



EL MERCADO DE LAS
MICROFINANZAS:
CONCEPTOS,
HERRAMIENTAS Y TALLER
PRACTICO (CONSTRUCCIÓN DE UN
MODELO APROBACIÓN)

FICHA TÉCNICA:

DURACIÓN: 10 HORAS

DIRIGIDO A: PERSONAL GERENCIAL Y OPERATIVO DEL ÁREA DE ANÁLISIS DE CRÉDITO DE INSTITUCIONES MICROFINANCIERAS TALES COMO COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO, CAJAS DE AHORRO, FINANCIERAS RURALES, ETC.

SECTOR: CRÉDITO AL CONSUMO -



PRESENTACIÓN

El desarrollo del microcrédito como un elemento detonador del desarrollo de la sociedad es hoy en día una realidad.

De la misma forma lo es la necesidad de especialización generada por el crecimiento acelerado de este sector.

El microcrédito a diferencia del crédito convencional requiere un trato especial y un análisis minucioso de sus pormenores y particularidades, por lo que este taller se orienta precisamente al desarrollo del conocimiento profundo de dichas particularidades con un enfoque principal al estudio de un modelo estadístico que permita una mejor predicción en los resultados del otorgamiento del crédito.



CONTENIDO

CONCEPTOS E IMPORTANCIA DEL SECTOR MICROEMPRESARIAL

- Actores del Mercado del Microcrédito.
- Productos y Servicios Microfinancieros.
- Tecnologías Crediticias usadas en el segmento Microcredicio.
- Cómo hacer más eficientes los resultados de los asesores: selección, seguimiento e incentivos.
- Preguntas y Discusión

SCORING COMO METODOLOGÍA INTEGRAL PARA MANEJO DEL RIESGO

- Visión integral del riesgo en cada etapa del Ciclo del Microempresario.
- Aplicaciones del Scoring en las diferentes etapas del Ciclo del Microempresario.
- Objetivos e impactos de la utilización de modelos de Scoring:
 - Crecimiento en clientes y ventas manteniendo niveles de riesgo;
 - Generación de lealtad;
 - Reducción de costos de gestión;
 - Eficiencia y productividad en todos el proceso crediticio

METODOLOGÍA PARA DESARROLLO DEL MODELO SCORING

- En qué consiste la Metodología del Scoring?
- Etapas para el desarrollo de un Modelo de Scoring
- Revisión y contextualización sobre la base de base de datos a trabajar
- Auditoria de datos
- Análisis de variables
- Definición de Buenos y Malos

METODOLOGÍA PARA DESARROLLO DEL MODELO SCORING II

- Resultados Definición de Buenos y Malos
- Variables más utilizadas en micros y cómo construirlas partiendo de la dificultad de obtenerlas
- Análisis de Correlaciones y selección de variables para el modelo: Trabajo en grupo que consiste en análisis de variables, premios y castigos

SCORECARD Y DISEÑO DE ESTRATEGIAS

- La Necesidad de vincular buenos clientes optimizando los recursos.
- Estrategias de Aprobación
 - Definición óptima del Cut Off
 - Niveles de rechazo y aprobación: Crecimiento en clientes y cartera
 - Reducción en costos
 - Discusión de resultados, aclaración de inquietudes y conclusiones finales