

# MUNDO SINACOFI 2010

**SINACOFI lanza nuevo servicio que revolucionará la forma de solicitar el reemplazo de vigilantes privados entre la Banca y Carabineros de Chile.**

- **SINACOFI** traslada sus oficinas a Barrio Nueva Costanera.
- **Certificación ISO 27001:2005**  
Prácticas de seguridad que aseguran la tranquilidad de nuestros clientes.
- **Segmentación de Clientes**  
Navegando con brújula en mano.





**CIERRA TU NEGOCIO HOY**  
*conociendo cómo se comportará  
tu cliente mañana.*

**Contrata ScoreMAX y mejora el riesgo de tu cartera de clientes**

*Este servicio entrega, en un indicador único, la probabilidad que tiene una persona natural de incorporarse a cartera vencida en un horizonte estándar de 24 meses.*

**ScoreMAX EL FUTURO AHORA**



En esta edición queremos compartir con ustedes una grata noticia. A partir del 1 de julio entró en vigencia el servicio Solicitud de Reemplazo de Vigilante Privado, el que permite concretar la autorización de reemplazo de vigilante para las sucursales bancarias, a través de mensajería electrónica, beneficiando en forma directa a la Banca y Carabineros de Chile con una mayor eficiencia en sus procesos administrativos.

Adicionalmente, tenemos el agrado de comunicar a todos nuestros clientes, partners, distribuidores y proveedores que nuestra oficina central se ha trasladado a Av. Nueva Costanera 4091, en la comuna de Vitacura. Este es un gran paso para SINACOFI, disponiendo de mayores espacios y mejores instalaciones para desarrollarnos y atender aún mejor a nuestros clientes.

Contamos con la mirada especialista de Claudio Pizarro, ejecutivo de Penta Retail y docente de la Universidad de Chile, quien nos expone acerca del perfil del consumidor actual.

Asimismo, el 14 de julio nos reunimos en un ambiente amistoso en el evento CMS Lounge Sessions realizado en Mosso de Vitacura, anticipando lo que será nuestro encuentro en la 5<sup>ta</sup> versión del Congreso Nacional de Crédito y Cobranzas 2010, que desarrollaremos el 1 de septiembre en Espacio Riesco y al que desde ya lo dejamos cordialmente invitado.

Un afectuoso saludo,



Fernando Contardo Díaz-Muñoz  
Gerente General  
SINACOFI



# Certificación ISO 27001:2005: Prácticas de seguridad que aseguran la tranquilidad de nuestros clientes.

Siguiendo la línea de las mejores prácticas internacionales SINACOFI certifica su Sistema de Gestión de Seguridad de la Información – ISMS en la norma ISO 27001:2005.



Certificado  
ISO 27001:2005

La seguridad de la información se ha transformado en una necesidad fundamental y propia de la evolución de las tecnologías de la información. Tal es así que el fraude informático y robo de información confidencial han ido aumentando a tasas impresionantes. Del mismo modo, la Banca Mundial ha evolucionado hacia sistemas informáticos más sofisticados y redes comunicacionales que requieren de una especial atención a la seguridad de la información.

En este sentido, SINACOFI ha implementado un completo Sistema de Gestión de Seguridad de la Información que cumple con todo lo necesario para asegurar un estándar óptimo que se traduce en tranquilidad y confianza para nuestros clientes.

Tal es este enfoque que en el año 2007 la empresa decidió adherir su sistema a las mejores prácticas internacionales y tras una exitosa implementación, en enero 2010 recibió el certificado en la norma ISO 27001:2005 del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información – ISMS –.

Los procesos de gestión de seguridad

de la información representan una ventaja notable sobre los servicios que entrega SINACOFI. En este sentido, los clientes pueden estar seguros de que su información está resguardada de manera apropiada, y que los servicios son probados y monitoreados permanentemente. Karina Santelices, Subgerente de Seguridad de la Información, destaca que “el contar con procesos de gestión de seguridad de la información certificados por un tercero, brinda confianza a nuestros clientes de que nuestras prácticas y controles se encuentran dentro de un marco de acción aceptado, probado y en base a las mejores prácticas de seguridad”.

*El mantener un Sistema de Gestión de Seguridad de la Información debidamente acreditado y actualizado es un beneficio tanto para la Banca como para el cliente final.*

El Sistema de Gestión de Seguridad de la Información que hoy tiene SINACOFI está modelado sobre una base flexible, permitiendo crecer en el tiempo, mejorar permanentemente y abarcar nuevos procesos de la organización. “La seguridad de la información es parte de nuestra cultura organizacional y de nuestra forma de hacer negocios. Podemos asegurar por lo tanto, que en la medida que las necesidades de los clientes, las oportunidades del negocio y la tecnología cambien, nuestros servicios mantendrán los niveles y estándares de seguridad requeridos por los clientes” concluye la ejecutiva.



Karina Santelices  
Subgerente de Seguridad de la Información  
SINACOFI





## SINACOFI traslada su oficina central a Barrio Nueva Costanera

Las nuevas oficinas de nuestra compañía están diseñadas para entregar el mejor servicio al cliente.

Después de dos años de iniciado el proyecto, SINACOFI se traslada a sus nuevas oficinas en el Barrio Nueva Costanera.

La construcción del edificio, iniciada a fines del 2008, fue realizada junto a la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras – ABIF - y otras empresas, siendo el puntapié inicial de un gran cambio en la compañía.

La orientación al cliente y nuestro constante crecimiento han sido claves para la búsqueda de una mejor ubicación y emplazamiento de oficinas más confortables para atender de la mejor forma a los clientes. Asimismo, hemos invertido fuertemente en nuestra identidad corporativa, en la implementación de mejoras en el Servicio de Atención al Cliente – SAC y prontamente contaremos con nuevas oficinas en Santiago Centro y para la Cámara de Compensación.

Los exigentes objetivos perseguidos por la empresa nos revelan que el segundo semestre del 2010 estará marcado por la calidad instaurada en una cultura de servicio, enfoque que hemos venido trabajando desde algunos años y que hoy muestra beneficios tangibles para nuestros clientes.

### SINACOFI NUEVOS DATOS DE CONTACTO

MESA CENTRAL es 892 25 00

SERVICIO de ATENCIÓN al CLIENTE - SAC 892 26 00  
FONO EMERGENCIAS - SAC 672 21 86 • 672 96 54 (1)

Dirección: Nueva Costanera 4091 • Vitacura

(1) Teléfono al que nuestros clientes pueden reportar emergencias de servicio

# Seguridad con Carabineros: SINACOFI lanza Nuevo Servicio Solicitud de Reemplazo de Vigilante Privado

El nuevo servicio Solicitud de Reemplazo de Vigilante Privado contribuye a mejorar la eficiencia de los bancos y la gestión administrativa de Carabineros de Chile.



Este servicio se gestó a partir de la necesidad de la Banca y Carabineros de Chile de optimizar y modernizar el sistema de aprobación del reemplazo de un vigilante privado en las sucursales bancarias a lo largo de todo Chile. Tras un trabajo coordinado y minucioso entre la Banca, la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras – ABIF-, la Subdirección de Seguridad Privada – O.S. 10 - de Carabineros de Chile y SINACOFI, a través de sus representantes: Osvaldo González García, Jefe área de Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales del Banco de Chile y a su vez Presidente del Comité de Seguridad de la ABIF; Roberto Jiménez, Gerente de Operaciones y Tecnología de la ABIF; Coronel Alberto Etcheberry, Comandante Ignacio Villarrubia, Subteniente Gabriel Bustamante y Enrique Aguayo, representando a Carabineros de Chile y Eduardo Saavedra León, Gerente de Operaciones y Tecnología, en conjunto con Eduardo Tapia Montes, Product Manager, por parte de SINACOFI.

Hoy tanto Carabineros como los bancos podrán solicitar u otorgar la autorización de reemplazo de vigilante privado a través de la aplicación de mensajería electrónica TID WEB.

El servicio operó en junio 2010 en marcha blanca y desde julio se encuentra 100% operativo, atendiendo las necesidades de las sucursales bancarias y de Carabineros en todo Chile, tiene entre otros los siguientes beneficios:

- Automatizar la ejecución de tareas administrativas.
- Disminuir tiempos de aprobación de reemplazo de vigilante.
- Permite generar mejoras en la eficiencia de los bancos.
- Modernización del sistema completo de solicitud de reemplazo de vigilante privado.

Hoy las tecnologías de la información deben estar a disposición de todas las instituciones, tanto privadas como públicas, por lo que es un importante avance atender las necesidades de una institución como Carabineros de Chile en el ámbito público. “La red de alta seguridad con la que opera el servicio, así como la plataforma tecnológica y de contingencia con la que cuenta SINACOFI, garantizan su calidad y disponibilidad” destacó Eduardo Tapia Montes, Product Manager de SINACOFI.



## CMS Lounge Sessions: Amistad y camaradería en torno a los mejores aromas y sabores del vino chileno

La tarde del 14 de julio tuvo cuerpo, aroma y sabor. De la mano del reconocido sommelier Luis Calderón realizamos una exclusiva cata de vinos en el lounge de la joyería Mosso. El evento, organizado por CMS People de Argentina, en conjunto con SINACOFI y Databusiness como sus socios locales, contó con la participación de distinguidos ejecutivos de la banca, el retail y tecnología.



• Pedro Alfonso Ceballos, Gerente Corporativo de Riegos Estandarizados, Banco Santander • Fernando Contardo Díaz-Muñoz, Gerente General, SINACOFI • Katherine Vásquez Madariaga, Coordinadora de Imagen y Comunicación, SINACOFI • Claudio Gustavo Zeballos, Subgerentes Políticas y Estrategias PYME, Banco Santander .



• Enzo Manzur Mazzei, Gerente de Crédito y Cobranzas, Universidad de las Américas • Enrique Álvarez López, Gerente Riesgo Banca Personas, Banco Santander.



• Luis Enrique Calderón, Sommelier, Armonía Wines.



• Gonzálo Ceballos Guzmán, Gerente División Retail Financiero ABCDIN • Yorky Sepulveda Jaque, Analista de Control de Activos, Corpbanca • Claudio Ugarte Soto, Gerente General, AIS Chile.

  
**CMS Chile**  
 1 de septiembre de 2010  
 Espacio Riesco | Santiago


**SINACOFI**  
 Socio Local

**5<sup>o</sup>** Congreso Nacional de  
**CRÉDITO & COBRANZAS**

¡INSCRÍBASE YA!  
[www.cmseventos.com](http://www.cmseventos.com)



## En la búsqueda del perfil del cliente

Entrevista a Claudio Pizarro,  
Director Comercial de Penta Retail S.A.



**La gran decisión de consumo está en manos de las mujeres. Sin embargo, la productividad y capacidad futura de pago del consumidor son unas de las variables más relevantes al momento de evaluarlos, siendo los modelos matemáticos los protagonistas en la eficiencia y exactitud de la evaluación de riesgo en el retail y la banca.**

El consumidor chileno ha cambiado sin duda alguna, el tema central es saber qué ha cambiado y por qué.

El formato de tienda es fundamental para que el comprador se desenvuelva en el arte de satisfacer sus necesidades, en este formato lo importante no está en el segmento socioeconómico sino en la oferta que dispone la tienda para el comprador. Cuando hablamos de la tienda nos referimos a una tienda por departamento, supermercado, tienda de conveniencia, farmacia u otros tipos.

En los principales cambios de la sociedad de consumo podemos considerar la independencia económica de la mujer, el creciente número de hogares monoparentales y la mayor importancia relativa de las distancias entre puntos de convergencia de las ciudades haciendo que la variable tiempo se vuelva un elemento primordial en el nuevo consumidor. Al respecto, Claudio Pizarro, ejecutivo de Penta Retail S.A. y catedrático de la Universidad de Chile, comenta que "en este caso la mujer -que es la más importante desde el punto de vista del consumo, ya sea directo o indirecto- tiene una alta valoración de su tiempo y está dispuesta a pagar por una buena administración de éste". La mujer de hoy ejerce un rol importantísimo en

la definición de la compra y el destino del presupuesto familiar, llevándose el mayor protagonismo al momento de analizar la conducta del consumidor chileno.

Asimismo, en la segmentación de clientes, ésta va a depender del tipo de comercio donde compre el cliente. Sin embargo, a nivel general es observable que existen segmentos que tienen valoración por ciertos atributos en particular, por ejemplo en los niveles de precios. Hay vocación por precios bajos vs. vocación por precios altos; hay vocación por atributos vinculados a cosas muy funcionales vs. vocación por atributos vinculados a mayor valor agregado. Por ejemplo, pensando en los consumidores que privilegian una satisfacción alta vs. los que privilegian una condición higiénica muy fuerte, en ese caso, el precio es importante.

### El terremoto: un cambio transitorio

Al referirnos a los efectos del terremoto, el especialista nos comentó que si bien hubo un aumento del consumo por reposición y la demanda por casas y departamentos ubicados en pisos bajos, este fenómeno es transitorio y no se prevé su permanencia en el largo plazo a nivel conductual. Sin embargo, lo interesante al momento de



relacionar este aumento de la demanda por bienes raíces con la admisión en crédito hipotecario es la mayor importancia que adquiere la empleabilidad del solicitante de crédito, su capacidad técnica y sobre todo la proyección de generar flujos en el tiempo.

### El surgimiento del segmento C4

El segmento C4 está asociado a la base de una pirámide, hablamos de los sectores que históricamente fueron más vulnerables, con un escaso poder adquisitivo y que gradualmente empiezan a experimentar mayor nivel de confort económico. Más aún, cuando empiezan a formarse parejas de estos mismos sectores hay una posición más fuerte, lo cual gradualmente, les permite acceder a mayores niveles de consumo, lo que facilita las condiciones de crédito. Estos son la base de la pirámide, incluso los C2, C3 y D fueron los que históricamente hicieron muy fuerte a las tiendas por departamento y al crédito del retail financiero, evidenciando que es factible hacer negocio y además, mejorar sustancialmente el acceso a consumo de esos sectores. Esto claramente es una oportunidad para la Banca, tomando las medidas apropiadas en cuanto al control del riesgo de la cartera y su productividad.

### La segmentación de clientes

La segmentación o clasificación de clientes es una de las dimensiones de trabajo de lo que llamamos el trabajo analítico. El trabajo analítico básicamente tiene 3 grandes dimensiones: problemas de clasificación, problemas de pronóstico y problemas de asociación. Entonces, cuando uno aborda esta problemática, la mayor tendencia que uno observa es la incorporación sostenida de prácticas de un enfoque analítico;

es decir, mayores niveles de precisión, mayores niveles de análisis para apoyar la toma de decisiones, tanto tácticas como estratégicas. Porque en ambientes crecientemente competitivos los errores tienden a costar muy caro, por lo que la focalización en esas decisiones es creciente con el objeto de usar muy bien los recursos, por eso cuando revisamos ZARA, H&M, Seven Eleven, Wal Mart, y otras empresas, encuentras que el trabajo analítico es cada vez un poco más preponderante. Si hay algo que yo podría resumir como un driver sistemático de esto es la capacidad de tomar decisiones más precisas, para lo cual el uso intensivo de herramientas analíticas basadas en matemáticas permite mejores desempeños.



**SINACOFI se une a**  
**[www.protegetusdatos.cl](http://www.protegetusdatos.cl)**

El portal de difusión [protegetusdatos.cl](http://protegetusdatos.cl) pone a disposición de la población una completa guía online para prevenir el fraude informático. La iniciativa encabezada por la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras –ABIF–, Microsoft y auspiciada por SINACOFI, Banco BICE, BCI, Banco de Chile, Banco Estado, Banco Itaú y Banco Santander busca alertar y educar al usuario de internet acerca de los riesgos que enfrenta al compartir sus antecedentes a través de la red, así como las medidas y mejores prácticas a adoptar en el uso de internet.



# Segmentación de Clientes: Navegando con brújula en mano



Un cliente por si mismo tiene características únicas y que podrían eventualmente ser compartidas con otros, pero ¿cómo saber quién es quién?. La respuesta se encuentra en la segmentación de clientes, cuya generación y clasificación en las empresas es una tarea titánica que parte por la obtención de información precisa y real del cliente a segmentar.

Situándonos desde el punto de vista del negocio bancario, podemos decir que las necesidades de los clientes en un determinado momento de su ciclo de vida son variadas y distintas, constituyéndolos en un cierto segmento, más aún si éstos se sitúan en cierto grupo de riesgo y con determinada situación de deuda, variando la necesidad de financiamiento de un cliente a otro. Lo interesante es que ciertos clientes pueden compartir ciertos atributos que los convierten en clientes deseables para la Banca, cuya adecuada identificación y segmentación puede constituir una oportunidad de negocio, tanto para realizar una oferta de bancarización como para dirigir los esfuerzos de marketing a los segmentos más deseados, considerando además que sólo 1/3 de la población analizada posee actualmente deuda en el sistema financiero.

Haciendo un zoom en la población chilena, de los más de 13.5 millones de personas que constituyen el registro en análisis, podemos observar que un 49% son hombres y un 51% mujeres. Asimismo, de ellos un 49% es soltero, 48% casado, 1.5% divorciado, 1.4% viudo y menos de un 1% se encuentra anulado o en trámites judiciales.

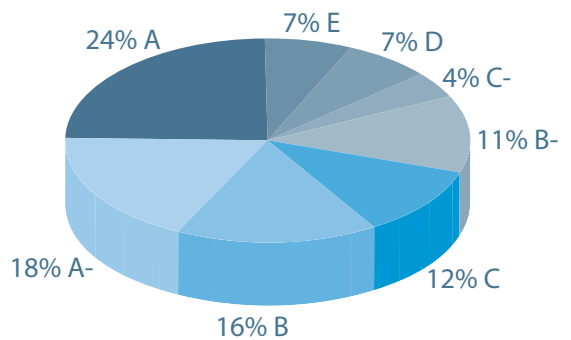
Asimismo, el segmento de jóvenes y adultos jóvenes entre 18 y 35 años corresponde a un 31%, el de adultos entre 35 y 45 años a un 19%, el de adultos maduros entre 45 y 65

años un 29%, alcanzando los mayores de 65 años un 13%. En resumen, la población en su mayoría es más madura, en coherencia con lo expresado en el último Censo.

En este sentido, se vuelve más atractivo aprovechar las oportunidades que ofrece un adecuado cruce de información, sobre todo si consideramos que cerca de un 42% de la población analizada pertenece a un grupo de bajo riesgo aplicando el score de crédito.

Lo importante es contar con fuentes de información fidedignas y procesos adecuados que permitan hacer una correcta segmentación de los clientes, adaptada a la realidad de la empresa. En este sentido, SINACOFI posee servicios que permiten prospectar clientes, identificando segmentos potenciales, activos, inactivos, de riesgo y otros, contribuyendo a eficientar la inversión y gestión de las áreas comerciales y de marketing de la Banca.

Distribución de Persona Natural por Grupo de Riesgo



Fuente: Bases de Datos SINACOFI

## Distribución Grupo Etáreo



Personas entre 0 y 18 años

8%



Personas entre 18 y 35 años

31%



Personas entre 35 y 45 años

19%



Personas entre 45 y 65 años

29%



Personas con mas de 65 años

13%

Fuente: Bases de Datos SINACOFI

# ¿Está cerrando un negocio?

Evitar un fraude está a sólo un clic.

## Consulte con nosotros.

### Verificación de Defunciones en Línea



## Un servicio exclusivo de SINACOFI.

- Información en tiempo real
- Más rápido
- Más seguro

SINACOFI - Sistema Nacional de Comunicaciones Financieras  
www.sinacofi.cl/verificaciondefunciones

MARCELA ANDREA SOTO PEÑA  
1.233.567-9

Servicio: Consulta Defunción en Línea al SRCI

Datos entregados por el usuario:

Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres
SOTO	PEÑA	MARCELA

Validación Defunción:

Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres
SOTO	PEÑA	MARCELA ANDREA
Presenta Defunción	Fecha Defunción	Fuente
SI	28/07/2006	REGISTRO CIVIL

NOTA: Para efectuar la validación al SRCI, el servicio de Verificación de Defunciones utiliza el nombre ya validado por SINACOFI y que corresponde al RUT ingresado por el usuario, de no contar con esta información, se utiliza el nombre ingresado por el usuario.

© Sinacofi S.A.



- Servicios Estratégicos
- Certeza en la Información
- Seguridad
- Disponibilidad 7 x 24
- Confianza



Certificado ISO 9001:2008

Certificado ISO 27001:2005



Nueva Costanera 4091 • Vitacura • Santiago • Chile  
 Fono: (56-2) 892 2500 • [contactenos@sinacofi.cl](mailto:contactenos@sinacofi.cl) • [www.sinacofi.cl](http://www.sinacofi.cl)