



“Perspectivas y Desafíos de los Esquemas/Sistemas de Garantía en América Latina”

Iván Darío Ruiz Pérez
Vicepresidente Comercial y de Mercadeo

*Rio de Janeiro – Brasil
Septiembre 26 de 2013*

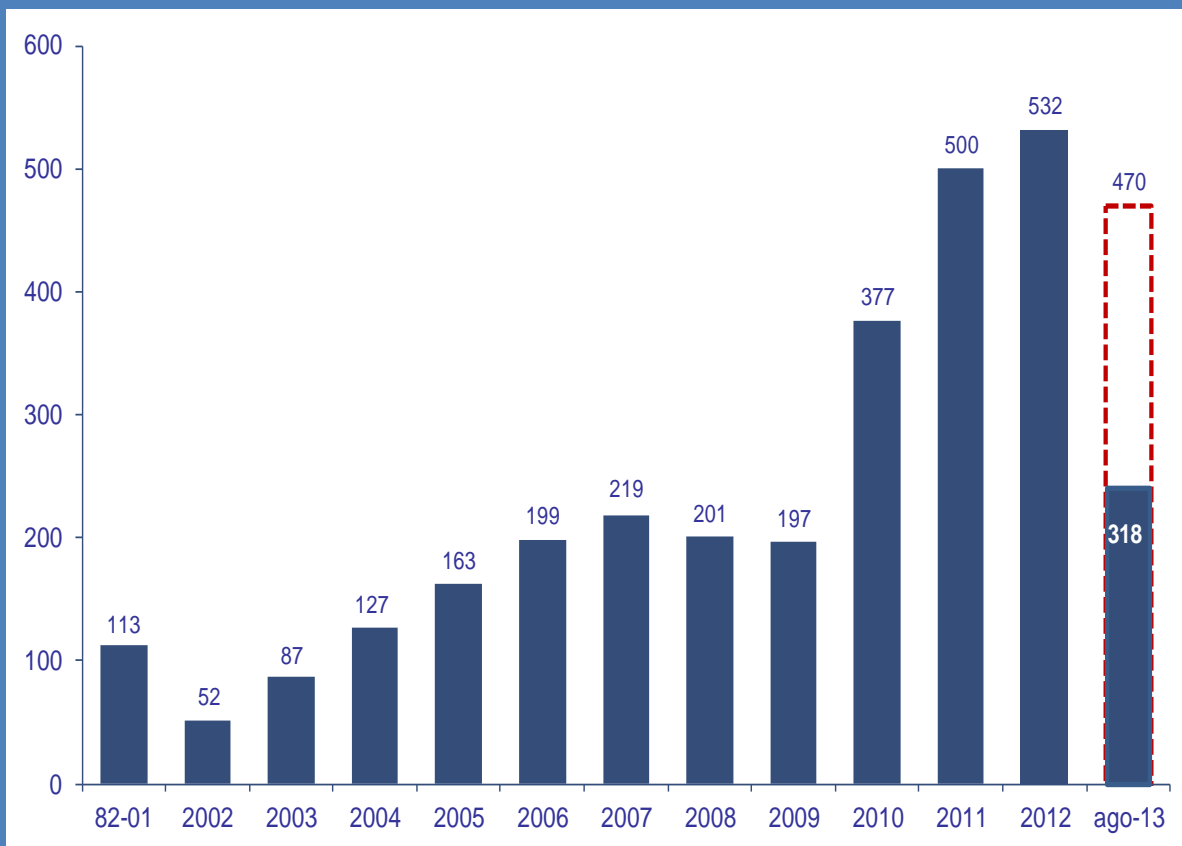


1. Cifras del FNG en la actualidad
 - Número de Créditos Garantizados
 - Valor crédito garantizado
 - Saldos de Riesgo Vivo
 -
2. ¿Qué es el FNG?
3. Modelo de Negocio
4. Retos o Desafíos



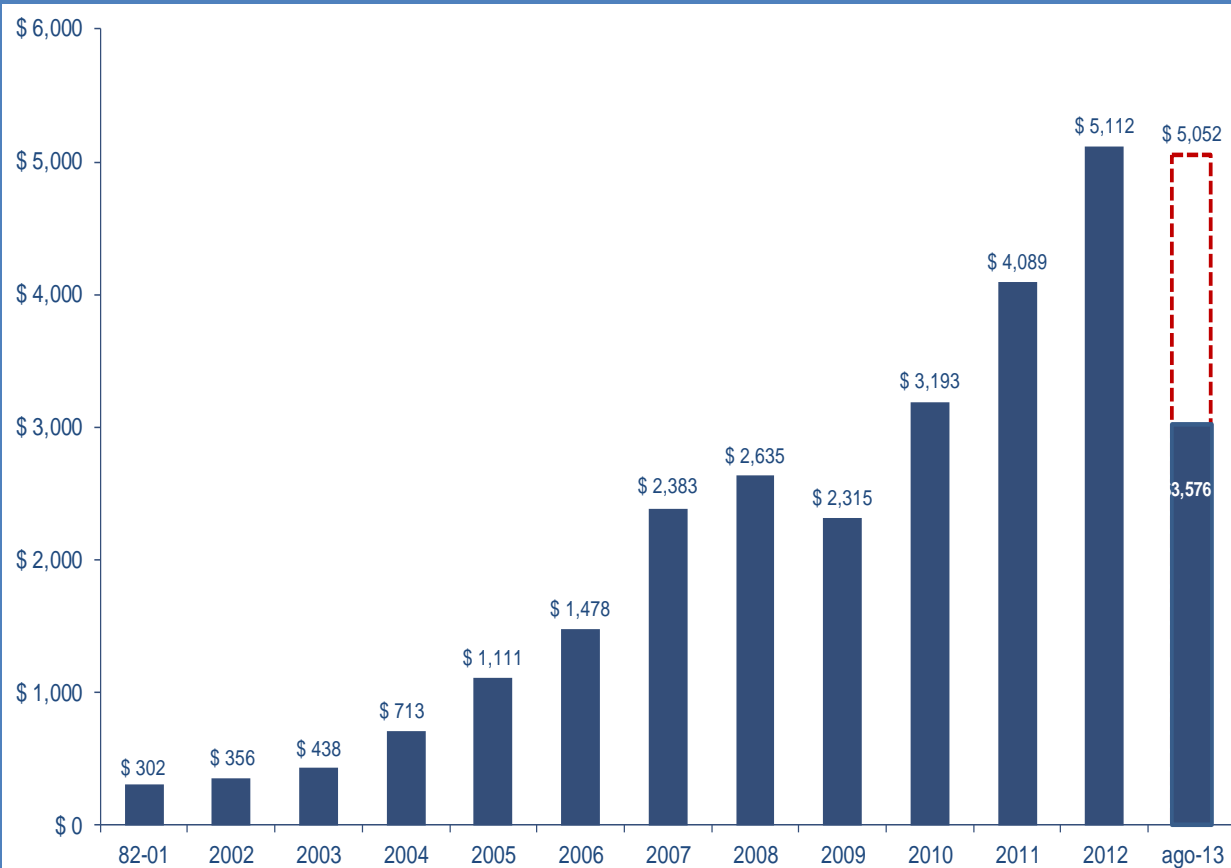
Cifras del FNG en la actualidad

Número de Créditos Garantizados por año (Miles)



- **3.237.000 créditos garantizados desde el año 1982 – Agosto 2013**
- **119,188 nuevos beneficiarios garantizados en lo corrido del año 2013.**

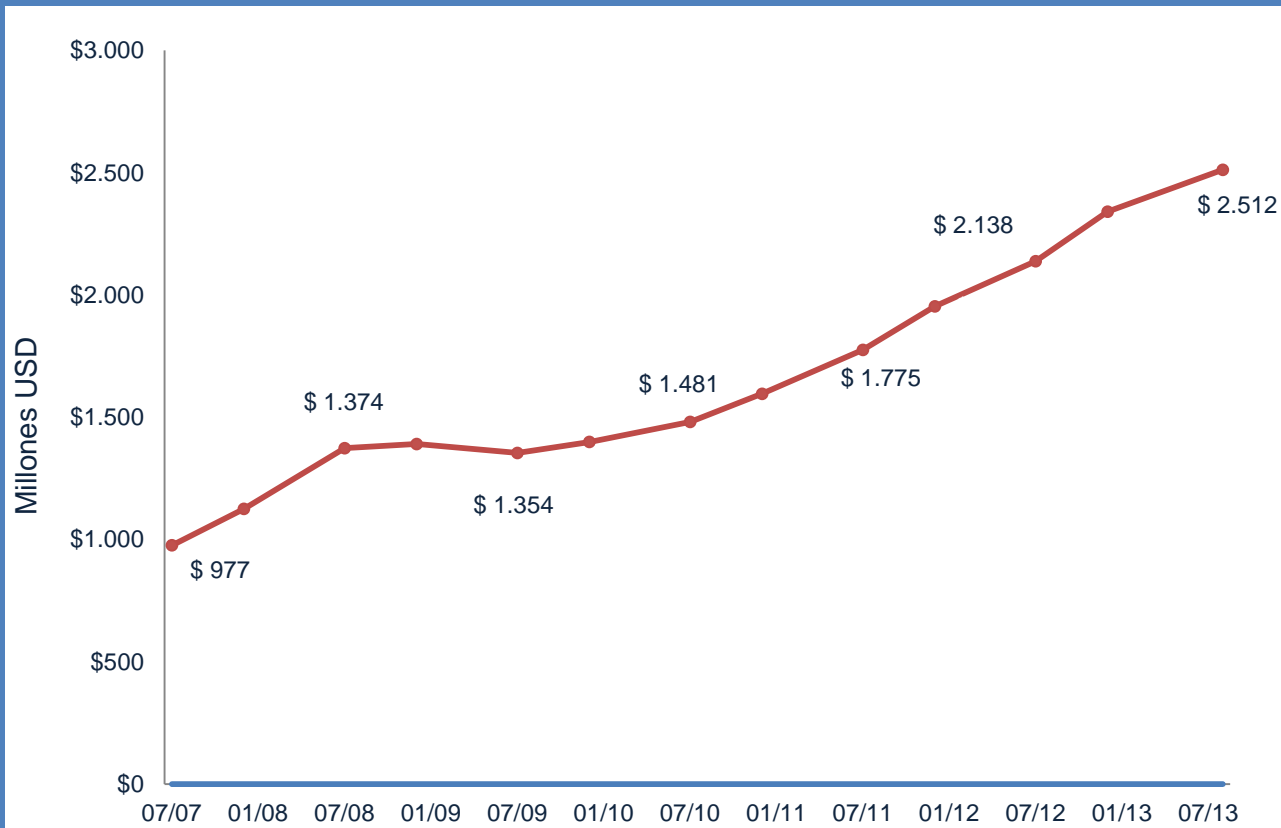
Valor Créditos Garantizados Millones USD



- USD \$27,7 billones garantizados desde 1982 hasta agosto de 2013
- En el 2013, se espera garantizar más de USD 5 billones
- Crédito promedio de USD \$8,557

Saldo garantizado FNG

Millones USD

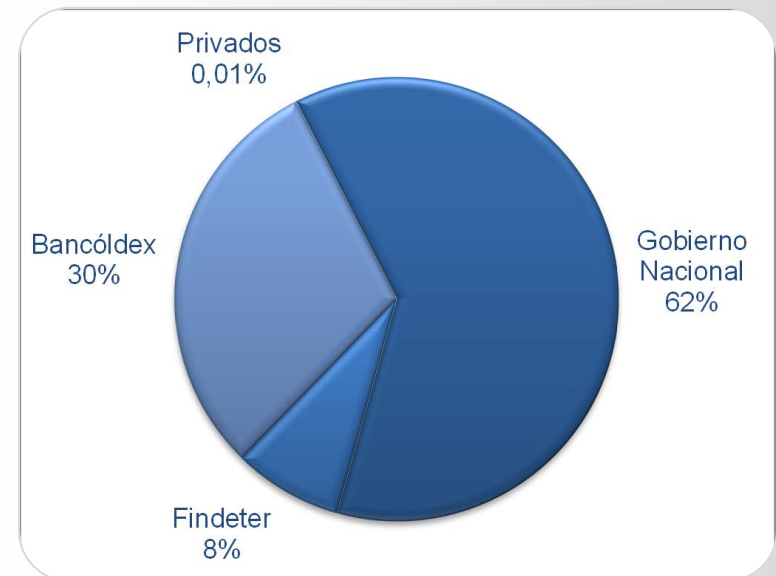


- Saldo garantizado a agosto de 2013: USD \$2,5 billones.

¿Qué es el FNG?

- Creada en el año 1982, es decir, más de 30 años de experiencia en la actividad
- Sociedad Anónima de Economía Mixta
- Sometida a la supervisión de la Superintendencia Financiera
- Vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Más de 60 entidades financieras son clientes del FNG
- Garantías para Micro, pequeña y mediana empresa y Compradores de Vivienda de Interés Social.

Accionistas

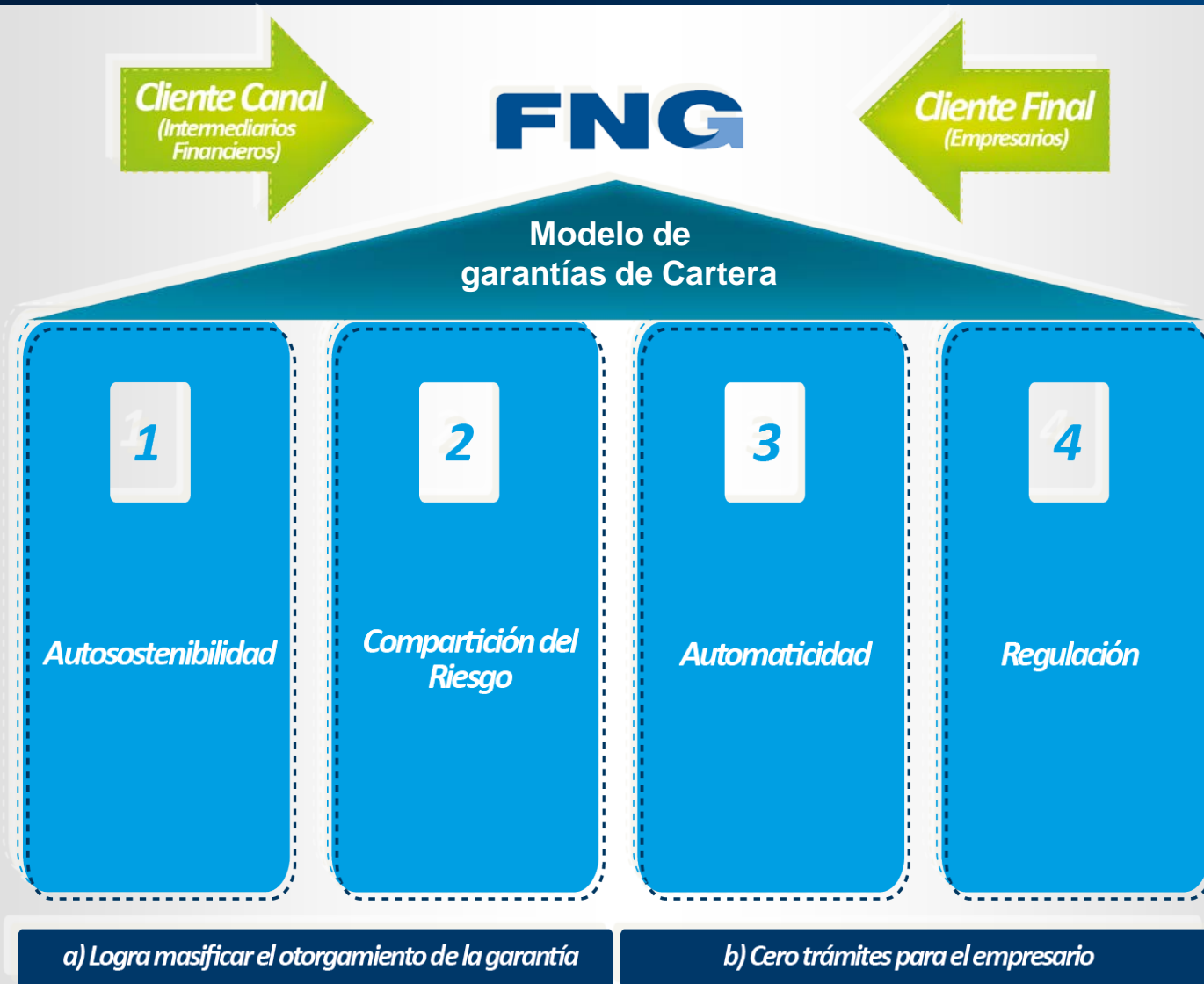


Misión

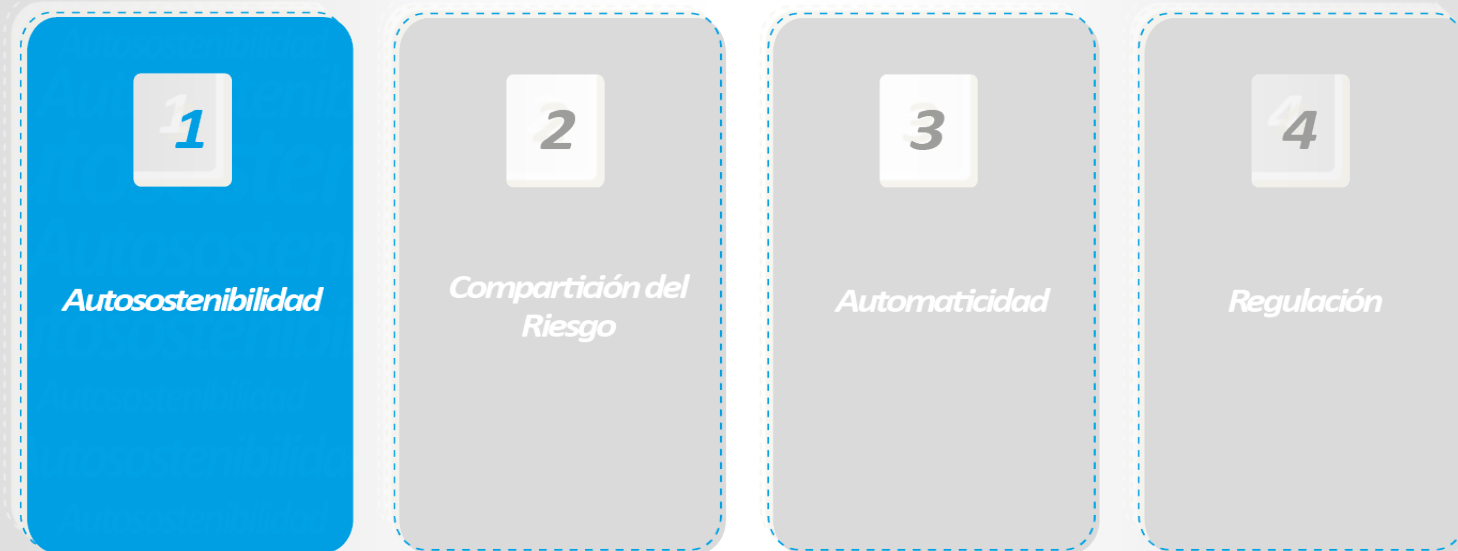
Facilitar el acceso a la financiación de la Mipyme colombiana, mediante el otorgamiento de garantías



Pilares sobre los cuales se fundamenta el desarrollo del modelo



Pilares sobre los cuales se fundamenta el desarrollo del modelo



- Sistema de Administración de Riesgos - SARG
- Comisiones diferenciales por riesgo
- Reservas Procíclicas y Contracíclicas
- Modelo de recuperación de cartera - MARC

Pilares sobre los cuales se fundamenta el desarrollo del modelo



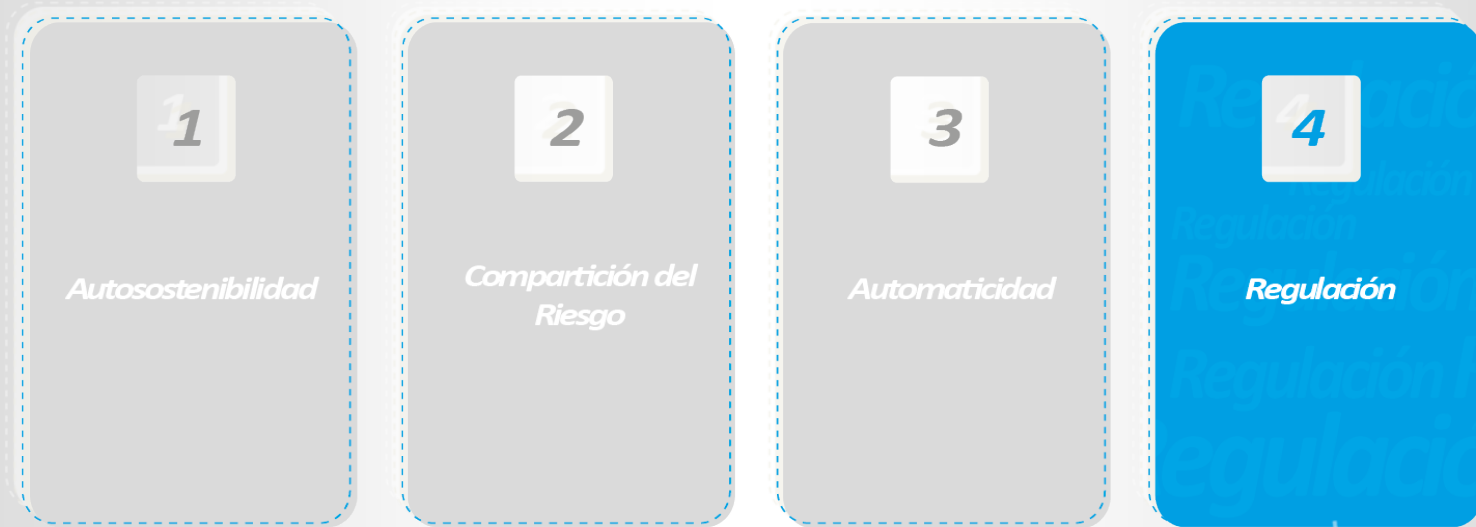
- Coberturas Parciales (50% en promedio)
- Coberturas mayores para programas especiales cubiertos con patrimonios diferentes al del FNG.
- Retrogarantías o reafianzamiento

Pilares sobre los cuales se fundamenta el desarrollo del modelo



- Operación automatizada y estandarizada (disminución de costos de operación)
- Modelo de gestión comercial dirigido al cliente canal y con cobertura nacional
- Productos de Garantía diseñados para cubrir las necesidades de crédito de los empresarios

Pilares sobre los cuales se fundamenta el desarrollo del modelo



- Vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia
- Regulación prudencial en materia de Solvencia y Reservas
- Ponderación de la garantía en los modelos de Referencia de Cartera - Disminución de Provisiones para los IF

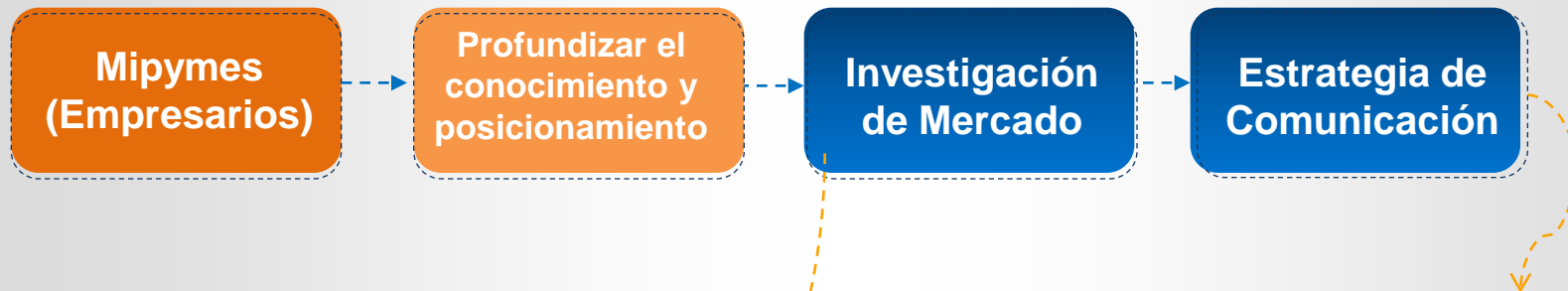
1. Posicionamiento en el cliente final – empresarios
2. Hacer más rentable el otorgamiento de las garantías

¿Porque se plantean estos retos?

1. Equilibrar la variable *dependencia* que tiene el FNG con el cliente canal - sector financiero.
2. El FNG no conoce las necesidades, motivaciones, comportamientos de los empresarios y por tanto no se comunica acertadamente con ellos. Se requiere dar a conocer a los empresarios los beneficios “extras” que obtienen al acceder a la garantía.
3. Es necesario la implementación de esquemas alternativos que contribuyan a lograr la viabilidad en el largo plazo del modelo de cartera, buscando mitigar los siniestros.

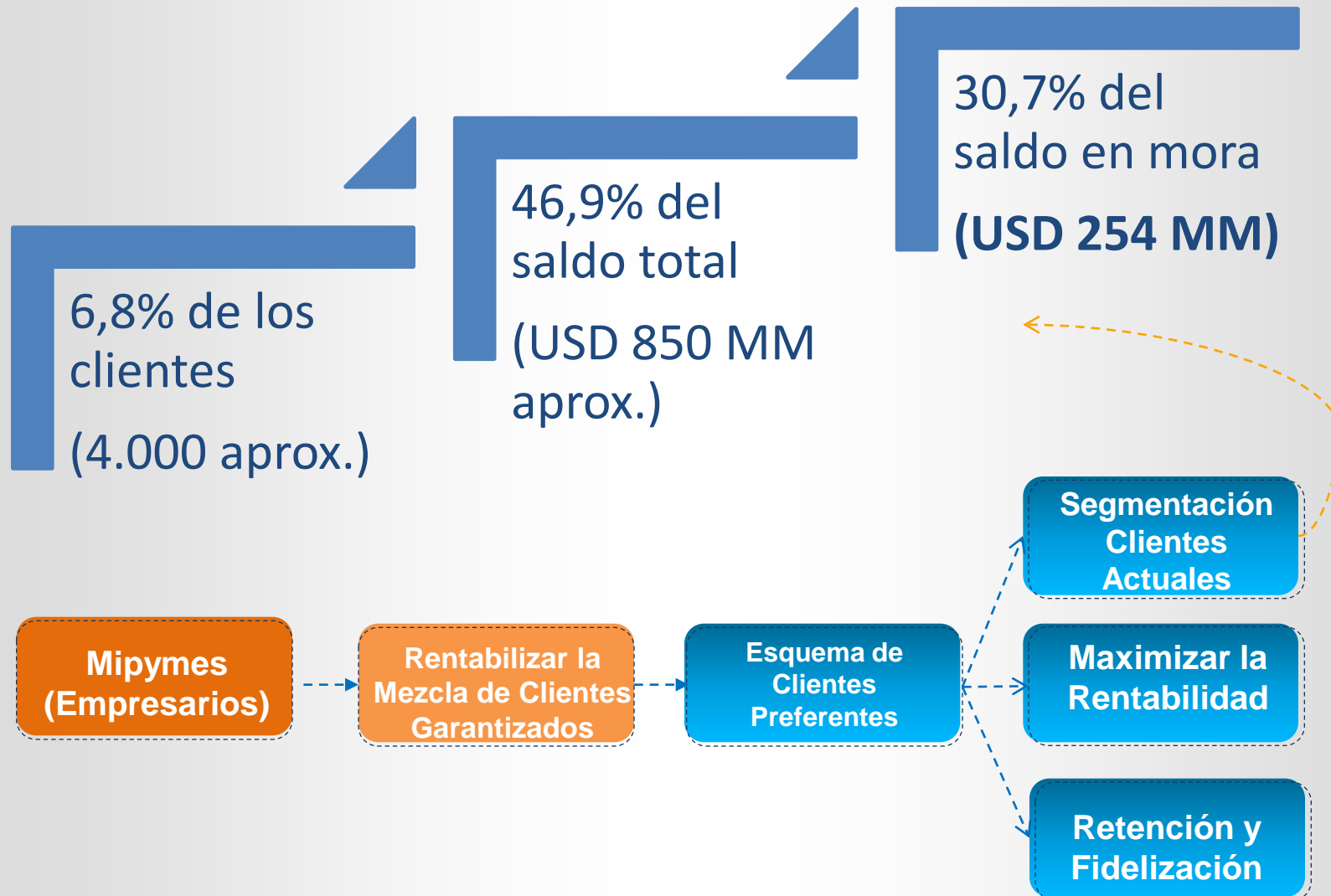


Posicionamiento en el cliente final - empresarios



- Conseguir un profundo conocimiento del posicionamiento actual del Fondo Nacional de Garantías en el segmento de los empresarios, buscando identificar necesidades y así tomar decisiones estratégicas sobre el eje de comunicación (interno y externo), así como sobre la propuesta de valor para los empresarios
- Relación más estrecha y cercana con los empresarios
- Comunicación más “emocional”
- Lenguaje adaptado a las necesidades de los empresarios
- Las redes sociales y medios electrónicos como punta de lanza de esta estrategia.
- Historias y experiencias de empresarios
- Alineación del FNG con gremios y cámaras de comercio

Hacer más rentable el otorgamiento de las garantías – Segmentar clientes



Rentabilizar la mezcla de clientes garantizados

Proyecta cual de las compañías estudiadas tiene una alta probabilidad de siniestrarse en un periodo no mayor a 12 meses.



Etapas:

- Diagnóstico Empresarial
- Diagnóstico Financiero



Ruta de Mejora Continua

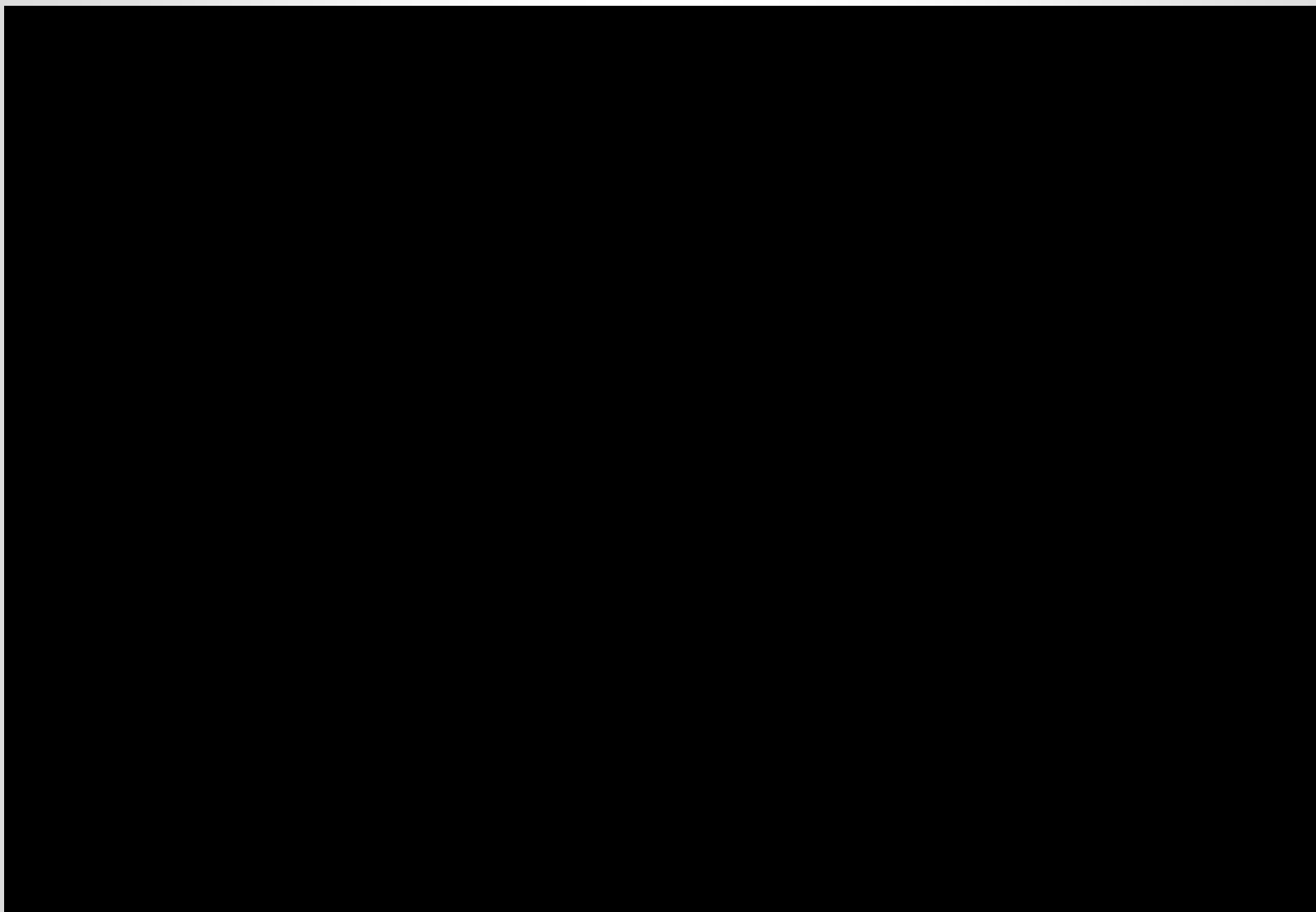
Rentabilizar la mezcla de clientes garantizados

Retener los mejores clientes y fidelizarlos

- Esquema de atención personalizado
- Invitaciones a eventos académicos
- Regalos por renovación de garantías
- Apoyo para financiación alternativa (fondos de capital de riesgo)
- Acceso directo a programas de gobierno
- Descuentos en comisiones de garantía
- Aumentos de cupos (VMD) de otorgamiento
- Asesoría Financiera



Posicionamiento del FNG en el Cliente Final (Empresarios) - Testimonio



FNG

Fondo Nacional de Garantías S.A.



www.fng.gov.co

Iván Darío Ruiz Pérez

- Administrador de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana - UPB de la ciudad de Medellín, Colombia.
- Maestría en Mercadeo de la Universidad de los Andes de la ciudad de Bogotá, Colombia.
- Ha desempeñado los cargos de Tesorero del FNG y Subgerente del Fondo de Garantías de Antioquia.
- Desde el año 2003 se desempeña como Vicepresidente Comercial y de Mercadeo del Fondo Nacional de Garantías.