

Case Study

hites



By Diego Manobla –
Head of Retail Consulting

Buenos Aires, Argentina
2008



Introducción

Si estamos hablando de bancarización en Chile, sería imposible realizar un correcto análisis, si no incorporamos previamente la fuerte presencia del sector de casas comerciales en el crédito de consumo.

Al examinar la cobertura de tarjetas de crédito bancarias y no bancarias dentro de la población, es posible entender el porqué de esta afirmación.

Los sectores más ricos de la población (ABC1) son los que tienen mayor participación de tarjetas de crédito bancarias. No ocurre lo mismo con las tarjetas del comercio, que muestran una elevada presencia en los segmentos medios y más pobres (C2, C3 y D).

Actualmente, en el universo de tarjetas de crédito activas, los bancos tienen cerca de 4 millones, contra mas de 10 millones de las casas comerciales.

Es en este contexto, donde Hites, una casa comercial que apunta a los segmentos C3 y D, ha decidido ser un socio estratégico de Experian, contratando NBSM para tomar todas las decisiones relacionadas al otorgamiento de tarjetas de crédito.

En esta presentación, mostraremos cuáles fueron los beneficios obtenidos con la implementación de esta solución.





Business Overview

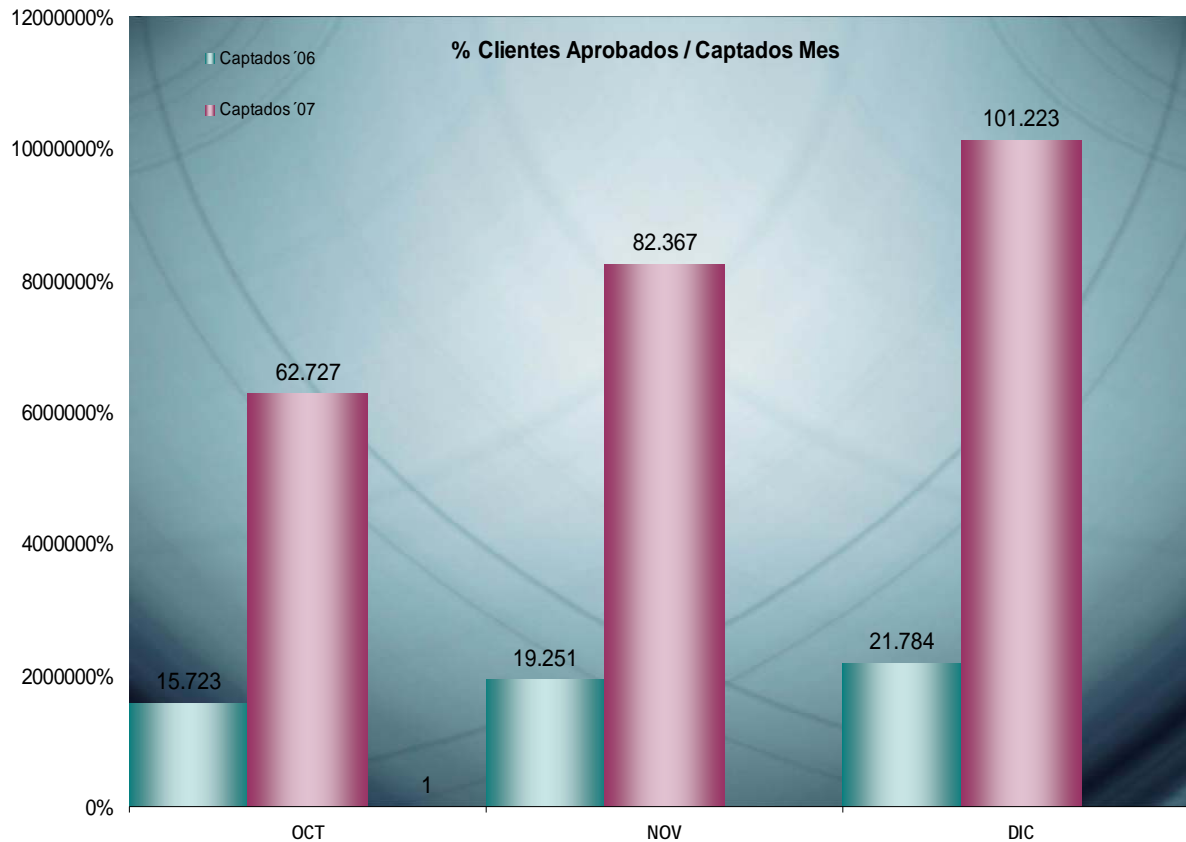
Dada la proximidad de la apertura de nuevas tiendas en los últimos meses del 2007 (Temuco, Antofagasta y San Bernardo), Hites y Experian definieron los siguientes objetivos a alcanzar mediante el proyecto NBSM:

- *Reducir los tiempos de otorgamiento de productos crediticios*
- *Gestionar la comercialización de los productos crediticios a segmentos estratégicos*
- *Centralizar y unificar los criterios de otorgamiento*
- *Automatizar la decisión de otorgamiento*
- *Incrementar la colocación de los productos*
- *Reducir los niveles de morosidad*



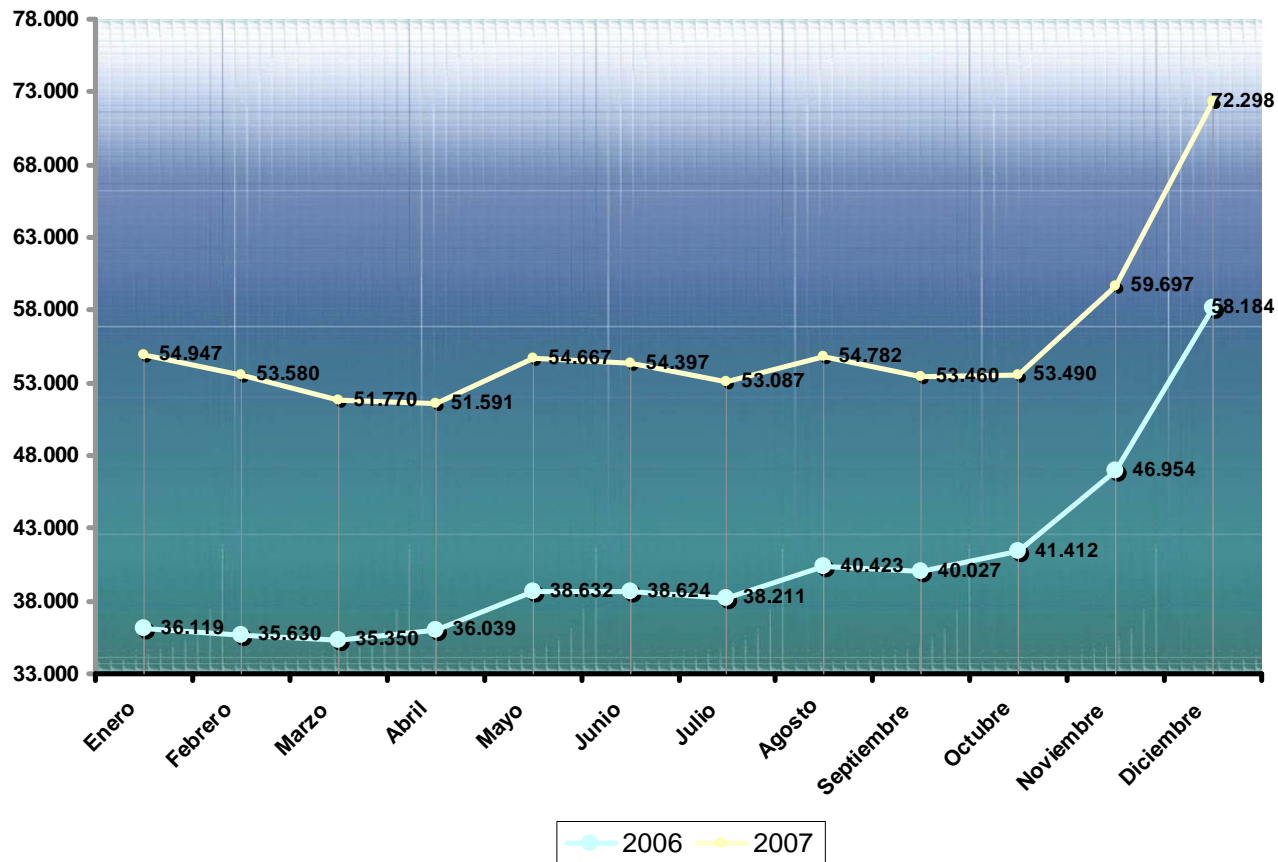
En Octubre 2007 fue el lanzamiento oficial del NBSM en todas las casas comerciales

Evolución de operaciones procesadas por Experian Originación (2007) vs Manuales (2006)



Las solicitudes procesadas en los primeros 3 meses de operación (Octubre-Diciembre 2007), comparativamente con los últimos 3 meses de operación del 2006, crecieron mas de 4 veces.

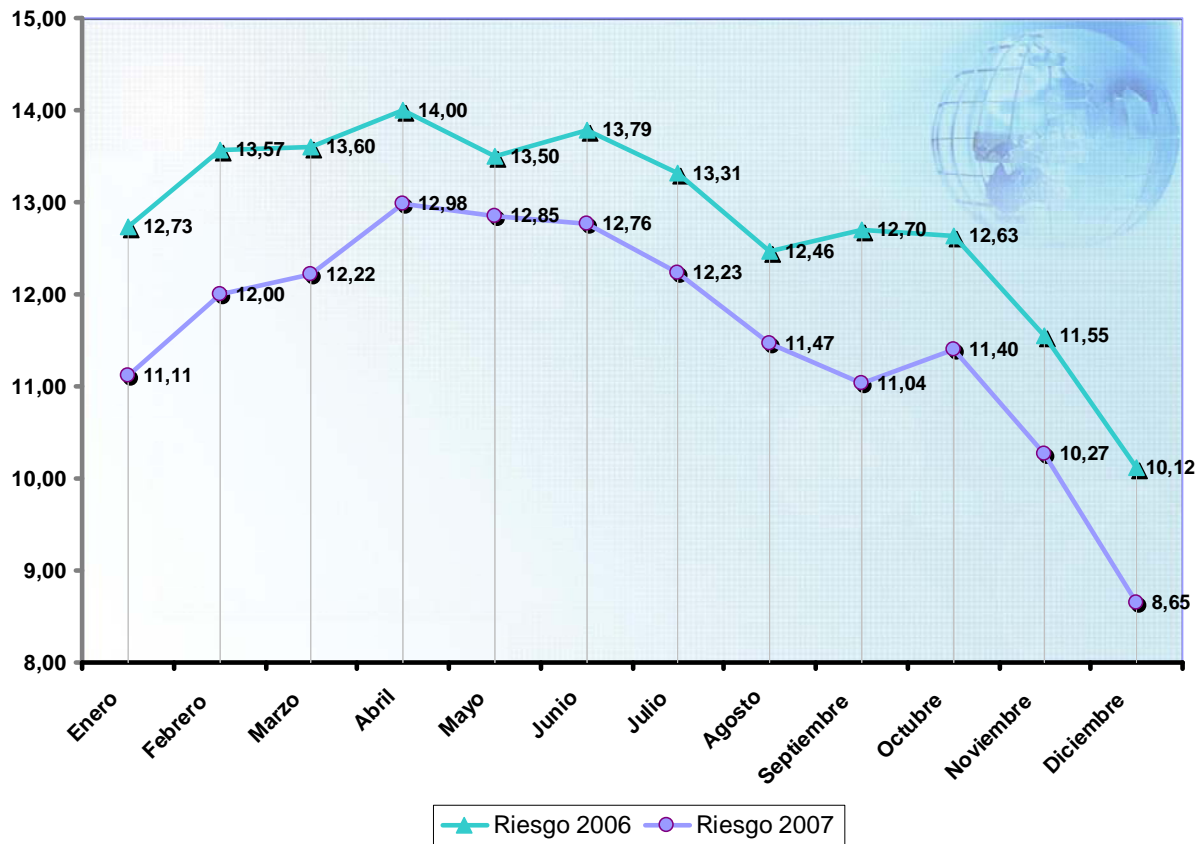
Evolución de Colocaciones (Método a 180 días)



Las colocaciones (stock de cartera), entre Dic06 y Dic07 creció en más del 24 %.

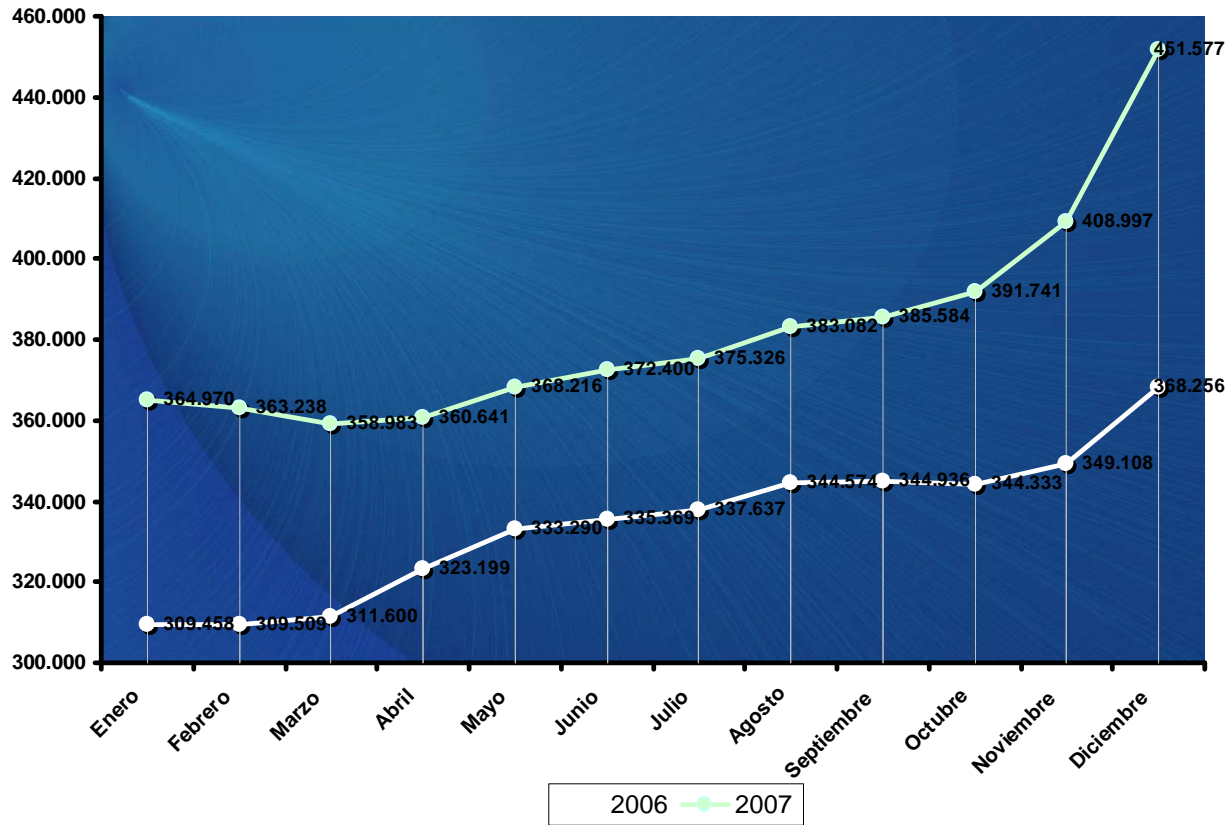
Riesgo Crédito

(Saldo Provisiones/Colocación Método a 180 días)



New Business SM ha permitido una mayor captación de clientes, con una mejor tasa de aprobación y, gradualmente, ha impactado positivamente en la tasa de riesgo

Evolución de Clientes Activos



La cantidad de clientes activos, entre Dic06 y Dic07 creció en más del 18 %.

Conclusiones

En el año 2007, Hites cumplió sus expectativas de riesgo.

Esto se ha logrado incluso cuando existieron condiciones macroeconómicas que no fueron ideales para el desarrollo del negocio retail:

Inflación por sobre lo presupuestado (7,8%).

Crecimiento económico menor al esperado (5,1%).

Condiciones de transporte de los segmentos socio-económicos mas populares deterioradas para el área metropolitana de Santiago.

Las condiciones de desempleo se mantuvieron en rangos adecuados para el desarrollo del negocio.

La clave para obtener buenos resultados de riesgo, fue intensificar las técnicas de segmentación en la originación y monitoreo de cartera en los inicios de ciclo de vida del cliente (políticas y estrategias matriciales soportadas en New-Business, apoyado por estudios estadísticos).

