



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

**Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática**

**Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas**

**Desarrollo de la campaña comercial de compra de  
deuda express para Mibanco utilizando metodología  
ágil SCRUM**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**Para optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas**

**AUTOR**

**José Miguel USHÑAHUA SEPULVEDA**

**ASESOR**

**Jorge Luis CHÁVEZ SOTO**

**Lima, Perú**

**2021**



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Ushiñahua, J. (2021). *Desarrollo de la campaña comercial de compra de deuda express para Mibanco utilizando metodología ágil SCRUM*. [Trabajo de suficiencia profesional de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática, Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

---

### Metadatos complementarios

|                                                        |                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Datos de autor</b>                                  |                                                                                                                                                |
| Nombres y apellidos                                    | <b>José Miguel Ushiñahua Sepulveda</b>                                                                                                         |
| DNI                                                    | 46095283                                                                                                                                       |
| URL de ORCID                                           | <a href="https://orcid.org/0000-0002-0500-1518">https://orcid.org/0000-0002-0500-1518</a>                                                      |
| <b>Datos de asesor</b>                                 |                                                                                                                                                |
| Nombres y apellidos                                    | Jorge Luis Chávez Soto                                                                                                                         |
| DNI                                                    | 08675814                                                                                                                                       |
| URL de ORCID                                           | <a href="https://orcid.org/0000-0002-9408-9266">https://orcid.org/0000-0002-9408-9266</a>                                                      |
| <b>Datos de investigación</b>                          |                                                                                                                                                |
| Línea de investigación                                 | <b>No aplica</b>                                                                                                                               |
| Grupo de investigación                                 | <b>No aplica</b>                                                                                                                               |
| Agencia de financiamiento                              | <b>No aplica</b>                                                                                                                               |
| Ubicación geográfica de la investigación               | Perú, Lima, Lima, Santa Anita, Urbanización Las Praderas de Santa Anita 1 era etapa MzD Lt3<br>Latitud: -12.03384   Longitud: 76.96332         |
| Año o rango de años en que se realizó la investigación | <b>2021</b>                                                                                                                                    |
| URL de disciplinas OCDE                                | Ingeniería de sistemas y comunicaciones<br><a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.02.04">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.02.04</a> |



**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA**  
**Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas**

**Acta Virtual de Sustentación**  
**del Trabajo de Suficiencia Profesional**

Siendo las 19:50 horas del día 2 de julio del año 2021, se reunieron virtualmente los docentes designados como Miembros de Jurado del Trabajo de Suficiencia Profesional, presidido por el Lic. Bustamante Olivera Víctor Hugo (Presidente), Dr. Navarro Depaz Carlos Edmundo (Miembro) y el Lic. Chávez Soto Jorge Luis (Miembro Asesor), usando la plataforma Meet (<https://meet.google.com/xdy-yncx-tut>), para la sustentación virtual del Trabajo de Suficiencia Profesional intitulado: **“DESARROLLO DE LA CAMPAÑA COMERCIAL DE COMPRA DE DEUDA EXPRESS PARA MIBANCO UTILIZANDO METODOLOGIA ÁGIL SCRUM”**, por el Bachiller **Ushiñahua Sepulveda José Miguel**; para obtener el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas.

Acto seguido de la exposición del Trabajo de Suficiencia Profesional, el Presidente invitó al Bachiller a dar las respuestas a las preguntas establecidas por los miembros del Jurado.

El Bachiller en el curso de sus intervenciones demostró pleno dominio del tema, al responder con acierto y fluidez a las observaciones y preguntas formuladas por los señores miembros del Jurado.

Finalmente habiéndose efectuado la calificación correspondiente por los miembros del Jurado, el Bachiller obtuvo la nota de **18 DIECIOCHO**.

A continuación el Presidente de Jurados el Lic. Bustamante Olivera Víctor Hugo, declara al Bachiller **Ingeniero de Sistemas**.

Siendo las 20:45 horas, se levantó la sesión.

**Presidente**

Lic. Bustamante Olivera Víctor Hugo

**Miembro**

Dr. Navarro Depaz Carlos Edmundo

**Miembro Asesor**

Lic. Chávez Soto Jorge Luis

## **FICHA CATALOGRAFICA**

**DESARROLLO DE LA CAMPAÑA COMERCIAL DE COMPRA DE DEUDA EXPRESS  
PARA MIBANCO UTILIZANDO**

**AUTOR: USHIÑAHUA SEPÚLVEDA, JOSE MIGUEL**

**ASESOR: CHAVEZ SOTO, JORGE LUIS**

**LIMA – PERÚ, 2021**

**Título Profesional / Línea de Investigación: Título Profesional de Ingeniería de Sistemas**

**Área/ Programa/ Línea de Investigación: Ingenierías / Tecnologías de Información y  
Comunicación/ Gestión de Proyectos**

**Pregrado: Universidad Nacional Mayor de San Marcos – Facultad de Ingeniería de  
Sistemas e Informática – Escuela**

**Formato 28x20 cm**

**Páginas 64**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres, en especial a mi madre, pues ella me motivo siempre a conseguir mis objetivos y en especial a conseguir mi titulación.

Tu preocupación y bendición lograron que a lo largo de mi vida siempre priorice mi crecimiento profesional y personal. Este título es más que un logro personal un logro familiar, el cual será seguido por mis hermanos.

Gracias madre y padre

## **AGREDECIMIENTO**

Agradezco a mi alma mater la Universidad Nacional Mayor de San Marcos por darme los conocimientos necesarios en la carrera de Ingeniería de Sistemas, los cuales me permitieron conseguir las oportunidades laborales para poner mis conocimientos en práctico y ser un aporte a la sociedad.

Agradezco también a todos mis profesores de pregrado y compañeros que compartieron sus conocimientos y experiencias.

Y finalmente a mi asesor de este trabajo de suficiencia profesional, por su tiempo, paciencia y dedicación.

## RESUMEN

El presente informe de experiencia profesional describe todas las etapas de creación de una campaña comercial para la entidad financiera Mibanco y la gestión del proyecto utilizando la metodología ágil Scrum.

El problema que se identificó fue que durante el primer semestre de 2019 Mibanco comenzó a disminuir en su participación de mercado debido a que sus tres principales competidores realizaron campañas de compra de deuda a clientes Mibanco. Como respuesta a este problema y con la intención de recuperar participación de mercado, Mibanco decide lanzar una campaña comercial con el objetivo de comprar deudas de los principales competidores, con la consideración que sea una campaña implementada en el corto plazo, que sea fácil de vender y manteniendo los buenos niveles de riesgo.

Para lograr los objetivos solicitados se creó la campaña llamada Compra de deuda express que estuvo basada en la metodología de creación de nuevos productos que garantice el éxito de un nuevo producto lanzado al mercado y se decidió gestionar el proyecto bajo la metodología ágil Scrum que permitirá tener entregables de valor con resultados en el corto plazo.

## **ABSTRACT**

This professional experience report describes all the stages of creating a commercial campaign for the financial institution Mibanco and the management of the project using the agile Scrum methodology.

The problem that was identified was that during the first half of 2019 Mibanco began to decrease in its market share due to the fact that its three main competitors created debt purchase campaigns from Mibanco clients. In response to this problem and with the intention of recovering market share, Mibanco decides to launch a commercial campaign with the aim of buying debts from the main competitors, with the consideration that it is a campaign implemented in the short term, that is easy to sell and maintaining good risk levels.

To achieve the requested objectives, the campaign called “Compra de deuda express” was created, which was based on the methodology of creating new products that guaranteed the success of a new product to the market and it was decided to manage the project under the agile Scrum methodology that allowed having deliverables of value with results in the short term.

## ÍNDICE

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| FICHA CATALOGRAFICA.....                                          | 2  |
| DEDICATORIA .....                                                 | 3  |
| AGREDECIMIENTO .....                                              | 4  |
| RESUMEN.....                                                      | 5  |
| ABSTRACT .....                                                    | 6  |
| ÍNDICE .....                                                      | 7  |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS .....                                          | 9  |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                                            | 10 |
| INTRODUCCION.....                                                 | 11 |
| CAPITULO I - TRAYECTORIA PROFESIONAL .....                        | 13 |
| CAPITULO II - CONTEXTO EN EL QUE SE DESAROLLO LA EXPERIENCIA..... | 16 |
| 2.1    Empresa – Actividad que realiza.....                       | 16 |
| 2.2    Visión.....                                                | 17 |
| 2.3    Misión .....                                               | 17 |
| 2.4    Organización de la empresa .....                           | 17 |
| 2.5    Área, cargo y funciones desempeñadas .....                 | 18 |
| 2.6    Experiencia profesional realizada en la organización.....  | 18 |
| CAPITULO III - ACTIVIDADES DESARROLLADAS .....                    | 19 |
| 3.1    Situación problemática .....                               | 19 |
| 3.1.1    Definición del problema .....                            | 19 |
| 3.2    Solución.....                                              | 20 |
| 3.2.1    Objetivos .....                                          | 20 |
| 3.2.2    Alcance.....                                             | 21 |
| 3.2.3    Etapas y metodología .....                               | 23 |
| 3.2.4    Fundamentos utilizados .....                             | 27 |
| 3.2.5    Gestión del proyecto.....                                | 32 |

|                                                       |                                                          |    |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----|
| 3.3                                                   | Evaluación .....                                         | 42 |
| 3.3.1                                                 | Evaluación económica:.....                               | 42 |
| 3.3.2                                                 | Interpretación del VAN y del TIR.....                    | 48 |
| CAPITULO IV. REFLEXIÓN CRÍTICA DE LA EXPERIENCIA..... |                                                          | 50 |
| 4.1                                                   | Aporte en el área de desarrollo y responsabilidades..... | 50 |
| CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....      |                                                          | 51 |
| 5.1                                                   | Conclusiones .....                                       | 51 |
| 5.2                                                   | Recomendaciones .....                                    | 52 |
| FUENTES DE INFORMACIÓN .....                          |                                                          | 53 |
| ANEXOS .....                                          |                                                          | 54 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                                                                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1: Organigrama de la empresa Mibanco .....                                                                                    | 17 |
| Gráfico 2 : Equipo ágil que utilizo la metodología SCRUM. Fuente: Elaboración propia .....                                            | 22 |
| Gráfico 3 : Mapa de cobertura del piloto Comercial en Lima y Junín. Fuente: Elaboración propia .....                                  | 22 |
| Gráfico 4 : Pasos en el desarrollo de un producto nuevo. Fuente: (ALEJANDRO SCHNARCH KIRBERG, 2005) Pág.93 .....                      | 24 |
| Gráfico 5 : Las reglas del SCRUM. Fuente : (Palacio, 2015) Pág. 19 .....                                                              | 26 |
| Gráfico 6 : Actividades para el desarrollo de la campaña comercial. Fuente: Propia ...                                                | 28 |
| Gráfico 7 : Líneas de tendencia de participación de mercado. Fuente: Propia .....                                                     | 29 |
| Gráfico 8 : Variación de Participación de mercado por departamento. Fuente: Propia.                                                   | 30 |
| Gráfico 9 : Compras de deuda a clientes Mibanco meses Enero-Junio 2019 en Millones de Soles. Fuente Propia .....                      | 31 |
| Gráfico 10 : Solicitud de creación de producto en el aplicativo TOPAZ. Fuente: Sistema Jira Mibanco .....                             | 34 |
| Gráfico 11 : “Pantallas del TOPAZ del producto Compra de deuda Express”. Fuente: Sistema TOPAZ Mibanco .....                          | 35 |
| Gráfico 12 : Comunicado elaborado por el área de Comunicación Interna. Fuente: Comunicación Interna Mibanco.....                      | 37 |
| Gráfico 13 : Proceso de atención a clientes durante la campaña de Compra de Deuda Express. Fuente: Comunicación Interna Mibanco ..... | 38 |
| Gráfico 14 : Protocolo de venta para el asesor de negocio. Fuente: Elaborado por el área de Productos Activos .....                   | 39 |
| Grafico 15 : Cronograma de eventos del mes de junio del Sprint 1. Fuente: Elaboración Propia .....                                    | 40 |
| Gráfico 16 : Cronograma de eventos del mes de julio del Sprint 2. Fuente: Elaboración propia .....                                    | 41 |
| Gráfico 17 : Tendencia de la evolución de las compras de deuda realizas por Mibanco. Fuente: Elaboración propia .....                 | 44 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                                                                                                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1: Participación de Mercado Micro y Pequeña Empresa de deudas financieras.<br>Fuente: Propia .....                                                                                                    | 28 |
| Tabla 2 : Resumen del proyecto utilizando metodología SCRUM .....                                                                                                                                           | 33 |
| Tabla 3 : Detalle de actividades de la pila del Sprint 1 .....                                                                                                                                              | 33 |
| Tabla 4 : Dependencias del Sprint 1 .....                                                                                                                                                                   | 35 |
| Tabla 5 : Detalle de actividades de la pila del Sprint 2 .....                                                                                                                                              | 36 |
| Tabla 6 : Dependencias del Sprint 2 .....                                                                                                                                                                   | 39 |
| Tabla 7 : Monto desembolsado por la campaña Compra de deuda express y el<br>producto Compra de deuda regular durante el año 2019 en miles de Soles. Fuente:<br>Elaboración propia .....                     | 43 |
| Tabla 8 : Valores comerciales de la campaña comercial realizado el mes de noviembre<br>2019 .....                                                                                                           | 44 |
| Tabla 9 : Flujo mensual de ingresos y gastos de los créditos desembolsados durante el<br>mes de noviembre con variables VAN/TIR. Fuente: Modelo de negocios realizado por<br>área de Finanzas Mibanco ..... | 46 |

## INTRODUCCION

El presente informe de experiencia profesional describe todas las etapas de creación de una campaña comercial utilizando la metodología ágil SCRUM para la entidad financiera MIBANCO.

La empresa financiera MIBANCO es la empresa líder en el sector de las microfinanzas en Latinoamérica, forma parte del grupo CREDICORP y se encarga de otorgar créditos a empresas y personas para poder ayudarlos en sus proyectos personales y de negocios con el objetivo de ser parte de su crecimiento y desarrollo.

En el año 2019, Mibanco se da cuenta que durante el primer semestre la participación de mercado en forma severa, por lo que luego de un análisis, se determina que esto se debe a que los clientes trasladaban sus deudas a 3 principales competidores: Caja Huancayo, Caja Arequipa y Financiera Compartamos.

Es así que Mibanco orienta sus esfuerzos para lanzar una campaña comercial de respuesta hacia los principales competidores. Se tiene que desarrollar todas las etapas de una campaña comercial: análisis, diseño e implementación en 3 meses, considerando que se debe tener el producto desplegado a nivel nacional en el último trimestre para poder mejorar los resultados de cierre de 2019. Se vio conveniente utilizar la metodología ágil SCRUM para poder lanzar un producto mínimo viable (MVP) que pueda ser vendido y desplegado en agencias piloto.

En el CAPITULO I se especifica la experiencia profesional aprendida, formación profesional y otros conocimientos.

En el CAPITULO II se describe a la EMPRESA Mibanco – BANCO DE LA MICROEMPRESA S.A., su organización, visión, misión y los servicios que ofrece.

El CAPITULO III se detalla el trabajo realizado durante las 3 etapas de la campaña comercial COMPRA DE DEUDA EXPRESS para la empresa MIBANCO utilizando la metodología ágil SCRUM.

El CAPITULO IV se refiere al aporte del autor al proyecto, la organización del equipo para el desarrollo del proyecto.

En el CAPITULO V se detallan las conclusiones y también se indican las recomendaciones.

## CAPITULO I - TRAYECTORIA PROFESIONAL

La trayectoria profesional se detalla con mi experiencia profesional, formación profesional y conocimientos:

| EXPERIENCIA PROFESIONAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| <p>Subgerente de Productos Activos</p> <p>Banco de la microempresa (Empresa Financiera)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Líder del equipo de Productos de Corto Plazo</li> <li>- Product Owner Producto Línea de Crédito, Capital de trabajo y consumo.</li> <li>- Product Owner del Producto Congelado COVID</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 04.2019 – hasta la fecha |
| <p>Ejecutivo Senior de Segmento</p> <p>Banco Internacional del Perú (Empresa Financiera)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Líder del equipo de Adquisición, encargado de mejoras de campañas, canales y procesos.</li> <li>- Encargado del nuevo canal de venta telefónica BPE EXPRESS</li> <li>- Encargado del Lanzamiento de Nuevos Productos “Crédito VISA” y “Desembolso en línea”</li> </ul> <p>Ejecutivo de Producto</p> <p>Banco Internacional del Perú (Empresa Financiera)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Especialista de los productos de financiamiento de la banca comercial: Lending, Comex e indirectos.</li> <li>- Propuesta de estrategias para el cierre de gaps presupuestales. Propuesta de \$ 180 MM</li> <li>- Propuesta del presupuesto de productos año para el 2016 – 2017</li> </ul> <p>Analista Senior de Inteligencia Comercial</p> <p>Banco Internacional del Perú (Empresa Financiera)</p> | 01.2014 – 03.2019        |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Líder del nuevo equipo de inteligencia comercial (3 personas).</li> <li>- Elaboración de los principales reportes de gestión de mercado y portafolio de bancas y producto.</li> </ul>                                                                                                                                                                      |                   |
| <b>Analista de Segmentos</b><br><b>Banco de crédito del Perú (Empresa Financiera)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejo de información estratégica segmento Pyme y Banca de Negocios.</li> <li>- Líder del proyecto “Impulso transaccional” y “funcionario sin cartera” para el segmento Pyme.</li> <li>- Encargado del proyecto de la Segmentación de la banca minorista.</li> </ul> | 08.2012 – 12.2013 |
| <b>Analista de Mediciones</b><br><b>Prosegur Activa Perú (Compañía de Seguridad)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encargado del proyecto “Cliente incógnito”.</li> <li>- Elaboración de reportes de la productividad mensual del área de selección y capacitación.</li> <li>- Liderar las coordinaciones con para los estudios cuantitativos de satisfacción del servicio.</li> </ul>   | 04.2012 – 06.2012 |

| <b>FORMACIÓN</b>                                                                                                                 |                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Educación Superior: Maestría en Administración de Empresas<br>Universidad ESAN                                                   | 2021– actualidad |
| Educación Superior: Diplomado en Finanzas Corporativas<br>Universidad del Pacifico                                               | 2014- 2014       |
| Educación Superior: Grado obtenido Bachiller<br>Ingeniería de sistemas e informática<br>Universidad Nacional Mayor de San Marcos | 2017 – 2011      |
| Educación Secundaria<br>Colegio particular Saco Oliveros                                                                         | 2001 - 2006      |

| <b>IDIOMAS</b>                                                    |           |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| Inglés - Intermedio<br>Instituto Cultural Peruano Norte-Americano | 2017-2011 |

| <b>CURSOS</b>                                                                         |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Programa “Illapa” – metodologías ágiles<br>Mibanco – Banco de la microempresa         | 2021 - 2021 |
| Programa internacional de Formación en excelencia gerencial<br>PNUD – Naciones Unidas | 2013 - 2013 |
| Programa “High Potencial Program”<br>PAD – Escuela de dirección Universidad de Piura  | 2012 - 2012 |

## **CAPITULO II - CONTEXTO EN EL QUE SE DESAROLLO LA EXPERIENCIA**

### **2.1 Empresa – Actividad que realiza**

Mibanco es una empresa dedicada a la intermediación financiera, sus clientes principalmente son personas naturales y negocios pequeños a los cuales se les facilita una cartera de productos financieros tanto préstamos como de ahorro.

Datos de Empresa: Razón Social: BANCO DE LA MICROEMPRESA S.A.

Domicilio Legal: CAL.DOMINGO ORUE NRO. 165 RES. URB. LIMATAMBO (ALTURA CDRA. 42 PASEO DE LA REPUBLICA) LIMA – LIMA – SURQUILLO

Teléfono: 561-4486 Fax: 517-1234

RUC: 20382036655

Mercado:

La participación de Mibanco se da principalmente en el segmento microfinanzas, donde sus principales competidores son las cajas, financieras y Edpymes. Para el caso de dependientes compite con la banca tradicional: Banco de Crédito, Interbank entre otros.

## 2.2 Visión

“Ser el socio más querido de clientes, colaboradores y comunidades, para acompañar su progreso, por la confianza que inspira y el servicio extraordinario que entrega, siendo el principal promotor de evolución de las microfinanzas de la región.”(Mibanco, 2021)

## 2.3 Misión

“Transformamos la vida de las personas, comprometidos con su inclusión financiera y progreso, aportando juntos al crecimiento del país”  
(Mibanco, 2021)

## 2.4 Organización de la empresa

Se muestra el Organigrama de Mibanco, correspondiente al periodo 2019 en la que se desarrolló el trabajo en cuestión:

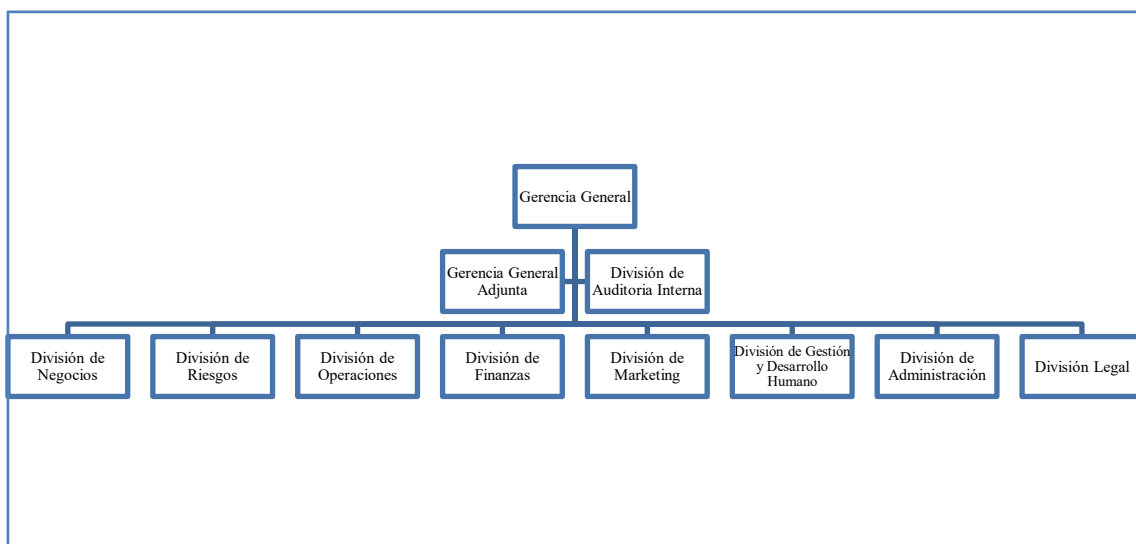


Gráfico 1: Organigrama de la empresa Mibanco

## **2.5 Área, cargo y funciones desempeñadas**

El escritor de este Informe de Experiencia Profesional se desempeñó como Subgerente de Productos Activos en el Área de Productos Activos, esta área fue la que lidera las iniciativas de nuevas campañas comerciales para el banco.

## **2.6 Experiencia profesional realizada en la organización**

Logros realizados:

- Mejoras en aumento de leads de campaña, proceso de venta por Call y seguimiento comercial.
- Lanzamiento de 2 campañas masivas y desarrollo para el desembolso por canales No Presenciales.
- Lanzamiento del nuevos Producto Compra de Deuda Express con desembolsos de S/.80 MM.
- Propuesta ágil para la implementación del GO TO MARKET de Mibanco (Plan estratégico)

## **CAPITULO III - ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

### **3.1 Situación problemática**

#### **3.1.1 Definición del problema**

La empresa Mibanco en el año 2019 detecta que la participación de mercado comienza a disminuir severamente durante el primer trimestre, sin embargo, los principales competidores del sistema financiero siguen creciendo en participación. Cuando se revisaron los saldos de las deudas de los clientes se concluyó que dichas deudas que fueron cancelados con Mibanco aparecían en los meses posteriores en otra entidad financiera.

#### **CAUSAS**

- Existe una campaña dirigida por entidades de la competencia con el fin de traer los mejores clientes de Mibanco basándose en tasas más competitivas.
- Se puede concluir de un análisis del sistema financiero en todas las regiones, la caída principal ocurre en la región de Junín, la cual es la plaza principal de Caja Huancayo, seguido por Arequipa, plaza principalmente representada por la Caja Arequipa.
- Cuando se hace una entrevista con los clientes que trasladan sus deudas a otras entidades financieras, se consulta por los factores determinantes para realizar dicha migración. Por lo que mencionan que les ofrecieron tasas más bajas a las que se encontraban sus créditos en Mibanco.

- En el análisis de información se encontró que la mayoría de estos clientes desertores habían dejado de recibir llamadas o algún tipo de seguimiento comercial hace más de 2 meses por parte de sus asesores comerciales, lo que propicio el acercamiento de otras entidades.

## **3.2 Solución**

Análisis, diseño e implementación de una campaña comercial para recuperación de participación de mercado utilizando la metodología ágil SCRUM

### **3.2.1 Objetivos**

#### OBJETIVO GENERAL

Recuperar participación de mercado, a través de la Compra de Deuda de los 3 principales competidores: Caja Huancayo, Caja Arequipa y Compartamos a través de la campaña comercial de Compra de Deuda utilizando la metodología SCRUM.

#### OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Adaptar la metodología SCRUM a la necesidad de desarrollar una campaña comercial en un plazo determinado de tiempo.
- Analizar la información de la participación en el mercado financiero, para determinar el público objetivo de la campaña.
- Crear un producto financiero especialmente diseñado para la campaña comercial que tenga un proceso eficiente.
- Preparar materiales y capacitaciones que apoyen la venta del producto.

- Lanzar el piloto de la campaña comercial focalizado en las regiones y/o agencias determinadas por el Análisis.
- Realizar un seguimiento diario/semanal que mida la eficiencia de la campaña comercial.

### **3.2.2 Alcance**

#### **ALCANCE FUNCIONAL**

El alcance para el presente proyecto cubre las etapas para el desarrollo de un nuevo producto de una campaña comercial basándose en la metodología propuesta por Alejandro Schnarch – Kirberg.

Se utilizará la metodología ágil SCRUM para la gestión del proyecto de la creación de la nueva campaña comercial

#### **ALCANCE ORGANIZACIONAL**

Para poder cumplir el objetivo del proyecto, se organizó un equipo de trabajo multidisciplinaria que utilizó la metodología ágil SCRUM. La cual estuvo conformada por 3 Divisiones, 6 áreas y liderada por el Subgerente de Productos Activos del área de Productos Activos.



Gráfico2 : Equipo ágil que utilizo la metodología SCRUM. Fuente: Elaboración propia

## ALCANCE GEOGRAFICO

La campaña inicia su alcance con un piloto de un mes enfocado en la entidad Caja Huancayo en sus plazas principales de Lima y Junín para luego ser desplegado a nivel nacional.



Gráfico 3 : Mapa de cobertura del piloto Comercial en Lima y Junín. Fuente: Elaboración propia

### **3.2.3 Etapas y metodología**

Para el desarrollo de un producto nuevo según Alejandro Schnarch – Kirberg, se tiene que seguir una serie de etapas que aseguren el éxito del producto en el mercado financiero.

#### **3.2.3.1 Metodología para el desarrollo de un producto nuevo**

(ALEJANDRO SCHNARCH KIRBERG, 2005)

Según el autor estas etapas incluyen:

- La generación de ideas
- Selección
- Pruebas de concepto
- Análisis de negocio: evaluación de mercado, estudio de factibilidad y cálculo de rentabilidad.
- Desarrollo del producto
- Prueba de producto
- Mercado de prueba
- Check-list
- Lanzamiento

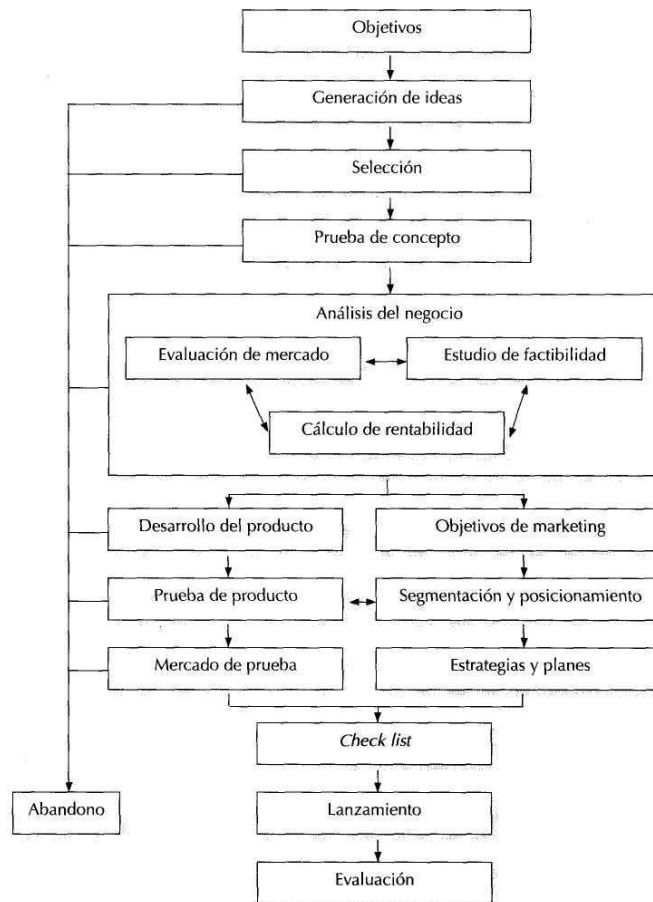


Gráfico4 : Pasos en el desarrollo de un producto nuevo. Fuente: (ALEJANDRO SCHNARCH KIRBERG, 2005) Pág.93

En el gráfico 4: “Pasos en el desarrollo de un producto nuevo”, se propone que el proceso debe comenzar con una claradeterminación de objetivos además de ideas que deben salir de conocer al cliente para finalmente elegir las más atractivas que deben desarrollarse.

Como siguiente etapa está el análisis del negocio (variables técnicas, económicas y de mercado), definido por un estudio de factibilidad preliminar, que termina derivando en estrategias de mercadeo y otra de producto, que deben retroalimentarse, es decir ir mejorando en iteraciones.

Finalmente indica que se puede volver a una etapa anterior del modelo para poder cambiar, revisar, modificar, mejorar, postergar o abandonar el proyecto de creación del nuevo producto.

Esta metodología fue utilizada para asegurar el éxito del lanzamiento de la nueva campaña comercial en el mercado financiero.

Con respecto a la gestión del proyecto se utilizó la metodología ágil SCRUM.

### **3.2.3.2 Metodología para la gestión de Proyecto ágil SCRUM**

(Palacio, 2015)

SCRUM, es un modelo ágil caracterizado por tener una estrategia incremental que permite tener entregables de valor en corto tiempo.

La metodología empieza con una visión general, para luego dar detalle a cada parte utilizando priorizaciones dependiendo de la urgencia que se necesite.

SCRUM está basado en iteraciones, que es un desarrollo que busca entregar una parte operativa del producto, con un plazo no mayor a 1 mes.

Otra ventaja del SCRUM es que permite tener a un equipo enfocado en estas iteraciones ya que existen reuniones diarias conocidas como “dailys” que permiten revisar el trabajo realizado el día anterior, así como el previsto para el mismo día.

La colaboración es la principal variable de la metodología porque permite que las distintas áreas involucradas puedan autoorganizarse y no tener impedimentos por coordinaciones externas que demoren en mayor tiempo la entrega de las iteraciones.

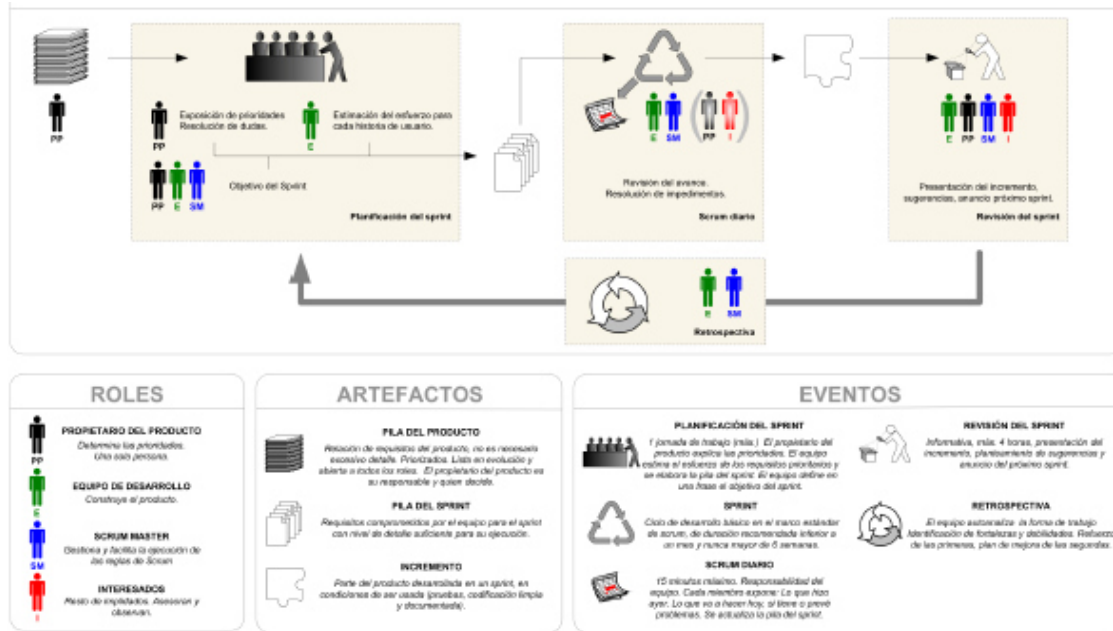


Gráfico 5 : Las reglas del SCRUM. Fuente : (Palacio, 2015) Pág. 19

En el gráfico 5: “Las reglas del Scrum”, se muestra la forma de trabajar utilizando SCRUM el cual tiene los siguientes componentes:

#### ROLES:

**Responsable de Producto (Product Owner):** es la persona responsable de lograr el mayor valor de producto para los stakeholders.

**Equipo de desarrollo (Team Member):** Grupo de trabajo que desarrolla el producto, los cuales buscan interactuar para lograr un mismo objetivo común.

**Scrum Master:** Conocedor de la metodología SCRUM que ayuda a organizar al equipo y hacerlo más eficiente.

#### ARTEFACTOS:

**Pila del producto: (Product backlog):** lista de requerimiento del usuario, durante el desarrollo del producto, este crece para dar el mayor valor.

**Pila del sprint: (Sprint backlog):** lista de las actividades que realiza el equipo durante el sprint para generar un incremento.

Incremento (Sprint): entregable con valor de cada sprint.

#### EVENTOS:

Sprint: nombre que recibe cada iteración dentro del proyecto. Es la parte más importante de la metodología definida por tiempos establecidos.

Reunión de Planificación del sprint (Sprint planning): reunión previa al inicio de cada sprint en la que se determina cuál va a ser el objetivo del sprint y las tareas del mismo.

Reunión diaria (Daily meeting): breve reunión diaria del equipo, en la que cada miembro responde a tres cuestiones:

- 1.- Que hice ayer.
- 2.- Que hare hoy.
- 3.- Si tengo impedimentos que solucionar para avanzar mis labores.

Revisión del sprint (Sprint Review): análisis e inspección del incremento generado, y adaptación de la pila del producto si resulta necesario.

### **3.2.4 Fundamentos utilizados**

Para el desarrollo de la campaña comercial se adaptó el modelo de desarrollo de nuevo producto de Alejandro Schanarch – Kirberg para seleccionar algunas etapas que aseguren de la misma manera el éxito de la campaña comercial.

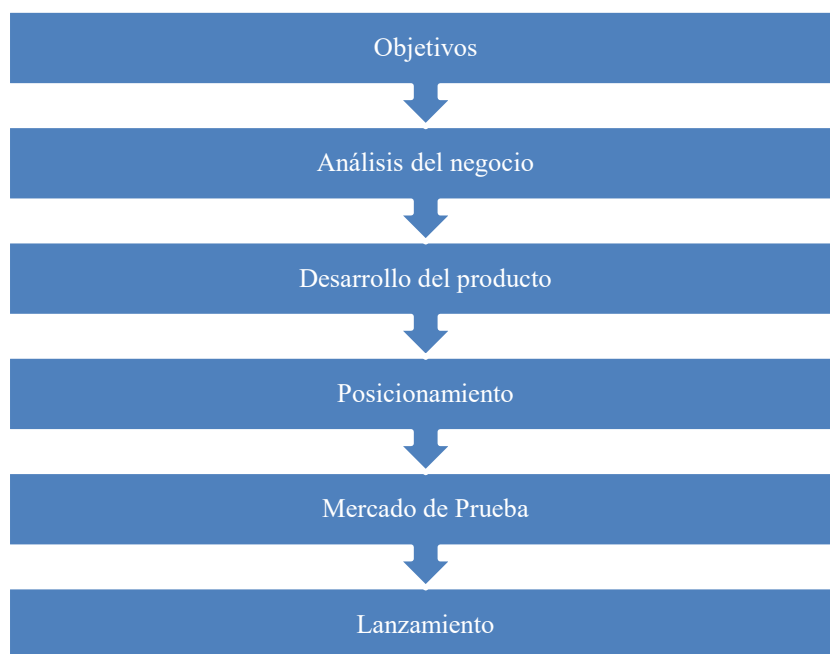


Gráfico 6 : Actividades para el desarrollo de la campaña comercial. Fuente: Propia

Se procede a detallar cada etapa en el contexto del proyecto.

Objetivos: Desplegar una campaña comercial para realizar la compra de deuda a los clientes de los principales competidores: Caja Arequipa, Caja Huancayo y FinancieraCompartamos.

Análisis de negocio: En esa etapa se realizó una evaluación de la participación de mercado del año 2019 donde se presentó las tendencias de los tres principales competidores.

Tabla 1: Participación de Mercado Micro y Pequeña Empresa de deudas financieras. Fuente: Propia

| Empresa           | 201812 | 201901 | 201902 | 201903 | 201904 | 201905 | 201906 | Variación<br>201812 -<br>201906 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------------------------|
| B. Mibanco        | 26.16% | 26.22% | 26.21% | 26.11% | 26.08% | 25.97% | 25.77% | -0.39%                          |
| CMAC<br>Arequipa  | 9.35%  | 9.39%  | 9.40%  | 9.42%  | 9.40%  | 9.42%  | 9.45%  | 0.10%                           |
| CMAC<br>Huancayo  | 7.31%  | 7.26%  | 7.30%  | 7.39%  | 7.43%  | 7.54%  | 7.67%  | 0.36%                           |
| F.<br>Compartamos | 6.33%  | 6.28%  | 6.31%  | 6.36%  | 6.37%  | 6.42%  | 6.48%  | 0.15%                           |

En la tabla 1 “Participación de Mercado Micro y Pequeña Empresa de deudas financiera”, se muestran las variaciones de mercado entre el periodo de junio 2019 y diciembre 2018 donde Mibanco tiene una disminución de participación de mercado del 0.39% mientras los 3 principales competidores aumentan su participación de mercado entre 0.10% y 0.36%.

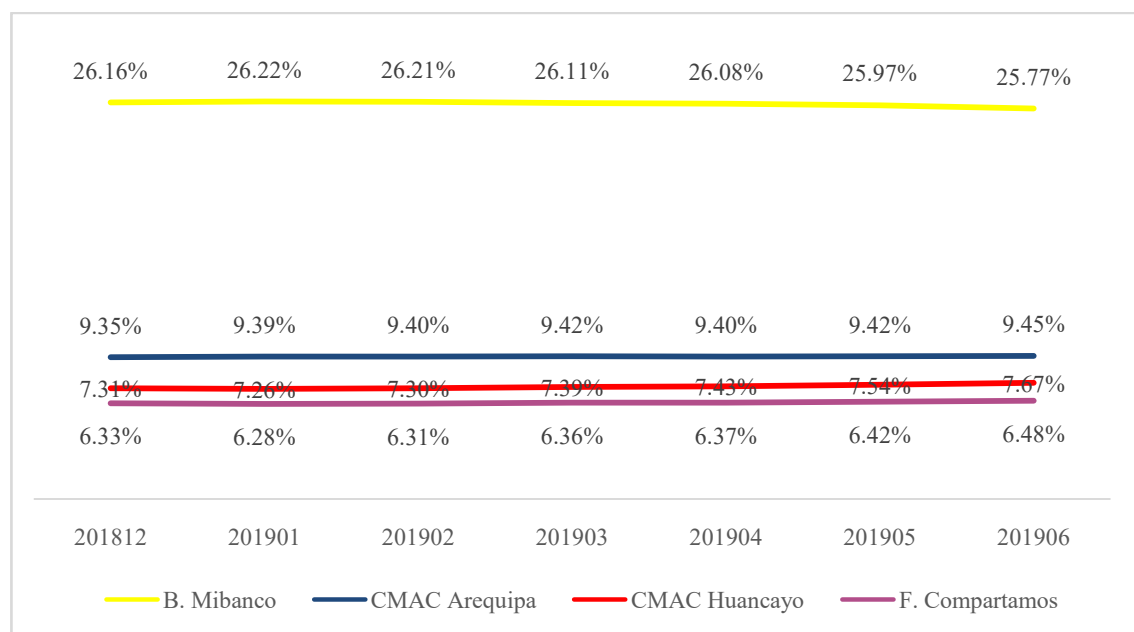


Gráfico 7 : Líneas de tendencia de participación de mercado. Fuente: Propia

Como se muestra en el Gráfico 7 “Líneas de tendencia de participación de mercado”, la disminución de la participación de mercado de Mibanco está ocurriendo mensualmente desde el cierre del año 2018.

| Mercado | Junio'19 |        |               | B. Mibanco<br>Departamento | Diciembre'18 |        |        | Diciembre |      |
|---------|----------|--------|---------------|----------------------------|--------------|--------|--------|-----------|------|
|         | Cart.    | % PdM  |               |                            | Cart.        | Dif.   | %      | % PdM     | Dif. |
| 8,534   | 2,701    | 31.6%  | LIMA          | 2,735                      | -34.8        | -1.3%  | 32.6%  | -98       |      |
| 1,264   | 423      | 33.5%  | CAJAMARCA     | 406                        | 16.7         | 4.1%   | 34.2%  | -72       |      |
| 1,367   | 415      | 30.4%  | LA LIBERTAD   | 411                        | 4.5          | 1.1%   | 31.0%  | -63       |      |
| 832     | 367      | 44.1%  | ANCASH        | 366                        | 1.6          | 0.4%   | 44.8%  | -69       |      |
| 1,385   | 359      | 25.9%  | PIURA         | 362                        | -3.1         | -0.8%  | 26.3%  | -42       |      |
| 1,079   | 295      | 27.3%  | LAMBAYEQUE    | 291                        | 4.3          | 1.5%   | 27.5%  | -17       |      |
| 236     | 40       | 16.9%  | TUMBES        | 40                         | -0.4         | -1.1%  | 17.2%  | -27       |      |
| 6,163   | 1,899    | 30.8%  | NORTE         | 1,876                      | 23.7         | 1.3%   | 31.3%  | -47       |      |
| 1,883   | 573      | 30.4%  | PUNO          | 560                        | 12.4         | 2.2%   | 30.3%  | 13        |      |
| 2,748   | 478      | 17.4%  | AREQUIPA      | 457                        | 21.0         | 4.6%   | 16.9%  | 45        |      |
| 2,028   | 335      | 16.5%  | CUSCO         | 328                        | 7.5          | 2.3%   | 16.8%  | -26       |      |
| 763     | 151      | 19.9%  | TACNA         | 140                        | 11.8         | 8.5%   | 18.7%  | 116       |      |
| 528     | 136      | 25.7%  | AYACUCHO      | 132                        | 3.2          | 2.4%   | 26.1%  | -38       |      |
| 744     | 103      | 13.9%  | ICA           | 110                        | -6.9         | -6.2%  | 15.3%  | -138      |      |
| 313     | 77       | 24.7%  | MOQUEGUA      | 70                         | 7.3          | 10.4%  | 23.5%  | 129       |      |
| 369     | 52       | 14.0%  | APURIMAC      | 46                         | 5.1          | 11.0%  | 13.0%  | 99        |      |
| 9,376   | 1,905    | 20.3%  | SUR           | 1,844                      | 61.5         | 3.3%   | 20.2%  | 13        |      |
| 1,473   | 269      | 18.3%  | JUNIN         | 256                        | 13.3         | 5.2%   | 17.8%  | 50        |      |
| 515     | 120      | 23.4%  | HUANUCO       | 117                        | 3.7          | 3.2%   | 22.8%  | 56        |      |
| 295     | 48       | 16.3%  | HUANCAVELICA  | 43                         | 5.5          | 12.9%  | 14.9%  | 143       |      |
| 246     | 39       | 15.9%  | PASCO         | 39                         | 0.3          | 0.9%   | 16.3%  | -38       |      |
| 2,530   | 477      | 18.9%  | CENTRO        | 454                        | 22.8         | 5.0%   | 18.3%  | 52        |      |
| 560     | 136      | 24.3%  | SAN MARTIN    | 142                        | -5.6         | -4.0%  | 25.0%  | -73       |      |
| 288     | 63       | 22.0%  | AMAZONAS      | 61                         | 2.5          | 4.2%   | 22.2%  | -22       |      |
| 277     | 54       | 19.5%  | UCAYALI       | 56                         | -2.4         | -4.2%  | 20.6%  | -114      |      |
| 241     | 37       | 15.3%  | LORETO        | 43                         | -6.1         | -14.2% | 17.5%  | -220      |      |
| 257     | 20       | 8.0%   | MADRE DE DIOS | 19                         | 1.0          | 4.9%   | 7.9%   | 4         |      |
| 1,623   | 311      | 19.2%  | ORIENTE       | 322                        | -10.6        | -3.3%  | 20.0%  | -88       |      |
| 508     | 110      | 21.6%  | No Registrado | 101                        | 8.7          | 8.6%   | 23.1%  | -148      |      |
| 28,734  | 7,403    | 25.77% | Total         | 7,332                      | 71.3         | 1.0%   | 26.16% | -39       |      |

*Gráfico 8 : Variación de Participación de mercado por departamento. Fuente: Propia*

En el gráfico 8 “Variación de participación de mercado por departamento”, se concluye que, dado la principal disminución en la participación de mercado en el departamento de Lima, este departamento fue seleccionado como piloto para comenzar la campaña comercial de comprar de deuda.

Por las variaciones en la participación de mercado también podemos concluir que los principales competidores están realizando campañas de compra de deuda a los clientes de Mibanco.

Desarrollo del producto: Se necesita crear un nuevo producto de compra de deuda que garantice el éxito de la colocación de un nuevo producto comercial.

Las características de este nuevo producto son:

- Producto con una evaluación rápida: el otorgamiento del crédito a los clientes será con un flujo aprobado y no pre aprobado como el producto compra de deuda regular. Esto asegurará que se cumpla la oferta comercial propuesta al cliente en un tiempo menor, de tres a un día tener el crédito desembolsado. Revisar Anexo A
- Tarifario flexible: Se ajustaron los niveles de tasa y las autonomías de los líderes para poder reducir tasas tomando en cuenta la tasa otorgada por las otras entidades.
- Base de clientes acotada: esta campaña selecciona a los clientes de mejor récord crediticio y de las entidades financieras objetivo, lo cual asegura que se pueda armar estrategias de venta especializadas.

Posicionamiento: Para esta etapa es necesario armar el plan despliegue con las siguientes actividades: elaboración de material de capacitación, elaboración de la

circular del producto como esta en el anexo B y determinar el cronograma de capacitación.

Mercado de prueba: Para el mercado de prueba se tomó como piloto los clientes de la entidad Caja Huancayo por ser donde mayores compras de deuda de sus clientes recibió Mibanco

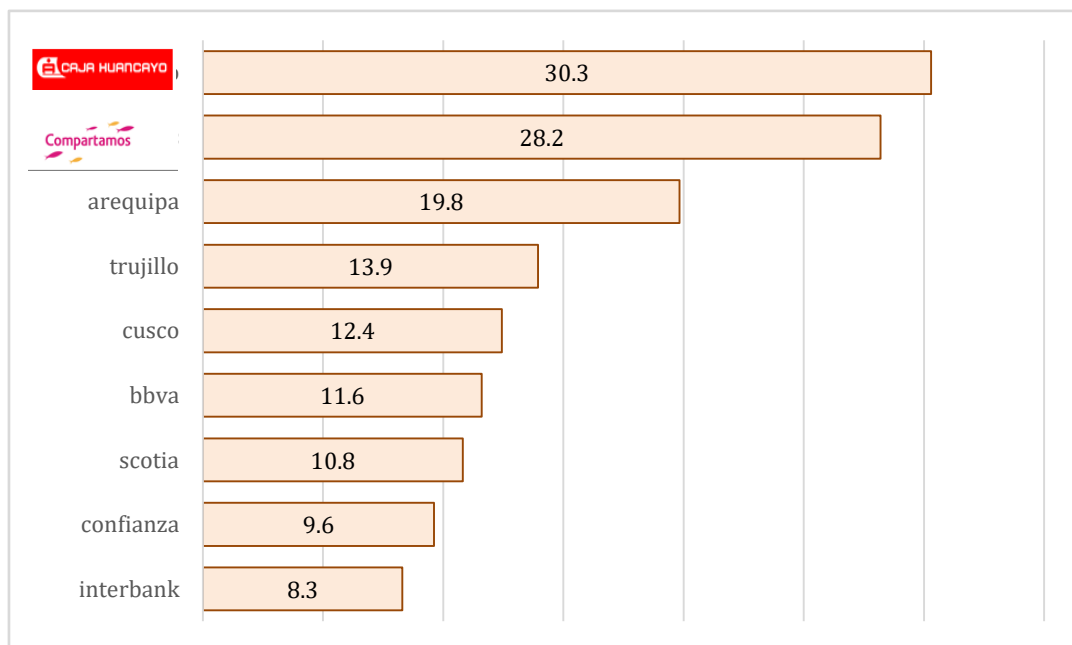


Gráfico 9 : Compras de deuda a clientes Mibanco meses Enero-junio 2019 en Millones de Soles.  
Fuente Propia

En el gráfico 9 “Compras de deuda a clientes Mibanco meses Enero-junio 2019 en Millones de Soles” se observa que las 3 principales entidades financieras que más compran deudas a clientes Mibanco son Caja Huancayo, Financiera Compartamos y Caja Arequipa, que coinciden con las entidades que crecieron en participación de mercado mostrado en el gráfico 7. Las compras realizadas por estas 3 entidades suman S/.130MM, el 32% de todas las deudas compradas del primer semestre.

Lanzamiento: Luego de la etapa de piloto de julio 2019, se definió el despliegue a nivel nacional en el mes de agosto 2019.

### **3.2.5 Gestión del proyecto**

Mibanco luego de evidenciar la necesidad de contar con una campaña comercial en el corto plazo, asignó como responsable del proyecto al área de Productos Activos, el cual tuvo la facilidad para poder priorizar el proyecto sobre otras actividades propias del equipo.

Debido a la necesidad de lanzar una campaña comercial en poco tiempo, la gestión del proyecto se trabajó bajo la metodología ágil SCRUM que da la facilidad de entregar productos de valor en corto tiempo.

Se tuvieron en cuenta las siguientes definiciones:

#### **ROLES DEL PROYECTO**

Responsable del Producto (Product Owner) y ScrumMaster: Subgerente Productos Activos – Área Productos Activos

Equipo de trabajo (Team members): El equipo estuvo conformado por:

- 2 analistas de Productos Activos
- 2 analistas de modelos de Riesgos
- 1 subgerente de Normativa de Riesgos
- 1 subgerente de Modelos de Riesgos
- 1 analista de CRM
- 1 analista de Planeamiento Comercial

#### **ARTEFACTOS DEL PROYECTO**

Como artefactos se utilizaron pilas de Sprint (Sprint Backlog), el detalle de sus actividades y los Sprints (incrementos):

*Tabla 2 : Resumen del proyecto utilizando metodología SCRUM*

| Proyecto        |                                                                                        |                 | Fecha de Cierre |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|
| Inicio          | Fin                                                                                    | Jornada Semanal |                 |
| 03/06/2019      | 31/07/2019                                                                             | 40 horas        |                 |
| <b>Sprint 1</b> | Crear una campaña comercial dirigida a una sola entidad financiera                     |                 | 28/06/2019      |
| <b>Sprint 2</b> | Lanzar a nivel nacional la campaña comercial considerando las 3 entidades competidoras |                 | 31/07/2019      |

En la tabla 2 “Resumen del proyecto utilizando metodología SCRUM” se detalla las características del proyecto el cual tuvo una duración de dos meses (junio y julio) y teniendo como estructura 2 Sprints, uno teniendo el objetivo de lanzar el piloto comercial y el segundo el despliegue a nivel nacional.

Se tomaron como pilas de los 2 Sprints (Sprint Backlog) las siguientes actividades:

*Tabla 3 : Detalle de actividades de la pila del Sprint 1*

| Sprint 1: Pila del Sprint |                                                      |                                |                   |          |
|---------------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------|-------------------|----------|
| Categoría                 | Tarea                                                | Responsable                    | Estimado en horas | Estado   |
| Análisis                  | Análisis de participación de mercado                 | Área de Productos Activos      | 48                | Completo |
| Análisis                  | Propuesta de campaña de Compra de deuda              | Área de Productos Activos      | 48                | Completo |
| Análisis                  | Seleccionar clientes y entidades para la campaña     | Área de modelos de Riesgos     | 72                | Completo |
| Desarrollo                | Solicitar parametria para configuración producto     | Área de Productos Activos      | 24                | Completo |
| Desarrollo                | Parametrizar el sistema Topaz (Core Mibanco)         | Área de TI                     | 72                | Completo |
| Desarrollo                | Elaborar el documento circular de Riesgos            | Área de Productos Activos      | 72                | Completo |
| Desarrollo                | Elaborar de la guía de uso del producto              | Área de Productos Activos      | 72                | Completo |
| Desarrollo                | Aprobar circular de Riesgos                          | Área de Procesos y Normativa   | 72                | Completo |
| Desarrollo                | Disponibilizar la base de campaña                    | Área de CRM                    | 72                | Completo |
| Desarrollo                | Disponibilizar herramientas de seguimiento comercial | Área de Planeamiento Comercial | 94                | Completo |
| Posicionamiento           | Elaborar el correo interno                           | Área de Productos Activos      | 24                | Completo |
| Posicionamiento           | Elaborar el plan de capacitaciones                   | Área de Productos Activos      | 72                | Completo |
| Mercado de Prueba         | Capacitar a asesores: Día 1                          | Área de Productos Activos      | 24                | Completo |

En la tabla 3 “Detalle de actividades de la pila del Sprint 1” se detallan todas las tareas del Sprint realizadas en el mes de junio cuyo objetivo era lanzar el piloto comercial de la campaña Compra de deuda express en Lima y Junín.

Estas actividades fueron clasificadas en categorías de acuerdo a la metodología de creación de producto elegida en todas sus fases: Análisis, Desarrollo, Posicionamiento y Mercado de Prueba.

Algunas de estas actividades tenían entregables tangibles que se pueden evidenciar para justificar la realización de las tareas.


**ALPISTE RAMIREZ MIRTHA HAYDEE - 10280** creó una incidencia

Atención Planeamiento Negocios /  APN-58668  
**Creación de producto "Compra de Deuda Express"**

Tipo de Incidencia:  Parámetros Topaz  
 Responsable: **TRIVEÑO BARRIOS JULIO CESAR - 60870**  
 Creada: 06/sep/19 5:40 PM  
 Prioridad:  Mayor  
 Informador: **ALPISTE RAMIREZ MIRTHA HAYDEE - 10280**

 [Añadir comentario](#)

*Gráfico 10 : Solicitud de creación de producto en el aplicativo TOPAZ. Fuente: Sistema Jira Mibanco*

En el gráfico 10 “Solicitud de creación de producto en el aplicativo TOPAZ” se puede visualizar el ticket de atención que ingresa el analista del área de Productos Activos en el aplicativo JIRA, este aplicativo es el Workflow que tiene Mibanco para que el área de parametria puede atender el pedido de la creación del producto en el aplicativo TOPAZ. Esto es el entregable de la actividad: Solicitar parametria para configuración producto.

#### Registro de solicitudes en TOPAZ

Consulta de Presolicitud

|                |                                                           |                                 |            |                                               |                     |         |               |
|----------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|------------|-----------------------------------------------|---------------------|---------|---------------|
| Nro. Solicitud | 21506009                                                  | Fecha Solicitud                 | 13/09/2019 | Plazo                                         | 720                 | Días    |               |
| Monto Solic.   | 100.000.00                                                |                                 |            |                                               |                     |         |               |
| Moneda         | 1                                                         | Solera                          |            | Tipo Solicitud                                | RECURRENTE C/SALD.  |         |               |
| Familia        | 1                                                         | MES                             |            | Agencia                                       | 190                 | SAB LUS |               |
| Tipo Crédito   | 09 Cred.                                                  | CRED. A PEQUEÑAS EMPRESAS       |            | Segmento Comercial                            | Pequeño Emprendedor |         |               |
| Línea Crédito  | N No                                                      |                                 |            | Analista                                      | 9340                |         |               |
| Producto       | 1803                                                      | COMPRA DE DEUDA EXPRESS S/      |            | 0340 - ANGELICA MARIA RIVEROS OSCO - PROMOTOR |                     |         |               |
| Título         | 1134895                                                   | SALCEDO HUAMAN LEONARDO         |            | Ser.                                          | Origen              | 190     | Crit. Legenda |
| Cónyuge        | No posee                                                  |                                 |            | ANGELICA MARIA RIVEROS OSCO                   |                     |         |               |
| Dir. Titular   | 045 LOS SACRES PABLO BATA AXA DE LOS SACRES No. 8 Line 36 |                                 |            | Medio Origen                                  | B                   |         |               |
| Negocio        | 1                                                         | SALCEDO HUAMAN LEONARDO         |            | ASESORES DE NEGOCIOS                          |                     |         |               |
| Dir. Negocio   | 01002 Y PROLONGACION HUANCOS 186 Y 190                    |                                 |            | Estado                                        | C Confirmada        |         |               |
| Sector         | 3                                                         | Servicios                       |            | Usuar. Ingreso                                | 9340                |         |               |
| Cod. Actividad | 614                                                       | SERVICIOS DE BORDADO EN GENERAL |            | Estrategia                                    | 1 Via. Individual   |         |               |

[Personas relacionadas](#)
[Ver notas](#)
[Ver RCR](#)
[Ver Histórico RCR](#)
[Refinanciados](#)

**2. Ingreso de Evaluación:** Solo debes completar la información en datos del préstamo, seguro de desgravamen y check list.

**1. Ingreso de pre-solicitud:** Utilizar familia 1, producto 1803.- Compra de deuda express.

- o Producto : Compra de Deuda Express - Capital de trabajo o Activo Fijo
- o Modalidad : Paralelo
- o Monto : Máximo monto de oferta, según base.
- o Plazo : Máximo 24 meses (Si las cuotas pendientes a comprar deuda son de hasta 6 cuotas, el plazo máximo no podrá exceder los 12 meses)
- o Tasa : Según tarifario de producto.

Cliente Clasico

Asiento: 2400375 SL Consulta Solicitud, Transacción 7 - Botones

Datos de la solicitud

|                |                              |                                |                |                             |
|----------------|------------------------------|--------------------------------|----------------|-----------------------------|
| Nro. Solicitud | 21506009                     | Cod. Cliente                   | 1134895        | SALCEDO HUAMAN LEONARDO     |
| Analista Ren.  |                              |                                |                | RIVEROS OSCO ANGELICA MARIA |
| Producto       | 1803                         | COMPRA DE DEUDA EXPRESS S/     |                |                             |
| Cod. Actividad | 113287                       | BORDADURIA                     |                |                             |
| Tipo Cliente   | N Persona Natural            | Segmentación                   | RMS            | RIESGO MUY BAJO             |
| Tipo Inversión | INDIVIDUAL                   |                                |                |                             |
| Moneda         | 1                            | Solera                         | Monto Solicant | 100.000.00                  |
| Tipo Crédito   | 09 Cred. a Pequeñas Empresas | Rev. Gerente Regional / Sub-GR |                |                             |

**RCC y Base Negativa**

|                |             |                                |    |                     |
|----------------|-------------|--------------------------------|----|---------------------|
| Deuda C.A.R.   | 100.00      | Segmento Comercial             | PE | Pequeño Emprendedor |
| IMP. SOLICITUD | DEC. JURADA | Solicitud de tasa de excepción |    | No                  |
| EE.FF.         | ALERTAS     | Carga autorizador              |    |                     |

ANALISIS CUALITATIVO

|                      |                       |                  |
|----------------------|-----------------------|------------------|
| BALANCE GENERAL      | GARANTIAS             | P.Y.G.           |
| FLUJO DE CAJA        | INDIC. Y CRIT. APROB. | PROP. DE CREDITO |
| SEGURO DE DESGRAVAM. | SIMULADOR             | TARIFARIO        |
| VER VISITAS          | CHECK LIST            | AUTORIZACIONES   |
|                      |                       | CANCELAR         |
|                      |                       | VER NOTAS        |

*Gráfico 11 : “Pantallas del TOPAZ del producto Compra de deuda Express”. Fuente: Sistema TOPAZ Mibanco*

En el gráfico 11: “Pantallas del TOPAZ del producto Compra de deuda Express”, se muestran las pantallas del sistema TOPAZ que serán las que visualiza el asesor de Negocios en el TOPAZ al momento de realizar el ingreso de la solicitud de un cliente potencial para la campaña de Compra de deuda. Esto es el entregable de la actividad: Parametrizar el sistema Topaz (Core Mibanco).

Lo importante de los pasos en el sistema para otorgar el crédito es que dentro del producto no se debe llenar información de una evaluación ya que una de sus características es que viene aprobado.

*Tabla 4 : Dependencias del Sprint 1*

| Tarea | Tarea                                            | Dependencia |
|-------|--------------------------------------------------|-------------|
| 1     | Análisis de participación de mercado             |             |
| 2     | Propuesta de campaña de Compra de deuda          | <b>1</b>    |
| 3     | Seleccionar clientes y entidades para la campaña | <b>2</b>    |
| 4     | Solicitar parametria para configuración producto | <b>2</b>    |
| 5     | Parametrizar el sistema Topaz (Core Mibanco)     | <b>5</b>    |
| 6     | Elaborar el documento circular de Riesgos        | <b>3</b>    |

|    |                                                      |    |
|----|------------------------------------------------------|----|
| 7  | Elaborar de la guía de uso del producto              | 3  |
| 8  | Aprobar circular de Riesgos                          | 6  |
| 9  | Disponibilizar la base de campaña                    | 3  |
| 10 | Disponibilizar herramientas de seguimiento comercial | 3  |
| 11 | Elaborar el correo interno                           | 8  |
| 12 | Elaborar el plan de capacitaciones                   | 8  |
| 13 | Capacitar a asesores: Día 1                          | 12 |

En la tabla “Dependencias del Sprint 1” se muestran las dependencias entre actividades del Sprint 1. Se considera que la metodología SCRUM busca poder avanzar actividades en paralelo, pero siempre existen dependencias entre los pedidos, permisos y ejecución de entregables.

*Tabla 5 : Detalle de actividades de la pila del Sprint 2*

| Sprint 2: Pila del Sprint |                                                     |                                                     |                   |          |
|---------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------|----------|
| Categoría                 | Tarea                                               | Responsable                                         | Estimado en horas | Estado   |
| Análisis                  | Análisis de resultados comerciales                  | Área de Productos Activos                           | 48                | Completo |
| Análisis                  | Solicitar aprobación para despliegue                | Área de Productos Activos                           | 48                | Completo |
| Análisis                  | Aprobar despliegue                                  | Área de Procesos y Normativa / Área Red de Negocios | 48                | Completo |
| Análisis                  | Seleccionar clientes y entidades para la campaña    | Área de modelos de Riesgos                          | 72                | Completo |
| Desarrollo                | Solicitar parametria para vender en nuevas agencias | Área de Productos Activos                           | 24                | Completo |
| Desarrollo                | Parametrizar el sistema Topaz (Core Mibanco)        | Área de TI                                          | 72                | Completo |
| Desarrollo                | Disponibilizar la base de campaña                   | Área de CRM                                         | 72                | Completo |
| Posicionamiento           | Elaborar el comunicado interno                      | Área de Productos Activos                           | 24                | Completo |
| Posicionamiento           | Elaborar el plan de capacitaciones                  | Área de Productos Activos                           | 72                | Completo |
| Mercado de Prueba         | Capacitar a todos los asesores                      | Área de Productos Activos                           | 24                | Completo |

En la tabla 5 “Detalle de actividades de la pila del Sprint 2” se detallan las actividades que se realizaron en el Sprint 2 cuyo objetivo es desplegar a nivel

nacional la campaña de Compra de deuda express. Las actividades están clasificadas por categoría de acuerdo a la metodología para creación de un nuevo producto.

En esta etapa ya no se necesitaba realizar análisis de entidades a las cuales realizar la compra de deuda ya que aquí se muestran los resultados comerciales del Sprint 1 como fundamento para realizar el despliegue a nivel nacional.

En este segundo sprint si se tuvo que realizar 2 nuevas actividades que en el Sprint anterior no se manejaron como son “elaborar el comunicado interno” y la “capacitación a toda la red de Negocios”.

A partir del 8 de agosto iniciamos la campaña

## Compra de deuda express

Salimos con un proceso sin evaluación, con un monto, plazo y tasa competitivos para nuestros mejores clientes.

**Recuerda**

- ✓ Revisa los clientes que califican en tu base de tácticos [haciendo clic aquí](#)
- ✓ Antes de realizar tu visita, revisa la guía de la campaña de compra de deuda express [haciendo clic aquí](#)

**¡Contamos contigo para seguir construyendo historias de progreso!**

Si tienes alguna consulta, comunícate con Tanla Ramos al anexo 30473 o con Mirtha Alplste al anexo 30719

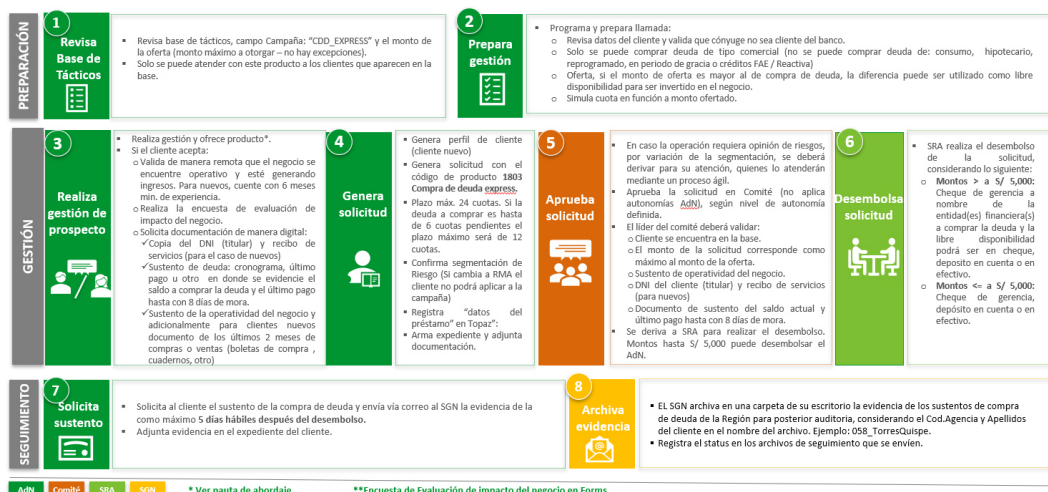
**mibanco**

Gráfico 12 : Comunicado elaborado por el área de Comunicación Interna. Fuente: Comunicación Interna Mibanco

En el gráfico 12 “Comunicado elaborado por el área de Comunicación Interna” se muestra el comunicado de inicio de la campaña de Compra de deuda express a nivel nacional, aquí se detalla la lista de clientes que participan en la campaña, así como la nueva guía de campaña que sirve de ayuda a los asesores de negocio sobre el proceso de la campaña y las preguntas frecuentes. Este entregable se detalla a continuación.

## Compra de Deuda Express

Oferta para clientes activos, inactivos y nuevos para la compra de deuda de cualquier entidad financiera



AdN    Canaliz    SRA    SGN    \* Ver pauta de abordaje    \*\*Encuesta de Evaluación de impacto del negocio en Forms

Gráfico 13 : Proceso de atención a clientes durante la campaña de Compra de Deuda Express.  
Fuente: Comunicación Interna Mibanco

~

Gráfico 13 “Proceso de atención a clientes durante la campaña de Compra de Deuda Express” se detalla el paso a paso durante todo el proceso de la campaña que debe realizar un asesor de Negocios para poder realizar una venta exitosa del producto. Comenzando por la etapa de preparación que incluye revisar su base de clientes y realizar la visita al cliente, seguido por la etapa de gestión que incluye la venta, ingreso de solicitud en el sistema TOPAZ del banco hasta el poder desembolsar el crédito.

Finalmente se cierra el flujo indicando al asesor la importancia de adjuntar la documentación sustentatoria de la compra de deuda y el archivo de la evidencia.

## Pautas de abordaje al cliente – Cliente Activo - Gestión del AdN

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>AdN</b>     | Buenos días/tardes, ¿Me comunico con el Sr(a) [nombre y apellidos del titular]<br>Le saluda [nombre y apellido AdN su Asesor(a) de Negocios de Mibanco], ante todo deseamos que Ud y su familia se encuentren bien. Sr(a) _____ le llamo para comentarle que actualmente tiene una oferta de compra de deuda de las entidades con las que trabaja por un <b>un monto de S/XX,000 soles en un plazo máximo de 24 cuotas mensuales con una tasa preferencial</b> ¿Me permite unos minutos para poder continuar con la llamada y brindarle mayor detalle?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Cliente</b> | Cliente no está de acuerdo: AdN agradece al cliente e indaga el motivo de la falta de interés. Informa que la campaña estará vigente hasta el cierre de mes y consulta si puede volver a llamarlo antes de finalizar la campaña. [Finaliza la llamada].<br>Cliente está de acuerdo: [AdN continúa con la llamada]                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>AdN</b>     | ¿Me podría indicar con qué entidades trabaja actualmente y cuánto debe a la fecha?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Cliente</b> | Actualmente tengo deuda en XXXXX,XXXX y debo S/ XXXX en la entidad XXYX y S/ YY en la entidad ZZAA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>AdN</b>     | Asesor valida el saldo indicado con el RCC/Infocorp, que las deudas sean comerciales (no incluye consumo, hipotecario, reprogramado, en periodo de gracia o programas del gobierno). Calcula el monto a comprar la deuda y saldo disponible de ser el caso. Bien Sr(a) _____ de acuerdo a la información brindada le podríamos comprar la deuda de los bancos XXXXX [entidad] por el saldo de S/ XXX, la cuota aproximada sería de XXX a un plazo de XXX. Además Ud. Tendría un saldo adicional de S/ _____ para invertir en su negocio (capital de trabajo o activo fijo)<br>Antes de continuar ¿Tiene alguna consulta?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Cliente</b> | Cliente tiene consultas: AdN resuelve dudas sobre lo informado al cliente<br>Cliente no tiene consultas: Continúa con la llamada                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>AdN</b>     | Para continuar con el proceso de crédito es necesario validar algunos datos. AdN aplica encuesta de Control de impactos del Negocio y valida continuidad del negocio y esté generando ingresos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Cliente</b> | Cliente responde encuesta.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>AdN</b>     | Cliente no cumple con condiciones de CDD Express: AdN informa al cliente que no cumple con las condiciones requeridas para el producto, de ser caso ofrece otra alternativa.<br>Cliente cumple con condiciones: De acuerdo, Sr(a) _____ para atender su solicitud a la brevedad posible, se requiere que me envíe: Foto del DNI, cronograma de pago/últimos pagos (para confirmar el monto a financiar y puntualidad de pago), una foto de su negocio o fotos de boletas de compra de mercadería del último mes (u otro documento para sustentar operatividad del negocio). Una vez recibida esta información me volveré a contactar con Ud, para confirmarle las condiciones del crédito y desembolso .<br><br><u>Antes de despedirme, quiero indicarle que Mibanco se preocupa por su seguridad, por eso le informo que por este medio no se le solicitará sus datos personales, información de sus cuentas, saldos u operaciones. Nunca lo llamaremos para pedirle el número de su tarjeta o claves y tampoco las debe compartir por ningún medio ni por foto. Jamás le enviaremos mensaje de textos o mails con links. Si recibe uno, evite ingresar al enlace. Espero que tenga un muy buen día. Muchas gracias.</u> |

Gráfico 14 : Protocolo de venta para el asesor de negocio. Fuente: Elaborado por el área de Productos Activos

En el gráfico 14 “Protocolos de venta para el asesor de negocio” se muestra los argumentos de venta que debe tener un asesor de negocios para poder convencer y explicar adecuadamente al cliente los beneficios de la campaña y por qué debería pasar su deuda de la competencia a Mibanco.

Se consideró también en el protocolo de venta con mayor detalle sobre el manejo de objeciones, importante cuando un cliente no desea el producto o no se convence sobre las características del mismo como el plazo, monto o tasa.

Tabla 6 : Dependencias del Sprint 2

| Tarea | Tarea                                               | Dependencia |
|-------|-----------------------------------------------------|-------------|
| 1     | Análisis de resultados comerciales                  |             |
| 2     | Solicitar aprobación para despliegue                | 1           |
| 3     | Aprobar despliegue                                  | 2           |
| 4     | Seleccionar clientes y entidades para la campaña    | 3           |
| 5     | Solicitar parametria para vender en nuevas agencias | 3           |
| 6     | Parametrizar el sistema Topaz (Core Mibanco)        | 5           |
| 7     | Disponibilizar la base de campaña                   | 4           |
| 8     | Elaborar el comunicado interno                      | 3           |
| 9     | Elaborar el plan de capacitaciones                  | 3           |
| 10    | Capacitar a todos los asesores                      | 9           |

En la tabla 6: “Dependencias del Sprint 2” se muestran las actividades del Sprint 2 y sus dependencias. Al ser aprobado el despliegue se pudieron avanzar distintas actividades en paralelo lo que ayudo a que este Sprint a pesar del volumen de clientes y de asesores involucrados se pueda cerrar en un mes.

Finalmente es importante mencionar que la metodología SCRUM se basa en eventos que son importantes para realizar el seguimiento de las fechas de compromiso y tener a todo el equipo involucrado con la realización de los entregables.

Los eventos realizados durante el proyecto fueron:

- Planificación de Sprints (Sprintplanning): Al inicio de cada nuevo Sprint.
- Reuniones diarias (Daily meetings): Duración de 15 minutos a las 8:45 am de manera diaria de lunes a viernes.
- Revisión de Sprints (Sprint Reviews): Se revisaba el cumplimiento de las actividades con un horizonte de 2 semanas, además se validan las fechas de cumplimiento con los gerentes de las áreas involucradas en caso que haya riesgos asociados para poder gestionar el avance del proyecto.

|            |                            |               |               |               |               |           |
|------------|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------|
| Domingo 2  | <b>Lunes 3</b>             | Martes 4      | Miércoles 5   | Jueves 6      | Viernes 7     | Sábado 8  |
|            | Sprint Planning<br>8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM |           |
| Domingo 9  | <b>Lunes 10</b>            | Martes 11     | Miércoles 12  | Jueves 13     | Viernes 14    | Sábado 15 |
|            | Sprint Review<br>8:45 AM   | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM |           |
| Domingo 16 | <b>Lunes 17</b>            | Martes 18     | Miércoles 19  | Jueves 20     | Viernes 21    | Sábado 22 |
|            | Daily 8:45 AM              | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM |           |
| Domingo 23 | <b>Lunes 24</b>            | Martes 25     | Miércoles 26  | Jueves 27     | Viernes 28    |           |
|            | Sprint Review<br>8:45 AM   | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM |           |

Gráfico 15 : Cronograma de eventos del mes de junio del Sprint 1. Fuente: Elaboración Propia

En el gráfico “Cronograma de eventos del mes de junio del Sprint 1” se muestran los eventos determinados por la metodología Scrum para realizar el seguimiento del proyecto, se muestra 1 Sprint Planning a inicio de mes, 2 Sprint Review cada quince días que ya eran agendados incluyendo a los gerentes de área y todos los demás días sin excepción un Daily o reunión de 15 minutos que aseguren que todos los días haya avances en el equipo.

|            |                       |                         |               |               |               |           |
|------------|-----------------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|-----------|
|            | Lunes 1               | Martes 2                | Miércoles 3   | Jueves 4      | Viernes 5     | Sábado 6  |
|            | Despliegue            | Sprint Planning 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM |           |
| Domingo 7  | Lunes 8               | Martes 9                | Miércoles 10  | Jueves 11     | Viernes 12    | Sábado 13 |
|            | Daily 8:45 AM         | Daily 8:45 AM           | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM |           |
| Domingo 14 | Lunes 15              | Martes 16               | Miércoles 17  | Jueves 18     | Viernes 19    | Sábado 20 |
|            | Sprint Review 8:45 AM | Daily 8:45 AM           | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM |           |
| Domingo 21 | Lunes 22              | Martes 23               | Miércoles 24  | Jueves 25     | Viernes 26    | Sábado 27 |
|            | Daily 8:45 AM         | Daily 8:45 AM           | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM | Daily 8:45 AM |           |
| Domingo 28 | Lunes 29              | Martes 30               | Miércoles 31  |               |               |           |
|            | Sprint Review 8:45 AM | Daily 8:45 AM           | Daily 8:45 AM |               |               |           |

*Gráfico 16 : Cronograma de eventos del mes de julio del Sprint 2. Fuente: Elaboración propia*

En el gráfico 16 “Cronograma de eventos del mes de julio del Sprint 2” se muestra el cronograma detallado de los eventos realizados bajo la metodología Scrum, se trató de respetar la misma estructura de eventos y periodos realizados en el Sprint 1, a diferencia del primer día de mes utilizado para el lanzamiento del piloto.

Se tuvieron de la misma manera 1 Sprint planning para la revisión de las actividades del mes, 2 Sprint Reviews cada 2 semanas y todos los demás días al inicio del mismo se realizaban los Daily con una duración de 15 minutos.

### **3.3 Evaluación**

#### **3.3.1 Evaluación económica:**

La evaluación económica del proyecto incluye:

- ✓ Resultados de la campaña comercial
- ✓ Costos asociados a la campaña
- ✓ VAN/TIR

## RESULTADOS DE LA CAMPAÑA COMERCIAL

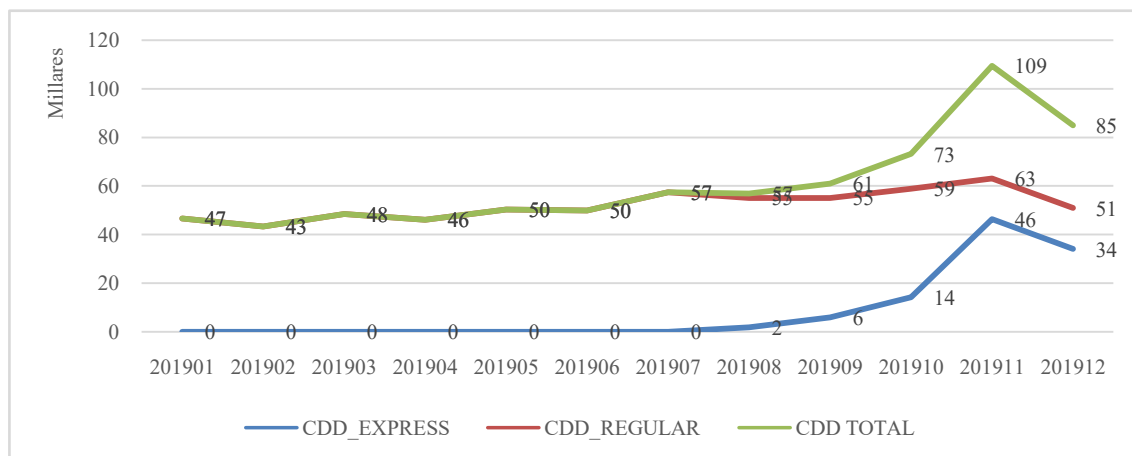
La campaña comercial de Compra de deuda express tuvo sus primeros desembolsos durante el mes de julio que fue el mes que se comenzó a vender 2 productos de compra de deuda: la compra de deuda express (CDD Express) y la compra de deuda regular (CDD Regular).

La campaña fue muy exitosa a nivel de los indicadores comerciales que se propuso: monto desembolsado, baja mora de los créditos y enfoque en entidades competidoras.

*Tabla 7 : Monto desembolsado por la campaña Compra de deuda express y el producto Compra de deuda regular durante el año 2019 en miles de Soles. Fuente: Elaboración propia*

| PERIODO | CDD_EXPRESS | CDD_REGULAR | CDD TOTAL |
|---------|-------------|-------------|-----------|
| 201901  | 0           | 46,661      | 46,661    |
| 201902  | 0           | 43,316      | 43,316    |
| 201903  | 0           | 48,410      | 48,410    |
| 201904  | 0           | 46,116      | 46,116    |
| 201905  | 0           | 50,339      | 50,339    |
| 201906  | 0           | 49,932      | 49,932    |
| 201907  | 0           | 57,403      | 57,403    |
| 201908  | 1,800       | 55,120      | 56,921    |
| 201909  | 5,871       | 55,108      | 60,979    |
| 201910  | 14,246      | 58,924      | 73,169    |
| 201911  | 46,276      | 63,112      | 109,388   |
| 201912  | 34,012      | 50,905      | 84,916    |

En el gráfico “Monto desembolsado por la campaña Compra de deuda express y el producto Compra de deuda regular durante el año 2019 en miles de Soles” se evidencia el aporte que hizo la campaña Compra de Deuda express a los desembolsos del banco, incluso en el mes de noviembre se evidencia que se llega al 130% más que el promedio del primer semestre del año, comparando 47 millones de soles versus 109 millones realizados en el mes de noviembre, cifra récord del producto.



n  
dencia de la evolución de las compras de deuda realizas por Mibanco. Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 17 “Tendencia de la evolución de las compras de deuda realizas por Mibanco” se muestra el pico marcado de los desembolsos del mes de noviembre en el banco debido al éxito de la campaña y la aceptación por el lado de los asesores de negocio.

Este incremento gradual desde el lanzamiento de la campaña también se debe a que existe una etapa de maduración de la campaña en la cual los asesores de negocios comienzan a aprender a vender mucho más la campaña y a tener mayores argumentos de venta.

## COSTOS ASOCIADOS DE LA CAMPAÑA

Para poder calcular las variables económicas del proyecto como el VAN/TIR se deberá elegir un mes de campaña y obtener los valores promedios de los créditos desembolsados en ese mes:

Tabla 8 : Valores comerciales de la campaña comercial realizado el mes de noviembre 2019

|                          |  |        |
|--------------------------|--|--------|
| TICKET                   |  | 33,670 |
| PLAZO                    |  | 18     |
| TEA                      |  | 18.2%  |
| TASA DE TRANSFERENCIA    |  | 4.0%   |
| COSTO DE RIESGO          |  | 5.0%   |
| REQUERIMIENTO DE CAPITAL |  | 10.0%  |
| NÚMERO DE DESEMBOLSOS    |  | 1,811  |

En la tabla 8 “Valores comerciales de la campaña comercial realizado el mes de noviembre 2019” se muestran los valores promedios obtenidos durante la campaña de Compra de deuda express durante el mes de noviembre, los cuales son necesarios para calcular las variables económicas VAN y TIR.

Las definiciones de las variables del modelo son:

Ticket: Es el valor promedio de los créditos realizados en el mes de noviembre.

Plazo: Es el plazo promedio de los créditos realizados en el mes de noviembre.

TEA: Es la tasa efectiva anual de los créditos realizados en el mes de noviembre.

Tasa de transferencia: Es la tasa promedio que le cuesta al banco por prestar los créditos de la campaña Compra de deuda express.

Costo de riesgo: Es el porcentaje que reserva el banco debido al riesgo asociado de posible caída de los clientes en mora por falta de pagos.

Requerimiento de capital: Es el porcentaje que reserva el banco como requisito mínimo de capital para el banco.

Número de desembolsos: Es el número de desembolsos realizados desde el primer día hasta el último día útil del mes de noviembre.

| meses                | 0          | 1          | 2          | 3          | 4          | 5          | 6          | 7          | 8          | 9          | 10         | 11         | 12         | 13         | 14         | 15         | 16        | 17        | 18        |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| Pago de capital      |            | 2,968,742  | 3,014,099  | 3,060,150  | 3,106,904  | 3,154,373  | 3,202,566  | 3,251,496  | 3,301,174  | 3,351,610  | 3,402,818  | 3,454,807  | 3,507,591  | 3,561,181  | 3,615,590  | 3,670,831  | 3,726,915 | 3,783,856 | 3,841,667 |
| Saldo                | 60,976,370 | 58,007,628 | 54,993,529 | 51,933,379 | 48,826,475 | 45,672,102 | 42,469,536 | 39,218,040 | 35,916,866 | 32,565,255 | 29,162,438 | 25,707,631 | 22,200,040 | 18,638,859 | 15,023,269 | 11,352,438 | 7,625,523 | 3,841,667 | 0         |
| Ingresos financieros | 0          | 908,941    | 863,237    | 816,835    | 769,723    | 721,892    | 673,330    | 624,027    | 573,970    | 523,148    | 471,549    | 419,163    | 365,976    | 311,976    | 257,151    | 201,489    | 144,976   | 87,600    | 29,347    |
| Gastos financieros   | 0          | -198,626   | -188,639   | -178,499   | -168,204   | -157,752   | -147,140   | -136,366   | -125,427   | -114,321   | -103,045   | -91,598    | -79,975    | -68,175    | -56,194    | -44,030    | -31,681   | -19,143   | -6,413    |

|     |         |
|-----|---------|
| VAN | 460,808 |
| TIR | 35.9%   |

Tabla 9 : Flujo mensual de ingresos y gastos de los créditosdesembolsados durante el mes de noviembre con variables VAN/TIR. Fuente: Modelo de negocios realizado por área de Finanzas Mibanco

|                             |            |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |         |         |         |         |         |         |
|-----------------------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Costos de provisiones       | 0          | -248,383 | -235,894 | -223,214 | -210,340 | -197,269 | -183,999 | -170,526 | -156,847 | -142,959 | -128,859 | -114,543 | -100,009 | -85,253 | -70,271 | -55,060 | -39,617 | -23,938 | -8,020  |
| Margen neto                 |            | 461,931  | 438,704  | 415,122  | 391,180  | 366,872  | 342,192  | 317,135  | 291,696  | 265,868  | 239,645  | 213,022  | 185,992  | 158,549 | 130,686 | 102,398 | 73,678  | 44,519  | 14,914  |
| Costos de operativos        | -411,097   | -82,582  | -82,582  | -82,582  | -82,582  | -82,582  | -82,582  | -82,582  | -82,582  | -82,582  | -82,582  | -82,582  | -82,582  | -82,582 | -82,582 | -82,582 | -82,582 | -82,582 | -82,582 |
| Costo de ventas - AdN       | -99        |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |         |         |         |         |         |         |
| Costo de ventas - Otros     | -128       |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |         |         |         |         |         |         |
| Costos red                  |            |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |         |         |         |         |         |         |
| Costo de servir - Cobranzas | 0          | -11      | -11      | -11      | -11      | -11      | -11      | -11      | -11      | -11      | -11      | -11      | -11      | -11     | -11     | -11     | -11     | -11     | -11     |
| Costo de servir - Asesor    |            | -12      | -12      | -12      | -12      | -12      | -12      | -12      | -12      | -12      | -12      | -12      | -12      | -12     | -12     | -12     | -12     | -12     | -12     |
| Costo de servir - OP        |            | -23      | -23      | -23      | -23      | -23      | -23      | -23      | -23      | -23      | -23      | -23      | -23      | -23     | -23     | -23     | -23     | -23     | -23     |
| Impuesto a la renta         | 123,329    | -113,805 | -106,837 | -99,762  | -92,579  | -85,287  | -77,883  | -70,366  | -62,734  | -54,986  | -47,119  | -39,132  | -31,023  | -22,790 | -14,431 | -5,945  | 2,671   | 11,419  | 20,300  |
| Req de capital              | -6,097,637 | 296,874  | 301,410  | 306,015  | 310,690  | 315,437  | 320,257  | 325,150  | 330,117  | 335,161  | 340,282  | 345,481  | 350,759  | 356,118 | 361,559 | 367,083 | 372,691 | 378,386 | 384,167 |
| FLUJO                       | -6,385,405 | 562,419  | 550,696  | 538,793  | 526,709  | 514,440  | 501,984  | 489,337  | 476,498  | 463,461  | 450,226  | 436,789  | 423,146  | 409,295 | 395,232 | 380,955 | 366,459 | 351,742 | 336,800 |

En la tabla 9 “Flujo mensual de ingresos y gastos de los créditos desembolsados durante el mes de noviembre con variables VAN/TIR” se detalla mensualmente como los desembolsos de los 1,811 créditos por un monto promedio de 33,670 soles se descompone entre las principales variables crediticias a modo de un estado de ganancias y pérdidas.

Finalmente, el modelo obtiene los valores del VAN de 460,808 soles y la TIR de 35.9 % durante un periodo de plazo promedio de 18 meses. Estos cálculos son obtenidos teniendo la referencia del libro de Ingeniería Económica de Arroyo y Vásquez (Arroyo & Vasquez, 2016).

### **3.3.2 Interpretación del VAN y del TIR**

Mibanco tras el lanzamiento de la campaña comercial de Compra de deuda express consigue un VAN positivo por los buenos resultados comerciales reflejados en los desembolsos de los créditos.

Obtener una TIR de 35.9% es un valor promedio mayor al que consigue el banco en las colocaciones crediticias sin campaña o con alguna campaña comercial, por lo que podemos concluir que el proyecto mejora el valor del banco y sería recomendable mantener la campaña en los meses próximos.

De los resultados positivos en los indicadores económicos se puede deducir que, una campaña comercial que esté basada en clientes de buen historial crediticio permite asumir riesgos que son compensados con la rentabilidad final del proyecto.

Este proyecto demuestra la constante evolución de Mibanco por dar el mejor servicio para sus clientes del sector micro financiero.

A la fecha de la entrega de este informe de suficiencia profesional, Mibanco sigue desplegando la campaña de Compra de deuda express para poder compensar las caídas de desembolso ocurridos por el efecto pandemia.

## **CAPITULO IV. REFLEXIÓN CRÍTICA DE LA EXPERIENCIA**

### **4.1 Aporte en el área de desarrollo y responsabilidades**

La participación del autor en este informe de Desarrollo de la campaña comercial de Compra de deuda express para Mibanco utilizando metodología ágil Scrum fue con el rol de Product Owner o responsable del proyecto.

El autor, quien tuvo el rol de Producto Owner, al enterarse del pedido de la Gerencia General, realizó una reunión con los gerentes de las áreas involucradas para detallar los objetivos del proyecto, la metodología a usar y la necesidad de armar un equipo para el proyecto.

Durante esta reunión se explico que Scrum era la metodología adecuada al proyecto por los cortos tiempos en que se podría tener entregables y la manera iterativa y colaborativa de trabajar. A diferencia de una metodología de “cascada” en donde las áreas son independientes, manejan sus propios tiempos y que tomaría un tiempo mayor entregar el proyecto.

Luego de esta reunión, los gerentes de las áreas involucradas confirmaban a las personas de sus respectivos equipos que participarían al 50% y 100% de dedicación en tiempo al proyecto. Y dado que no todas las áreas conocían la metodología de trabajo de Scrum fue necesaria una capacitación que los permita adaptarse a la nueva forma de trabajo.

Finalmente se presentó el equipo de trabajo al Comité de Gerencia y se informó la realización del proyecto basado en dos Sprints (etapas), el primero sería un piloto en algunas provincias del Perú y el segundo sería el despliegue a nivel nacional.

## **CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 Conclusiones**

1. A pesar de que la participación de mercado de Mibanco de diciembre 2018 no se recuperó durante el 2019, se logró superar el doble de las colocaciones de créditos en el producto compra de deuda durante noviembre 2019 (Ver punto 3.3.1)
2. Se logró adaptar la metodología Scrum al proyecto de desarrollo de la campaña de Compra de deuda express. (Ver punto 3.2.5)
3. Esta metodología permitió realizar el piloto y el despliegue a nivel nacional en dos meses, lo que tomaría implementar bajo una metodología regular más de 6 meses. (Ver punto 3.2.5)
4. Se logró desarrollar todas las fases para tener un producto exitoso: análisis, desarrollo del producto, posicionamiento y mercado de pruebas (Ver punto 3.2.4)
5. El éxito del piloto y del despliegue se debió al compromiso de los miembros del equipo de las distintas áreas y al seguimiento diario/semanal que median el compromiso de las actividades y el cumplimiento de los resultados comerciales de la campaña.

## **5.2 Recomendaciones**

- Se recomienda mantener activa la campaña de Compra de deuda express por mayor cantidad de meses considerando que la rentabilidad del proyecto siempre sumará al banco, se podría hacer algunos ajustes como agregar nuevas entidades o retirar otras para no generar una guerra de precios.
- Es importante monitorear la mora de riesgos de la campaña para identificar si las variables de riesgo de los clientes es la adecuada o se ha descalibrado. De esta manera se podrá mantener los buenos resultados comerciales acompañados de un riesgo crediticio controlado.
- Este trabajo puede servir como base para el desarrollo de cualquier campaña en el sector financiero o retail que maneje productos destinados a clientes finales, siendo la clave para el éxito del mismo tener los entregables rápidos con un valor agregado al cliente, el monitoreo con ellos para seguir mejorando en cada iteración y el compromiso de las personas con el proyecto.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

ALEJANDRO SCHNARCH KIRBERG. (2005). DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS. In *DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS* (Cuarta Edi, p. 461). McGraw-Hill Interamericana.

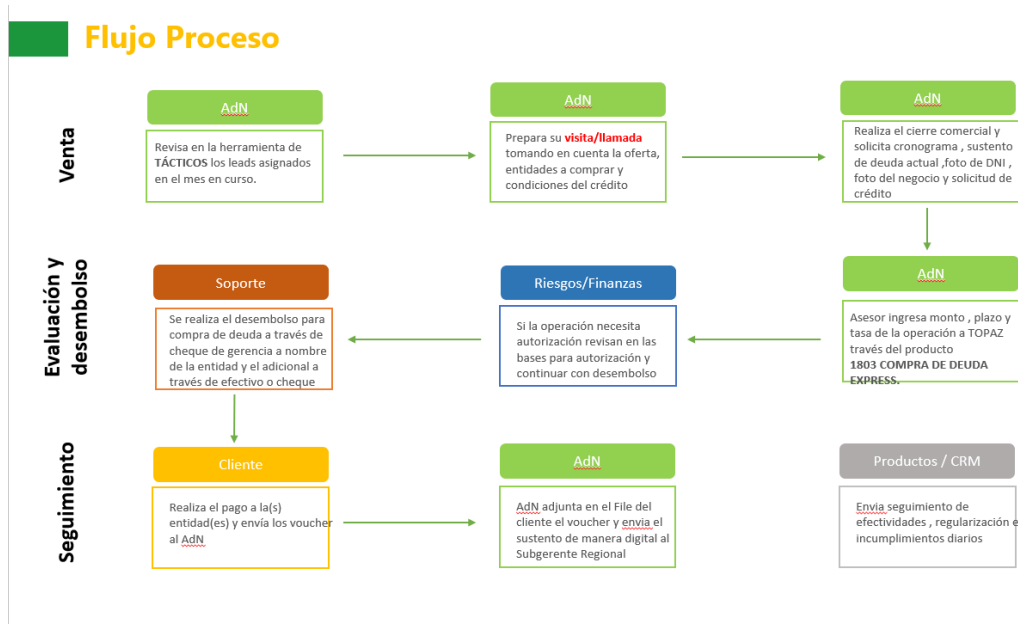
Arroyo, P. :, & Vasquez, R. (2016). *Ingeniería económica* (Primer edi). Saxo.com.

Mibanco. (2021). *Cultura - Mibanco*. 2021.  
<https://www.mibanco.com.pe/categoria/cultura>

Palacio, J. (2015). Scrum. In *Scrum Manager I* (p. 58).

## ANEXOS

### ANEXO A: Entregable - Flujo del proceso de la campaña de Compra de deuda express



## ANEXO B : Entregable - Circular campaña compra de deuda express



**CIR-001-2020**

### **CAMPAÑA COMPRA DE DEUDA EXPRESS**

#### **DIVISIÓN DE MARKETING**

|                                 |                                                                        |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| APROBADO POR:                   | Jose Miguel De La Peña – Gerente de División de Marketing              |
| RESPONSABLE DE LA ACTUALIZACIÓN | Allyson Nash – Gerente de Área de Productos                            |
|                                 | Alejandro Ramirez – Gerente de Servicio de Productos Activos           |
|                                 | José Ushiñahua – Subgerente de Productos Activos                       |
|                                 | Milagros Calixto – Subgerente de Operaciones de Negocios               |
|                                 | Martin Ipanaque – Especialista de Gestión y Control Comercial          |
|                                 | Gonzalo Zegarra – Analista de Gestión Normativa                        |
|                                 | Jose de la Mata – Subgerente de Admisión de Riesgos                    |
|                                 | Eddy <del>Araya</del> – Supervisor Regional de Soporte Red de Agencias |
|                                 | Rocillo Francia – Supervisor de Políticas y Procesos                   |
|                                 | Diana Binasco – Especialista de Cumplimiento Normativo                 |
|                                 | Ursula Zapata – Gerente de Servicio de CRM                             |
|                                 | Karina Rivera – Subgerente de Asuntos Contenciosos y Prevención Legal  |

© COPYRIGHT Mibanco – TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS  
Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, ni almacenada en un sistema o  
transmitida de ninguna forma o bajo ningún mecanismo sin aprobación escrita de Mibanco

|                                                                                   |                                 |                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
|  | CAMPAÑA COMPRA DE DEUDA EXPRESS | CIR-002-2020<br>VIGENCIA: xx-09-20 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|

#### 1. OBJETIVO

Definir el proceso, lineamientos y metodología de atención de créditos bajo la campaña de Compra de Deuda Express

#### 2. ALCANCE

Comprende desde la solicitud del cliente para acceder a la campaña Compra de Deuda Express, la evaluación y la aprobación hasta el desembolso del crédito.  
El presente documento es administrado por el Área de Productos de la División de Marketing e involucra a:

- División de Negocios
- Área de Soporte Red de Agencias
- Subgerencia de Conducta de Mercado
- Subgerencia de Admisión de Riesgos

#### 3. VIGENCIA

Desde el 01 de Setiembre hasta el 31 de diciembre del 2021.

#### 4. BASE LEGAL

##### Externa

- Resolución SBS N° 3274-2017 Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero.
- Circular N° G146 -SBS - Servicios de Atención a los Usuarios.
- Ley de Títulos Valores (Ley 27287)
- Resolución SBS N° 2860-2015, Reglamento de Gestión de Riesgos de Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo.
- Oficio Múltiple N° 13805-2020-SBS

##### Interna

- MAN-RIE-049 Manual de Gestión de Conducta de Mercado
- MAN-RIE-038 Manual y Metodología Crediticia (ANX-MIB-457 Productos Activos).
- MAN-NEG-020 Manual de Flujo Crediticio.
- POL-RIE-019 Política de Administración del Riesgo de Crédito.
- MAN-RIE-154 Manual de Gestión del Fraude
- MAN-RIE-091 Manual de Prevención y Gestión de los Riesgos del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo Mibanco.

#### 5. GENERALIDADES

##### 5.1. DEFINICIONES

|            |                                                                                                                                                                       |             |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| VERSIÓN 01 | La versión vigente de este documento es la que se encuentra en la intranet. Cualquier copia impresa se considera copia NO CONTROLADA y se debe verificar su vigencia. | PAG. 3 de 9 |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|

|                                                                                   |                                        |                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------|
|  | <b>CAMPAÑA COMPRA DE DEUDA EXPRESS</b> | <b>CIR-002-2020</b>       |
|                                                                                   |                                        | <b>VIGENCIA: xx-09-20</b> |

**5.1.1. COMPRA DE DEUDA:** Crédito financiero otorgado a un cliente cuyo destino es comprar la deuda actual total o parcial de dicho cliente en otra(s) entidad(es) financiera(s).  
**5.1.2. RIESGO TOTAL - RT:** Es el nivel de endeudamiento máximo que el cliente puede tener en Mibanco.  
**5.1.3. RCC:** Reporte Consolidado crediticio, es el reporte que muestra las deudas actuales de un cliente en todas las entidades donde tenga obligaciones financieras.

**6. CONSIDERACIONES**

**6.1. CONSIDERACIONES GENERALES**

6.1.1. La campaña está vigente a nivel nacional.  
 6.1.2. La compra de deuda busca consolidar las deudas que registra un cliente en otra entidad o entidades, en un solo crédito.  
 6.1.3. Para certificar el monto de la deuda se debe presentar el cronograma, boleta de pago o algún documento que certifique la existencia de la misma.  
 6.1.4. Es importante que se asegure el destino del crédito, por lo que la obtención del voucher de cancelación de la otra entidad es el sustento que la operación se realizó.  
 6.1.5. El Asesor de Negocios es responsable de concretar la compra del préstamo en la(s) otra(s) entidad(es).

**6.2. CONSIDERACIONES ESPECÍFICAS**

**6.2.1. Obtención de la base de campaña:**

- La base que incluye los clientes y las ofertas de la campaña será calculada por el Servicio de Seguimiento y Modelos del Área de Riesgos de Crédito.
- Se calculan filtros específicos a todo el mercado de Micro y Pequeña empresa que incluye clientes con producto y sin producto (Activos) en Mibanco e inactivos.
- Se considerarán los filtros por uso de datos personales ejecutado por el equipo de CRM.

**6.2.2. Filtros de la campaña:**

- Los filtros determinados en la campaña son:
  - > 100% Normal últimos 8 meses.
  - > Hasta 4 entidades acreedoras, incluyendo a Mibanco.
  - > Utilización de líneas no mayor al 70%.
  - > Rango de deuda de las entidades a comprar mayor a S/ 1,000 hasta S/ 90,000.
  - > Rango de deuda máxima en los últimos 12 meses mayor a S/1,000 hasta S/90,000.
  - > Con hasta tres (3) días de atraso en los últimos 12 meses del RCC a febrero 2020 y hasta 8 días de atraso desde marzo 2020 hasta último RCC disponible.
  - > Con hasta tres (3) días de atraso en los últimos 12 meses Mibanco a febrero 2020 y hasta 8 días de atraso desde marzo 2020 hasta último disponible.

|                   |                                                                                                                                                                       |                    |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>VERSIÓN 01</b> | La versión vigente de este documento es la que se encuentra en la intranet. Cualquier copia impresa se considera copia NO CONTROLADA y se debe verificar su vigencia. | <b>PAG. 4 de 9</b> |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|

|                                                                                   |                                 |                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------|
|  | CAMPAÑA COMPRA DE DEUDA EXPRESS | CIR-002-2020       |
|                                                                                   |                                 | VIGENCIA: xx-09-20 |

- Monto en Garantía de las entidades a comprar debe ser menor o igual al 25% de la deuda en las mismas entidades según último RCC.
- Monto de deuda Comercial debe ser mayor al monto de deuda de tipo consumo e hipotecario.
- Cliente no debe presentar deuda castigada en los últimos 48 meses.
- Segmentación de Riesgo ~~aplicar~~ ajustada RMB, RB.
- Máximo de 4 operaciones en paralelo con Mibanco.
- Edad del cliente en pauta de 20 hasta 71 años
- Cónyuge con cero (0) días de atraso en todas sus cuotas en RCC en los últimos 12 meses y calificación 100% normal en los últimos 6 meses.
- Calificación alineada Mibanco diferente a Pérdida
- Solo para personas naturales
- Clientes con variación de saldo entre los meses de abril a junio en el RCC, es decir que hayan estado realizando amortizaciones.
- Cliente que no esté en base negativa.
- El cliente no puede ser trabajador de Mibanco.

Estos filtros ya vienen calculados en la base de manera centralizada por lo que no requieren una nueva validación por parte de Negocios - Red

### 6.2.3. Características

| COMPRA DE DEUDA EXPRESS   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Destino.                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Compra de deuda, en el caso de no comprar la deuda de todas las entidades reportadas se podrá ofrecer como máximo hasta el 15% adicional al monto de la compra de deuda para uso de libre disponibilidad.</li> <li>Se podrá comprar deuda de crédito Reprogramada o Congelados de otras entidades cuando sustente el pago de al menos 2 cuotas de estos créditos</li> <li>No pueden comprarse deudas de Consumo, Hipotecarias o programas del gobierno (FAE y Reactiva Perú)</li> </ul> |
| Códigos                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>1803 COMPRA DE DEUDA EXPRES</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Monto                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mín. S/ 1,000.01</li> <li>Máx. S/ 90,000.00</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Riesgo Total              | Los límites dependen del segmento de Riesgo indicado en la base de tácticos: <ul style="list-style-type: none"> <li>Para clientes RMB y RB, Máximo RT incluyendo Mibanco de S/ 90 mil</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Plazo                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mín. 3 meses</li> <li>Máx. 24 meses, si la deuda a comprar tiene 6 cuotas pendientes de pago, el plazo máximo a otorgar será de 12 meses.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Periodo de Gracia         | <ul style="list-style-type: none"> <li>30 días</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Periodo de Pago           | Mensual, fecha fija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Metodología de Evaluación | <ul style="list-style-type: none"> <li>Al crear la solicitud con el producto 1803, solo se deberá ingresar datos del préstamo y enviar a revisión/aprobación.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Requisitos                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Estar en la base vigente de campaña</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Autonomías                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente de agencia &lt;1m, 40m]</li> <li>Subgerente Regional/Subgerente de Negocios &lt;40m, 90m]</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Segmentación              | RMB, RB                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Tasa                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tarifario Compra de Deuda Express</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|            |                                                                                                                                                                       |             |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| VERSIÓN 01 | La versión vigente de este documento es la que se encuentra en la intranet. Cualquier copia impresa se considera copia NO CONTROLADA y se debe verificar su vigencia. | PAG. 5 de 9 |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|

|                                                                                   |                                 |                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
|  | CAMPAÑA COMPRA DE DEUDA EXPRESS | CIR-002-2020<br>VIGENCIA: xx-09-20 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               | <p><b>Nota:</b> Si la tasa de tarifario permitida por la autonomía comercial no alcanza para llegar a la operación, se puede pedir la excepción al GT para cualquier monto usando la calculadora Flash- estado pre aprobado.</p>                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Documentación | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Copia de cronograma</li> <li>• Documento de sustento del saldo actual y último pago con hasta máx. 8 días de mora.</li> <li>• Copia del DNI.</li> <li>• Recibo de Servicios (clientes nuevos).</li> <li>• Solicitud de crédito firmada por el cliente. Se mantiene el flujo regular de firmas</li> <li>• Sustento de operatividad del negocio.</li> <li>• <b>Fotos de boleta o cuadernos de compra o ventas (solo clientes nuevos)</b></li> </ul> |
| Adicionales   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es una campaña no excluyente con otra campaña o producto.</li> <li>• No es necesario comprar la deuda de todas las entidades financieras.</li> <li>• No aplica para clientes cuya segmentación cambie a RMA.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                           |

#### 6.2.4. Proceso de otorgamiento de crédito:

- Para el otorgamiento de este crédito, el cliente debe estar en la base de campaña Vigente, de lo contrario será evaluado por el flujo regular.
- Considerar que para la visita de nuevos clientes (prospectos) será necesario realizar las preguntas de consentimiento.
- La oferta debe ser utilizada para comprar la deuda de tipo comercial de las entidades a comprar, si se cumple esta condición se podrá usar el restante de la oferta para comprar la deuda de una cuarta entidad u otorgárselo al cliente como libre disponibilidad. Esta oferta no puede ser superada y no existe excepción. Este control es de aplicación manual.
- Se tiene un plazo máximo de 5 días hábiles, después del desembolso para poder regularizar el voucher de compra de deuda. La copia del sustento será enviada al Subgerente Regional de Créditos.

#### 6.2.5. Seguimiento de la campaña

- El Servicio de Productos Activos es el encargado de emitir los reportes de seguimiento de:
  - o Colocación diaria y seguimiento de la tasa
  - o Cumplimiento de la normativa en los aspectos de:
    - Cliente en base
    - Oferta según base
- El equipo de Gestión de Negocios - Área de Planeamiento de Negocios será quien se encargue de hacer el seguimiento del cumplimiento de la entrega de los **vouchers** de compra de deuda, solicitando las copias al Subgerente Regional de Créditos cuando las requiera.
- SGR consolida (voucher de cancelación de deuda vía digital): Plazo máx. 5 días útiles dado el desembolso
- Se retiran a las agencias que no cumplan con lo siguiente:
  - o Realicen desembolsos fuera de base
  - o Menos del 70% de cumplimiento de regularización de **vouchers**
  - o Desembolso o monto superior al aprobado

|            |                                                                                                                                                                       |             |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| VERSIÓN 01 | La versión vigente de este documento es la que se encuentra en la intranet. Cualquier copia impresa se considera copia NO CONTROLADA y se debe verificar su vigencia. | PAG. 6 de 9 |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|

|                                                                                   |                                 |                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------|
|  | CAMPAÑA COMPRA DE DEUDA EXPRESS | CIR-002-2020       |
|                                                                                   |                                 | VIGENCIA: xx-09-20 |

## 7. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

### 7.1. Matriz de Responsabilidades

| Nro. | Responsable        | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.   | Asesor de Negocios | <p>Revisar los clientes que tengan estrategia compra de deuda, empleando la Base de tácticos, campo Campaña: "CDD_EXPRESS" y el monto de la oferta (monto máximo a otorgar – no hay excepciones).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nota:<br/>Solo se puede atender a clientes que estén en la base.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 2.   | Asesor de Negocios | <p>Programar y preparar llamada:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Revisa datos del cliente y valida que cónyuge no sea cliente del banco.</li> <li>Se puede comprar las deudas de cualquier entidad detallada en la base de tácticos.</li> <li>Oferta, si el monto de oferta es mayor al de compra de deuda, la diferencia de máximo 15% <u>puede</u> ser utilizado como libre disponibilidad para ser invertido en el negocio.</li> <li>Simula cuota en función a monto ofertado.</li> </ul> <p>Llamar al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nota:<br/>Se debe tener en consideración las características de la campaña, respetando las restricciones de plazo y monto.</li> </ul>                                                                                                                                                                        |
| 3.   | Asesor de Negocios | <p>¿Cliente acepta la campaña?</p> <p>Sí, continúa en la actividad 04.<br/>No, Fin del procedimiento.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 4.   | Asesor de Negocios | <p>Validar información del <u>cliente y</u> registrar en el TOPAZ.</p> <p>Validación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Valida de manera remota que el negocio se encuentre operativo y esté generando ingresos. Para nuevos, cuenta con 6 meses min. de experiencia.</li> <li>Realiza la encuesta de medición de impacto del negocio.</li> <li>Solicita documentación de manera digital: <ul style="list-style-type: none"> <li>Copia del DNI (titular) y recibo de servicios (para el caso de nuevos)</li> <li>Sustento de deuda: cronograma, último pago u <u>otro</u>, <u>en</u> donde se evidencie el saldo a comprar la deuda y el último pago con hasta máx. con 8 días de mora.</li> <li>Sustento de la operatividad del negocio. Para el caso de clientes nuevos, adicionalmente deberá <u>adjuntar documento de los últimos 2 meses de</u></li> </ul> </li> </ul> |

|            |                                                                                                                                                                       |             |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| VERSIÓN 01 | La versión vigente de este documento es la que se encuentra en la intranet. Cualquier copia impresa se considera copia NO CONTROLADA y se debe verificar su vigencia. | PAG. 7 de 9 |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|

|                                                                                   |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|  |                            | <b>CAMPAÑA COMPRA DE DEUDA EXPRES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | CIR-002-2020<br>VIGENCIA: xx-09-20 |
|                                                                                   |                            | compras o ventas (boletas de compra, cuadernos, otro)<br><br><b>TOPAZ:</b><br>Ingresar la solicitud de crédito al Topaz con el código de producto 1803 COMPRA DE DEUDA EXPRES, indicando:<br>o Monto a otorgar<br>o Plazo<br>o Tasa a otorgar<br>o Fecha de pago                                                                                                        |                                    |
| 5.                                                                                | Asesor de Negocios         | Armar el expediente del cliente:<br>o Copia de DNI<br>o Solicitud manual de crédito.<br>o Copia del cronograma vigente del cliente en la otra entidad<br>o Copia del correo enviado al EBS con los datos de la operación<br>o Sustento de la operatividad del negocio.                                                                                                  |                                    |
| 6.                                                                                | Gerente de Agencia         | o Deberá validar:<br>• Cliente se encuentra en la base.<br>• El monto de la solicitud corresponde a lo que figura en tácticos.<br>• El sustento de la operatividad del negocio.<br>• El DNI del cliente y el recibo de servicios (en caso de nuevos).<br>• Documento del saldo actual y último pago hasta con 8 días de atraso.<br><br>Se deriva a SRA para desembolso. |                                    |
| 7.                                                                                | Soporte de Red de Agencias | Realizar el desembolso de la operación:<br><br>o Montos > a \$/ 5,000: Cheque de gerencia a nombre de la entidad(es) financiera(s) a comprar la deuda y la libre disponibilidad podrá ser en cheque, depósito en cuenta o en efectivo.<br>Nota: se podrá solicitar excepción a GT.<br>o Montos <= a \$/ 5,000: Cheque de gerencia, depósito en cuenta o en efectivo.    |                                    |
| 8.                                                                                | Asesor de Negocios         | Solicitar el sustento de la compra de deuda y <del>enviar</del> correo al Subgerente de Negocios con la evidencia en un plazo máximo de 5 días hábiles después del desembolso. También se adjunta dicha evidencia en el expediente.                                                                                                                                     |                                    |
| 9.                                                                                | Subgerente de Negocios     | Archivar en una carpeta de su escritorio la evidencia de los sustentos de compra de deuda de la Región para posterior auditoría. El nombre del archivo debe ser el código de agencia, guion bajo y apellidos del cliente, por ejemplo "058_TorresQuispe"                                                                                                                |                                    |
| FIN DEL PROCEDIMIENTO                                                             |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                    |
| VERSIÓN 01                                                                        |                            | La versión vigente de este documento es la que se encuentra en la intranet. Cualquier copia impresa se considera copia NO CONTROLADA y se debe verificar su vigencia.                                                                                                                                                                                                   |                                    |
|                                                                                   |                            | PAG. 8 de 9                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                    |

## ANEXO C: Entregable – Características del Producto detalladas

### Características del Producto - Campaña

- Proceso Aprobado ( No requiere evaluación ni sustento patrimonial)
- Compra de deuda de **tipo comercial**.
- Oferta calculada para comprar el 100% de la deuda de las otras entidades y un adicional
- Riesgo Total Maximo: RMB 150m , RB 100m ( Segmentación tácticos)
- Se puede comprar cualquier entidad del S.F siempre que no sea compra parcial.
- No es necesario comprar TODAS las entidades.
- Plazo Maximo 24 meses
- Tarifario especial
- Documentación simple
- Es una campaña no excluyente con otra campaña o producto

## ANEXO D: Entregable – Pauta de Riesgos

### Consideraciones

#### 1. Niveles de Autonomía

- |                                                |              |
|------------------------------------------------|--------------|
| ▪ GA / GA Sucursal                             | : <1m - 40m] |
| ▪ Sub-Gerente Regional/Sub Gerente de Negocios | : <40m-90m]  |
| ▪ Gerente Regional                             | : <75m-150m] |

#### 2. Del Proceso

- El plazo máximo es de 24 meses, para cuotas pendientes a comprar la deuda mayor a 6 cuotas.
- Plazo máximo de 12 meses, para cuotas pendientes a comprar deuda hasta 6 cuotas.
- No aplica periodo de gracia.
- Es una campaña no excluyente con otra campaña o producto.
- No es necesario comprar la deuda de todas las entidades financieras.
- No se puede comprar deuda de: consumo, hipotecario, reprogramado, en periodo de gracia o programas del gobierno.
- Los clientes que estén fuera de Zona y con la campaña vigente podrán ser atendidos. Para futuros desembolsos deberán ser atendidos con Asesores de Negocios dentro de la zona que le corresponde.

#### 3. Faltas y Sanciones

Se definen las siguientes sanciones por el incumplimiento de las condiciones de la campaña:

- **Desembolso fuera de base:** La agencia se retira al siguiente mes.
- **Desembolso de campaña mes anterior:** Si se repite la falta en 2 meses la agencia se retira al mes siguiente.
- **Monto superior al aprobado en campaña:** Si se repite la falta en 2 meses la agencia se retira al mes siguiente.
- **Si se tiene menos del 70% de regularizaciones de voucher hasta 15 días después de cierre de mes,** se retira agencia de campaña al mes siguiente.

## ANEXO E: Entregable – Pauta de abordaje – Cliente con deuda Mibanco

### Pautas de abordaje al cliente – Cliente Activo - Gestión del AdN

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AdN     | <p>Buenos días/tardes, ¿Me comunico con el Sr(a) [nombre y apellidos del titular]</p> <p>Le saluda [nombre y apellido AdN su Asesor(a) de Negocios de Mibanco], ante todo deseamos que Ud y su familia se encuentren bien. Sr(a)_____ le llamo para comentarle que actualmente tiene una oferta de compra de deuda de las entidades con las que trabaja por un monto de S/XX,000 soles en un plazo máximo de 24 cuotas mensuales con una tasa preferencial ¿Me permite unos minutos para poder continuar con la llamada y brindarle mayor detalle?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Cliente | <p>Cliente no está de acuerdo: AdN agradece al cliente e indaga el motivo de la falta de interés. Informa que la campaña estará vigente hasta el cierre de mes y consulta si puede volver a llamarlo antes de finalizar la campaña. [Finaliza la llamada].</p> <p>Cliente está de acuerdo: [AdN continúa con la llamada]</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| AdN     | <p>¿Me podría indicar con qué entidades trabaja actualmente y cuánto debe a la fecha?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Cliente | <p>Actualmente tengo deuda en XXXXX,XXXX y debo S/ XXXX en la entidad XXYy y S/ YY en la entidad ZZAA</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| AdN     | <p>Asesor valida el saldo indicado con el RCC/Infocorp, que las deudas sean comerciales (no incluye consumo, hipotecario, reprogramado, en periodo de gracia o programas del gobierno). Calcula el monto a comprar la deuda y saldo disponible de ser el caso. Bien Sr(a)_____ de acuerdo a la información brindada le podríamos comprar la deuda de los bancos XXXXX (entidad) por el saldo de S/ XXX, la cuota aproximada sería de XXXX a un plazo de XXXX. Además Ud. Tendría un saldo adicional de S/ _____ para invertir en su negocio (capital de trabajo o activo fijo)</p> <p>Antes de continuar ¿Tiene alguna consulta?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Cliente | <p>Cliente tiene consultas: AdN resuelve dudas sobre lo informado al cliente</p> <p>Cliente no tiene consultas: Continúa con la llamada</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| AdN     | <p>Para continuar con el proceso de crédito es necesario validar algunos datos. AdN aplica encuesta de Control de impactos del Negocio y valida continuidad del negocio y esté generando ingresos</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Cliente | <p>Cliente responde encuesta.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| AdN     | <p>Cliente no cumple con condiciones de CDD Express: AdN informa al cliente que no cumple con las condiciones requeridas para el producto, de ser caso ofrece otra alternativa.</p> <p>Cliente cumple con condiciones: De acuerdo, Sr(a) _____ para atender su solicitud a la brevedad posible, se requiere que me envíe: Foto del DNI, cronograma de pago/últimos pagos (para confirmar el monto a financiar y puntualidad de pago), una foto de su negocio o fotos de boletas de compra de mercadería del último mes (u otro documento para sustentar operatividad del negocio). Una vez recibida esta información me volveré a contactar con Ud. para confirmarle las condiciones del crédito y desembolso .</p> <p>Antes de despedirme, quiero indicarle que Mibanco se preocupa por su seguridad, por eso le informo que por este medio no se le solicitará sus datos personales, información de sus cuentas, saldos u operaciones. Nunca lo llamaremos para pedirle el número de su tarjeta o claves y tampoco las debe compartir por ningún medio ni por foto. Jamás le enviaremos mensaje de textos o mails con links. Si recibe uno, evite ingresar al enlace. Espero que tenga un muy buen día. Muchas gracias.</p> |

## ANEXO E: Entregable – Pauta de abordaje – Cliente sin deuda Mibanco

### Pautas de abordaje al cliente – Cliente inactivo y nuevo - Gestión del AdN

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AdN     | <p>Buenos días/tardes, ¿Me comunico con el Sr [nombre y apellidos del titular]</p> <p>Le saluda [nombre y apellido AdN de Mibanco], ante todo deseamos que Ud. y su familia se encuentren bien. En Mibanco estamos comprometidos con apoyar a nuestros clientes en el desarrollo de sus negocios, nos encantaría que pueda trabajar con nosotros (o volvamos a trabajar juntos para inactivos), ¿Me permite unos minutos para poder continuar con la llamada?</p>                                                                                                                                                                                                                                                |
| Cliente | <p>Cliente no está de acuerdo: AdN agradece al cliente e indaga el motivo de la falta de interés y consulta si lo puede volver a contactar en otro momento en caso esté interesado en algún crédito para su negocio. [Finaliza la llamada]</p> <p>Cliente está de acuerdo: [AdN continúa con la llamada]</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| AdN     | <p>Muchas gracias Sr(a)..... le comento que en Mibanco Ud. tiene una oferta para comprar la deuda vigente que tiene con otras entidades hasta por un <b>un monto de S/XX,000 soles en un plazo máximo de 24 cuotas mensuales con una tasa preferencial</b> ¿Me podría indicar con que entidades trabaja y cuánto debe a la fecha?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Cliente | <p>Actualmente tengo deuda en XXXXX, XXXX y debo S/ XXXX en la entidad XXYY y S/ YY en la entidad ZZAA</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| AdN     | <p>Asesor valida el saldo indicado con el RCC/Infocorp, que las deudas sean comerciales (no incluye consumo, hipotecario, reprogramado, en periodo de gracia o programas del gobierno) y que no haya incrementado deuda los dos últimos meses. Calcula el monto a comprar la deuda y saldo disponible de ser el caso. Bien Sr(a)..... de acuerdo a la información brindada le podríamos comprar la deuda de las entidades XXXXX por el saldo de S/ XXX, la cuota aproximada sería de XXX a un plazo de XXX. Además Ud. Tendría un saldo en paralelo de S/ ____ para invertir en su negocio (capital de trabajo o activo fijo)</p> <p>Antes de continuar ¿Tiene alguna consulta?</p>                              |
| Cliente | <p>Cliente tiene consultas: AdN resuelve dudas sobre lo informado al cliente</p> <p>Cliente no tiene consultas: continúa con la llamada</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| AdN     | <p>Para continuar con el proceso de crédito es necesario validar algunos datos AdN aplica encuesta de Control de impactos del Negocio y valida continuidad del negocio y esté generando ingresos.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Cliente | <p>Cliente responde encuesta.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| AdN     | <p>Cliente no cumple con condiciones de CDD Express: AdN informa al cliente que no cumple con las condiciones requeridas para el producto, de ser caso ofrece otra alternativa.</p> <p>Cliente cumple con condiciones: De acuerdo, Sr(a) ____ para atender su solicitud a la brevedad posible, se requiere que me envíe: Foto del DNI, cronograma de pago/último pago (para confirmar el monto a financiar y puntualidad de pago), una foto de su negocio o fotos de boletas de compra de mercadería del último mes (u otro documento para sustentar operatividad del negocio). Una vez recibida esta información me volveré a contactar con Ud. para confirmarle las condiciones del crédito y desembolso .</p> |

Antes de despedirme, quiero indicarle que Mibanco se preocupa por su seguridad, por eso le informo que por este medio no se le solicitará sus datos personales, información de sus cuentas, saldos u operaciones. Nunca lo llamaremos para pedirle el número de su tarjeta o claves y tampoco las debe compartir por ningún medio ni por foto. Jamás le enviaremos mensaje de textos o mails con links. Si recibe uno, evite ingresar al enlace. Espero que tenga un muy buen día. Muchas gracias.

## ANEXO E: Entregable – Pauta de abordaje – Cliente derivado

### Pautas de abordaje al cliente - Prospecto interesado con Gestión EC

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AdN    | <p>Buenos días/tardes, ¿Me comunico con el Sr(a) [nombre y apellidos del titular] Le saluda [nombre y apellido AdN de Mibanco], ante todo deseamos que Ud y su familia se encuentren bien. Lo llamo porqué un Ejecutivo Comercial de Mibanco se ha contactado con Ud y nos ha informado su interés en la oferta para comprar la deuda que tiene con otras entidades hasta por un <b>un monto de S/XX,000 soles en un plazo máximo de 24 cuotas mensuales con una tasa preferencial</b>. ¿Me permite unos minutos para poder continuar con la llamada y brindarle mayor detalle?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Ciente | <p><u>Cliente no está de acuerdo:</u> AdN agradece al cliente e indaga el motivo de la falta de interés. Informa que la campaña estará vigente hasta el cierre de mes y consulta si puede volver a llamarlo antes de finalizar la campaña. <u>[Finaliza la llamada]</u></p> <p><u>Cliente está de acuerdo:</u> <u>[AdN continúa con la llamada]</u></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| AdN    | <p>¿Me podría indicar con qué entidades trabaja y cuánto debe a la fecha?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Ciente | <p>Actualmente tengo deuda en XXXXX,XXXX y debo S/ XXXX en la entidad XYYY y S/ YY en la entidad ZZAA</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| AdN    | <p>Asesor valida el saldo indicado con el RCC/Infocorp, que las deudas sean comerciales (no incluye consumo, hipotecario, reprogramado, en periodo de gracia o programas del gobierno) y que no haya incrementado deuda los dos últimos meses. Calcula el monto a comprar la deuda y saldo disponible de ser el caso. Bien Sr(a)_____ de acuerdo a la información brindada le podríamos comprar la deuda de las entidades XXXXX por el saldo de S/ XXX, la cuota aproximada sería de XXX a un plazo de XXX. Además Ud. Tendría un saldo adicional de S/ ____ para invertir en su negocio (capital de trabajo o activo fijo)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Ciente | <p><u>Cliente no tiene consultas:</u> <u>continua con la llamada</u></p> <p><u>Cliente tiene consultas:</u> <u>AdN resuelve dudas sobre lo informado al cliente</u></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| AdN    | <p>Para continuar con el proceso de crédito es necesario validar algunos datos. <u>AdN aplica encuesta de Control de impactos del Negocio y valida continuidad del negocio y esté generando ingresos.</u></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Ciente | <p>Cliente responde encuesta.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| AdN    | <p><u>Cliente no cumple con condiciones de CDD Express:</u> AdN informa al cliente que no cumple con las condiciones requeridas para el producto, de ser caso ofrece otra alternativa.</p> <p><u>Cliente cumple con condiciones:</u> <u>De acuerdo, Sr(a) _____ para atender su solicitud a la brevedad posible, se requiere que me envíe: Foto del DNI, cronograma de pago/último pago (para confirmar el monto a financiar y puntualidad de pago), una foto de su negocio o fotos de boletas de compra de mercadería del último mes (u otro documento para sustentar operatividad del negocio). Para el caso de clientes nuevos, también el recibo de servicios. Una vez recibida esta información me volveré a contactar con Ud. para confirmarle las condiciones del crédito y desembolso.</u></p> <p><u>Antes de despedirme, quiero indicarle que Mibanco se preocupa por su seguridad, por eso le informo que por este medio no se le solicitará sus datos personales, información de sus cuentas, saldos u operaciones. Nunca lo llamaremos para pedirle el número de su tarjeta o claves y tampoco las debe compartir por ningún medio ni por foto. Jamás le enviaremos mensaje de textos o mails con links. Si recibe uno, evite ingresar al enlace. Espero que tenga un muy buen día. Muchas gracias.</u></p> |