

Emisor de crédito

Lista de mejores prácticas

La extensa propagación de COVID-19 afectó seriamente los sistemas económicos de todo el mundo y ha generado preocupación por una posible recesión global. Hoy, la incertidumbre a nivel mundial está alterando la oferta y demanda de la mayoría de las empresas. Esta crisis está generando nuevas tendencias en cuanto al estilo de vida, como trabajar desde casa, y una mayor demanda de experiencias digitales y sin contacto.

Los expertos de la industria prevén impactos relevantes en el ecosistema de pagos¹, los que, combinados con índices crecientes de desempleo y mayor exposición al riesgo de crédito², plantean desafíos financieros a consumidores, emisores y comercios sin distinción.

Fuentes:
1. How payments can adjust to the coronavirus pandemic (McKinsey, marzo 2020)
2. The impact of coronavirus on the global economy (Euromonitor, abril 2020)



Las **10** acciones para que los emisores puedan afrontar la pandemia COVID-19

VISA donde quieras estar

1. Reevalúa la propuesta de valor de la tarjeta: los emisores deben ser reactivos y proactivos y reevaluar las propuestas de valor de sus tarjetas para ser relevantes en esta nueva realidad. Hoy existe la posibilidad de renovar los beneficios de los productos para abordar las nuevas necesidades y prioridades que tienen los consumidores a raíz de esta pandemia

- a. Analiza las características de la tarjeta
- b. Acelera las iniciativas de pagos sin contacto
- c. Promueve herramientas de gestión financiera personal

2. Optimiza las estrategias de otorgamiento de créditos: con el cierre forzado de aquellos comercios considerados no esenciales y los índices de desempleo en aumento, consumidores y empresas por igual pueden necesitar recurrir al crédito para afrontar necesidades inmediatas. Estas son algunas recomendaciones para los emisores:

- a. Aprovecha el análisis interno / algoritmos de comportamiento
- b. Comprende los efectos de la reacción en cadena
- c. Mejora la estrategia digital
- d. Prepárate para administrar un incremento de la morosidad
- e. Identifica clientes vulnerables en riesgo de entrar en mora
- f. Organiza una unidad de análisis especializado

3. Mejora la gestión de líneas de crédito: la gestión eficaz de líneas de crédito ayuda a reducir la exposición al crédito durante la crisis para garantizar una mejor gestión de exposición al riesgo

- a. Trabaja en procesos y materiales de capacitación para programas de modificación
- b. Monitorea y gestiona cambios en el portafolio de activos
- c. Considera reducir las líneas de crédito para tarjetas inactivas o de poco uso

4. Acelera el consumo digital: los emisores tienen la oportunidad de impulsar lo digital, estableciendo potencialmente las bases para un cambio duradero a lo digital. Convertirse en la primera opción de billetera digital es ahora más importante que ser la primera opción de billetera física

- a. Promueve las estrategias de *card-on-file* a través de ofertas para un público específico
- b. Brinda opciones de pago flexibles adicionales como planes de cuotas
- c. Optimiza las autorizaciones de transacción con tarjeta no presente, en especial para los productos de débito

Las 10 acciones para que los emisores puedan afrontar la pandemia COVID-19

5. Fomenta experiencias digitales de clientes: los emisores pueden aprovechar los canales digitales para ofrecer a los clientes una experiencia sin fricciones durante todo el ciclo de vida del cliente

- Acelera los programas de venta digital
- Fomenta el uso de productos y canales digitales
- Implementa capacidades robustas de autenticación para canales digitales
- Establece una línea dedicada de servicio digital para abordar las dificultades de los titulares de tarjetas
- Presta atención a la experiencia del usuario y a las funciones de control en tu entorno digital

6. Considera ofrecer medidas de alivio: la principal dificultad que enfrentan los consumidores en esta crisis no es la calidad del crédito sino el flujo de efectivo. Como respuesta, los emisores en todo el mundo están ofreciendo programas de alivio a los consumidores que enfrentan dificultades financieras causadas por COVID-19. Estos son algunos ejemplos de lo que están haciendo los bancos en todo el mundo:

- Reducir o eliminar las comisiones o reducir las tasas de interés
- Ofrecer un aumento en el límite de crédito de emergencia para tarjetahabientes elegibles
- Prorrogar los pagos hasta por tres meses, sin que eso afecte el puntaje crediticio

7. Adapta las políticas de prevención de fraude: las empresas de servicios financieros están registrando fuertes aumentos en la cantidad de ataques de fraude a raíz del nuevo coronavirus. Anticipa un aumento en los reclamos por fraude y prepara una estrategia

- Ajusta la detección de fraude con tarjeta no presente como lo haces en períodos de temporadas de vacaciones
- Utiliza las alertas de transacciones (especialmente para tarjeta no presente)
- Analiza y optimiza las reglas de fraude basadas en falsos positivos

8. Reduce las pérdidas: es probable que aumente la morosidad crediticia, dado que se espera que continúen los impactos de COVID-19 luego de contenida la pandemia. Por eso, implementar las políticas de administración de riesgos y de reducción de pérdidas es fundamental para mantener la rentabilidad del portafolio

- Considera agregar disparadores y barreras de protección para monitorear adecuadamente el rendimiento del portafolio
- Aprovecha el historial de pagos del cliente para detectar cambios en los patrones de pago
- Considera modificar las políticas de crédito según los cambios de comportamiento del tarjetahabiente

9. Continúa haciendo lo que sabes hacer: los buenos clientes deben seguir recibiendo los mismos beneficios de gestión de portafolio. Los emisores cuentan con varias estrategias para mejorar el desempeño de los mejores clientes y retenerlos

- Identifica los candidatos que calificarán para un *upgrade*, venta cruzada, etc.
- Intenta reactivar cuentas de alto potencial que se encuentren inactivas

10. Destácate en la atención digital al cliente: el compromiso digital será esencial para permitir que los clientes se sientan cercanos a la institución. Cuando todo se normalice, COVID-19 desencadenará una mayor asimilación digital en los servicios financieros hacia un nuevo nivel de reconocimiento y conciencia

- Refuerza la capacitación y educación al cliente en la adopción de herramientas digitales
- Reafirma tu empresa y demuestra valor adicional
- Incorpora más personal para brindar soporte a servicios bancarios remotos
- Establece una unidad exclusiva de atención a grupos especiales

Visa está aquí para ayudarte

Contacta a tu ejecutivo de cuentas Visa para obtener más información sobre cómo el equipo de productos de Visa puede ayudarte a entender el cambio de comportamiento del consumidor, identificar oportunidades para maximizar tus portafolios y mejorar tu comunicación con tus clientes. Podemos ayudarte a:



Entender los nuevos hábitos del consumidor



Aumentar la fidelidad de los consumidores y posicionar productos



Identificar oportunidades para maximizar tus portafolios



Mejorar tus objetivos de mercado con nuestros servicios y herramientas de producto

VISA donde quieras estar

Acerca de Visa. Visa Inc. (NYSE:V) es el líder mundial en pagos digitales. Nuestra misión es conectar al mundo a través de la red de pagos más innovadora, confiable y segura, permitiendo que individuos, empresas y economías prosperen. Nuestra avanzada red de procesamiento global, VisaNet, ofrece pagos seguros y confiables en todo el mundo, y es capaz de procesar más de 65 000 mensajes de transacciones por segundo. El enfoque implacable de la compañía en la innovación es un catalizador para el rápido crecimiento del comercio digital en cualquier dispositivo, para todos, y en todas partes. A medida que el mundo pasa de lo analógico a lo digital, Visa pone nuestra marca, productos, personas, red y escala para remodelar el futuro del comercio.

La información, recomendaciones o "mejores prácticas" contenidas en el presente documento (la "Información") se proporcionan "TAL CUAL ESTÁN", son a mero título informativo y no deberán considerarse como asesoría de negocios, operativa, comercial, financiera, legal, técnica, fiscal o de otro tipo. Visa no es responsable por el uso que usted haga de la Información (incluidos errores, omisiones, imprecisiones o falta de oportunidad de cualquier tipo), ni de presunción o conclusión alguna que usted pudiere inferir de su uso. Visa no otorga garantía alguna, expresa o implícita, y expresamente renuncia a las garantías de comerciabilidad e idoneidad de uso para un propósito en particular, a toda garantía de no violación de los derechos de propiedad intelectual por parte de un tercero, a toda garantía de cumplimiento de la Información con los requisitos de un cliente o a toda garantía de actualización de la Información y de Información sin errores. Hasta donde lo permita la ley aplicable, Visa no será considerada responsable ante un cliente o un tercero por daños y perjuicios conforme a teoría alguna de derecho, incluyendo sin limitación, todo daño especial, emergente, incidental o punitivo, como así tampoco por daños y perjuicios por lucro cesante, interrupción de los negocios, pérdida de información comercial u otra pérdida monetaria, incluso si fuere notificada de la posibilidad de que dichos daños y perjuicios ocurran.