

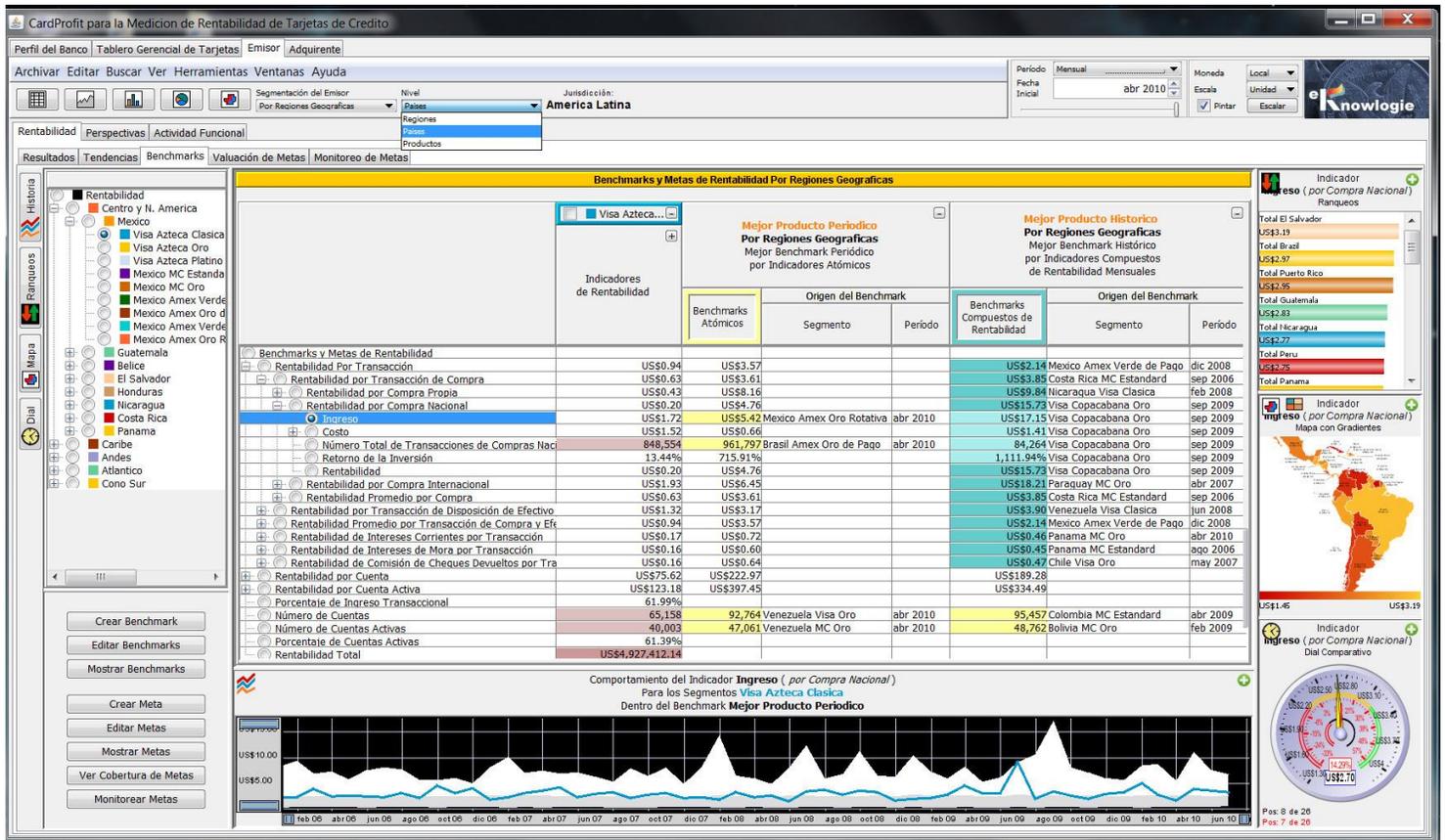


CardProfit es una herramienta de análisis y recomendaciones para incrementar la rentabilidad y el descubrimiento de oportunidades de productos de tarjetas de crédito en portafolios de Emisor y Adquirente.

CardProfit es una aplicación analítica de recomendaciones gerenciales estratégicas para la administración integral de medios de pago; para incrementar la rentabilidad y el descubrimiento de oportunidades en portafolios del Emisor en mercados segmentados multi-dimensionales cruzados, así como para derivar indicadores unitarios y benchmarks o estándares de rentabilidad y rendimiento, y apoyar el establecimiento, valuación y monitoreo de metas de rentabilidad, promover el desarrollo, realineación, reposicionamiento y rendimiento de los productos del portafolio del Emisor, y facilitar estudios de tendencias y temas de ciclo de vida. No hay tecnología remotamente comparable en el mercado actual, porque análisis sin extracción ni optimización de rentabilidad deja al cliente sin la capacidad para la toma de decisiones en base a utilidades netas.

Con CardProfit se pueden crear segmentaciones de mercado específicas para cada banco. El negocio Emisor se puede segmentar por productos, marcas y tipos de tarjetas, por regiones geográficas, por límites crediticios o cupos, por estratos socio-económicos, hábitos, volumen de consumo, etc. CardProfit propone un giro de paradigma hacia un énfasis competitivo donde las segmentaciones del mercado son perfiladas en términos de indicadores unitarios para que su rendimiento pueda ser aislado, comparado, y nuevas oportunidades identificadas. En particular, las segmentaciones cruzadas o intersectadas, son esenciales para el entendimiento de los roles que juegan factores independientes del mercado en el descubrimiento de oportunidades. Para el Emisor ésto lleva al descubrimiento de oportunidades a través de realineación, redistribución, reposicionamiento y rediseño del portafolio de productos y de poblaciones de tarjetahabientes basados en frecuencias transaccionales, saldos y uso de límites crediticios, etc., resultando en incrementos a la rentabilidad y rendimiento de productos. La metodología CardProfit ha sido aplicada extensivamente y ha resultado en incrementos a la rentabilidad del 25% al 50%.

El ejemplo a continuación muestra indicadores unitarios de rentabilidad para el producto *Visa Azteca Clásica*. Este panel muestra dos de los benchmarks en el catálogo del Banco, los que sitúan a *Visa Azteca Clásica* en un marco de referencia. Cualquiera de los indicadores en la tabla principal pueden ser comparados al nivel jerárquico seleccionado en el menú de la barra principal. Para bancos sin un contexto internacional o regional, otras jerarquías de segmentos pueden ser usadas. Nótese que los valores mostrados en los ejemplos no son realistas pues han sido generados aleatoriamente.



Metas pueden ser establecidas para cualquier indicador o multiplicador de volumen. Son llamadas metas en cascada porque pueden ser aplicadas globalmente a grupos de segmentos en una jerarquía a menos que sean antepuestas explícitamente para algunos segmentos dentro del grupo. E.g. ciertas metas pueden ser aplicadas a todas las tarjetas clásicas en México con diferentes metas para Visa Azteca Clásica en Nuevo León. Metas pueden ser especificadas manualmente o seleccionadas de benchmarks. Valuaciones de metas pueden ser ranqueadas para cada nivel en la jerarquía para identificar los mejores o peores resultados a cada nivel, a como se muestra a continuación.

El ejemplo siguiente muestra un monitoreo de sólo las contribuciones adversas para todos los niveles de la jerarquía en cuestión. Estas tablas están priorizadas de mayor a menor grado de adversidad, y ejemplifican la necesidad de producir dichas tablas a cada nivel en la jerarquía. Por ejemplo, aunque la región con mayor adversidad acumulada es *Centro y Norte América*, podemos observar que el país con mayor adversidad acumulada es *Argentina*, que no es parte de dicha región, el producto con mayor adversidad, la tarjeta *Ecuador MasterCard Estandar*, no pertenece ni al país ni a la región de mayor adversidad, y asimismo, el indicador con mayor adversidad, el *Ingreso por Disposición de Efectivo Propio de Costa Rica MC Estandar*, tampoco pertenece ni al producto ni al país de mayor adversidad. Este análisis a cada nivel de detalle permite el uso de estrategias correctivas diferentes para las gerencias que gobiernan cada nivel, y ofrecen una radiografía completa del negocio a la gerencia global de tarjetas del banco.

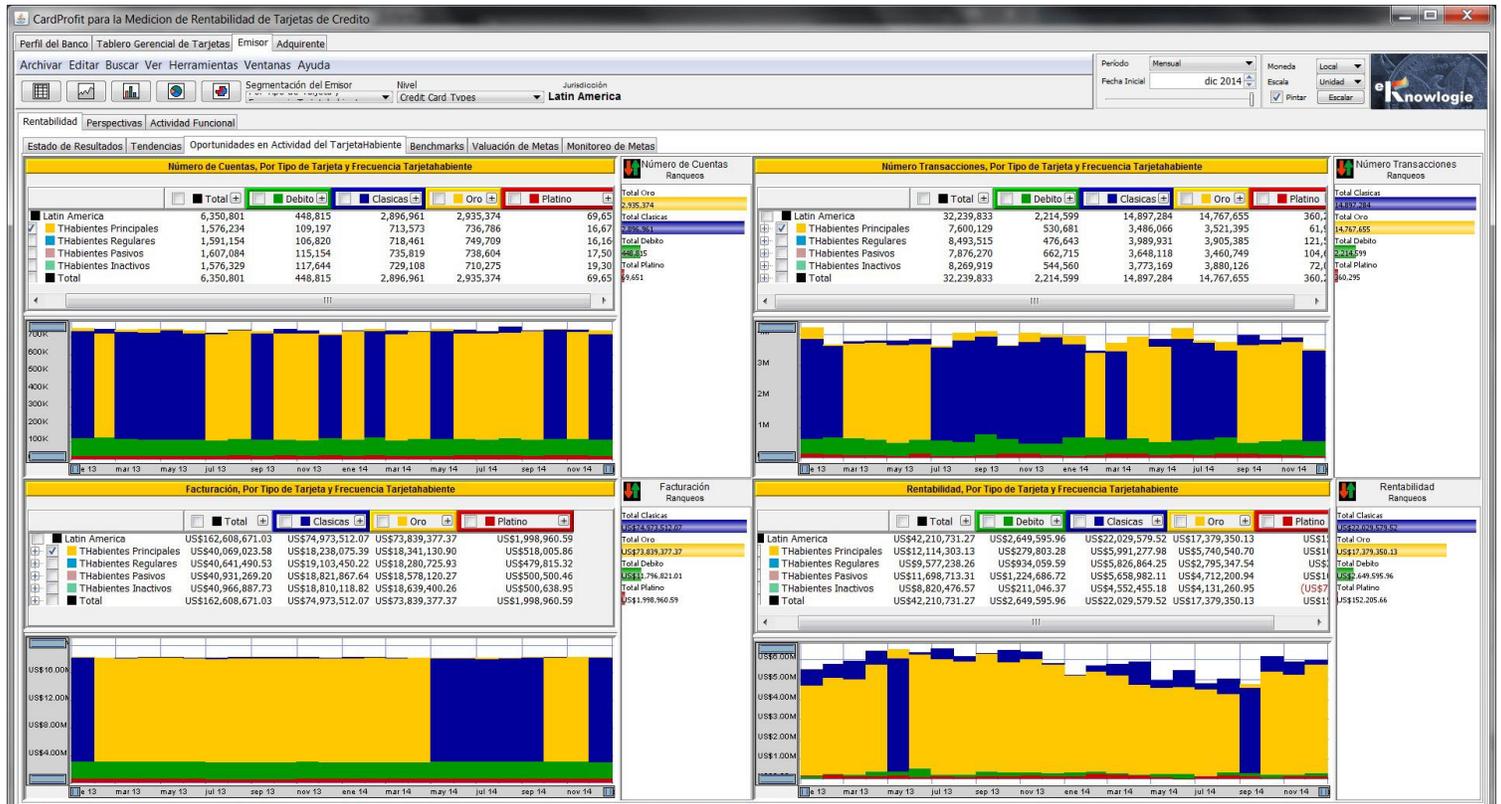


El ejemplo anterior muestra un análisis en detalle de la tendencia de la rentabilidad del Emisor. Diagramas de burbujas muestran el movimiento de ingresos y gastos por separado para que el efecto de uno en el otro pueda ser visualizado. Rentabilidad puede ser medida por indicadores unitarios o en relación a facturación, gastos o cartera.

Segmentaciones Cruzadas Multi-Dimensionales

Intersección o Cruzamiento de Tarjetas por Tipo con Tarjetahabientes por Frecuencia Transaccional. Clases de productos (e.g. clásicos, oro, platino) pueden ser perfilados por los porcentajes esperados de tarjetahabientes en diferentes rangos de volúmenes transaccionales (e.g. transactores altos son aquellos que usan dicha tarjeta para la mayoría de sus transacciones y son los contribuyentes mayores al volumen de dicho producto). El panel a continuación muestra la intersección o cruzamiento de tres segmentaciones, por clase de producto, por rangos transaccionales de tarjetahabientes, y por uso de límites crediticios o cupos. Entonces podemos inmediatamente identificar la efectividad de estos productos en convertir su clientela hacia la maximización de las metas fijadas de acuerdo a la clase de tarjeta. También podemos identificar cuales son las redistribuciones necesarias de la población de tarjetahabientes para así incrementar estos volúmenes hacia los perfiles esperados. Además, otras segmentaciones como tarjetahabientes por saldo y utilización de límites de crédito pueden ser usadas para hacer recomendaciones que identifiquen oportunidades para redireccionar estas poblaciones de tarjetahabientes.

Dada la naturaleza jerárquica de estas tablas, columnas por clase de tarjetas como Clásica y Oro, pueden ser expandidas para que productos específicos puedan ser analizados. Similarmente, barras de ranqueo pueden ser mostradas a cualquier nivel en la intersección, e.g. por clase de tarjeta, por clase de tarjeta y rango transaccional de tarjetahabiente, por producto y rango de tarjetahabiente. Todo esto conlleva a revelaciones detalladas que ilustran la esencia comparativa de las poblaciones de estos productos y a recomendaciones y decisiones informadas. Una vez más, los valores en estos ejemplos son aleatorios y no reflejan las expectativas realistas de estas intersecciones de segmentos.



CardProfit es la única tecnología de análisis y recomendaciones en el mercado mundial para incrementar rentabilidad descubriendo oportunidades escondidas por medio de la realineación, reposicionamiento, redistribución y expansión del portafolio de productos de tarjetas y poblaciones de tarjetahabientes, y desglosando costos incongruentes a través de perfiles unitarios a nivel segmento para así maximizar la eficiencia de los productos. La arquitectura de CardProfit es altamente escalable y esta diseñada para correr en la nube en servidores elásticos con capacidad masiva de almacenamiento y procesamiento.