



BankBoston



Mercado

Con una importante red de sucursales ubicadas en los principales centros económicos del país, 245 cajeros automáticos y una cartera de más de medio millón de clientes en Banca de Individuos, BankBoston es el banco con el que operan las más importantes empresas nacionales y multinacionales con negocios en la Argentina. Si a esto sumamos la red de filiales conectadas, la entidad bancaria brinda la cobertura geográfica más eficaz para servir a su base de clientes.

Por eso, BankBoston ocupa hoy un sitio de liderazgo. Reconocida como una empresa orientada hacia sus clientes, se esfuerza continuamente por conocer y satisfacer sus necesidades, concentrando ese esfuerzo en la calidad de la prestación de sus servicios. Su estrategia está centrada en el establecimiento de un perfil claro de cliente, lo cual se refleja en la penetración creciente dentro de los segmentos medios y altos que representan su mercado.

En América, la fusión con Fleet Boston -que estaba orientado fuertemente a la banca minorista y a las pequeñas y medianas empresas localizadas en el nordeste estadounidense- sumó ese mercado a la im-

portante presencia de BankBoston en la región hispana. Como consecuencia, reforzó la cobertura de la entidad en el continente.

En el mundo, Bank of America Corporation -entidad a la que Fleet Boston se unió en 2004- cuenta con oficinas en 150 países, incluyendo los principales mercados de América Latina. En los Estados Unidos, dispone de una red de 4.400 oficinas, más de 13.000 cajeros automáticos y un sistema de banca on line a través de Internet que presta servicios a más de 7 millones de usuarios.

Logros

- BankBoston posee el mayor crecimiento de préstamos al sector privado de los últimos años, ocupando el cuarto puesto dentro del ranking de los mejores 10 bancos del país.
- Abarca una importante porción del market share de la cartera total de tarjetas de crédito Visa y concentra un importante volumen del consumo total del mercado, con uno de los más altos consumos promedio del sistema.
- Mantiene un lugar de liderazgo que consolida, sostiene y acrecienta día a día sobre tres ejes: innovación, asesoramiento de expertos y gran experiencia en productos de inversión. En este último eje, continúa creciendo tanto en la banca de inversión como en la colocación de Fondos Comunes de Inversión.
- Lidera desde su fundación el mercado de Operaciones de Comercio Exterior.
- Boston Home, la línea de créditos hipotecarios

de BankBoston, ha liderado históricamente el mercado de mutuos, posicionándose como la línea más completa y transparente del mercado de hipotecas.

- Mileage Plus Boston Visa, el cobranding de Boston Visa y Mileage Plus, es uno de los más exitosos del mercado financiero con una cartera que muestra el mayor consumo promedio del mercado.
- Fondos 1784 es la administradora de Fondos Comunes de Inversión pionera en el mercado argentino; creada en 1972, lleva 33 años liderando el mercado de Fondos. En la actualidad administra 21 fondos de inversión con una participación de mercado del 10%.
- La Fundación BankBoston desde hace más de 30 años es la encargada de canalizar la responsabilidad social empresarial de BankBoston. Lleva adelante un ciclo cultural y diversos programas desde su Área de Compromiso Social, orientada a mejorar las condiciones educativas de niños y jóvenes de distintos puntos del país con dificultades socioeconómicas. Algunos de estos programas se llevan a cabo, además, con otras fundaciones y ONG's con la intención de optimizar el alcance y resultados de sus acciones.

Las actividades de la Fundación BankBoston es-



tán centradas en dos áreas: educación, a través del Instituto de Comercio Internacional (carrera y cursos de actualización en exportación), y los consorcios de exportación, que ofrecen capacitación a PyMEs y oportunidades comerciales para alcanzar nuevos mercados.

Historia

La Primera Guerra Mundial impulsó las exportaciones de cueros y lanas que por ese entonces partían de nuestro país rumbo a los Estados Unidos. Ese hecho, sumado a la confiabilidad de la entidad, motivó que el Banco de Boston cobrara popularidad entre los exportadores y los demás bancos, y creciera su intervención en los embarques hacia ese país. Como consecuencia, en Boston se decidió la apertura de una sucursal en Buenos Aires.

El Banco abrió sus puertas al público en Buenos Aires, en la esquina de Bartolomé Mitre y San Martín, en la mañana del sábado 14 de julio de 1917.





Los negocios crecían y a la par, crecía el banco. Por eso, la decisión fue ampliarse y, de 1922 a 1924, de la mano de Chambers y Thomas, supervisados por el estudio York & Sawyer de Nueva York, la ciudad vio erigirse un edificio imponente, reflejo de la solidez y el creciente prestigio de la institución.



El acto inaugural fue presenciado por el entonces presidente de la República, Marcelo Torcuato de Alvear, el embajador de los Estados Unidos y destacadas autoridades y personalidades de la época.

A mediados de 1997, la institución cambió su nombre de Banco de Boston a BankBoston como consecuencia de una fusión producida en Massachusetts, y el crecimiento posterior se tradujo en la apertura de nuevas sucursales.

Dos años después, en marzo de 1999, una nueva fusión entre BankBoston y Fleet Bank en los Estados Unidos, combinó y complementó la red bancaria de la corporación.

El 1º de abril de 2004, Fleet Boston se unió a Bank of America, una de las mayores redes de servicios del mundo, pero BankBoston aún conserva su nombre original en toda Latinoamérica.

Producto

BankBoston está comprometido con el objetivo de ser un Full Banking (banco completo), es decir en proporcionar soluciones eficientes y concretas a las necesidades de sus clientes. Por eso ofrece una variedad de productos y servicios orientados a agilizar



la vida financiera de sus usuarios.

En productos para individuos, BankBoston posee una amplia cartera de instrumentos financieros: cuentas con variadas características de precio y funcionalidad acorde a distintas necesidades de uso, tarjeta de crédito Boston Visa en sus versiones Internacional y Gold y Mileage Plus Boston Visa, la exclusiva tarjeta de crédito que permite acumular millas por cada compra realizada.

Además, cuenta con una completa gama de seguros para el hogar, auto y vida y préstamos personales, hipotecarios y prendarios con diversas características de plazo y tasas adecuadas a diferentes necesidades.

Completan el abanico de productos las diferentes alternativas de inversión: desde diversas variantes de plazos fijos, hasta la más completa familia de fondos comunes de inversión del mercado, siempre con el objetivo de ofrecer las mejores soluciones financieras a través de nuevas y eficientes opciones y el asesoramiento de expertos.

En lo que refiere a banca corporativa, BankBoston cuenta con una completa gama de productos y servicios en préstamos, comercio exterior, investment banking, cash management y tesorería para empresas.

Los productos del mercado de capitales con los que cuenta la entidad incluyen cambio de monedas, tesorería, mesa de dinero, research, trading, portfolio management y servicios de inversiones.

Desarrollos recientes

Boston Access, el servicio de Internet Banking, ha sido catalogado en el 2005 como el sitio más eficiente de la banca on line, según estudios privados. El 25% de la cartera de BankBoston opera a través de Boston Access, y la cantidad de usuarios y operaciones realizadas crece a un ritmo del 25% anual.

En materia de edificación, la importancia de la institución quedó nuevamente plasmada en el paisaje. En noviembre de 2000 se inauguró la Torre BankBoston en Catalinas, zona de negocios internacionales de Buenos Aires.

El diseño, que pertenece al arquitecto argentino César Pelli, uno de los más prestigiosos del mundo, le dio a la ciudad un edificio emblemático que redefinió el perfil de Catalinas y cristalizó la imagen de BankBoston como líder de la comunidad de negocios argentina en el tejido cultural de la ciudad.

Promoción

Desde su primera campaña de comunicación, BankBoston ha construido una imagen de banco selectivo, que ofrece experiencia en todos los productos y servicios prestados a su exclusivo grupo de clientes.

La comunicación de BankBoston se caracteriza por su estilo directo, sencillo y transparente, y a su vez cálido y cercano, que refleja sus atributos de marca. La estrategia de comunicación abarca presencia en medios masivos para el open market y comunicación directa para clientes BankBoston, segmentada de acuerdo con las necesidades individuales.

Como consecuencia, el objetivo perseguido se cumple día a día: estar en el top of mind de sus clientes y del público en general, posicionando a BankBoston como marca líder en las investigaciones de branding más destacadas tanto dentro del segmento de empresas como de individuos.

Un capítulo aparte merecen las acciones de fidelización, las cuales siempre se han caracterizado por su innovación y calidad y han logrado una excelente percepción.

Valores de la marca

Desde sus inicios, BankBoston fue sinónimo de transparencia, solidez, confianza y respaldo. A partir de 1997, cuando cambió su nombre de Banco de Boston a BankBoston, la compañía incorporó nuevos atributos: innovación, cercanía y accesibilidad. Estas características se han consolidado a lo largo de los años por su capacidad de gestión y de brindar soluciones financieras a las necesidades de miles de clientes en todo el país. ¿El método? La concentración diaria de los esfuerzos en ofrecer un mejor servicio y en incorporar procesos y tecnologías de última generación para superar constantemente los estándares de calidad.

La marca BankBoston está compuesta por tres pilares estratégicos: los clientes, el personal y la comunidad. La integración de los esfuerzos realizados



para satisfacer a los tres es la clave del posicionamiento alcanzado por la marca, que la vuelve cada vez más sólida y fuerte en todo el país.

Los clientes son la razón de la existencia de la institución y el reflejo de la estrategia comercial del banco. La estrategia de captación de clientes, sean individuos o empresas, responde a criterios de segmentación y estrategia de negocios que sustentan la identidad y rasgos de la marca.

El personal de BankBoston, por su parte, está integrado por profesionales altamente capacitados y reconocidos por el mercado. El posicionamiento de la institución se inicia desde las cualidades y el reconocimiento que le otorgan sus empleados porque, de hecho, son y serán ellos los principales propagadores de la marca a través de la calidad del servicio que prestan.

www.bankboston.com.ar

Lo que usted no sabía sobre
BankBoston

- El Águila, que desde su fundación identifica a BankBoston, ha tenido diversas formas e interpretaciones gráficas. En la época en que nació la institución, sujetaba en su garra derecha un ramo de olivo, emblema bíblico de la paz. En la izquierda, sostenía un puñado de flechas que simbolizaban la fuerza. El ave fue inspirada en el gran sello de los Estados Unidos, insignia que el país adoptara en 1782, dos años antes de la fundación del banco. El símbolo fue mantenido a lo largo de los años como representación de la visión y del coraje.
- Durante el siglo XVIII y gran parte del XIX, The First International Bank of Boston imprimió sus propios dólares, que circulaban oficialmente con la absoluta confianza de toda la comunidad.

