

COMPROMISO

Lo que nos une



BancoEstado en acción ante el terremoto



**Atención de calidad
y satisfacción de clientes**



Beneficios para los afectados págs. 4 y 5

ÍNDICE

- 3_ > **Editorial**
Pablo Piñera Echenique, Gerente General Ejecutivo BancoEstado.
- 4_ > **Beneficios para los afectados**
BancoEstado ofrece ayuda concreta a los afectados por el terremoto.
- 6_ > **Quién es Quién**
Carlos Badilla, ejecutivo BancoEstado Microem presas.
- 7_ > **La Columna**
Fernando León, gerente División Operaciones y Sistemas.
- 8_ > **La Entrevista**
Juan José Morales, director ejecutivo de Procalidad.
- 10_ > **Filiales**
Balance y desafíos de nuestras filiales.
- 12_ > **En el Mundo**
Lo que los australianos más valoran de sus bancos.
- 13_ > **Historia de Clientes**
Jorge Muñoz Catalán, cliente crédito universitario.
- 14_ > **+ BancoEstado**
Un mapa que nos muestra el camino.
- 16_ > **Tema Central**
Atención de calidad y satisfacción de clientes.
- 20_ > **Comprometidos**
Proyecto de Educación Financiera.
- 21_ > **BancoPaís**
Un siglo de contribución al desarrollo local.
- 22_ > **El Café**
- 24_ > **Sociales**
- 26_ > **Terremoto en Chile**
Poema de Pablo Neruda.
- 27_ > **En Sepia**
Anécdota centenaria.

DEL BLOG

A continuación algunos extractos de posteos seleccionados de nuestra blogósfera (www.mibancoestado.cl)

“Pharming: nuevo ciber robo”

Del blog de Contraloría Gestión Estratégica de Riesgos del Negocio (contraloriabancoestado.mibancoestado.cl)

La palabra "pharming", según Wikipedia, deriva del término inglés "farm". Una vez que el atacante ha conseguido acceso a un servidor DNS y tomado control de éste, es como si poseyera una "granja" donde puede hacer uso de los recursos que allí se encuentran. Cuando la víctima ingresa a una página -incluso tecleando con sus propios dedos la URL-, las DNS la llevarán a otro sitio, creado por un estafador. Como los antivirus no son suficientes, los expertos recomiendan instalar un firewall personal o utilizar software antimalware que combine sistemas de detección proactivos y reactivos.

Ver documento en: <http://contraloriabancoestado.mibancoestado.cl>

Mauricio Arias Quezada, auditor de Riesgo Financiero Sección I

“La Caperucita... Versión del Lobo”

Del blog del Equipo GDOP (equipogdop.mibancoestado.cl)

Ponernos en la óptica de los demás suele ser un buen ejercicio para ampliar nuestras posibilidades de acción y enriquecer las relaciones con los otros. Aquí tenemos al Lobo, contándonos su versión del cuento.

El bosque era mi hogar. Yo vivía allí y me gustaba mucho. Un día soleado, mientras estaba recogiendo las basuras dejadas por unos turistas, sentí pasos. Me escondí detrás de un árbol y vi venir a una niña vestida en una forma muy divertida: toda de rojo y su cabeza cubierta, como si no quisieran que la vean. Andaba feliz y comenzó a cortar las flores de nuestro bosque, sin pedir permiso a nadie; quizás ni se le ocurrió que estas flores no le pertenecían...

Ver documento en: <http://equipogdop.mibancoestado.cl>

Loreto Varas Bordeu, jefe de Gestión Organizacional.

Héctor Alvarado Fuentealba, de Procesos Internos de la oficina de Ancud, nos escribió para enviar una pregunta cuya respuesta investigamos a través de Manuel Cea, Director Museo del Ahorro.

“En la revista compromiso N° 28 de enero 2010, en la sección En Sepia aparece la sucursal de Punta Arenas que se abrió un 4 de febrero de 1924. Mi consulta es si saben ustedes la fecha en que abrió sus puertas el Banco en Ancud, Chiloé.”

Respuesta: Ancud abrió sus puertas al público el 2 de agosto de 1915. Pese a ser una de las oficinas más antiguas, la primera sucursal que se abrió en la Región de Los Lagos fue Calbuco. Posteriormente siguieron Puerto Montt, Puerto Varas, Maullín y la mencionada Ancud. Castro fue la última en ser inaugurada, el 3 de diciembre de 1917.



TÚ VOTAS TÚ REPORTEAS TÚ OPINAS

TU OPINIÓN NOS INTERESA.

Ingresa a compromiso.mibancoestado.cl y participa opinando, votando y reportando. O escríbenos al e-mail, revistacompromiso@bancoestado.cl, o al fax (2) 9705094.

Administradora General de Fondos (Fondos Mutuos)
Centro de Servicios S.A. (ServiEstado)
Contacto 24 Horas S.A. (Lota)
Corredores de Bolsa
Corredores de Seguros S.A.
Microempresas S.A.
Servicios de Cobranzas S.A. (Beco)
Promoción de Productos Bancarios S.A. (Probanc)
Servicios Transaccionales CajaVecina S.A.

Comité Editorial

Pablo Silva M.

Director Laboral

Victoria Martínez O.

Gerente General de Administración

Óscar González N.

Gerente de Planificación y Estudios

Cecilia Vergara F.

Gerente Gestión Comercial Personas

Isabel De Gregorio R.

Gerente de Comunicaciones



BancoEstado[®]



BancoEstado está siempre junto a los chilenos

En la madrugada del sábado 27 de febrero pasado, a eso de las 03:40 horas, los chilenos tuvimos un sorpresivo despertar. Nuestra tierra se remeció bruscamente a causa de un violento terremoto que tuvo su epicentro en la localidad de Cobquecura, en el límite de las regiones del Maule y del Biobío.

Los daños provocados por este movimiento, el más fuerte desde el ocurrido en Valdivia en 1960, son múltiples, provocando un importante número de víctimas fatales y damnificados, quienes necesitan de la ayuda de todos los chilenos para superar este momento. Son días de tristeza, pero también son días de acción.

Como institución, no nos quedamos de brazos cruzados e inmediatamente después de ocurrido el terremoto comenzamos a trabajar. Primero fuimos en ayuda de todos nuestros trabajadores que fueron víctimas de este sismo, para que sintieran nuestro apoyo, que supieran que no están solos y levantarlos anímicamente. También desde un comienzo, en estrecho contacto con los dirigentes sindicales, empezamos a idear fórmulas para cumplir con nuestros compatriotas que necesitan de nuestros servicios en esta situación de catástrofe. Nos coordinamos con la Superintendencia de Bancos y con los dirigentes del sindicato para buscar soluciones.

Visitamos sucursales de BancoEstado ubicadas en las zonas afectadas para verificar su estado y facilidad para atender a nuestros clientes, quienes probablemente necesiten realizar importantes trámites, como es el caso de los seguros comprometidos.

Gracias a este trabajo mancomunado, el lunes 1 de marzo, a horas del terremoto, en BancoEstado logramos que el 69% de nuestras sucursales abriera sus puertas y, además, habilitamos la cuenta corriente N° 4545 "Chile Ayuda a Chile" y "El mundo ayuda a Chile" para que las personas de todo el país y del extranjero puedan hacer sus donaciones.

Y para aliviar a nuestros clientes que viven en las zonas afectadas tomamos diferentes medidas para apoyarlos en estos momentos de dolor y necesidad. Algunas de ellas son postergar los pagos de créditos de consumo, tarjetas de crédito y créditos universitarios por 60 días y prorrogar los pagos de dividendos hipotecarios durante seis meses; y a todas las personas cuyas viviendas fueron afectadas, les facilitaremos la gestión de los seguros comprometidos.

Agradecemos a los trabajadores de BancoEstado que han puesto todo su compromiso para ser un apoyo fundamental para cada una de las personas y empresas –grandes, medianas o pequeñas– que confían en nuestros servicios. Nuestro equipo asumió de muy buena forma este nuevo desafío.

Es verdad que como país enfrentamos un momento complejo, pero éste es el instante para redoblar esfuerzos y continuar apoyando a los chilenos. En eso estamos y así seguiremos. Una vez más BancoEstado junto con Chile y los chilenos.

Pablo Piñera Echenique
Gerente General Ejecutivo
BancoEstado

Directora: Isabel De Gregorio Rebeco

Coordinador de Comunicaciones Internas: Roberto Palet A.

Secretaría: María José Balbontín

Distribución: BancoEstado

Colaborador: Manuel Cea, Director Museo del Ahorro.

Dirección: Alameda 1111, piso 8, Santiago.

Teléfono: (2) 9705093

Fax: (2) 9705094

e-mail: revistacompromiso@bancoestado.cl

Revista Compromiso es una publicación bimestral dirigida por la Gerencia de Comunicaciones de BancoEstado.

La gestión periodística, gráfica, diseño e impresión de la revista está a cargo de Extend Comunicaciones + Blink.
www.extend.cl • www.blink.cl

BancoEstado ofrece ayuda concreta a los afectados por el terremoto

Desde el lunes 1 de marzo, a 48 horas de haber ocurrido el movimiento telúrico, nuestro banco ofreció a todos sus clientes afectados por la catástrofe natural importantes beneficios que buscan que por este tiempo, se despreocupen de sus deudas y concentren sus esfuerzos en sacar adelante a sus familias.



La gerencia de Bienestar junto al sindicato Nacional de Trabajadores BancoEstado, organizando la ayuda para las regiones más afectadas.

"Las acciones que tomamos son realmente contundentes y tienen un objetivo muy claro: ir en ayuda de aquellos que tienen los mayores problemas". Así define la gerente de Gestión Comercial Personas de BancoEstado, Cecilia Vergara, el paquete de medidas implementado por la institución para aliviar a sus clientes que fueron afectados por el terremoto y tsunami que el pasado 27 de febrero azotaron la zona centro sur del país.

Comprometido con la política de apoyar a los chilenos y brindar un servicio de excelencia a sus clientes, BancoEstado creó tres beneficios concretos que tienen como única finalidad "apoyar a nuestros clientes de las regiones del Maule y del Biobío", explicó Vergara. Los beneficios son:

Crédito hipotecario y seguro contra sismos

Esta medida apunta a todos los clientes que tienen crédito hipotecario con BancoEstado y cuentan con seguros comprometidos a su favor. "Vamos a facilitar todas nuestras sucursales para hacer los avisos de siniestros y para los clientes que no puedan concurrir a una sucursal pondremos a su servicio el teléfono 600 660 1212 y nuestra web corporativa www.bancoestado.cl. Ya hemos puesto en operación algunas de nuestras sucursales en las ciudades más dañadas, para facilitar este proceso", informó Cecilia Vergara.

Los seguros corren para todas las personas que pagan créditos o dividendos con nuestro banco, exceptuando a aquellos clientes que decidieron, explícitamente, no tomar el seguro. Todas las demás personas cuentan con él y un 60% además cuenta con un seguro sobre sus enseres. Al respecto, Vergara indicó que "el seguro contra incendio que se detalla en las colillas de los dividendos y créditos, es también contra terremotos, por eso decimos que nuestros clientes pueden estar muy tranquilos".

Es importante destacar que los seguros siempre tienen condiciones, por lo que BancoEstado asumirá el rol de informar a cada cliente sobre las características del seguro que contrató. El plazo de entrega de todos los antecedentes respecto a sus viviendas es hasta el 30 de mayo de 2010.

Medidas especiales para regiones del Maule y Biobío

A las personas de las regiones afectadas se les prorrogarán los pagos de créditos de consumo, tarjetas de crédito y créditos universitarios durante 60 días, es decir, no tendrán que pagar inmediatamente sus cuotas y fruto de esta postergación los beneficiados no tendrán que cancelar intereses penales. Cecilia Vergara destacó que "nuestros clientes deben estar tranquilos, ya que BancoEstado se encargará



de todos los trámites, de modo que quienes han confiado en nuestro servicio y nos han preferido, se preocupen de solucionar sus problemas más urgentes e inmediatos”.

Clientes de créditos de consumo y créditos universitarios:

- Clientes deudores vigentes con sus pagos al día al 26 de febrero de 2010: se les postergará el pago de las cuotas correspondientes a marzo y abril. Respecto de los clientes que tengan contratado PAC a un medio de pago, éste operará cargando una cuota de \$0
- Clientes deudores vigentes morosos al 26 de febrero de 2010: no se realizarán gestiones de cobranzas durante marzo y abril.

Clientes de tarjetas de crédito:

- Clientes que tienen suscrito pago mínimo: se les cargará un cobro de \$0 durante marzo y abril.
- Clientes con pago total de su tarjeta de crédito: el cargo será aplicado en forma normal.
- Clientes deudores vigentes morosos al 26 de febrero de 2010: no se realizarán gestiones de cobranza durante marzo y abril.

Respecto de nuestros clientes de líneas de crédito, éstas se renovararán por 12 meses para aquellos que les corresponde renovar en marzo o abril, salvo que presenten condición de rechazada, cuyos casos serán evaluados.

Respecto de nuestros clientes de créditos hipotecarios vigentes y con sus pagos al día al 26 de febrero de 2010, se posterga por 6 meses el pago de dividendos. Lo anterior incorpora créditos renegociados que estén al día.

Medidas para afectados en otras regiones del país

Para apoyar a los clientes que residen en las regiones O'Higgins, Araucanía, Valparaíso y Metropolitana y que están afectados, es decir, quedaron desempleados tras el terremoto o su vivienda fue destruida o ha sido declarada como inhabitable, BancoEstado está trabajando

para implementar los beneficios que les ofreceremos en estos difíciles momentos, lo que será comunicado en estos días.

Respecto de las Microempresas y Pequeñas Empresas, se está analizando con los gremios cómo enfrentar la situación y evaluar la cobertura de seguros.

En los casos particulares de las casas de adobe que desde el año 1985 no cuentan con seguros, BancoEstado estudia fórmulas de préstamos para la reparación de estas viviendas.

Y para continuar brindando un servicio oportuno y de excelencia, el jueves 4 de marzo pusimos a disposición de nuestros clientes el teléfono 4000 7000 para responder todas sus dudas sobre el funcionamiento de nuestras sucursales, cajas vecinas, beneficios y servicios que estamos dando.

Todas estas medidas buscan aliviar el bolsillo de aquellas personas que sufrieron con el terremoto. Paralelamente, les permitirá a nuestros clientes destinar su dinero a solucionar las urgencias derivadas de esta catástrofe.

Cecilia Vergara explicó que crear nuevos beneficios y servicios para nuestros clientes “es parte del ADN de BancoEstado, banco que tiene esta cosa espectacular, esta cosa preciosa, que cuando le pasa algo a Chile, a los chilenos, no puede mantenerse al margen y tenemos que dar una respuesta. Todos quienes trabajamos en BancoEstado somos un apoyo para el país, por lo tanto, debemos estar preparados para cuando nos necesiten”.



Carlos Alberto Badilla Núñez

Para él, lo mejor de su trabajo es formar parte de un gran equipo que está dispuesto a todo por uno de sus compañeros. Algo que vivió en carne propia cuando BEME encabezó una campaña para ayudar a encontrar el donante de corazón que necesitaba.



Entró en junio de 2007 a BancoEstado Microempresas (Beme) y actualmente se desempeña en la plataforma hipotecaria. Es ingeniero comercial, tiene 39 años y un nuevo corazón que late fuerte: “Estoy buscando polola”, dice, medio en serio, medio en broma.

Destaca que desde un comienzo, lo que más le gustó de Beme fue la calidad humana del equipo. “Lo primero que me llamó la atención fue el proceso de selección que realizan, que consistió en casi dos meses de entrevistas y otros dos de capacitación. Es más largo y exhaustivo de lo común, pero una vez adentro entendí por qué es tan riguroso y es porque acá es muy importante la calidad de las personas. Existe mucha unión entre todos”, señala.

Esta unión y compromiso del equipo, pudo comprobarlo hace poco tiempo cuando se vio enfrentado a un repentino trasplante de corazón. “Cuando me enfermé todos se unieron para ayudarme, se movieron mucho, imprimieron y pegaron afiches de Arica a Punta Arenas. Se pasaron en todos los sentidos”, recuerda. Sus compañeros de trabajo estuvieron cerca de su familia todo el tiempo, contactaron a los canales de televisión, realizaron cadenas de oración e incluso involucraron a sus propias familias.

Hasta junio de 2009, Carlos llevaba una vida normal; jugaba a la pelota regularmente con sus amigos hasta que le dio una gastritis que trató con medicamentos, sin embargo, las molestias no cesaron y comenzó a sentir ahogos. El diagnóstico fue lapidario: miocarditis dilatada, una falla cardíaca cuya única solución era el trasplante de corazón. Se hospitalizó el 28 de septiembre y pasó a ser prioridad nacional en espera del órgano. Hubo tres intentos fallidos y a la cuarta oportunidad, el 24 de octubre, resultó.

En estricto rigor, Carlos debería haber vuelto a trabajar en marzo o abril de 2010, pero decidió incorporarse paulatinamente desde enero porque se sentía muy bien y extrañaba su trabajo y a sus compañeros. “El equipo es genial y eso hace que las cosas se me den más fácil. En ningún trabajo me he sentido igual de bien como acá”, sostiene.

AGRADECIDO: “Estoy demasiado agradecido de todos quienes me apoyaron. Gracias a su campaña y contactos, lograron remecer a muchas personas de este país. Si hubiesen pasado más días, quizás no estaría aquí. Eso sin contar que la familia del donante tuvo una generosidad invaluable en un momento de mucho dolor”.

FAMILIA: Vive con sus padres, tiene dos hermanos y cinco sobrinos. “En todo este proceso, mi familia fue mi pilar fundamental. Independiente de que pasaron mucha pena, a mi lado siempre estuvieron enteros y eso fue de gran ayuda”.

CUMPLIENDO SUEÑOS: “Mi trabajo consiste en evaluar a clientes microempresarios para obtener su crédito hipotecario. Me encanta lo que hago, uno está ayudando a los clientes a cumplir un sueño. Cuando firman la escritura de su casa propia se emocionan y uno también, porque es parte de ese sueño”.

PROYECCIONES: Por el momento, aspira a ir reincorporándose a cada una de sus actividades cotidianas y retomar la idea de realizar un postgrado. 🇨🇱

Tú reporteas



Ingresa a compromiso.mibancoestado.cl y cuéntanos qué funcionario del Banco crees que merece ser parte de esta sección, debido a su labor destacada y a características personales.



Fernando León,
gerente División Operaciones y Sistemas:

Una tecnología que acerca

“CRM es una nueva forma de interactuar con los clientes que posibilita profundizar la relación con cada uno de ellos, generando mayor cercanía y haciendo posible atender sus requerimientos en forma más eficiente, además de ampliar nuestras posibilidades de bancarización del país”.

En septiembre de 2006, comenzamos a conformar los equipos de trabajo que serían responsables de enfrentar un gran desafío para BancoEstado: el proyecto CRM, un sistema que nació para enriquecer la forma en que nos relacionamos con nuestros clientes.

El proyecto provee información, procesos y herramientas para que el Banco y, sobre todo, los que están de cara a nuestros clientes, puedan conocerlos más y hacer una mejor gestión para entregarles ofertas de valor personalizadas y acordes a lo que necesitan. En definitiva, es una nueva forma de interactuar con los clientes que posibilita profundizar la relación con cada uno de ellos, generando mayor cercanía y haciendo posible atender sus requerimientos en forma más eficiente, además de ampliar nuestras posibilidades de bancarización del país.


Desde un comienzo, el proyecto se dividió en tres áreas: información de clientes (o ámbito de los datos), gestión de oportunidades (o ámbito de las ofertas y campañas) e interacción con el cliente (o ámbito de las aplicaciones en plataformas y canales). Hoy podemos asegurar que hemos hecho importantes avances en cada una de ellas, a través de distintas funcionalidades y que han implicado transformaciones internas importantes.

Por ejemplo, en materia de información de clientes, mejoramos el modelo y los procesos de nuestro almacén de datos consolidados del Banco —el datawarehouse corporativo—, y se está trabajando en el ingreso de mucha información que antes no se manejaba para la generación de campañas. Además, la gestión de oportunidades se potenció a partir de la integración de una herramienta de gestión de campañas usada por muchos e importantes bancos en el mundo, que permite el manejo de múltiples campañas masivas, multicanales y para diferentes bancas.

La interacción con el cliente también se ha visto beneficiada. Entre otros avances, se integraron todos los canales para el despliegue de las campañas generadas por CRM, se modernizó nuestra Plataforma Universal (PU) con una nueva imagen para el caso de las “funcionalidades CRM” y se generaron los instrumentos idóneos para la segmentación y administración de carteras, así como para la asignación y reasignación de clientes.

Pero sin duda que el verdadero valor de toda esta transformación tecnológica está en quienes hacen uso de ella: las personas que están de cara al cliente. Es por eso que se han realizado capacitaciones para aprender a incorporar las prácticas que aporta CRM al trabajo diario. Los ejecutivos de cuenta, por ejemplo, que realizaban hasta ahora muchas tareas en forma intuitiva, hoy cuentan con un soporte específico para ello. En ese sentido, CRM representa un ahorro de tiempo y esfuerzo que podrán redireccionar hacia una mayor atención de clientes.

La activa participación del usuario, que ha evaluado de manera positiva las distintas herramientas, y el trabajo incesante del equipo de trabajo encargado del desarrollo, son algunos de los factores que han permitido que hoy CRM sea una realidad. Las incertidumbres iniciales se han ido disipando con la ayuda de todos: de los usuarios y del equipo de desarrollo.

Hoy, los temores que subsisten tienen que ver con que si vamos a poder capturar de este proyecto todo el provecho que ofrece. Aún es pronto para sacar conclusiones al respecto, pero los invito a sumarse y a descubrir por ustedes mismos todas las posibilidades que ofrece .

Juan José Morales, director ejecutivo de Procalidad:

“Los trabajadores tienen el deber y el derecho de saber qué necesita el cliente”

El experto en temas de calidad de atención y satisfacción del cliente nos cuenta su visión sobre la realidad de las empresas chilenas en esta materia y de BancoEstado, en particular. Si bien queda mucho por hacer, dice, estamos bien encaminados.

Juan José Morales es director ejecutivo de Procalidad, una organización sin fines de lucro que elabora el Índice Nacional de Satisfacción de Consumidores que mide la satisfacción de los clientes en 22 sectores o industrias de servicio, más colegios y municipios. Cada año, y vinculado a este índice, la entidad entrega el “Premio Nacional de Satisfacción de Consumidores” —en alianza con la revista Capital— y que nuestro Banco recibió en 2009 en la categoría Membresía del sector bancario.

Juan José Morales conversó con COMPROMISO para contarnos sobre su visión de la realidad actual de las empresas chilenas y de nuestro Banco.

¿Qué se entiende por calidad y satisfacción de clientes?

En pocas palabras, calidad es cumplir los objetivos consistentemente. El punto está en quién define los objetivos. Antes, los objetivos los fijaban las organizaciones, pero desde hace unos 20 años y cada día con mayor intensidad, los fijan los clientes. Por lo tanto, calidad es cumplir con los objetivos o expectativas del cliente y de esa manera lograr su satisfacción.

El Índice Nacional de Satisfacción de Consumidores 2009 mostró una caída de diez puntos porcentuales en el resultado promedio, respecto al año anterior. ¿A qué se debió este retroceso? ¿Tiene algo que ver con esto la crisis económica?

Podemos atribuir a la crisis la mitad de esta caída. La otra mitad se debe a temas estructurales. Por un lado, las personas están acostumbradas a recibir lo que se les ha ofrecido durante años y no ve grandes cambios. Hoy en día, las empresas que destacan son las que se atreven a hacer cosas nuevas. Hacer siempre lo mismo no mejora la satisfacción de los clientes.

Por otro lado, no existe aún suficiente consistencia en la entrega de los servicios. Los procesos no son aún confiables. Esto último se recoge del aumento de la tasa de problemas que los clientes perciben, según el mismo estudio de Procalidad, pasando de 8% en 2005 a 20% en 2009.

¿Cómo fue evaluada en 2009 la industria bancaria en general?

Los clientes evalúan bien a la banca, en general. Este es un sector que se ha preocupado por mejorar su atención a clientes. Por ejemplo, han instalado centros de llamadas que destacan por su calidad y han invertido en tecnología e Internet, que favorecen mucho a los clientes. Uno de los desafíos de la industria está en las sucursales: son muy estáticas. Salvo una que otra excepción, todas tienen el mismo modelo, en el que pareciera que el único dispuesto a atender de buena gana es el guardia. Los ejecutivos están en cubículos, los cajeros tras un vidrio. No es un modelo de atención cercano, precisamente.



¿Cuáles fueron las fortalezas de BancoEstado que lo hicieron merecedor en 2009 del “Premio Nacional de Satisfacción de Consumidores”?

Primero, señalar que a este premio no se postula, sino que son los mismos clientes los que premian a las empresas. Ese es el valor agregado que tiene.

En segundo lugar, nuestra interpretación parcial de la evaluación del público es que valoró la manera en que BancoEstado apoyó a sus clientes durante la crisis. No se quedaron en buenas intenciones declaradas, sino que el apoyo fue real y eso los clientes lo apreciaron.

Las 3 claves de Juan José Morales para alcanzar un alto estándar en calidad de servicio y satisfacción de clientes:

1. Conocimiento de lo que desea el cliente.
2. Conocimiento de los procesos, productos, protocolos y directrices de atención.
3. Habilidades de las personas. Es clave tener una actitud de servicio.



¿Cuáles son las claves para que como empresa de servicios financieros podamos seguir avanzando en la senda de la calidad?

Lo primero es entender al cliente de manera metodológica: conocer estadísticamente cuáles son los cuatro o cinco factores que valora y necesita para su satisfacción y orientar a toda la empresa en esa dirección. Muchas veces, en las empresas se ve la gestión de satisfacción de clientes como un objetivo paralelo al negocio. Sin embargo, el cliente está justo al medio de la cadena. De ahí la importancia de tener una orientación metodológica y no sólo de manera intuitiva y de buena intención.

Segundo, es importante abarcar el tema de la gestión de procesos, que no es lo mismo que hacerse cargo de la tecnología y los procedimientos. Es necesario que los procesos de servicio tengan mayor consistencia.

¿Cómo se consigue cumplir con estos objetivos?

Primero, hay que aplicar todas las técnicas metodológicas posibles para tener consistencia macro dentro de la organización. Y luego: alineamiento, alineamiento y alineamiento. Estos desafíos son brutales y no son fáciles, sobre todo en grandes empresas como BancoEstado, donde hay cientos de áreas, conformadas por grandes equipos, que cuentan con iniciativas propias.

¿Qué rol diría usted que juegan los trabajadores a la hora de hacer realidad la promesa de servicio de BancoEstado?

Los trabajadores tienen que entender muy bien su papel en la organización y cómo su trabajo afecta a la empresa. Todos tienen que conocer cuáles son las cuatro o cinco cosas que le interesan al cliente de manera que estén todos alineados. Los trabajadores tienen el deber y el derecho de saber qué necesita el cliente y cómo pueden mejorar su experiencia. Así, el sentido del trabajo aumenta.

¿Cómo estamos en el país en materia de calidad de servicio? ¿Hay algún ejemplo que destacar?

Las empresas chilenas se sacan una nota 5 en este tema. Tienen una buena parte del camino recorrido, pero aún les falta mucho. Son muy pocas las organizaciones donde el tema de calidad de servicio es una realidad. Aún hay empresas que les cuesta creer que esta materia tiene un impacto en los resultados de la compañía, ¡pero si el cliente está al medio!

Un caso destacable es lo que ha sucedido con los centros de llamadas de empresas de Internet, que han pasado de ser canales que trataban como ignorantes a los clientes a solucionar de verdad sus requerimientos.

¿Cuáles son las tendencias a nivel mundial en la materia? ¿Hay alguna industria que ostente el liderazgo en este sentido?

A nivel mundial, este tema tiene mucho más peso que acá. Afuera todo se diseña teniendo en cuenta que el cliente está al medio de la cadena y todo funciona como reloj, hay una gran consistencia en los procesos. Algunas empresas que destacan por su calidad de servicio son Fedex, UPS, Aerolíneas Southwest y Singapore Airlines, entre muchas otras.

¿Y cuál es la realidad de la banca en el mundo?

En Estados Unidos y Europa se entregan los Premios Baldrige, que destacan la gestión de excelencia. Este reconocimiento se creó en 1988 y en ese entonces definieron un completo modelo de evaluación de calidad. A este premio, las empresas postulan para ver si superan la exigente vara. A la fecha, ningún banco con cobertura nacional de Estados Unidos lo ha ganado.



TÚ PREGUNTAS

Agradecemos a los lectores de COMPROMISO que, a través de COMPROMISO Online (Intranet), enviaron sus preguntas a nuestro entrevistado. Aquí presentamos la que fue seleccionada.

¿Qué papel cumple el Centro de Contacto 24 Horas para cumplir con los estándares de atención de clientes de BancoEstado? (Christian Moreno Huenuqueo, Centro de Contacto de Lota).

Esto es como el fútbol... El partido de cualquier empresa de servicio se juega desde el minuto en que el cliente se pone en contacto con el Banco, ya sea entrando a una sucursal, a través de Internet o cuando llama por teléfono al centro de llamadas. Ahí, el jugador es el ejecutivo que lo atiende. De lo que suceda en ese contacto va a depender si se gana o se pierde el partido con ese cliente. 🇨🇱



Tú opinas

Ingresa a compromiso.mibancoestado.cl y cuéntanos cómo reflejas a diario tu actitud de servicio como funcionario de BancoEstado.

Focos estratégicos 2010:

Balance y desafíos de nuestras filiales

Durante 2009 cada una de las filiales de BancoEstado redobló sus esfuerzos para cumplir con las metas definidas. Este 2010, continuarán apoyando la estrategia del Banco y consolidando sus avances con nuevos logros, gracias al trabajo comprometido de sus equipos.



BancoEstado Corredores de Seguros

Nuestra corredora de seguros celebró 10 años de existencia, con 4 millones 800 mil seguros vigentes, 1 millón 800 mil clientes asegurados y el segundo lugar de las corredoras bancarias del país.

Además de cumplir el plan de negocios, en 2009 celebraron los 5 años de alianza estratégica con MetLife y se mejoró en calidad de servicio, experimentando una

subida en la Satisfacción de la Red con Seguros: 68% de notas 6+7 en el último trimestre del 2009.

Para 2010 su gerente general, Fernando Silva, destaca que se han propuesto seguir siendo referentes en el mercado de banca de seguros, manteniendo los logros en materia de servicio y continuando con la optimización de procesos que garanticen el cumplimiento de los acuerdos con las bancas y sigan entregando protección y seguridad a más chilenos. "Será el año de cuidar lo construido, con mejoras en la calidad y disminución del riesgo, para apoyar desde Seguros a un Banco que retiene y fideliza a sus clientes", afirma.



BancoEstado Corredores de Bolsa

El pasado fue un muy buen año para esta filial, que cumplió en un 137% la meta comprometida para el período. Además, por tercer año consecutivo obtuvo el primer lugar en montos transados en el mercado de intermediación financiera de la Bolsa de Comercio de Santiago. Dentro de sus movimientos más emblemáticos, estuvo

la apertura en bolsa de Cruzados SADP y la colocación del primer efecto de comercio.

Jorge Ramírez, su gerente general, explica que para 2010 "nuestro foco de mayor relevancia será acercar el mercado de valores a todos los chilenos", así como continuar diversificando las fuentes de ingresos de modo de disminuir la volatilidad de los resultados. "Para ello, se está trabajando en innovar e incrementar la oferta de valor y potenciar los negocios menos intensivos en el uso de capital. Pretendemos continuar siendo una de las tres corredoras de bolsa más grandes del mercado", agrega Ramírez.



BancoEstado Microempresas (BEME)

En 2009 nuestra filial de los microempresarios cumplió con las metas propuestas, entregando soluciones financieras a todos sus segmentos en un año de crisis, en especial a aquellos más afectados como el agrícola, pesca y transporte. Para la reactivación del sector, se aumentó por ejemplo, el financiamiento hasta 3 mil UF.

Esta reacción oportuna al contexto económico, fue posible gracias a que se mantuvo en gestión de personas la cultura del mérito y la protección a la calidad de vida de los trabajadores. Así lo certifican el segundo lugar del ranking de las Mejores Empresas para Trabajar en Chile y el octavo puesto en Latinoamérica. Además, obtuvieron el segundo lugar en el ranking de Padres y Madres que Trabajan, y sexto de las Empresas Más Responsables del Ranking ProHumana.

Los focos estratégicos para 2010 estarán puestos en lograr 400 mil clientes, compromiso adquirido en 2008, desarrollando el mercado de las microfinanzas, de manera de aumentar la competitividad y mejorar la vida de los microempresarios. Su gerente general, Soledad Ovando, recalca que para lograrlo trabajarán en "la meta Bicentenario en que nos hemos propuesto hacer de Chile una potencia microempresarial".



Administradora General de Fondos (Fondos Mutuos)

BancoEstado Fondos Mutuos comenzó 2009 aliándose con BNP Paribas y lo cerró con el lanzamiento de cuatro fondos internacionales, fruto de esa unión. En junio, lanzó el "APV para todos", otorgando la posibilidad a los clientes de BancoEstado de mejorar su pensión a través del ahorro previsional voluntario. Su gerente general, Pedro Rojas, destaca

que crecieron mucho más que el mercado, tanto en patrimonios administrados como en clientes, "tanto así que en julio celebramos los 100.000 clientes en fondos mutuos", indica.

Este año no es menos desafiante, ya que tienen por delante consolidar la alianza con BNP Paribas y continuar avanzando en la compenetración con el Banco, de la mano de la creación de nuevos fondos mutuos y servicios asociados. "Contamos con un equipo consolidado que está trabajando para hacer frente a estos desafíos. El 2010 nos tiene muy entusiasmados", concluye.



Contacto 24 Horas (Lota)

Tal como lo indica su gerente general, Jaime Reyes, el año 2009 fue un período positivo para esta filial, pese a los efectos de la crisis económica. Uno de los grandes logros fue la gestión de la Plataforma de Atención al Cliente en el área comercial, donde –en un plazo menor al estimado– se logró sobrepasar la meta anual de 48 mil tarjetas de crédito vendidas.

Respecto a los desafíos de 2010, dice que estos se centran en “capitalizar el crecimiento en colocaciones y clientes logrado durante 2009, teniendo como foco principal la calidad de la atención que nos permita la fidelización, profundización y crecimiento de la cartera, desafíos alineados con el plan estratégico 2010-2013”.



ServiEstado

En 2009, ServiEstado abrió 36 nuevas sucursales –alcanzando las 79– y duplicó su dotación de personal. Uno de sus principales hitos fue el pago de los dos Bono de Apoyo a la Familia, entregados por el Gobierno en los meses de marzo y agosto, que implicó atender a más de 550 mil personas.

Además de continuar apoyando de manera permanente la bancarización

de los chilenos durante 2010, concentrarán gran parte de sus energías en el proyecto de eficiencia en mesón y cajas. Para su gerente general, Patricia Morales, aún hay desafíos importantes en eficiencia en costos transaccionales y satisfacción de clientes. Asimismo, “queremos continuar avanzando en mejorar nuestro clima laboral y en fomentar nuestra cultura de trabajo: incentivar la innovación, la proactividad, el hacerse cargo y el dar cuenta”, señala.



CajaVecina

2009 quedará en su historia como el año de los 2.500 puntos de atención, hito que celebraron junto a la Presidenta de la República, Michelle Bachelet. Jorge Stuardo, gerente general de CajaVecina, resalta que desde agosto de 2009 registran más de 1,5 millón de transacciones mensuales “y a la fecha hemos triplicado el volumen transaccional del 2008”. El gran trabajo

realizado los hizo acreedores del premio “Innovación” de diario Estrategia, pero ellos quieren ir por más.

“Nuestra meta en 2010 es alcanzar los 6.300 puntos de atención”, señala Stuardo. También tienen entre sus desafíos implementar nuevos modelos de atención. A nivel interno, sus planes son mantener o mejorar los 81 puntos de la encuesta GPTW, que hablan de un muy buen clima laboral.



BancoEstado Cobranzas (Beco)

Uno de los hitos 2009 fue la puesta en marcha del primer Centro de Atención y Normalización de Clientes con horario extendido –atiende de lunes a sábado, desde las 9 hasta las 19 horas–. También fue el año en que la oferta de soluciones de normalización llegó a 30 mil, cifra muy superior a las 5 mil del año anterior. En un año de crisis,

estos productos permitieron disminuir la carga financiera de algunos clientes y para otros implicó la posibilidad de seguir en la senda del emprendimiento. Además, sentaron las bases de su proyecto de educación financiera corporativo, a partir del programa “Hazte Bien Usa tus Lucas Bien”.

Para 2010, Beco se ha propuesto mejorar la productividad en la recuperación de castigo, superando en al menos un 47% la obtenida en 2009, además de generar 50 mil nuevos negocios de normalización. También está entre sus focos consolidar las estrategias de segmentación. Carlos Eterovic, su gerente general, asegura que “nos interesa desarrollar e implementar un modelo de atención que permita atender a los clientes morosos de BancoEstado, de acuerdo a sus necesidades y disponibilidad de tiempo”.



BancoEstado Probanc

En el ámbito comercial, nuestra filial en terreno cumplió sus metas de venta de todos los productos que comercializa, superando la producción mensual estimada. Se incorporaron nuevas prácticas de ventas que contribuyeron al 80% de aumento en volumen de clientes atendidos, respecto del año anterior y en los resultados de la encuesta de satisfacción –más de 90% de los clientes

calificó con notas de excelencia la atención brindada.

Se innovó en multicanalidad con la atención de más de 1.000 clientes que solicitaron visitas a través del Centro de Contacto 24 Horas e Internet, y se apoyó las campañas inmobiliarias realizadas por la industria.

Los desafíos para 2010 son, de acuerdo con el gerente general de Probanc, Patricio Pérez, cumplir las metas de venta incrementando la productividad mensual por ejecutivo en un año de mayor competencia en la industria; consolidar su gestión en clientes que trabajan en empresas en convenio con BancoEstado; crecer en nuevos grupos de venta; mejorar la experiencia del cliente con la calidad de atención y servicio en terreno e integrarse cada vez más a los modelos comerciales y a los procesos de venta del banco, en el marco de un buen clima laboral. 🇨🇱

Premio Satisfacción al Cliente Bancario 2009:

Lo que los australianos más valoran de sus bancos



La empresa de investigación de mercado Canstar Cannex, llevó a cabo en 2009 una extensa encuesta nacional para determinar los niveles de satisfacción de los clientes bancarios del país oceánico. Una verdadera fotografía de lo que los australianos valoran y detestan de sus bancos.

Mantener al cliente feliz nunca ha sido tan importante como en estos días. Con una industria bancaria en la mira tras la crisis surgida en algunas de las principales instituciones financieras de Estados Unidos, conquistar y fidelizar se ha vuelto más importante que nunca.

Para conocer qué piensan acerca de su banco y del nivel de servicio que prestan, la empresa australiana de investigación de mercado Canstar Cannex desarrolló una encuesta entre los clientes de todos los bancos con presencia nacional y estatal en Australia y aquellas instituciones que obtuvieron los mejores resultados, recibieron el Premio "Satisfacción de Clientes".

Y los ganadores son...



De los 11 bancos evaluados en la encuesta, a nivel nacional por lejos resultó ganador el Banco ANZ (Australia and New Zealand Banking Group Limited), que es el cuarto más grande de Australia. Fue el banco con el mayor número de clientes satisfechos, destacando en las encuestas por los servicios bancarios que ofrece, por la atención en sus sucursales y por la forma en que maneja los reclamos.

Otra historia de éxito es el caso de Bendigo Bank que, además de ser el preferido en los estados de Victoria y Queensland, fue elegido como el "Banco más amistoso" del país. El estudio reveló que los clientes de Bendigo interactúan de manera frecuente con su banco tanto a través de sus sucursales como del centro de llamados, y que se muestran satisfechos por la manera en que la institución maneja sus requerimientos.

Para la empresa responsable del estudio, esto es particularmente llamativo, ya que los australianos en general se muestran más bien reacios a los centros de llamados, pero lo atribuyen casi exclusivamente a una cuestión de lealtad: cuando muchos bancos cerraron sus oficinas en áreas rurales de Australia, Bendigo se mantuvo e hizo de la atención cordial y personalizada su mantra.

Citibank, en tanto, recibió el premio en la categoría de banca por Internet. El estudio destaca que esta institución realiza la mayoría de sus transacciones vía Internet y ha invertido mucho tiempo y recursos en la generación de un sistema de navegación amigable para sus clientes y desprovisto de frustraciones.

Lo que los australianos más valoran

En general, las cifras del estudio muestran que la mayoría de los clientes australianos está contenta con su banco. El principal factor a la hora de evaluar sigue siendo el producto ofrecido y los costos asociados. Otro elemento clave es la forma en que los bancos manejan las quejas y reclamos de sus clientes. Aún cuando el resultado pueda ser adverso para las intenciones de un cliente, si un reclamo es manejado de manera eficiente y profesional, redundará en una mayor satisfacción.

La calidad de servicio en las sucursales y en los centros de llamada es mejor evaluada en la medida en que es amable y eficiente: no puede haber uno sin el otro. Finalmente, la influencia de la banca por Internet en los niveles de satisfacción aún es poco relevante. Algo que llama la atención en una era en la que todo apunta a una web cada vez más participativa.

ANZ www.anz.com

Bendigo www.bendigobank.com.au

Citibank www.citibank.com.au

Tú votas



Como cliente de banco, ¿qué es lo que más valoras de la entidad financiera que te presta servicios?

- atención rápida
- cercanía y amabilidad
- resolución de problemas y requerimientos
- productos, servicios y costos

Ingresa a compromiso.mibancoestado.cl y vota.

Jorge Muñoz, cliente de crédito universitario:

“Estoy tranquilo de poder entregar a mis hijos nuevas oportunidades”



En la década de los ochenta, Jorge se trasladó de Santiago a Copiapó en la búsqueda de nuevas oportunidades de trabajo. Ingresó a la industria pesquera, pero siempre teniendo claro la importancia del estudio. Así fue que, con mucho esfuerzo y perseverancia, obtuvo su título de Ingeniería en Ejecución en Administración de Empresas.

Hoy espera que sus dos hijos también obtengan su título profesional. “Sé cuál es la importancia del estudio y por eso a mi hijos quiero entregarles la mejor educación”, señala. Es por eso que su hijo Matías está por comenzar la carrera de Ingeniería Civil en la Universidad Federico Santa María y su hija Camila ya va en cuarto año de Psicología. Y para enfrentar los costos que exige la educación superior, acudió a quien podía ayudarlo: los créditos universitarios de BancoEstado.

“Me decidí por BancoEstado porque es un banco que cree y ayuda a las personas que quieren estudiar”, destaca. Agrega que siente que en el Banco han sido incondicionales con él, “y eso se nota cuando te llaman y te informa un ejecutivo que tiene el mejor trato para ti, con la mejor tasa de interés y de acuerdo a tus posibilidades. El medio laboral es muy exigente, pero estoy tranquilo al poder entregarles a mis hijos nuevas oportunidades. He podido construir un futuro para ellos”, dice.

Hoy Jorge tiene razones de sobra para estar orgulloso de sus hijos. Camila, desde el primer año de universidad, se ha destacado por sus calificaciones, aunque comprende que los incentivos y becas por buen rendimiento a veces no son suficientes para costear los gastos de las

carreras universitarias. Hoy ella también es cliente del Banco, a través de Cuenta Joven. “BancoEstado también ha ayudado a mi hija a ser responsable con sus finanzas, ya que ha logrado ordenar su platita para sus trabajos de la universidad y viajes, entre otros temas. Se podría decir que el banco ya es parte de nuestra familia y más importante aún, del aprendizaje de mis hijos”, señala Jorge.

La voz del agente



Para el agente de la **sucursal Caldera**, Carlos Valdivia, el caso de Jorge Muñoz no es aislado. “En esta ciudad no hay universidades. Sin embargo, cada vez estamos entregando más créditos universitarios”. Las hijas de Carlos también son profesionales —una psicóloga y otra parvularia— y con mayor razón

siente gran alegría de aportar su grano de arena al futuro de los jóvenes de esta ciudad. “Acá sentimos un gran orgullo por los hijos de Jorge, ya que hemos visto cómo han ido superando etapas y hoy ambos son universitarios”.

Tú reporteas



Si quieres compartir algún caso de cliente persona o empresa que represente cómo estamos haciendo +BancoEstado para Chile, ingresa a compromiso.mibancoestado.cl y envíanos tu sugerencia.

Un mapa que nos m

Desde ahora contamos con nuevos instrumentos de planificación que nos guiarán durante cuatro años para con mejorar su calidad de vida y llevar adelante sus proyectos de emprendimiento.

Todos los objetivos del Mapa Estratégico apuntan a concretar la visión y misión de BancoEstado, esto es a “desarrollar una política comercial con impacto social para que cualquier chileno, en cualquier lugar, pueda emprender y desarrollarse”, señala el gerente de Desarrollo y Estudios, Guillermo Geisse.

Un complemento importante al Mapa Estratégico, y que nos entrega las pautas sobre cómo vamos y cómo debemos seguir avanzando, es el Tablero de Gestión. En éste, se establecen los indicadores y las metas que se deben ir cumpliendo para alcanzar los objetivos estratégicos, y va mostrando el estado de avance en cada una de las metas.

Los objetivos definidos en la estrategia del Banco están clasificados en cinco dimensiones: Social, Financiera, Clientes, Procesos y Activos Intangibles.

En el centro o corazón del Mapa Estratégico se encuentra la oferta de valor para los Clientes de BancoEstado, orientada a la satisfacción integral y oportuna de sus necesidades financieras.

El cumplir en forma impecable con la entrega de esta oferta de valor a sus clientes permite al BancoEstado lograr sus dos grandes objetivos en este ámbito: ser un

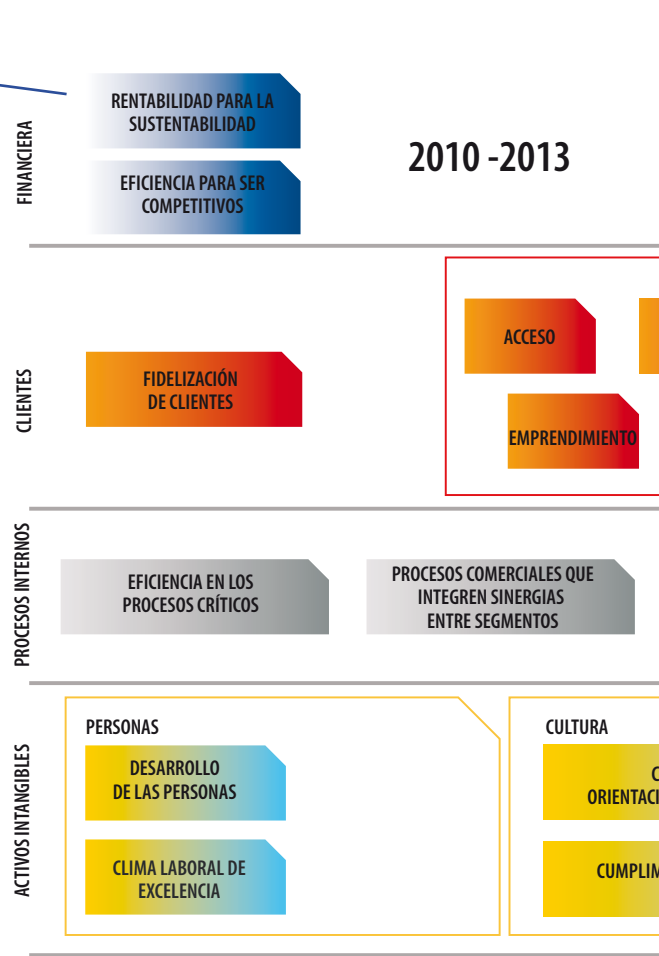
COMPROMISO
14

El cumplimiento de los objetivos de BancoEstado en el ámbito de los clientes es el factor que a su vez posibilita lograr los objetivos estratégicos en materia social (rol de banco público) y financiera.

En el ámbito financiero, el objetivo es alcanzar una adecuada combinación de rentabilidad y riesgo necesarios para asegurar la sustentabilidad y solvencia institucional, relacionada con la obtención de niveles de eficiencia operacional competitivos.

Una tercera dimensión son los Procesos Internos, en los que el Banco debe destacarse para cumplir con los objetivos definidos para los clientes.

En este nivel, BancoEstado persigue alcanzar eficiencia y calidad en sus procesos críticos, particularmente en aquellos que impactan a sus clientes. Tales procesos incluyen, además, la integración y el aprovechamiento de las sinergias entre los segmentos comerciales; el desarrollo de un modelo de atención para los segmentos masivos, con una dinámica oferta de canales con costos eficientes y la adecuada gestión de información relevante; y una administración descentralizada de los recursos humanos disponibles, basada en una estructura de incentivos alineados con la estrategia y que cuenten con métricas de productividad objetivas y precisas.



Gestión comercial con impacto social, para que cualquier

nuestra el camino

concretar las metas y objetivos estratégicos de BancoEstado, y así seguir apoyando a los chilenos para que puedan

banco masivo y relevante y lograr la fidelidad de sus clientes, estableciendo con ellos una relación de largo plazo. El primer objetivo es necesario para que el banco pueda cumplir con su rol social y de apoyo y compromiso con las políticas públicas, mientras que el segundo le permite ser una institución que apoya a sus clientes en todas las etapas del ciclo económico, tanto en los períodos de crisis como en aquellos de expansión o crecimiento.

El Impacto Social es una parte esencial del rol de BancoEstado y por eso se encuentra dentro de los objetivos superiores del Mapa Estratégico, junto a la dimensión Financiera. Ambas dimensiones se retroalimentan y van de la mano, y permiten al Banco cumplir su misión de Gestión Comercial con Impacto Social.

Dentro de los objetivos que se propone lograr en la dimensión social para el período 2010-2013, están:

- Inclusión financiera y apoyo al emprendimiento.
- Apoyo a la modernización de la gestión financiera del Estado.
- Contribuir a una mayor competencia en la industria.
- Contar con un instrumento de apoyo a las políticas públicas.



IMPACTO SOCIAL

OFERTA VALOR



En la dimensión de los activos intangibles, las Personas, la Cultura y la Tecnología constituyen los recursos de mayor valor.

En el ámbito de las Personas, BancoEstado se focaliza en la mejora continua de la calidad de atención al cliente, en la gestión eficiente de los recursos humanos, en la promoción de un liderazgo comprometido y en el empoderamiento de las jefaturas, junto a la permanente promoción de un buen clima laboral y de prácticas de cooperación interna, a fin de potenciar la productividad colectiva y mantener al banco como una de las mejores instituciones para trabajar en Chile.

En el ámbito de la cultura, se trata de promover e instalar una cultura basada en la orientación al cliente y en el dar cuenta, así como en una gestión integral de los riesgos.

En el ámbito de la Tecnología, los objetivos son promover la innovación y el uso de tecnologías modernas y de bajo costo que permitan un mayor y mejor acceso de los segmentos masivos y empresas de menor tamaño al sistema financiero.



para que todo chileno, en cualquier lugar, pueda emprender y desarrollarse

Un desafío de todos y cada uno de nosotros:

Atención de calidad y s

En BancoEstado se ha definido la gestión de calidad como un foco estratégico para los próximos años. Pero involucra tanto al front como al back office y a los trabajadores de BancoEstado y todas sus filiales? En el s de nuestros clientes.

"Los productos hacen que el cliente te elija una vez. Pero que se quede contigo y sea fiel, depende de la calidad de atención que le entreguemos". Con esta simple idea María Dolores Peralta, gerente de Desarrollo y Proyectos Personas, explica la importancia estratégica de la atención de calidad al cliente para BancoEstado.

Un tema fundamental para una empresa prestadora de servicios y que hemos asumido todos quienes pertenecemos a esta institución. "Nos debemos a nuestros clientes", agrega la ejecutiva, "si él no declara implícita o explícitamente que lo que hacemos cumple con sus expectativas, dejamos de tener sentido. Es intrínseco al rol del Banco".

Nuestro desafío permanente es el impacto social a través de la bancarización, ser un banco diferente, por medio de la inclusión en el mundo financiero de los sectores tradicionalmente marginados. Para María Dolores Peralta no da lo mismo la manera en que llegamos a todos los chilenos, sino que debe hacerse necesariamente con calidad de atención.

Por su parte Cecilia Vergara, gerente Gestión Comercial Personas, añade que como la satisfacción del cliente depende de la experiencia que éste tenga con nuestro servicio, cada vez que el cliente tiene un contacto con el Banco se forma una opinión dependiendo del nivel de cumplimiento con sus expectativas.

Por eso es un tema de todos: involucra a quienes atienden presencialmente en las sucursales o en el centro de contacto, pero también a quienes son responsables de nuestros cajeros automáticos, de la presencia que tenemos en los medios de comunicación, de la publicidad, de nuestro sitio web y a todos quienes ofrecen el soporte para ser la cara del Banco. "Todos tenemos que apuntar a cumplir con sus expectativas para que el cliente se quede con nosotros y nos recomiende".

Una evolución natural

A lo largo de la historia, la atención ha pasado por un largo proceso de desarrollo, aprendizaje y de ampliación de capacidades. "Nos hemos dado cuenta que tenemos un nivel de madurez que hace que tengamos que rediseñar los desafíos que se vienen. Queremos seguir



Satisfacción de clientes

pero, ¿qué entendemos por calidad?, ¿por qué es importante hacernos cargo de este tema?, ¿por qué el siguiente reportaje analizaremos las iniciativas que estamos desarrollando para conseguir la satisfacción



creciendo, ser masivos, que los clientes bancarizados se queden con nosotros y, para eso, tenemos que ofrecerles una atención de calidad”, indica María Dolores Peralta.

Cecilia Vergara resalta que, hasta hace unos años, no se hablaba de calidad, pero “hoy ponemos al cliente al frente y nuestro norte es cumplirle la promesa”. En este sentido, destaca que existen iniciativas que demuestran que nos tomamos en serio el tema.

“Eso no significa que buscamos ‘un proyecto de calidad’ sino que queremos que sea algo inherente a todos. Hoy hablamos en serio del cliente. Hemos avanzado en muchas cosas en este tema y no puede haber vuelta atrás”, señala.

Transformando la banca minorista

Uno de los desafíos que tenemos como Banco es equilibrar la masividad con la fidelización de clientes. Por ejemplo, si entra un cliente a través de un crédito universitario, que después abra su cuenta corriente, más tarde se compre su casa, pida créditos de consumo, ahorre e invierta con nosotros e, incluso, que se jubile con nuestro APV para todos. Para conseguir esto, Peralta señala que hay que desarrollar una propuesta pensando en lo que realmente quieren los clientes, ya que ellos han ido cambiando y el concepto de satisfacción tiene que ver con las expectativas de cada persona.

Una de las medidas que se encuentra impulsando el Banco es el Programa de Transformación para la Banca Minorista, que busca concentrar la gestión de una serie de proyectos orientados a resolver los problemas y acercarse a las expectativas de los clientes, particularmente mejorar las herramientas de contacto en las plataformas comerciales, web y la generación de nuevos canales de atención que se adapten a los horarios de los clientes.

“Estamos desarrollando herramientas que mejoran los tiempos de respuesta, desarrollando propuestas de valor más cercanas a los clientes. Trabajamos con una mirada multicanal en la que el cliente pueda ingresar al Banco por cualquier canal y estén todos conectados”, apunta Peralta, quien espera que con estos cambios logren profundizar la relación con el cliente al mismo tiempo que ser más atractivos para la captación de nuevos clientes.

Calidad para las empresas

En el tablero de gestión de la Gerencia División Empresas e Instituciones, la calidad forma parte importante de los focos a desarrollar. Por ello, están abordando distintos frentes de trabajo con el objetivo de enfrentar las oportunidades de mejora en este ámbito.

“Las acciones que hemos emprendido abarcan tanto la calidad percibida por nuestros clientes, como la calidad producida, que es la que sustenta lo que finalmente ven nuestros clientes”, explica Rodrigo Martínez, gerente de Desarrollo Comercial.

Para el ejecutivo, estar atentos a la satisfacción de los clientes es clave y los bancos no tienen otra alternativa. “O estás preocupado y ocupado en este tema o estás en problemas. Tiene que estar presente en forma natural. El que pongamos al cliente al centro debe ser algo implícito y explícito”, agrega.

Es por eso que la gerencia está impulsando el compromiso y desarrollo de los trabajadores del segmento empresas e instituciones a través de un nuevo modelo de incentivos, un programa de capacitación con talleres de movilización a la calidad y campañas de atención telefónica para todas las áreas, entre otras acciones. También se está desarrollando la gestión de calidad y productividad de los procesos para mejorar la accesibilidad de los clientes al Banco. “Para ello estamos desarrollando



Rodrigo Martínez, gerente de Desarrollo Comercial Banca Empresas, señala que la clave para lograr y mantener la satisfacción de los clientes está en “entender, comprometerse y trabajar con la perspectiva de que la calidad depende de nosotros en todo lo que hacemos”.

protocolos de atención, montamos una mesa de atención con un número único donde pueden llamar y hemos establecido un compromiso para dar respuesta en un plazo predefinido, según tipo de solicitud”, afirma Martínez.

Entre otros temas, se está trabajando en la gestión de procesos críticos de empresas, definiendo nuevas métricas de calidad y mejorando los indicadores y estándares para los distintos clientes. “En la medición de satisfacción, además de los estudios anuales comparativos con la banca, estamos realizando encuestas semestrales que influyen en el tablero de gestión y en la evaluación de desempeño de los ejecutivos. Estas encuestas, además, permiten determinar los incentivos para cada ejecutivo y asistente comercial de acuerdo con los indicadores de calidad percibida para cada uno de ellos. Posteriormente, los resultados de las encuestas son trabajados en reuniones con las distintas áreas, para definir, impulsar e implementar planes de mejora”, cuenta Rodrigo Martínez.

Todos involucrados con el desafío

Para lograr y mantener la satisfacción de los clientes, se debe gestionar la calidad en los distintos estados de interacción. Es decir, desde que alguien llega a alguno de los canales de contacto del Banco, cómo es saludado, la iluminación y limpieza del lugar, el tiempo que demora en sus trámites o el nivel de burocracia con que se encuentre.

“Para poder lograr un buen nivel de calidad, las distintas áreas del Banco tienen que coordinarse. Y esto tiene que ver con la gestión de procesos, es decir, la administración de los procesos para que las áreas centrales se coordinen. Y lo mismo con los procesos en las sucursales”, asevera Cecilia Vergara.

Hay mucho que hacer al respecto, destaca Vergara. Por ejemplo, contamos con una gran red de servicios, “pero si no la damos a




Para **Cecilia Vergara**, gerente de Gestión Comercial Personas, es fundamental que cada uno entienda que el cliente es el centro: “Eso no significa que tengo que decirle que sí a todo, pero si le decimos que no, que sea con un gran servicio”.

conocer, disminuirá la satisfacción de nuestros clientes. Ellos valoran que les faciliten la vida y tenemos que comprometernos con esa dinámica”.

Cuando hablamos de calidad no hay puntos medios sobre este tema: el rol que cumplen todos los trabajadores es clave.

Para Peralta la tecnología aporta, pero no hay nada más relevante que la relación de un cliente con su banco, ya sea con un ejecutivo, operador telefónico o cualquier trabajador del grupo de empresas BancoEstado. “Para el cliente somos una sola institución, no distingue entre filiales, gerencias o áreas. De ahí la importancia de que todos quienes trabajan en BancoEstado, ya sea en contacto directo con los clientes o los que participan del desarrollo de los proyectos, seamos capaces de ponernos en el lugar del cliente. Tenemos que hacer un esfuerzo adicional para asegurarnos que el cliente esté siempre presente en nuestros procesos y desarrollos”.

Cecilia Vergara coincide: “La idea es que todos y cada uno nos sintamos involucrados. En todos los niveles tenemos algo que hacer respecto de la calidad”. Para ella, quienes están en contacto directo con el cliente son los que dan la cara por este Banco. De ahí la importancia de que los que están detrás, les entreguen todas las herramientas necesarias. “Una ventaja de nuestro Banco es que la gente que trabaja acá es súper apasionada por su trabajo. Las personas están motivadas, con la camiseta puesta y orgullosa de estar en este lugar. Si logramos transmitir eso a los clientes, entonces tenemos gran parte de la meta ganada”, agrega. 



“La clave es que el foco en el cliente no se pierda nunca. Para ello hay que preguntarles permanentemente y estar atentos a sus necesidades día a día, de manera de acompañarlos en todas sus etapas y procesos”, indica **María Dolores Peralta**, gerente de Desarrollo y Proyectos Personas.

¿Qué valoran nuestros clientes?

Con el objetivo de determinar los niveles de satisfacción de los clientes con los servicios y productos que les entrega BancoEstado, la Gerencia de Marketing realiza estudios periódicos que permiten monitorear la realidad.

La última medición a clientes Personas se realizó en diciembre de 2009, sobre la base de un cuestionario telefónico dirigido a representantes de los distintos segmentos que atiende el banco.

En líneas generales, en octubre y diciembre bajó la satisfacción de nuestros clientes llegando a un valor de 74% de notas 6 y 7, seis puntos menos que nuestra meta propuesta para el año. Parte de ello se podría explicar porque una vez pasado el efecto crisis, nos encontramos con clientes más exigentes con el servicio, que saben que estamos mejorando, pero que esperan que los escuchemos y les proporcionemos lo que nos piden.

Y es que las conclusiones de este estudio evidencian, por ejemplo, que las dos variables que valoran positivamente los clientes son una buena atención general y el aporte de los nuevos canales de atención a su servicio.

Por otro lado, entre las principales razones de insatisfacción mencionadas figuran una atención lenta y/o poco amable y la falta de información adecuada.

En un año en que uno de los principales focos de nuestra gestión es el cliente, es bueno saber que tenemos una oportunidad de mejorar nuestros niveles de satisfacción a partir de la relación directa con ellos. Finalmente, es a través de ese vínculo que podemos hacer realidad nuestra promesa y misión como banco público.



Tú opinas

Ingresar a compromiso.mibancoestado.cl y cuéntanos de qué manera crees que tu trabajo contribuye a una atención de excelencia.

Educación Financiera:

Bancarización responsable

BancoEstado tiene un rol social que cumplir y una de sus dimensiones está relacionada con la transmisión de los valores del ahorro, como también apoyar a las personas a insertarse en el mundo financiero responsablemente, evitando los riesgos de sobreendeudamiento.

Uno de los objetivos del proyecto de Educación Financiera que impulsa BancoEstado y que ha sido encabezado por la vicepresidenta, Jessica López, es apoyar el progreso de las personas de menores recursos, difundiendo conocimientos que promuevan el manejo responsable de sus finanzas personales, informando a la sociedad acerca del funcionamiento del sistema financiero.

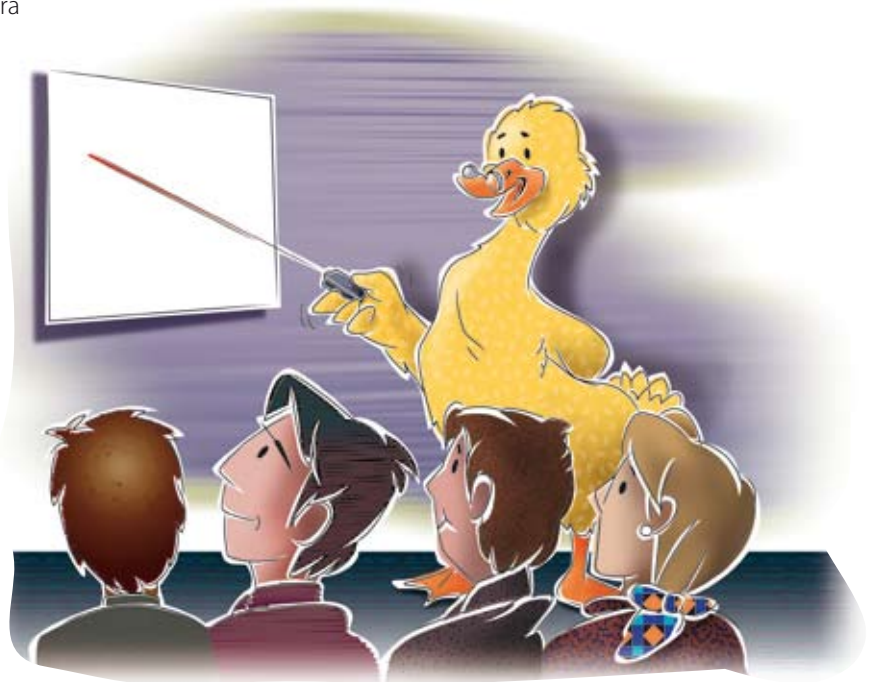
Entender conceptos básicos en este campo y aprender a utilizarlos desde temprana edad, ayuda a incrementar la habilidad para manejar el dinero y sentar las bases de una vida económica saludable.

Sin embargo, existen indicios que exponen una realidad preocupante, como el elevado sobreendeudamiento del segmento juvenil. Según un estudio publicado en diciembre de 2009 por el INJUV (Instituto Nacional de la Juventud,) existen 2 millones de jóvenes endeudados en el país, lo que significa que 5 de cada 10 jóvenes chilenos tiene compromisos económicos con alguna entidad comercial.

De acuerdo al informe, una parte importante no está trabajando o por el contrario, está estudiando, y no percibe mayores ingresos para pagar las deudas contraídas. Otro antecedente alarmante es que el 29,2% de los jóvenes presenta morosidad en las deudas contraídas, principalmente con casas comerciales.


En este contexto, BancoEstado ha planteado lineamientos con el objetivo de formar consumidores más informados y responsables en el manejo de sus finanzas personales y medios de pagos bancarios. La propuesta considera contenidos de educación financiera a sus diversos segmentos de clientes y futuros clientes, esto es, niños, jóvenes, adultos y pensionados, otorgando conocimientos que permitan a las personas ordenar sus finanzas personales, fomentando el ahorro, el consumo responsable y la utilización inteligente de los medios de pagos bancarios, agregando valor a la atención de los clientes y a la venta de productos.

En el proyecto se señala que "BancoEstado ha definido que parte de su tarea es colaborar en la educación financiera de los chilenos, pues se trata de una acción directamente alineada con su misión, inspirada en dar acceso a la bancarización formal a todos los estratos sociales. La visión de educación financiera para BancoEstado se concreta mediante la entrega transparente, simple y completa de información que apoye a sus clientes y la sociedad en general a tomar las mejores decisiones sobre los productos y servicios disponibles en el sistema financiero".



Para llevar a cabo diferentes iniciativas de educación financiera y traspasar estos conocimientos, se requiere contar con un equipo humano capacitado, que pueda traspasar contenidos de manera clara y sencilla. "El Voluntariado Corporativo es el alma de un proyecto con fines educativos, pues en él colaboran trabajadores que conocen el negocio bancario y los problemas reales de los clientes, por lo que pueden instruir y orientar a las personas para tomar decisiones acertadas en materias financieras", agregó Christian Bórquez, subgerente de Comunicaciones y jefe del proyecto.

Actualmente, BancoEstado está diseñando un Voluntariado Corporativo que aborde esta temática, en el que están invitados a participar los trabajadores de todas las áreas de la empresa. Ellos serán un motor importante para lograr el desarrollo y transparencia de la industria bancaria y, por qué no decirlo, con su apoyo estarán ayudando a crear una nueva sociedad, más responsable, justa y positiva, brindando herramientas que ayudarán a las personas a superar la pobreza y el alto nivel de endeudamiento.

El programa de Educación Financiera ya fue conocido el pasado mes de noviembre por el Comité Ejecutivo autorizando su postulación a un cofinanciamiento del Fondo Multilateral de Inversiones del BID para los próximos tres años. 

Sucursales de La Ligua, San Felipe y Casablanca:

Un siglo de contribución al desarrollo local

El año en que Chile celebró sus primeros 100 años, nuestro Banco abrió las puertas de tres oficinas que marcaron el desarrollo de las localidades de la Región de Valparaíso en las que están presentes.

Oficina de San Felipe

Hoy son 51 las personas que integran la oficina de San Felipe. Todas ellas sienten mucho orgullo de formar parte de una sucursal que data del 2 de febrero de 1910, cuando abrió sus puertas en calle Prat 100.

“Yo trabajo hace más de 43 años en la empresa y desde luego que representa un gran honor y una tremenda satisfacción estar en una oficina de tan larga historia, sentimientos que creo son compartidos por todo el personal de esta sucursal”, indica Gabriel Narea, subgerente Regional Personas (S) V Región Aconcagua.

Gabriel destaca que en estos 100 años se han hecho aportes a la comunidad en muchos ámbitos, tales como otorgar créditos hipotecarios que han permitido que muchos clientes cuenten con su casa propia, además de haber incentivado el ahorro desde el inicio del siglo anterior con la Caja de Ahorros.

Oficina de La Ligua

Cuando el 10 de febrero de 1910 la Caja Nacional de Ahorro inauguró la oficina de La Ligua, fue un importante acontecimiento para la zona. Este era el único banco de la provincia en aquella época, por lo que significó un gran impulso económico para los diversos sectores.

Actualmente, la sucursal de La Ligua cuenta con 27 trabajadores, tiene categoría A y cuenta con cuatro áreas: Personas, Mype, Microempresas y BECO. En el último tiempo, esta oficina ha sido un actor importante en la transformación y reconversión que ha ido experimentando La Ligua, luego de la crisis textil (tejido). Actualmente, la principal actividad económica es la agricultura.

“Nos sentimos muy orgullosos de trabajar en esta oficina, además de que contamos con un gran equipo. En 2009, alcanzamos una puntuación de 92 puntos en la encuesta de clima laboral de GPTW”, señala el agente (s) Gonzalo Maldonado.

Para celebrar el siglo de vida de la oficina, se organizó una gran fiesta de cumpleaños para todos quienes pertenecen a esta histórica sucursal. Además, el delegado cultural de esta oficina, Daniel Tapia, preparó un video que recopila imágenes del siglo de historia de la sucursal y su equipo (se puede ver en el blog de revista COMPROMISO).



El equipo de Casablanca en 1970, año que celebraron su aniversario n° 60.

Oficina de Casablanca

El 21 de julio de 1910 la sucursal de Casablanca inició la atención a público en calle Portales 187. Ahí funcionó hasta agosto de 1989, fecha en que se trasladaron a las actuales dependencias ubicadas un poco más arriba, en el 377 de la misma calle. En sus inicios este espacio funcionaba como bodega del área comercial, encargada de distribuir insumos agrícolas –lo que da cuenta de la importancia de la sucursal para la zona– y hoy acoge a un equipo de 12 personas, más dos trabajadores de la Plataforma Microempresa.

“Hasta hace tres años, BancoEstado era la única entidad bancaria de Casablanca. Hoy, la presencia de la oficina sigue siendo relevante por la atención a las personas de servicios públicos y los convenios, que dan la posibilidad de contar con medios de pago a los empleados y obreros de las viñas que no son considerados por el resto de la Banca”, señala Alejandro Troncoso, subgerente Regional V Región Cordillera.

Los funcionarios que trabajan en la oficina gozan de un excelente clima laboral, y se destacan por el compromiso que tienen con sus clientes y la comunidad en general. 🇨🇱



Cepal destaca comportamiento de BancoEstado durante la crisis

Como el Banco público de la región que más créditos entregó durante la crisis financiera internacional se ubicó BancoEstado, según un informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal).

De acuerdo a las cifras, la banca pública chilena (BancoEstado y Corfo) aumentó sus créditos en 20% entre diciembre de 2008 y septiembre de 2009. Según el organismo multilateral, esto evitó una caída mayor del PIB del país. Según Osvaldo Kacef, director de la División de Desarrollo Económico de Cepal, aunque el peso de la banca pública es bajo respecto del total, "eso compensó el retiro que hizo en créditos de la banca privada".

Crédito de la banca pública y de la banda privada



La subsecretaria de Salud, Jeanette Vega, y el presidente de BancoEstado, José Luis Mardones, junto a Katherine Calderón, cobrando su licencia médica.

BancoEstado pagará licencias médicas de Fonasa

Para modernizar la gestión de pagos del Ministerio de Salud, el presidente de BancoEstado, José Luis Mardones, y la subsecretaria de Salud Pública, Jeanette Vega, dieron inicio a la nueva modalidad de pago a los beneficiarios de Fonasa, que les permitirá cobrar sus licencias médicas en todas las sucursales de BancoEstado o ServiEstado.

Este sistema consiste en que los cotizantes de Fonasa dependientes o independientes, que no estén afiliados a una Caja de Compensación y que anteriormente retiraban sus cheques en el Compín (Comisión Médica Preventiva e Invalidez), podrán retirar su dinero en cualquier sucursal del BancoEstado o ServiEstado a lo largo del país.

El pago se hará efectivo una vez que la licencia médica esté autorizada, para lo cual basta sólo retirar el comprobante de los dispensadores de cualquier sucursal de BancoEstado o ServiEstado, con lo cual estará disponible en caja.

Mejoran expectativas para bancos latinoamericanos

La agencia clasificadora de riesgo Fitch Ratings ve con buenos ojos el repunte de los bancos latinoamericanos. En su última proyección bancaria para la región, señala que 2010 debería observar un regreso a la expansión crediticia de dos dígitos entre los bancos de las mayores economías. En algunos casos, este regreso a un crecimiento más fuerte ya se hizo evidente en el cuarto trimestre del 2009. Con tasas de interés en general cercanas a los niveles mínimos históricos, el crecimiento debiera ser importante para compensar la baja en los márgenes, que estarán bajo presión por las tasas bajas y la cada vez mayor competencia entre los bancos que buscan fortalecer sus ingresos.

La agencia añadió que los bancos estatales están en una posición particularmente buena. La importancia del rol de amortiguación contra-cíclico que tienen estas entidades volvió a quedar en evidencia el año pasado, y la disposición que muestran sus propietarios a usar a estas entidades de manera activa en ese papel corroboran la idea de que sus clasificaciones de riesgo se relacionan fuertemente con las de sus propietarios; y efectivamente, se observa que los actuales niveles de clasificación de pisos de soporte que tienen estas entidades generalmente están muy cerca o son iguales a las clasificaciones de riesgo que tienen sus estados propietarios.

35% a 40% del PIB

alcanzaría la industria chilena de fondos mutuos para 2010, de acuerdo al crecimiento proyectado por la Asociación de Administradoras de Fondos Mutuos (AAFM).

Foro de Davos finaliza sin grandes consensos

La cuadragésima edición del Foro de Davos cerró sus puertas a fines de enero sin consenso sobre la reforma del sistema financiero que muchos gobiernos desean aplicar para evitar una nueva crisis mundial. Con el mundo aún convaleciente, también planteó que si bien hay indicios de recuperación, la economía aún es frágil.

El presidente del Banco Central Europeo, Jean-Claude Trichet, afirmó que se debe "mejorar notablemente la regulación" del sistema financiero y hacerlo "más resistente que antes" con normas globales.

Larry Summers, principal asesor de política económica de Barack Obama, señaló que el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) estadounidense en el cuarto trimestre de 2009, del 5,7%, no es suficiente "para descorchar la botella de champán".

Agregó que "lo que vemos en Estados Unidos, y quizá en otros países, es una recuperación económica estadística y una recesión humana", en referencia a que "uno de cada cinco hombres en una edad entre 25 y 54 años no trabaja en estos momentos, lo que contrasta con el empleo del 95% de los años sesenta", según concluyó.



Importantes personalidades participaron en Davos 2010.

2,4 millones de clientes bancarios usaron internet para hacer transacciones en diciembre de 2009, de acuerdo a cifras de la SBIF. Este número casi duplica lo registrado en el mismo periodo de 2006.

En el caso de BancoEstado, el número de clientes con clave de acceso que ingresaron al sitio web creció de 145.190 en diciembre de 2006 a 693.427 en diciembre de 2009, siendo el banco con más clientes en Internet.

BancoEstado apoyó evento de recaudación de fondos para Haití

Con cinco cajas auxiliares ubicadas en el frontis de la Estación Mapocho, BancoEstado estuvo presente durante el concierto solidario "Canto por Haití, una voz de esperanza", que se realizó el miércoles 27 de enero pasado. El objetivo de la actividad fue recaudar fondos para asistir a las víctimas del terremoto que azotó al país caribeño a principios de año.

El evento contó con la participación de destacados artistas como Lucybell, el pianista Roberto Bravo y Mahani Tehave, Denisse Malebrán, Natalino, Tiro de Gracia, Mamma Soul, Claudio Narea, Mario Guerrero y Los Jaivas, entre otros.



Destacados artistas se presentaron sobre el escenario ese día.



BancoEstado estuvo presente con cinco cajas auxiliares hasta altas horas del día.



Isabel De Gregorio, gerente de comunicaciones, Pamela Olivares Torres, Jefe del departamento de Atención Postventa en sucursales, Cecilia Vergara, gerente de Gestión Comercial Masiva recibiendo los aportes.



Jessica Maturana Salazar, Coordinadora de Recursos y Pamela Olivares Torres, Jefe del departamento de Atención Postventa en sucursales junto al patito de BancoEstado



Benito Baranda, director Social del Hogar de Cristo, también quiso estar presente.



Con entusiasmo, los que llegaron a la Estación Mapocho hicieron su aporte para los afectados de Haití.

¡¡Vacaciones!!

Los meses de calor son, por lo general, sinónimo de vacaciones, aire libre y tiempo de disfrutar junto a la familia. Quienes pertenecen a BancoEstado saben cómo pasarlo bien, ya sea de vacaciones en algún lugar lejano, o simplemente aprovechando los días libres para descansar y desconectarse. Acá les mostramos una selección de algunos panoramas veraniegos que nos mandaron a COMPROMISO Online.



Veraneando en la playa... de estacionamientos.

"Como vivimos en una zona de alta afluencia de público estival es casi imposible salir de vacaciones durante el verano. Por suerte, podemos gozar de un paisaje hermoso del mar y la cordillera desde la playa de estacionamientos de un supermercado cercano". **Juan Carlos Peña Arcos, vigilante Coquimbo Tierras Blancas.**



Trilla a yegua suelta

"Acá estoy en Quillón, Octava Región, en la Provincia de Ñuble, durante las actividades preparadas por la Municipalidad de dicho balneario. Fui con mi familia y después de la trilla degustamos de un almuerzo campestre, onces con leche pura de vaca y pan amasado, y terminamos el día con un típico paseo en lancha por la Laguna Avendaño". **Lombardo Serra A, coordinador gerencia de Desarrollo y Gestión de Canales.**



Disfrutando el balneario de Tomé

"Esta imagen corresponde a mi grupo familiar en la cabaña del Balneario de Tomé. Acá el personal del Balneario nos tenía preparado un programa de actividades para hacernos disfrutar y descansar. Fueron 10 días inolvidables".

Marcos Astudillo, administración de Procesos, Subgerencia de Servicios Tecnológicos



Veraneando en El Quisco

"Acá estoy con mi hijo Santiago, de 2 años y 7 meses en un sector de El Quisco donde recolectan algas que el mar expulsa hacia roqueríos y las dejan al sol para secarlas y venderlas a exportadores. Fueron una de las mejores vacaciones que hemos tenido".

Carolina Tamayo Álvarez, Ejecutiva de Negocio, BancoEstado



Se mira, pero no se toca

"Soy muy fanático del fútbol, y viajé desde Rancagua a Santiago con mi hijo a ver la Copa del Mundo. En esa ocasión los sentimientos fueron inolvidables, pues sólo con ver la cara de mi hijo, que tiene problemas de salud, recompensó todos los sacrificios realizados hasta ahora". **Marcial Mella V., BECO Rancagua**



En pleno desierto

"Aquí estamos cerca de Bahía Inglesa, rumbo a playa La Virgen. No obstante la sequedad del lugar, las playas del sector son maravillosas. En la foto estoy con mi esposo Danilo y mis 3 hijas Rebeca, Danae y Amanda. La foto la tomó mi hijo mayor, Emilio. Esta es la primera vez que vamos como familia a veranear al norte". **Paola Díaz N., jefe de área de la Subgerencia Procesos Créditos Hipotecarios.**

Terremoto en Chile

El terremoto ocurrido en la madrugada del sábado 27 de febrero nos ha impactado fuertemente a todos. Es por ello que en esta edición optamos por prescindir de la sección de humor y en su lugar publicar el poema que nuestro gran poeta Pablo Neruda escribió en 1960, a propósito del terremoto que ese año sacudió consecutivamente a Concepción y Valdivia.



Terremoto en Chile

por Pablo Neruda

*Allí, en el comienzo de la primavera marina,
cuando el ave asustada y hambrienta persigue a la nave
y en la sal apacible del cielo y el agua aparece el aroma
del bosque de Europa, el olor de la menta terrestre,
supimos, amada, que Chile sufría quebrado por un terremoto.*

*Dios mío, tocó la campana la lengua del antepasado en mi boca,
otra vez, otra vez el caballo iracundo pateo el planeta
y escoge la patria delgada, la orilla del páramo andino,
la tierra que dio en su angostura la uva celeste y el cobre absoluto,
otra vez, otra vez la herradura en el rostro
de la pobre familia que nace y padece otra vez espanto y la grieta,
el suelo que aparta los pies y divide el volumen del alma
hasta hacerla un pañuelo, un puñado de polvo, un gemido.*

*Por los muros caídos, el llanto en el triste hospital,
por las calles cubiertas de escombros y miedo,
por el ave que vuela sin árbol y el perro que aúlla sin ojos,
patria de agua y de vino, hija y madre de mi alma,
déjame confundirme contigo en el viento y el llanto
y que el mismo iracundo destino aniquile mi cuerpo y mi tierra.*

*Ay canta guitarra del Sur en la lluvia, en el sol lancinante
que lame los robles quemados pintándoles alas,
ay canta, racimo de selvas, la tierra empapada, los rápidos ríos,
el inabarcable silencio de la primavera mojada,
y que tu canción me devuelva la patria en peligro:
que corran las cuerdas del canto en el viento extranjero
porque mi sangre circula en mi canto si cantas,
si cantas, oh patria terrible, en el centro de los terremotos
porque así necesitas de mí, resurrecta,
porque canta tu boca en mi boca y sólo el amor resucita.*



A propósito del Bicentenario: Anécdota centenaria

En el año que celebramos el aniversario número 200 de nuestra patria, queremos recordar cómo fue la conmemoración de los primeros cien años de nuestro país. Un hito que no estuvo exento de curiosidades.


Varios personajes de nuestra historia, que prestaron sus servicios en la Caja de Crédito Hipotecario, llegaron a ocupar altos cargos en el gobierno de Chile. Algunos de ellos, como Juan Antonio Ríos y Jorge Alessandri Rodríguez, llegaron hasta la mismísima Presidencia de la República.

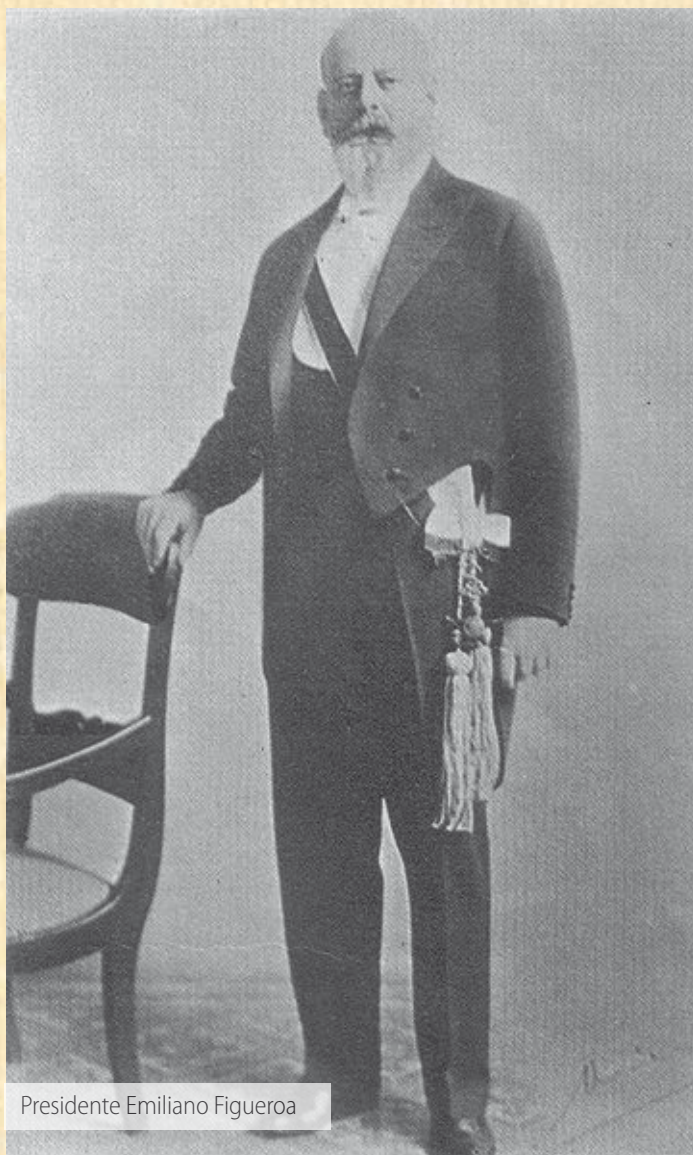
Uno de ellos fue Elías Fernández Albano, vicepresidente de dicha Caja, y de quien se cuenta una curiosa situación ocurrida en el primer centenario de nuestra nación.

En 1910 nuestro país se enlutó a raíz del fallecimiento del entonces Presidente Pedro Montt, en Alemania —a donde había concurrido en busca de medicina para curar la enfermedad que lo afectaba—. Elías Fernández, quien ocupaba el cargo de vicepresidente de la Nación en ese entonces, presidió la ceremonia fúnebre de su antecesor y asumió el mando, comenzando de inmediato a preparar las celebraciones del Centenario de Chile.

Para tan importante ocasión, se recibirían visitas y delegaciones extranjeras, por lo que el Palacio de La Moneda fue debidamente engalanado. Para ello se procedió a cambiar el cortinaje y renovar manteles y servilletas, todo ello incluyendo el monograma del vicepresidente —“EF”.

Entre los invitados a estas celebraciones figuraba una delegación argentina que viajó especialmente a nuestro país y que traía como regalo para el recién asumido vicepresidente una hermosa cuchillería de plata con sus iniciales “EF” en un artístico monograma. Sin embargo, el 6 de septiembre de ese mismo año y a un mes de la muerte de Montt, Elías Fernández amaneció muerto. El país, estupefacto, quedaba sin Presidente para celebrar sus 100 años de la Independencia. Y la delegación Argentina, atribulada, pues el elegante presente con las iniciales “EF” quedaba sin destinatario.

Para fortuna de los trasandinos, rápidamente asumió la vicepresidencia de la República el entonces ministro del Interior, Emiliano Figueroa, quien presidió los festejos del primer centenario de la Independencia de nuestro país y recibió de manos de la delegación del hermano país una hermosa cuchillería con sus iniciales “EF”. 



Presidente Emiliano Figueroa

Para apoyar a nuestros clientes de las regiones del Maule y Bío Bío

BancoEstado ha tomado las siguientes medidas:

1

Se posterga por 60 días los pagos de Créditos de Consumo, Tarjetas de Crédito y Créditos Universitarios.

2

Se prorroga por 6 meses el pago de dividendos hipotecarios.

3

Se informa a nuestros clientes con Crédito Hipotecario en todo el país, que hay seguros comprometidos en su favor.

Los avisos de siniestro podrán hacerse en nuestras sucursales, al 600 660 1212 o en www.bancoestado.cl, en la medida que se restablezcan los servicios.

Ambas prórrogas son válidas tanto para las personas, microempresas y pequeñas empresas y se realizarán de manera automática sin necesidad de ninguna gestión por parte de nuestros clientes.



BancoEstado[®]

AHORA MÁS QUE NUNCA

Infórmese sobre la garantía estatal de los depósitos en su banco o en www.sbil.cl