018 con respecto al mismo periodo de 2017, lo que demuestra que el mercado de los vehículos usados se impone en el país.

PAÍS DE EMPRENDEDORES

“Colombia es el tercer país del mundo y el primero en Latinoamérica con el mayor porcentaje de empresarios intencionales. Por ejemplo, en 2016, el 53 por ciento de la población colombiana expresó su intención de crear empresa en los próximos tres años. Por ello necesitamos acompañar a estos colombianos para que su intención se convierta en una auténtica acción empresarial”, manifestó Saúl Pineda Hoyos, viceministro de Desarrollo Empresarial.

MERCADO DE VIVIENDA DESPEGA LENTAMENTE

En el segundo trimestre de 2018, el valor de los créditos desembolsados para la compra de vivienda fue 1.8 billones de pesos a precios constantes con una variación anual de 10,7 por ciento, comparado con el segundo trimestre de 2017.

Este comportamiento se explica por: Los desembolsos para la compra de vivienda nueva por un valor de 999.154 millones de pesos a precios constantes con una variación anual de 5,3 por ciento. Para la compra de vivienda usada se desembolsaron 848.698 millones de pesos a precios constantes con una variación anual de 17,9 por ciento, informó el Dane.



Afirmamos nuestra calificación

FitchRatings

afirmó las calificaciones nacionales de Largo y Corto Plazo del **Banco Cooperativo Coopcentral** en 'AA-(col)' y 'F1+(col)' respectivamente. La perspectiva de la calificación de Largo Plazo es estable.



Tres años de discusiones internas

FRENARON EL DESARROLLO DE COMERCIACOOP: JESÚS MEDINA

El ejecutivo señaló que durante este período la entidad se vio amenazada por intereses de poder personales que llevaron a la no toma de decisiones estratégicas para su actividad financiera.

Jesús María Medina Durán gerente de Coomerciacoop señaló que la poca preparación de buena parte de los equipos de consejeros en el sector cooperativo retrasa en buen número de casos el desarrollo de las entidades que representan.

El ejecutivo explicó que aunque el sector tiene un a gran presencia nacional la falta de integración afecta la posibilidad de desarrollo de una red para competir con servicios a los millones de asociados a estas empresas.

GESTIÓN SOLIDARIA: ¿Supera usted un problema de gobernabilidad donde administrativamente la Cooperativa estaba intervenida por el Consejo?

Jesús María Medina: El problema de la gobernabilidad en las cooperativas es algo que no es nuevo y que desafortunadamente frustra el desarrollo de una entidad. Nosotros vivimos esta situación que nos afectó durante más de tres años de estar con un Consejo, no se las razones, donde no permitía el planteamiento de cosas nuevas, de cosas tecnológicas para la Cooperativa, entonces durante esos más de tres años tuvimos una etapa bastante lenta de crecimiento lo que nos permitió apenas sobre vivir, por esa razón, los corresponsales cooperativos que nosotros iniciamos no crecieron y se mantuvo apenas para hacer una operación y como dijo alguien... un crecimiento vegetativo.

G.S.: ¿Pero usted percibe que en todo, o buena parte del sector so-

lidario, no hay un afán de crecer, solo de sostenerse?

Jesús María Medina: Sí, yo considero que los consejos directivos, tienen que proponerse en una era de cambio y entender que el mundo va muy rápido, que la tecnología cambia las cosas, que ya todo se está volviendo digital, por consiguiente, las cooperativas no pueden quedarse atrás.

G.S.: ¿Para poder tomar esas decisiones se necesita un consejero con qué características?

Jesús María Medina: Debe ser una persona que tenga en su cabeza el desarrollo empresarial. Que entienda que lo que uno maneja son empresas. Que el concepto del sin ánimo de lucro lo debemos aprovechar positivamente para trabajar más en lo social y poder prestar servicios de alta calidad.

G.S.: ¿Los problemas políticos internos bloquean las cooperativas?

Jesús María Medina: Absolutamente, repito porque venimos de un problema supremamente difícil que pretendieron desde luego remover al gerente, simplemente para llegar al poder, porque si hubiese habido propuestas importantes para el cambio, el mejoramiento de la entidad vaya y venga, pero infortunadamente no sabe uno los apetitos políticos e internos de las personas dentro de la institución.

G.S.: Don Jesús, en esta ocasión usted ganó, pero si hubiera perdido ¿qué consecuencias, desde su visión habría tenido la cooperativa?



Jesús María Medina Durán gerente de Coomerciacoop señaló que para la implementación del primer corresponsal cooperativo se dieron múltiples dificultades: "el internet se caía y demás, sufrimos bastante. Para la época no conseguimos quien nos respaldara el corresponsal con una póliza de seguro. Lo primero por los riesgos, lo segundo por que es el negocio de la aseguradora que no sea una o dos pólizas, si no muchas", dijo.



A la ciudadanía quiero invitarla a que crean en el modelo cooperativo, considero que es la solución para hacer frente a la pobreza que nos agobia y cambiar por personas con mente emprendedora y por consiguiente el sector cooperativo puede cumplir un papel muy grande en esta promoción de servicios que les lleve a que nosotros tengamos un a población pensando en que el asunto ya no es buscar empleo. El asunto es crear empresa y desarrollar emprendimiento.

Jesús María Medina: Es impredecible. Lo único que quedó demostrado es que los asociados respaldaron la gestión del gerente, porque de esta dificultad, se consideraba que iba a haber unos retiros masivos de la entidad y de recursos, Pero fue al contrario. Se fortaleció la cooperativa, crecimos sobre todo en la época de las dificultades.

G.S.: ¿Pero si uno le pregunta a un consejero, que tiene la misión de acompañar a la gerencia y vigilar también la acción de la gerencia de alguna manera no gana más poder la gerencia que ser consejero y eso a largo plazo no deforma la imagen cooperativa que designa a los consejeros como los representantes de los dueños de la empresa?

Jesús María Medina: No para nada, yo considero que los consejeros deben ser unos aliados muy importantes para la entidad cooperativa. Un consejero debe ser una persona visionaria. Dirigir una

cooperativa implica conocimiento y si no hay esto, desde luego que las instituciones no crecen. Un consejero no solamente se debe dedicar a mirar un resultado contable, un consejero debe llegar a proponer cosas nuevas, presentar proyectos, llegar a apoyar los proyectos presentados por la gerencia. Un consejero debe ser mucho más dinámico. Repito no la costumbre y la rutina que tenemos que el consejero solo se sienta para aprobar cosas.

G.S.: ¿Usted ha conocido más casos de gobernabilidad?

Jesús María Medina: No, vivimos este con una gran dificultad. No me he enterado, lo que es cierto es que se escuchan los rumores de que los consejos no dejan actuar y que muy seguramente eso es lo que está llevando en

buena parte, con el debido respeto, a que las cooperativas estén quedadas frente a la competencia.

G.S.: Volviendo a esa velocidad. Usted implementó en Comerciacoop el primer corresponsal cooperativo. ¿Cómo fue ese arrancar y que beneficios tuvo?

Jesús María Medina: Nosotros somos pioneros de muchas cosas. Nacimos en medio de la crisis del sector cooperativo 1997, cuando abrimos la primera oficina; dos, nos propusimos presentar una excepción a los montos mínimos porque apenas teníamos 474 millones en activos, cuando el capital mínimo eran 500 millones de pesos. Logramos una excepción a montos mínimos. Fue la primera entidad en Colombia que propuso el microcrédito con metodología que lo inauguramos en junio del año 2005. Fuimos los primeros que propusimos el primer corresponsal cooperativo en Colombia habiendo transcurrido tres años de expedida la norma, nadie se le medía a esto. Arrancamos con los corresponsales con todas las dificultades de tipo tecnológico que había en el momento de conectividad y logramos superar esas dificultades corrigimos algunas cosas que desde luego aprendimos entre otras que había que tener tecnología. Una de las cosas graves que debimos afrontar era que la tecnología era insípida. Era increíble. El internet se caía y demás, sufrimos bastante. Para la época no conseguimos quien nos respaldara el corresponsal con una póliza de seguro. Lo primero por los riesgos, lo segundo por que es el negocio de la aseguradora que no sea una o dos pólizas, si no muchas. Enfrentamos eso y logramos la creación del corresponsal de destinación exclusiva aprendimos desde luego con ellos. Entramos en una etapa de inactividad, pero hoy con la nueva dirigencia estamos proponiendo que hay que entrar en la tecnología y que utilicemos esta red que creo visionamos, la Red Coopcentral, lo que nos permite crear muchas más opciones. Hay muchos puntos a través de las 106 cooperativas en donde nuestros asociados pueden transar y desde luego entramos en la etapa de la digitalización de los servicios y este proyecto que es presentado por Selogyc, nosotros lo vamos a hacer los abanderados, los pioneros de este nuevo concepto empresarial que le permitirá a los asociados digitalizar sus servicios y utilizar sus teléfonos móviles como la única herramienta para hacer sus transacciones.

G.S.: ¿Con sus operaciones en otras plataformas el Banco tenía su base de datos?

Jesús María Medina: Eso fue iniciando. No, nosotros

no teníamos un software que nos permitiera a nosotros utilizarlo para corresponsal, por consiguiente trabajábamos con el concepto de que era una extensión de caja. La tecnología no llegaba a manejar como corresponsal. Entonces al ser una extensión de caja la tecnología nos llevaba a que el corresponsal podía entrar a las bases de datos nuestra. Era un riesgo altísimo.

G.S.: ¿Para dónde va su proyección?

Jesús María Medina: En Sogamoso una cooperativa que se llama Cooproriente que agrupa a más de 280 asociados, creo, fundó y desarrolló un proyecto muy importante que es el centro de acopio mayorista de Sogamoso y desde luego con ellos esperamos nosotros hacer una gran alianza, donde esperamos hacer una gran alianza y dentro de sus instalaciones esperamos tener un corresponsal de dedicación exclusiva y con el propósito de que

estas personas puedan utilizar el teléfono móvil para poder hacer transacciones. También con nuestra presencia ahí tenemos la posibilidad de brindarle el servicio de pagos de impuestos y diferentes transacciones que pueda prestar la cooperativa.

G.S.: ¿Señala usted un plan para atender a los jóvenes que vienen a estudiar a Bogotá y a los niños de su región?

Jesús María Medina: Nosotros estamos trabajando muy fuerte para renovar la base social. En el momento tenemos una base social, como le pasa a la mayoría de las cooperativas, ya bastante envejecida. Entonces queremos empezar a motivar la educación financiera con un convenio que hemos hecho con la Fundación Alemana, que nos permite trabajar con los

niños de los colegios de la mano con los directivos de las instituciones, por eso se están capacitando a los docentes para que este tipo de capacitación quede incluido dentro de los programas que tienen los colegios. Con esto queremos que los niños se asocien con la cooperativa y de esta manera incentivar el emprendimiento.

G.S.: ¿Señala usted que hay la posibilidad de más de 400 puntos de atención para su cooperativa, pero eso no se da porque no hay red?

Jesús María Medina: Como decía la red está, es la red de Coopcentral, pero nosotros no estamos utilizando esa red para nosotros poder vender nuestros productos y servicios. De pronto yo pienso que si vamos a una cooperativa cualquiera y averiguamos si le podemos hacer transferencia a Comerciacoop, siendo asociado de otra entidad, seguramente no nos van a responder. ☺



La generación de empleo es posible a gran escala solo a través de la pyme, señaló el director de la Fundación Coomeva.

En un análisis permanente

la Fundación Coomeva ha identificado que los emprendedores colombianos descuidan principalmente las finanzas, lo que genera aprietos financieros que conlleva a que no puedan atender el negocio.

Esta es una especie de círculo vicioso, porque todos estos elementos llevan a que el emprendedor se dedique a apagar incendios financieros, por no a proteger su estructura de costos, su tema estratégico, la atención a sus clientes y después se queda sin tiempo para atender a los mercados, sus objetivos comerciales, su mercadeo, por estar atendiendo la parte financiera, señaló Omar Ramírez director de la Fundación Coomeva.

El ejecutivo, señaló que los mayores dolores de cabeza que enfrentan los emprendedores y nuevos empresarios, son los financieros.

“porque si usted no tiene para pagar la nómina, materia prima, o los servicios, la empresa se vuelve inviable. Entonces ese emprendedor vive en un nivel de estrés altísimo, que no le permite enfocar sus esfuerzos en elementos estructurales de su negocio”, dijo.

Mientras que su objetivo debe ser que la compañía busque nuevos mercados, que desarrolle nuevos productos y valide ese producto directamente con su mercado, sus esfuerzos están en temas urgentes. Eso se vuelve un círculo vicioso. Y si usted no tiene liqui-

des, no puede atender su negocio.

Por lo anterior, la Fundación en el proceso de acompañamiento de los emprendedores permite que muchas de las empresas mejoren su curva de sobrevivencia y se genere empleo dentro de ellas.

Con sus dinámicas la Fundación generó 2.452 empleos directos; y a través de 1.202 créditos desembolsados en el país, entregó \$ 17.840 millones a las empresas, durante 2017. “Esto obedece a una metodología que tiene el ecosistema. Por cada empresa apoyada se generan dos empleos y por cada empresa fortalecida se genera un empleo. Cuando lo validamos vemos que se cumple el objetivo.

Al ver las 572 empresas apoyadas en la fase de creación en el año 2017 vemos que se crean esos empleos y muchos más a la media estimada.

EL CAMINO ES LA PYME

Definitivamente la pyme es el modelo de empresa que tiene posibilidades de crecimiento. El 90 por ciento del PIB de Colombia está generado por la pequeña y mediana empresa y no solamente en Colombia, es en todos los países y por eso todo el mundo las está viendo como la alternativa de desarrollo, insistió el ejecutivo.

La pyme Realmente es la alternativa para la generación del empleo, entre tanto las grandes empresas están reduciéndolo, porque tenían unos niveles de empleabilidad muy altos y cada vez con la tecnología y lo que se denomina hoy la industria 4.0, realidades aumentadas y todas estas nuevas tendencias, se están automatizando cada vez más procesos y por ende se reducen los empleos, dijo.

FALTAN LÍNEAS DE FINANCIACIÓN

**EMPRENDEDORES
NECESITAN
ACOMPañAMIENTO**



Omar Ramírez gerente de la Fundación Coomeva, señaló en 2017 la entidad orientó actividades en formación empresarial para más de 25 mil asociados; apoyó la creación de 572 empresas y acompañó en el fortalecimiento a 1.308 compañías.

Ramírez señaló que al acoplarse estos procesos, las empresas deben ajustarse al entorno y si no lo hacen van a morir. Por lo tanto, es mejor mantener unos pocos empleos antes que desaparecer.

El ejecutivo señaló que por otro lado las empresas y los procesos están cambiando y en la medida en que van saliendo trabajadores se van creando otras oportunidades, nunca hay menos oportunidades, siempre habrá más oportunidades. Entonces habrá otra comunidad que se deberá ir a atender. Porque cambió el entorno, pero las necesidades nunca desaparecerán.

Al migrar las personas a otras oportunidades de negocio y si los emprendedores están atentos a esos cambios del mercado es donde van a poder im-

“Los mayores dolores de cabeza que enfrentan los emprendedores y nuevos empresarios, son los financieros. Porque si usted no tiene para pagar la nómina, materia prima, o los servicios, la empresa se vuelve inviable. Entonces ese emprendedor vive en un nivel de estrés altísimo, que no le permite enfocar sus esfuerzos en elementos estructurales de su negocio”, dijo Omar Ramírez.

pactar en esas nuevas oportunidades.

EL MARCO

El director de la Fundación Coomeva resaltó que en materia de políticas públicas desde las entidades del Estado se hacen cosas bien hechas, desde el mundo del emprendimiento se aprecia que las políticas de entidades como el Sena son espectaculares. Las políticas y acciones del MinTic, El ministerio de Industria y Comercio, y de todos los ministerios se aprecia un gran esfuerzo. Sin embargo, estos tienen poca difusión.

Ramírez señaló que en ese sentido la Fundación y su equipo está empeñado en lograr una relación cercana con todas estas instituciones de orden nacional y gubernamental para extraer todos estos programas y llevarlos hasta los asociados. Es una labor de ir

adelantando el trabajo, porque toda la gente no tiene tiempo de ir buscando esa información por su cuenta. Hoy tenemos muy buenas relaciones con estas entidades y ministerios.

ENDEUDADO

Omar Ramírez recalcó que es común el alto endeudamiento de los emprendedores, pero señaló que eso es parte del camino por el que transitan. Aunque algunos son muy ordenados.

Mientras que el sector cooperativo insiste en la financiación a través de línea de consumo la posibilidad de una participación mayor en los créditos para emprendimiento se encuentran estancados. "realmente le riesgo de los emprendedores es muy alto, por eso, en Colombia en el sector que nos movemos de emprendedores, empresarios no los hay. Es muy diferente el emprendimiento que gestionan algunas organizaciones a través de micro crédito para empresas informales, pequeños negocios de subsistencia." explicó.

"Cuando nos vamos a empresarios que buscan un negocio de proyección

de mayor alcance, ahí la cosa cambia porque es mayor el riesgo. Es decir, cuando usted apoya la subsistencia y más cuando son mujeres cabeza de hogar donde se han orientado estas instituciones. Esas no le fallan, porque es la única forma de vivir. Pero cuando usted va a creación de negocios el problema no es como van a llevar el pan a su boca el día de mañana. Entre tanto si se va a generar un negocio, si no es crear una industria para generar desarrollo ya el tema es diferente. Y ahí si no apoya nadie. Ahí usted encuentra apoyos después de dos tres años de funcionamiento, cuando pasó la etapa más difícil. Pero en esa primera etapa nosotros entramos como Fundación", dijo.

"Si, entramos desde cero, pero porque hacemos un acompañamiento y segundo porque son nuestros asociados; entonces nosotros tenemos una responsabilidad como Cooperativa, de velar por el bienestar de nuestros asociados y como los volvemos grandes. Y eso nos hace una excelente opción y no he encontrado este modelo en muchos países que hemos ido a

visitar. Existen apoyos, existen programas, pero no una línea de financiamiento para emprendedores desde cero no la he encontrado, diferente a que los emprendedores puedan acceder desde cero a capital ante la convocatoria que realicen algunas entidades", dijo.

"En Colombia hemos tenido caso donde se presentan 3000 o más emprendedores para diferentes convocatorias, pero los recursos solo alcanzan para los primeros 20 o 50. Si existe apoyo pero es muy reducido y es por concurso, nosotros no vamos por concurso, simplemente apoyamos la idea, la acompañamos y validamos a posibilidad de darles un recurso. No es que garantizamos que haya un recurso porque si el riesgo es alto mal haríamos nosotros en apoyar porque perderíamos los recursos, no deja de ser un crédito, pero en ese proceso desembolsamos 1200 a 1300 operaciones por año, unos 18 mil millones de pesos a emprendedores y empresarios, con alguna trayectoria y que también acceden al crédito tradicional de la banca", concluyó. ©

SE BUSCAN LAS EMPRESAS MÁS FELICES PARA TRABAJAR EN COLOMBIA

Es la era de la Felicidad Empresarial, el emprendimiento de una Nueva Cultura Organizacional y la apuesta a mejorar significativamente los indicadores y la productividad....

DA EL PRIMER PASO CON:



Conviértete en una de las empresas que trabajan en la Felicidad de los colaboradores y han logrado en sus indicadores:

- Incrementar en un 44% la retención de tu fuerza laboral – Gallup
- Reducir en un 66% las incapacidades por enfermedad – Forbes
- Incrementar tus ventas en un 37% - Shawn Achor
- Incrementar tus ventas en un 37% - Shawn Achor
- Aumentar la productividad de tus empleados en un 31% - Shawn Achor
- Reducir la rotación hasta en un 51% – Gallup

www.midelifelicidad.com

321 394 0739 - 310 261 7196

SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES



MIDELAFELICIDAD



/IN/MIDE-LA-FELICIDAD-5AA115A6



MIDELAFELICIDAD



MIDELAFELICIDAD

María Isbelia Gutiérrez Molina gerente de Cootregua señaló que espera llegar también al departamento del Vaupés y alcanzar una población de 50 mil asociados ya se ha pensado en Leticia y llegar a los municipios más apartados del Amazonas, señaló la ejecutiva.



Queremos ser el banco

DE LA ORINOQUÍA Y LA AMAZONÍA COLOMBIANA: COOTREGUA

■ Para poder conectar con internet las cinco oficinas y sus dos puntos de atención la cooperativa debe recurrir a conexiones satelitales, mientras que su gerente debe gastar varios días de camino para poder llegar hasta estos sitios.

Hasta hace unos años una canasta de huevos era la representación que miles de indígenas de la Orinoquía y la Amazonía tenían como sus ahorros en la cooperativa Cootregua.

Cada canasta de 30 huevos sumaba 18 mil pesos a cada cuenta habiente. Muchos de ellos desconocían el dinero colombiano. Esas comunidades indígenas empezaron de esta manera sus ahorros que debían llevar hasta los sitios habita-

dos donde hay oficinas. "Le dábamos el recibo por 18 mil pesos y lo que traían era una cubeta de huevos. Entre tanto el comercio local convertía estos alimentos en efectivo, mientras que muchos desconocían incluso la moneda colombiana en la región".

María Isbelia Gutiérrez Molina gerente de la Cooperativa Multiactiva señaló que aunque han pasado 30 años apenas se están sentando las bases para la con-

solidación de la cooperativa, pues hasta hace unos años la Orinoquía y la Amazonía Colombiana era tierra de nadie.

CONECTADOS

La ejecutiva explicó a GESTIÓN SOLIDARIA cómo son atendidos los 9400 asociados en un territorio extenso, que obliga a llevar servicios financieros a una población diversa, integrada por indígenas y colonos de una zona inexplorada incluso por entidades del Estado.

La gerente de Cootregua señaló que por estos días Inírida, capital del departamento del Guainía y Puerto Carreño capital del departamento de Vichada se encuentran sumergidas por las aguas de los ríos que las circundan. "Al desaparecer la poca tierra esto ha sido para nosotros una situación que nos obliga a estar

unidos o a estar unidos”, dijo.

“Ya estamos acostumbrados al tema del agua, nosotros vivimos sobre el agua, la gente duerme en sus botes, por eso no hay tanto problemas. El tema es que se acabó la tierra seca y entonces los servicios públicos se vieron afectados, la gente no se preocupa tanto por comida que es lo que hay. Tocó matar a las dantas a los chigüiros, porque si no los mataban para comerlo se morían porque no había donde tenerlos”.

“Nosotros en este momento tenemos 9400 asociados, pero que están ubicados en Guainía y sur del Vichada y Guaviare, nosotros tenemos cinco oficinas y dos puntos de información en dos puntos muy retirados de nuestra geografía. Para yo ir de una oficina a otra, por ejemplo, para yo venir de la oficina principal que es en Puerto Inírida debo ir en avión a Bogotá y de ahí coger bus para San José del Guaviare, de ahí viajo en avión carguero a Miraflores, a Calamar y El Retorno, llego en bus por trochas, entonces nosotros sí estamos muy dispersos porque esa región que tenemos es demasiado grande”, dijo.

Las largas distancias han influido para que la Cooperativa busque soluciones tecnológicas acordes con las necesidades de los tiempos, sus 40 funcionarios utilizan desde hace ocho meses un software que trabaja en la nube y está interconectado por satélite y aunque ya están llegando algunas empresas operadoras de internet y telefonía celular los costos de esta operación son muy altos comparados

con los de otras regiones del país.

“Prácticamente nuestra operación es toda satelital y los servicios para ello son muy costosos. Yo pago de internet de Puerto Inírida 2.800.000 pesos por una mega, mientras que la oficina que nos hace soporte en Bogotá por el mismo servicio se paga 45 mil pesos. Todo esto porque es satelital para trasladar solo datos. Y estos costos son solo para una oficina. En las cinco oficinas y los dos puntos de información pagamos como 10 millones de pesos solo por ese servicio de internet”, dijo María Isabel Gutiérrez.



EL EFECTIVO

“ El manejo del efectivo es otro proceso. Porque nosotros no podemos someternos al manejo tradicional de las empresas de seguridad. Es un riesgo, claro llevamos 30 años en ese riesgo. Donde para el traslado de dinero las aseguradoras ponen unas condiciones. Que sea por una empresa de valores, que vaya con acompañamiento de alguna empresa de seguridad. Nosotros eso no podemos tenerlo, porque en esas zonas no hay esos servicios”, dijo Gutiérrez Mejía.

“Por ejemplo en el año 1995 el Banco Uconal nos dio el primer crédito y allá siempre la liquides es muy escasa, todavía nosotros, hasta hace siete años manejábamos el intercambio, el trueque, no se manejaba plata. Los comerciantes le llevaban mercancía a los indígenas y ellos entregan su fibra, oro y efectivo casi no había dinero. Nosotros inicia-

FONDOS DE LIQUIDEZ

FINANCIERA JURISCOOP

- A mayor monto de inversión y mayor plazo, **mejor tasa**
- Flexibilidad en el monto mínimo de inversión
- Certificación mensual del saldo como soporte a las entidades de regulación y control
- Posibilidad de inversión, con tasas de interés indexadas

LÍNEAMÁS BOGOTÁ: (1) 349-7822 | NACIONAL: (1) 800-77-866

www.financiera.juriscoop.com.co | @financiera.juriscoop | facebook.com/grupojuriscoop

YO GRUPO JURISCOOP

40 Años

COPEBIS
COOPERATIVA PARA EL BIENESTAR SOCIAL
Nuestra Cooperativa Estrella!
1978 - 2018

Un sueño que ha hecho historia y seguirá generando Bienestar.

www.coopbis.coop

VIGILADO Supersolidaria EOGACCOOP

facebook.com/coopbis | twitter.com/coopbis | Coopbis Cooperativa | Instagram.com/coopbis | linkedin.com/coopbis

mos un punto de información en San Felipe, en el sur del departamento de Guainía, y había comunidades que no conocían el dinero. Conocían de pronto plata venezolana, pero colombiana no. No saben cómo son las denominaciones, no saben cómo es el dinero colombiano, hasta hace poquito”.

Estos puntos de atención que están lejos, lejos, lejos... como indica su gerente, manejan créditos que en promedio están entre 500 mil pesos y un millón de pesos. “La gente con eso hace todas sus actividades comerciales. Compran insumos para hacer artesanías, también tienen cultivos, para sembrar, para hacer huertas caseras. Lo que necesitamos es que la gente vaya recogiendo para pagar la cuota. Y ese pago de cuota es otro tema. Yo le digo a la Superintendencia de la Economía Solidaria, cómo me exige un indicador del cinco por ciento cuando una persona está, por decir a tres días de camino, yo digo a cinco millones, porque la gente necesita gasolina para movilizarse, porque es muy costosa. Vale más la gasolina que la cuota”, dijo.

EL FUTURO

“Nosotros vemos que, si el Gobierno nos cumple realmente todo lo que nos ha dicho, colocando antenas por toda esa selva para mandar internet. Llevando internet satelital a Puerto Inírida y de ahí varias antenas repetidoras, como dice el ministerio de las Tics, pues nosotros debemos adelantarnos e ir generando cultura en esa región,

“Hasta hace siete años manejábamos el intercambio, el trueque, no se manejaba plata. Los comerciantes le llevaban mercancía a los indígenas y ellos entregan su fibra, oro y efectivo casi no había dinero. **Había comunidades que no conocían el dinero. Conocían de pronto plata venezolana, pero colombiana no.** No saben cómo son las denominaciones, no saben cómo es el dinero colombiano, hasta hace poquito”, María Isbelia Gutiérrez.

entre otras para enseñarle a la gente que es la plata”.

“Considero, mirando el mapa de Colombia y viendo que siempre lo dividen como la zona verde de allá abajo, uno dice que somos el futuro y hay que mantener la calma, paso a paso, porque allá el tiempo pasa lentamente. Entonces tenemos que seguir avanzando paso a paso. Generalmente las empresas abren sus oficinas donde el mercado es amplio e incluso concentrado, en cambio nuestro mercado es muy disperso, muy lejano.

“Nosotros no tenemos oficina en Puerto Carreño y la idea que tiene Cootregua la fijamos hace 30 años. Dijimos vamos a ser el banco de la Amazonía y Orinoquía Colombiana, de esta zona apartada porque digamos que llevamos unos cinco años que se está acercando esta zona, porque hace unos quince años esa era tierra de nadie. Entonces, nosotros somos relativamente jóvenes. Uno no tiene porque afanarse y ahí vamos poco a poco y queremos llegar al último rincón de la Amazonía, esa es nuestra esperanza”, concluyó. ☺



POR: RODRIGO VALIENTE
LÍDER DE DESARROLLO DE NEGOCIOS DIGITALES PARA
CHUBB EN AMÉRICA LATINA

Seguros más inteligentes:

CUANDO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL SE HACE CARGO

Mientras estaba hablando con un colega para organizar un panel Insuretech dentro de uno de los mayores eventos tecnológicos de Miami, él propuso que el tema de la Inteligencia Artificial (IA) fuera parte de la discusión. Entonces, pensé: "¿por qué no empezamos la discusión ahora?".

Mi colega replicó que las plataformas de seguros orientadas hacia la IA serán los nuevos tesoros del consumidor moderno, al tomar fácilmente las pólizas de seguros existentes y analizar lagunas o duplicación en la cobertura. Agregó, además, que estas soluciones inteligentes de seguros impulsarán a la IA a actualizar automáticamente a los

clientes en comparación de precios, haciendo que su lealtad sea más difícil que nunca y la transparencia (y sensibilidad) de los precios más importante que antes. "Pero las aplicaciones de la IA en la industria de seguros van más allá de esto", argumentó.

Estoy parcialmente de acuerdo. Prácticamente, cada compañía que vende productos y servicios en línea está trabajando en tener una nueva estrategia de IA para mantenerse relevante en los próximos años. La IA

puede tener el potencial para llevar la tarificación inteligente a un próximo nivel y, como consecuencia, los precios pueden bajar en muchas industrias, como ha estado sucediendo desde la propagación masiva del comercio electrónico. Esto está pasando también en los seguros, sector en el que muchas startups insuretech e incumbentes están trabajando en soluciones de IA para ganar una cuota de mercado; esto es, en consecuencia, una buena noticia para los clientes.

No obstante, no es tan genial para las compañías que se enfocan en la tarificación como estrategia corporativa. Las organizaciones que tienen servicios diferenciados y valores agregados deberían estar mejor posicionadas para lidiar con guerras de precios.

En el caso de los seguros, este nuevo enfoque debería permitir que los consumidores reciban ofertas "a medida" o "personalizadas", basadas en sus perfiles individuales de riesgo, conductas y elecciones, y no en sus cohortes, como ha sido la norma hasta ahora. Y estas ofertas deberían poder ser recibidas, por ejemplo, a través de Chatbots.

ALA MEDIDA

Las "ofertas personalizadas" implican que un conductor descuidado que a menudo excede los límites de velocidad, frena violentamente o

Chubb es la compañía de seguros de propiedad y responsabilidad civil más grande del mundo que cotiza en bolsa de Valores de Nueva York. Con operaciones en 54 países y territorios.

hace movimientos súbitos, no debiera pagar lo mismo al asegurar su auto que otro conductor que respeta los límites de velocidad, maneja cuidadosamente y, en general, tiene menos probabilidad de exponerse a un accidente (al menos en uno causado por él mismo). O una persona activa que corre o practica deportes con frecuencia no debiera pagar lo mismo por un seguro de vida que una persona que está sentada todo el día.

Estas aplicaciones para tarifar suenan todas bien, pero no creo que la IA sea el factor clave para el éxito, al menos no en el corto plazo. Para ser exitoso en la creación de soluciones inteligentes de seguros, la IA debe ser la capa superior de un sistema integrado de tres partes:

- IA para alimentar y potenciar las interacciones con los clientes y hacer más amigable todo el proceso de búsqueda, cotización y compra.

- Acceso a datos en tiempo real, proporcionados por una masa crítica de clientes que voluntariamente entienden y creen que mientras más información comparten, mejores ofertas recibirán. Lanzar estrategias inteligentes para IoT (Internet de las Cosas) puede ser un factor decisivo para reducir las barreras asociadas con el compartir datos, como lo sugiero aquí.

- Nuevos procedimientos de suscripción que serían diseñados para medir el riesgo y tarificarlo, usando no solo estadísticas históricas sino también datos inmediatos, estructurados y no estructurados. Esto en sí mismo podría ser también una aplicación revolucionaria de IA.

Otro uso evidente de IA en la industria de seguros es el servicio al cliente y la administración de siniestros. La IA tiene el potencial de producir una resolución más rápida de los siniestros y reducir el fraude. Los clientes juzgan a las compañías de segu-

ros cuando necesitan el pago, no cuando hacen su compra; de ahí que la métrica más importante en seguros es la medición de la satisfacción del cliente postreclamo. Y esta debiera ser también la métrica central para que la IA sea realmente disruptiva.

Además de la mejorada eficiencia, los pagos en tiempo real también están ayudando a impulsar mayores niveles de satisfacción del cliente. Este proceso podría definitivamente ser aumentado y optimizado usando IA.

En conclusión, a medida que la IA avanza en su desarrollo, será solo una cuestión de tiempo para que ella se arraigue completamente en nuestra vida diaria. Y particularmente en la industria de seguros, esta transformación también está

pasando a la velocidad de la luz.



La Inteligencia Artificial tiene el potencial de producir una resolución más rápida de los siniestros y reducir el fraude. Los clientes juzgan a las compañías de seguros cuando necesitan el pago, no cuando hacen su compra...



EN VEZ DE RESISTIR

RE-EXISTIR CON NUEVO PARADIGMA

La teoría cooperativa sigue demostrando su validez social y sus postulados doctrinales confirman todavía la vigencia de los valores y principios que inspiran la cooperación asociativa en todo el mundo.

Desde finales de la revolución industrial inglesa en el siglo XIX, el modelo de organización cooperativa ha significado un genuino paradigma, en atención a su estructura social y empresarial. Este modelo puede ser revisado para ajustarlo a los nuevos tiempos de la globalización mundial y hacerlo más eficaz como conjunto sistémico alternativo frente a la economía centrada en la rentabilidad del capital.

Una cooperativa es un modelo único de bicooperación asociativa. Tiene su propia identidad y naturaleza. De un lado hay cooperación entre los dueños, gestores y usuarios de la organización empresarial a medida que articulan recursos para alcanzar sus objetivos. De otro lado hay cooperación entre los miembros de la asociación que integra personas con necesidades y aspiraciones similares, mediante la ayuda mutua o recíproca y la ayuda por sí mismos. Bicooperación de doble naturaleza: la empresarial o económica y la asociativa o social.

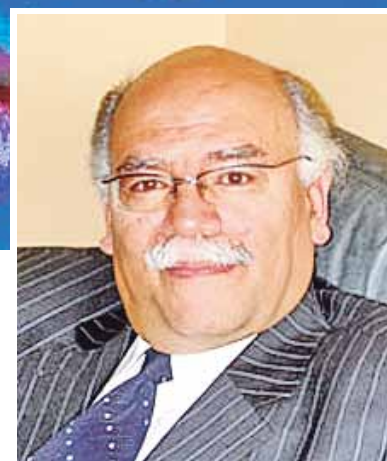
EL PROBLEMA

Sin embargo, este modelo formal que va cumpliendo ya sus 170 años desde los Pioneros de Roschdale y estar sufriendo desde entonces los rigores del sistema capitalista en todo el

mundo, no ha logrado impactar verdaderamente en la transformación de la sociedad. Ni el capitalismo ha logrado acabar con el cooperativismo, ni éste ha logrado hacerle me-

lla a su estructura. Su incidencia ha sido mínima frente a la dinámica avasalladora y omnipresente del sistema capitalista.

Aunque haya miles de experiencias cooperativas positivas y ejemplares en el éstas no han sido suficientes para demostrar un impacto sistémico en cualquier país, región o ciudad del mundo. No obstante, es imposible negar los casi mil millones de personas vinculadas al movimiento cooperativo integradas por la Alianza Cooperativa Internacional. La teoría cooperativa sigue demostrando su validez social y sus postulados doctrinales confirman todavía la vigencia de los valores y principios que inspiran la cooperación asociativa en todo el mundo.



POR ALVEIRO MONSALVE Z. - CONSULTOR

LA CUESTIÓN COOPERATIVA

¿Qué es entonces lo que no funciona? ¿Qué revisión hay que hacerle al modelo cooperativo para que sea más eficaz en el marco de la economía solidaria? ¿Qué se debe cambiar en el paradigma de las organizaciones cooperativas? ¿Hay reales justificaciones para plantear un cambio a fondo? ¿Es posible la construcción de un modelo teórico solidario, nuevo, con visión humana, integral, holística, global y sistémica, que pueda plantearse como alternativa viable frente a la racionalidad del sistema mundial capitalista? ¿Es posible todavía, hacer práctica la utopía de la solidaridad asociativa a través de las cooperativas con su modelo actual? Son muchas las hipótesis sobre este tema, que podrían ser objeto investigación en el campo de la economía como ciencia de índole social.

Cuando grandes pensadores de la humanidad, como Aristóteles, Galileo Galilei, Newton, Kant, Darwin, Marx, Einstein, entre otros, replantearon algunos paradigmas de la ciencia, que todo el mundo daba como ciertos en su época, realizaron hallazgos inusitados que aportaron nuevas luces al saber científico universal e inclusive originaron de este modo verdaderas revoluciones epistemológicas.

Tomas S. Khun, (1922-1996) filósofo e historiador de la ciencia, en su libro *La estructura de las revoluciones científicas*, publicado en los años 60, planteó que para que la ciencia avance es necesario replantear el conjunto de prácticas y saberes que definen una disciplina científica en un periodo determinado. Aquí resulta fundamental la noción de "paradigma", entendido como modelo, ejemplo, patrón, arquetipo, referente clásico.

Khun considera los paradigmas como realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos y soluciones a una comunidad científica. Al paradigma se le sigue, se replica, porque es un referente máximo. Romper el paradigma es ir en contravía. Modificarlo es una audacia que permite explorar nuevos caminos.

Los precursores del cooperativismo hicieron bien su tarea. De igual manera los pioneros de la realidad cooperativa actual. Construyeron, sin saberlo, un modelo paradigmático. Este se replica y multiplica. Pero en casi dos siglos de experiencia, teniendo en cuenta la realidad, es hora de replantear el modelo cooperativo, como paradigma de transformación social. ¿Qué se requiere? Tal vez un alto nivel de "racionalismo crítico" entre estudio-

de la economía solidaria, tal como lo propone el filósofo Karl Popper (1902-1994) cuando invita a hacer una crítica a las teorías establecidas por la ciencia, en contraposición al positivismo lógico. Poner en duda la epistemología cooperativa sería un buen comienzo.

Las organizaciones cooperativas son especializadas en "resistir", como estrategia de sobrevivencia solidaria. Se resisten a la pobreza, al desempleo, a la carencia de dinero, a las políticas de Estado, a la falta de oportunidades. La gente organiza cooperativas para resistir a las múltiples dificultades de la vida. Pero las cooperativas, basadas en la ayuda mutua, y a pesar de todo, resultan siendo inocuas, porque no se integran y tienen que mimetizarse entre la fuerza arrolladora del sistema capitalista, sustentado en el interés individual. Resistir, aquí, es sinónimo de sobrevivir.

COMPROMISO INCIDENTE

¿Cuántos de los miembros de una organización solidaria conocen a fondo el potencial del modelo cooperativo? ¿Cuántos ponen en práctica sus valores y principios, con profunda convicción como gestores, dueños y aportantes de su propia empresa asociativa? ¿Cuántos escogen al cooperativismo como un proyecto de vida personal o como un proyecto colectivo inspirador que contribuya a la transformación económica y social de quienes se han unido para ayudarse entre sí?

En el cooperativismo hay mitos, como en todos los imaginarios sociales. En



el imaginario popular, aparecen mitos sobre el poder mágico del cooperativismo para resolver múltiples problemas. Los mitos forman parte del sistema de creencias de una cultura o de una comunidad. Al conjunto de los mitos de una cultura se le denomina mitología. Hay mitología cooperativa, desde el punto de vista sociológico. Cuanto mayor sea el número de mitos, mayor será su complejidad, porque pasan a ser parte de la cosmovisión de una comunidad y ésta a su vez hará parte del mundo metafísico.

En el mundo cooperativo encontramos diferentes mitos. Por ejemplo, el mito de creer que la solidaridad nuclea en verdad la cooperación entre personas. El mito de la democracia cooperativa, que se considera mejor que la del sector público. El mito de la integración, alusivo al poder intrínseco de la unión eficaz entre organizaciones solidarias. El mito de la equidad, cuando son más los que reciben y menos los que dan. Nada de esto tiene asidero en la realidad del modelo cooperativo. Ni la solidaridad es cooperación, ni la democracia es buen gobierno, ni la integración fortalece, ni la equidad contribuye a la igualdad. Hay excepciones, claro, dignas de mostrar, con realidades tangibles.

La resistencia del modelo cooperativo en el tiempo se basa muy a menudo en paradigmas, en mitos y en creencias. El modelo, a pesar de todas las dificultades,

resiste en su lucha contra lo imposible. En la práctica el paradigma se convierte en un conjunto de experiencias, creencias y valores que van determinando la forma como los individuos miembros de la cooperativa ven, interpretan o perciben su propia realidad asociativa.

resiste en su lucha contra lo imposible. En la práctica el paradigma se convierte en un conjunto de experiencias, creencias y valores que van determinando la forma como los individuos miembros de la cooperativa ven, interpretan o perciben su propia realidad asociativa. El patrón o modelo de conducta, con sus fortalezas y debilidades, se va heredando con el tiempo y se convierte en el modelo determinante del proceso cooperativo.

No obstante, en el mundo entero, hay organizaciones cooperativas que demuestran crecimiento y desarrollo históricos sostenidos, son eficientes, competitivas y tienen gran capacidad de resiliencia en el mercado. Son excepciones. Ellas, casi siempre, han llevado a cabo una exitosa articulación con empresas lucrativas que complementan entre sí sus objetos sociales o se constituyen en grupos empresariales donde coexisten modelos asociativos solidarios no lucrativos con modelos lucrativos de capital rentable.

Hay que replantear el paradigma del modelo cooperativo actual en la perspectiva de una economía global solidaria. Esta será así, más sistémica y holística, capaz de transformar de manera integral a una sociedad en sus dimensiones económica, social, cultural, ambiental y política. Esto significa re-existir, no resistir, con un nuevo modelo realmente alternativo frente al sistema mundial capitalista. ⁶



¿ERES tigo POSPAGO?

¿Qué tal \$200.000 mensuales en bonos regalo?

Activa sin costo PasaLaPágina para leer en tu móvil **4 DE LAS MEJORES REVISTAS** de Colombia y participa cada mes por uno de los 10 bonos de las mejores marcas.

Ingresa a:

www.pasalapagina.com/apptivate

Negocios / En las empresas
la Responsabilidad Social

DEJO DE SER UN TEMA FILANTRÓPICO A SER ALGO ESTRATÉGICO

Mientras hace unos años atrás se mostraban las acciones de la RSE como actividades para dar beneficios adicionales a las comunidades ahora el tema forma parte de la estrategia de supervivencia del negocio.

La supervivencia de los negocios está ligada directamente con la Responsabilidad Social Empresarial, atrás quedaron las épocas en que la acción en este sentido se limitaba a una actividad, muchas veces relacionada con las relaciones públicas de la empresa o el mercadeo y donde se designaba una parte de sus ingresos para el manejo de ayudas sociales.

Ahora la Responsabilidad Social Empresarial se ve en todo el contexto del negocio y la actividad de la empresa, desde su relación con los trabajadores, sus familias, hasta la producción y la incidencia que sus mercancías y servicios tienen en el medio ambiente, llegando a la imagen pública de la empresa, así lo señaló, Sandra Patricia Sierra Vélez, directora ejecutiva de la Corporación Fenalco Solidario Colombia.

La ejecutiva explicó que hay que romper ese mito que las acciones de RSE eran acciones de mercadeo básicamente porque la Responsabilidad Social es lo más importante que tiene una organización. "Realmente la supervivencia a largo plazo y la prospectiva de los negocios está enmarcados en sistemas de sostenibilidad y eso implica que va mucho más allá de los temas de promoción y ventas. Obviamente si está asociado a una estrategia de mercadeo social, pues a nuestro modo de ver y hacia la prospectiva donde van los mercados son los temas más importantes de negocios que van a tener las organizaciones. Lo cual implica que las organizaciones se tienen que reinventar; tienen que desarrollar nuevas estrategias, tienen que avanzar en temas de sostenibilidad para lograr estar a la altura de lo que los clientes, consumidores y la sociedad en general van a requerir", dijo.

LO FUNDAMENTALES

Sandra Patricia Sierra insistió en que el tema de Responsabilidad Social directamente ligado al de la sostenibilidad está muy enmarcado al ADN de la organización



y esto está asociado a que los mercados y negocios están cambiando. Los productos tienen que ser amigables con el medio ambiente y directamente los temas de responsabilidad están asociados a una marca, porque los clientes y consumidores cada vez somos más exigentes e informados sobre las consecuencias que determinados productos puedan causar.

“Manejo de desechos, el ahorro de energía, tecnologías limpias y un mayor compromiso con la comunidad son ahora el eje principal de las políticas de cada empresa. Ahora los negocios están cambiando, las empresas de acuerdo a su sector tienen que hacer una prospectiva de qué se va a desarrollar, qué va a venderse, qué productos puede emprender en unos años y esa tendencia de la organización y los productos va acorde con lo que se va a dar, porque realmente hay una gran oportunidad de mercado y cada vez los clientes sancionan más, son más críticos y muchos más estrictos en materia de sostenibilidad.”

DESDE LAS EMPRESAS

Para la ejecutiva, las organizaciones están cada vez más comprometidas con la Responsabilidad Social, es una gran oportunidad donde se están desarrollando nuevos desafíos. “Veo departamentos de sostenibilidad mucho más estructurados, con proyecciones a largo plazo. Han pasado de acciones filantrópicas a acciones estructuradas en materia de sostenibilidad. Considero que el compromiso está, ahora hay que pasar a la ejecución. Vamos avanzando no solo en los temas ambientales, también en los grupos relacionados con los grupos de interés.”

Al ver ejemplos laborales como los de la cultura laboral de Silicon Valley las empresas colombianas van aprendiendo en materia de cultura organizacional donde nuevos modelos de negocios, nuevas formas de inspirar a los colaboradores, donde se generan nuevo vínculo y salario emocional,

La supervivencia a largo plazo y la prospectiva de los negocios están enmarcados en sistemas de sostenibilidad y eso implica que va mucho más allá de los temas de promoción y ventas.



Sandra Patricia Sierra Vélez, directora ejecutiva de la Corporación Fenalco Solidario Colombia, señaló que el manejo de desechos, el ahorro de energía, tecnologías limpias y un mayor compromiso con la comunidad son ahora el eje principal de las políticas de cada empresa.

porque de eso se trata, que se logre un clic con los colaboradores y que se pueda sacar del talento humano lo mejor y ponerlo al servicio de la organización, explicó.

“El salario emocional está muy enfocado a poder desarrollar ese vínculo con el colaborador y va mucho más allá de un salario económico, los jóvenes no solamente se quedan por un buen salario, también por poder tener la oportunidad de aprendizaje, de nuevas experiencias. Todos esos espacios son supremamente importantes y al final son los que van generando ese salario emocional. También lo que se busca la organización es tener un proyecto de conciliación donde sea vinculados los colaboradores, sus familias y de esa forma puedan tener mejores beneficios tanto para la organización como el trabajador.”

“Veo departamentos de sostenibilidad mucho más estructurados, con proyecciones a largo plazo. Han pasado de acciones filantrópicas a acciones estructuradas en materia de sostenibilidad”: Sandra Patricia Sierra.

MICROCRÉDITO

AYUDA A SUPERAR LA LÍNEA DE POBREZA

La cartera de microcrédito

poco a poco se ha ido trasladando de entidades informales a empresas reguladas. Los recursos que se irradian a la economía en la mayoría de los casos son destinados para emprendimientos personales, que contrarrestan las caídas del empleo formal y las desaceleraciones de la economía, así lo advierten las conclusiones de un estudio iniciado por el Banco de la República y Asomicrofinanzas.

Los primeros resultados presentados en el congreso del gremio formalizan algunos datos que hasta el momento formaban parte de las políticas de las entidades ejecutoras de esta modalidad de crédito.

Las entidades de microcrédito y de financiación en general están contribuyendo a que buena parte de la población supere la línea de pobreza, al facilitar el desarrollo de pequeños negocios en momentos en que en la economía se evidencia una desaceleración y un incremento de los índices de desempleo. Adicionalmente es de destacar que la población más beneficiada con estos servicios son, mujeres, la base obrera y personas con bajo nivel educativo principalmente.

En la exposición presentada por Dairo Estrada, investigador principal del Banco Emisor, agregó que los beneficiarios del microcrédito en su mayoría son hombres y mujeres entre 30 a 60 años.

En los últimos años el microcrédito ha ganado terreno en sectores de la población que se encontraba a merced de prestamistas informales con tasas de usura que van desde el 60 a 120 por ciento anual. Mientras


Los deudores de microcrédito durante los últimos años se han multiplicado por ocho.

que este crédito formal ronda el 30 por ciento, de esta manera el crecimiento ha sido exponencial.

El investigador destacó que por regiones del país el microcrédito se concentra principalmente en las grandes ciudades, pero las zonas rurales siguen ganando participación, pese a que allí las tasas de interés son marginalmente superiores. Los deudores de microcrédito, en su gran mayoría, no cuentan con un nivel alto de educación. Los porcentajes más altos se presentan en clientes con educación primaria o menor.

La investigación que se encuentra en una etapa preliminar advierte que la cartera de microcrédito es una variable contracíclica, es decir tiene periodos de crecimiento y de decrecimiento según el comportamiento de la economía, por ejemplo, cuando el comportamiento de la economía es positivo la demanda de microcrédito disminuye y por ende la cartera morosa.

En una gráfica se advierte que desde el 2013 los desembolsos de microcrédito son contra-cíclicos respecto al PIB, también, cuando la tasa de ocupados baja, el microcrédito aumenta, advierte el estudio.

Por último, Estrada explicó que el riesgo de la cartera de microcrédito disminuye con una mayor actividad económica, en términos de crecimiento de PIB y de la tasa de ocupados. Mientras que en promedio la cartera bruta de las entidades vigiladas crece en mayor proporción que las no vigiladas. 

Dairo Estrada, investigador principal del Banco Emisor destacó que por regiones del país el microcrédito se concentra principalmente en las grandes ciudades.

GESTIÓN

S O L I D A R I A

Visita nuestra
pagina web



@gestionsolidaria



gestion.solidaria

www.gestionsolidaria.com



8 RAZONES PARA ASOCIARTE A COOMEVA

1. Tienes soluciones para tus necesidades en cada etapa de la vida.
2. Recibes soluciones personalizadas a mejor precio.
3. Eres parte de una comunidad con ideales de bienestar común.
4. Te capacitas en liderazgo y emprendimiento.
5. Practicas la solidaridad, la cooperación y el trabajo unido.
6. Haces parte de una comunidad que practica la sostenibilidad.
7. Eres dueño de una gran empresa, participando de su capital y servicios.
8. Aportas una inversión que tiene retorno y es redimible en vida.