

INTRODUCCIÓN

Desde el 2012, con el propósito de fortalecer el nivel de conocimientos, competencias y habilidades de todo el personal de los Intermediarios Financieros No Bancarios en materia de promoción, análisis de crédito, operación y seguimiento de los acreditados finales; administración de la cartera y de puntos críticos en aspectos de control interno, riesgos, gobierno corporativo, planeación estratégica y disposiciones en materia de prevención de lavado de dinero, hacen indispensable continuar con un proceso de capacitación continua que permita asegurar que su proceso de crédito se realice con altos niveles de eficiencia.

En este sentido, para tener una mayor cobertura en la atención de la capacitación, a partir del 2013, se han implementado los cursos a distancia utilizando la plataforma Webex, apoyándonos en instituciones educativas de reconocido prestigio, lo que representa para el intermediario ahorros sustanciales en traslados, viáticos, tiempo laboral y permite que el empleado se capacite en línea dentro de su oficina, en el horario de trabajo y al término de las sesiones, se incorpore de manera inmediata a sus actividades laborales.

En este año, los eventos de capacitación consideran nuevamente un alto componente de actualización en las diferentes áreas del conocimiento en cada tema.

Consideramos que el fortalecimiento de las competencias de todo su personal asegura que su proceso de crédito se realice con altos niveles de eficiencia que permitan garantizar el cumplimiento de la misión institucional.

Por último, las empresas calificadoras como Fitch, Standard & Poor's HR Ratings, Moody's y Verum, emiten una calificación a los Intermediarios Financieros, que les permite acceder a mejores condiciones de fondeo ante instituciones como FIRA, esta calificación viene acompañada de una serie de recomendaciones que les ayuda a mejorar su desempeño financiero, operativo y su perfil de riesgo, por ende, a la posibilidad de obtener una mejor calificación en el mediano plazo. FIRA, como respuesta, ha trabajado en los últimos cinco años en un programa de capacitación y esquema de certificación que se encuentra en proceso, para el personal directivo y operativo, atendiendo los principales temas que las calificadoras toman en cuenta para su evaluación y fomentando procesos de mejora continua en sus socios de negocios.

Como complemento, FIRA dispone de apoyos tecnológicos y financieros establecidos en las Reglas de Operación para Apoyos a los Sectores Agropecuario, Forestal, Pesquero y Rural, entre las cuales está la Capacitación, que es un elemento que coadyuva a mejorar el perfil de riesgo de los IFNB.

Promoción de Negocios. Módulo II Gestión de Crédito

Objetivo: Al finalizar el curso el participante será capaz de utilizar los conceptos y herramientas necesarias para el desempeño competente de sus actividades como promotor de negocios

Perfil del Participante: Personal operativo encargado de realizar las actividades de promoción y venta de los productos y servicios del Intermediario.

Duración: 40 horas

Hora	Tema
8 horas	Gestión del Crédito <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a políticas de crédito • Análisis del proceso de crédito • Información y documentación • Procedimientos • Elaboración e integración del expediente de crédito
10 horas	Análisis e Identificación de Negocios de los IFNB <ul style="list-style-type: none"> • Importancia del Plan Estratégico en los IFNB • Planeación Estratégica, ¿Para qué? • Planeación Estratégica, ¿Cómo se construye? • Perfil de la empresa • Origen, descripción del grupo económico al que pertenece, misión, visión, objetivos • Mercado Objetivo • Perfil de clientes, estrato y mercado potencial que pretende atender • Actividades a financiar • Cadenas productivas a financiar y sus programas de crédito: <ul style="list-style-type: none"> ○ Cobertura geográfica, colocación por estado ○ Tipo de operaciones y programas de crédito ○ Plan de negocios: <ul style="list-style-type: none"> a. Programa de empleo b. Programa de colocación de crédito c. Programa de fondeo d. Proyecciones financieras
8 horas	Mercadotecnia y promoción de productos de los IFNB <ul style="list-style-type: none"> • Mercadotecnia de productos y servicios • Conocimiento del mercado • Segmentación y sus estrategias • Modelos de promoción: directa y a través de medios masivos • Estrategias de captación y servicio al cliente <ul style="list-style-type: none"> ○ Elaboración de un plan de marketing ○ Estrategia de promoción

14 horas	Ventas, Negociación del Crédito, Seguimiento y Cobranza Ventas: <ul style="list-style-type: none">• Introducción• Ventas• Comunicación• Solución de problemas. Negociación del crédito: <ul style="list-style-type: none">• Negociación del crédito Seguimiento y Cobranza: <ul style="list-style-type: none">• Seguimiento al acreditado: De la moralidad del cliente, de la aplicación del crédito y del desarrollo de la empresa.• Introducción a la cobranza.• La cobranza como factor de liquidez y rentabilidad• Tipos de cobranza: C. preventiva, C. Administrativa, Extrajudicial y Judicial (con énfasis en las dos primeras).• Medios de cobranza.• Factores importantes en la cobranza
----------	--