

KURT KOENIGFEST DEL BANCO SOL

“Crecimos en servicios pero la filosofía no ha cambiado”

Antes solo ofrecía microcréditos solidarios, hoy tiene siete servicios financieros para sus clientes. Los pasos que ha dado Banco Sol le permite seguir como líder en las microfinanzas con el 45 por ciento del mercado y con más de 70 mil clientes.



Banco Sol fue durante muchos años la única entidad que ofrecía microcréditos en el país, hoy existen 45 entidades que operan con las microfinanzas en diversas zonas geográficas. Esto ha motivado a los accionistas y ejecutivos del banco a dar pasos para seguir manteniéndose como líderes en el mercado ya que concentra en la actualidad el 45 por ciento del mercado en este rubro, con 70 mil clientes en créditos y 50 mil en depósitos.

Dichos pasos se han traducido en la creación de una diversidad de productos para sus clientes pero no obstante la nueva diversidad, la filosofía del banco no se ha perdido dice Kurt Koenigfest, gerente general del Banco Sol.

“Nuestro slogan es Juntos Crecemos”, dice el ejecutivo ejemplificando que lo primordial en las microfinanzas es la relación interpersonal con los clientes. “El agente de créditos del banco es incluso el confidente de nuestros clientes, sabe qué problemas tiene, cuántos hijos tiene, etc”. Esta relación, explica, se vio afectada por la participación en el mercado de agentes que dejaron secuelas negativas; se refiere a los créditos de consumo y las instituciones que los proporcionaron, varias de ellas en proceso de liquidación.

Filosofía

“El banco no está cambiando su filosofía de inicio, estamos utilizando más la licencia de banco que tenemos. Antes hacía crédito solidario casi exclusivamente y de montos muy pequeños, hoy ofrecemos siete servicios crediticios”, dice Koenigfest,

Las personas tienen actualmente una mayor oferta de servicios financieros dentro de las microfinanzas y, en lo que respecta al banco que gerenta, son enfocados a los clientes muy pequeños, pequeños y medianos con créditos para capital de trabajo, para capital de inversión, líneas de créditos comerciales, boletas de garantía, por ejemplo.

“El banco, sin cambiar de nicho hace un mayor uso de su licencia”, reitera recordando que en el pasado los clientes “crecidos” y con un historial crediticio conformado pasaban a la banca comercial tradicional para obtener otros servicios que el Banco Sol no brindaba. Ahora, la institución quiere retener a todos sus clientes con su nueva gama de servicios.

Fortalecimiento

Debido a los cuatro años de recesión de la economía boliviana,

el banco a decidido fortalecer su patrimonio y limpiar su cartera, en lugar de distribuir dividendos o utilidades a sus accionistas.

La industria de servicios financieros, dice el ejecutivo, tuvo un momento de expansión desproporcionado en 1997-98, entonces los servicios crecieron en 40-50 por ciento mientras la economía lo hacía en 4-5 por ciento.

Las cosas han cambiado, admite, pero aún así la cartera ha seguido creciendo. La morosidad (después de provisiones) del banco es de 3.5 por ciento la bruta (antes de provisiones) es 13 por ciento, antes la mora bruta era de dos o tres por ciento. “Eran otros momentos”

Planes

Para el siguiente año, Koenigfest adelantó que emplearán intensamente la tecnología para automatizar los procesos de otorgación de créditos y de cobranza. Internamente, el banco implementará programas que creará historiales de comportamientos históricos de sus clientes que les permitirá determinar quiénes pueden ser potenciales usuarios de nuevos servicios o sujetos de nuevos créditos.

Por otro lado esos programas se instalarán en computadores de mano tipo Palm Pilot para que los asesores de crédito puedan recopilar información y efectuar cobranzas en el campo, en los mercados, etc.