



Si aún no lo tienes, despierta

La más alta Definición de imagen jamás lograda, una calidad de Audio superior e insospechadas opciones de interactividad con películas, contenidos e incluso Internet. Y todo ello, respetando la compatibilidad con los sistemas de DVD actuales. Multiplica la experiencia con el **HD EX1**, o consigue **HDE1** desde sólo 399€

Sueña despierto desde **399€**



Elige entre una gran selección de títulos en www.toshiba.es/hddvd



HD DVD

TOSHIBA
Leading Innovation >>>



Purificación Palomar Sanz

Directora de la Unidad de Tarjeta y Grandes Acuerdos / Subdirectora General de Santander Consumer España

Santander Consumer es una de las marcas que comercializa Santander Consumer Finance y se ha caracterizado por trabajar principalmente con empresas de distribución, lo cual le permite comercializar sus productos a través de una red de oficinas propias, centros telefónicos, colaboradores, agentes, franquicias y más de 20.000 puntos de venta. Santander Consumer Finance dispone de servicios especializados en financiación al consumo y a empresas a través de diferentes canales de venta independientes de las redes de distribución minorista del Grupo Santander.



Nuestra verdadera vocación es facilitar a los puntos de venta herramientas que hagan más atractiva la venta a sus clientes

¿Quién es Santander Consumer?

Es la división especializada en Financiación al Consumo del Banco Santander. Está presente en 17 países de todo el mundo (Europa y América) aportando soluciones y servicios financieros a medida de los más de 100.000 establecimientos o partners con los que mantiene acuerdos para la financiación de ventas. Además, Santander Consumer opera con redes totalmente independientes al propio Banco Santander.

Santander Consumer mantiene una posición de liderazgo en la financiación al consumo en España, con una cuota de mercado del 18,86% (Fuente Asnef: Cuota Marzo 2007) por delante de Financiera El Corte Inglés.

Estar en 17 países nos da una gran perspectiva. Los últimos países en estar presente Santander Consumer han sido Estados Unidos, Chile y Méjico. Para nosotros una de las claves del éxito es la identificación de mejores prácticas en cada uno de los países donde estamos y después, la adaptación al resto de los países.

¿En qué sectores de actividad opera en España?

La financiación de vehículos y otros bienes de consumo como electrodomésticos, informática, muebles, viajes... a través de acuerdos con los puntos de venta, representan nuestra principal actividad junto con productos de Crédito Directo o Hipotecas, que se han desarrollado en los últimos años de manera significativa. Pero nuestra verdadera vocación es facilitar a los puntos de venta herramientas financieras y de fidelización con las que hacer más atractiva la venta a sus clientes. Hoy está sobradamente contrastada la importante función dinamizadora de las ventas que cumple la financiación en el momento de la toma de decisión del cliente.

¿Qué productos financieros son más exitosos en la financiación de electrodomésticos?

Santander Consumer ha desarrollado una completa gama de productos financieros que permiten al cliente elegir entre múltiples opciones de plazo, carencias o cuotas gratuitas. Opciones que en su mayoría van unidas a la emisión de una tarjeta de crédito Universal emitida en alianza con la enseña del comercio, lo que nosotros denominamos tarjetas co-branded.

Hoy nuestras tarjetas no sólo cumplen una función financiera desde el primer momento de su concesión, sino que llevan aparejados Planes de Fidelización en los comercios emisores y Campañas de Activación desde su nacimiento, acciones que aportan importante valor añadido, no sólo a los clientes, sino también a los establecimientos comerciales.

En Santander Consumer queremos estar muy cerca de nuestros prescriptores para ofrecerles un servicio óptimo, y para ello disponemos de una red de más de 100 oficinas generalistas y una red especializada en productos de Tarjeta y Consumo formada por 10 oficinas, con las que dar apoyo a los más de 50.000 establecimientos que nos confían la gestión de sus financiaciones.

La formación y el contacto diario de nuestros equipos hacen que gestionemos más de 2.300 millones de euros anuales en operaciones financieras realizadas con nuestras tarjetas o mediante Pólizas de Préstamo.

¿Cómo afectan los tipos de interés a la financiación de este tipo de créditos y productos financieros?

Obviamente, el encarecimiento del coste del dinero hace que se repercuta al cliente en la misma proporción, pero un gran número de establecimientos ofrece préstamos gratuitos en los que es la propia tienda quien subvenciona el coste financiero de la operación y, por tanto, es al establecimiento a quien le repercute directamente la subida de tipos. Esta modalidad

de financiación es la más interesante para el consumidor final pero la que menos interesa al establecimiento y a nosotros y por ello, hemos desarrollado fórmulas como el crédito revolving de nuestras tarjetas, en las que el titular fija la cuota mensual que desea pagar y puede cambiarla mensualmente con una simple llamada telefónica. La línea, además, se va liberando con cada pago de forma que siempre tiene crédito disponible para realizar nuevas compras.

El consumidor español cada vez entiende mejor el revolving y empieza a utilizarlo con fluidez. En los próximos años y a medida que se vayan incorporando nuevas generaciones al mundo laboral, tendrá mucho más crecimiento por la comodidad que aporta.

¿Qué diferencia a SCF de otras sociedades de financiación?

Santander Consumer pertenece cien por cien al Banco Santander, primer banco español, primer banco de la zona euro y dentro de los diez mayores bancos del mundo. Esto nos da una potencia financiera, tecnológica y comercial que ponemos siempre a disposición de nuestros clientes. Todos los días colaboramos con empresas españolas que nos piden asesoramiento o ayuda de cualquier tipo para iniciar negocios en otros países.

Sin embargo, nos vanagloriamos de que no hemos perdido nuestro espíritu de "comerciantes", saber que el negocio se hace cada día que se levanta el cierre de la puerta y con cada financiación de cada lavadora o de cada coche. Esto te hace tomar "pié a tierra" y no perder la humildad que debe tener todo el que se dedica a vender.

Si a eso le unes la flexibilidad y la capacidad de adaptarnos a las necesidades de nuestros "socios", que así es como nos gusta llamar a nuestros clientes-establecimientos, creemos que la combinación sigue siendo la justa para este negocio. "Ser grandes y a la vez humildes, esa es la clave".

Programas co-branded con éxito

Sí, "éxito" es el resultado feliz de un negocio, un programa co-branded de emisión de tarjetas con éxito sería aquél en el que tanto el banco emisor como la compañía partner en el acuerdo, ven cumplidas o superadas sus expectativas iniciales. Y, por tanto, las expectativas se convierten, a mi juicio, en la clave de los acuerdos co-branded.

Para la entidad financiera, la emisión de tarjetas de crédito forma parte de su actividad principal y por tanto su expectativa en la firma de acuerdos co-branded será la de facilitar la captación de clientes y la generación de beneficios directos por la propia actividad de las tarjetas, o indirectos por la venta de productos financieros adicionales a los titulares de dichas tarjetas.

Por el contrario, la entidad financiera se encuentra con que las distintas compañías que desean tener un acuerdo co-branded de emisión de tarjetas tienen distintas expectativas. A lo que deberíamos añadir que dada la naturaleza de larga duración de este tipo de programas, nos encontraremos con que la finalidad o finalidades que se fijaron inicialmente cambiarán a lo largo del tiempo. En base a las expectativas determinadas podrá diseñarse un programa que ofrezca a los clientes del partner no financiero aquella tarjeta que, una vez en funcionamiento, llegue a cumplir los objetivos para los que fue creada.

Un proyecto co-branded no es una campaña de marketing más, sino un proyecto a largo plazo o, si se prefiere, una nueva línea de actividad para la empresa en cuestión, por lo que claramente requerirá de recursos humanos, económicos y de implicación por parte de la alta dirección. La entidad financiera debe, en ocasiones, asesorar al partner para "descafeinar" objetivos demasiado ambiciosos y ayudar a entender que el proyecto tendrá éxito finalmente si existe una total implicación por ambas partes.

Si además, la compañía en cuestión tiene una imagen óptima para el cliente, nos encontraremos con un buen proyecto co-branded, con un

producto bien definido y con un equipo humano asignado al proyecto que deberá lanzarlo y mantenerlo en el tiempo.

El banco especialista en la emisión de programas de tarjeta co-branded deberá realizar, en primer lugar, una labor de interpretación, conjuntamente con la compañía partner, de cuales serán las necesidades que deberá cubrir el programa. En nuestra experiencia, este tipo de acuerdos se abordan por parte de la compañía partner para lograr principalmente una de las siguientes finalidades, aunque todas se solapan con mayor o menor importancia:

- Facilidades de pago a los clientes en los establecimientos de la empresa
- Fidelización o retención de los mejores clientes de la empresa
- Más Ingresos por comercialización de nuevas líneas de producto financiero
- Menos gastos por disminución de costes por admisión de otras tarjetas de crédito
- Outsourcing especializado de la gestión de un programa de tarjeta
- Imagen de solidez financiera ante los clientes

La entidad financiera, a su vez, necesitará comprender perfectamente quién es su compañía partner y quiénes son los clientes de ésta, de tal forma que sea capaz de adaptarse a los requerimientos de ambos. Existirán necesidades cambiantes en el programa co-branded: riesgos, estadísticas, segmentaciones, nuevas formas de pago, nuevos sistemas de información, nuevas funcionalidades, etc., para las que la entidad financiera deberá estar en disposición de realizar los desarrollos comerciales, jurídicos, tecnológicos, etc., que las den cobertura.

Todo ello es posible consiguiendo que se trate de proyectos viables económicamente para ambas empresas y que además permanezcan en el tiempo.

En Santander Consumer Finance España mantenemos más de 200 programas de tarjeta de crédito, tanto privadas como MasterCard o Visa, con distintos partners de todo tipo de sectores: electrodomésticos, muebles, informática, viajes, hipermercados, supermercados, bricolaje, automóviles, seguros, energía eléctrica, transporte de viajeros, moda, perfumerías, juguetes, entidades financieras, ópticas, grandes almacenes, etc. Ello supone gestionar un parque de más de 10 millones de tarjetas de crédito.

El sistema informático de Santander Consumer Finance que da soporte a las tarjetas es muy versátil, de tal manera que aporta grandes funcionalidades a las empresas co-branded. Éstas van desde la contratación y estampación on-line, hasta los sistemas de fidelidad con acumulación de puntos, dinero por compras, descuentos en determinados productos, etc.; Dispone de multitud de formas de pago para el cliente adaptadas a cada empresa y un sistema muy sofisticado de emisión de extractos mensuales de movimientos que permite la segmentación de los mensajes e imágenes por colectivos de titulares, pudiendo llegar incluso al one-to-one.

Santander Consumer utiliza software desarrollado internamente y realiza sus transacciones a través de Sistemas 4B y de un Centro Propio de Autorización que cuenta con la última tecnología.

Por otra parte, Santander Consumer, de manera habitual, asesora comercialmente y crea distintas campañas de marketing a sus empresas asociadas para la captación de nuevas tarjetas y la animación al uso de los titulares de tarjetas, dando soporte de esta manera a todas las necesidades que tiene cualquier empresa comercial que tenga o desee tener un programa de tarjeta con utilidades de medio de pago ligado a crédito y con funcionalidades de fidelidad.

BLACK&DECKER

EL RECOGE-TODO

BLACK&DECKER Dustbuster



crea tu
propio hogar

NUEVA LÍNEA HOGAR

*
RIVER
INTERNATIONAL

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO BLACK&DECKER
C/ Beethoven, 15 - 08021 Barcelona
Tel: 93 201 37 77 - Fax: 93 202 38 04
E-mail: comercialdep@riverint.com
www.riverint.com

