



clientes al utilizar las tarjetas de crédito y débito que tengan contratadas con Banco Edwards, entregándoles a cambio beneficios concretos y de especial atractivo, entregadas bajo la exclusiva responsabilidad de las empresas o centros comerciales que los ofrecen, liberándose de esta responsabilidad el Banco.

Además, los beneficios de Mundo Edwards no necesariamente están ligados a la gestión de compra con tarjeta de crédito. Por el simple hecho de presentar cualquier tarjeta del Banco en los locales adheridos a este programa, los clientes podrán acceder a increíbles descuentos.

El objetivo en el largo plazo, es que todos los clientes participen y se sientan beneficiados con este programa, el que cada vez irá agregando más beneficios acorde con las preferencias de nuestros clientes dentro de sus respectivos segmentos.

### Publicidad y Relaciones Públicas

Durante el año 2000, el Banco tuvo una destacada participación en auspicios deportivos con excelentes resultados en competencias nacionales e internacionales. La imagen generada por estos deportistas permitió potenciar la comunicación hacia nuestros clientes en servicios remotos, tales como: Banca Telefónica, Banca Móvil e internet.



In addition, the scheme provides the Bank's clients with major discounts at top shopping centers, restaurants, hotels, beauty salons and shops, simply on presentation of any of the Bank's cards.

Our long-term aim is to bring all our customers into the program as active participants, so they get to know the advantages of belonging to Mundo Edwards and make full use of the exclusive privileges it brings them.

### Advertising and Public Relations

The Bank took a leading role in sponsoring sporting events during 2000, with excellent results in both national and international competitions. The image generated by the sponsored sportsmen allowed us to strengthen communication with our customers in distance services, such as: Phone Banking, Mobile Bank and internet banking.

The substantial campaigns launched during the year met the Bank's aim of positioning itself in the target segments and of emphasizing specific characteristics – the idea of an agile, dynamic institution with a strong service mission.

Las importantes campañas lanzadas durante el período cumplieron los objetivos de posicionar al Banco en los segmentos deseados y de resaltar ciertas características como la de un banco ágil, dinámico y de gran servicio. Todo esto estuvo acompañado con una fuerte actividad en Relaciones Públicas orientada a los distintos segmentos del Banco y que logró una presencia constante durante el año en los medios de comunicación del país.

### Finandes

Finandes comercializa servicios financieros creados especialmente para el segmento medio- bajo del mercado. Cuenta con una amplia plataforma de productos y servicios financieros, los que incluyen: chequeras electrónicas, cuentas de ahorro, créditos de consumo, líneas de crédito, créditos hipotecarios, captaciones y bancaseguros, entre otros. Durante el año 2000, se amplió la plataforma de éstos, con la incorporación de la libreta de ahorro para la vivienda, captaciones vía depósitos a plazo y nuevos planes comerciales para la chequera electrónica Cuenta Más. Asimismo, se consolidaron las operaciones de bancaseguro y de abono de remuneraciones sobre Cuenta Más.

Continuando con el mejoramiento del servicio a clientes, se implementó un modelo de medición y control de la calidad de servicio, que utiliza la técnica del cliente incógnito

An active public relations campaign accompanied the campaigns, aimed at different segments of the Bank, and secured a steady Bank presence in the national media throughout the year.

### Finandes

Finandes provides financial services created for the medium-to-low-income segment of the market. It has a broad platform of products and financial services which includes electronic cheque books, savings accounts, consumer loans, lines of credit, mortgage loans, deposits and insurance products. The range was widened in 2000 to add savings accounts for housing, term deposits and new commercial plans for the electronic chequebook known as Cuenta Más. Insurance product operations were consolidated, as was the wage credit product on Cuenta Más.

A system of quality service control using the technique of "unknown customer" was put in place throughout the entire service, as part of the program to improve service to the public. Customer satisfaction as measured by the system continued to improve, and in October 2000 reached levels well above those achieved by our competitors.

In the area of distance services, Finandes set up an automatized telephone banking service, known as