

Estudo de Caso

hites



Por Diego Manobla –
Chefe de Consultoria de Varejo

Buenos Aires, Argentina
2008



Introdução

Ao se falar sobre bancarização no Chile, seria impossível fazer uma análise abrangente, se não pudéssemos compreender previamente a forte presença de casas de varejo no mercado de crédito consumidor.

Se olharmos o escopo dentro da população de cartões de crédito bancários e não bancários, é possível compreender o significado desta declaração.

Os setores mais ricos da população (ABC1) são aqueles com a maior participação com cartões de crédito bancários. A situação não é a mesma com cartões de crédito varejista, que mostra uma presença elevada dos segmentos médio e pobre (C2, C3 e D).

Atualmente, no universo dos bancos de cartões de crédito ativo, existem por volta de 4 milhões, comparado com mais de 10 milhões de casas de varejo.

Neste contexto, Hites, uma casa de varejo voltada para os segmentos C3 e D, decidiu se tornar uma parceira estratégica da Experian, escolhendo o NBSM para tomar suas decisões no processo de concessão de cartões de crédito.

Nesta apresentação, nós mostraremos a vocês todos os benefícios obtidos com a implementação desta solução.





Visão Geral do Negócio

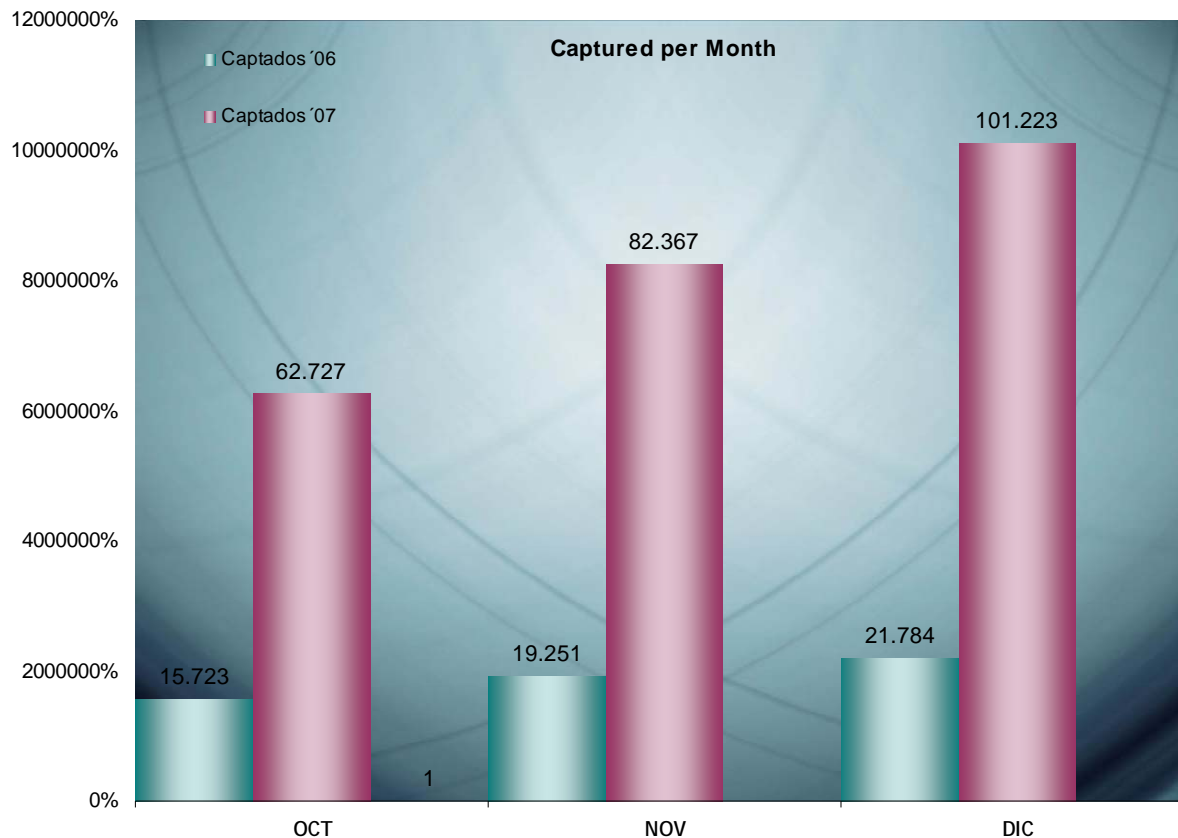
Devido à recente abertura de novas casas de varejo nos últimos meses de 2007 (Temuco, Antofagasta e San Bernardo), a Hites e a Experian definiram os seguintes objetivos a serem alcançados com o projeto NBSM. O NBSM:

- *Reduz o tempo para a concessão de produtos de crédito*
- *Gerencia a venda de produtos de crédito para segmentos estratégicos*
- *Centraliza e padroniza os critérios de concessão*
- *Automatiza as decisões de concessão*
- *Amplia as vendas de produtos*
- *Reduz os níveis de inadimplência*



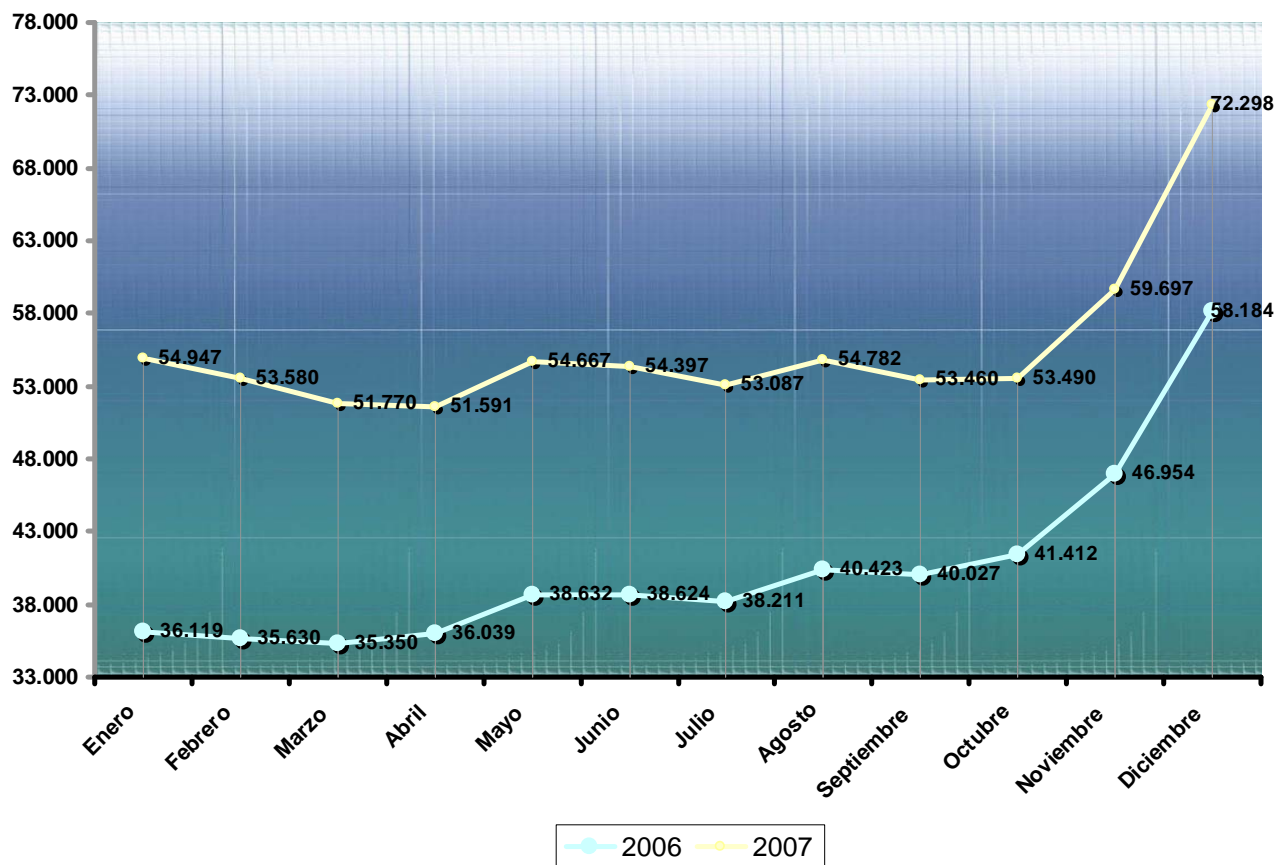
O NBSM foi lançado em todas as agências em outubro de 2007

Evolução das operações processadas pela Originação Experian (2007) frente às Manuais (2006)



Quando nós comparamos o número de propostas processadas nos primeiros 3 meses de operações (outubro-dezembro 2007), nós podemos ver que é 4 vezes maior que o número de propostas dos últimos 3 meses de 2006.

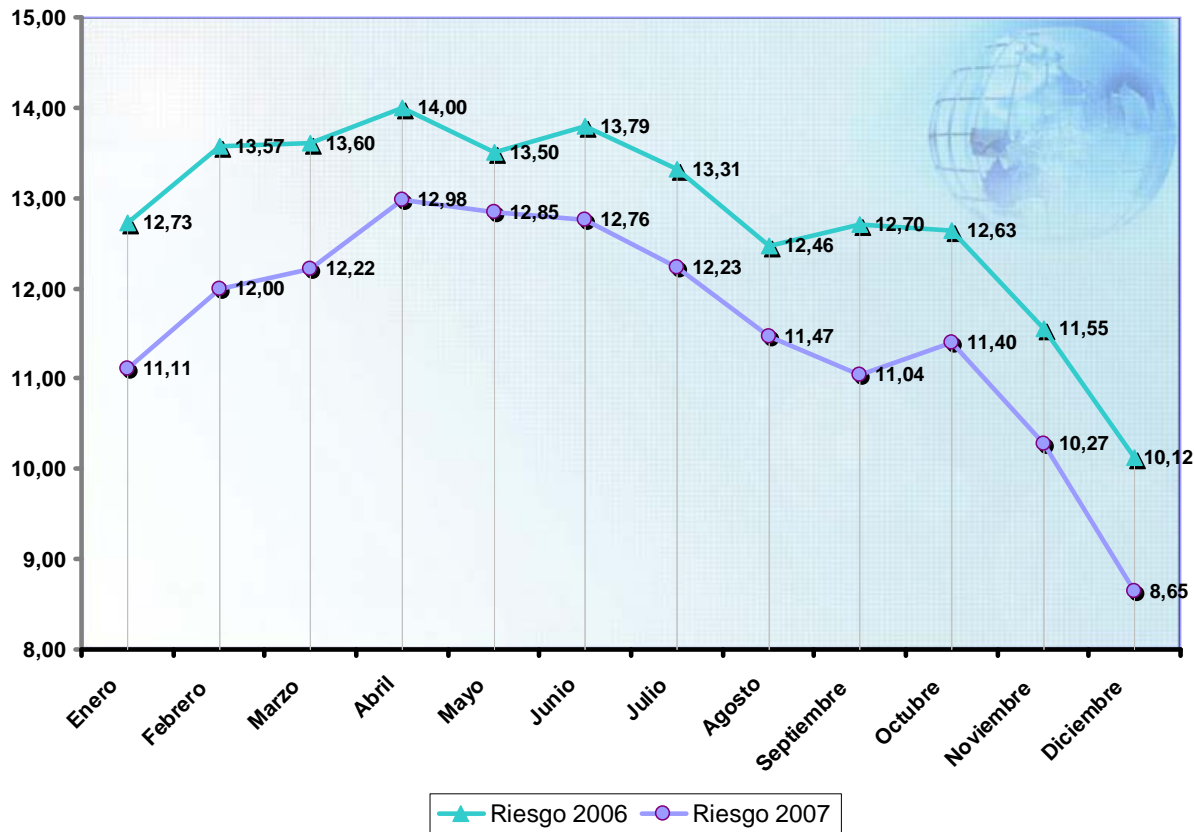
Evolução de colocações (método de 180 dias)



Colocações (ação em carteira), entre Dez06 e Dez07 cresceu mais que 24 %.

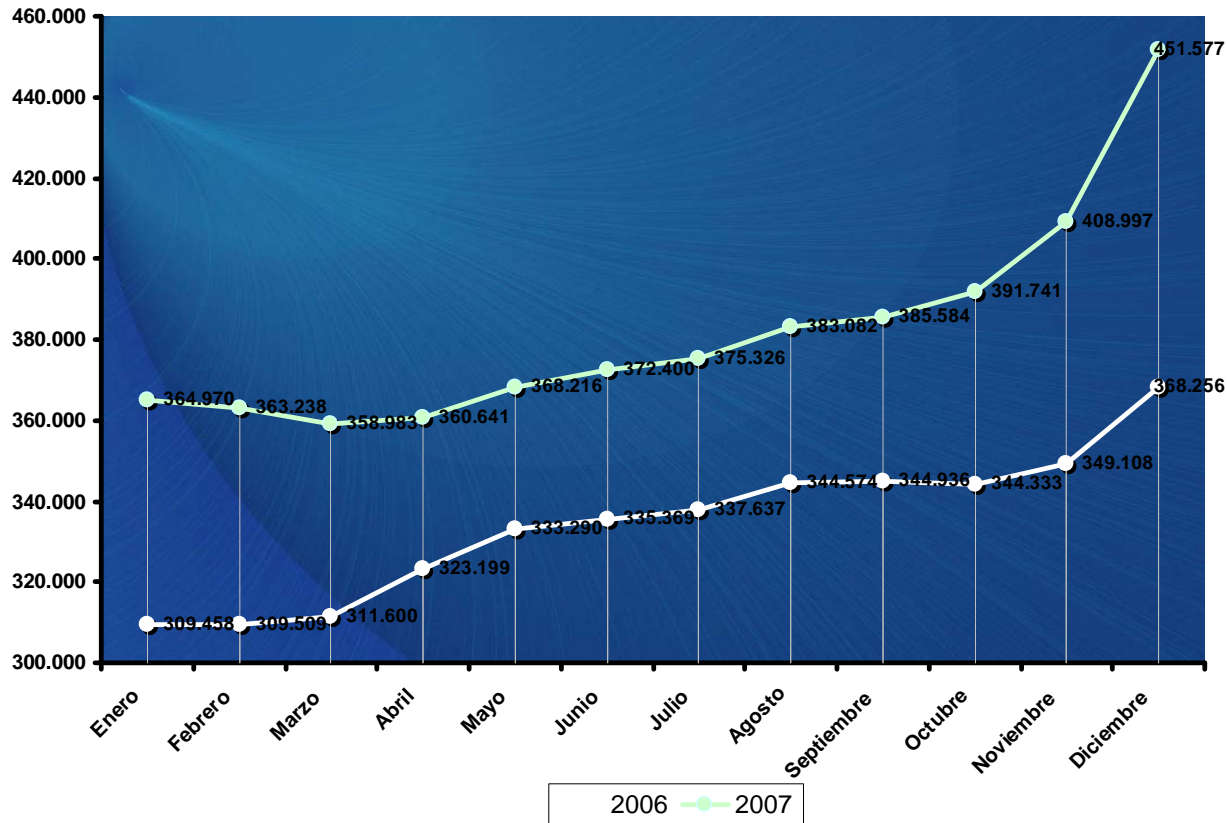
Risco de Crédito

(Balanço de Recursos /método de 180 dias)



O New Business SM tem permitido uma melhor captura de clientes, com uma melhor taxa de aprovação e esta situação tem tido gradualmente um impacto positivo na taxa de risco

Evolução de Clientes Ativos



O número de clientes ativos, entre Dez06 e Dez07 cresceu mais de 18 %.

Conclusões

Em 2007 a Hites atingiu suas expectativas de risco.

Isto foi alcançado apesar de ter que enfrentar condições macroeconômicas longe das ideais para o desenvolvimento do negócio de varejo tais como

Inflação acima do orçamento (7,8%).

Crescimento econômico abaixo do esperado (5,1%).

Condições de transporte deterioradas dos segmentos sócio-econômicos mais populares na área metropolitana de Santiago

As condições de desemprego permaneceram dentro das faixas adequadas para o desenvolvimento do negócio.

A chave para obter bons resultados de risco foi intensificar técnicas de segmentação na origem e monitoramento da carteira no início do ciclo de vida do cliente (matriz política e estratégias apoiadas no New Business, assistido pelos estudos estatísticos)

