



**CardProfit** es una herramienta de análisis y recomendaciones para incrementar la rentabilidad y el descubrimiento de oportunidades en 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 interseccionadas, son esenciales para el entendimiento de los roles que juegan factores independientes del mercado en el descubrimiento de oportunidades. Para el Emisor esto 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%.

Cualquier variable o indicador unitario en el modelo puede ser visualizado históricamente y a través de períodos de cualquier duración. Los valores presentados en los ejemplos a continuación no son realistas porque los datos en estos ejemplos fueron generados aleatoriamente.

- 1 Emisor
  - 1.1 *Incremento de la Rentabilidad con Benchmarks y Metas*
  - 1.2 *Tendencias de la Rentabilidad*
  - 1.3 *Resultados Segmentados de la Rentabilidad*
  - 1.4 *Perspectivas del Emisor*
  - 1.5 *Segmentaciones Multidimensionales Cruzadas*
  - 1.6 *Visualización Geográfica*
  - 1.7 *Actividad Funcional del Emisor*
- 2 Adquirente
- 3 Emisor y Adquirente Combinados
- 4 Entorno de Ejecución del Cliente

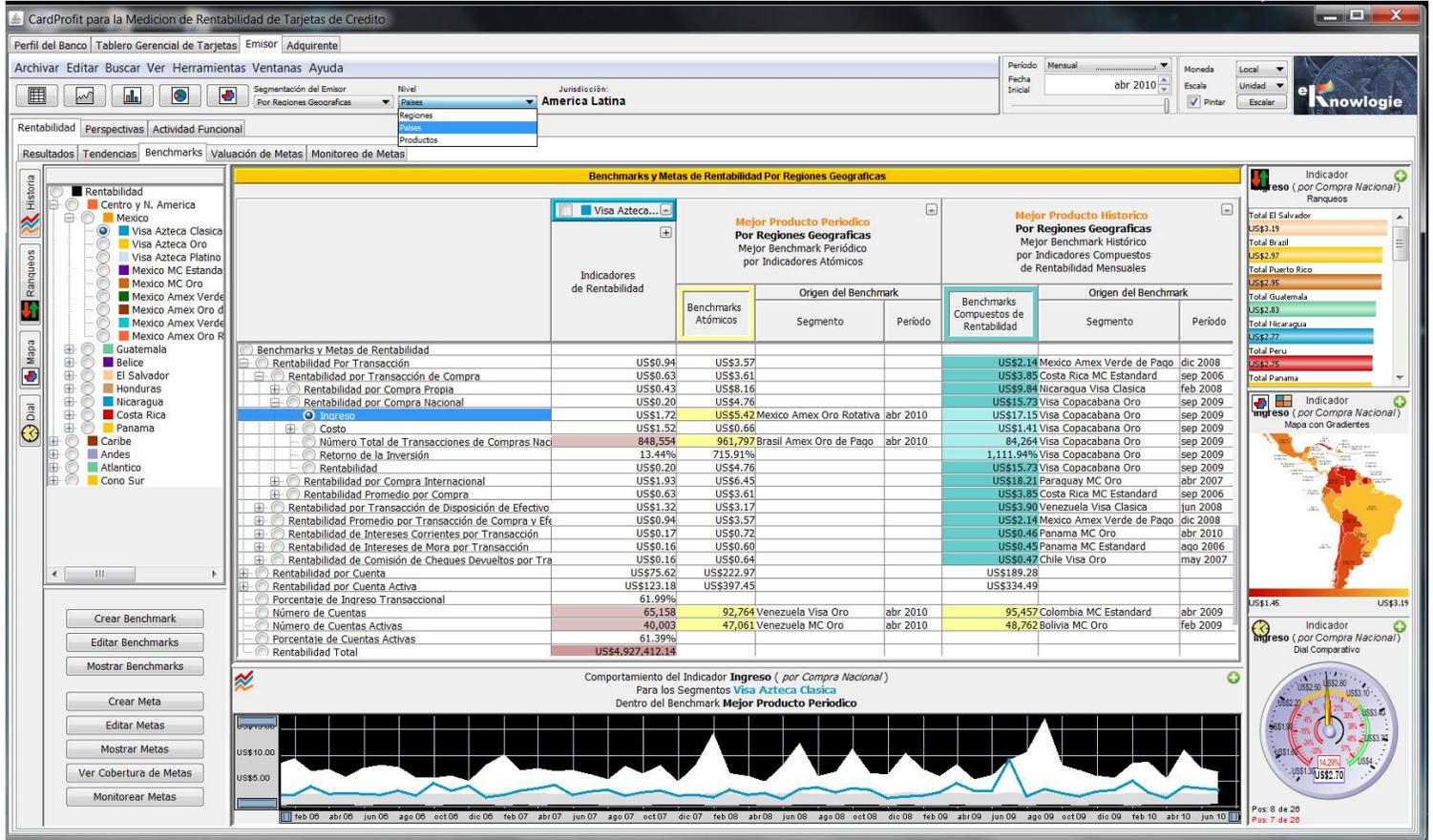
## 1 Emisor

### 1.1 Incremento de la Rentabilidad con Benchmarks y Metas

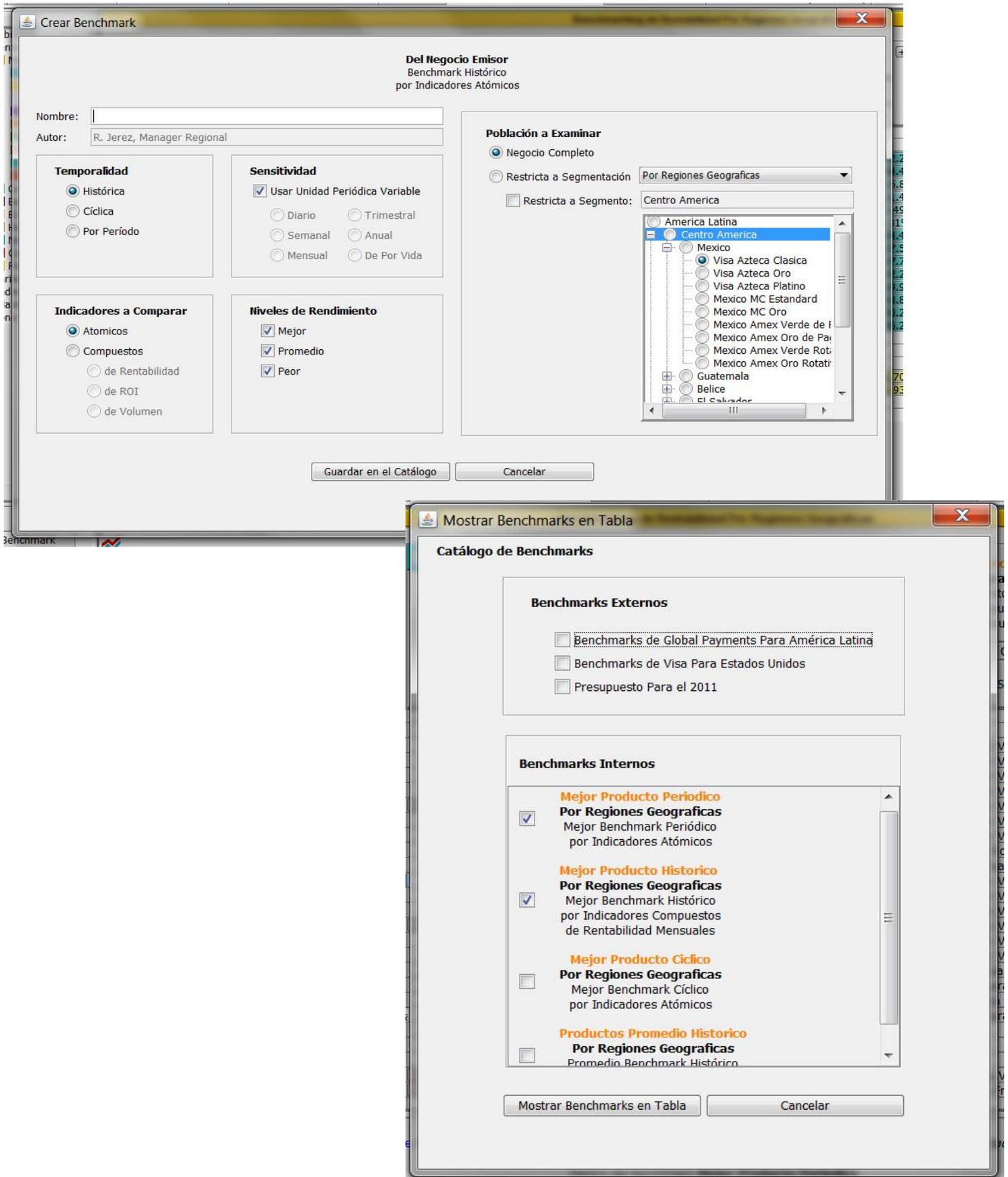
No es posible optimizar la rentabilidad sin optimizar los segmentos individuales y segmentos cruzados del negocio y sus fuentes de valor. Sin indicadores unitarios de rentabilidad tampoco es posible efectuar una comparación universalizada entre éstos segmentos y sus fuentes de valor. **Benchmarks de indicadores unitarios** ofrecen un marco de referencia que permite desarrollar el criterio apropiado que conlleva a decisiones en el **establecimiento de metas de rentabilidad**. Benchmarks unitarios externos son deseables y útiles, pero de uso limitado a comparaciones promedio generalizadas y no a la optimización de la rentabilidad. Para optimizar la rentabilidad se requiere entonces que los bancos posean mecanismos para la generación automatizada de una gran variedad o catálogo de benchmarks unitarios internos que caractericen el rango y conducta del negocio propio de estos bancos.

## Creación de Benchmarks o Estándares Unitarios

El ejemplo a continuación muestra los indicadores unitarios de rentabilidad del segmento *Visa Azteca Clásica*, situado dentro de la jerarquía de segmentación geográfica de un banco multinacional latinoamericano. Dicho panel también muestra dos de los benchmarks en el catálogo del banco, los cuales sitúan el rendimiento de *Visa Azteca Clásica* dentro de un marco de referencia. Los benchmarks de indicadores compuestos mostrados en la tabla refieren simplemente a indicadores que son derivados de otros, como los indicadores de rentabilidad que son derivados de indicadores de ingreso menos costo. Cualquiera de estos indicadores mostrados en los renglones de la tabla principal, pueden ser estudiados a fondo al nivel seleccionado para la jerarquía en la barra de herramientas (i.e. *Regiones, Países y Productos*). El indicador de *Ingreso por Compra Nacional* seleccionado, es graficado contra un benchmark y comparado a nivel de *Países* en los diagramas de barra, de dial y en el mapa geográfico por país. Nótese que los valores presentados en los ejemplos a continuación no son realistas porque los datos en estos ejemplos fueron generados aleatoriamente.



Los dos paneles a continuación muestran como benchmarks pueden ser creados, ingresados al catálogo del banco, y visualizados en tablas y gráficas, como la que mostramos anteriormente. Nótese que cierto tipo de benchmarks de interés son los presupuestos.



## Establecimiento de Metas en Cascada y Cobertura Parcial

El siguiente paso consiste en el establecimiento de metas jerárquicas para el negocio. En la tabla a continuación podemos ver un ejemplo del establecimiento de metas. Nótese que de las metas correspondientes al segmento *Visa Azteca Clásica*, algunas metas fueron heredadas en cascada de sus grupos incluyentes *Latinoamérica*, *Centro y Norte América*, y *México* (en celeste), mientras que otras metas fueron asignadas específicamente a dicho segmento *Visa Azteca Clásica* (en anaranjado pálido). También podemos observar que algunas de estas metas provienen directamente de benchmarks en el catálogo, mientras que otras (como el *Número de Cuentas*) fueron creadas manualmente. CardProfit ofrece suma flexibilidad en que no es necesario "cubrir" todos los indicadores unitarios con metas, ni todos los segmentos en la jerarquía. Podríamos por ejemplo establecer metas únicamente para los costos de procesamiento por transacción, y dejar el resto de los indicadores, como ingresos de intercambio entrante, ingresos por intereses corrientes y de mora, otros costos, número de transacciones por cuenta, etc., al descubierto (sin metas). Similarmente, metas de grupo, como costos de procesamiento por transacción, pueden ser usadas para cubrir metas más detalladas, tales como costos de procesamiento por transacción propia, nacional e internacional. CardProfit está diseñado para igualmente ejecutar a plenitud todas las funciones de valuación y monitoreo de metas.

Benchmarks y Metas de Rentabilidad Por Regiones Geograficas									
Meta Para el 2011 Metas en Cascada Para Visa Azteca Clasica									
Indicadores de Rentabilidad	Metas en Cascada	Detalles de la Meta							Mejor Producto Por Regiones Mejor Benchmark por Indicador
		Asignada al Segmento	Autor	Origen	Benchmark de Origen				
						Nombre	Segmento	Periodo	
Benchmarks y Metas de Rentabilidad									
Rentabilidad Por Transacción	US\$1.51	US\$7.68							
Rentabilidad por Transacción de Compra	US\$1.48	US\$9.87							
Rentabilidad por Compra Propia	US\$0.74	US\$4.32							
Ingreso	US\$1.89	US\$5.05	Visa Azteca Clasica	R. Jerez, M...	Benchmark	Mejor Producto	Colombia Visa Clasica	abr 2007	
Costo	US\$1.15	US\$0.73							
Costos Operativos por Area Funcional	US\$0.37	US\$0.23							
Procesamiento de Transacciones	US\$0.14	US\$0.11							
Facturación al Tardetahabiente	US\$0.03	US\$0.01	Centro y N. America	R. Jerez, M...	Benchmark	Mejor Producto	Mexico MC Oro	abr 2007	
Procesamiento de Pagos	US\$0.05	US\$0.03	Centro y N. America	R. Jerez, M...	Benchmark	Mejor Producto	Brasil Amex Oro Rota...	abr 2007	
Servicio al Tardetahabiente	US\$0.04	US\$0.01	Visa Azteca Clasica	R. Jerez, M...	Benchmark	Mejor Producto	Mexico MC Oro	dic 2008	
Promoción y Retención	US\$0.03	US\$0.02	America Latina	R. Jerez, M...	Benchmark	Mejor Producto	Venezuela MC Oro	abr 2007	
Cobranzas y Sobregiros	US\$0.05	US\$0.02							
Investigación de Fraudes	US\$0.01	US\$0.01	Mexico	R. Jerez, M...	Benchmark	Mejor Producto	Venezuela MC Oro	feb 2008	
Administración del Centro Como Emisor	US\$0.03	US\$0.02	America Latina	R. Jerez, M...	Benchmark	Mejor Producto	Venezuela MC Oro	sep 2009	
Costo Total Directo	US\$0.37	US\$0.23							
Costos Indirectos	US\$0.78	US\$0.50	America Latina	R. Jerez, M...	Benchmark	Mejor Producto	Venezuela Visa Clasica	abr 2007	
Total de Costos	US\$1.15	US\$0.73							
Número Total de Transacciones de Compras Propias	551,806	1,244,299							
Retorno de la Inversión	64.48%	592.99%							
Rentabilidad	US\$0.74	US\$4.32							
Rentabilidad por Compra Nacional	US\$2.50	US\$6.70							
Rentabilidad por Compra Internacional	US\$1.32	US\$18.93							
Rentabilidad Promedio por Compra	US\$1.48	US\$9.87							
Rentabilidad por Transacción de Disposición de Efectivo	US\$1.54	US\$5.65							
Rentabilidad Promedio por Transacción de Compra y Efectivo	US\$1.51	US\$7.68							
Rentabilidad de Intereses Corrientes por Transacción	US\$0.28	US\$0.63							
Rentabilidad de Intereses de Mora por Transacción	US\$0.25	US\$0.59							
Rentabilidad de Comisión de Cheques Devueltos por Transacción	US\$0.25	US\$0.59							
Rentabilidad por Cuenta	US\$110.43	US\$101.55							
Rentabilidad por Cuenta Activa	US\$204.79								
Porcentaje de Ingreso Transaccional	60.98%								
Número de Cuentas	74,546	91,500	Visa Azteca Clasica	R. Jerez, M...	Manual				
Número de Cuentas Activas	40,197								
Porcentaje de Cuentas Activas	53.92%								
Rentabilidad Total	US\$8,231,769.53								

## Valuación de Metas

Una vez creadas, estas metas unitarias deben ser valuadas, de tal forma que para cada meta unitaria, podamos ver el incremento monetario total que dicha meta representará para cada segmento (e.g producto) a la que fue asignada, o inversamente, ver el incremento monetario total de todas las metas que corresponden a cada segmento o grupo de segmentos. Es decir, por ejemplo, que si asignamos una meta al indicador unitario del *Costo por Procesamiento de Transacciones por Compra Propia*, para toda una región, digamos Centro y Norte América (quizás porque sabemos que dicho procesamiento deberá desde ahora en adelante estar guiado bajo los mismos estándares), podremos inmediatamente ver el impacto monetario total de dicha meta, para cada producto, país o para la región entera. El ejemplo a continuación ilustra el concepto de valuación de metas.

CardProfit para la Medición de Rentabilidad de Tarjetas de Credito

Perfil del Banco | Tablero Gerencial de Tarjetas | Emisor | Adquirente

Archivar Editar Buscar Ver Herramientas Ventanas Ayuda

Segmentación del Emisor: Por Regiones Geograficas | Nivel: Países | Jurisdicción: América Latina

Periodo: Mensual | Fecha Inicial: Jul 2010 | Moneda: Escala | Pintar

Rentabilidad | Perspectivas | Actividad Funcional

Resultados | Tendencias | Benchmarks | Valuación de Metas | Monitoreo de Metas

**Rentabilidad Real vs. Metas Proyectadas Por Regiones Geograficas**

	Total	Centro y N. America	Total Andes	Ecuador	Total Peru	Peru Visa Clasica	Indicadores Unitarios de Rentabilidad, Valores Reales	Meta Para el 2011 Metas Unitarias en Cascada y Totales Proyectados	Contribución de Metas en Cifras Totales	Peru Vi.
<b>Rentabilidad Real vs. Metas Proyectadas</b>										
● Rentabilidad Por Transacción	US\$1.14	US\$1.15	US\$1.05	US\$1.09	US\$0.99	US\$1.06		US\$26,971,939.72	US	
● Rentabilidad por Transacción de Compra	US\$1.13	US\$1.10	US\$0.90	US\$1.07	US\$0.89	US\$0.88		US\$13,088,680.84	US	
● Rentabilidad por Compra Propia	US\$0.97	US\$1.06	US\$0.74	US\$1.07	US\$1.84	US\$1.21	US\$7.32	US\$3,989,915.35	US	
● Ingreso	US\$2.32	US\$2.46	US\$2.09	US\$2.41	US\$3.11	US\$2.29	US\$8.06	US\$3,775,450.52	US	
● Costo	US\$1.35	US\$1.39	US\$1.35	US\$1.34	US\$1.27	US\$1.07	US\$0.74	US\$214,464.83	US	
● Costos Operativos por Area Funcional	US\$0.53	US\$0.55	US\$0.53	US\$0.54	US\$0.49	US\$0.41	US\$0.30	US\$74,324.13	US	
● Procesamiento de Transacciones	US\$0.16	US\$0.16	US\$0.16	US\$0.17	US\$0.15	US\$0.12	US\$0.12	US\$2,687.78	US	
● Facturación al Tarihahabiente	US\$0.05	US\$0.06	US\$0.05	US\$0.06	US\$0.05	US\$0.04	US\$0.02	US\$13,744.07	US	
● Procesamiento de Pagos	US\$0.06	US\$0.06	US\$0.06	US\$0.05	US\$0.06	US\$0.05	US\$0.04	US\$9,935.10	US	
● Servicio al Tarihahabiente	US\$0.06	US\$0.06	US\$0.05	US\$0.06	US\$0.05	US\$0.04	US\$0.02	US\$14,505.19	US	
● Promoción y Retención	US\$0.04	US\$0.04	US\$0.04	US\$0.04	US\$0.04	US\$0.04	US\$0.03	US\$7,209.69	US	
● Cobranzas y Sobretiros	US\$0.12	US\$0.12	US\$0.12	US\$0.12	US\$0.10	US\$0.08	US\$0.05	US\$17,470.65	US	
● Investigación de Fraudes	US\$0.01	US\$0.01	US\$0.01	US\$0.01	US\$0.01	US\$0.01	US\$0.01	US\$1,997.46	US	
● Administración del Centro Como Em	US\$0.04	US\$0.04	US\$0.04	US\$0.04	US\$0.03	US\$0.03	US\$0.02	US\$6,774.20	US	
● Costo Total Directo	US\$0.53	US\$0.55	US\$0.53	US\$0.54	US\$0.49	US\$0.41	US\$0.30	US\$74,324.13	US	
● Costos Indirectos	US\$0.82	US\$0.85	US\$0.82	US\$0.80	US\$0.78	US\$0.66	US\$0.44	US\$140,140.70	US	
● Total de Costos	US\$1.35	US\$1.39	US\$1.35	US\$1.34	US\$1.27	US\$1.07	US\$0.74	US\$214,464.83	US	
● Número Total de Transacciones de Compr	61,597,373	20,333,637	8,693,331	1,918,440	2,108,283	653,624	1,154,414		54	
● Retorno de la Inversión	71.86%	76.55%	54.62%	79.31%	144.46%	113.32%	984.09%	1,860.41%	167	
● Rentabilidad	US\$0.97	US\$1.06	US\$0.74	US\$1.07	US\$1.84	US\$1.21	US\$7.32	US\$3,989,915.35	US	
● Rentabilidad por Compra Nacional	US\$1.16	US\$1.18	US\$0.86	US\$0.62	US\$0.48	US\$0.77	US\$7.12	US\$5,089,991.71	US	
● Rentabilidad por Compra Internacional	US\$1.25	US\$1.05	US\$1.11	US\$1.68	US\$0.52	US\$0.70	US\$5.91	US\$4,008,773.78	US	
● Rentabilidad Promedio por Compra	US\$1.13	US\$1.10	US\$0.90	US\$1.07	US\$0.89	US\$0.88		US\$13,088,680.84	US	
● Rentabilidad por Transacción de Disposición de Ef	US\$1.16	US\$1.20	US\$1.20	US\$1.10	US\$1.09	US\$1.27		US\$13,883,258.88	US	
● Rentabilidad Promedio por Transacción de Compr	US\$1.14	US\$1.15	US\$1.05	US\$1.09	US\$0.99	US\$1.06		US\$26,971,939.72	US	
● Rentabilidad de Intereses Corrientes por Transac	US\$0.22	US\$0.22	US\$0.21	US\$0.22	US\$0.21	US\$0.19	US\$0.61		US	
● Rentabilidad de Intereses de Mora por Transacci	US\$0.23	US\$0.23	US\$0.20	US\$0.17	US\$0.21	US\$0.23	US\$0.58		US	
● Rentabilidad de Comisión de Cheques Devueltos p	US\$0.21	US\$0.21	US\$0.20	US\$0.21	US\$0.20	US\$0.20	US\$0.59		US	
● Rentabilidad por Cuenta	US\$82.77	US\$81.30	US\$78.29	US\$79.15	US\$78.71	US\$86.16	US\$104.24	US\$27,094,013.12	US\$	
● Rentabilidad por Cuenta Activa	US\$157.53	US\$156.44	US\$147.61	US\$154.41	US\$155.04	US\$193.02			US\$1	
● Porcentaje de Ingreso Transaccional	59.78%	59.70%	59.67%	60.94%	57.37%	58.34%			60	
● Número de Cuentas	8,422,977	2,824,085	1,189,861	306,125	302,721	86,249	90,151	US\$2,782,214.86	7	
● Número de Cuentas Activas	4,425,683	1,467,631	631,111	156,914	153,681	38,502			3	
● Porcentaje de Cuentas Activas	52.54%	51.97%	53.04%	51.26%	50.77%	44.64%			53	
● Rentabilidad Total	US\$697,187.16...	US\$229,598,630.08	US\$93,157,717.22	US\$24,229,418.72	US\$23,827,099.20	US\$7,431,546.21	US\$64,279,716.11	US\$56,848,167.70	US\$6,195.3	

## Monitoreo de Metas

Una vez que las metas han sido valuadas y aceptadas, el progreso de dichas metas debe ser monitoreado a través del término planeado para la meta, a cualquier nivel de detalle en la jerarquía de segmentos, y para cualquier segmento o grupo de segmentos en la jerarquía. Nótese que el hecho de que un segmento en particular alcance acumulativamente la meta planeada, no significa que sus metas unitarias individuales deberán estar exentos de escrutinio, ya que algunos indicadores unitarios pueden estar rindiendo de forma muy superior a sus metas, lo cual indicaría una re-evaluación de estas metas hacia un rendimiento mayor, y otras estar rindiendo de forma muy inferior, lo cual requeriría los ajustes funcionales necesarios para que dichas metas individuales sean alcanzadas y así incrementar aún más el rendimiento del segmento. Es por tanto necesario que el monitoreo de metas incluya revisiones por separado de sólo contribuciones adversas, favorables, o bien contribuciones completas de cada meta individual y de las metas acumuladas. El ejemplo a continuación, ilustra como se configura el monitoreo de metas.

Configurar Monitor de Metas

Nombre de la Meta: Meta Para el 2011

**Tipo de Contribución a la Meta**

- Contribuciones Adversas
- Contribuciones Favorables
- Contribuciones Completas

**Niveles a Monitorear**

- Regiones
- Paises
- Productos
- Indicadores Unitarios

**Configuración de Alarmas de Monitoreo de Metas**

- Rendimiento inferior al promedio en un 20 por ciento.
- Rendimiento inferior al promedio en un 10 por ciento.
- Rendimiento superior al promedio en un 20 por ciento.

**Jerarquía a Monitorear**

Restricta a Segmentación  Restricta a Segmento:

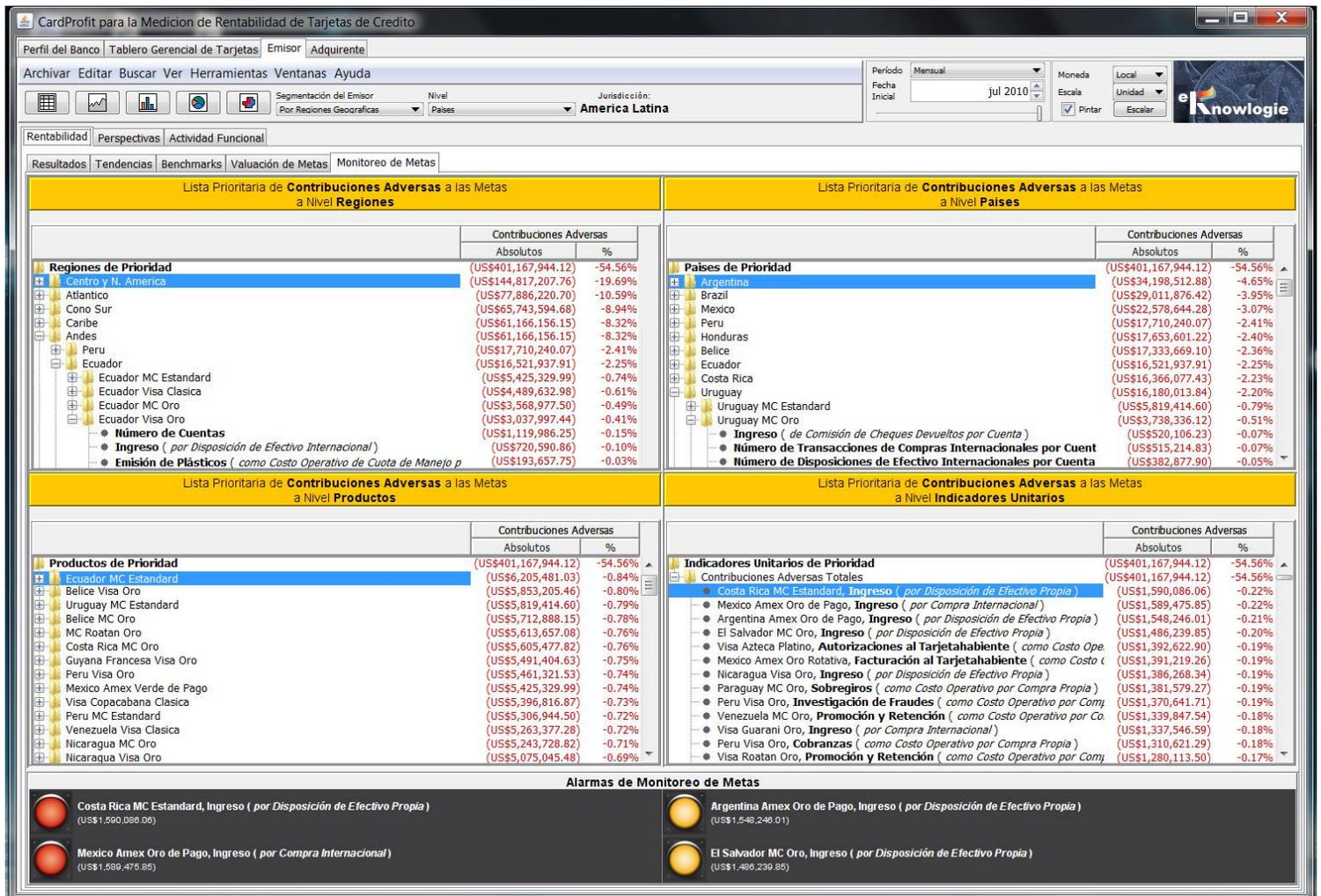
Por Regiones Geograficas

Visa Azteca Clasica

- America Latina
  - Centro y N. America
    - Mexico
      - Visa Azteca Clasica
      - Visa Azteca Oro
      - Visa Azteca Platino
      - Mexico MC Estandard
      - Mexico MC Oro
      - Mexico Amex Verde de F
      - Mexico Amex Oro de Pa
      - Mexico Amex Verde Rotat
    - Guatemala
    - Belice
    - El Salvador

Aceptar Cancelar

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 Disposicion de Efectivo Propio de Costa Rica MC Estandard*, 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.



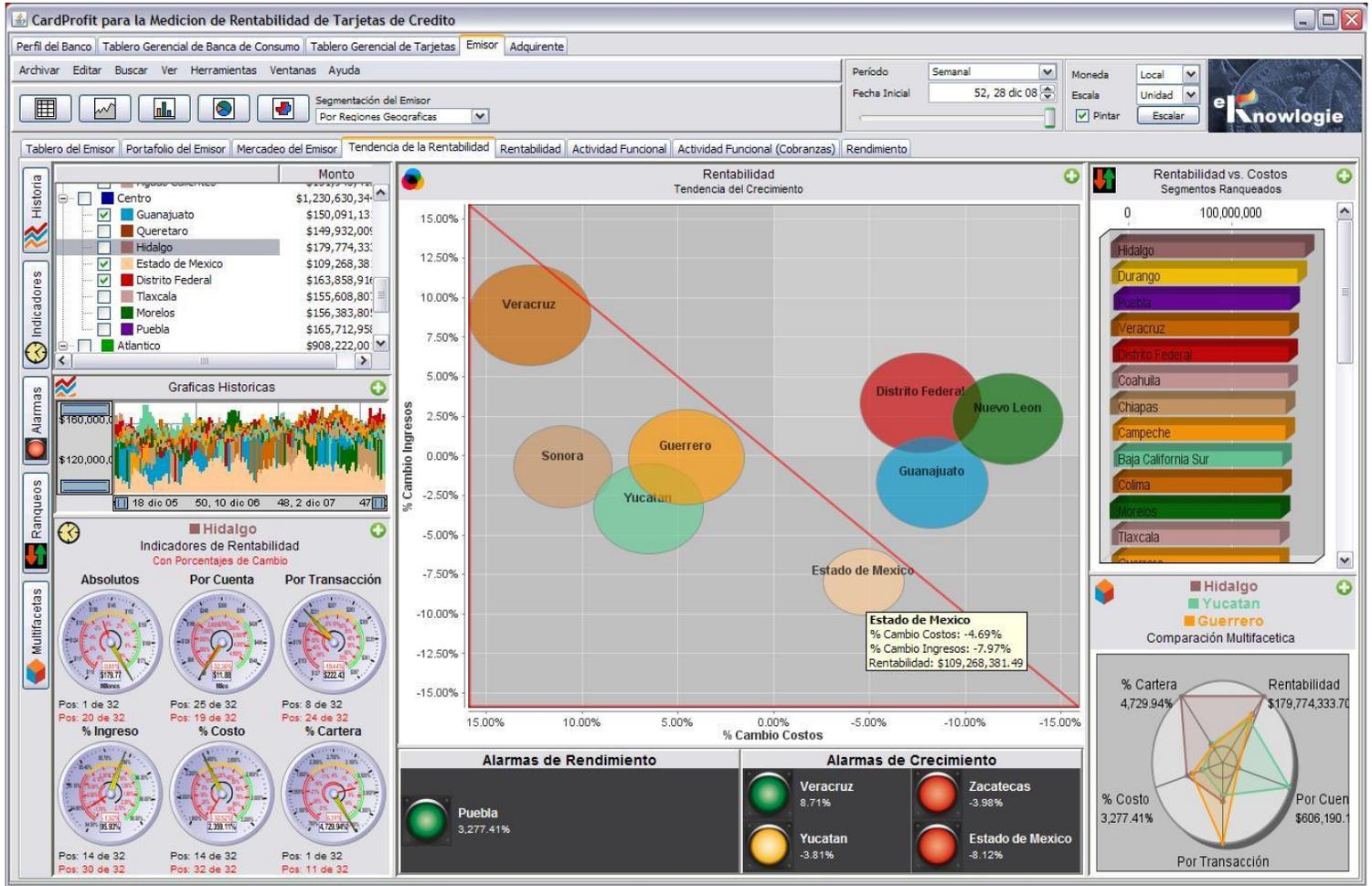
Un ejemplo sencillo del uso de benchmarks y asignación de metas consiste en crear un benchmark histórico promedio para todos los productos. Con un clic se asignan todos los indicadores unitarios de este benchmark a la raíz de la jerarquía de productos, y ya. Estas metas son automáticamente propagadas en cascada a todos los productos en la jerarquía. El progreso subsecuente de la meta es monitoreado inspeccionando reportes y alarmas de contribuciones adversas a las metas para los niveles en la jerarquía, productos, e indicadores por producto. Como hemos seleccionado un benchmark con indicadores promedio, sabemos que aproximadamente la mitad de los indicadores superarán al promedio, y por tanto no nos interesan reportes de contribuciones favorables o completas (adversas más favorables con tendencia a cero). Lo que sí nos interesa es que las contribuciones adversas (inferiores al promedio) mejoren cuando menos hasta alcanzar el benchmark promedio. Si usamos esta estrategia en años consecutivos, el promedio mejorará gradual pero significativamente.

El ejemplo anterior se puede extender asignando metas individuales y provenientes de diferentes benchmarks que serían super-impuestas a la propagación en cascada del benchmark promedio. Estudios comparativos para entender las diferencias entre los segmentos con mejor rendimiento de acuerdo a diferentes benchmarks, resultarían en asignaciones muy acertadas de metas específicas a estos segmentos.

CardProfit ofrece el concepto de **jurisdicciones**. La jurisdicción para cada usuario es el nivel de visualización del modelo para ese usuario, la cual está delineada por los segmentos visibles para dicho usuario. De esa forma, usuarios pueden tener jurisdicciones geográficas que les permiten acceso solamente al modelo de cada país o región de incumbencia, manteniendo al mismo tiempo acceso a los indicadores y estándares globales de la empresa generados automáticamente por CardProfit con el propósito de establecer comparaciones anónimas de rendimiento. Ejecutivos globales de la empresa podrán por supuesto tener visualización completa del modelo. Otras jurisdicciones de interés podrían ser por marca, de tal forma que la jurisdicción de una marca específica se podría compartir con los patrocinadores de dicha marca, permitiendo a las otras marcas en el modelo permanecer en el anonimato. Este concepto de jurisdicciones es extremadamente útil para bancos multinacionales.

## 1.2 Tendencias de la Rentabilidad

El siguiente ejemplo muestra un tablero de las tendencias de rentabilidad del Emisor, donde dichas tendencias pueden ser contempladas en mayor detalle.



### 1.3 Resultados Segmentados de la Rentabilidad

El ejemplo a continuación muestra el Estado de Resultados para el negocio como Emisor. La jerarquía de las columnas permite visitar la segmentación escogida a cualquier nivel de detalle. Similarmente, la jerarquía en los renglones de la tabla, permite visitar cada Estado de Resultados a cualquier nivel de detalle. Esto permite, por ejemplo, el uso de una misma tabla para fines estratégicos gerenciales y para fines operacionales detallados. Nótese una vez más, que los valores mostrados en estos ejemplos no son realistas, simplemente porque los datos en estos ejemplos fueron generados aleatoriamente para que evitar similitudes con casos específicos.

Modelador de Rentabilidad de Tarjetas de Credito

Perfil del Banco: Banca de Consumo, Gerencia, Mercadeo, Emisor, Adquirente

Periodo: Semanal, De la Fecha: 11, 18 mar 07, Moneda: Local, Escala: Unidad, Pintar: [X]

Segmentación de Mercado: Por Marca de Tarjetas

Tabla del Emisor: Actividad Funcional, Actividad Funcional (Cobranzas), Rentabilidad, Rendimiento, Portafolio Comparativo del Emisor

**Rentabilidad Por Marca de Tarjetas**

Visa

Total, Total Visa, Visa Clasica, Visa Oro

	Absolutos	Por Cuenta Activa	Por Transacción	% Ingreso	% Cartera
<b>Rentabilidad</b>					
Ingresos	\$1,306,634,446.80	\$461,479,418.61	\$149,491,150.83	\$149,484,956.33	\$9,511.04
Costos Operativos por Area Funcional	\$81,758,519.97	\$32,729,693.00	\$9,397,304.41	\$11,141,256.21	\$708.87
Captación de Cuentas Nuevas	\$3,100,220.30	\$955,513.39	\$166,135.81	\$318,762.76	\$20.28
Procesamiento de Crédito	\$3,528,477.35	\$1,048,392.11	\$261,190.39	\$206,268.60	\$13.12
Emisión de Plásticos	\$6,290,547.83	\$2,125,904.76	\$713,623.95	\$908,253.91	\$57.79
Procesamiento de Transacciones	\$14,354,567.96	\$4,696,918.47	\$1,885,245.43	\$1,316,244.38	\$83.75
Facturación al Tarjetahabiente	\$6,618,456.26	\$2,524,889.13	\$1,059,842.07	\$738,960.19	\$47.02
Sueldos, Prestaciones y Beneficios	\$870,857.52	\$332,225.31	\$139,454.19	\$97,232.50	\$6.19
Procesamiento de Datos	\$1,129,042.63	\$430,720.90	\$180,798.49	\$126,059.24	\$8.02
Franqueo y Mensajería	\$2,405,577.73	\$917,709.03	\$385,215.58	\$268,586.23	\$17.09
Teléfonos y Telecomunicaciones	\$92,808.78	\$35,405.82	\$14,861.87	\$10,362.23	\$0.66
Ocupación de Espacio Físico	\$689,429.78	\$263,012.05	\$110,401.38	\$76,975.83	\$4.90
Mobiliario y Equipo	\$1,037,933.73	\$395,963.57	\$166,208.82	\$115,886.80	\$7.37
Papelería y Útiles de Oficina	\$300,515.29	\$114,644.22	\$48,122.81	\$33,552.97	\$2.13
Viajes y Representación	\$45,749.48	\$17,453.07	\$7,326.06	\$5,108.00	\$0.32
Agencias de Crédito y Promotorías	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Agencias de Cobranzas	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Soporte Interno	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Procesamiento Externo	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Otros Gastos Directos	\$46,541.32	\$17,755.15	\$7,452.86	\$5,196.41	\$0.33
Procesamiento de Pagos	\$8,029,238.30	\$2,876,136.12	\$888,545.28	\$1,200,517.17	\$76.38
Servicio al Tarjetahabiente	\$7,404,181.97	\$2,824,637.32	\$1,185,663.73	\$826,687.60	\$52.60
Promoción y Retención	\$5,278,613.79	\$2,019,730.54	\$774,930.80	\$391,731.36	\$24.92
Cobranzas y Sobregiros	\$21,347,391.95	\$11,435,734.01	\$1,609,651.81	\$4,802,899.84	\$305.59
Investigación de Fraudes	\$1,324,262.61	\$506,696.22	\$194,409.35	\$98,274.89	\$6.25
Administración del Centro Como Emiso	\$4,482,561.65	\$1,715,140.95	\$658,065.78	\$332,655.51	\$21.17
Costos Operativos por Categoría de Gastos	\$81,758,519.97	\$32,729,693.00	\$9,397,304.41	\$11,141,256.21	\$708.87
Margen de Operación	\$1,224,875,926.83	\$428,749,725.61	\$140,093,846.42	\$138,343,700.12	\$8,802.17
Costos Indirectos	\$120,422,108.85	\$44,583,847.31	\$13,093,826.59	\$15,652,358.08	\$995.89
Total Costos	\$202,180,628.82	\$77,313,540.31	\$22,491,130.99	\$26,793,614.29	\$1,704.75
Utilidad Antes de Impuestos	\$1,104,453,817.98	\$384,165,878.30	\$127,000,019.83	\$122,691,342.05	\$7,806.28

El ejemplo a continuación muestra el Estado de Resultados para el negocio del Emisor usando como segmentación los estratos socio-económicos cruzados con los segmentos regionales.

Modelador de Rentabilidad de Tarjetas de Credito

Perfil del Banco: Banca de Consumo, Gerencia, Mercadeo, Emisor, Adquirente

Periodo: Semanal, De la Fecha: 11, 18 mar 07, Moneda: Local, Escala: Unidad, Pintar: [X]

Segmentación de Mercado:

Tabla del Emisor: Actividad Funcional, Actividad Funcional (Cobranzas), Rentabilidad, Rendimiento, Portafolio Comparativo del Emisor

**Rentabilidad Por Estrato Socio-Economico**

Estrato A

Pacifico A, Norte A, Centro A, Atlantico A, Estrato B

	Pacifico A	Norte A	Centro A	Atlantico A	Estrato B
<b>Rentabilidad</b>					
Ingresos	\$1,306,634,446.80	\$150,512,048.35	\$148,531,285.55	\$315,648,132.35	\$151,431,513.48
Costos Operativos por Area Funcional	\$81,758,519.97	\$4,765,205.97	\$3,404,311.60	\$11,143,882.28	\$2,889,781.48
Costos Operativos por Categoría de Gastos	\$81,758,519.97	\$4,765,205.97	\$3,404,311.60	\$11,143,882.28	\$2,889,781.48
Margen de Operación	\$1,224,875,926.83	\$145,746,842.38	\$145,126,973.94	\$304,504,250.07	\$148,541,732.00
Costos Indirectos	\$120,422,108.85	\$6,614,763.98	\$7,020,269.29	\$13,576,548.97	\$6,745,194.11
Total Costos	\$202,180,628.82	\$11,379,969.95	\$10,424,580.89	\$24,720,431.25	\$9,634,975.59
Utilidad Antes de Impuestos	\$1,104,453,817.98	\$139,132,078.40	\$138,106,704.65	\$290,927,701.10	\$141,796,537.89

## 1.4 Perspectivas del Emisor

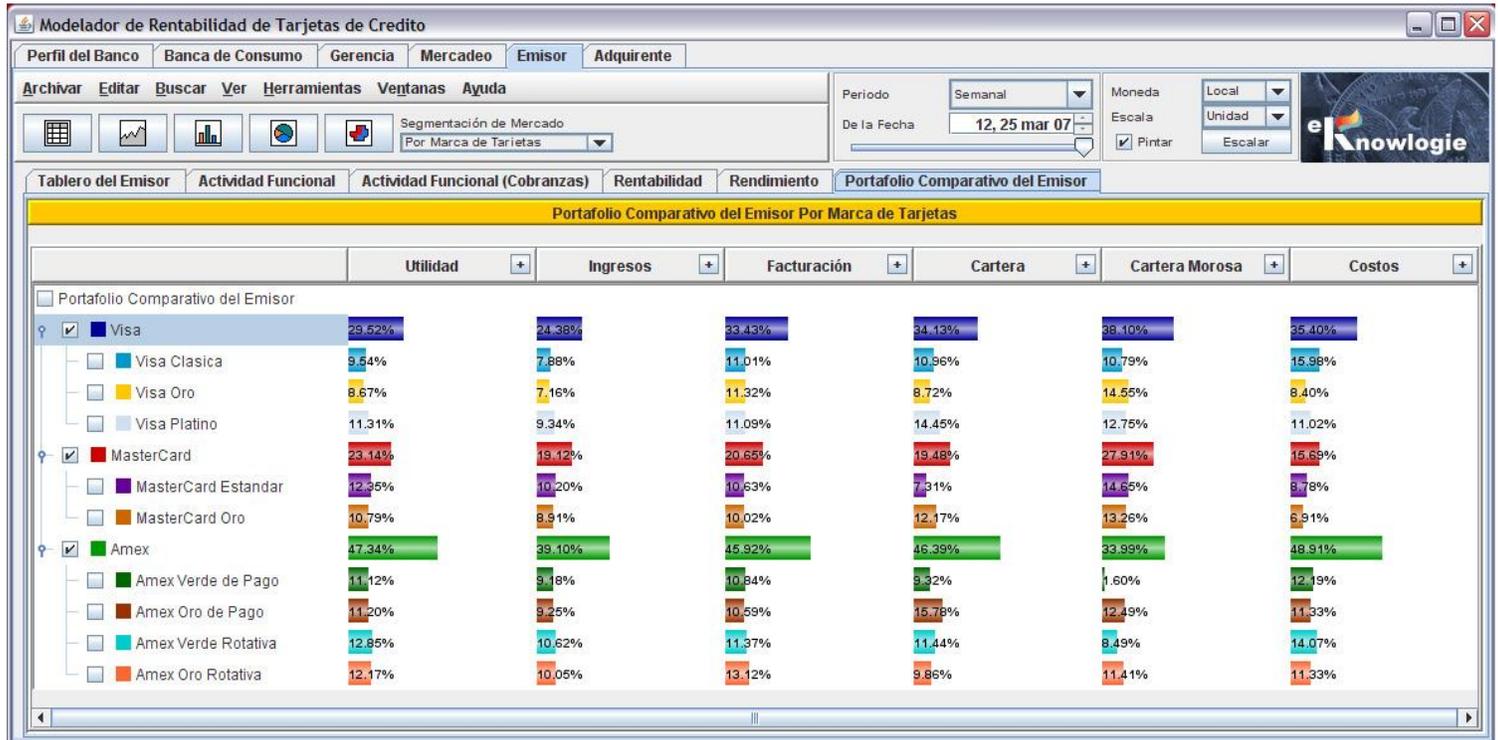
Una línea de negocios se puede administrar desde **perspectivas** diferentes, donde cada cual ofrece un énfasis analítico particular. La perspectiva principal es de rentabilidad, pero otras perspectivas incluyen de mercadeo, CRM, manejo de riesgos y operaciones. CardProfit ofrece **perspectivas gerenciales** que son enfoques consolidados de múltiples líneas de negocios.

CardProfit presenta perspectivas gerenciales de alto nivel con indicadores globales que permiten la visualización consolidada de todo el portafolio de Banca de Consumo o bien del negocio de tarjetas, así como paneles detallados capaces de permitir la presentación y análisis de cada una de las más de 1,100 variables en el negocio de tarjetas en sí. Tanto en tableros gerenciales como en paneles detallados, los segmentos pueden ser ranqueados con respecto a los indicadores globales estratégicos o a cualquiera de las variables e indicadores del negocio.

La segmentación multidimensional de mercado de CardProfit está muy únicamente apta para la conducción de análisis de segmentación de CRM desde la perspectiva de rentabilidad. Herramientas de CRM para la industria de tarjetas de crédito y medios de pago no ofrecen soporte para la medición de rentabilidad, lo cual las deja inservibles para la clasificación de segmentos con respecto a su impacto en la rentabilidad del negocio. Esto sugiere que la segmentación de mercado para la medición de rentabilidad y para CRM son inseparables, dado que para llevar a cabo estudios del impacto de CRM en la rentabilidad del negocio, es necesario que dichos estudios sean efectuados bajo una infraestructura de rentabilidad y rendimiento financiero.

### Portafolio del Emisor

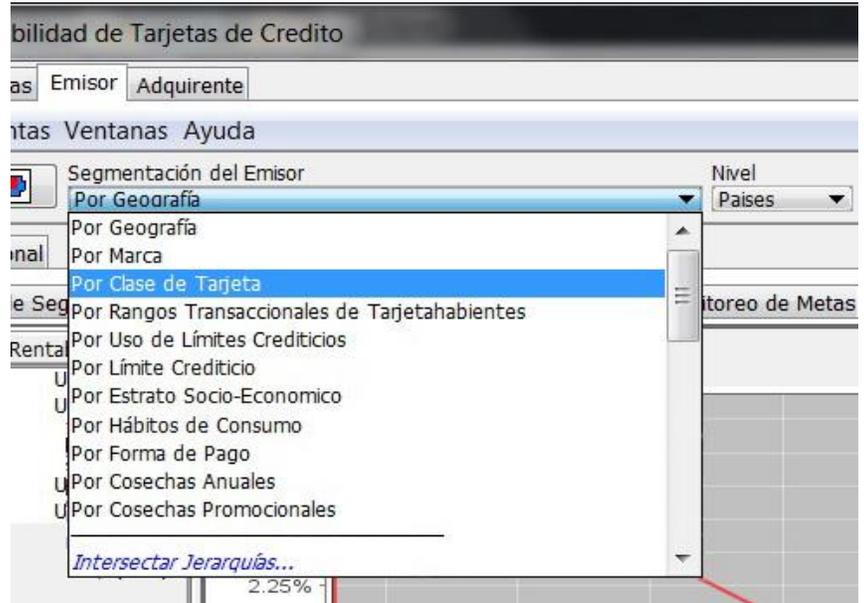
El ejemplo a continuación muestra una vista de alto nivel del portafolio consolidado del Emisor por segmentación de marcas de tarjetas de crédito. Nótese que éste es un panel comparativo en que los indicadores son mostrados gráficamente como barras porcentuales. Este mismo portafolio consolidado puede mostrarse para cualquiera de los otros modelos de segmentación del Emisor, por ejemplo, por clase de tarjetas, por nivel socio-económico o por región geográfica.



## 1.5 Segmentaciones Multidimensionales Cruzadas

Un mercado, como el mercado Emisor, puede ser segmentado de acuerdo a cualquier criterio arbitrario. El Emisor puede ser segmentado por producto de tarjetas, por regiones geográficas, por rangos transaccionales del tarjetahabiente, por límites crediticios, por utilización de límites, por hábitos de consumo del tarjetahabiente (si es información disponible), por campañas promocionales, por cosechas de adquisición de cuentas, etc. CardProfit puede ser usado para modelar una segmentación dada y obtener perfiles comparativos y diferenciados de sus segmentos para mejorar rendimiento y rentabilidad. Por ejemplo, sabremos a través de indicadores unitarios como un producto clásico A está rindiendo en comparación con otro producto clásico similar B.

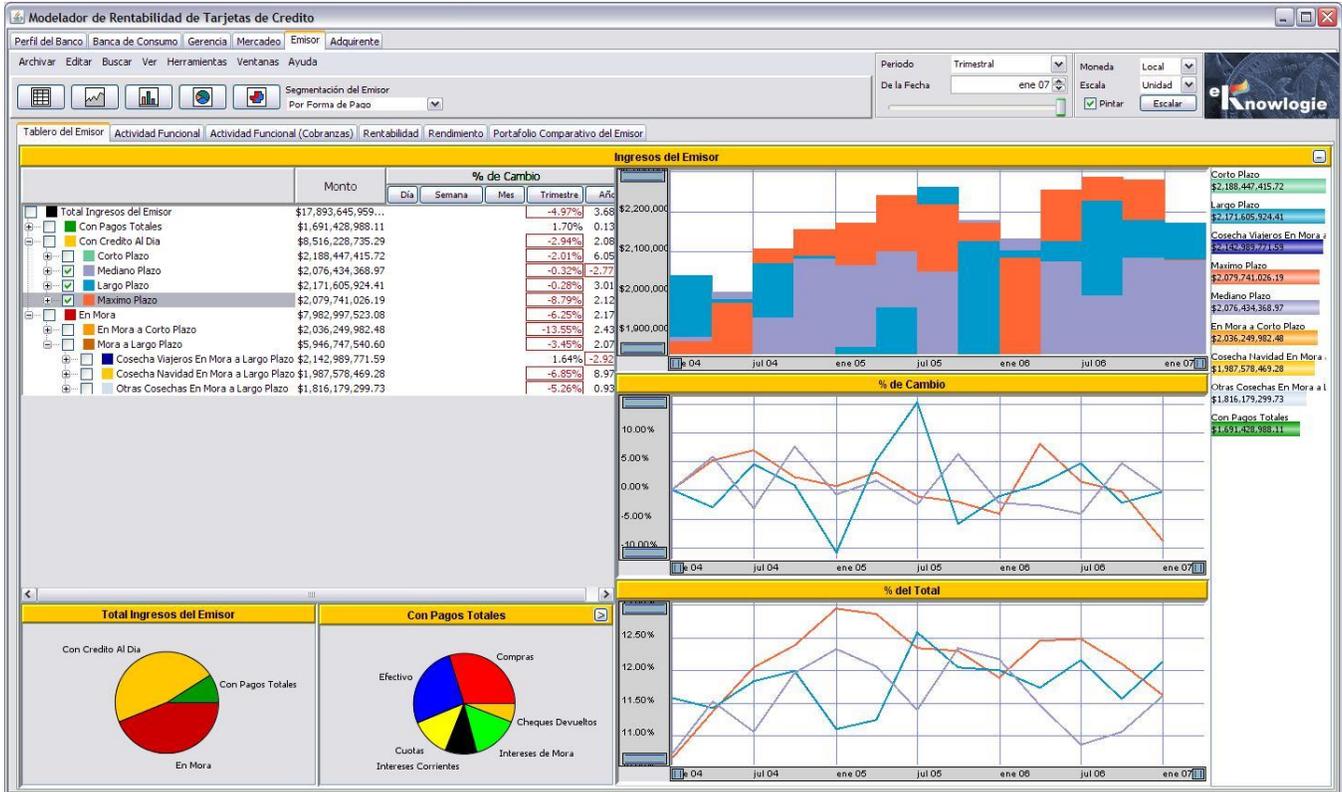
Adicionalmente podemos cruzar esas segmentaciones y obtener información más diferenciada para aumentar aún más la rentabilidad. Por ejemplo, si cruzamos productos con regiones geográficas y con rangos transaccionales del tarjetahabiente, podremos descubrir "que los tarjetahabientes transactores altos del producto Visa Oro en la región geográfica A están superando a los transactores altos del mismo producto en otra región socio-económicamente comparable". Segmentaciones cruzadas nos permiten diferenciar a tarjetahabientes en mora de acuerdo a la cosecha de mercadeo a la que pertenecen, o bien, que porcentaje de los tarjetahabientes viajeros pagan sus balances en su totalidad, o a plazos, o entran en mora, y subdividir aún más estos sub-segmentos por región geográfica, etc. El ejemplo a la derecha muestra algunas segmentaciones del Emisor. Sólo la segmentación por marca de tarjetas es requerida para el Emisor. Otras son opcionales y definidas al gusto del banco cliente.



El siguiente ejemplo muestra el portafolio comparativo del Emisor para la segmentación de Consumo. Nótese como el segmento de los tarjetahabientes deportistas está cruzado por regiones geográficas, y el segmento de los tarjetahabientes viajeros está cruzado por sus hábitos de formas de pago.

Portafolio Comparativo del Emisor Por Consumo					
	Utilidad	Ingresos	Facturación	Cartera	Costos
Consumo Basico	48.96%	41.98%	21.16%	19.27%	19.20%
Clientes Supermercados	12.56%	10.77%	4.66%	4.42%	4.41%
Consumidores Servicios Publicos	10.75%	9.21%	6.21%	6.87%	4.70%
Pacientes Medicos	13.23%	11.34%	4.52%	5.53%	3.37%
Clientes Profesionales	12.43%	10.65%	5.77%	1.46%	5.71%
Consumo de Lujo	45.16%	38.72%	22.95%	22.42%	20.82%
Compradores Autos	12.01%	10.29%	5.73%	6.79%	5.29%
Compradores Alta Moda	12.39%	10.62%	5.81%	8.47%	6.65%
Remodelaciones	9.26%	7.94%	4.03%	2.11%	3.73%
Decoraciones	11.50%	9.86%	7.39%	5.04%	5.15%
Hobbyistas	20.76%	20.67%	20.58%	29.44%	33.92%
Electronicos	11.49%	9.85%	4.88%	4.60%	7.34%
Deportistas	48.62%	41.68%	20.50%	23.24%	21.01%
Deportistas Pacifico	11.84%	10.15%	6.95%	5.09%	4.31%
Deportistas Norte	10.25%	8.79%	1.48%	7.12%	5.31%
Deportistas Centro	13.65%	13.70%	6.02%	4.45%	4.82%
Deportistas Atlantico	12.88%	11.04%	6.05%	5.57%	6.57%
Musicos	10.66%	9.14%	5.20%	1.60%	5.57%
Entretenimiento	45.12%	38.68%	19.42%	22.62%	20.18%
Viajeros	35.08%	30.07%	14.61%	15.34%	14.86%
Viajeros con Pagos Totales	13.04%	11.18%	6.68%	7.29%	4.82%
Viajeros con Credito al Dia	12.17%	10.43%	0.65%	1.45%	5.21%
Viajeros en Mora	9.87%	8.46%	7.27%	6.60%	4.82%
Restauranteros	10.04%	8.61%	4.81%	7.28%	5.33%
Billeteros	11.55%	9.90%	5.89%	6.25%	5.88%

El siguiente ejemplo muestra los Ingresos del Emisor para la segmentación de Formas de Pago. Nótese como el segmento de los tarjetahabientes en mora a largo plazo está cruzado por las cosechas de campañas publicitarias. Esto permite analizar la efectividad de cada campaña en seleccionar nuevos tarjetahabientes con poca incidencia a la mora.



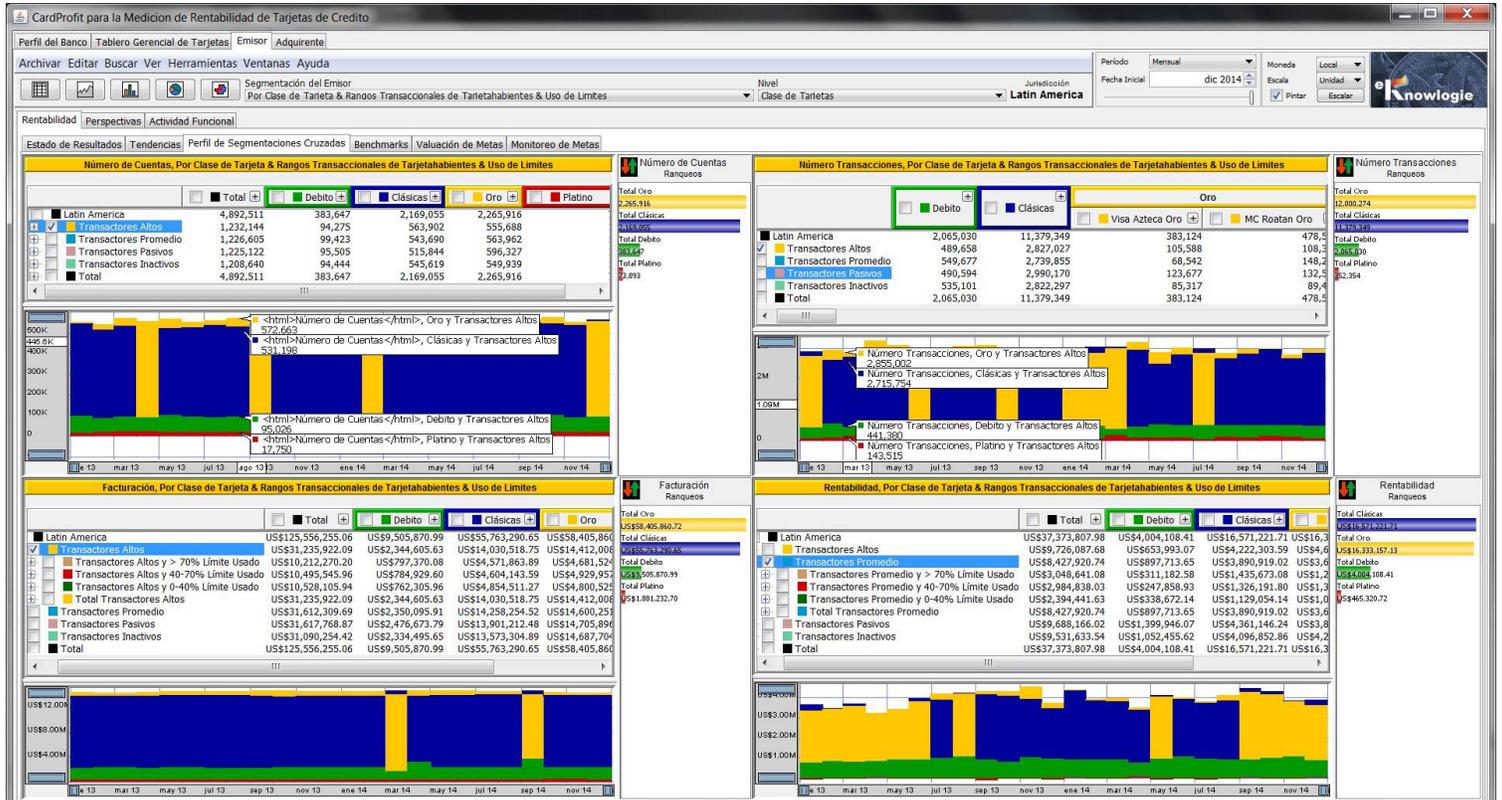
El siguiente ejemplo muestra los Ingresos del Emisor, para la segmentación de cosechas, usando la jerarquía que las clasifica por tipo de campaña promocional.



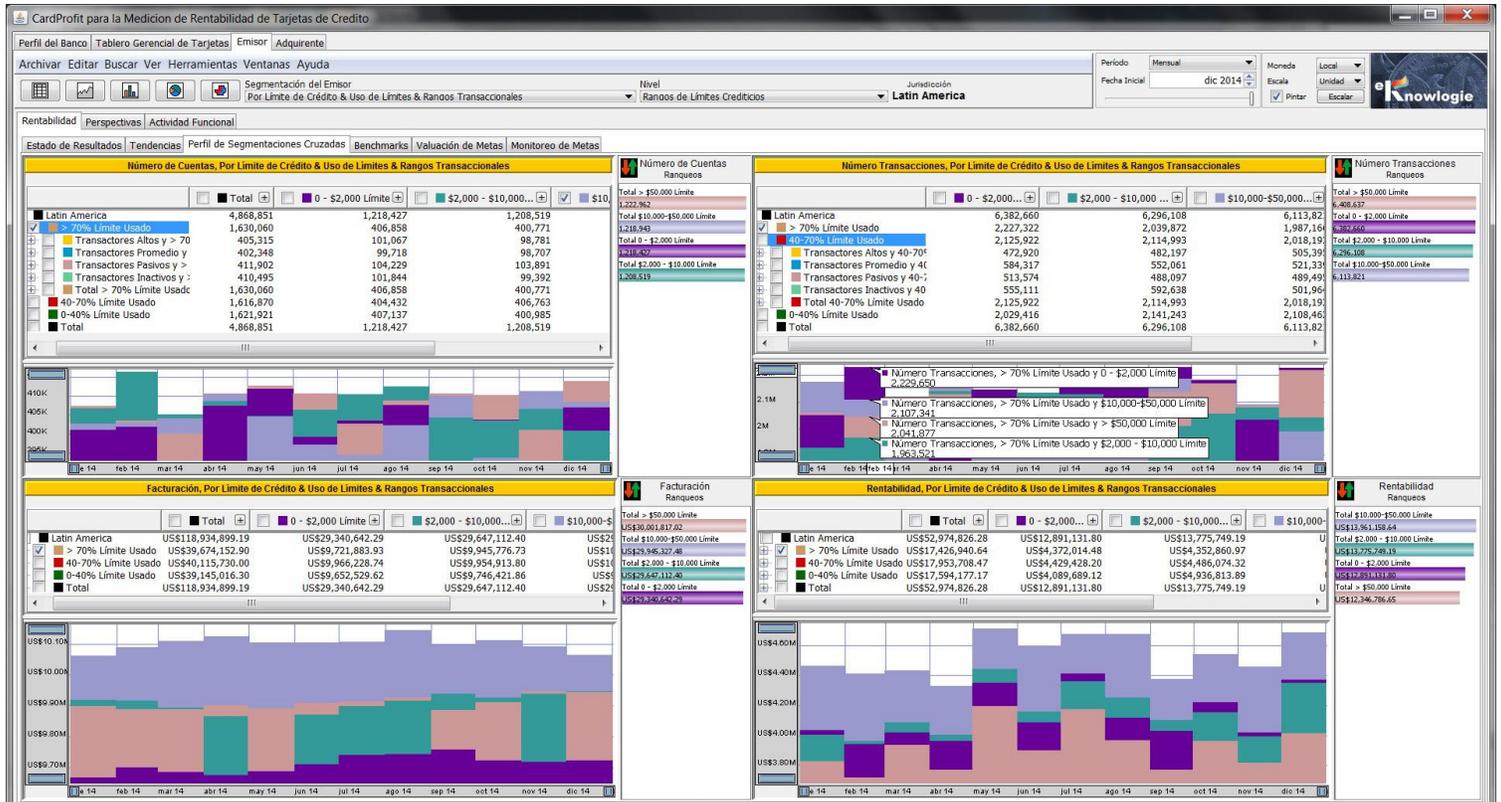
## Intersección o Cruzamiento de Tarjetas por Tipo con Tarjetahabientes por Frecuencia Transaccional

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.

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.



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. El panel a continuación muestra la intersección o cruzamiento de tres segmentaciones, por límite crediticio o cupo, por uso de límites crediticios, y por rangos transaccionales de tarjetahabientes.



Las intersecciones o cruzamientos mostrados anteriormente son diseñados y configurados por el usuario interactivamente usando el panel a continuación. Este panel le permite al usuario cruzar o intersectar cualquier número de segmentaciones, en cualquier orden, y especificar los niveles y segmentos que serán visibles en cada segmentación.

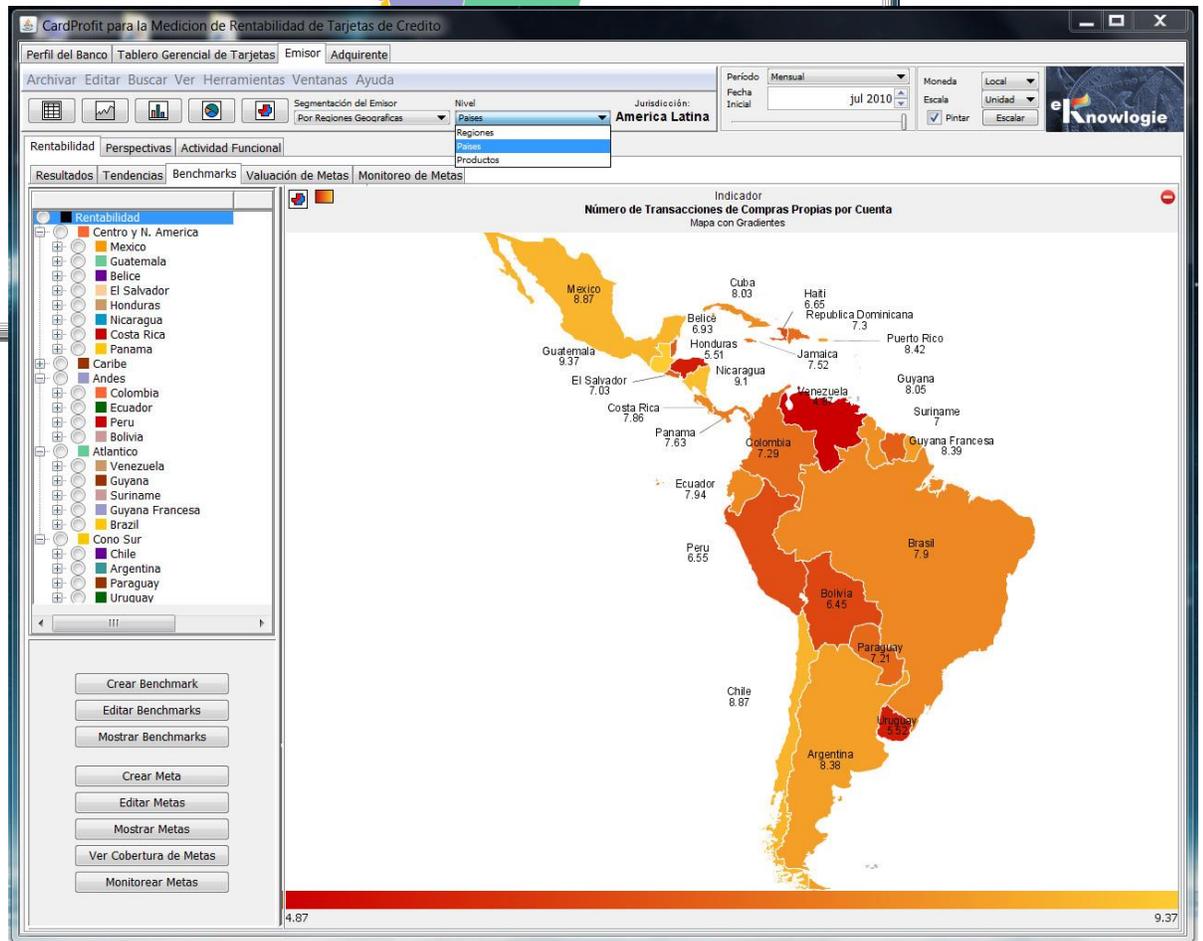
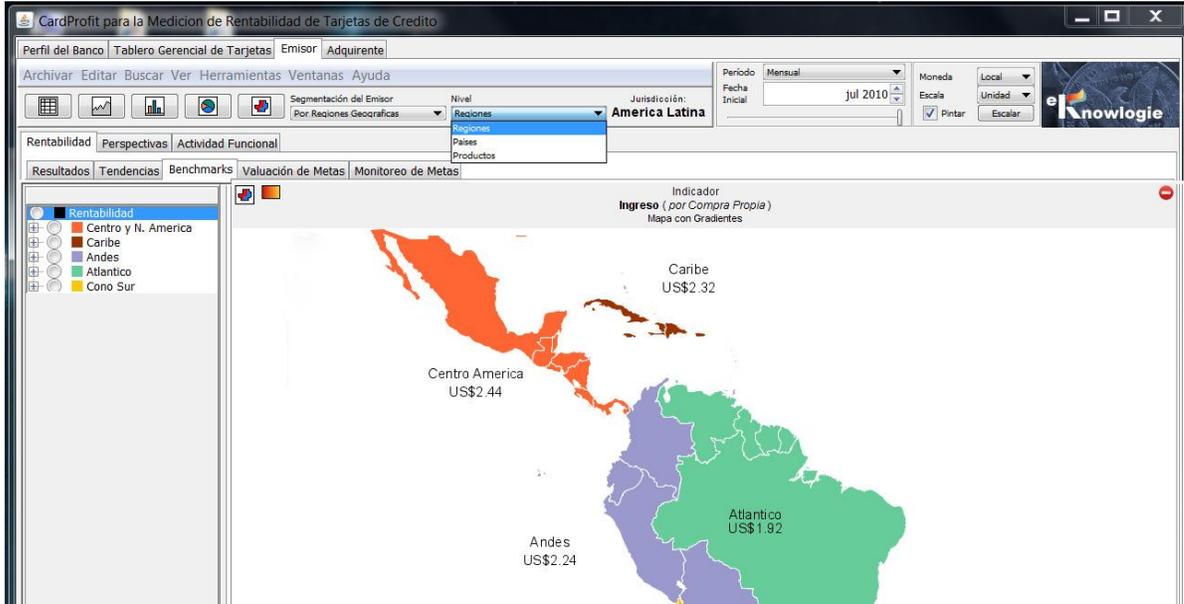
The 'Intersector de Jerarquías' dialog box is used for configuring hierarchical intersections. It contains several sections:

- Jerarquías de Intersección:** A list of available hierarchies for selection, including 'Por Marca', 'Por Límite Crediticio', 'Por Estrato Socio-Economico', 'Por Hábitos de Consumo', 'Por Forma de Pago', 'Por Cosechas Anuales', and 'Por Cosechas Promocionales'. Buttons for 'Agregar >>', 'Eliminar <<', 'Guardar', and 'Cancelar' are provided.
- Escoja Jerarquías a Intersectar:** A list of selected hierarchies to be intersected.
- Nueva Jerarquía de Intersección:** A section for defining a new intersection hierarchy, with a text input field for 'Nombre:' containing 'Clase Tarjeta & R'.
- Nivel Jerárquico Más Bajo Includido:** Radio buttons for selecting the lowest hierarchical level to include: 'Regiones', 'Países', and 'Productos'.
- Segmentos Incluidos Por Geografía:** A tree view showing geographical segments. Under 'Latin America', 'Centro y N. America' and 'Caribe' are checked. Other segments like 'Andes', 'Atlántico', 'Venezuela', and 'Brazil' are unchecked.

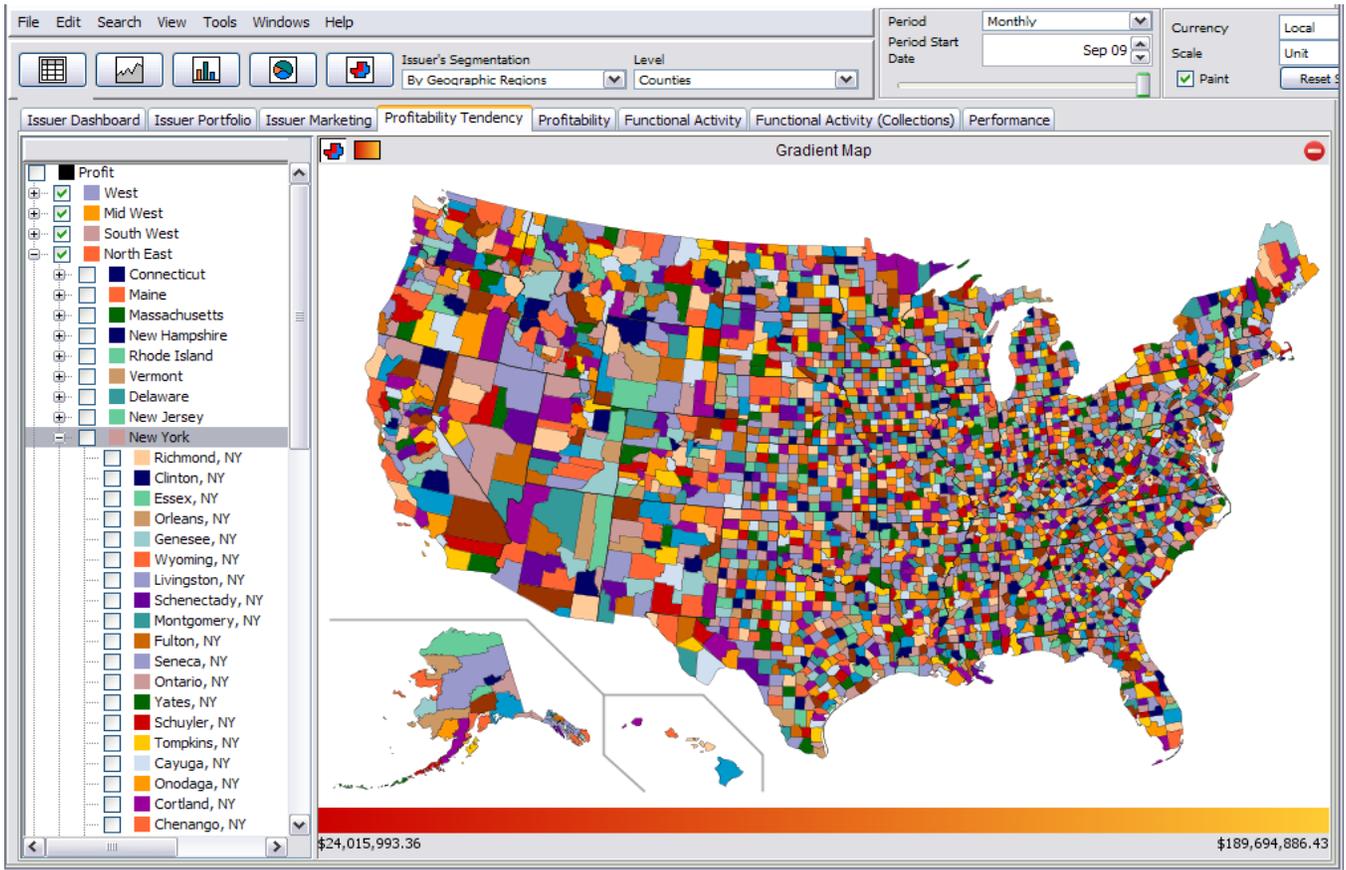
A 'Cerrar' button is located at the bottom of the dialog.

## 1.6 Visualización Geográfica

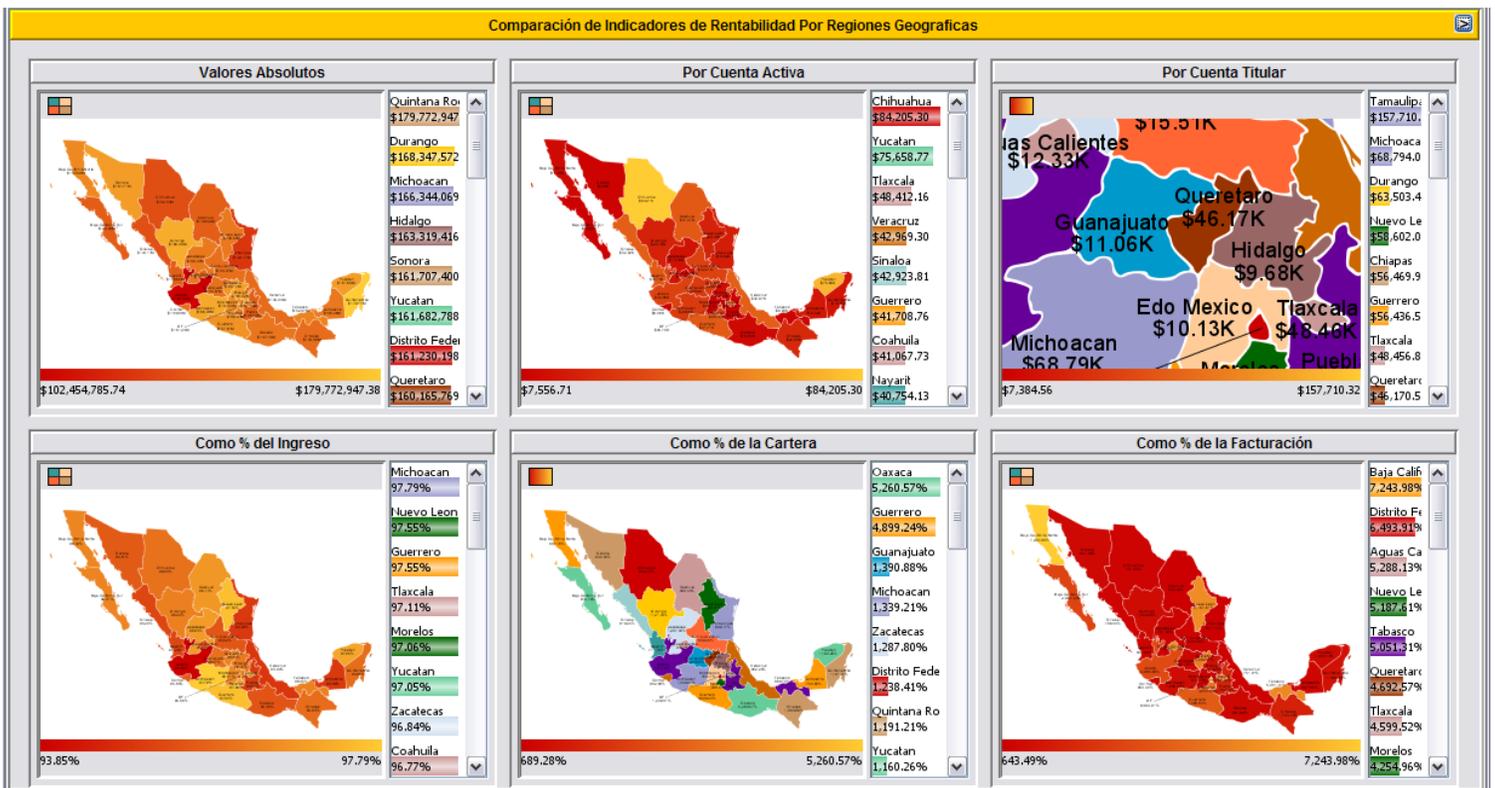
Los ejemplos a continuación muestran mapas escalables desplegando indicadores de rentabilidad segmentados geográficamente, donde el rendimiento es visualizado en una escala cromática de rojo (menor rendimiento) a amarillo (mayor rendimiento). A como se muestra a continuación, segmentaciones geográficas pueden ser visualizadas a diferentes niveles jerárquicos de detalle.



Además de colores gradientes de rendimiento, mapas pueden también ser usados para mostrar otras codificaciones de colores.



Rentabilidad puede ser medida a través de una gama de indicadores a como lo muestra el arreglo de mapas en el siguiente ejemplo.



## 1.7 Actividad Funcional del Emisor

El ejemplo a continuación muestra en detalle los indicadores de la actividad funcional del Emisor jerarquizados de acuerdo a la segmentación de mercado por marcas de tarjetas. Observe la ventana "pop-up" de ayuda que explica la categoría de "Cobranzas y Sobregiros". Estas ventanas "pop-up" de ayuda existen no sólo para explicar el funcionamiento de CardProfit, sino que también para describir cada uno de los más de 1,100 indicadores del negocio de tarjetas.

Modelador de Rentabilidad de Tarjetas de Credito

Perfil del Banco: Banca de Consumo, Gerencia, Mercadeo, Emisor, Adquirente

Periodo: Semanal, De la Fecha: 11, 18 mar 07, Moneda: Local, Escala: Unidad, Pintar: [X]

Segmentación de Mercado: Por Marca de Tarjetas

Tabla del Emisor: Actividad Funcional, Actividad Funcional (Cobranzas), Rentabilidad, Rendimiento, Portafolio Comparativo del Emisor

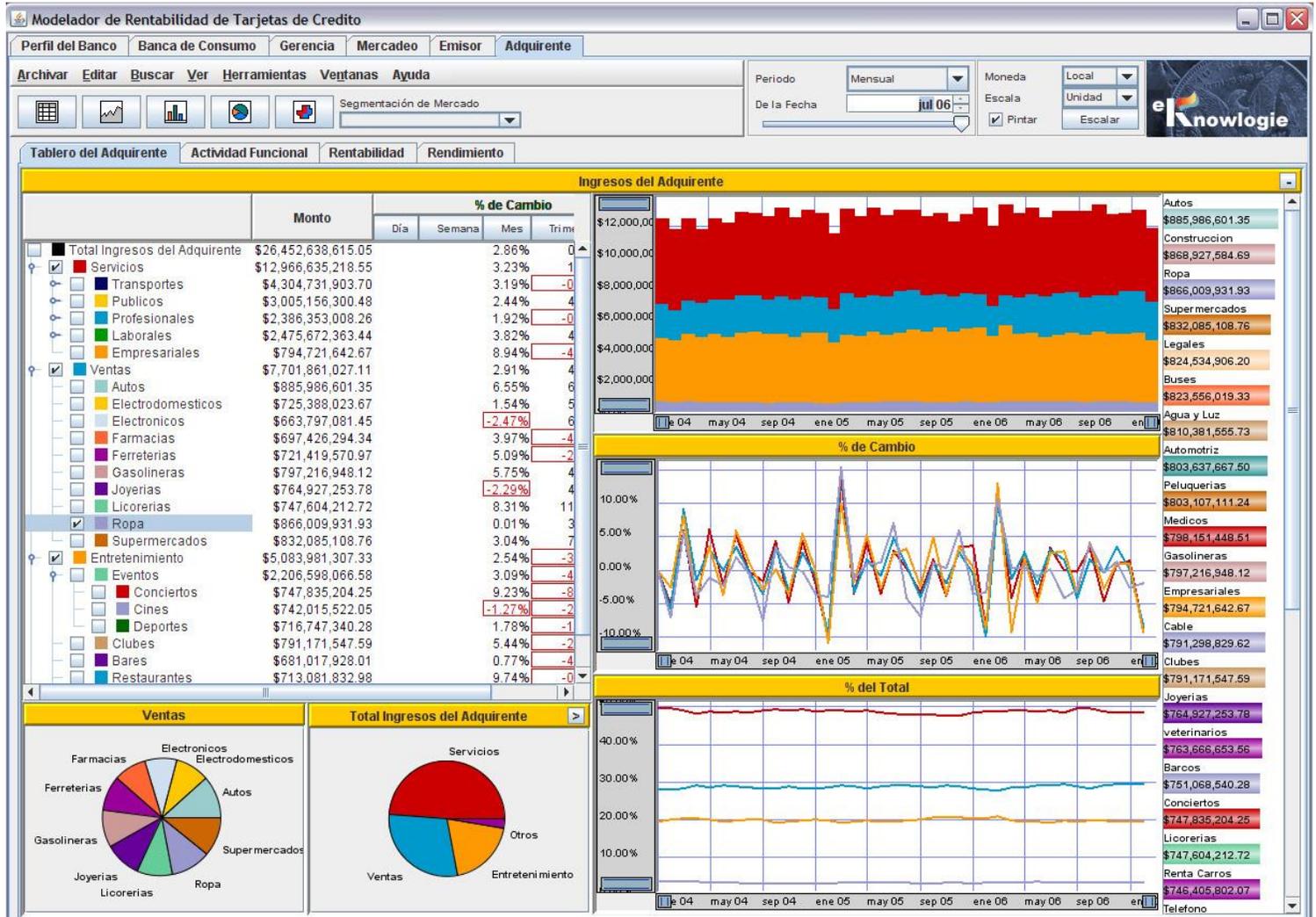
Actividad Funcional del Emisor

	Total	Total Visa	Visa Clasica	Visa Oro	Visa Platino	MasterCard	Ame
<b>Actividad Funcional</b>							
1. Captación de Cuentas Nuevas	402,951	126,785	35,289	59,166	32,330	57,478	
2. Procesamiento de Crédito	109,768	41,980	17,152	7,425	17,403	30,266	
3. Emisión de Plásticos	436,683	147,578	49,539	63,050	34,989	85,842	
Número Total de Tarjetas Grabadas	436,683	147,578	49,539	63,050	34,989	85,842	
Número de Tarjetas Nuevas Grabadas (incluye tarjet	62,665	23,577	8,438	15,110	29	22,300	
Número de Tarjetas de Renovaciones Grabadas	107,743	19,890	10,798	7,844	1,248	21,997	
Número de Tarjetas de Reemplazos Grabadas	104,442	48,375	16,016	14,799	17,560	20,734	
Número de Grabaciones Urgentes	90,263	32,754	9,848	9,833	13,073	16,139	
Número de Plásticos Rechazados (Mala Calidad)	71,570	22,982	4,439	15,464	3,079	4,672	
4. Procesamiento de Transacciones	\$458,653,951.90	\$163,553,616.13	\$53,987,890.05	\$46,141,501.23	\$63,424,224.84	\$68,838,223.73	\$22,325,371.78
Intercambio Entrante	\$458,653,951.90	\$163,553,616.13	\$53,987,890.05	\$46,141,501.23	\$63,424,224.84	\$68,838,223.73	\$22,325,371.78
Notas de Consumo Entrante	\$435,788,675.87	\$144,942,922.75	\$46,342,665.97	\$47,333,158.01	\$51,267,098.76	\$95,126,793.90	\$19,347,882.72
Notas de Crédito Entrante	\$425,225,537.14	\$137,052,561.45	\$41,422,633.11	\$46,892,381.74	\$48,737,546.61	\$108,794,912.65	\$17,325,371.78
Disposiciones de Efectivo Entrante	\$448,090,813.18	\$155,663,254.83	\$49,067,857.19	\$45,700,724.96	\$60,894,672.69	\$82,506,342.48	\$20,734,788.72
Disposiciones de Efectivo Entrante Propio	\$156,045,661.46	\$57,007,463.75	\$16,531,711.57	\$18,596,375.90	\$21,879,376.28	\$27,325,371.78	\$7,425,116.57
Disposiciones de Efectivo Entrante Nacional	\$145,017,526.96	\$44,725,770.72	\$14,550,877.41	\$12,238,614.91	\$17,936,278.40	\$26,118,458.01	\$7,425,116.57
Disposiciones de Efectivo Entrante Internacio	\$147,027,624.76	\$53,930,020.36	\$17,985,268.21	\$14,865,734.15	\$21,079,018.00	\$29,062,512.68	\$6,809,265.21
Monto	\$147,027,624.76	\$53,930,020.36	\$17,985,268.21	\$14,865,734.15	\$21,079,018.00	\$29,062,512.68	\$6,809,265.21
Monto Promedio	\$115.01	\$198.02	\$171.68	\$146.16	\$319.97	\$80.96	\$115.01
Número	1,278,361	272,346	104,760	101,707	65,879	358,954	1,278,361
Disposiciones de Efectivo Entrante Total	\$448,090,813.18	\$155,663,254.83	\$49,067,857.19	\$45,700,724.96	\$60,894,672.69	\$82,506,342.48	\$20,734,788.72
Total Intercambio Entrante Procesado	\$1,309,105,020.00	\$437,658,739.03	\$136,833,156.27	\$139,926,264.71	\$160,899,318.06	\$286,428,049.02	\$58,838,223.73
Total Operaciones Netas Entrantes	\$458,653,951.90	\$163,553,616.13	\$53,987,890.05	\$46,141,501.23	\$63,424,224.84	\$68,838,223.73	\$22,325,371.78
Autorizaciones al Tarjetahabiente	\$736,207,437.67	\$243,491,857.30	\$89,861,768.47	\$77,187,281.15	\$76,442,807.68	\$170,643,337.95	\$32,542,084.19
5. Facturación al Tarjetahabiente	\$893,454,851.86	\$299,223,187.82	\$102,103,204.63	\$98,931,230.13	\$98,188,753.06	\$197,347,788.72	\$39,347,788.72
6. Procesamiento de Pagos	\$736,228,738.70	\$220,866,668.98	\$65,355,098.19	\$76,055,747.30	\$79,455,823.50	\$181,361,257.89	\$33,542,084.19
7. Servicio al Tarjetahabiente	1,432,245	457,462	79,997	149,348	228,117	419,006	1,432,245
8. Promoción y Retención	\$537,163,875.34	\$193,633,535.32	\$65,310,063.68	\$63,093,977.71	\$65,229,493.93	\$128,169,756.97	\$21,325,371.78
9. Cobranzas y Sobregiros	\$279,895,748.61	\$97,564,096.25	\$35,379,348.74	\$29,642,663.33	\$32,542,084.19	\$59,973,740.27	\$12,325,371.78
10. Investigación de Fraudes	\$148,881,812.42	\$44,106,652.12	\$17,304,339.21	\$5,644,721.34	\$21,157,591.58	\$34,645,586.81	\$7,425,116.57
11. Administración			5,140	16,012	2,852	17,236	

**9. Cobranzas y Sobregiros**  
 Esta función consiste principalmente en el cobro de los saldos correspondientes a las cuentas morosas hasta antes de registrarse como pérdidas, el análisis de cuentas que han excedido sus límites, y el seguimiento por uso excesivo con posibilidades de fraude. La conducta de cuentas con respecto a cobranzas y sobregiro, son presentadas por el Modelador en dos formas, por periodos de calendario de atraso, y por etapas de envejecimiento tales como vigencia, morosidad, bloqueo e incobrabilidad.

## 2 Adquirente

Toda la funcionalidad de CardProfit mostrada para el Emisor, se aplica también para el Adquirente. El ejemplo a continuación muestra la página de estudio de los ingresos del Adquirente, usando un período mensual. Nótese que todas las categorías de comercios aparecen ranqueadas con respecto al ingreso del período seleccionado en ese momento.



El ejemplo a continuación muestra la actividad funcional y operativa del negocio como Adquirente para cada categoría de comercios.

Modelador de Rentabilidad de Tarjetas de Credito

Perfil del Banco: Banca de Consumo | Gerencia | Mercadeo | Emisor | Adquirente

Período: Mensual | Moneda: Local | De la Fecha: jul 06 | Escala: Escalar | Pintar

Actividad Funcional del Adquirente

Actividad Funcional	Total	Servicios	Ventas	Total Entretenimiento	Eventos
Actividad Funcional					
Procesamiento de Transacciones	\$13,545,335,221.84	\$6,540,392,421.15	\$3,803,980,745.19	\$2,857,935,997.09	\$1,125,259,922.94
Intercambio Saliente	\$13,545,335,221.84	\$6,540,392,421.15	\$3,803,980,745.19	\$2,857,935,997.09	\$1,125,259,922.94
Validación y Captura de Datos	\$9,606,205,294.38	\$4,557,924,622.13	\$2,864,820,978.41	\$1,910,658,457.50	\$895,247,688.19
Comprobantes de Venta Procesados en Línea	\$2,465,667,781.66	\$1,111,377,761.23	\$759,284,886.04	\$532,383,561.76	\$220,029,364.84
Comprobantes de Venta Procesados Manual	\$2,402,990,406.22	\$1,124,363,894.95	\$744,105,244.86	\$452,870,188.47	\$216,802,610.85
Total de Comprobantes de Venta Procesados	\$4,868,658,187.89	\$2,235,741,656.18	\$1,503,390,130.89	\$985,253,750.23	\$436,831,975.69
Notas de Crédito Procesadas	\$2,364,397,232.05	\$1,129,865,828.44	\$731,061,969.27	\$443,244,739.51	\$233,780,519.50
Disposiciones de Efectivo Procesados por Comercios	\$2,373,149,874.44	\$1,192,317,137.51	\$630,368,878.24	\$482,159,967.76	\$224,635,193.01
Total Transacciones Procesadas por Comercios	\$9,606,205,294.38	\$4,557,924,622.13	\$2,864,820,978.41	\$1,910,658,457.50	\$895,247,688.19
Disposiciones de Efectivo Procesados por ATM y Sucursal	\$2,419,799,407.41	\$1,266,846,860.63	\$593,703,435.72	\$505,347,746.02	\$190,548,197.97
Autorizaciones al Comercio	\$21,443,919,066.59	\$10,187,110,322.82	\$6,265,035,220.01	\$4,448,800,831.38	\$1,772,747,246.79
Afiliación y Servicio al Comercio	4,073,011	1,648,399	1,406,252	943,499	445,253
Afiliación de Comercios	4,073,011	1,648,399	1,406,252	943,499	445,253
Número de Comercios Afiliados	4,395,686	2,059,498	1,207,271	924,212	417,936
Número Promedio de Comercios Afiliados	4,476,268	2,147,603	1,269,920	919,175	417,635
Número de Comercios Activos	4,073,011	1,648,399	1,406,252	943,499	445,253
Número Promedio de Comercios Activos	4,469,246	2,055,820	1,351,695	954,834	439,976
Número de Boletines Informativos al Comercio	19,209,896	9,294,189	5,584,620	3,913,320	1,470,315
Número de Equipos de Puntos de Venta	4,678,124	2,163,227	1,269,082	1,171,980	548,672
Número Promedio de Equipos de Puntos de Venta	4,344,893	2,070,383	1,189,759	943,685	431,131
Número de ATM's	4,567,308	1,898,956	1,469,832	973,515	285,021
Número Promedio de ATM's	4,439,461	2,103,955	1,232,550	947,547	414,095
Servicio al Comercio	\$7,213,359,703.18	\$3,548,625,759.03	\$2,015,689,062.14	\$1,436,356,541.31	\$647,851,107.83
Comprobantes de Venta Recuperados	\$7,615,621,988.08	\$3,786,454,161.00	\$2,137,152,141.15	\$1,430,211,621.19	\$620,090,685.82
Contracargos Salientes	\$7,213,359,703.18	\$3,548,625,759.03	\$2,015,689,062.14	\$1,436,356,541.31	\$647,851,107.83
Representaciones Salientes	\$7,097,840,974.16	\$3,532,651,908.02	\$2,025,887,032.23	\$1,312,976,839.32	\$526,038,256.37
Monto de Pérdidas por Contracargos	\$2,327,076,606.05	\$1,156,638,669.12	\$645,292,655.07	\$457,349,993.31	\$173,589,519.76
Monto de Pérdidas por Procesamiento	\$2,554,591,453.68	\$1,255,389,901.34	\$737,707,449.39	\$494,597,240.78	\$206,653,776.11
Número de Solicitudes de Copias de Comprobantes	20,780,929	9,993,494	6,420,720	3,806,240	1,674,166
Administración de Riesgos del Adquirente	\$4,890,200,302.07	\$2,373,589,692.65	\$1,356,553,057.77	\$989,102,606.38	\$453,438,701.92
Número de Tarjetas Confiscadas por el Comercio	1,483,550	749,414	394,500	305,675	134,129
Casos de Fraude de Comercios	\$2,417,118,071.46	\$1,199,807,312.52	\$618,559,307.78	\$532,494,767.22	\$239,493,843.33
Recuperaciones por Fraude de Comercios	\$2,418,927,100.42	\$1,133,475,185.68	\$676,496,108.90	\$517,871,628.83	\$221,722,562.71
Monto	\$531.47	\$545.45	\$467.97	\$621.92	\$735.71
Número	20,220,746	9,260,602	6,650,211	2,874,127	1,509,114

### 3 Emisor y Adquirente Combinados

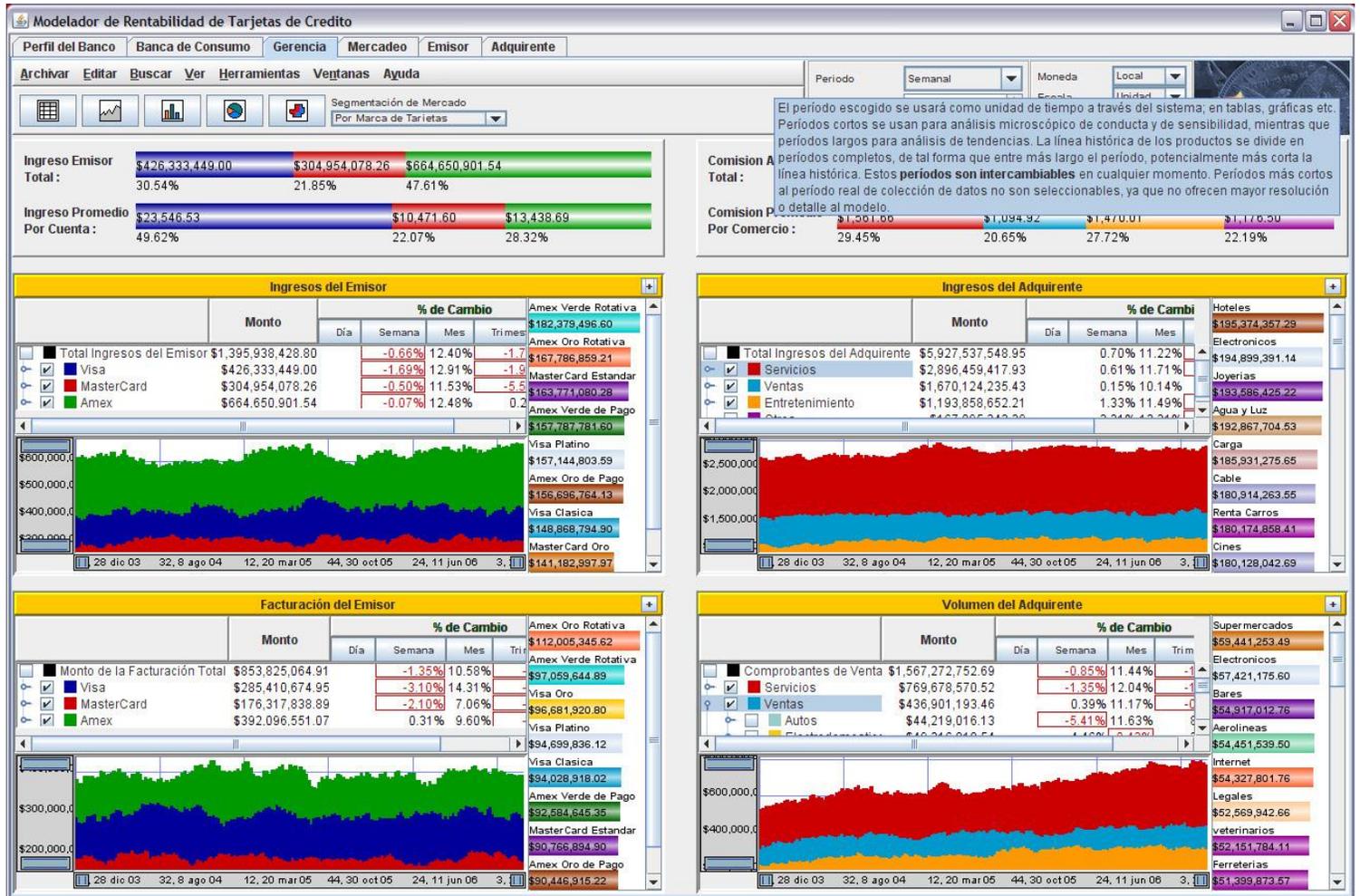
Con respecto a los negocios de Emisor y Adquirente, CardProfit puede opcionalmente manejar hasta más de 1,100 diferentes variables primarias específicas a dichos negocios. CardProfit se puede configurar inicialmente y de forma muy efectiva con 25 variables para cada línea de negocios, y ser extendido gradualmente después, para así producir el beneficio agregado de mediciones adicionales. CardProfit produce indicadores de rentabilidad y rendimiento por producto o por cualquiera de los otros segmentos del mercado diseñados por el banco, así como indicadores operacionales de gastos naturales y rendimiento específicos a las áreas funcionales del negocio como Emisor y Adquirente.

Cualquier variable o indicador unitario en el modelo puede ser visualizado históricamente y a través de períodos de cualquier duración.. CardProfit opera para cualquier moneda y formato de cifras del mundo, y aunque inicialmente configurado en español, inglés y portugués, puede ser fácilmente configurado para otros idiomas. eKnowlogie basó sus modelos de rentabilidad de Emisor y Adquirente en las metodologías desarrolladas por *Global Payments*, la compañía de asesoramiento a la banca con enfoque exclusivo en la rentabilidad de tarjetas de crédito de mayor presencia en Latinoamérica.

El siguiente tablero muestra la tendencia de rentabilidad combinada para el negocio de Emisor y Adquirente. Los indicadores en la gráfica de burbujas han sido normalizados, lo cual permite la comparación de segmentos heterogeneos de ambas líneas de Emisor y Adquirente. Nótese que los valores en todos estos ejemplos han sido generados aleatoriamente y por tanto no necesariamente reflejan valores realistas.



El ejemplo a continuación muestra un tablero gerencial combinado para los negocios de Emisor y Adquirente. Cada mini-panel puede ser maximizado para visualizarlo en más detalle y con instrumentación adicional. Nótese una de las muchas ventanitas de ayuda, que en este caso describe el uso de los períodos de tiempo a través del sistema.



#### 4 Entorno de Ejecución del Cliente

La arquitectura de Servidor de CardProfit es altamente escalable y esta diseñada para correr en la nube en servidores elásticos con capacidad masiva de almacenamiento y procesamiento. La aplicación Cliente de CardProfit corre en laptops con Windows 7, 8 o 10 de 64 bits. CardProfit hace uso de multiprocesadores para la ejecución en paralelo de cálculos intensivos.

