



Así fue como ConCrédito pasó de sucursales físicas a operar 100% por mensajes SMS

CIUDAD DE MÉXICO. 20 de septiembre de 2021.- La pandemia trajo como efecto inmediato la aceleración de la digitalización de los negocios, tanto en México, como en el mundo. De hecho, un estudio de [McKinsey & Company](#) indica que de diciembre de 2019 a julio de 2020 el promedio de servicios y productos digitalizados por el empresariado global pasó de 35% a 55%.

Un ejemplo de esa aceleración digital es la compañía mexicana **ConCrédito**, que cambió completamente su modelo de negocio ya que pasó de tener 110 sucursales físicas a operar 100% de forma digital entre abril y julio de 2021, todo gracias a la utilización de mensajes de texto.

La firma se dedica a otorgar líneas de crédito a personas a las que llama ‘empresarios’. Ellos, a su vez, deben ofrecer ese dinero a otras personas mediante micro-préstamos, cuyo monto depende de la línea de crédito autorizada. Por ejemplo, alguien que recibe \$20,000 pesos, puede ofrecer 5 micro-créditos de \$4,000 cada uno a personas de su red de conocidos.

Tradicionalmente, la compañía otorgaba esos créditos de forma presencial, lo que implicaba un trámite que obligaba al beneficiario final a acudir a una sucursal. Esos empresarios llenaban ‘Vales de Dinero’ -como los denomina la marca- con el nombre del beneficiario final, código de autorización e información del préstamo. El mismo ‘vale’ era llevado por quien recibía el micro-préstamo, para canjearlo con su identificación oficial en sucursal y recibir un cheque o transferencia.

La empresa acudió a Auronix que, mediante Calixta -plataforma para la creación y gestión de experiencias conversacionales de forma centralizada- le generó una estrategia basada en mensajes SMS. Ahora la compañía funciona cien por ciento mediante ese canal.

Cuando los ‘empresarios’ obtienen la línea de crédito y reciben una solicitud de préstamo, acuden a la aplicación interna ‘Mi oficina’ y desde ahí realizan la validación del beneficiario ingresando sus datos personales, algunas condiciones como el monto, el número de quincenas para pagar, el monto quincenal que será pagado y los intereses. Al final del proceso, ConCrédito mediante la plataforma de Auronix envía de manera automática un mensaje SMS al beneficiario final en el que le indica que su solicitud fue aprobada, por ejemplo *“María te autorizó un préstamo de 3 mil pesos”*.

Toda vez que el usuario responde afirmativamente a ese mensaje, el crédito concluye con la transferencia del monto a su cuenta o mediante un retiro sin tarjeta en cajero automático, con un código previamente establecido. El intercambio de mensajes citado anteriormente, es



gestionado por ConCrédito desde la plataforma de Auronix, generando una experiencia positiva a usuarios y distribuidores de crédito.

- **¿Por qué en SMS?**

Si bien la compañía tiene la intención de expandir este modelo a plataformas como WhatsApp, que actualmente es la más utilizada del mundo según [Statista](#), su enfoque está basado SMS por la cobertura que alcanzan y por el sector al que atienden. *“El SMS es un canal que no vamos a erradicar porque no queremos dejar a nadie sin acceso a nuestros beneficios. Generar una comunicación con los beneficiarios mediante el uso de mensajes, incrementa el alcance al ser un canal disponible, de fácil acceso y rápido en cualquier dispositivo móvil”*, indicó **Rocio Galvez, Gerente de Plataformas Digitales ConCrédito**.

Entre los principales beneficios que obtuvo ConCrédito al migrar sus operaciones a un modelo 100% basado en mensajes está la expansión. Anteriormente, la firma tenía que realizar un proceso muy complejo cuando buscaba establecerse en una nueva ciudad, lo cual implicaba la búsqueda de una sucursal disponible en una zona céntrica y con acceso de vías primarias. Hoy, sin presencia física, ha logrado incrementar su alcance por la inexistencia de límites tangibles, lo que les ha permitido sumar, tan solo este año, 27 ciudades nuevas a su cobertura.

ConCrédito, actualmente, tiene presencia en 23 de los 32 estados de la república y cuenta con una red de 56 mil ‘empresarios’ que atienden a casi 700 mil clientes finales, todos mediante mensajería instantánea.

“La oportunidad de que los beneficiarios de este tipo de micropréstamos puedan solicitar, en sencillos pasos, un préstamo con su teléfono celular, es muy relevante sobre todo en épocas en las que el impacto de la pandemia generó efectos negativos en la economía de millones de personas. La mensajería instantánea cumple un papel fundamental en acercarle esos créditos a la gente sin una cuenta bancaria tradicional, sobre todo pensando que en el país apenas el 36.9% de los adultos tienen acceso a las instituciones financieras tradicionales, de acuerdo con el [Instituto Mexicano de la Competitividad](#)”, señala **Gerardo Vera de Auronix**.

La mensajería instantánea es un factor fundamental en la aceleración digital de los negocios del país, que hoy en día requieren de este tipo de herramientas para eficientar su comunicación con clientes, mejorar la experiencia de usuario y acompañar, durante los distintos pasos del *customer journey*, a quienes desean adquirir diversos servicios en simples pasos y desde la palma de su mano.

Sobre Auronix

Auronix empresa mexicana de tecnología, líder en plataformas de comunicación como servicio que ofrece soluciones a marcas para conectar con sus clientes en los canales de mensajería más populares y novedosos. Los clientes de Auronix pueden enviar y orquestar notificaciones por cualquier canal, así como atender a



usuarios a través de experiencias conversacionales con chatbots y agentes humanos. Con 27 años en el mercado, Auronix empodera a las organizaciones para crear una experiencia de comunicación omnicanal, de la mano de tecnología robusta y amigable. Auronix crea una interacción entre empresas y consumidores mediante canales de mensajería como WhatsApp, RCS, SMS, Business Messages de Google, Apple Business Chat, entre otros. Los servicios de Auronix permiten a las compañías generar una interacción personalizada con los consumidores a lo largo del *customer journey*, lo que mejora la experiencia de usuario, incrementa la lealtad y ventas, y reduce costos operativos. Actualmente, más de 1,000 empresas están conectando y creando experiencias conversacionales con sus clientes de la mano de Auronix, tales como Clip, Conekta, Estafeta, Oxxo, Chedraui, Didi, Betterware, 99 minutos, el Instituto Nacional Electoral (INE), el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y Grupo Diagnóstico Aries. Para más información sobre los servicios que ofrece Auronix, consulta <https://www.auronix.com/>