



BankersLab®: CreditLab® Resumen del Producto

¿Por qué BankersLab?

- Es innovador en el desarrollo de una capacitación basada en cálculos avanzados y en simulaciones dirigidas a los asociados a la banca.
- Ofrece un grupo de productos aplicables a todas las funciones bancarias y administrativas.
- Un equipo ejecutivo respetable, cada cual con más de 20 años en el servicio financiero y con amplios conocimientos funcionales.
- Aprovecha técnicas comprobadas de cómo capacitar ejecutivos para lograr un mayor uso y retención del conocimiento.

CreditLab® Resumen

CreditLab® es un curso de capacitación basado en simulaciones que mejora la capacidad de un banco para optimizar la cobranza de clientes morosos. CreditLab® está desarrollado con flexibilidad suficiente para adaptarse a las necesidades de su banco y a sus objetivos.

Por medio de la revisión de los productos al consumidor garantizados o no garantizados, CreditLab capacita sobre todas las partes del ciclo de vida del crédito, tratando tópicos tales como el diseño de producto, la suscripción, la administración de cuentas, el monitoreo de las cuentas y las estrategias de mitigación y cobranza.

El curso de capacitación de varios días se llevará a cabo en un ambiente de salón de clases y el aprendiz asume el rol de un jugador. Para ganar en un juego de simulación, los jugadores deben administrar exitosamente un banco virtual para alcanzar la mayor rentabilidad con el máximo de clientes satisfechos. Cada equipo tiene que demostrar conocimiento de cada una de las áreas claves de la administración de la administración del riesgo, la planeación de capacidad, la cobranza garantizada y la administración de la cobranza en un entorno de desaceleración económica.

Cada módulo del juego de simulación está unido a un rico contenido de materiales para el curso, actividades, estudio de casos y aplicaciones móviles de soporte al aprendizaje. Un video de resumen puede verse en: <http://www.youtube.com/watch?v=J9BVpcmOCC4>



Contenido de la capacitación y asistencia

CreditLab® incluye:

- Software de juegos de simulación
- Plan de estudios, casos de estudio y materiales, incluyendo presentaciones de Power Point que están diseñadas con un método de aprender a través del descubrimiento, con notas de discusión y desafíos a los participantes.
- Las notas del instructor proveen respuestas a las preguntas planteadas en las presentaciones.
- El Manual del participante, que contiene el programa del curso, información de referencia y espacios para tomar anotaciones.
- El Manual del instructor, que ayuda en escoger los casos de estudio de la biblioteca del curso, ideas sobre cómo localizar herramientas de la capacitación, y consejos para dirigir a los equipos utilizando juegos desafiantes.
- El curso puede ser conducido por profesionales de la industria de BankersLab o por sus propios expertos internos.

Grupo objetivo:

- Administradores de riesgos, administradores de cobranza, ejecutivos de productos y analistas. Como requisito preliminar, los participantes deben estar familiarizados con calificaciones, cobranza y la industria del crédito. El tamaño de cada curso puede estar entre 20 a 30 participantes.

CreditLab® Biblioteca

Una biblioteca de material de capacitación adicional estará disponible para su uso durante el entrenamiento del cliente. La biblioteca también permite a los instructores diseñar el curso escogiendo casos de estudio y actividades basados en los diferentes niveles de dificultad, el área objetiva y la madurez del mercado. Si se requiere, según el uso del material, cada curso de CreditLab puede ampliarse a cuatro días en vez del proceso estándar de tres días.

Programa de tres Días

Día uno	Día dos	Día tres
Simulación: Módulo de suscripción	Finanzas de cartera	La cobranza
El producto de crédito al consumidor	Administración de la cartera	Actividades de la cobranza
Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo
Principios de la suscripción	Estrategia de precios	Administrando una desaceleración económica
Actividades de la suscripción	Actividades de precios	Estudio de caso
Simulación: Administración de la cartera y de la cobranza	Simulación: Módulo de precios	Simulación: Módulo de desaceleración económica

Estructura de los juegos de simulación

- Durante cada módulo, el equipo pasará a través de un proceso de administración de cartera. Los jugadores tendrán tres ensayos para practicar la administración de su portafolio, antes de la ronda final.
- Cada ensayo provee la oportunidad a los jugadores para perfeccionar sus habilidades para balancear sus objetivos de competencia.
- El equipo ganador será el que obtenga el Ingreso neto más alto al completar la ronda final.

Testimonios

“Muy buen entrenamiento, dinamico y con un lenguaje facil de entender. Una buena forma de unificar conceptos para diferentes areas.” (Administrador de Riesgos, Lima, Peru)

¿Qué es lo que más le gusta? Socializar las estrategias aplicadas por los equipos para entender las dinamicas exitosas.” (Administrador de Riesgos, Lima, Peru)

Perfil del instructor

Diana Landero es fundadora y directora administrativa del Grupo Financiero Dynamic (Dynamic Financial Group, LLC), una firma consultora en la administración de negocios y manejo del riesgo. Es una ejecutiva consumada con 30 años de carrera progresiva en la industria de los servicios financieros; ha demostrado capacidad de liderazgo, buen juicio y transparencia al trabajar en el ambiente complejo de multinacionales como el Citi y el Bank of America.

Diana es versada en la aplicación de herramientas analíticas para la administración del riesgo en créditos de consumo y para la optimización de la rentabilidad. Se comprensión profunda del comportamiento de consumidor y el conocimiento práctico de todo el ciclo de vida del crédito se hace palpable en su exitoso expediente como directora de organizaciones de manejo del riesgo y de carteras para hipotecas, tarjetas de crédito y préstamos personales en Estados Unidos y América Latina. También tiene experiencia en departamentos de gobierno, auditorías y control en EEUU y Europa. Diana tiene un título en Economía Aplicada de la Universidad de San Francisco.

Rubén Gross es fundador y director administrativo del Grupo Financiero Dynamic (Dynamic Financial Group, LLC), una firma consultora en la administración de negocios y manejo del riesgo. Es un profesional muy preparado, con más de 30 años de experiencia en la industria financiera y bancaria, en la que ha ocupado varios cargos en las áreas de Finanzas, Desarrollo Administrativo, Marketing, Ventas y Administración de Negocios.

Rubén trabajó para el Citibank en América Latina desde el 2002 hasta el 2012 prestando servicio en puestos de liderazgo. Entre sus roles más relevantes se encuentran: Director de Negocios de la Banca de Consumidores, Director de Tarjetas de Crédito en América Latina y Director de Ventas y Distribución para todos los productos de la banca de consumidores y otros. Antes de ingresar al Citi, dedicó 20 años de su carrera a otra grande y prestigiosa corporación – American



Express – donde administró el negocio de Tarjetas de Crédito, primero en Argentina y después en la región de América Latina.

Rubén tiene un título de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires en Argentina. También tiene un MBA de la Universidad de Miami, con especialización en Negocios Internacionales y numerosos entrenamientos en sus áreas de experticia.

Apéndice 1: Objetivos de aprendizaje de los módulos del curso

<p>El producto al consumidor</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar las compensaciones entre el riesgo del crédito y su beneficio. <ul style="list-style-type: none"> • Especificar cómo se diseña un producto al consumidor y cómo podemos usar estos elementos para fomentar la rentabilidad y la sostenibilidad a largo plazo. • Distinguir los elementos que aseguren que el producto si entrega valor al consumidor. • Definir los elementos del ciclo de la administración del valor al consumidor y vincularlos al riesgo y al. beneficio
<p>Principios y procesos de la suscripción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar cómo las herramientas utilizadas para filtrar a los solicitantes puede usarse de una manera efectiva para los costos que soportan la estructura de una cartera sana. • Comparar técnicas disponibles para la administración del comienzo del crédito. • Evaluar cómo ajustar el proceso de la suscripción dependiendo del producto o del escenario.
<p>Analítica para la suscripción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer el papel de la calidad de los datos al crear modelos efectivos y definir cómo los componentes del negocio impactan esto. • Explorar las calificaciones de la solicitud y del Buró de Crédito para determinar la calificación de corte y también otros usos tales como precios y exposición. • Prepararse a aplicar las decisiones generadas por la calificación de la aplicación propia y del Buró en el juego de simulación. • Proponer soluciones para los desafíos que los prestamistas encuentran cuando usan scoring y otras herramientas de la suscripción.
<p>Finanzas de la cartera</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Definir los elementos del estado de Pérdidas y Ganancias para los productos financieros y reconocer sus impulsores. • Aplicar la dinámica de ingresos al análisis de una cartera. • Diseñar un modelo de utilidad basado en los Meses en Libros • Investigar los componentes del gasto y su contribución a la rentabilidad. • En un ejercicio, calcular el impacto de los varios intercambios entre ingresos, gastos del riesgo y demostrar el valor de la información tecnológica en la rentabilidad del negocio.

Administración de cuentas	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar las calificaciones de conducta a la administración de cuentas y a las estrategias de cobranza. • Explorar el uso de los árboles de estrategia, y las estrategias de campeón-desafiante • Proponer formas de segmentación a los administradores de cuentas utilizando calificaciones y árboles de decisión.
Precios	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el impacto de las estrategias de precios en la rentabilidad de la cartera. • Comprender el diseño de los precios basados en el riesgo para los créditos. • Examinar la sensibilidad del precio por producto, exposición y segmento del cliente.
Administración de la cobranza	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificar las funciones y resultados esperados para la administración de la cobranza y la recuperación. • Extrapolar cómo las decisiones durante el ciclo de vida del crédito afectan los procesos de la cobranza y de la recuperación. • Detallar la conexión entre cobranza y estrategias y entre riesgo y planeación de estrategias del negocio. • Estimar los aspectos cuantitativos de la administración de la cobranza tales como el pronosticar y la planeación de capacidad.
Desaceleración económica	<ul style="list-style-type: none"> • Proponer indicadores que puedan usarse para anticipar la desaceleración. • Investigar los métodos para la planeación en etapa de crisis. • Diseñar técnicas de mitigación para la administración de la crisis.

Apéndice 2: Objetivos de aprendizaje del juego de simulación

Módulo de suscripción	<ul style="list-style-type: none"> • El conocimiento del mercado es importante. Creamos un grupo de solicitantes interesados en créditos a través del mercadeo. Unos dólares bien gastados en mercadeo traen como consecuencia una buena cartera en términos de ingreso y riesgo. • Use las mejores prácticas de la suscripción. Nuestra decisión para otorgar crédito es una combinación de nuestro uso de la política de crédito, las calificaciones del crédito, las normas de la suscripción, los estándares de verificación, etc. Debemos considerar cómo usar bien estas herramientas basados en nuestra estrategia prevista.
-----------------------	---

Módulo de cobranza	<ul style="list-style-type: none"> • Suscripción: Debemos integrar nueva información acerca de la madurez del mercado tal como el índice de madurez del Buró. Aprender a utilizar la aplicación de calificación y el puntaje del Buró simultáneamente. • Exposición: Parte de nuestra decisión sobre una solicitud es la exposición. Una mayor exposición genera mayores ingresos, pero puede resultar en pérdidas altas. Hay que buscar el balance apropiado.
Módulo de precios	<ul style="list-style-type: none"> • Precios. Altos precios pueden causar un desgaste pero tienen márgenes más grandes. Bajos precios pueden retener a los clientes, pero resultan en márgenes pequeños. Los jugadores deben observar este balance en los resultados y buscar el punto más adecuado. • Estrategias de cobranza. Una cobranza permisiva puede resultar en una mayor morosidad, pero una cobranza muy fuerte puede ser costosa e ineficiente. Hay que buscar el balance adecuado.
Módulo de Desaceleración económica	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto de la macroeconomía en la morosidad. Los jugadores deben observar el impacto de una desaceleración económica en la curva de morosidad de la cosecha. • Planear hacia el futuro se convierte en algo más crítico en medio de una desaceleración económica. Los jugadores deben anticipar aumentos en la morosidad y preparar el número adecuado de cobradores.

Apéndice 3: Misión de los jugadores en el juego de simulación

CreditLab® Módulos de simulación			
Módulo de suscripción	Módulo de la cobranza	Módulo de precios	Módulo de desaceleración económica
Módulos de condiciones que enfrentan los jugadores			

<p>Economía estable, cuatro carteras: dos garantizadas y dos sin garantía. Un mercado emergente y un mercado maduro.</p>	<p>Economía estable. El mercado emergente empieza a madurar. En el mercado maduro, las calificaciones del Buró de Crédito están siendo más predictivas.</p>	<p>Economía estable. El mercado emergente ha madurado con mejores calificaciones. El mercado maduro tiene mayor competencia de precios.</p>	<p>Economías débiles impactan todas las carteras.</p>
<p>Módulo de decisiones tomadas por los jugadores</p>			
<p>Distribuir el presupuesto de mercadeo entre las cuatro carteras. Decidir normas de suscripción, incluyendo el uso de criterio en políticas, calificación del crédito y niveles de verificación.</p>	<p>Decidir normas de suscripción. Fijar límites de crédito. Administrar la cobranza.</p>	<p>Las mismas decisiones de la ronda previa. Los competidores modificarán precios. Decidir la estrategia de precios.</p>	<p>Las mismas decisiones como de las rondas previas. Usar tres pruebas para realizar un test de tensión sobre la cartera. Decidir cuántos cobradores se deben emplear para la desaceleración económica.</p>