

Lleva tu empresa al camino de la digitalización y cumple tus propósitos de negocios

**Propemi**  
BAC Credomatic



## Construyendo una cultura de riesgo consecuente con la esencia de tu empresa

El logro de cierto nivel de crecimiento en la empresa motiva a celebrar el avance. Sin embargo, en este nivel se abren nuevas amenazas al negocio, relacionadas con el valor y reputación creadas hasta el momento que, de no atenderse de forma adecuada, pueden tirar al negocio directo al piso. Es por esto por lo que tu empresa necesita ocuparse de la creación de una cultura de riesgo.

La construcción de una cultura del riesgo implica una adecuación estructural y operativa, pero también es un tema de actitudes. En este esfuerzo, las empresas ponen en marcha procesos y estructuras que buscan detectar y corregir el fraude, brechas de seguridad, errores operacionales e, incluso, el sobre apalancamiento, antes que se conviertan en completos desastres. Sin embargo, todo lo anterior fuera imposible, o al menos más difícil, si no existiera un conjunto de actitudes y comportamientos que funcionaran como primera línea de defensa frente al riesgo, influyendo directamente en la forma que las decisiones del día a día se van tomando, incluyendo aquellas que parecen insignificantes o que se dan por descontadas. Contrario a lo que suele pensarse, una empresa con este tipo de ajuste toma más riesgo, pero también con más sentido, en forma de: entrar a nuevos mercados, inversiones de crecimiento, entre otras. Dicho de otra manera, una inadecuada cultura de riesgo hace que la empresa tome menos riesgo que el que debería y de forma inconsistente.

Algunos consejos que puedes seguir para empezar a fortalecer tu cultura de riesgo son los siguientes:

- Reconoce el riesgo como tal, para bien o para mal: ciertamente es retador para un gerente aceptar que las cosas pueden pintar mal, sobre todo cuando debe hacerlo frente a accionistas o frente a reguladores. Sin embargo, la confianza requerida, unida a un enfoque proactivo, pueden hacer maravillas para demostrar capacidad de resolver; después de todo, se puede resolver aquello que conocemos en detalle. La medición de los riesgos debería incluir un enfoque cuantitativo, pero habrá casos donde no se pueda y vale, al menos, caracterizarlo en forma cualitativa. Comunicar a los actores clave que sabemos lo que enfrentamos, con soltura y ritmo, los dejará tranquilos de que están “en buenas manos”.
- Fomenta la transparencia: haz que las señales tempranas de eventos inesperados sean más visibles, para poder hacer algo al respecto oportunamente. Los colaboradores no deben temer darles malas noticias a sus jefes, por lo que las reacciones de estos ante las mismas debieran ser mesuradas y centradas en la solución. En definitiva, todas las áreas del negocio deben encargarse de avisar de potenciales situaciones de riesgo, a fin de generar la información y el análisis suficiente al resto para desactivar potenciales crisis.

Inicia un nuevo año, lleno de oportunidades. Nosotros en Propemi BAC Credomatic estamos listos para acompañarte. Descubre la variedad de maneras en que podemos apoyarte llamando hoy mismo a tu Ejecutivo de Negocios o escríbenos a [info\\_bacpropemi@sv.credomatic.com](mailto:info_bacpropemi@sv.credomatic.com)

# Lleva tu empresa al camino de la digitalización y cumple tus propósitos de negocios

**Propemi**  
BAC Credomatic



- Refuerza el respeto por los controles internos: sabemos que ningún control agrega valor al cliente, son pura “grasa”, pero en un mundo con oportunismo e incertidumbre habrá algunos controles que terminen siendo necesarios. Debes procurar que sean los mínimos posibles, ya que al ser excesivos promueves la pérdida de credibilidad de los colaboradores sobre ellos y, en última instancia, una reducción en la calidad del producto/ servicio y en una reducida satisfacción del cliente; en otras palabras, si bien el cliente no paga por el control, sí resiente cuando estos pierden su razón de ser en los procesos para reducir la probabilidad de un mal producto/servicio. Más allá de su cantidad, también el tratamiento que se les da culturalmente en la empresa puede esterilizarlos.
- Consenso directivo: la alta dirección de la empresa debe realizar el diagnóstico de debilidades de cultura de riesgo y, sobre esa base, definir el tipo de cultura que desean promover. Esta última debe traducirse en 4 o 5 frases principales que encierren los valores que conducirán el cambio definido. Finalmente, de estas se deberán desprender cambios específicos a nivel operativo, que reflejen la acción por el cambio en el día a día.
- Sostén el esfuerzo el tiempo que se requiera: la dinámica del cambio cultural requiere que la energía original no se pierda con la rutina y que el proceso sea inmune a cambios en las personas involucradas o en los retos de mercado. La alta dirección puede hacer mucho incluyendo el tema en sus revisiones periódicas sobre información como: encuestas a colaboradores, resúmenes de incidentes operacionales, información de desempeño financiero, quejas de clientes, entre otros.

Propemi BAC Credomatic te ofrece la mejor guía para fortalecer tu gestión de negocios, unida a la amplia gama de productos y servicios financieros especialmente diseñados a la medida de tus sueños. Llama hoy mismo a tu Ejecutivo de Negocios para explorar maneras en que podemos ayudarte. ¡Nos gusta verte crecer!

Inicia un nuevo año, lleno de oportunidades. Nosotros en Propemi BAC Credomatic estamos listos para acompañarte. **Descubre la variedad de maneras en que podemos apoyarte llamando hoy mismo a tu Ejecutivo de Negocios o escríbenos a [info\\_bacpropemi@sv.credomatic.com](mailto:info_bacpropemi@sv.credomatic.com)**