

## 4.3. Inteligencia Financiera, Banca Ética y Empresa Social

Nillireth Paola Rodríguez

### Preámbulo

Con un análisis que tiene como punto de partida la crisis financiera internacional y el precio de las asimetrías y desigualdades económicas. La presente nota hace referencia a los modelos de finanzas alternativas, que se denominan banca ética.

Expone el caso de Aflore en Colombia, una organización que presta dinero a personas que actualmente no acceden al sector financiero tradicional, utilizando canales innovadores, partiendo de la confianza ya existente en las comunidades, asimilando comportamientos, formalizando actividades u operaciones que demuestran trayectoria, tales como: las cadenas, natilleras o los prestamos entre amigos. Esto se da a través de una red, brindan apoyo con educación financiera, capacitaciones y plataformas tecnológicas que permiten la asignación de los préstamos y el seguimiento de los pagos. Generando inclusión financiera, no solo de acceso, si no de confianza.

### Presentación - contextualización

Las crisis financieras internacionales, en todos los casos, han desatado fuertes críticas sobre el sistema económico y el sistema financiero, prueba de ello es la crisis del 2007 - 2008 que marcó un hito en la creación de movimientos que recogen la indignación popular, así como en la necesidad de buscar modelos alternativos o reorientar el modelo capitalista actual.

Así mismo, conforme lo menciona Vargas (2016)<sup>24</sup>, se ha cuestionado fuertemente el papel que ha jugado el sector privado en la generación de las crisis y en su posterior rescate, concluyendo que los

orígenes de las crisis han estado marcados por la falta de transparencia en los mercados, en donde se presentan dos fenómenos claves en la actuación de los intermediarios: el problema de agencia y las externalidades.

Ante esta situación, vigente a la fecha, la búsqueda de modelos alternativos encuentra sustento en lo que Stiglitz (2012)<sup>25</sup> evidencia en su libro “El precio de la desigualdad”, como un aumento de los ingresos que ha beneficiado a una porción de la población, la más adinerada, sin que ello represente el bienestar de todos debido a su forma de distribución, pues el 1% de la población posee más de un tercio de la riqueza de todo el país [Estados Unidos], lo que necesariamente conlleva a incrementar la desigualdad y ampliar la brecha entre los ricos y los pobres. [Situación empíricamente aplicable a la economía global].

Ahora bien, es en este marco donde los modelos de finanzas alternativas toman fuerza, denominándose en muchos casos como “Banca Ética”. Una definición amplia de este concepto ha sido descrita por Sasia (2008)<sup>26</sup>, como un movimiento alternativo a la banca tradicional, tanto en sus principios como en su funcionamiento, ya que se asienta principalmente en la transparencia y en la igualdad buscando apoyar proyectos productivos, sociales o medioambientales que generen un bien común para la sociedad, contruidos por personas que se encuentran en condiciones de exclusión del sistema de la banca tradicional.

De otra parte, al observar el “Reporte de Inclusión Financiera” para el 2018<sup>27</sup>, presentado por la Superintendencia Financiera y la Banca de las Oportunidades, podemos identificar que en Colombia

24 Vargas, G. Díaz, M. (2016). Las Crisis Financieras y la evolución del paradigma en la práctica de las finanzas. Universidad de Medellín. Semestre Económico, Volumen 19, No. 40, pp. 53-70. Medellín, Colombia.

25 Stiglitz, J. (2012). El precio de la Desigualdad. El 1% de la población tiene los que el 99% necesita. Colombia. Editorial Aguilar; Altea, Taurus, Alfaguara.

26 Sasia, P. (2008). Entender hoy la banca ética. Revista Internacional de los Estudios Vascos 53,2. Pág. 507-532.

27 Superintendencia Financiera de Colombia – Banca de las Oportunidades. 2018. Reporte de Inclusión Financiera 2018, Recuperado de: <https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/10100755>

aunque ha aumentado el índice de inclusión financiera global, ubicándose en un 81,4%, existe una brecha importante entre las ciudades que se ubicaron en un 88,7% , frente a un 55,4% para municipios rurales dispersos, a lo anterior se suma que aquellas zonas geográficas con menor densidad poblacional y mayores índices de pobreza son las más rezagadas en inclusión. Así mismo, en lo que se refiere al crédito, solo el 40,5% de los adultos tenía un producto de crédito vigente, siendo lo más representativo en este porcentaje el acceso y uso de tarjetas de crédito, seguido de créditos de consumo, es decir, que el acceso a créditos productivos y microcréditos es escaso en el país.


Dado lo anterior, es preciso resaltar que a nivel global y local, se han venido fortaleciendo redes y asociaciones, comprometidas en la promoción y desarrollo de modelos alternativos a la banca tradicional, apoyando la sostenibilidad económica, social y medioambiental, incorporando en sus modelos de negocios el apoyo a los sectores más vulnerables de la población, permitiendo una mejora en la calidad de vida de estos sectores, en muchos casos, ofreciendo una oportunidad a aquellos que nunca habrían sido sujetos de servicios financieros en la banca tradicional.

Para entender en forma integral, con el ánimo de permitir el dimensionamiento de los cambios que se vienen suscitando a nivel global y nacional, podemos citar dos redes, que vienen trabajando en el desarrollo de las finanzas de una manera más inclusiva, responsable y ética; la primera es la Alianza Global para la Banca con Valores y la segunda la Asociación Colombia Fintech.

La Alianza Global para la Banca con Valores<sup>28</sup>, es una red independiente de bancos que se caracterizan por su compromiso con el desarrollo económico, social y ambiental sostenible, promueven el cambio del sector financiero para que sea más transparente y actúe al servicio de la economía real. Solo dos entidades financieras colombianas hacen parte de esta red, Banco Mundo Mujer y Bancompartir.

La Asociación Colombia Fintech<sup>29</sup> es una asociación, creada en el 2016, con el fin de generar un ecosistema abierto que propicie el desarrollo de la industria, fomentando la tecnología e innovación financiera. Son gestores de cambio, que se apalancan en la tecnología para transformar productos, servicios o modelos de negocio de la industria financiera tradicional.

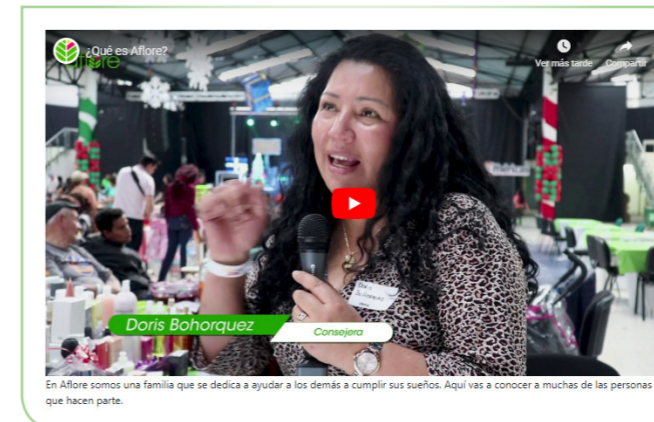
### Estudio de caso

DATOS DE LA ENTIDAD		
	TIPO DE ORGANIZACIÓN	Financiación Alternativa
	SECTOR	Servicios Financieros
	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	Colombia.
	AÑO DE CREACIÓN	2013
	PÁGINA WEB	<a href="https://www.aflore.co/">https://www.aflore.co/</a>

<sup>28</sup> Para más información puede consultar: <http://www.gabv.org/>

<sup>29</sup> Para más información puede consultar: <https://www.colombiafintech.co/>

Aflore es una entidad privada del sector real, dedicada a prestar dinero en comunidades que actualmente no acceden al sector financiero tradicional, utilizando un canal de venta innovador que realiza la distribución de productos financieros a través de consejeros.



[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=5&v=MGjX\\_5DmlZQ](https://www.youtube.com/watch?time_continue=5&v=MGjX_5DmlZQ)

El modelo de negocio de Aflore se fundamenta en la confianza ya existente en las comunidades, pues los consejeros son personas que hacen par-

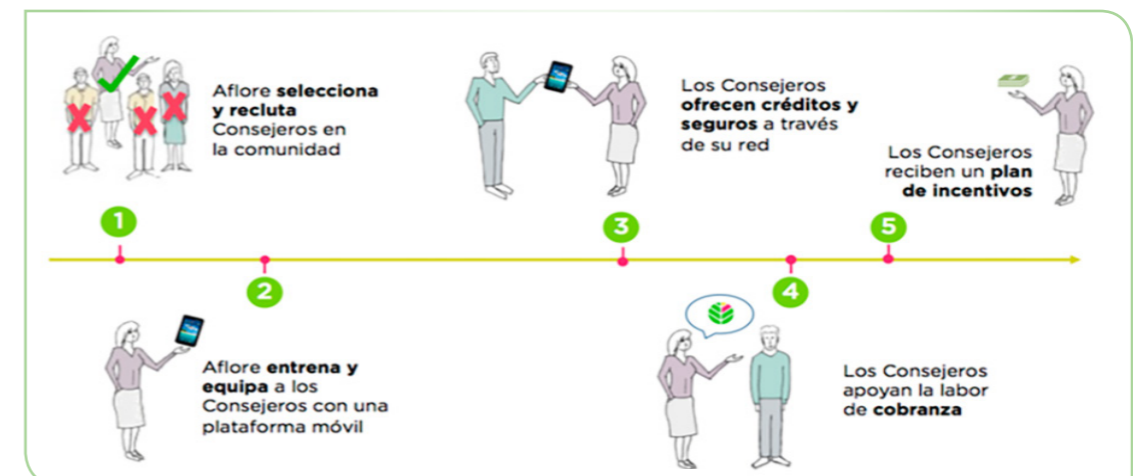
te de la misma comunidad y han sido reconocidos por sus vecinos como modelos de buen comportamiento financiero. En Aflore los consejeros son llamados: “Héroes de sus comunidades, quienes ayudan a cumplir sueños”.



<https://www.youtube.com/watch?v=QekljX8PuYo>  
<https://www.youtube.com/watch?v=uMbyjE0XKgg>

Con este modelo de confianza se fortalecen las comunidades, sin intervenciones externas y sin crear comportamientos nuevos, formalizando actividades u operaciones ya existentes, tales como, las cadenas, natilleras o los prestamos entre amigos.

El siguiente es el proceso de enrolamiento y operación a través de los consejeros:



Fuente: <https://www.aflore.co/nuestra-empresa>

<https://www.youtube.com/watch?v=Gb3jzz20h8Y>



El número de consejeros de Aflore supera los 17.000 (2019), conformando una red en la que se reconoce e incentiva esta labor, se brinda apoyo a través de educación financiera, capacitaciones y plataformas tecnológicas que permiten la asignación de los préstamos y el seguimiento de los pagos.

En Aflore el proceso de desarrollo y expansión ha sido controlado, la asignación de los primeros créditos de bajo monto, les permitió afinar los procesos operativos y medir sus metodologías de análi-

sis de riesgo, así como, evaluar el comportamiento de la cartera. Los costos operativos del modelo le permite a Aflore dar créditos en condiciones más justas, lo cual ha generado un mayor impacto sobre el desarrollo de la clase media emergente.

Vale la pena resaltar que, en su mayoría la red de consejeros está compuesta por mujeres, generando un impacto positivo, en la medida en la que han logrado empoderar, apoyar y dar oportunidades de trabajo en condiciones dignas a este grupo.

## CAPITULO 5 Inteligencia Comercial y Emprendimiento

### Introducción

“Los hombres no viven juntos por que si, si no para acometer juntos grandes empresas”

José Ortega y Gasset

La confianza es punto de partida en común para las cooperativas y el sector solidario en general, como para Luis Bassat autor del “libro *Inteligencia comercial*”, obra en la que destaca valores como la confianza, aptitudes como el trabajo en equipo y habilidades de comunicación, pues para este autor “la clave de la inteligencia comercial está en generar confianza. La confianza que se alcanza con la empatía, con la sinceridad... de modo que una mente comercial es aquella que sabe entender a las personas que le rodean e identificar sus necesidades para ofrecerles soluciones”<sup>30</sup>, en parte la tarea que también asumen las cooperativas.

A partir de la teoría conocida como la hipótesis de las inteligencias múltiples de Howard Gardner, que generó una disrupción en lo que generalmente aceptábamos como una única inteligencia, nos permitió ampliar nuestra perspectiva para llegar a

hablar de la inteligencia comercial o Business Intelligence (**BI**). Esta *última*, no es una inteligencia limitada a la esfera económica o a la mera transacción de vender y comprar algo, va más allá, va a las habilidades que permiten que una persona pueda comunicar ideas de tal forma que sean significativas y valiosas para otras personas.

La inteligencia comercial, lejos de ser un método para mejorar las ventas, se orienta hacia las habilidades prácticas que pueden detectar y hacer ver el lado valioso de las cosas, habilidades muy importantes para los líderes en las cooperativas. Citando a Soshana Zuboff, psicóloga de Harvard Business School: “(...) La lucha en la selva representa el pasado de la vida corporativa, mientras que el futuro está simbolizado por la persona experta en las habilidades interpersonales”. La inteligencia comercial se puede desarrollar a partir de la confianza y los valores humanos.

Desde las cooperativas que son un emprendimiento colectivo, la inteligencia comercial puede llegar a ser de carácter colectivo, orientada al valor común.

30 BASSAT, L. (2011): “Inteligencia comercial”. Barcelona, España. Plataforma editorial.