

EMPRESAS DE APOYO AL GIRO



REDBANC S.A.

Redbanc finalizó el período con muy buenos resultados, con un volumen de 231,6 millones de transacciones en el año, que representan crecimientos anuales en sus transacciones de ATM, débito y recaudaciones, de 15,2%, 35,1% y 67,1%, respectivamente.

Asimismo, en 2003 atendió la operación de 4,12 millones de tarjetas de acceso y 2,11 millones de tarjetas de crédito, que representan un incremento de 5,9% y 11,6%, respectivamente, en relación al año anterior.

A diciembre, Redbanc está presente en 149 localidades en todo el país con una red de 2.877 cajeros automáticos, ampliando su cobertura territorial y de equipos en un 5,7% y 3,4%, respectivamente, en relación a diciembre de 2002. Como consecuencia de una permanente preocupación por la calidad de servicio, durante 2003 se estableció la interconexión con la red de cajeros automáticos de Banco Estado, con lo cual la cobertura efectiva de atención al finalizar el

año es de 3.701 cajeros automáticos distribuidos en 217 localidades.

Los resultados obtenidos responden a una gestión basada en dos pilares estratégicos fundamentales: la actualización de la plataforma tecnológica y la incorporación de nuevas instituciones a los servicios que presta la empresa. Asimismo, estos resultados son consecuencia también de la implementación de acciones dirigidas al cumplimiento de objetivos específicos en los ámbitos de tiempos de operación, automatización y seguridad, y al seguimiento y mejora permanente de diversos indicadores de calidad de servicio como Downtime, transacciones rechazadas, tiempos promedios de instalación y reparación de enlaces y otros, todo lo cual ha permitido obtener una satisfactoria evaluación de los Bancos operadores y sus clientes, con calificaciones de 3,6 (escala 1 a 4) en el caso de los Bancos y 6,1 (escala 1 a 7) en opinión de sus clientes.

TRANSBANK S.A.

La sociedad alcanzó en 2003 un volumen de operación de 44,6 millones de transacciones con tarjetas de crédito por un monto de UF 77 millones, y de 35,5 millones de transacciones con tarjetas de débito, indicadores que representan un crecimiento anual de 13% y 38%, respectivamente.

La gestión comercial se focalizó en la captación de nuevos clientes y en el fortalecimiento de la relación comercial con los establecimientos adheridos, obteniendo como resultados la incorporación de más de 8.000 nuevos establecimientos, para

finalizar el año con una red de 65.000 locales adheridos al sistema de aceptación de tarjetas bancarias y la implementación de más de 250 programas promocionales tanto globales como individuales.

Durante el año 2003 el producto "Cuotas Comercio" fortaleció su posicionamiento en los establecimientos y el producto "Contado tres cuotas sin intereses" registró un crecimiento de 50% respecto al período anterior, alcanzando una participación de 20% del total de las compras con tarjetas de crédito nacionales.

SERVIPAG LIMITADA

Servipag finalizó 2003 con un volumen de operaciones de 26 millones de transacciones en el año, que representa un incremento de 10,2% respecto al período anterior, y una red de 220 puntos de atención a lo largo de todo el país. En 2003, la continuidad de su plan de expansión aumentó su cobertura en 20 nuevos puntos de atención a clientes, terminando el año con 45 centros de recaudación y pagos y 175 cajas auxiliares.

Los servicios para sus bancos socios registraron nuevamente un sostenido crecimiento. En efecto, las 3,5 millones de transacciones de cambio de cheques y las 2,7 millones de transacciones de recepción de depósitos, atendidas en 2003 para ambos bancos, representan un incremento anual de 28,1% y 27,4%, respectivamente.

En el ámbito del desarrollo de nuevos productos y oportunidades de negocios, destacan el crecimiento de 180% en el volumen de pagos de servicios básicos y el crecimiento de 75% en el volumen de pagos de permisos de circulación y servicios de recaudación del estado, determinantes de un incremento global de 50% anual en el producto "Recaudación".

Finalmente, cabe destacar la ubicación de Transbank en el cuadro de honor de las 25 mejores empresas para trabajar, reconocimiento otorgado con el premio "Great place to work".

La aplicación de los planes de desarrollo establecidos para el año ha determinado la expansión de su oferta y el inicio de operaciones de nuevos servicios, entre los cuales destacan como más relevantes: los servicios de pago del seguro de desempleo de la AFC, de avance en efectivo en tarjetas de crédito, de recarga en línea de minutos de telefonía móvil y recaudación en línea de cuentas de servicios de empresas de telefonía y de utilidad pública.

Asimismo, durante este año se ha consolidado el portal web de pago de cuentas www.servipag.com, a través del cual se canalizó un volumen de transacciones similar al de una sucursal promedio, atendiendo el pago de más de 40 servicios en línea incluyendo el pago de contribuciones de bienes raíces. Adicionalmente,

EMPRESAS DE APOYO AL GIRO



se suscribió un contrato que permitirá ampliar la cobertura incorporando como nuevo canal de recaudación a la red de agentes operadores de los sistemas transaccionales de juegos de azar y

se inició un programa de fidelización de clientes denominado "Cliente Total", que en su primer mes de puesta en marcha superó una meta de 100.000 clientes afiliados.

NEXUS S.A.

A diciembre de 2003 la compañía opera más del 51% de las tarjetas bancarias. Durante el año se procesaron más de 28 millones de transacciones, se embozaron 3,5 millones de tarjetas de débito, se embozaron más de un millón de tarjetas de crédito y se distribuyeron más de 12 millones de estados de cuenta con 15 millones de insertos físicos y 4,5 millones de insertos electrónicos.

La estrategia de apertura a nuevos clientes y mercados permitió obtener satisfactorios resultados durante este año, con la incorporación de un nuevo banco y su producto Mastercard, además de las dos primeras tarjetas cerradas.

La gestión de Nexus durante el año se orientó a obtener una mayor satisfacción de sus clientes y una mayor participación de mercado mediante

la expansión de los servicios e incorporación de mejoras en la operación de los productos tarjeta de crédito y tarjeta de débito. Entre lo más relevante, se desarrolló un sistema de administración de puntajes que permite manejar múltiples programas de fidelización; se optimizó la distribución de estados de cuenta mediante el servicio de actualización de direcciones y el control de cartero en ruta; el sistema de prevención de fraude crédito incorporó nuevos mecanismos para aumentar el nivel de detección del riesgo; se habilitó el sistema de autorizador nacional para otorgar un servicio integral de autorizaciones nacionales e internacionales y se inició un proyecto piloto para prevención de fraude de tarjetas de débito, en comercio y cajeros automáticos.

CCA S.A.

El Centro de Compensación Automatizado (CCA) finalizó el período con 13 bancos partícipes que representan en conjunto un 99,7%

de las cuentas corrientes del sistema financiero. Durante el año canalizó un volumen de 15,5 millones de transacciones, lo que representa un

crecimiento durante el año 2003 de un 27%.

En 2003 se observó un continuo desarrollo de las transacciones de débito multibanco, motivado por la incorporación de 166 nuevas empresas y el ingreso de dos nuevos bancos. Por otra parte, la sociedad Transbank –incorporada al CCA en 2001– contribuyó en el período con más de 540.000 transacciones de abonos a sus comercios

adheridos, por un total de \$ 1.107,4 millones.

En la gestión del año de la sociedad, cabe destacar la definición de un modelo transaccional de mandatos, la modernización de la plataforma de sistemas, la certificación de dos nuevos bancos como receptores y concentradores en transacciones de débito, la definición del modelo de transacciones mismo día y la certificación STI-Redbanc.

ETISA S.A.

La empresa de tarjetas inteligentes mantuvo durante el año una actividad centrada en la difusión, investigación y exploración de nuevos negocios para sus accionistas.

En este contexto, organizó la primera conferencia y encuentro de negocios sobre

tarjetas inteligentes realizada en Chile, en junio de 2003, que contó con la exposición de las empresas líderes a nivel mundial en esta tecnología y la asistencia de importantes representantes de empresas de diversos rubros, que constituyen el mercado potencial de ETISA.

PROMARKET S.A.

La fuerza de ventas de productos y servicios financieros para personas cumplió sus metas, concretando uno de los mayores desafíos del año.

Su éxito se sustenta en un equipo que constituye una de las mayores y mejores fuerzas de venta del sistema financiero, con ejecutivas con una gran experiencia en venta de servicios

a personas, que focalizan su orientación a la rentabilidad de los nuevos clientes y calidad en su atención. Otros factores que complementan lo anterior con similar importancia son el trabajo en equipo con las sucursales y las áreas de marketing, el plan de capacitación focalizada y constante de las ejecutivas de venta, y el acceso a herramientas de gestión claras y oportunas.