

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



y abarca a toda la red de sucursales. Con respecto a la medición de la satisfacción de los clientes, siguió teniendo una tendencia creciente, destacándose la medición de octubre del 2000, donde se lograron niveles de satisfacción muy superiores a la competencia.

Con respecto a los servicios remotos, se habilitó la banca telefónica automatizada - FonoBanco - y se liberó una nueva versión del sitio web de Finandes, donde los clientes pueden consultar los saldos y últimos movimientos y solicitar información de nuevos productos. El sitio web cuenta con el único servicio de atención a clientes en línea a través de un chat individual.

También, se mejoró la red de distribución trasladando 10 sucursales a mejores ubicaciones, incorporando 5 sucursales en nuevas plazas, abarcando desde Arica a Castro, e instalando las primeras 3 minisucursales en localidades de menor tamaño. Estas últimas, tienen la característica de operar en un 100% a través de plataformas basadas en internet. Asimismo, se instalaron 19 ATMs en sucursales, completándose un total de 25.

En términos cuantitativos, Finandes alcanzó un nivel de colocaciones totales de 109.735 millones de pesos a diciembre de 2000, con un crecimiento nominal del 13,2% respecto de diciembre de 1999 y una cartera de aproximadamente 155.000 clientes.

FonoBanco, and released a new version of its web site on which customers can consult their balance sheets and recent movements and request information on new products.

The web site offers a unique on-line customer service through an individual chat-line.

Finandes also improved its distribution network, moving ten branches to better sites and adding five branches in new sites, to cover Chile from Arica to Castro. It installed its first three mini-branches in smaller-scale localities, to operate exclusively on platforms based on the internet. A further 19 ATMs were installed in the branches, bringing the total to 25.

In terms of volume, Finandes achieved a total loan portfolio of 109,735 million pesos at December 31 2000, which represented a nominal growth of 13.2% in relation to December 1999. It had a client portfolio of approximately 155,000 customers.