

# Innovando en la función de riesgos

## Análisis predictivo de la conducta del cliente

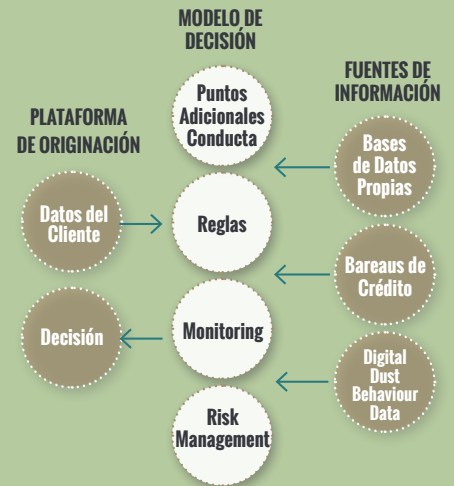
### Nuestra Visión

#### Aportación del “Modelo Predictivo de Comportamiento” al Marco de Gestión y Control de Riesgos

- 1 Una estrategia de riesgos alineada con el negocio con niveles de tolerancia e indicadores combinados clave de riesgo/negocio
- 2 Procesos de Onboarding, Gestión y Offboarding de clientes alineados a la Estrategia de Negocio
- 3 Reducción de los Costes de la estructura de Control Interno y de Compliance Regulatorio
- 4 Gestión integral del dato (agregación y compliance)
- 5 Monitorización y Control óptimo del Riesgo de Fraude con efecto en disminución del número de Reclamaciones

### Nuestro Enfoque Metodológico

#### Incorporación al Modelo de Toma de Decisión “onboarding-Gestión-Offboarding”



### Cómo utilizar el “Behaviour Data Scoring”

- 1 Los modelos predictivos de conducta/comportamiento de Cliente complementan los sistemas FICO de toma de decisión
- 2 Los Datos y el Score permiten considerar a clientes antes rechazados por falta de información
- 3 Impulsa la estrategia de negocio, permitiendo el acceso a nuevos nichos y segmentos de mercado
- 4 Optimiza y dinamiza la gestión y el control de riesgos en todas las fases del “Client Lifecycle”
- 5 Mejor la calidad del portfolio y disminuye sus pérdidas por impago



### Hoja de ruta de “Behaviour Data Scoring”

#### Step 1

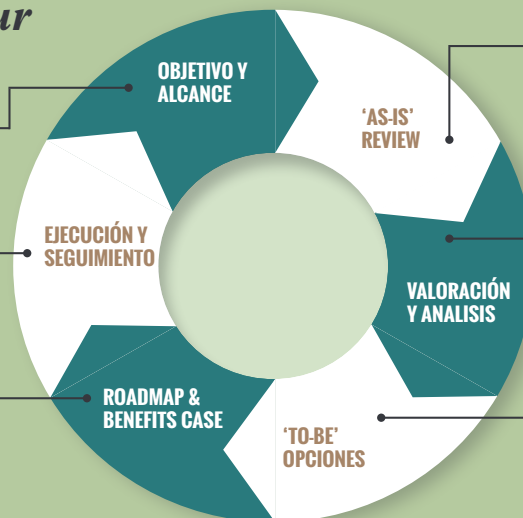
Confirmar canales relacionales, estrategia/mercado objetivo, unidades de negocio, modelo scoring, productos y sistemas. “Stakeholders” impactados

#### Step 6

Desarrollo del roadmap acordado con foco inicial en implantación de “quick wins”. Evaluación/reporting para asegurar consecución hitos económicos y cualitativos definidos

#### Step 5

Proponer hitos y recomendaciones de transformación modelo admisión y scoring intrínseco creditrisk en términos productividad, ingresos e inversión objetivo. Hoja de transición As-Is a To-Be. Proof of Concept



#### Step 2

Analizar elementos framework negocio vs riesgos. Parámetros segmentación vs parámetros scoring crédito. Identificación de procesos críticos, IT, marketing, productos y nichos de mercado. Identificar y evaluar indicadores cualitativos y cuantitativos de segmentación. Cruce algoritmo scoring

#### Step 3

Análisis Matriz Scoring. Contraste categorización de parámetros cuantitativos, identificación modelo de datos scoring. Evaluación carga operativa y de puntos críticos en términos riesgo/control. Valoración parámetros y GAP segmentación/canales/scoring

#### Step 4

Determinar oportunidades de mejora, y optimización junto con elementos framework relacionados y dependencias e impactos en negocio, procesos, IT y governance. Flexibilización modelo admisión