

**BANGENTE**

“Cuando tomas a un cliente que vive en un nivel de subsistencia y lo haces subir en la escala de calificación económica, es decir, cuando genera rentabilidad y la capitaliza para su negocio y para mejorar su calidad de vida, has logrado una victoria”

Héctor Albarrán  
Gerente General

Los directivos de BanGente coinciden en afirmar en que la organización tiene varias fechas de nacimiento: la primera se remonta a 1996, cuando el presbítero Armando Janssens, presidente del Centro al Servicio de la Acción Popular (Cesap) y Luisa Elena Mendoza de Pulido, presidenta ejecutiva de la Fundación Eugenio Mendoza, se reúnen con Edgar Dao, presidente del Banco del Caribe para plantearle la necesidad de contar con un mecanismo de operaciones en el área de las microfinanzas.

A partir de este encuentro, comienzan los estudios para hacer realidad el proyecto. Los dos siguientes hitos datan de 1998: el primero es el 15 de septiembre, cuando en la asamblea de accionista de la Arrendadora Financiera del Caribe se decide su transformación a Banco Comercial, lo que sentó la base para el nuevo banco; y el segundo el 18 de diciembre, cuando la Superintendencia de Bancos publica en Gaceta Oficial el permiso otorgado a BanGente para operar como banco comercial. Finalmente, el 5 de febrero de 1999 la institución concede el primer crédito a un grupo de cuatro emprendedores, quienes adoptaron el nombre de “Los Zapateros”.

La misión inicial de la entidad, que esencialmente se mantiene, ha sido atender a micros y pequeños empresarios que no han tenido acceso regular a los servicios de la banca tradicional. En otras palabras, financiar a la gente emprendedora que se inserta precisamente en la llamada economía informal.

BanGente otorga créditos a personas que son propietarias de un negocio, que puede funcionar en su propia casa o en un local, dedicadas a una actividad comercial, manufacturera o de servicio y que genera empleo. Estos créditos se tramitan sin mayores papeleos y están dirigidos a ampliar el capital de trabajo, comprar mercancías o materia prima, remodelar locales, adquirir maquinaria, reparar o repotenciar unidades de transporte, adquirir unidades de transporte nuevas o usadas, contratar pólizas de seguro y mejorar o instalar centros de servicios de comunicaciones.

Finalmente, el hecho de haber desarrollado una metodología crediticia propia, probada y corregida sobre la base la experiencia y la evaluación continua, se ha constituido en la mayor competencia de esta organización. Se trata de un *know how* que ha sido asumido por los ejecutivos del banco y por los asesores, la cual les permite conocer plenamente el mercado e interactuar con los clientes, adaptándose a sus circunstancias.