



mundoSinacofi

EDICIÓN N°36/AGOSTO-2016



“LA TECNOLOGÍA DEBE SER SIN COSTURAS”

Entrevista a Maribel Vidal Vicepresidenta y Directora de Planificación Estratégica McCann Worldgroup Chile

ENCUESTA DE
SATISFACCIÓN DE CLIENTES

3° LUGAR
GPTW

EXPERIENCIA DE
SERVICIO: BIOMETRÍA

The CMS logo consists of three white circles of varying sizes arranged in a triangular pattern above the letters 'CMS' in a bold, white, sans-serif font.

11° CONGRESO NACIONAL DE CRÉDITO

Riesgos, Cobranzas y Marketing Financiero

Socio Local

Sinacofi

14 DE SEPTIEMBRE DE 2016 | CENTRO PARQUE EVENTOS & CONVENCIONES
CHILE | SANTIAGO



BUSINESS
REVOLUTION
TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN
REDEFINEN EL FUTURO

Finnova
FORO DE TECNOLOGÍA E
INNOVACIÓN FINANCIERA


TecnoCred
FORO DE TECNOLOGÍA Y SOLUCIONES
PARA LA INDUSTRIA DEL CRÉDITO


CMShub
Powered by **PGI**
TECNOLOGÍA ESPECIALIZADA
PARA GENERAR NETWORKING

Nuevas dinámicas, más conocimiento y networking

**¡INSCRÍBASE CON
PRECIO PROMOCIONAL!**

Contacto:
Axel Cheram axel.cheram@cmspeople.com | Tel: +56 2 2656 3124

CMSpeople.com

AGENDA

Columna de Opinión



02 **ANDRÉS PUMARINO**
Abogado Socio Legaltrust

Entrevista



03 **La Tecnología debe ser sin costuras**
Maribel Vidal, Vicepresidenta y Directora de Planificación Estratégica

EDITORIAL

01 **FERNANDO CONTARDO DÍAZ-MUÑOZ**
GERENTE GENERAL SINACOFI

COLUMNA DE OPINIÓN

02 **CIBERSEGURIDAD Y NUEVAS EXIGENCIAS DEL REGULADOR A EMPRESAS DE APOYO AL GIRO DE LA BANCA**
Andrés Pumarino, Abogado Socio Legaltrust

ENTREVISTA

03 **ENTREVISTA A MARIBEL VIDAL**
Vicepresidenta y Directora de Planificación Estratégica

EXPERIENCIA DE SERVICIO

05 **SINACOFI OTORGA SERVICIO COMPLETO DE VERIFICACIÓN DE IDENTIDAD**

NOTICIAS

07 **SINACOFI PARTICIPA EN SEMINARIO DE SEGURIDAD**

SOCIALES

08 **CAPACITACIÓN CANJE POR IMÁGENES**

08 **SINACOFI ENTRE LOS PRIMEROS DE GREAT PLACE TO WORK**



FERNANDO CONTARDO DÍAZ-MUÑOZ
Gerente General Sinacofi

LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN ES UN IMPORTANTE ATRIBUTO VALORADO POR LOS CLIENTES

Nos encontramos en el segundo semestre de este año y en esta edición de Mundo Sinacofi queremos compartir con ustedes importantes logros que como compañía hemos obtenido.

Nuestros clientes a través de una encuesta aplicada hace unos meses y que realiza una consultora externa, evaluaron de manera positiva la satisfacción del servicio, subiendo tres puntos porcentuales con respecto a la misma medición del año 2015, lo que sin duda nos motiva a seguir trabajando en pos de la mejora continua que permita ofrecer servicios que agreguen valor y que respondan a las necesidades de la industria. La Seguridad de la Información es uno de los atributos valorados por los clientes, valor que se ha convertido en un activo intransable. Por esta razón, Sinacofi participó en el primer seminario de Cyber Risk organizado en Chile,

que reunió a importantes speakers y en el que se abordó las exigencias que la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras hará a las sociedades de apoyo al giro de la banca. Al respecto, los invito a leer una interesante columna del abogado Andrés Pumarino acerca de esta materia.

Otro de los logros que Sinacofi nuevamente alcanzó, fue posicionarse en los primeros lugares del Ranking de Medianas Empresas que efectúa Great Place to Work, manteniendo su tercer lugar con respecto al año anterior, hecho que nos motiva profundamente, ya que estamos convencidos que para atender bien a los clientes, hay que estar bien internamente.

Asimismo, los invito a conocer la experiencia de servicio que BCI ofrece a sus clientes gracias a

los productos de Biometría que tiene contratados con Sinacofi, convirtiéndonos en un partner estratégico al brindar soluciones que permiten autenticar la identidad de las personas en un mundo cada vez más tecnológico que ofrece múltiples beneficios, pero al mismo tiempo trae consigo un sinfín de vulnerabilidades. Al respecto, Tecnología y Seguridad deben ir de la mano, así lo plantea Maribel Vidal, Vicepresidenta de una de las más prestigiosas agencias de publicidad a nivel mundial, a quien entrevistamos en esta publicación.

Saludos cordiales,
Fernando Contardo Díaz-Muñoz
Gerente General Sinacofi

COLUMNA DE OPINIÓN



Andrés Pumarino

Abogado Socio Legaltrust
www.legaltt.com

CIBERSEGURIDAD Y NUEVAS EXIGENCIAS DEL REGULADOR A EMPRESAS DE APOYO AL GIRO DE LA BANCA

La Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras – SBIF - ha señalado que: “en un año se realizan más de 500 millones de operaciones vía tarjetas de crédito bancarias y del retail y más de 2.000 millones de operaciones web, de las cuales 350 millones corresponden a transferencias y pagos anuales vía portales web. En 2015 se realizaron alrededor de 500 millones de transacciones en cajeros automáticos a lo largo de todo Chile, y un número similar de operaciones con tarjetas de débito”.¹

Hoy en Chile el 96% de las comunas posee algún punto de acceso a servicios de pago. Cerca de 4.000 millones de operaciones están sujetas a riesgos que podemos atribuir a temas tecnológicos, informáticos o electrónicos. El aumento en el grado de acceso a los distintos medios de pago en los últimos años hace que esta problemática sea transversal, alcanzando a la gran mayoría de las personas, de todos los estratos socioeconómicos.

Es en dicho contexto descrito por el Superinten-

dente que se ha publicado el 8 de Junio de 2016 una Circular de la SBIF dirigida a sociedades de apoyo al giro de la banca en la cual se manifiesta que en materia de Seguridad de la Información es relevante que el Directorio y la Alta Gerencia de las empresas relacionadas al giro de la banca se informen respecto de los riesgos asociados a la ciberseguridad y resuelvan respecto de las medidas de mitigación pertinentes.

Además, la Circular indica que las empresas: “deben realizar una evaluación periódica de sus controles, considerando aspectos de identificación de los riesgos vinculados al uso de tecnologías de información, así como la suficiencia y efectividad de las medidas de protección y detección y su capacidad de respuesta y recuperación ante la materialización de este tipo de amenazas”.

En relación a la gestión de la ciberseguridad, la SBIF ha instruido a las instituciones fiscalizadas a realizar una evaluación permanente de su ambiente de control asociado con esta materia,

como la identificación de los riesgos vinculados al uso de tecnologías de la información, verificar la suficiencia y efectividad de las medidas de protección, la detección y su capacidad de respuesta ante este tipo de amenazas.

De este modo, se espera que lo mencionado anteriormente, sea parte de las evaluaciones habituales que realiza la Superintendencia en la gestión del riesgo operacional, esto llevará que las actividades habituales de fiscalización incorporen mecanismos de control en materia de ciberseguridad.

Por último, no se puede desconocer que los Directores y la Alta Gerencia de las empresas vinculadas al sector deben asumir su responsabilidad de estar debidamente informados y capacitados para entender las vulnerabilidades que hoy están presentes en materia de tecnologías de la información, ello nos lleva a concluir que hoy no se puede concebir el compliance corporativo sin una debida estrategia de ciberseguridad que mitigue eventuales riesgos.

¹ Discurso del Superintendente de Bancos e Instituciones Financieras 23 de mayo de 2016. Fuente: <http://ciberseguridad.sbf.cl>

ENTREVISTA

Maribel Vidal

Vicepresidenta y Directora
de Planificación Estratégica
McCann Worldgroup Chile

Licenciada en Publicidad y Comportamiento del Consumidor de la Universidad del Pacífico –Santiago, Chile– con 24 años de experiencia en publicidad y comunicaciones.

Graduada en Liderazgo y Estrategia en el programa Leadership Development Program de la Universidad de Columbia, Nueva York y como Coach en Ontología del Lenguaje y Comunicación Persuasiva.

Tiene una amplia experiencia como Profesora en Publicidad, Creatividad y Planificación Estratégica en cursos de pre y post grado en destacadas universidades chilenas e internacionales.

Ha dirigido numerosos y variados estudios sobre el consumidor chileno y es considerada una experta en el tema.

Participa en CONAR representando a ACHAP por los últimos 14 años y desde el 2015 es Presidenta del mismo Consejo.

El 2004 recibió el H.K. McCann Award, premio con el cual cada año MGW distingue a profesionales por aportes destacados a nivel mundial.

El 2011, fue destacada entre 10 profesionales de marketing y comunicación de la industria por Terra.

En 2014 recibió el premio como “Mejor Directora de Planificación Estratégica del año”, por el concurso Marketing Best Chile.

Desde el 2007 es Directora de la Comunidad de Organizaciones Solidarias, ONG chilena que agrupa a más de 150 fundaciones dedicadas a responder temas de pobreza y exclusión.

Es Directora fundadora de la Corporación Mujeres en Alta Dirección MAD.



LA TECNOLOGÍA DEBE

La tecnología desde sus inicios ha jugado un papel muy importante en la vida de las personas, se han desarrollado nuevos productos que nos ayudan y facilitan la vida

Entrevistamos a Maribel Vidal Vicepresidenta y Directora de Planificación Estratégica McCann Worldgroup Chile, sobre el nuevo consumidor y la tecnología. Estas son sus interesantes apreciaciones:

1.- Sabemos que las empresas son semejantes a los seres vivos, que tienen que adaptarse para poder sobrevivir en un mundo cada vez más competitivo, al respecto ¿qué papel cree usted que juega el escenario tecnológico y la innovación en esta adaptación?

Chile es uno de los países de la región más “tecnológico” y que más rápidamente adopta las innovaciones, en particular las tecnologías de las comunicaciones. Esta realidad permite que la mayoría de los chilenos puedan acceder a información - en el amplio sentido de la palabra - que

antes era imposible de acceder para la mayoría de las personas. Esta democratización de la tecnología y mayor acceso a las innovaciones ha generado una nueva realidad: una generación de consumidores - que sin diferencias de edad ni de nivel socioeconómico - está más preparada para evaluar, opinar y exigir alternativas.

Por esta razón, para las empresas el desafío no es sólo incorporar tecnología e innovación en sus procesos productivos o de servicios; sino que más importante aún, deben ser capaces de gestionar la innovación al interior de sus compañías como una variable clave en la sustentabilidad de sus negocios. Esta es una realidad que aplica para todas las empresas, en las distintas categorías y rubros en los que participen.

2.-Estamos ante consumidores cada vez más tecnológicos, digitales y exigentes ¿de qué manera la oferta de servicios debe hacerse cargo de estas características?

Hay dos recomendaciones que pueden ayudar

en este desafío. La primera es entender el rol que las empresas y las marcas juegan en la vida de las personas.

Según un reciente estudio desarrollado por McCann Truth Central (Truth about Global Brands 2015), se constata que el 73% de los chilenos declara que las marcas tienen más poder de cambiar el mundo, que el propio Gobierno. Y el 85% cree que las marcas pueden ayudarles a mejorar su calidad de vida.

Entonces la pregunta que hay que hacerse es ¿cómo hago que mi marca y servicio tenga un rol significativo en la vida de las personas?.

La segunda recomendación es que cualquier producto o servicio debe poner a sus consumidores al centro de cualquier innovación y asegurarse de que lo que vamos a hacer responde a necesidades verdaderas y sentidas de las personas.

Ambas recomendaciones parecen obvias, y sin duda lo son. La clave y desafío está en gestionar los equipos de trabajo para que esta visión sea parte del modelo del negocio desde su inicio y

no como una variable extra que se agrega para poder pasar el filtro "tecnológico".

3.-Generar servicios que agreguen valor a los clientes es el desafío que plantean muchas empresas en sus declaraciones estratégicas. ¿Considera usted que las empresas en nuestro país están alineadas con esta premisa?

En mi experiencia directa, he podido observar que cada vez más las empresas se alinean con esta nueva realidad.

Incluso he observado interesantes cambios en la organización de los equipos de trabajo, incluyendo nuevos perfiles, competencias y habilidades de los profesionales.

Gerencias de experiencia de clientes o Gerentes de Consumidores son algunas de esas nuevas responsabilidades.

También la incorporación de Gerencias de Innovación y Gerencias de Business Intelligence, son cada vez más frecuentes en muchas empresas.

En las estrategias de comunicaciones, cada vez

más vemos propuestas integradas en las que se coordinan distintas plataformas, medios, contenidos y audiencias con una orientación orgánica, muy atenta a los resultados y reacciones de la gente. En donde prima la búsqueda de conversaciones con las audiencias, en una relación más simétrica y empática con la gente. Esas son algunas de las estrategias implementadas que he podido observar en las empresas para ser relevantes y competitivas en la nueva realidad de mercado.

4.-¿De qué manera los partner de la banca tienen que contribuir para que esta institución sea percibida como cercana para el cliente final?

Se me ocurre que una forma de contribuir sería proporcionándole información relevante de los grupos objetivos. Como mencionaba anteriormente, la tecnología y la innovación deben estar al servicio de las personas, para ofrecerles servicios relevantes y útiles en sus vidas. Esa información viene de la observación y conversación con las propias personas y también del análisis de los datos.

SER SIN COSTURAS...

Hoy en día, dada la gran cantidad de datos, la complejidad de los escenarios competitivos, la rapidez con la que se debe responder, es definitivamente la principal fuente de información relevante para la banca, la buena administración de las bases de datos. El análisis y observación de los datos, utilizando para ella la tecnología disponible, es probablemente la forma más eficiente para desarrollar productos y servicios acorde con las necesidades y ciclo de vida de las personas, tanto como con la rapidez de respuesta necesaria.

5.-¿Qué relación existe entre Cercanía con el cliente y la Tecnología?

En otro estudio de McCann Truth Central (Truth about Shopping 2015), se confirmaron 5 principios orientadores para que la tecnología estuviera de verdad al servicio de las personas en cualquier experiencia de compra:

1. La tecnología debe ser "sin costuras", es decir que tiene que estar al servicio de la experiencia, sin hacerse notar. Cuanto más desapercibida pase, mejor la experiencia.

2. Debe ayudar a destacar las experiencias sensoriales que corresponda. Una experiencia puede estar muy bien diseñada, no obstante si al momento de interactuar con los usuarios falla en alguna experiencia sensorial (las sucursales poco ventiladas, la letra de los contratos muy chica, call centers con personas poco amables...) todo esfuerzo se puede desmoronar rápidamente.

3. La experiencia debe ser "serendipity", es decir, tiene que considerar un poco de "caos artístico", sorpresa y descubrimiento que haga el balance a una vida que en general tiende a ser bastante previsible.

4. Sin lugar a dudas debe ser segura, en el amplio sentido de la palabra y proporcionar todas las certezas que sobre el particular sea necesario ofrecer (en especial en la industria financiera).

5. Tiene que ser social y permitir resaltar experiencia para las cuales las personas puedan disfrutar el acto de compra o uso involucrado en el proceso.

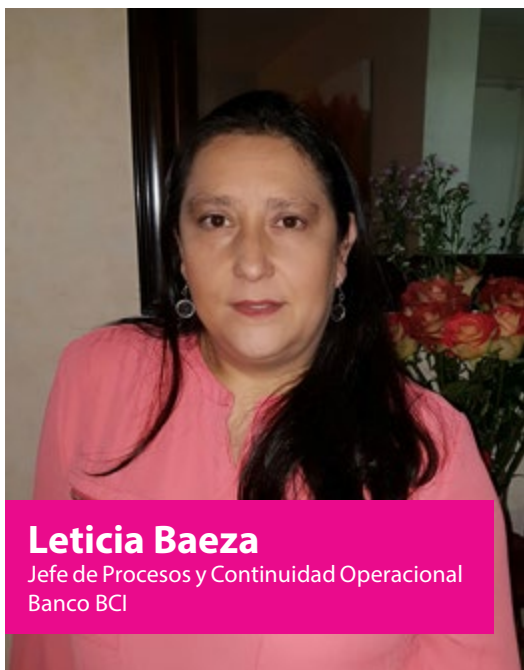
Por lo tanto, queda demostrado que la tecnología es parte de nuestro diario vivir y avanza a pasos veloces. Esta modernidad trae consigo un aumento de posibilidades y vulnerabilidades también que debemos prever de alguna manera, así estaremos cuidando nuestro negocio y a nuestros clientes.

Biometría y experiencia del cliente

Considerando los importantes tips que nos entregó Maribel Vidal, Sinacofi quiere destacar que a través de la Biometría, herramienta que permite reconocer a un individuo basándose en rasgos biológicos o de comportamiento, que logra identificar y autenticar a las personas, se obtienen muchos beneficios para las empresas que la implementan, aportando rapidez y facilidad en los procesos, aumentando la seguridad y reduciendo los fraudes de identidad.

Uno de los objetivos, sino el más importante de la tecnología biométrica, es según Paola Bustos, Gerente Comercial de Sinacofi: "transformar la experiencia de los clientes con un servicio más rápido y seguro".

EXPERIENCIA DE SERVICIO: BIOMETRÍA



Leticia Baeza

Jefe de Procesos y Continuidad Operacional
Banco BCI

SINACOFI OTORGA SERVICIO COMPLETO DE VERIFICACIÓN DE IDENTIDAD

Sinacofi en conjunto con Solem se han unido para desarrollar soluciones de alta tecnología en la línea de Biometría entregando seguridad y eficiencia. A continuación presentamos la experiencia de uno de nuestros clientes, Leticia Baeza, Jefe de Procesos y Continuidad Operacional de Banco BCI, quien nos dio a conocer su testimonio con el Servicio Verificación de identidad MAX que desde 2009 fue contratado por esta institución bancaria.

1.-Nos encontramos en un mundo cada vez más tecnológico, lo cual trae aparejado muchos beneficios, pero también hay quienes aprovechan las oportunidades que brindan las soluciones tecnológicas para cometer actos ilícitos. Al respecto ¿cree usted que la Biometría es una herramienta que permite revertir este problema previniendo fraudes especialmente en su gestión diaria?

Sí, la biometría efectivamente es una herramienta que permite prevenir fraudes, esto es a diario, sobre todo en la entrega de productos. Esto se logra con los servicios que ofrece Sinacofi, en la verificación de identidad del cliente y la vigencia de la cédula de identidad, tanto de la antigua cédula de identidad como de la nueva cédula que incorpora chip.

2.-¿Qué atributos destaca de este servicio?

Hay varios, uno de los de mayor impacto es poder contar con una única aplicación (en plataforma web) que nos permite efectuar el enrolamiento de nuestros clientes, la verificación de identidad de

la persona y la vigencia de la cédula de identidad. Otro es poder verificar de forma certera y precisa la identidad del cliente mediante un proceso automatizado, todo esto de cara a minimizar el riesgo de suplantación de identidad, que conlleva a un aumento de la seguridad para nuestros clientes y para la corporación.

3.-¿Qué áreas son las que utilizan este servicio y cómo evalúa su impacto?

Este servicio es utilizado por todas las sucursales y el impacto es muy positivo ya que nos permite contar, en una única plataforma y de una forma muy amigable, con el servicio de Verificación de identidad; con esto cada día utilizamos más el servicio.

4.-¿Cuáles fueron los principales factores que motivaron la decisión de trabajar con Sinacofi?

Los principales factores que motivaron la decisión de trabajar con Sinacofi fue contar con un único proveedor que otorga el servicio completo de verificación de identidad.

SERVICIO DE BIOMETRÍA

EL ACCESO SEGURO PARA AUTENTICAR TU IDENTIDAD

AHORA CON SOLUCIONES MÓVILES



Beneficios del servicio de Biometría:

- Disminuir el riesgo de fraude por suplantación de identidad.
- Aminorar el riesgo operativo asociado a la verificación de identidad visual, mediante un proceso automatizado.
- Verificar de forma certera y precisa la identidad del cliente real o potencial.
- Mantener respaldos de las verificaciones efectuadas para efectos de auditorías o revisiones posteriores.
- Permite la integración con los procesos de negocios del cliente.
- Mantener relación con un único proveedor para obtener el servicio completo de verificación.
- Verificar validez de documentos de identificación.
- Fácil customización e integración, según las necesidades del cliente:
 - ▶ Informes Comerciales.
 - ▶ Informes de Cotizaciones Previsionales.
 - ▶ Score de Admisión.
 - ▶ Evaluación Comercial.
 - ▶ Firma Simple de Documentos.



Sinacofi



SINACOFI PARTICIPA EN SEMINARIO DE SEGURIDAD



La Seguridad de la Información es un atributo muy importante para Sinacofi, es tan vital que es uno de los objetivos estratégicos de la compañía y para los clientes así quedó de manifiesto en la reciente encuesta OPINA, realizada por una consultora externa, todos los años y en la que nuevamente la Seguridad fue reconocida como un valor que se destaca. Por esta razón, en Sinacofi se han implementado procesos que permiten entregar servicios de alta calidad con elevados estándares de seguridad.

Carolina Avila, Jefe de Seguridad de la Información de Sinacofi, nos comentó que: "para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, es fundamental la mejora continua de los procesos basada en la adopción de estándares internacionales de Seguridad de la Información. Nuestro compromiso conlleva principalmente un respeto irrestricto a la nor-

mativa local vigente, permanente capacitación y motivación del equipo humano, la adopción de tecnología que permita facilitar la entrega de los servicios en un entorno protegido, confiable y seguro, junto con herramientas que permitan medir permanentemente el nivel de seguridad, considerando que la información, los procesos y sistemas que la soportan son activos importantes para el negocio y que deben ser consecuentemente protegidos".

Sinacofi participa en distintas instancias para compartir conocimiento y prácticas que ayuden a proteger la Seguridad de la Información. Una de éstas, fue el primer seminario de Dimensions Cyber Risk, organizado por LegalTrust, evento en el que Sinacofi fue auspiciador, invitando a algunos de sus clientes ligados a las áreas de Riesgo, Seguridad, Compliance, entre otras. En esta oportunidad, el Gerente Subrogante de Se-

guridad de la Información de Sinacofi, Guillermo Pinto, presentó la experiencia de Sinacofi con la implementación de la norma ISO 27001:2013. El seminario contó además con speakers de vasta experiencia en ciberseguridad, quienes demostraron con prácticos ejemplos lo fácil que es vulnerar nuestra privacidad.

Entre ellos podemos mencionar a: David Pereira, Instructor de EC Council Latam, quien expuso sobre la vulnerabilidad de la identidad virtual; Pavel Orosco, Office of the CSO Forcepoint, cuya exposición fue centrada en la Seguridad como Estrategia de Negocio. El marco legal fue abordado por dos abogados; en primer lugar Rodolfo Herrera quien habló sobre las bases de las políticas nacionales de seguridad, el resguardo, la protección y cómo las entidades públicas y privadas deberían educar sobre este tema. En segundo lugar Andrés Pumarino, Abogado y Socio de Legaltrust quien expuso sobre la reciente circular del 8 de junio de 2016 de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, dirigida a sociedades de apoyo al giro de la banca, la cual señala que en materia de Seguridad de la Información es relevante que el Directorio y la Alta Gerencia de las empresas relacionadas se informen respecto de los riesgos asociados a la ciberseguridad y de cómo el Gobierno corporativo tiene responsabilidad e impacto en la Seguridad de la Información dada las nuevas exigencias de la entidad reguladora. Finalizando con Erick Machuca, Ingeniero en Conectividad y Redes Duoc UC, quien mostró a los asistentes cómo los hacker pueden evadir los sistemas en general.



Estudio de Satisfacción de clientes de Sinacofi muestra exitosos resultados.

El Estudio de Satisfacción 2016 realizado entre Abril y Mayo mediante entrevistas presenciales efectuadas por OPINA, mostró un alto nivel de satisfacción de los clientes. En una escala del 1 al 7, la nota promedio es de 6,3. Cabe destacar que cerca de la mitad de los entrevistados calificó con nota 7 el servicio entregado por Sinacofi.

La buena evaluación se repite al consultar por los principales productos que ofrece la empresa lo cual se refleja en que el 84% declara estar dispuesto a permanecer como cliente de nuestra compañía, situación que se refuerza al observar que la satisfacción con las distintas etapas del ciclo de vida del cliente, desde la contratación hasta la postventa es igual o mayor a 6,2.

Estos resultados nos motivan profundamente para expresar el agradecimiento hacia nuestros clientes por preferir nuestros servicios y seguir perfeccionándonos, para aportar valor a su negocio.

SOCIALES

CAPACITACIÓN Canje por Imágenes

El Pasado 03 de mayo se realizó una capacitación de Canje por Imagen en el Auditorio de la ABIF, dirigida a los representantes de aquellos bancos que hoy están operando en Canje por Imagen. El objetivo fue repasar, actualizar y aclarar todas aquellas características, funcionalidades y reportes del sistema. Las palabras de bienvenida estuvieron a cargo de Roberto Jiménez de la ABIF y Américo Becerra por parte de GEOPE-TEC (Presidente del Comité de Gerentes de Operaciones y Tecnología). Los relatores fueron Daniel Escobar (Product Manager) y Cristián Fucha (Ingeniero de Proyectos Senior), ambos de Sinacofi.

En esta instancia se invitó a un cóctel a los participantes de la capacitación, donde se contó con los servicios de catering de la fundación INCLUIR, enmarcado dentro del proyecto “Cadena Solidaria de Sinacofi”, que consistió en una invitación que Sinacofi hizo a la ABIF y a nuestros partners para contratar como regalo de Navidad los servicios de esta fundación durante el año 2016.



De acuerdo con plan de migración de todo el país contamos a la fecha con 34 localidades operando en Canje por Imágenes. Compartimos

con ustedes aquellas localidades que aún están pendientes de migrar en noviembre próximo:



Una vez más, Sinacofi está entre los primeros lugares del GPTW



El 28 de junio se efectuó en el Club Hípico de Santiago la premiación de las Mejores Medianas Empresas para trabajar en Chile, según el ranking anual que elabora Great Place to Work. Sinacofi desde hace una década se encuentra participando en esta medición.

En esta oportunidad, mantuvimos la tercera posición que ocupamos el año pasado. El primer y segundo lugar, fueron para GNL Mejillones y Fundación Enseña Chile, respectivamente.

El Gerente General de Sinacofi, Fernando Contardo, expresó que: “el buen clima genera un círculo virtuoso donde todos ganan: accionistas, trabajadores, clientes e incluso proveedores. Por esta razón, quisiera agradecer en nombre de todo el equipo Sinacofi a cada uno de nuestros clientes por este logro, ya que son parte de este reconocimiento, al depositar en cada talento de nuestra organización, su confianza, condición básica para cimentar un buen clima laboral”.

SERVICIO PEP NORMATIVO

CUIDE
**LA REPUTACIÓN
DE SU EMPRESA**
Y EVITE MULTAS

Malla
PEP

PEP
en Línea

Listas
Internacionales

3 NUEVOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

BENEFICIOS DEL SERVICIO PEP NORMATIVO

(Personas Expuestas Políticamente)

- Datos obtenidos de fuentes oficiales y basados en un estricto proceso de rutificación con información del Registro Civil.
- Datos de parientes por consanguinidad (padres, abuelos, cónyuges, hermanos, hijos y nietos) y por afinidad (suegros, abuelos políticos, cuñados, yernos y nueras), además de Empleados Públicos y Socios/Sociedades.
- Contribuye a cumplir con las exigencias de las entidades reguladoras UAF (Unidad de Análisis Financiero) y SBIF (Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras).
- Permite cumplir con la normativa vigente y evitar multas.
- Envío mensual por medios de comunicaciones seguras (BATCH y FT3).



Sinacofi