



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

PREOCUPARSE POR LO REALMENTE IMPORTANTE

Corporación Universitaria Remington.
Facultad de Ciencias Empresariales
Administración de Empresas

Pablo Enrique Chaparro Rodriguez
Alejandro Martínez Orozco
Opción de Trabajo de grado Seminario
2024

Dedicatoria

Dedico de todo corazón este trabajo principalmente a mis padres, mis hermanas y mis queridos sobrinos, también a cada una de las personas que me apoyaron en mi formación profesional y a cada persona que ha aportado en mi vida como una construcción social de experiencias y conocimientos por que sin duda han dejado un poquito de ellas en mí y en mi conocimiento.

Agradecimientos

Agradezco a cada uno los docentes que aportaron en mi formación a lo largo de la carrera, formadores que sembraron una semilla de curiosidad y dieron un plus personal en cada clase.

Tabla de Contenidos

Resumen.....	5
Palabra clave.....	5
Pregunta orientadora de la búsqueda	6
Metodología de búsqueda de la información.....	7
Sustentación teórica de la pregunta.....	8
Conclusiones.....	11
Referencias.....	122
Anxos	¡Error! Marcador no definido. 3

Resumen

Las nuevas tecnologías encabezadas por la IA están acaparando cada uno de los aspectos de la cotidianidad del ser humano, entornos culturales, deportivos, salud y cualquier aspecto que podamos imaginar. A toda esta revolución no se podía escapar los negocios, marketing y todos los modelos de negocios en donde la tecnología pueda apoyar y facilitar el manejo de información, el análisis de datos y en general mejorar el entorno productivo. Tradicionalmente, las empresas y los modelos de negocios estaban creados con un entorno robusto, con un mando centralizado y con una clara separación del cliente y los productores, con una metodología impuesta donde predominaba el volumen y la elaboración de productos era de tipo genéricos, para todos los individuos las mismas características, llegando al punto de ser una metodología impositiva donde solo se dedicaban a convencer al cliente que los productos eran todo lo que necesitaban los clientes.

Actualmente y con ayuda de las nuevas tecnologías acaparando el mercado, el marketing, los negocios, las cadenas de valor, cadenas de producción y todos los procesos y sistemas de producción. Los productos y servicios están tomando un dinamismo acelerado donde prima la individualización y la personalización de las ventas, donde en cada proceso se consideran las necesidades y requerimientos del cliente dejándolo en el centro de las atenciones y como pilar.

En los modelos de producción actualmente y bajo el modelo de producción en cadena y volumen se desestimado un concepto muy importante donde “el sistema se moverá a la velocidad del más lentos de sus integrantes”, este concepto toma fuerza cuando dejamos de ver todo el proceso como un gran bloque y empezamos a analizar por separado cada área o elemento de la producción. Así mismo es importante analizar y segmenta el mercado para ver que los dolores de cada cliente y de esta forma determinar que no podemos pensar que todos los clientes requieren las mismas atenciones o necesidades, en ocasiones si es necesario atacar cada caso por separado y así encontrar mas soluciones innovaciones.

Además, los modelos actuales se centran en la creación de ecosistemas colaborativos, donde múltiples actores coexisten y se benefician de la economía de redes. El valor de un servicio aumenta a medida que más usuarios lo adoptan, como se observa en las redes sociales y los servicios basados en suscripción.

Palabras clave

**Tranformacion – Innovacion - Inteligencia Artificial - Digitalizacion –
Individualizacion- Sistemas Abiertos.**

Pregunta orientadora de la búsqueda

Banco Mundo Mujer es una entidad financiera colombiana que se ha destacado por su enfoque en la inclusión financiera, especialmente en el apoyo a mujeres emprendedoras y microempresarias. Desde su fundación, el banco ha trabajado para ofrecer productos financieros adaptados a las necesidades de poblaciones vulnerables, promoviendo el desarrollo económico y social en diversas regiones del país. A través de su enfoque en microcréditos y servicios financieros, ha jugado un papel clave en el empoderamiento económico de miles de familias en Colombia.

Entidad líder en microfinanzas en Colombia, con una larga trayectoria de apoyo a las comunidades de menores ingresos. Desde su origen como Fundación hace 35 años y su transición a banco en 2015, ha mantenido su enfoque en la inclusión financiera, especialmente para las mujeres y los microempresarios de los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3.

Hasta la fecha, Banco Mundo Mujer cuenta con aproximadamente 714,651 clientes distribuidos en 672 municipios de 22 departamentos de Colombia, lo que lo posiciona como la entidad privada con mayor cobertura en el sector de microcréditos en el país. Su cartera bruta en microcréditos es la más alta en el mercado colombiano, y la entidad ha demostrado su solidez financiera al manejar captaciones superiores a \$500,000 millones y realizar emisiones exitosas de bonos en el mercado.

En comparación con otras entidades de microfinanzas en Colombia, Banco Mundo Mujer se destaca no solo por su volumen de operaciones, sino también por su impacto social, al enfocarse en mejorar la calidad de vida de sus clientes a través del crédito responsable y programas de desarrollo empresarial. Este posicionamiento lo ha consolidado como una de las principales opciones para microempresarios y trabajadores independientes que no tienen acceso fácil a la banca tradicional.

El presente artículo pretende explorar y discernir sobre la siguiente pregunta:

¿Cómo las nuevas tecnologías y la implementación de un nuevo modelo comercial y operativo disruptivo se pueden mejorar e innovar en el Banco Mundo Mujer?

Metodología de búsqueda de la información

La metodología utilizada se basa en la curiosidad por nuevos mercados emergentes, por conocer y aprender sobre las inversiones de capital, la fascinación por las IA's y como entender si estamos entre "la matrix o Nostradamus" y la fascinación en entender como todo a nuestro alrededor funciona como un sistema y como las matemáticas aplicadas son la solución a muchos problemas cotidianos. También revisión bibliográfica e investigación.

Sustentación teórica de la pregunta

El sector de microfinanzas en Colombia es amplio y diverso, con varias entidades financieras y cooperativas que juegan un papel crucial en la inclusión financiera de la población más vulnerable. A continuación, se enuncian las principales entidades en el sector, con un enfoque en la posición actual del Banco Mundo Mujer.

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Banco Mundo Mujer | 5. Banco Agrario de Colombia |
| 2. Bancamía | 6. Banco Bogotá (Seg. Microfinanzas) |
| 3. Cooperativa Financiera Confiar | 7. Davivienda (Seg. Microfinanzas) |
| 4. Fincomercio | 8. Cooperativa Utrahuilca |

Banco Mundo Mujer y sus principales características:

- Es uno de los bancos líderes en microfinanzas en Colombia, enfocado en ofrecer crédito y otros servicios financieros a microempresarios, especialmente a mujeres y personas en zonas rurales.
- Posee una amplia red de oficinas y una fuerte presencia en zonas donde otras entidades no están tan presentes.
- Ofrece productos como microcréditos, ahorro, seguros, entre otros, con un enfoque social fuerte.
- Ha mostrado un crecimiento sostenido en su cartera de crédito y mantiene una baja tasa de morosidad.

Posicionamiento Actual del Banco Mundo Mujer

El Banco Mundo Mujer se ha consolidado como uno de los actores más importantes en el sector de microfinanzas en Colombia. Comparado con sus competidores directos:

Red de Sucursales: Mundo Mujer posee una de las redes más amplias, lo que le permite llegar a zonas donde otros actores tienen poca o ninguna presencia, especialmente en áreas rurales y semiurbanas.

Enfoque de Género: Su fuerte orientación hacia el empoderamiento económico de la mujer lo diferencia de otras entidades que, aunque también atienden a este segmento, no lo hacen con la misma intensidad ni tienen productos tan especializados.

Innovación en Productos: Banco Mundo Mujer ha mostrado innovación en sus productos, adaptándolos a las necesidades específicas de sus clientes, algo que es menos evidente en cooperativas más tradicionales.

Solidez Financiera: La entidad mantiene una sólida posición financiera, con un manejo prudente de su cartera crediticia y una baja tasa de morosidad, comparado con algunas cooperativas que pueden estar más expuestas a riesgos debido a su menor diversificación.

Desafíos: A pesar de su fuerte posicionamiento, Mundo Mujer enfrenta retos como la competencia con actores emergentes, la presión para digitalizar sus servicios, y el entorno regulatorio que podría cambiar las reglas del juego en el sector de microfinanzas.

Variables para considerar a mejorar:

- Ingresos Operacionales
- Ganancias Netas
- Crecimiento Anual del Portafolio de Microcréditos
- Cobertura Geográfica (número de municipios)
- Número de Clientes

Mejoras tecnológicas con IA para implementar en el sistema de atención al cliente

Banco Mundo Mujer

1. Aprovechar las aprobaciones inteligentes de incorporación al banco.
2. Ampliar el autoservicio para mejorar el servicio al cliente.
3. Centralice la experiencia omnicanal de su banco.
4. Humanice su experiencia digital.
5. Revitalice su experiencia digital.
6. Eliminar la redundancia entre departamentos.
7. Ofrecer un servicio de atención al cliente disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

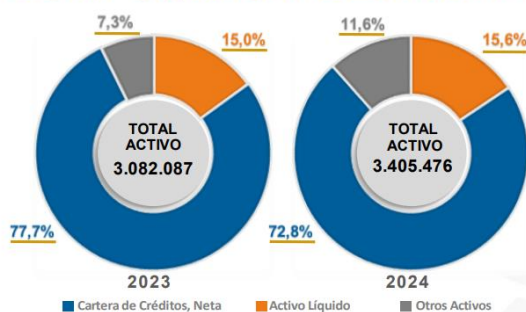
Título 4. un vistazo al balance general

BALANCE GENERAL

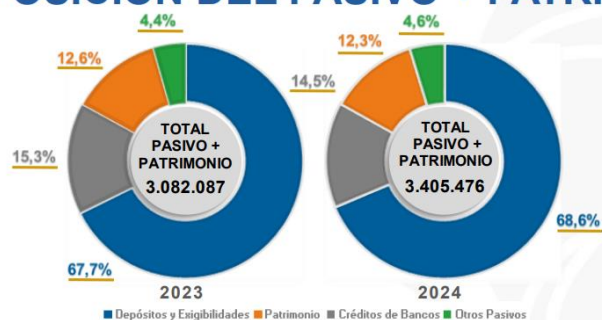
	jun-23	jun-24	Var. Abs	Var. Rel
Total Activo	3.082.087	3.405.476	323.390	10,5%
Disponible + Inversiones	462.542	530.693	68.151	14,7%
Activos Mercado Monetario	-	106.144	106.144	-
Cartera de Créditos, Neto	2.394.219	2.478.100	83.881	3,5%
<i>Cartera de Créditos, Bruta</i>	<i>2.576.522</i>	<i>2.708.484</i>	<i>131.961</i>	<i>5,1%</i>
<i>(-) Deterioro</i>	<i>182.303</i>	<i>230.384</i>	<i>48.081</i>	<i>26,4%</i>
Cuentas por Cobrar, Neto	97.105	152.055	54.950	56,6%
Activos no Corrientes para la Venta, Neto	82	485	403	490,8%
Propiedad, Planta y Equipo (Ppe), Neto	92.357	90.275	-2.082	-2,3%
Otros Activos, Neto	35.781	47.724	11.942	33,4%
Total Pasivo	2.694.157	2.985.893	291.736	10,8%
Depósitos y Exigibilidades	2.085.575	2.335.463	249.887	12,0%
<i>Depósitos de Ahorros</i>	<i>222.977</i>	<i>210.747</i>	<i>-12.230</i>	<i>-5,5%</i>
<i>Certificados de Depósito a Término</i>	<i>1.724.934</i>	<i>1.984.882</i>	<i>259.949</i>	<i>15,1%</i>
<i>Títulos de Inversión en Circulación</i>	<i>132.690</i>	<i>133.950</i>	<i>1.260</i>	<i>0,9%</i>
<i>Otras Exigibilidades</i>	<i>4.975</i>	<i>5.883</i>	<i>907</i>	<i>18,2%</i>
Pasivos por Arrendamientos	69.808	70.415	607	0,9%
Créditos de Bancos	471.940	493.942	22.003	4,7%
Cuentas por Pagar	39.984	57.938	17.954	44,9%
Obligaciones Laborales	23.698	24.812	1.114	4,7%
Otros Pasivos	3.152	3.323	171	5,4%
Total Patrimonio	387.930	419.683	31.653	8,2%
% ACTIVO LIQUIDO	15,0%	15,6%		
% CARTERA BRUTA / ACTIVO	83,6%	79,5%		

Figura 1. Comparativo a junio 2023 vs junio 2024.

COMPOSICIÓN DEL ACTIVO



COMPOSICIÓN DEL PASIVO + PATRIMONIO



Conclusiones.

Si bien el banco mundo mujer posee una de las carteras más sólidas en el mercado financiero colombiano se hace necesario pensar en nuevos métodos de consecución de clientes, retención y diversificación del mercado, también se hace necesario un nuevo MAC (Modelo de Atención al Cliente) enfocado más en un sistema de atención y gestión de clientes en oficina más efectivo, donde no existan tiempos muertos y se haga más dinámica la atención al público.

También se recomienda un método de desembolso de crédito más ágil donde se afecte en menor cantidad el tiempo de estadía del cliente en el banco. El cual se verá reflejado en clientes más a gusto con el banco y se reflejara en una referenciación de masas atractivo logrando conservar los clientes existentes y atrayendo nuevo clientes e inversionistas.

La digitalización junto con las constantes actualizaciones y avance tecnológicos crean un entorno disruptivo en las empresas, obligando a las organizaciones emergentes y consolidadas a estar en constante actualización, a reinventar modelos de negocios más adaptativos a un mundo impredecible y a unos clientes cada vez más selectivos, está creando una guerra empresarial de novedades donde el ganador es aquel que logre descifrar al cliente y quizás saber que quiere el cliente antes que el mismo lo sepa.

Referencias

Valls, J.F. - Robledo, M.A. Business Review (Núm. 284) · TIC · Diciembre 2018
Management & Innovation (Núm. 24) · La tormenta perfecta. Cómo la digitalización y los cambios del entorno están revolucionando los modelos de negocio· TIC · Abril 2020. Pag 50-58. <https://www.harvard-deusto.com/la-tormenta-perfecta-como-la-digitalizacion-y-los-cambios-del-entorno-estan-revolucionando-los-modelos-de-negocio>.

Banco Mundo Mujer. (22 de agosto del 2024) Nuestra Entidad.
<https://www.bmm.com.co/nuestra-entidad>.

Banco Mundo Mujer. (22 de agosto del 2024) Bienvenido a la página de inversionistas.
<https://www.bmm.com.co/inversionistas>.