



MERCADO

Consortio Financiero es el mayor conglomerado de servicios financieros no bancarios del país y el mayor grupo asegurador del mercado. Con 90 años de destacada trayectoria, está formado íntegramente por capitales chilenos, administra activos que superan los US\$4.500 millones, cuenta con la mayor solidez patrimonial de la industria, que alcanza un monto superior a los US\$633 millones y posee una extensa red de sucursales desde Arica a Punta Arenas, permitiéndole tener una gran cercanía con sus clientes. Para satisfacer las crecientes necesidades de sus clientes y otorgarles un servicio integral, Consortio ofrece Seguros de Vida, Seguros sobre Bienes Raíces y Bienes Físicos, Rentas Vitalicias, Seguros Colectivos, Ahorro Previsional Voluntario, Fondos Mutuos, Seguros con Ahorro, Corredora de Bolsa, Créditos Hipotecarios, Créditos de Consumo y Tarjeta de Crédito Consortio Visa.

La estrategia de Consortio, al abordar las múltiples necesidades financieras de sus clientes, le ha permitido en estos últimos años obtener los mejores resultados de la industria.

LOGROS

Consortio se ha destacado por ser pionero en la entrega de nuevos productos y servicios, logrando en el tiempo la preferencia de sus más de 250.000 clientes. Asimismo, se ha logrado construir una organización orientada a la prosperidad de los clientes de la empresa, mediante la oferta de los mejores servicios y consejos financieros, logrando establecer con ellos rela-



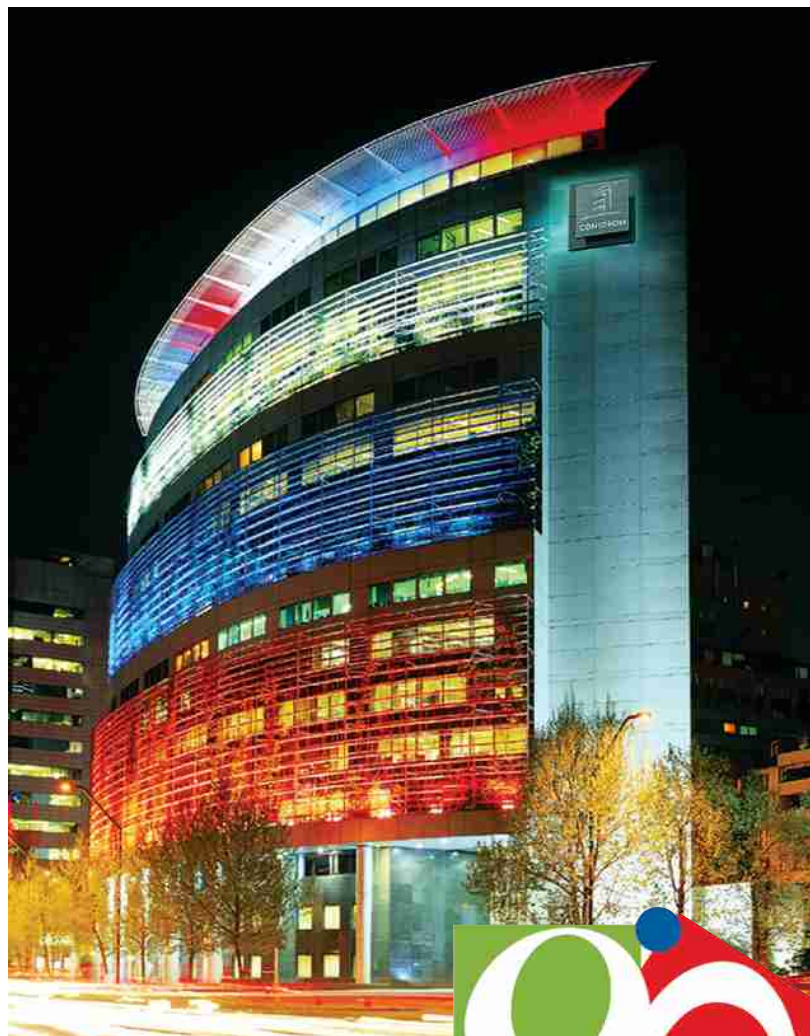
ciones de confianza de largo plazo.

Los éxitos obtenidos en el ejercicio 2005, donde la compañía obtuvo utilidades finales por US\$111 millones, responden al compromiso humano y profesional asumido por quienes forman parte del equipo de Consortio Financiero y a la preferencia de los clientes en sus distintas líneas de negocios.

El año 2005 Consortio fue líder en participación de mercado en las líneas de negocios de Seguros de Vida Individual con un 15,7%, Seguros con Ahorro con un 16,2% y Ahorro Previsional Voluntario APV con un 26%.

Pero Consortio se destaca no sólo por sus éxitos comerciales y solidez financiera, sino también por sus importantes reconocimientos en ámbitos sociales y laborales.

El año 2003, por ejemplo, la Fundación Consortio Vida obtuvo el Premio al Buen Ciudadano Empresarial, entregado por la Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio (Amcham), consolidando así su compromiso de incorporar dentro de su gestión



corporativa la Responsabilidad Social Empresarial.

En el año 2004, Consortio Seguros integró el cuadro de honor de las 25 mejores empresas en el ranking "Mejor Lugar para Trabajar" que realiza Great Place to Work Institute.

En tanto, el edificio corporativo de Consortio en Concepción, recibió el "Premio Ciudad de Concepción a la Mejor Obra de Arquitectura y Urbanismo", distinción que otorga anualmente la Municipalidad de la ciudad.

HISTORIA

En 1916, un grupo de empresarios e industriales pertenecientes a la Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa) y la Cámara Industrial de Chile fundan la Compañía Nacional de Seguros La Industrial.

Un año más tarde, la Compañía Nacional de Seguros La Industrial crea nuevas sucursales e inicia la oferta de seguros contra lucro cesante. Así, en 1947 la compañía comienza a vender seguros de vida cambiando su nombre por Compañía de Seguros de Vida La Industrial S.A.

En 1975 la Compañía Nacional de Seguros La Industrial cambia su nombre a Compañía de Seguros de Vida Consortio Nacional S.A. y en 1986, Bankers Trust Company (importante Banco de Inversión norteamericano, actualmente Deutsche

Bank), asume el control de la aseguradora. Con el fin de apoyar a las personas creando oportunidades de desarrollo y progreso social en el país, Consortio crea, en 1987, la Fundación Consortio Nacional Vida.

En 1993 se inaugura el nuevo Edificio Corporativo de Consortio, ubicado en el corazón de la comuna de Las Condes, logrando transformarse en un hito arquitectónico de Santiago.

A partir de 1998 Consortio se convierte en una compañía de capitales 100% nacionales, cuando las sociedades Banvida S.A, P&S S.A y BP S.A compran a Bankers Trust Company su participación en la propiedad.

Así, con la llegada de estos nuevos grupos empresariales comienza la creación de Consortio Financiero S.A., empresa que inicia rápidamente un periodo de expansión y crecimiento hasta transformarse en un importante conglomerado financiero.



PRODUCTOS

Durante los 90 años de trayectoria de Consorcio, la compañía ha utilizado su capacidad de liderazgo e innovación para desarrollar una amplia oferta de productos y así satisfacer las crecientes necesidades y otorgarles un servicio integral a todos sus clientes e intermediarios.

La amplia gama de servicios financieros ofrecidos por la empresa, se estructuran en tres grandes áreas de negocio que responden a satisfacer las necesidades de los clientes en Seguros, Ahorro y Créditos. Así, el área de Seguros cuenta con Seguros de Vida, Seguros sobre Bienes Raíces y Bienes Físicos, Rentas Vitalicias y Seguros Colectivos. En lo referido al área de Ahorro, destacan productos como el Ahorro Previsional Voluntario, Fondos Mutuos, Seguros con Ahorro y Corredora de Bolsa. Por último, el área de Créditos posee una oferta que incluye Créditos Hipotecarios, Créditos de Consumo y Tarjeta de Crédito Consorcio Visa.

DESARROLLOS RECIENTES

Durante su trayectoria, Consorcio se ha destacado por su capacidad de innovación, siendo la primera empresa aseguradora del país en otorgar créditos de consumo a sus pensionados y posteriormente a clientes externos; la primera en implementar una Corredora de Bolsa On Line, donde el cliente compra y vende sus acciones en forma directa a través de Internet; la primera en ofrecer una póliza de seguros asociada al Ahorro Previsional Voluntario, y la primera compañía de seguros en Latinoamérica autorizada para emitir tarjetas de crédito abiertas.

Esta gran capacidad de innovación se ha plasmado en la creación de productos de seguros especialmente diseñados para satisfacer las necesidades de los clientes. De esta manera, el año 2005 se lanzó el Seguro Futuro Profesional que generó una nueva modalidad de ahorro que permite a los padres garantizar la educación superior de sus hijos. Asimismo, recientemente se creó Vidahorro 100 que además de proteger a los clientes hasta los 100 años de vida, les permite ahorrar a través de Fondos Mutuos.

PROMOCIÓN

La marca Consorcio está orientada a la prosperidad de sus clientes, mediante la oferta de los mejores servicios y consejos financieros. Su

objetivo es construir relaciones de confianza de largo plazo, participando en mercados que permitan crear valor para clientes y accionistas.

“Contigo Siempre” es el slogan que define a la marca, el cual busca resaltar que Consorcio pone el valor en sus clientes, preocupándose por satisfacer integralmente sus necesidades financieras. Durante el año 2005, se lanzó la campaña publicitaria “Hoy y en todas las etapas de tu Vida”, la cual reafirma que la compañía está cerca de las personas



para entregarle soluciones en cada etapa de sus vidas, a través de sus diversos e innovadores productos. Este año, por su parte, Consorcio lanzó una nueva campaña de publicidad corporativa con el fin de destacar su compromiso de entregarle tranquilidad a sus clientes, a través de sus variadas áreas de negocios: Seguros, Ahorro y Créditos. La propuesta publicitaria incorpora el slogan “Tranquilidad que se Vive”.



A través de la nueva campaña, Consorcio enfatiza su compromiso “Contigo siempre”, invitando a sus clientes a vivir sin grandes preocupaciones, a planificar y realizar sus sueños, y contar con apoyo y medios frente a los imprevistos.

VALORES DE MARCA

Consorcio es una marca cercana y moderna que se comunica con un tono emotivo, para involucrar al cliente en el negocio desde lo afectivo, asociando sentimientos y emociones a los conceptos de la marca.

Por esto, la compañía utiliza una comunicación simple, cotidiana y alegre para así consolidar una relación de largo plazo con los clientes. Hacer realidad los sueños, alcanzar una vida próspera, brindar tranquilidad y protección, orientar con soluciones financieras innovadoras y eficientes, entregar una actitud de ser-

vicio cercana, proactiva, oportuna y basada en el conocimiento, son sólo algunas de las características que definen la esencia de la marca Consorcio.

Para reflejar lo anterior, la empresa ha tenido la particular preocupación de que sus sedes corporativas transmitan los conceptos de modernidad, preocupación por la comunidad y respeto al medioambiente. Es así como los edificios de Santiago y Concepción se han transformado en íconos de cada ciudad, reflejando la transparencia y el estilo de hacer negocios de la compañía.

Del mismo modo, Consorcio Financiero incorpora desde sus inicios la Responsabilidad Social Empresarial dentro de su gestión corporativa, para complementar el desafío de proteger la vida de las personas. Este compromiso se consolidó con la creación de la Fundación Consorcio Nacional Vida.

LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE CONSORCIO

- La construcción del edificio corporativo de Consorcio Financiero fue un hito en la arquitectura y urbanismo de la ciudad de Santiago. La obra, iniciada en 1991 por los destacados arquitectos chilenos Enrique Browne y Borja Huidobro y que se inauguró en 1993, es destacada por los expertos como una de las principales obras arquitectónicas de la ciudad.
- Según una encuesta del periódico El Mercurio, la sede corporativa fue considerada el mejor edificio construido en la capital en los últimos 30 años. La fachada cuenta con tres niveles de vegetación. Los primeros pisos no las necesitan en sus ventanas, ya que los protege la sombra de los árboles del suelo y los pisos superiores tienen la protección del techo que sobresale del último nivel. Los pisos intermedios, en cambio, cuentan con jardineras con distintas variedades de plantas que cubren las ventanas, protegiéndolas del sol en verano y en invierno, al perder sus hojas, permiten aprovechar el sol poniente y favorecer la calefacción natural del edificio.

