

Bansander AFP

La AFP del APV

MERCADO

En 1981 el DL. 3.500 creó el Sistema de Administradoras de Fondos de Pensiones, con el objetivo de entregar más y mejores pensiones a los trabajadores chilenos a través de sociedades anónimas especializadas.

Este sistema incorporó el concepto de propiedad de los ahorros previsionales por parte de los trabajadores afiliados, buscando que los beneficios que éstos reciban (como pensiones de vejez, sobrevivencia e invalidez), tengan relación directa con el esfuerzo de ahorro realizado a lo largo de la vida activa de la persona.

Las AFP administran cinco fondos, conocidos como "multifondos", que están constituidos por las cotizaciones que mes a mes van depositando los trabajadores en una cuenta personal.

Actualmente hay seis AFP en el mercado chileno, y cada administradora compite por captar nuevos clientes a través de atributos como rentabilidad y servicio, entre otros. A julio de 2006, Bansander AFP tenía los cinco multifondos en el primer lugar del ranking de rentabilidad para un período de tres años (Circular 1.380) y, además, había sido elegida como la AFP número uno en calidad de servicio (Oficio 13.206 de la Superintendencia de AFP).

LOGROS

La industria de las AFP ofrece un servicio cuyo beneficio se ve lejano en el tiempo, y por eso, la mayoría de las personas se despreocupa de sus fondos de jubilación. Por este motivo, AFP Bansander decidió despertar interés dirigiéndose directamente a tramos de edad intermedia. Adicionalmente, se ha instalado el Ahorro Previsional Voluntario (APV) como un instrumento para mejorar la jubilación, el cual posee beneficios tales como liquidez y beneficios tributarios. La marca ha logrado plenamente su objetivo de crear conciencia, generando una frase que pasó a ser usada socialmente: "Estás a medio camino de jubilar".

Los resultados, tanto comerciales como de recordación, reflejaron que la campaña "Preocúpate, estás a medio camino de jubilar" fue relevante para el consu-

midor. De esta forma, Bansander ha logrado acercarse de una manera lúdica y amena a sus clientes. Además, la gestión de Bansander ha sido reconocida durante los últimos años con diversos premios. En el área publicitaria, Bansander obtuvo cuatro premios en el Festival Anual de Publicidad Achap por la campaña de ahorro previsional voluntario "Recuerda que estás medio camino de jubilar".

Todos dentro de la categoría "Entidades Financieras, Empresas de Servicio, Educación, Campaña Institucional". Además, ganó dos premios Plata en el

Festival Prensa/Gráfica por los avisos "mujer chasquilla" y "rebobinando cassette"; un Premio Plata en el mismo festival por la campaña completa de esa serie de avisos; y el Premio Bronce 2005 en la categoría de entidades financieras, con la campaña "A medio camino de jubilar". También obtuvo el Premio Iberoamericano a la Calidad, otorgado por la Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad, "Fundibeq"; en 2004 y 2005, fue elegida como una de las mejores empresas para trabajar por el instituto "Great place to work" y Revista Capital. El segundo semestre de 2006 ocupó el primer lugar en la evaluación de Índice de Calidad de servicio de las Administradoras, elaborado por la Superintendencia de AFP. Premio a la creatividad publicitaria agosto septiembre "Megaspot" de Megavision, año 2006.

HISTORIA

Bansander AFP nació en 1992, al alero del Grupo Santander, como su administradora de fondos previsionales, fuertemente orientada a los segmentos socioeconómicos medios y altos de la población, ofreciendo como atributo principal el manejo de las inversiones. Con el tiempo, sus principales atributos se desplazaron hacia las áreas de

servicio al cliente y desarrollo tecnológico. Pensando en sus clientes, se crearon innovadores clubes de pensiones y de inversiones a través de los cuales, conjuntamente con enviarles informes financieros y otras informaciones de interés, se ofrecían gratuitamente los softwares Previsoft 4.0 e Inverttools 1.0, con el fin de orientarlos en el cálculo de su futura pensión y de otras inversiones. Además, fue la primera AFP en tener un portal previsional, lanzar al mercado potentes herramientas de proyección de pensión y diferentes servicios de asesoría en la actual página web.

El segundo hito en su historia fue el 13 de mayo de 1998 cuando el Grupo Santander adquirió AFP Summa, una de las pioneras del emergente sistema previsional chileno, convirtiéndola en Summa Bansander, la quinta AFP del mercado, con más de 480 mil clientes en esa época.

La fusión de ambas empresas logró alcanzar el 12,4 por ciento del mercado, transformándola en una de las grandes administradoras gracias a una conjunción de atributos: experiencia, solidez, expertise del sistema, tradición, flexibilidad, innovación tecnológica y orientación al cliente.

Finalmente, en marzo de 2005, nuevamente la marca pasó a llamarse Bansander AFP, debido a su asociación con el nombre del conglomerado financiero y a la imposibi-

lidad legal de llamarla Santander.

Hoy, AFP Bansander cuenta con 26 sucursales ubicadas en las principales ciudades del país, desde Arica a Punta Arenas, y con más de 700 funcionarios que están a su servicio para atender a 600 mil clientes.

PRODUCTO

Bansander AFP es una empresa que enfoca su estrategia en entregar una asesoría completa y de alta calidad a sus clientes, tanto en términos previsionales, como en inversiones y temas tributarios. La estructura de servicios y contacto con el cliente, está constituida por asesores que captan nuevos clientes, y ejecutivas de cuenta, que atienden a los afiliados resolviendo todos sus requerimientos y enviándoles permanentemente información de interés. Dentro de los productos que ofrece Bansander AFP se encuentran:

-Ahorro Previsional Voluntario: No es casualidad que en su logo Bansander AFP incluya el texto "La AFP del APV". El ahorro previsional voluntario (APV) es el componente principal de la oferta de



Adivina el personaje



¿Adivinaste?

Entonces estás a medio camino de jubilar.

valor que Bansander hace a sus clientes. El APV puede invertirse como cotización voluntaria o depósito convenido y tiene como principal característica su franquicia tributaria.

-Ahorro Obligatorio: Las cotizaciones que mes a mes realizan los trabajadores, son conocidas como ahorro obligatorio. Este

ahorro equivale al diez por ciento de la renta bruta, con tope de 60 UF. En este caso, Bansander ofrece consistencia en rentabilidad en todos los fondos, para brindar así mejores pensiones a sus afiliados.

-Cuenta de Ahorro Voluntario: Conocida también como "Cuenta 2". Este producto es equivalente a una cuenta de ahorro bancaria o a un fondo mutuo, con la particularidad de que no realiza cobros por la administración de los ahorros, lo que la convierte en una interesante alternativa para invertir ahorros de corto y mediano plazo, aprovechando la rentabilidad de los multifondos.

-Multifondos: Todos los productos nombrados son invertidos en cinco fondos de pensión conocidos como Multifondos. Cada fondo se diferencia de los demás por su porcentaje invertido en renta variable y, en consecuencia, su rentabilidad y riesgo esperado. El fondo A puede tener hasta un 80 por ciento en renta variable, el fondo B hasta un 60 por ciento, el C hasta un 40 por ciento, el D hasta un 20 por ciento y el E debe estar invertido 100 por ciento en renta fija.

DESARROLLOS RECIENTES

Bansander AFP, que nació como una AFP de nicho, hoy busca consolidarse en mercados más masivos, como lo ha hecho el Grupo Santander a través de sus distintos negocios.

En la actualidad, Bansander se encuentra realizando

un manual de marca para homologar nuestra imagen en todos los medios de contacto con los clientes, tanto sucursales, como folletería, mailing, sitio internet, e incluso en los lugares de atención de los ejecutivos.

Para mejorar el servicio, en el cual hemos sido evaluada como la mejor por la superintendencia del ramo, uno de los focos ha sido implementar terminales de autoconsulta en las mismas sucursales, de manera de atender al público de una manera más expedita. Esto implica un fuerte trabajo en, por ejemplo, ir eliminando la fuerte pre-

sencia que tuvo la marca Summa, representada por un arbolito en todas las sucursales.

PROMOCIÓN

Desde el 2004 se decide centrar las energías en despertar conciencia en el tema de la jubilación y crear un mensaje que llame a la acción, especialmente entre las personas de edad intermedia que se sientan identificados con el concepto "Estás a medio camino de jubilar". El objetivo es instarlas a preocuparse de su previsión y, por ende, de cómo mejorarla.

¿Te acuerdas cuando tenías que rebobinar a mano?

Entonces también acuérdate que estás a medio camino de jubilar. No dejes pasar más tiempo, porque tu jubilación podría ser insuficiente.

El momento es hoy

Super apv
Ahorro Provisional Voluntario

Plan de Vida	Capitalización	Rentabilidad
A	80%	11.00%
B	60%	10.00%
C	40%	9.00%
D	20%	8.00%
E	100%	7.00%

Bansander AFP
La AFP del APV

Una simple demostración de que el momento es hoy

www.ahorrovoluntario.cl | Infórmate al 800 880 1000 | o en www.bansander.cl

Así, la comunicación se dirigió al grupo de mayor desvinculación con el sistema: 30 a 45 años, clase media y media alta, hombres y mujeres. Todo esto por medio de una estrategia dirigida al segmento que más recordara los años 80, a través de televisión, radio, prensa y cine.

Junto con ello, se asoció la marca Bansander al producto APV de manera directa.

Después de la campaña, la frase "Estás a medio camino de jubilar" pasó a ser usada socialmente, y el monto de aportes APV pasó de 118.073 millones de pesos (julio 2004) a 157.163 millones de pesos (julio 2005), lo que representa un alza del 33 por ciento.

VALORES DE MARCA

Si bien la marca Bansander, junto a su historia con Summa, ha querido transmitir el respaldo, confianza y seguridad que genera un Grupo financiero con amplia presencia internacional como el Santander, también se ha hecho cargo de la necesidad de acercarse aún más a los consumidores a través de la cercanía y un elemento emocional requerido en los nuevos tiempos. Este elemento es el "A medio camino de jubilar", algo así como el "Se te apareció Marzo" del Banco Santander Santiago.

LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE BANSANDER AFP

- La marca Bansander se creó para un negocio inmobiliario perteneciente al Grupo Santander España. En un principio era "Bansánder" con acento en la "a", pero se cambió la acentuación para que sirviera para la AFP y así crear una fuerte asociación con la marca Santander en Chile, pero sin perder su identidad, debido a que la normativa previsional chilena prohíbe confundir el negocio de las AFP's con el del grupo económico al que pertenecen.
- En marzo de 1996, nuestra empresa se convirtió en la primera AFP que habilitó su página transaccional en Internet, con servicios de saldos en línea, emisión de certificados, información previsional y e-previsoft (herramienta de proyección personal de pensión).



Antes cedías el asiento, ahora ¿te lo ceden?

Preocúpate,
estás a medio camino de jubilar.

Super apv
Ahorro Provisional Voluntario

No importa en qué AFP estés, toma tu APV con nosotros. El momento es hoy.

Bansander AFP
La AFP del APV

La rentabilidad es fluctuante, por lo que nada garantiza que las rentabilidades pasadas se mantengan en el futuro.