PREMIOS EIKON

Categoría: 10.2 Inclusión y Educación Financiera
Capítulo: General
Título del Caso: Santander en tu comuna
Compañía: Banco Santander
Departamento: Vicepresidencia de Marketing, Comunicaciones y Estudios.
Persona responsable del plan de comunicación

- Francisco Opazo, Gerente de Comunicaciones
- Agencia de comunicaciones Estratégicas Azerta

1. INTRODUCCIÓN (PLANTEO Y DIAGNÓSTICO)

En Chile, la desigualdad en el acceso a servicios financieros es uno de los reflejos de las brechas sociales y territoriales. El problema es estructural. Según estadísticas del sistema financiero, en comunas del primer y segundo quintil de ingreso hay, en promedio, una sucursal por cada 100.000 habitantes. En contraste, en las comunas de mayor ingreso esta proporción baja a una sucursal por cada 3.500 personas. Esta diferencia configura un mapa de servicios desigual, que limita el acceso oportuno y digno a operaciones básicas. Como resultado, miles de personas deben trasladarse grandes distancias para realizar trámites esenciales como retirar dinero, pagar cuentas o cobrar cheques. El costo no es solo económico, sino también simbólico: revela una exclusión silenciosa que dificulta el bienestar financiero, debilita el emprendimiento local y alimenta la desconfianza institucional.

Comuna	Población	Número de sucursales bancarias	Habitantes por sucursal
Alto Hospicio	140.282	2	70.141
Renca	162.854	5	32.571
La Pintana	189.151	1	189.151
Purén	12.118	1	12.118
Nota: Número de sucursales antes de la llegada de Santander.			
Fuentes: Comisión para el Mercado Financiero; INE; Biblioteca del Congreso Nacional			

Conscientes de esta realidad, Banco Santander desarrolló el programa "Santander en tu Comuna", una iniciativa que busca reducir las barreras al acceso financiero mediante la instalación de puntos de atención ágiles, inclusivos y adaptados a las realidades de las comunas más postergadas. La propuesta va más allá de una extensión operativa: busca generar confianza, dignificar la experiencia financiera y fortalecer el tejido social y económico desde el territorio. En su etapa inicial, el programa se implementó en Renca, La Pintana, Alto Hospicio y Purén, con vocación de escalabilidad a nivel nacional.

Este iniciativa viene a complementar la estrategia general del Banco de avanzar hacia la digitalización sin dejar de proveer de sucursales flexibles y multipropósito, que complementen la oferta de productos digitales, como Getnet, que cumple un rol de inclusión financiera muy relevante en casi todas las comunas de Chile.

2. PROPUESTA / ESTRATEGIA

La propuesta se ancló en una visión clara: derribar la exclusión financiera no solo con productos accesibles, sino con una presencia activa en los territorios. "Santander en tu Comuna" no se limita a abrir espacios físicos; propone una forma distinta de ser banco, reconociendo que la cercanía territorial es clave para garantizar un acceso financiero transversal.

El objetivo era triple.

- Ofrecer soluciones concretas en zonas con baja presencia de servicios bancarios.

- Fortalecer la marca Santander como reconocida por su compromiso con el progreso de las personas, en línea con su propósito declarado.

- Lograr un impacto reputacional positivo mostrando con hechos, que el banco contribuye al desarrollo social de Chile, beneficiando tanto a la comunidad como a Santander.

Para ello, se diseñó un relato que combinara propósito institucional con urgencia ciudadana. Cada punto de atención fue concebido como una unidad de inclusión y servicio, no solo para clientes, sino para toda la comunidad.

En paralelo, se construyó una narrativa territorial basada en la voz de los alcaldes, gobernadores y vecinos. Se evitó una comunicación unidireccional desde la marca, privilegiando un relato co-construido con las autoridades y actores locales, con el propósito de reforzar la legitimidad de la iniciativa.

La estrategia también incorporó componentes de educación financiera, formalización de emprendedores y vinculación con espacios comunitarios. Además de los servicios financieros básicos, los puntos de atención integraron módulos de orientación, generando un modelo de atención que conjuga acceso, capacitación y dignidad en la experiencia de usuario.

3. EJECUCIÓN DEL PLAN

La implementación comenzó con la inauguración de los primeros puntos en Renca y La Pintana. En ambos casos, las ceremonias de apertura fueron acompañadas por autoridades locales, lo que entregó un importante respaldo institucional al programa. En Renca, la oficina se instaló en el centro de innovación comunal "La Fábrica" y se integró con un punto Work/Café Santander, que incorporó capacitación en *barismo* como parte del desarrollo económico local. En La Pintana, el punto de atención se ubicó junto al edificio municipal, facilitando la vida diaria de vecinos que antes debían trasladarse a varias comunas para hacer un trámite bancario básico.

La propuesta arquitectónica también fue innovadora. Se optó por módulos compactos y sustentables, con un diseño funcional que permitiera una atención eficiente, segura y acogedora. Estos espacios ofrecen servicios como depósitos, retiros, pagos de cuentas, entrega de tarjetas y orientación financiera. La atención es presencial, pero complementada con tecnología digital y cajeros multifuncionales.

Desde el punto de vista comunicacional, se diseñó una estrategia de visibilidad concentrada sobre todo en medios de comunicación. Se gestionaron notas de prensa, entrevistas, columnas de opinión, piezas audiovisuales y publicaciones digitales, donde se combinaba la voz del banco, de vecinos y de las autoridades.

4. RESULTADOS Y EVALUACIÓN

La evaluación del programa "Santander en tu Comuna" debe abordarse desde una doble dimensión: por un lado, los resultados tangibles en términos de cobertura mediática, instalación territorial y servicios prestados; por otro, el impacto cualitativo en términos de reputación corporativa, confianza comunitaria y valor simbólico del programa.

Desde una perspectiva cuantitativa, la campaña alcanzó un total de 21 publicaciones en medios de comunicación entre diciembre de 2024 y marzo de 2025. Las apariciones combinaron medios nacionales y regionales, reflejando el carácter descentralizado de la estrategia. Destacan menciones en El Mercurio, Diario Financiero, T13, TVN, Radio Biobío, ADN y medios locales como El Austral de Temuco y La Voz de Tarapacá. El enfoque en radios y canales regionales permitió generar conversación real en los territorios donde se implementó el programa, superando las lógicas tradicionales de difusión centralizada.

Formato	Total
Prensa Escrita, radio y TV	9
Digital	12
Total	**21**

En redes sociales, se utilizaron canales internos de difusión para los colaboradores y se optó por una difusión en estas plataformas cuyo principal objetivo era lograr repercusión en las comunidades impactadas. Es así como cerca de 40 cuentas de organizaciones locales replicaron orgánicamente la información.

Pero quizás el impacto más profundo es el simbólico y reputacional. La presencia de autoridades como el gobernador de la Región Metropolitana, Claudio Orrego, y las alcaldesas y alcaldes de las comunas involucradas no solo legitimó el proyecto, sino que evidenció una articulación público-privada ejemplar.

> *"Invertir en una comuna con escasos recursos, es dignificar la vida de las personas que la habitan. Cuando una empresa como Santander decide abrir una sucursal en La Pintana, no solo atenderá mejor a los 14.000 clientes que tiene en la comuna, sino que también contribuirá a mejorar la calidad de vida de sus más de 188.000 habitantes. Este es un claro acto*

de confianza y justicia territorial, que refuerza la idea de que el sector público y privado deben seguir trabajando juntos para construir un Santiago más digno y equitativo", comentó Orrego.

Por su parte, la alcaldesa Claudia Pizarro señaló:

"Queremos más empresas como ésta apostando por La Pintana, más servicios para nuestros vecinos y más oportunidades para nuestros jóvenes, porque nuestra gente lo merece", destacando que "aquí hay potencial, aquí hay talento, aquí hay ganas de salir adelante y de avanzar sin que nadie se quede atrás".

El alcalde de Renca, Claudio Castro, comentó:

"Hoy tenemos un verdadero polo de desarrollo local que ha atraído comercios, bencineras y servicios tan innovadores como "Santander en tu Comuna", donde los vecinos y vecinas de Renca podrán acceder a diversos trámites como depósitos, giros, cobro de cheques, vales vista, cargar su tarjeta BIP y hasta tomarse un café, sin la necesidad de ir a una sucursal bancaria mucho más lejana. Acceder a más y mejores servicios como este, es parte de la transformación que hemos impulsado en Renca, a través de la colaboración público-privada".

Desde la perspectiva institucional, el programa permitió posicionar al banco como un actor con propósito, coherente con su compromiso de apoyar el progreso de personas y empresas. A diferencia de otras campañas enfocadas en posicionamiento comercial, esta estrategia puso en primer plano el rol social del banco y su vínculo con la ciudadanía. Internamente, también generó un impacto positivo en los equipos, reforzando el orgullo de pertenencia y el sentido de contribución.

CONCLUSIÓN

"Santander en tu Comuna" es una iniciativa que buscó avanzar en inclusión financiera mediante un enfoque territorial, con soluciones prácticas orientadas a reducir brechas de acceso en zonas con menor presencia bancaria. Más que ampliar la cobertura, el proyecto propuso una nueva forma de estar presente: adaptándose a las realidades locales,

generando espacios de atención accesibles y fortaleciendo vínculos con las comunidades.

La estrategia comunicacional que acompañó la implementación fue diseñada para visibilizar este esfuerzo, reforzando el posicionamiento del banco a nivel local y promoviendo alianzas con actores públicos y sociales que comparten el objetivo de acortar desigualdades territoriales.

El caso muestra cómo una institución financiera puede, desde su quehacer, ampliar la cobertura y disponibilidad de servicios financieros en comunas históricamente postergadas. A partir de esta experiencia, se plantea un modelo factible y replicable para integrar el compromiso social a la gestión bancaria, con foco en la equidad territorial y el desarrollo local.