



DIPLOMADO EN **MICROFINANZAS**

| PRIMERA ESCUELA DE NEGOCIOS

UNIVERSIDAD
UNIANDES

**CTT DE
LOS ANDES**

OBJETIVO GENERAL

- Capacitar a todos los equipos comerciales y de negocios de las IFIS vinculados a la concesión de créditos, la cual proveerá conocimientos técnicos, experiencia, mejores prácticas y herramientas (Know How) de gestión que permitan lograr una eficiente generación y administración de la cartera de crédito de los asesores de negocios.

METODOLOGÍA

Las clases se desarrollarán en modalidad presencial los días sábados de 09h00 a 17h00.



CONTENIDO

TALLER 1 / Contabilidad, finanzas y análisis crediticio



1. INTRODUCCIÓN A LA CONCESIÓN DE CRÉDITO

2. CONTABILIDAD BÁSICA

- 1.1. ¿Qué es la contabilidad?
- 1.2. Importancia de la contabilidad
- 1.3. Ecuación fundamental de la contabilidad
- 1.4. Transacciones basadas en la ecuación contable
- 1.5. Estados financieros
 - 1.5.1. Balance general y sus componentes
 - 1.5.2. Estado de Resultados: pérdidas y ganancias. Componentes
 - 1.5.3. Flujo de efectivo
- 1.6. Ejercicios prácticos

3. MATEMÁTICAS FINANCIERAS

- 2.1. Definición
- 2.2. Elementos de las matemáticas financieras
- 2.3. Variables financieras
 - 2.3.1. Capital
 - 2.3.2. Tiempo
 - 2.3.3. Tasa
 - 2.3.4. Interés
 - 2.3.5. Monto
 - 2.3.6. Cuota
- 2.4. Interés simple
- 2.5. Interés compuesto
- 2.6. Tipos de amortización
- 2.7. Ejercicios prácticos

3. ANALISIS FINANCIERO

- 3.1. La capacidad de pago
- 3.2. Proceso de análisis de los estados financieros
- 3.3. Tipos de análisis financiero
- 3.4. Aspectos del análisis en el balance, P&G y flujo
- 3.5. Indicadores financieros
 - 3.5.1. Liquidez
 - 3.5.2. Actividad
 - 3.5.3. Endeudamiento
 - 3.5.4. Rentabilidad
- 3.6. Cruces de Información
- 3.7. Presupuestos
- 3.8. Ejercicios prácticos

4. ANÁLISIS DE CRÉDITO

- 4.1. Objetivos
- 4.2. Elementos del análisis de crédito
- 4.3. Público meta
- 4.4. Mercado objetivo
- 4.5. Las 7 C's del crédito
- 4.6. La tecnología crediticia
- 4.7. Principios fundamentales
 - 4.7.1. Visita In situ
 - 4.7.2. Voluntad de pago
 - 4.7.3. Capacidad de pago
 - 4.7.4. Destino del crédito
 - 4.7.5. Riesgo
 - 4.7.6. Garantías
- 4.8. Ejercicios prácticos

TALLER 2 / Administración de Cartera



1. METODOLOGÍA CREDITICIA

- 1.1. Objetivos
- 1.2. Los 9 pasos del microcrédito individual
 - 1.2.1. Zonificación
 - 1.2.2. Promoción
 - 1.2.3. Información
 - 1.2.4. Inspección y Negociación
 - 1.2.5. Recomendación
 - 1.2.6. Aprobación
 - 1.2.7. Desembolso
 - 1.2.8. Seguimiento
 - 1.2.9. Renovación
- 1.3. Caso de Estudio

2. TECNOLOGÍA DE CRÉDITO

- 2.1. Principios fundamentales
- 2.2. Objetivos del análisis de crédito
- 2.3. Las 7 c's del análisis de crédito
- 2.4. La visita al socio
- 2.5. Información del negocio
- 2.6. Cómo hacer la investigación crediticia
- 2.7. Principios básicos del microcrédito
- 2.8. Tecnologías de microcrédito
- 2.9. Scoring de crédito de consumo
- 2.10. Caso de estudio

3. GESTIÓN DE CARTERA

- 3.1. Factores de la cartera sana y vencida
- 3.2. Calidad de cartera
- 3.3. Cartera sana
- 3.4. Cartera vencida
- 3.5. Factores que denotan el alza de la cartera vencida
- 3.6. Círculo vicioso
- 3.7. ¿Cómo la metodología ayuda a reducir la cartera vencida?
- 3.8. Morosidad
- 3.9. Sistemas de información
- 3.10. Control interno
- 3.11. Diversificación
- 3.12. Encubrir la mora

4. TECNICAS DE COBRANZAS

- 4.1. Objetivos operativos
- 4.2. Factores que ocasionan la cartera vencida
- 4.3. Clasificación y marcos de acción (Cartera activa, vencida y castigada)
- 4.4. ¿Qué es cobrar?
- 4.5. Tipos de cobranza
- 4.6. Decálogo de la cobranza efectiva (10 pasos)
- 4.7. Caso de estudio
- 4.8. Role play de cobranzas

TALLER 3 / Comercial y Riesgos



1. VENTAS

- 1.1. El Proceso “Adecuado” para la venta de Servicios Financieros (SSFF)
 - 1.1.1. El Perfil del ejecutivo comercial
 - 1.1.2. Prospección
 - 1.1.3. Necesidades
 - 1.1.4. Portafolio P&S: características, ventajas y beneficios
 - 1.1.5. Manejo de Objeciones
 - 1.1.6. Técnicas para el cierre
 - 1.1.7. Venta Cruzada
 - 1.1.8. Uso de herramientas en la venta de SSFF
 - 1.1.9. Clínicas de Ventas (en cada fase del proceso de ventas)
- 1.2. Tips de PNL para la venta de SSFF
- 1.3. Neuroventas
- 1.4. Estrategias comerciales (oficina/territorio) específicas para logro de metas y estándares

2. MARKETING

- 2.1. Mercadeo: un proceso de 7 pasos
 - 2.1.1. Análisis Estratégico del Mercado
 - 2.1.2. Entorno: economía, región y localidad, oferta y demanda
 - 2.1.3. Estructura de la Industria
 - 2.1.4. Participación y Benchmarking
- 2.2. Segmentación y Competencia
- 2.3. Cómo hacer estimaciones del mercado

3. SERVICIO AL SOCIO/CLIENTE

- 3.1. Qué es el servicio al socio/cliente
- 3.2. ¿Por qué el servicio al socio/cliente debe ser una prioridad?
- 3.3. Brindando y mejorando un servicio de calidad al socio/cliente
- 3.4. Creando y manteniendo una cultura de servicio al cliente
- 3.5. ¿Qué es la Lealtad y por qué es importante la lealtad del cliente?
- 3.6. 12 razones importantes para que una IMF se enfoque en la lealtad del cliente
- 3.7. Indicadores para monitorear y generar la lealtad del socio/cliente
- 3.8. Uso de Kit de Herramientas

4. GESTIÓN BÁSICA DE RIESGOS

- 4.1. Proceso de Administración de Riesgos
- 4.2. Riesgos Operativos inherentes a la concesión, administración y recuperación
- 4.3. Riesgo de Crédito:
 - 4.3.1. Composición de la cartera
 - 4.3.2. Calificación de cartera y provisiones
 - 4.3.3. Evolución del comportamiento, análisis de cosechas
 - 4.3.4. Casos de análisis
- 4.4. En la Gestión Crediticia
 - 4.4.1. Selección adversa, límites de crédito, criterios de selección
 - 4.4.2. Gestión preventiva
 - 4.4.3. Proceso e incentivos de cobranza
 - 4.4.4. Sistema de Información

FACILITADOR

Leonel Hernández MBA

Ejecutivo de alta dirección con más de 28 años de experiencia en finanzas para el desarrollo y microfinanzas; promotor del desarrollo social y financiero a través de las microfinanzas en comunidades urbanas y sectores rurales en varios países de América Latina.



Modalidad
Presencial



Duración
120 horas



Contacto
098 754 6769







**CTT DE
LOS ANDES**

