

737.4
N964f
C.1

NUEVA FAMILIA DE BILLETES PARA CHILE



BANCO CENTRAL
DE CHILE

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PRESENTACIÓN	6	Otros aspectos	69
		Símbolos	70
		Tamaños	70
		Microtextos	71
		Colores	72
		Firmas	73
		Medidas de seguridad	73
INTRODUCCIÓN	9	CAPÍTULO IV: DIFUSIÓN	75
Algo de historia	10	La agencia publicitaria	78
		La agencia de prensa	81
CAPÍTULO I: LOS ORÍGENES	17	Comité de trabajo comunicacional	83
La experiencia del polímero	19	Mensajes clave	85
		Toque, mire, incline	88
		Anuncio y develamiento	90
CAPÍTULO II: DEL DISEÑO A LA IMPRESIÓN	25	Puesta en circulación	95
La Comisión de Expertos	28	El de 5.000 pesos	95
El camino del diseño	33	El de 10.000 pesos	96
“Originación”	38	El de 20.000 pesos	98
Fase de impresión	42	El de 2.000 pesos	99
Contratación de empresas impresoras	44	El de 1.000 pesos	99
El trabajo legal y logístico	47	En la prensa	100
		Las polémicas	103
CAPÍTULO III: QUE HAY EN CADA BILLETE	51	Campaña publicitaria	105
Personajes	51	Primer billete	107
Billete de 5.000 pesos: Gabriela Mistral	52	Segundo billete	108
Billete de 10.000 pesos: Arturo Prat Chacón	53	Tercer billete	110
Billete de 20.000 pesos: Andrés Bello	54	Cuarto billete	111
Billete de 2.000 pesos: Manuel Rodríguez	55	Quinto y último billete	111
Billete de 1.000 pesos: Ignacio Carrera Pinto	56	Acciones adicionales	114
Paisajes	57	CAPÍTULO V: DISTRIBUCIÓN	121
Billete de 5.000 pesos: Parque Nacional La Campana	58	El billete del terremoto	125
Billete de 10.000 pesos: Parque Nacional Alberto de Agostini	59	Cajeros automáticos	126
Billete de 20.000 pesos: Monumento Salar de Surire	60	Duración	129
Billete de 2.000 pesos: Reserva Nacional Nalcas	61		
Billete de 1.000 pesos: Parque Nacional Torres del Paine	62	EPÍLOGO: EL FUTURO	131
Animales	63		
Billete de 5.000 pesos: Tucúquere	64		
Billete de 10.000 pesos: Cóndor	65		
Billete de 20.000 pesos: Flamenco Chileno	66		
Billete de 2.000 pesos: Loro Choroy	67		
Billete de 1.000 pesos: Guanaco	68		

TABLE OF CONTENTS

PRESENTATION	6	Other subjects	69
INTRODUCTION	9	Symbols	70
Some history	10	Sizes	70
		Micro-printing	71
CHAPTER I: THE ORIGINS	17	Colors	72
The polymer experience	19	Signatures	73
		Security features	73
CHAPTER II: FROM DESIGN TO PRINTING	25	CHAPTER IV: COMMUNICATION	75
The Committee of Experts	28	The advertising agency	78
The road to the final design	33	The press agency	81
Origination	38	Communications committee	83
The printing phase	42	Key messages	85
The printing contracts	44	Touch, look, tilt	88
Legal and logistical work	47	Announcement and unveiling	90
		Entry into circulation	95
CHAPTER III: WHAT IS ON EACH BANKNOTE	51	The \$5,000 note	95
Historical figures	51	The \$10,000 note	96
The \$5,000 note: Gabriela Mistral	52	The \$20,000 note	98
The \$10,000 note: Arturo Prat Chacón	53	The \$2,000 note	99
The \$20,000 note: Andrés Bello	54	The \$1,000 note	99
The \$2,000 note: Manuel Rodríguez	55	In the press	100
The \$1,000 note: Ignacio Carrera Pinto	56	Controversies	103
Landscapes	57	Advertising campaign	105
The \$5,000 note: La Campana National Park	58	The first banknote	107
The \$10,000 note: Alberto de Agostini National Park	59	The second banknote	108
The \$20,000 note: Salar de Surire Natural Monument	60	The third banknote	110
The \$2,000 note: Nalcas National Reserve	61	The fourth banknote	111
The \$1,000 note: Torres del Paine National Park	62	The fifth and final banknote	111
Animals	63	Additional actions	114
The \$5,000 note: Tucúquere	64		
The \$10,000 note: Condor	65	CHAPTER V: DISTRIBUTION	121
The \$20,000 note: Chilean Flamenco	66	The earthquake banknote	125
The \$2,000 note: Loro Choroy	67	Automated teller machines	126
The \$1,000 note: Guanaco	68	Duration	129
		EPILOGUE: THE FUTURE	131

PRESENTACIÓN

PRESENTATION

A través de este libro el lector podrá conocer el proceso de una experiencia muy relevante en la historia del Banco Central de Chile. Se trata del reemplazo de todos los billetes chilenos, que comenzó a gestarse en el año 2006 y que terminó en mayo de 2011 con la puesta en circulación del nuevo billete de 1.000 pesos, la última de las cinco denominaciones en ser reemplazada.

Este proceso constituye un hito histórico, porque nunca antes en la historia de Chile nuestros billetes habían sido reemplazados en su totalidad, sin tener como marco una crisis económica que obligara a hacerlo. Las razones del reemplazo de los billetes chilenos que describe este libro dicen relación con la necesidad de modernización de nuestro papel moneda en un ambiente de significativos cambios tecnológicos en esta industria en el mundo y con la creciente necesidad de incorporar elementos de seguridad a nuestros billetes. Esta modernización se realiza en un marco de estabilidad macroeconómica a la que ha contribuido el Banco Central desde la consagración de su autonomía, mediante una política monetaria que ha permitido mantener la inflación baja y estable, cumpliendo así con su mandato constitucional.

Detrás de un proceso de estas dimensiones hay un importante esfuerzo y un delicado trabajo, realizado por especialistas y profesionales con especial rigurosidad, por la alta sensibilidad que representan los medios de pago que usa la población, lo que se traduce en un voto de confianza depositado en ellos.

A través de estas páginas, se revisan todas las etapas del trabajo que significó este proceso de reemplazo. Desde que el Consejo del Banco presidido por Vittorio Corbo sometió a discusión la idea de llevar a cabo esta tarea el año 2006, hasta la campaña comunicacional que acompañó

This book will lead the reader through the process of a very important experience in the history of the Central Bank of Chile, specifically, the replacement of all of the Chilean banknotes. The project began in 2006 and was completed in May 2011 when the new 1,000-peso banknote, the last of the five denominations replaced, was released into circulation.

This process was a milestone as it was the first time in the history of Chile that all of our banknotes had been replaced at one time without being compelled by an economic crisis. The reasons for the replacement of the Chilean banknotes described in this book are related to the need to modernize our paper currency in an environment of significant technological changes in this industry worldwide and the growing need to incorporate security elements into our banknotes. This modernization took place within the context of macroeconomic stability to which the Central Bank has contributed since it received autonomy through a monetary policy that allows inflation to remain low and stable, thereby complying with its constitutional mandate.

Any process of this size requires the significant effort and exacting work of specialists and professionals who act with particular rigor due to the highly sensitive nature of mediums of payment used by the public, which results in a vote of confidence deposited in them.

The following pages review all of the stages of work involved in this replacement process, from the moment the Bank's Board of Directors, presided at that time by Vittorio Corbo, opened discussion on the process in 2006 to the communicational campaign that accompanied each release for circulation throughout the entire national territory between 2009 and 2011 under the subsequent Bank president José De Gregorio.

a su puesta en circulación en todo el territorio nacional entre 2009 y 2011 durante la presidencia de José De Gregorio.

El diseño, la impresión, la difusión y la distribución de los billetes, constituyen algunas de las etapas claves de este proceso. El desarrollo de cada una de ellas se realizó acorde a los niveles de tecnología y profesionalismo de estos tiempos, velando por alcanzar los más altos estándares para nuestros medios de pago.

Por primera vez, el Banco Central a través de esta investigación deja un valioso legado de este proceso en todas sus fases, de manera que la población pueda contar con un detallado registro para abordar eventuales proyectos futuros que emerjan de la necesidad de introducir nuevos reemplazos de billetes o, incluso, si dentro de algunos años se hace necesario introducir denominaciones nuevas.

Lo que relata este libro representa un orgullo para todos quienes trabajamos en esta Institución y esperamos que sea de interés y utilidad tanto en Chile como en el extranjero.

Mis agradecimientos al autor de este texto, Luis Alvarez V., Gerente Asesor de Comunicaciones del Banco Central de Chile, quién para su realización contó con la valiosa contribución de los protagonistas de este proceso, quienes también son parte del contenido de esta publicación.

Rodrigo Vergara M.
Presidente del Banco Central de Chile

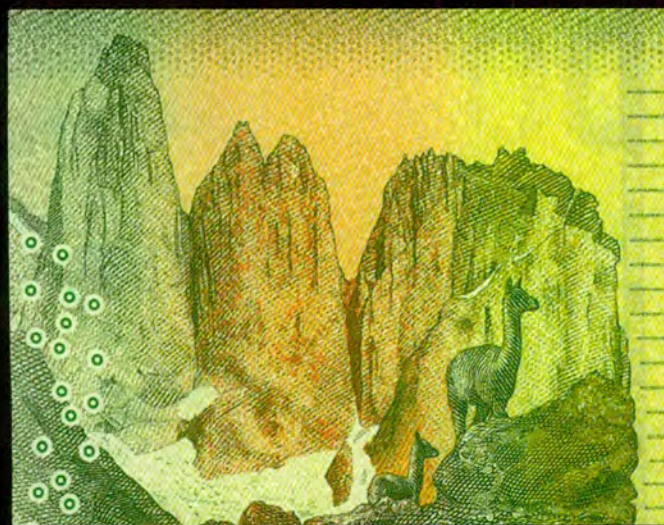
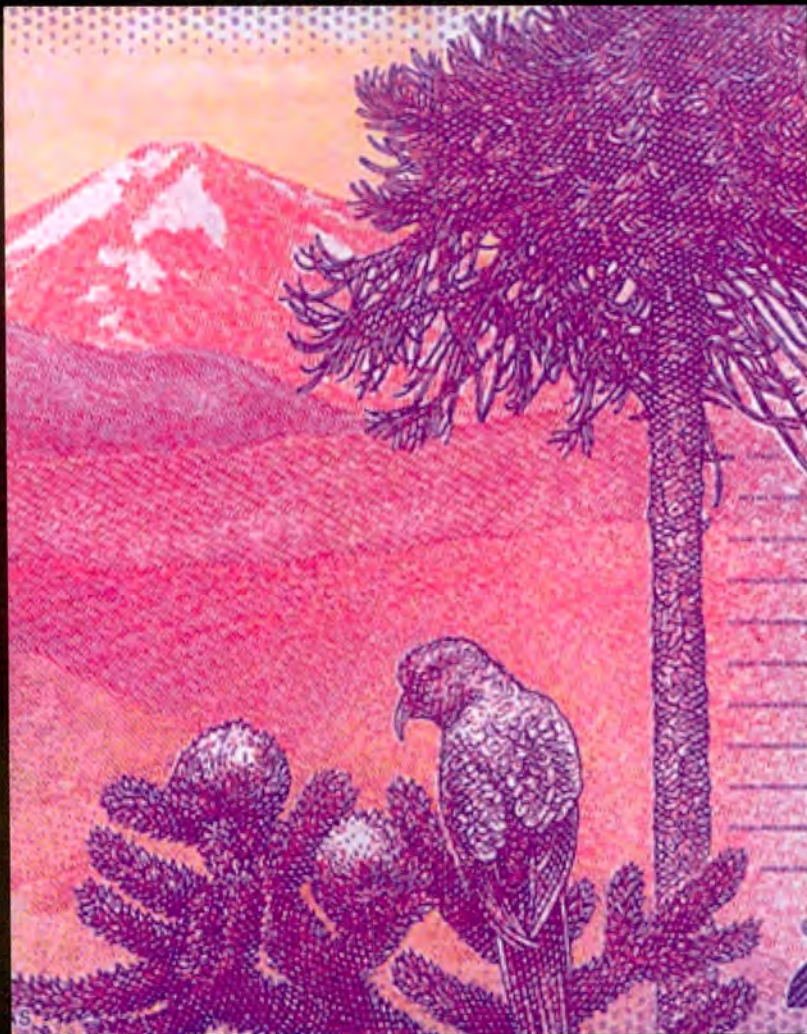
Each of the key stages of the process, such as the design, printing, dissemination, and distribution of the banknotes, were carried out in accordance with the levels of technology and professionalism of the times, and great care was taken to ensure the highest standards for our mediums of payment.

The Central Bank now leaves, for the first time, this book as a valuable legacy of the process and each of its stages to provide the public with a detailed record for approaching any future projects that may emerge due to the need for future banknote replacements or even a possible introduction of new denominations.

The story relayed in this book represents the pride of all who work in this Institution, and we hope that it will be useful and of interest both in Chile and abroad.

My thanks to the author of this text, Luis Alvarez V., Consultant Manager of Communications of the Central Bank of Chile, whose work was aided by the valuable contributions of those involved in the process and who are also part of the content of this book.

Rodrigo Vergara M.
Governor of the Central Bank of Chile



INTRODUCCIÓN

INTRODUCTION

El 11 de mayo del año 2011, el entonces Presidente del Banco Central José De Gregorio encabezó un acto simbólico para marcar la puesta en circulación de un nuevo billete de 1.000 pesos, lo que a su vez era la culminación de un largo e intenso proceso de más de cinco años para que Chile pudiera contar con una Nueva Familia de Billetes, más modernos, más seguros y más representativos de la identidad nacional.

Aunque el anuncio de que habría un cambio de estas dimensiones se hizo en otro acto público el 18 de agosto de 2009, las primeras líneas del proyecto se habían trazado en el año 2006, bajo la presidencia de Vittorio Corbo, cuando ya se tomó nota de que las denominaciones existentes estaban quedando obsoletas, frente al vertiginoso avance tecnológico de la industria mundial de medios de pago.

Desde entonces, el Banco Central de Chile fue asumiendo uno de los mayores desafíos de su historia como instituto emisor, al proponerse dotar al país de medios de pago en efectivo mucho más seguros, que incorporaran tecnología de punta y que reflejaran más claramente elementos propios de la identidad del país y de sus habitantes.

Como nunca antes se había hecho, los equipos técnicos del Banco fueron desarrollando un proceso que partió por un profundo estudio y análisis de lo que existía en ese momento en la industria mundial de billetes, para ir adaptándolo a las necesidades, exigencias y posibilidades de Chile.

La siguiente fase fue buscar a expertos de alto nivel que fueran referentes en el mundo artístico y gráfico, para aprovechar su creatividad y sabiduría en el logro de un patrón de diseño que proporcionara modernidad e identidad a los medios de pago. El desafío siguiente era incorporar esas ideas creativas a los complejos requerimientos tecnológicos que involucran medios de pago en efectivo y provocar un

On 11 May 2011, the then-Governor of the Central Bank of Chile, José De Gregorio, presided over a ceremony commemorating the entry into circulation of a new \$1,000 banknote. This event was the culmination of a long and rigorous process, spanning over five years, to give the country a New Family of Banknotes that would be more modern, more secure and more representative of our national identity.

Although the plan to institute a change of this magnitude was announced to the public on 18 August 2009, the first outline of the project was drawn up in 2006, under the governorship of Vittorio Corbo, when it became evident that the existing currency was becoming obsolete in the face of accelerated technological advances in the global currency industry.

Since then, the Central Bank of Chile has undertaken one of the biggest challenges in its history, namely, to provide the country with a safer currency that incorporates state-of-the-art technology and more closely reflects the identity of the country and its people.

The technical teams of the Central Bank worked tirelessly to develop the project. The process started with an in-depth study and analysis of what was available at that point in time in the global banknote industry, which was then adapted to the needs, demands and possibilities of Chile. The next phase was to seek out high-level experts in the artistic and graphic spheres, whose creativity and knowledge contributed to achieving a modern design for the currency, with a clear expression of identity. The next challenge was to meld these creative ideas with the complex technological requirements of banknotes, to fit the ideas emerging from Chile into the criteria of the technologically advanced global banknote industry.

The new family of banknotes, which has been in full circulation in Chile since mid-2011, not only incorporates state-of-the-art technology

ensamblaje entre estas ideas surgidas desde Chile y los cánones dentro de los que se mueve la tecnológicamente avanzada industria mundial de los billetes.

La nueva familia de billetes, cuya versión completa existe en Chile desde mediados del año 2011, tiene no solamente incorporada tecnología de punta en este rubro, sino también un intenso trabajo creativo local e internacional.

El desarrollo de este proyecto exigió salir al mundo a buscar proveedores del más alto nivel y luego hacer el esfuerzo de convergencia entre competidores de distintos continentes para alcanzar un producto que puede llevar sin problemas el nombre de familia: todos con un patrón común de diseño y características de reconocimiento similares, aunque sean elaborados con diferente material.

Algo de historia

La autonomía otorgada al Banco Central de Chile en el año 1989 con el mandato expreso de velar por la estabilidad de precios, llevó a la economía de este país a un período que prácticamente no ha tenido precedentes en sus 200 años de Independencia: una caída sistemática de los índices de inflación hasta alcanzar un nivel compatible con la estabilidad de precios, lo que creó condiciones favorables para un sostenido crecimiento.

La historia reciente mostraba que como ente emisor exclusivo de billetes, ya no tenía la preocupación de cambiarlos con la frecuencia que lo hacía por la pérdida del poder de compra de estos medios de pago.

Hubo un período de prueba con el billete de 2.000 pesos, que utilizó tecnología distinta a la de los que existían hasta ese entonces. Una tecnología de mediados de los años 70, por lo que mientras las técnicas de impresión en el mundo avanzaban, las de estos medios de pago en Chile se quedaban atrás.

Lo que surgió en el año 2006, fue la decisión de que había llegado el momento de anticiparse a un potencial aumento en la curva de falsificación, que si bien tenía una pendiente muy leve, amenazaba con empezar a mostrar un ascenso pronunciado, poniendo en riesgo el funcionamiento de los medios de pago.

in this field, but also reflects outstanding creative work at the local and international levels.

The development of this project required undertaking a worldwide search for the technologically advanced suppliers and then striving for convergence among competitors on different continents to create a product with a strong family resemblance: namely, a series of banknotes with a common design and security features that require similar authentication across all denominations, but made from different materials.

Some history

The Central Bank of Chile was granted autonomy in 1989 with the express mandate to safeguard price stability. The country's economy subsequently underwent a period that was almost unprecedented in its 200 years of independence, when inflation dropped steadily to a level compatible with price stability, thereby creating favorable conditions for sustained growth.

As the sole institution authorized to issue currency in the country, the Central Bank no longer faced the concern of frequently having to change banknotes due to a loss of purchasing power.

Prior to the design of the new family, there was a test period with a \$2,000 banknote, using a totally different technology. Earlier banknotes were based on a technology dating back to the mid-1970s. Thus, while printing techniques had advanced worldwide, the Chilean currency still employed outdated procedures.

By 2006, it seemed clear that it would be prudent to anticipate a potential increase in the counterfeiting trend. Although the slope of the curve was still very gradual, there was the threat that it could start rising more sharply, which would jeopardize the functioning of the currency.

This offered an opportunity to introduce a qualitative change in the Chilean banknotes, to an unprecedented degree. All the denominations in circulation, which had been issued years apart and featured diverse design styles, could be replaced with a series of banknotes that shared a common design, incorporating images that reflected our national identity and

Era la oportunidad para introducir un cambio cualitativo en el sistema de billetes de Chile, de una forma que nunca antes se había hecho. Existía la posibilidad de reemplazar todas las denominaciones en circulación, emitidas cada una con varios años de diferencia y con diseños heterogéneos, por una serie que reflejara un patrón común de diseño, recogiendo en sus imágenes elementos propios de nuestra identidad e incorporando características de reconocimiento acordes con los más avanzados estándares internacionales de seguridad. Esto permitía asumir con propiedad que medios de pago renovados podían conformar un conjunto armónico, lo que posteriormente permitió transmitir masivamente el concepto de una Familia de Nuevos Billetes para Chile.

Lo que el Banco Central de Chile hizo fue aprovechar esta oportunidad para hacer un cambio total de billetes, hecho que permitiría que las decisiones de diseño se adoptaran para todas las denominaciones y con patrones que pudiesen mantenerse si en el futuro se decidiese hacer nuevos cambios.

Son múltiples los detalles que van conformando un billete. Debe ser, primero que todo, validado por todos los habitantes de un país con capacidad de comprar o vender, lo que implica depositar en ellos la confianza de que representa un valor determinado para adquirir o recibir como pago un bien o servicio. Sin esa confianza o esa validación, pasa a ser solamente un papel sin valor.

La confianza está dada en primer lugar por el marco institucional del país que deposita en el Banco Central la facultad de la emisión de dinero. La Ley Orgánica Constitucional que rige a esta institución desde el año 1989 y que consagra su autonomía, le confiere en su artículo 28 la potestad exclusiva de emitir billetes y acuñar monedas. Potestad que ya tenía desde su creación en el año 1925.

También le concede la facultad de contratar dentro o fuera del país la impresión de billetes y la acuñación de monedas y establece que estos son los únicos medios de pago con poder liberatorio (es decir, que sirven para saldar deudas) y de circulación ilimitada.

En el caso específico de los billetes, el Banco Central puede modificar

security features in line with the most advanced international standards. A renewed currency, properly conceived, could constitute a harmonious collection, which would in turn facilitate the mass communication of the idea of a New Family of Banknotes for Chile.

The Central Bank of Chile took advantage of this opportunity to completely reconfigure the Chilean banknote series. Consequently, the design decisions were adopted for all the denominations, with a template that could be maintained in the future in the event of new changes.

There are many elements to a banknote. First and foremost, it must be validated by all the citizens of a country as having buying or selling power: people must have confidence that the note represents a designated value for giving or receiving as payment for a good or service. Without that confidence or validation, it becomes a worthless piece of paper.

This confidence is underpinned by the nation's institutional framework, which grants the Central Bank the authority to issue money.

The Central Bank is governed by its Basic Constitutional Act, which establishes its autonomy. Article 28 of the Act grants the Bank the exclusive authority to issue banknotes and mint coins, in force since the Bank's creation in 1925.

The Bank is further granted the authority to outsource the printing of banknotes and minting of coins to companies in Chile or abroad. The Act also establishes that this currency is the only legal tender (that is, the only means of payment that can be used to repay debts) and that its circulation shall be limited.

In the case of banknotes, the Central Bank can modify the denominations and designs whenever it deems necessary. In contrast, the minting of coins is subject to legal restrictions; they can only be modified through a bill introduced by the Executive Branch and approved by Congress.

If citizens are to have full confidence in the legal tender, the banknotes must contain identification and security features that make them extremely difficult to counterfeit. These features, together with its nationwide circulation, provide the opportunity to incorporate design elements that are representative of the country's image.

sus denominaciones y diseños cuando lo estime necesario, lo que no ocurre con las monedas, puesto que su acuñación es materia de ley y, por tanto, requiere de un proyecto de Ley del Poder Ejecutivo que debe ser sometido a la aprobación del Congreso.

Para que los ciudadanos depositen su plena confianza en su poder liberatorio, se requiere que el dinero cuente con características de reconocimiento y seguridad que lo hagan único y extremadamente difícil de reproducir. Estas características y el hecho de ser un instrumento de pago que circula en todo el territorio nacional, permiten incorporar al billete elementos de diseño que pueden ser representativos de la imagen del país.

Corresponde al Banco Central, entonces, garantizar la confianza en cuanto a la suficiencia y calidad del suministro, validez y funcionalidad del dinero en efectivo, de manera que la población lo considere un medio de pago adecuado para hacer transacciones.

El libro *Iconografía de Monedas y Billetes Chilenos* que el Banco Central publicó en el año 2009, dice en su introducción:

El dinero, tanto en su expresión metálica como en papel moneda, ha representado en la historia de la humanidad una unidad de uso económico, y ha constituido, además, una expresión de los símbolos y nombres de la comunidad política que los ha acuñado o impreso, marcando la idea de la soberanía e identidad de una nación.¹

En un encuentro de tesoreros de bancos centrales y especialistas de la industria del efectivo, realizado en octubre de 2011 en la *Currency Conference*, en Singapur, Gerry Gaetz, Chief of Currency and Banking Operations del Banco de Canadá, dijo:

It is the role of the Central Bank, then, to ensure confidence in the quality and sufficiency of supply and the validity and functionality of the currency, such that the public considers it an adequate means of payments for carrying out transactions.

The book *Iconografía de monedas y billetes chilenos (Iconography of Chilean Coins and Banknotes)*, published by the Central Bank in 2009, states in the introduction that

throughout human history, the currency—whether coins or paper money—has represented not only an economic unit, but also an expression of the symbols and names of the political community that mints or prints the currency, reflecting the ideas of the sovereignty and identity of the nation.²

At the Fourteenth Currency Conference, a meeting of central bank treasurers and currency industry specialists held in Singapore in October 2011, Gerry Gaetz, Chief of Currency at the Bank of Canada, indicated that

the keys to maintaining confidence in the currency are continuous improvements in security; training and education of stakeholders, especially retailers; engagement of law enforcement and prosecutors; quality throughout the cash cycle; and international collaboration on joint responses to each challenge.³

These pillars have been present throughout the entire process of developing the new family of Chilean banknotes.

A renovation of this magnitude opened the possibility of coordinating the processes of artistic and technical design with the technological advances achieved by the industry in recent years, which imposed a bigger challenge.

Las claves para mantener la confianza en los medios de pago eran un mejoramiento continuo de la seguridad; capacitación y educación de los principales usuarios de billetes y monedas; participación de las fuerzas policiales y del Poder Judicial; calidad en todo el ciclo del dinero efectivo y colaboración internacional para tener respuestas uniformes a cada desafío.²

Estos pilares han estado presentes en todo el proceso de desarrollo de la Nueva Familia de Billetes Chilenos.

Un reemplazo de esta magnitud abría la posibilidad de ensamblar por primera vez los procesos de diseño artístico y técnico con los avances tecnológicos logrados por esta industria en los últimos años, lo que imponía un desafío mayor de trabajo. El inicio del proceso significaba no solamente comprometerse con su desarrollo, sino fundamentalmente con un resultado exitoso.

La primera parte tuvo que hacerse bajo estrictas medidas de seguridad, que debieron cumplirse en Chile y en el exterior en cada una de las etapas (creación, licitaciones de diseño e impresión, aplicación de la propuesta de diseño y de medidas de seguridad a los dos sustratos, pruebas de impresión, impresión industrial y transporte del producto).

Una vez materializada la producción de billetes se inició la segunda parte, externa al Banco pero dentro de Chile, que contempló una rigurosamente planificada distribución a nivel nacional, para poner en circulación cada una de las denominaciones, junto con una campaña de difusión a través de medios de comunicación en todo el país y de múltiples actividades de contacto directo con la población.

Todas estas etapas requirieron de muchas e intensas reuniones de evaluación y ajuste, todo supervisado permanentemente por un equipo técnico de la Gerencia de Tesorería del Banco Central que interactuó con todos los especialistas encargados de cada actividad.

Launching the process implied a commitment not only to carrying out the project, but essentially to ensuring a successful outcome.

The first phase had to be implemented internally under strict security measures, with mandatory compliance both in Chile and overseas at each point in the process (creation, tenders for the design and printing phases, application of the proposed design and security features to the different substrates, printing trials, industrial printing and transportation of the finished product).

Once the banknotes were printed, the project entered the second phase, which took place outside the Bank but within Chile. Distribution was rigorously planned at the national level, to put each of the denominations in circulation. This was accompanied by a communication campaign using the communications media throughout the country and a variety of activities involving direct contact with the public.

All these stages required multiple assessment meetings and countless adjustments, under the constant supervision of a technical team based in the Treasury Department of the Central Bank. Throughout the process, this team interacted with all the specialists in charge of the different activities to ensure a harmonious result.

The Central Bank was able to successfully effect this monumental change thanks to the experience of advanced economies, as reported in documents, expositions, and seminars, and the collaboration of international experts; the valuable contribution of local experts in the world of art and culture; the commitment of design and printing companies; key consulting services on publicity and communications; and the cooperation and understanding of the cash in transit companies and the local banking sector.

In order to be understood by the common citizen, a change of these dimensions would require a communications strategy aimed at the entire population of the country, to ensure that the new banknotes would be quickly recognized and accepted as the legal currency.

Never before had the Central Bank faced the challenge of communicating an announcement of this scope to all the country's inhabitants, aiming to provoke as little controversy as possible and to ensure that the change in banknotes was perceived as an essentially positive event.

En esta ingente labor, la experiencia recogida en países avanzados, tanto a través de documentos, exposiciones, seminarios y colaboración expresa de expertos internacionales; el valioso aporte de expertos locales del mundo del arte y la cultura; el compromiso de las empresas de diseño e impresión; la importante contribución de asesorías en publicidad y comunicaciones y la comprensión del sistema de distribución de valores y de la banca local, permitieron que el Banco Central pudiera hacer este cambio con pleno éxito.

Un cambio de estas dimensiones, que a ojos del ciudadano común pudiera resultar comprensible, obligaba a adoptar una estrategia de comunicación cuyo público objetivo sería toda la población del país, de manera que fueran rápidamente reconocidos y aceptados como medios de pago.

Nunca antes el Banco Central se había visto ante el desafío de llevar una noticia de esta envergadura a todos los habitantes del país, procurando que se provocara la menor controversia posible y que el cambio de billetes fuera apreciado como un hecho esencialmente positivo.

La estrategia desarrollada contempló también una cuidadosa fase previa de diseño para determinar de qué manera se podían obtener óptimos resultados con recursos limitados para una campaña de tan alto alcance, aprovechando la repercusión que naturalmente tendría el hecho en la prensa y una campaña publicitaria que reforzara la noticia de una nueva familia de billetes.

Los resultados superaron las expectativas del Banco. Estudios posteriores revelaron que la casi totalidad de la población chilena supo del cambio y de las características de los nuevos billetes, que fueron rápidamente aceptados. Este grado de reconocimiento y aceptación contribuyó de manera importante a que el programa de lanzamiento para cada denominación se hiciera absolutamente dentro de los tiempos previstos por el Banco Central.

La siguiente es la historia de la Nueva Familia de Billetes que se puso en circulación entre septiembre de 2009 y mayo de 2011, desde su origen hasta la materialización del paulatino reemplazo de los billetes elaborados con una tecnología que tuvo vigencia durante 30 años. ❀

The strategy that was ultimately pursued included an initial design phase to determine how to obtain optimal results from such a wide-reaching campaign based on limited resources, taking advantage of the natural coverage of the event in the press and launching a publicity campaign to reinforce the news of a new family of banknotes.

The results exceeded the Bank's expectations. Subsequent studies showed that almost all Chileans knew about the change and were familiar with the characteristics of the new banknotes, which were rapidly accepted. This degree of recognition and acceptance contributed substantially to the timely launch of each denomination and its completion within the target period established by the Central Bank.

This book chronicles the development of the New Family of Banknotes that entered into circulation between September 2009 and May 2011, from the origins of the process through the gradual replacement of banknotes that had been in circulation for thirty years. ❀





I LOS ORÍGENES

ORIGINS

La emisión de un billete requiere decisiones previas claves como su tamaño, material del que estará hecho, medidas de seguridad, tipo de diseño y el instante en que saldrá a circulación. Por ello, la decisión del Banco Central de reemplazar los billetes que existían era altamente compleja. Significaba tejer un entramado que debía funcionar con extrema eficiencia para conjugar los trabajos de diseño, producción y distribución.

Todo esto fue fruto de un proceso paulatino, que consideró detenidas evaluaciones y análisis de las tecnologías vigentes y de la experiencia lograda en otros países, principalmente del mundo desarrollado. Un antecedente era el enorme y contundente proceso de reemplazo de todos los billetes que existían en los países miembros de la Unión Europea, reemplazo que comenzó en enero de 2002 con rápido éxito.

En agosto del año 2006, el Consejo del Banco recibió la primera propuesta de la Gerencia de Tesorería para iniciar una revisión global de la familia de billetes en circulación. En un comienzo se evaluó centrar esta revisión solamente en el billete de 5.000 pesos, que era el que presentaba mayores deficiencias de diseño, e incluso hubo propuestas concretas al respecto. Pero en el proceso de evaluación se decidió extender el cambio a todas las denominaciones.

A partir de ese momento, el Banco inició un largo e intenso proceso de recopilación de las múltiples experiencias internacionales en esta materia, que incluyó tanto la participación en conferencias y simposios sobre los últimos adelantos en la industria de billetes, así como visitas a otros bancos centrales y análisis de estudios hechos en países desarrollados.

Se pudo contar con asesorías técnicas del Banco Central Europeo y los bancos centrales de Canadá, Australia, México, Nueva Zelanda y España, todos con experiencias avanzadas en reemplazo de sus medios de pago.

Issuing a banknote requires a number of critical prior decisions, such as the size of the notes, the material on which it will be printed, security features, the design and the moment it will enter into circulation. Consequently, the Central Bank's decision to replace the existing banknotes was highly complex. It required creating an extremely efficient framework that that could combine efforts in the areas of design, production and distribution.

The process unfolded gradually based on a careful assessment and analysis of the current technology and the experiences of other countries, mainly in the developed world. The European Union served as an important case study, given its success in quickly implementing the replacement of all the different currencies of the member countries starting in January 2002.

In August 2006, the Board of the Central Bank received the first proposal from the Treasury Department to undertake a general review of the family of banknotes in circulation. The review was initially to focus on the \$5,000 note, which presented the biggest design deficiencies, and some concrete proposals were presented to address the issues. As the assessment proceeded, however, the decision was made to include all the denominations in the modification process.

The Bank then initiated a long and intensive process of studying the many international experiences in this area. Staff members participated in conferences and symposia on the latest advances in the banknote industry visited other central banks to discuss their systems and analyzed case studies from developed countries.

Technical advice was provided by the European Central Bank and the central banks of Australia, Canada, Mexico, New Zealand and Spain, all of which had in-depth experience in replacing their currency.

Página Anterior. Anverso y reverso de los billetes reemplazados por la Nueva Familia.

Previous page. Obverse and reverse of the banknotes replaced by the new series.



Andrew Ward, consultor del Banco Central de Canadá y asesor en el proceso chileno.

Andrew Ward, consultant to the Central Bank of Canada and advisor to the Chilean process.

Uno de los estudios más significativos en esta fase de análisis fue el estudio *A Path to the Next Generation of U.S. Banknotes: Keeping Them Real*, editado por el *National Research Council*,¹ en el que se advierten riesgos relevantes que el avance tecnológico pone a la seguridad de los billetes.

La excelente relación que existía con el Banco Central de Canadá permitió contar con la asesoría experta del consultor de esa institución Andrew Ward, licenciado en bellas artes con vasta experiencia en trabajos de retrato y diseño de billetes y de impresión de alta seguridad, cuyo aporte al proceso chileno fue muy significativo.

Ward tuvo a su cargo el diseño de billetes de Gran Bretaña entre los años 1990 y 2002 y representó a ese país en los trabajos de originación del euro. En el año 2007 se convirtió en Gerente del Programa de la Próxima Generación de Billetes del Banco de Canadá. ❁

One of the most important studies in this phase of the analysis was *A Path to the Next Generation of U.S. Banknotes*,¹ which warns of the threats that technological advances represent for banknote security.

The excellent relationship between the Central Bank of Chile and the Bank of Canada led to the collaboration of expert Andrew Ward. With a background in fine arts and extensive experience in high security printing, Ward provided a significant contribution to the Chilean process. Mr. Andrew Ward, formerly Chief Designer with the Bank of England, was responsible for the design of English banknotes from the mid 1990's until 2002, and leader of England's contribution to the task of developing the detailed design work and origination of the first Euro series in the late 1990's, and who became Manager of the Next-Generation of Canadian Banknotes Project in 2007, played an outstanding role in the Chilean process of creating the new family. ❁

¹ [1] National Research Council (NRC) es una institución fundada por el Parlamento de los Estados Unidos.

² [2] U.S. Department of the Treasury, Bureau of Printing and Engraving.

La experiencia del polímero

The polymer experience

La introducción de tres denominaciones fabricadas en papel plástico o polímero iba a ser una de las más importantes decisiones adoptadas por el Banco en el proyecto para reemplazar todas las denominaciones existentes. Tal decisión partía de una experiencia concreta.

En septiembre del año 2004, el Banco lanzó un billete de 2.000 pesos que si bien mantenía el mismo diseño del que circulaba desde diciembre del año 1997, tenía como gran novedad el estar confeccionado en este material, que permite aumentar considerablemente el ciclo de vida de un billete. Como el propósito era evaluar su comportamiento y aceptación, se eligió expresamente el de 2.000 pesos, que poseía menor cantidad de unidades en circulación. En todo caso, si la experiencia no era exitosa, se podía regresar al diseño previo en papel de algodón.

Bajo la Presidencia de Carlos Massad, el Consejo del Banco comenzó a estudiar este material en el año 2000, dada la tendencia creciente de su uso a nivel mundial. Al año siguiente, la Gerencia de Tesorería realizó con sus equipos técnicos una evaluación del uso en otros países, para lo cual tuvo contacto con los bancos centrales de Colombia, Brasil, México, Australia y Nueva Zelanda, donde se habían realizado experiencias o donde se había adoptado la decisión de incorporar este material.

El primer país que tuvo billetes de polímero fue Australia. Para enfrentar crecientes problemas de falsificación, el Banco de la Reserva de ese país adoptó este material en 1988, con un solo billete y fue tal su éxito, que entre los años 1992 y 1996 lo incorporó a todas sus denominaciones, con lo que redujo significativamente sus niveles de falsificación y aumentó su vida útil.

Los beneficios del polímero se iban haciendo evidentes y uno de ellos era que su duración podía llegar a triplicar la del billete de papel.

The introduction of three denominations printed on plastic paper, or polymer, would be one of the most important decisions to be made by the Bank over the course of the project to replace all the existing denominations. This decision was based on concrete experience.

In September 2004, the Bank launched a \$2,000 note that retained the same design as the banknote in circulation since December 1997, but which was printed on polymer so as to extend the banknote's life span considerably. Since the objective was to evaluate its performance and degree of acceptance, the \$2,000 bill was chosen due to the smaller number of pieces in circulation. In the event that the trial was unsuccessful, it would be possible to return to the previous design using cotton paper.

The Central Bank Board began exploring this material in the year 2000 under Governor Carlos Massad, in response to the growing trend in its use worldwide. The next year, technical teams from the Treasury Department undertook an assessment of its use in other countries. The study included contacting the central banks of Colombia, Brazil, Mexico, Australia and New Zealand, which either had experience using this material or had made the decision to incorporate it.

Australia was the first country to issue polymer banknotes. To address growing problems of counterfeiting, the Reserve Bank of Australia adopted this material for one banknote in 1988. The trial was so successful that all the denominations were switched over between 1992 and 1996, which significantly reduced the level of counterfeiting and extended the lifetime of the banknotes. The benefits of polymer were becoming increasingly evident. A key advantage was the possibility of tripling duration relative to the paper banknote.



En el año 2001, el Banco Central encargó una pequeña partida de 56.000 billetes chilenos de 2.000 pesos a la empresa australiana *Note Printing Australia (NPA)*, filial del Banco de la Reserva de ese país y con una inigualable experiencia en la impresión en este tipo de sustrato. De esta forma, se podrían realizar pruebas de laboratorio, procesamiento y distribución, considerando especialmente a los cajeros automáticos. Para ello, se suscribió un contrato de confidencialidad con la empresa *Securrency* (que posteriormente cambió su nombre a *Innovia Security*), único productor de polímero en el mundo, también filial del Banco de la Reserva de Australia. Ese contrato permitía acceder a la tecnología para hacer las pruebas correspondientes.

Fue en base al éxito de estas pruebas que se decidió en el año 2002 llevar esta experiencia al billete de 2.000 pesos, que hasta ese entonces circulaba en papel, y que se consideraba adecuado debido a su velocidad de circulación en el público; mostraba una duración de casi 11 meses.

Otra ventaja de este billete era que estaba incorporado en la mayoría de los cajeros automáticos. Además, no representaba un porcentaje significativo del dinero circulante, por lo que el cambio no tendría un impacto significativo en el uso habitual de estos medios de pago.

Teniendo como aval al Banco de la Reserva de Australia, se encargó a *NPA* una primera partida de billetes, dado que era el impresor de mayor relevancia en la industria del polímero. La industria de los billetes cuenta con pocos oferentes y esa restringida oferta es, precisamente, una garantía de la necesaria seguridad que exige este rubro.

En diciembre del año 2003, el Banco Central de Chile y *NPA* celebraron un contrato para la impresión de 49 millones de billetes de 2.000 pesos en sustrato de polímero. Este billete se lanzó al mercado en septiembre del año siguiente, modificando solamente su sustrato y manteniendo el diseño que tenía el de papel. El Banco se dio un plazo de tres años para evaluar la experiencia, debido a que los casos vistos en otros países sobre duración del polímero eran de al menos tres veces la del papel.

El desempeño del billete en que se basaba esta experiencia, se midió de diversas formas: Encuestas a ejecutivos de empresas de transportes de valores; consultas a la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras; informes de expertos extranjeros; opiniones directas de usuarios en cursos de capacitación a los que asisten cajeros de bancos, de supermercados, del comercio y empleados de empresas transportadoras de valores; estadísticas de billetes destruidos; recuentos de falsificaciones y una encuesta de opinión con entrevistas cara a cara encargada por la Gerencia de Tesorería.

La evaluación reveló que aun cuando tenían un costo unitario 1,3 veces superior a los de papel, este billete mostraba una duración evidentemente

In 2001, the Central Bank ordered a small run of 56,000 Chilean \$2,000 note from *Note Printing Australia (NPA)*, an affiliate of the Reserve Bank of Australia which had unparalleled experience printing on this type of substrate. This allowed the Bank to run lab tests and processing and distribution trials, with a focus on automated teller machines (ATMs). To this end, the Bank signed a confidentiality agreement with *Securrency* (which later changed its name to *Innovia Security*), another affiliate of the Reserve Bank of Australia and the sole polymer producer in the world. This agreement gave the Bank access to the technology in order to run the corresponding tests.

Based on the success of these trials, it was decided in 2002 to use polymer for the \$2,000 note, which until then had been issued on paper. The decision also took into account the speed of circulation in the public, which showed a duration of almost 11 months.

Another advantage of this denomination was that most ATMs were stocked with it. In addition, it did not represent a significant share of the notes in circulation, so the change would not have a significant impact on normal currency use.

With the backing of the Reserve Bank of Australia, the first run of banknotes was ordered from the *NPA*, since it was the biggest printer in the global polymer industry. The banknote industry has few suppliers, and the restricted supply is precisely a guarantee of the necessary security required in this field.

In December 2003, the Central Bank of Chile signed a contract with *NPA* for the printing of 49 million \$2,000 note on polymer substrate. This banknote was launched to the market in September of the following year. The new design was the same as the previous paper issue, but it was printed on the new substrate. The Bank set a period of three years to evaluate the trial, based on the experience of other countries where the duration of polymer was at least three times that of paper.

The performance of the banknote was measured in several ways: surveys of executives with securities cash in transit; inquiries to the Association of Banks and Financial Institutions; reports by foreign experts; direct opinions of users, as expressed in training workshops attended by bank tellers, supermarket and retail cashiers and cash in transit company employees; statistics on destroyed banknotes; the incidence of counterfeiting; and an opinion poll with face-to-face interviews conducted by Treasury Department staff.

The evaluation revealed that even though the unit cost was 1.3 times greater than paper, the duration of the banknote was clearly longer, generating substantial savings in printing costs.

Página Anterior. Primer billete de 2.000 pesos, que circuló en papel y luego en polímero.

Previous page. First 2,000 peso banknote, which circulated in paper and then in polymer.



Izquierda. Materia prima de papel algodón. **Derecha.** Materia prima de polímero.

Left. Raw material for cotton paper. **Right.** Raw material for polymer.

mayor, con un ahorro importante en los costos de impresión. Mientras los de papel duran aproximadamente un año, la vida útil de los de polímero se extiende por entre tres y cuatro años.

Además, se demostró que no se registraban falsificaciones en este sustrato y los intentos de falsificación redundaban en imitaciones burdas, elaboradas con tecnología digital y rústicos intentos de copiar la ventana transparente que caracteriza a estos billetes. Las encuestas mostraban persistentemente que eran más seguros y más limpios. Claramente, los hechos superaron las expectativas que se puso el Banco al decidir las pruebas con este material. Todo esto justificó una compra adicional de billetes de esta denominación en el año 2006, con el objeto de completar el abastecimiento necesario.

Al final del año 2005, el Banco Central aprobó nuevas políticas de compras y de control de riesgos en el abastecimiento de billetes y monedas, adoptando las mejores prácticas internacionales en esta materia. Se decidió, entonces, licitar el nuevo abastecimiento de billetes en material de polímero.

Los beneficios detectados en el polímero llevaron al Banco a adoptar este material para las denominaciones más bajas, que son las de mayor desgaste por uso, es decir, las que más circulan de mano en mano.

El estudio *A Path to the Next Generation of US Banknotes: Keeping them Real* concluyó que en el futuro, los materiales de polímero dominarán el mercado. Poco después que Chile iniciara el proceso de reemplazo de sus billetes, Canadá anunció que haría lo mismo, con la diferencia de que todas las denominaciones utilizadas en ese país serían en polímero o papel plástico.

Al momento de lanzar la Nueva Familia de Billetes existían en el mundo solamente cuatro proveedores relevantes de papel de seguridad y un solo proveedor de polímero, aunque en este último caso, el mercado

In addition, no effective counterfeiting was registered with this substrate, and the few attempts involved clumsy imitations based on digital technology and crude efforts to copy the clear window that characterizes the bill. Surveys consistently showed that it was more secure and cleaner. The results thus exceeded the Bank's criteria for evaluating the trials with this material.

These findings provided the grounds for an additional purchase of polymer banknotes in this denomination in 2006, in order to meet the necessary demand.

In late 2005, the Central Bank approved new acquisition and risk control policies in the supply of banknotes and coins, adopting international best practices in this area. This led to the decision to open a tender for the new supply of banknotes in polymer material.

Given the findings on the benefits of polymer, the Bank chose to adopt this material for the lower denominations, which are subject to the greatest wear and tear since they have the largest hand-to-hand circulation.

The study *A Path to the Next Generation of U.S. Banknotes* concludes that in the future, polymer materials will dominate the market. Shortly after Chile began the process of replacing its banknotes, Canada announced that all the denominations used in that country would be printed on polymer or plastic paper substrate.

When the New Family of Banknotes project was launched, there were only four important suppliers of high-security paper in the world and only one polymer supplier, although in the latter case the market showed signs of development and diversification. There were six large paper printers and five that could print on polymer, all located in developed countries.

tenía ya perspectivas de desarrollo y diversificación. Existían también seis grandes impresores de papel y cinco que podían imprimir en polímero. Todos ellos de países desarrollados.

Las tintas para imprimir medios de pago también representan un mercado extremadamente estrecho. Al iniciarse los procesos de licitación, una de ellas, de Suiza, tenía un 95% del mercado y el 5% restante era de una empresa alemana.

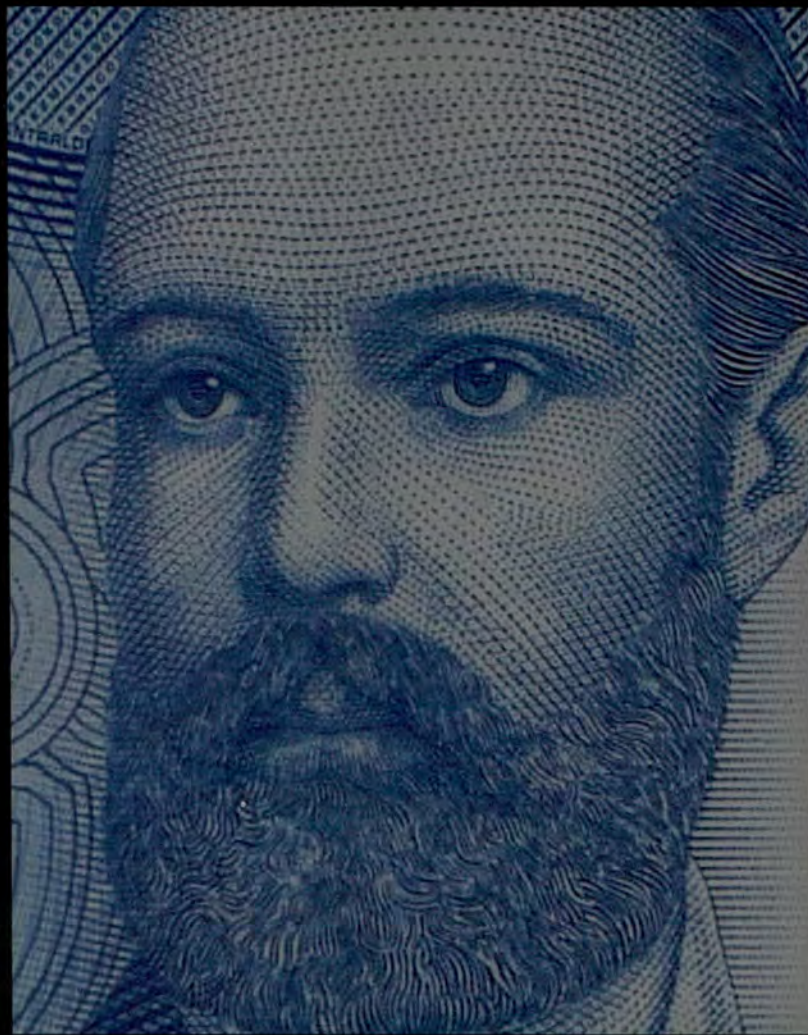
En ese momento, 28 países utilizaban polímero en sus billetes. Seis de ellos habían incorporado este material en todas sus denominaciones. Circulaban en el mundo más de 25.000 millones de unidades en ese sustrato.

El uso de este material en billetes chilenos no era, por tanto, una decisión que no hubiese estado precedida de numerosas experiencias a nivel mundial. ❁

The market for currency ink is also extremely tight. At the start of the tender process, one company in Switzerland accounted for 95% of the market, while the remaining 5% was held by a German company.

At that time, 28 countries used polymer substrate for their banknotes. Six of these had incorporated the material in all their denominations. There were 25 billion polymer banknotes circulating throughout the world.

Thus, the decision to use this material for Chilean banknotes was not without precedent at the world level. ❁



II DEL DISEÑO A LA IMPRESIÓN

FROM DESIGN TO PRINTING

Entre diciembre del año 2006 y enero del 2007, el Consejo del Banco comenzó a evaluar decididamente la idea de un reemplazo de todos los billetes en circulación, lo que dio origen a un proyecto que incorporara todas las denominaciones.

El 11 de octubre del año 2007, el Consejo del Banco, presidido por Vittorio Corbo e integrado por el Vicepresidente José De Gregorio y los Consejeros Jorge Desormeaux, Manuel Marfán y Enrique Marshall, sancionó todas las especificaciones técnicas esenciales para los nuevos billetes chilenos, con lo que ponía rúbrica al mayor cambio de la historia local de estos medios de pago sin que la razón fuera un problema de inflación, de crisis económica o de cambio en las reglas establecidas para su funcionamiento.

El acuerdo especificaba el cambio en el largo de su tamaño para las cinco denominaciones existentes, el motivo principal de cada anverso, el motivo principal de sus reversos, el color dominante, el sustrato de impresión, las medidas de seguridad y las técnicas de impresión.

Instruía además al Gerente General y al Gerente Tesorero para iniciar un concurso de diseño artístico destinado a seleccionar las propuestas técnicas correspondientes a todas las denominaciones y para adjudicar la producción de cada una de ellas.

Este acuerdo consagró decisiones clave para la nueva familia. Una de las más relevantes fue que las denominaciones más bajas —1.000, 2.000 y 5.000 pesos— serían confeccionadas en polímero y que las más altas —10.000 y 20.000 pesos— se confeccionarían en papel algodón. En aquel entonces, la decisión técnica de tener dos sustratos significaba que un 50% de los billetes chilenos en circulación serían impresos en uno de ellos y el otro 50% en el otro.

También se determinó que, de acuerdo a las experiencias recogidas en varios países, los tamaños fueran diferenciados entre uno y otro, de manera de

Between December 2006 and January 2007, the Board of the Central Bank began to look more closely at the idea of replacing all the banknotes in circulation, which gave rise to a project to include all the denominations.

On 11 October 2007, the Central Bank Board, chaired by Vittorio Corbo and comprising Deputy Governor José De Gregorio and Board Members Jorge Desormeaux, Manuel Marfán and Enrique Marshall, approved all the essential technical specifications for the new Chilean banknotes. This decision marked the biggest change in the history of the local currency in the absence of an inflationary spiral, economic crisis or changes in the financing rules.

The resolution specified the change in the length of the five existing denominations, the primary motif on the obverse (or front) side, the primary motif on the reverse side, the dominant color, the substrate, the security features and the printing techniques.

In addition, the General Manager and the Treasurer were instructed to organize an artistic design competition for the selection of the technical proposals for all the denominations and to tender and award their production.

This resolution established some key decisions for the new banknote series. One of the most important was that the lowest denominations (namely, \$1,000, \$2,000 and \$5,000) would be printed on polymer, while the highest (\$10,000 and \$20,000) would be issued on cotton paper. At the time, the technical decision to use two substrates implied that 50% of Chilean banknotes in circulation would be printed on one material and 50% on the other.

It was also decided that, in line with the experiences of several countries, the size of the banknotes would vary, in order to facilitate ease of recognition, especially for the blind or visually impaired. The difference between banknotes was set at seven millimeters, starting with the highest denomination, which would be three millimeters longer than the old banknotes.



De izquierda a derecha. Consejo del Banco Central que dio inicio al proyecto de una nueva familia de billetes chilenos, integrado por Manuel Marfán, José De Gregorio (Vicepresidente), Vittorio Corbo (Presidente), Jorge Desormeaux y Enrique Marshall.

Left to right. Central Bank Board of Directors that initiated the new series of Chilean banknotes project. Manuel Marfán, José De Gregorio (Vice President), Vittorio Corbo (President), Jorge Desormeaux, and Enrique Marshall.

umentar las posibilidades de fácil reconocimiento, en especial por no videntes o personas con dificultades de visión. Se decidió que hubiese una diferencia de siete milímetros de largo entre un billete y otro, partiendo del de más alta denominación, que tendría tres milímetros más que los billetes antiguos.

Otra de las decisiones relevantes fue que el diseño mantendría los personajes en cada denominación y que los motivos del reverso serían reemplazados por un paisaje natural chileno y un animal representativo de la fauna local.

Los billetes nuevos tendrían un color dominante para cada denominación, que serían verde, púrpura, rojo, azul y naranja, según las denominaciones de 1.000, 2.000, 5.000, 10.000 y 20.000 pesos, respectivamente.

Establecieron, además, las medidas de seguridad para cada denominación y determinaron los requisitos de impresión para cada uno, que serían adjudicados a empresas seleccionadas en una licitación internacional.

De esta forma, el desarrollo del proyecto quedó radicado en un grupo del Banco liderado por el Gerente General, Alejandro Zurbuchen, e integrado —en lo técnico— por el Gerente Tesorero, Iván Montoya, y la Jefa del Departamento de Investigación y Desarrollo de Circulante, Claudia Bentjerodt. ❁

Another key decision was that the design would retain the historical figures featured on each denomination, while the motifs on the reverse side would be replaced with Chilean landscapes and fauna.

The banknotes would have a dominant color for each denomination: green for the \$1,000; purple for the \$2,000; red for the \$5,000; blue for the \$10,000; and orange for the \$20,000.

The security features and printing requirements were also established for each denomination. The printing process would be awarded to companies chosen through an international tender.

The development of the project was assigned to a Central Bank team led by the General Manager, Alejandro Zurbuchen, and, on the technical side, Iván Montoya, Treasurer, and Claudia Bentjerodt, Head of Currency Research and Development. ❁



La Comisión de Expertos

The Committee of Experts

Esquina superior izquierda. Milan Ivelic, Presidente del Comité de Expertos

Esquina inferior derecha. Iván Montoya, Gerente Tesorero durante el proceso, y Alejandro Zurbuchen, Gerente General

Integrantes del Comité de Expertos. Andrea Brauweiler, Juan Manuel Martínez, Nicolás Pivonka y Francisca Cerda.

Upper left corner. Milan Ivelic, President of the Expert Committee

Lower left corner. Iván Montoya, Treasury Manager during the process, and Alejandro Zurbuchen, General Manager

Members of the Expert Committee. Andrea Brauweiler, Juan Manuel Martínez, Nicolás Pivonka, and Francisca Cerda.

En su acuerdo de octubre de 2007, el Consejo consideró especialmente un informe con recomendaciones de una comisión de expertos, que trabajó arduamente en establecer las características globales de diseño, presidido por Milan Ivelic, quien por 18 años y hasta comienzos de 2012 fue Director del Museo Nacional de Bellas Artes.

Ivelic había sido convocado por Vittorio Corbo para colaborar en una propuesta general de diseño y para que conformara un equipo de trabajo cuyos integrantes propusiera él mismo. Personalidad connotada en el mundo de la cultura y el arte, Ivelic había desarrollado durante la Presidencia de Carlos Massad importantes trabajos de investigación acerca de la valiosa colección de pinturas del Banco, con el propósito de difundirla al público.

Dos semanas después de la primera reunión con autoridades del Banco, Ivelic ya tenía una propuesta global de lo que consideraba que debían tener los billetes y que sirvió como plataforma para la configuración posterior del diseño definitivo que lleva la nueva familia. Con su carácter afable y su vasta sabiduría, este historiador del arte fue conformando un comité integrado por destacadas personalidades del mundo de la cultura y de las ciencias sociales, cuya misión era trabajar en estrecha coordinación con el equipo técnico del Banco.

Originalmente, esta Comisión estaba integrada por Andrea Brauweiler, quien en ese momento era Directora del Museo de Artes Visuales; Juan Manuel Martínez, curador del Museo Histórico Nacional; Ramón Castillo, curador del Museo Nacional de Bellas Artes, y Marcial Cortés-Monroy, arquitecto y socio de la empresa Arbol Color. En este grupo también participaban Zurbuchen, Montoya y Claudia Bentjerodt, esta última encargada de coordinar las reuniones, recopilar el material evaluado y preparar los informes correspondientes. Poco después de iniciado el proceso, Ramón Castillo y Marcial Cortés-Monroy dejaron la comisión y se incorporó la reconocida escultora Francisca Cerda.

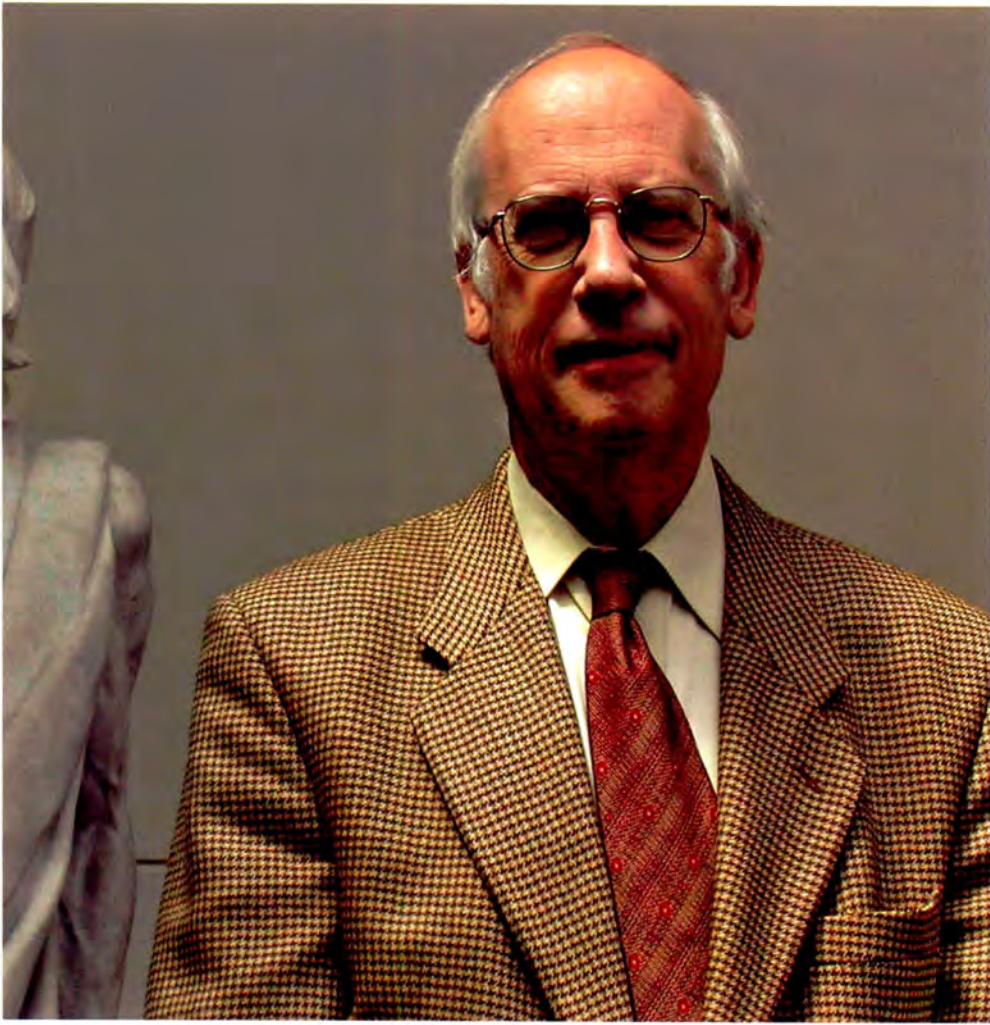
The Board Resolution of October 2007 took into account a report with recommendations by a committee of experts, who worked tirelessly to establish the general design characteristics. The committee was chaired by Milan Ivelic, who served as the Director of the National Fine Arts Museum for 18 years, through early 2012.

Ivelic was invited by Vittorio Corbo to collaborate on a general design proposal, working with a group of his choosing. A renowned personality in the art and culture spheres, Ivelic had previously worked with Governor Carlos Massad on research related to the valuable collection of paintings held by the Bank, with the goal of exhibiting the works to the public.

Two weeks after the first meeting with Bank authorities, Ivelic submitted a general proposal of what he considered essential elements for the banknotes, which later served as platform for designing the final layout of the new banknote series. With his vast knowledge and charming personality, this art historian put together a committee made up of prominent figures in the cultural and social sciences spheres, whose mission was to work in close coordination with the Bank's technical team.

The original committee members were Andrea Brauweiler, who at the time was the Director of the Visual Arts Museum; Juan Manuel Martínez, curator of the National History Museum; Ramón Castillo, curator of the National Fine Arts Museum; and Marcial Cortés-Monroy, architect and partner in the company Árbol de Color. Alejandro Zurbuchen and Iván Montoya also participated in the work group, while Claudia Bentjerodt was in charge of coordinating the meetings, compiling the material evaluated and preparing the corresponding reports.

Shortly into the process, Ramón Castillo and Marcial Cortés-Monroy left the committee. Their positions were filled by the renowned sculptor Francisca Cerda.





Imágenes del fotógrafo Nicolás Piwonka evaluadas para el diseño de los nuevos billetes. **Izquierda.** El Salar de Surire, en el norte **Derecha.** Torres del Paine, en el sur.

Images by photographer Nicolás Piwonka evaluated for the design of the new banknotes. **Left.** The Surire, Salt Flats in the north **Right.** Torres del Paine in the south

El grupo de expertos recibió como mandatos el hacer propuestas para los retratos de cada denominación, sugerir temas para el reverso de la nueva serie y las opciones para la búsqueda y selección de cada reverso.

La primera reunión se realizó en la oficina de Ivelic, en el Museo Nacional de Bellas Artes. Durante los primeros meses, los integrantes externos trabajaron *ad honorem*, movidos por el entusiasmo que les generaba ser parte de este proyecto. Pero debido a que el trabajo se hizo sistemático y requería cada vez de mayor tiempo, el Banco determinó por propia iniciativa contratarlos a honorarios en octubre de 2007.

Partían con al menos dos directrices: que se mantenían los personajes del anverso y que había disposición para modificar las imágenes de los reversos.

Ivelic se propuso encontrar para las imágenes un hilo conductor e iconográfico que tuviese una amplia aceptación ciudadana. Pensó en una idea que reflejara pertenencia, raíz, origen e identidad, que estuviera por encima de la contingencia, que no pudiera dar pie a interpretaciones sobre discriminación o segregación y que por el contrario, fuera inclusiva.

Con estos elementos, planteó al Consejo del Banco que las imágenes de los reversos fueran representativas de la naturaleza de Chile y, específicamente, paisajes. Lo fundamentó en que la naturaleza es constitutiva de la unidad del país, con la que existe un vínculo entrañable, que representa arraigo, unión, solidaridad, convergencia y admiración. Su propuesta fue incorporar paisajes que representaran al país en toda su longitud, que no hubiesen sido intervenidos por el ser humano y que fuesen inmodificables. Para Ivelic, el paisaje no resulta indiferente; representa territorio, que a la vez es origen, nacimiento, es de donde se obtienen los recursos y sobre el que se construyen ciudades.

Acogida su propuesta, se adentró en numerosos libros de paisajes, registrados también por numerosos fotógrafos que han retratado el país

The group of experts was instructed to make proposals for the portraits of each denomination, suggest themes for the reverse side of the new series and indicate options for exploring and selecting the back of each banknote.

The first meeting was held in Ivelic's office at the National Fine Arts Museum. For the first few months, the external committee members volunteered their time, motivated by their enthusiasm for the project. However, as the work became more systematic and time consuming, the Bank took the initiative to remunerate committee members as of October 2007.

The committee was initially given two guidelines: to retain the historical figures on the front and to freely consider changing the images on the back.

Ivelic suggested establishing a common thread or iconography that would be widely accepted by the public. The idea should be relevant to the nation and reflect its roots, origin and identity; it should not be open to interpretations of discrimination or segregation, but rather should be inclusive.

Based on this concept, Ivelic suggested to the Central Bank Board that the images on the reverse of the banknotes should be representative of Chile's natural beauty, in particular, its landscapes. This proposal was founded on the idea that nature is central to the country's sense of unity, creating a deep bond that gives people a sense of national pride, union, solidarity, convergence and admiration. The proposal was to include landscapes from the entire length of the country, of changeless areas that had not been disturbed by human intervention. For Ivelic, the landscape is not indifferent. It represents territory, origin and birth; it is the source of natural resources and the foundation on which cities are built.

Once the proposal was accepted, the committee delved into countless books of landscapes and explored the work of numerous photographers that have captured the country on film. One of the leaders in the field

en patrones comunes y llamó a uno de los más destacados. Fue así como se incorporó al proyecto el fotógrafo y biólogo con especialidad en etología Nicolás Piwonka, autor de numerosas publicaciones, cuyo desarrollo ha alimentado un banco de más de 180.000 imágenes hechas en sus constantes exploraciones por el territorio chileno y que muestran paisajes en sus más ricos detalles.

Piwonka se entusiasmó de inmediato con el proyecto y llevó al Banco imágenes que respondían a esta solicitud. Además sugirió incorporar animales de la fauna silvestre chilena, también profusamente registrada en sus múltiples viajes. Esto significaba realizar una composición fotográfica que incorporara ambos elementos, aunque con una presencia dominante del paisaje.

Todo esto importó un cambio trascendental en la imagen de los billetes chilenos. Hasta el nacimiento de esta nueva familia, el concepto era una imagen asociada directamente al personaje del anverso (la Batalla de la Concepción en que murió Ignacio Carrera Pinto; la Iglesia de Los Dominicos, donde se refugió Manuel Rodríguez; la alegoría a la medalla del Premio Nobel de Gabriela Mistral; la Casa de Ninhue donde nació Arturo Prat y la fachada de la Universidad de Chile, fundada por Andrés Bello).

Piwonka presentó un conjunto de fotografías que fueron sometidas a evaluación del Comité de Expertos y luego expuso las composiciones de imágenes con paisajes y animales, de entre las cuales se seleccionarían las definitivas.

Sus propuestas de paisajes eran Torres del Paine en la Región de Magallanes; Bosque de Araucarias de la Reserva Nacional Nalcas en la Región de La Araucanía; Palmas de Ocoa del Parque Nacional La Campana en la Región de Valparaíso; Glaciar Stopanni en la Cordillera de Darwin de la Región de Magallanes; Parque Nacional Lauca, Lago Chungará, en la Región de Arica y Parinacota; Monumento Nacional Salar de Surire en la Región de de Arica y Parinacota; Salto de la Princesa, Parque Nacional de Puyehue en la Región de Los Lagos y Bosque chilote del Parque Nacional de Chiloé en la Región de Los Lagos. En la preselección de los paisajes también estuvo presente la idea de representar las distintas zonas geográficas del país.

Los animales que proponía eran el guanaco, el loro choroy, el tucúquere, el cóndor, el flamenco chileno, la vaquita del desierto, el pato corta corriente y el zorro chilote.

En las sesiones de trabajo también se revisaron motivos de paisajes relacionados con cactus, palmas, lagos, fiordos, Antártica, desierto en flor, alerces o la Isla Juan Fernández. Para cada uno se asoció un animal como el aguilucho, la araña pollito, el monito del monte, la lagartija, el cisne de cuello negro, el lobo de mar, el pingüino y el chucao.

La comisión sometió a consideración todas las propuestas y dejó aquellas composiciones que estimó más representativas de la diversidad de paisajes y de la fauna silvestre de Chile. En la selección de paisajes se buscó que estuvieran debidamente representados el norte, centro y sur del país. Para el norte y del sur hay paisajes claramente representativos. Algo más difícil era para el centro. La opción fue por un paisaje que contuviera una especie

was asked to join the project, namely, Nicolás Piwonka, a photographer, biologist, ethnologist and author of several publications. His unceasing exploration of the Chilean territory has resulted in a bank of over 180,000 images, which illustrate the landscape in its richest details.

Piwonka was delighted to get involved with the project, and he provided the bank with a range of landscape images that fit the original proposal.

At the same time, he suggested including animals to illustrate the native wildlife, which he had also profusely photographed over the course of his many travels. This implied creating a photographic composition to incorporate the two elements, giving precedence to the landscape.

These ideas brought a fundamental change to the images featured on the Chilean banknotes. Before the development of the new series of banknotes, the idea was to use an image that was directly associated with the historical figure on the obverse (for example, the Battle of Concepción, where Ignacio Carrera Pinto died; the Church of the Dominicans, where Manuel Rodríguez took refuge; the Nobel Prize won by Gabriela Mistral; the house in Ninhue where Arturo Prat was born; and the façade of the University of Chile, founded by Andrés Bello).

Piwonka submitted a set of photographs for evaluation by the Committee of Experts. He later presented compositions combining landscapes and animals, from which the final designs were selected.

He suggested eight landscapes for consideration: Torres del Paine National Park, in the Magallanes Region; the Araucaria forest in the Nalcas National Reserve, in the Araucanía Region; native Chilean palm trees near Ocoa in the La Campana National Park, in the Valparaíso Region; the Stopanni Glacier in the Cordillera Darwin, in the Magallanes Region; Lake Chungará in the Lauca National Park, in the Arica y Parinacota Region; the Salar de Surire Natural Monument, in the Arica y Parinacota Region; the Princesa Waterfall in the Puyehue National Park, in the Los Lagos Region; and the native forests of the Chiloé National Park, in the Los Lagos Region. This pre-selection of the landscapes aimed at representing the different geographic regions of the country.

The proposed animals were the *guanaco*, the *loro choroy*, the *tucúquere*, the condor, the Chilean flamenco, the *vaquita del desierto*, the *pato corta corriente* and the *zorro chilote*.

In the work sessions, the committee also considered landscapes featuring cacti, palm trees, lakes, fjords, Antarctica, the flowering desert, alerces (a native conifer) and the Juan Fernández islands. Each landscape was associated with an animal or bird, such as the *aguilucho*, the *araña pollito*, the *monito del monte*, the *lagartija*, the *cisne de cuello negro*, the *lobo de mar*, the penguin and the *chucao* bird.

After considering all the proposals, the committee chose the compositions that were most representative of the diversity of Chile's terrain and wildlife. One of the criteria for selecting the landscapes was

vegetal autóctona como la palma chilena, que además, se encuentra en el anverso de la medalla acuñada para celebrar la jura de la Independencia de Chile, realizada el 12 de febrero de 1818. El árbol elegido es característico del Parque Nacional La Campana, en la Región de Valparaíso.

De la fauna, los animales seleccionados fueron el flamenco chileno, el tucúquere, el cóndor, el loro choroy y el guanaco, desechándose el pato corta corriente y el zorro chilote.

Así como el reverso de cada denominación requirió de extensas e intensas reuniones, los expertos también tuvieron que dedicar muchas horas a determinar qué retratos ilustrarían el anverso de cada billete, dada la determinación del Consejo de mantener a los personajes.

Ivelic propuso entonces que las imágenes se basaran en fotografías o retratos existentes, por lo que hubo que sumergirse en archivos históricos. Sobre esta base, la Comisión aportó nuevos retratos o fotografías en que los personajes se mostraban desde una perspectiva más humana y realista y con un atractivo contenido estético. En algunos casos las opciones eran amplias, mientras que en otros, eran más bien escasas.

Lo que se hizo, entonces, fue un estudio de todos los retratos o fotografías que existen de cada personaje y, sobre la base de los atributos que se buscaban, se hacía una selección final. En todo caso y ya al comienzo del proceso, Ivelic ya había propuesto utilizar la fotografía de la poetisa Gabriela Mistral en que se basó la imagen definitiva del nuevo billete de 5.000 pesos.

Opinión destacada en este sentido fue la del experto Juan Manuel Martínez, quien trabajaba en la colección numismática del Museo Histórico Nacional y había catalogado la colección que tiene el Banco Central. Mientras realizaba este trabajo, escribía el libro *Iconografía de Monedas y Billetes Chilenos*, que el Banco publicó en el año 2009. Sus comentarios y apreciaciones eran especialmente consideradas al momento de determinar las características que tendrían las imágenes de los personajes del anverso.

Si bien las imágenes de los personajes de los billetes de la antigua familia provenían de grabados o retratos bien conocidos, siempre habían sido trabajadas por grabadores de la Casa de Moneda, por lo que en general, eran litografías. La opción fue entonces, cambiarlas por reproducciones más fidedignas de retratos, pinturas o fotografías de los personajes, acorde a la evolución que estaban teniendo los billetes en numerosos países, especialmente del mundo desarrollado.

Detrás de cada imagen de los personajes en esta nueva familia, hay una historia y hay también una fotografía, un retrato o un grabado en estado original. ❀

that the northern, central and southern regions of the country be all duly represented. For the north and south, there are a number of alternatives that are clearly associated with the region, but the choice was more difficult for the center. Ultimately, the committee decided to go with a landscape featuring the indigenous Chilean palm, which is also featured on the obverse of the medal minted to commemorate the declaration of Chile's Independence on 12 February 1818. This palm is endemic to the La Campana National Park, in the Valparaíso Region.

The chosen wildlife included the Chilean flamenco, the *tucúquere*, the condor, the *loro choroy*, and the *guanaco*.

Just as the design of the reverse side of each denomination required extensive meetings, the experts also had to dedicate many hours to deciding which portraits to feature on the obverse side of the banknotes, after the Board opted for maintaining the figures featured on the old series.

Ivelic then proposed that the images were based on photographs or existing portraits, so they had to be immersed in historical archives. The committee compiled a new set of portraits or photographs that gave the figures a more human, more realistic portrayal while also being attractive from an aesthetic perspective. In some cases, there were many options to choose from, while in others the choice was fairly limited.

All the available portraits or photographs of a given figure were carefully studied to determine whether they best represented these attributes, and a final selection was then made. Early on in the process, Ivelic proposed using the photograph of poet Gabriela Mistral that became the basis for the new \$5,000 note.

One of the key contributors in this area was Juan Manuel Martínez, who worked in the numismatic collection of the National History Museum and had cataloged the collection held by the Central Bank. At the time of the committee's work, Martínez was writing the book *Iconografía de monedas y billetes chilenos (Iconography of Chilean Coins and Banknotes)*, published by the Bank in 2009. His comments and observations carried much weight in the decisions surrounding the images of the historical figures on the front side of the banknotes.

While the images of the historical figures used for the old series of banknotes were from well-known engravings or portraits, they had always been worked by engravers in the Chilean Mint, and they were therefore mostly lithographs. The choice was made to replace these with more faithful reproductions of portraits, paintings or photographs of the figures, in line with the evolution of banknotes in numerous countries, especially in the developed world.

Behind each of the images of the historical dignitary on the new series of banknotes, there is a history and also a photograph, portrait or engraving in its original form. ❀

El camino del diseño

The road to the final design

El trabajo inicial de la Comisión quedó plasmado en propuestas concretas de motivos que deberían considerarse tanto en el anverso como en el reverso de cada billete, con el correspondiente material de referencia para que los expertos en el diseño industrial de billetes pudieran realizar sus propuestas técnicas. Esto dejaba el camino pavimentado para abrir una licitación internacional de diseño, necesaria para garantizar que las propuestas del Banco Central pudieran quedar en una presentación gráfica que sintonizara plenamente con los niveles de exigencia que demanda la seguridad de estos medios de pago.

En octubre de 2007, el Banco Central de Chile llamó a una licitación internacional para el diseño e impresión de una primera partida de billetes de papel. Era un solo proceso de licitación, pero con dos partes. Una estaba radicada exclusivamente en propuestas de diseño para las cinco denominaciones existentes. La otra era para la impresión de las denominaciones de papel algodón.

Debido a la experiencia alcanzada con los billetes de 2.000 pesos y considerando la situación del mercado mundial de polímero, el Banco ya tenía a esa altura un contrato de impresión de las denominaciones de polímero con el *Note Printing Australia (NPA)*. Este hecho no impedía a esa empresa participar también de la licitación de diseño.

A las empresas que expresaron su interés en participar, el Banco les envió las especificaciones técnicas del diseño.

En el documento denominado “Especificaciones Técnicas”, el Banco establecía todos los requisitos que debían cumplir las empresas participantes en esta licitación, como por ejemplo que los modelos conceptuales debían ser creados utilizando aplicaciones gráficas digitales y que debían ser presentados en formato impreso y digital.

The initial work of the committee resulted in concrete proposals for the motifs that would be featured on the obverse and reverse of each banknote, together with the substrate to be used in each case, so that the banknote designers could develop their technical proposals. This paved the way for opening an international design tender, which would ensure that the Central Bank’s proposals would be translated into a graphic presentation that was fully compatible with the stringent requirements of currency security.

In October 2007, the Central Bank of Chile issued an international call for tenders for the design and printing of a first run of paper banknotes.

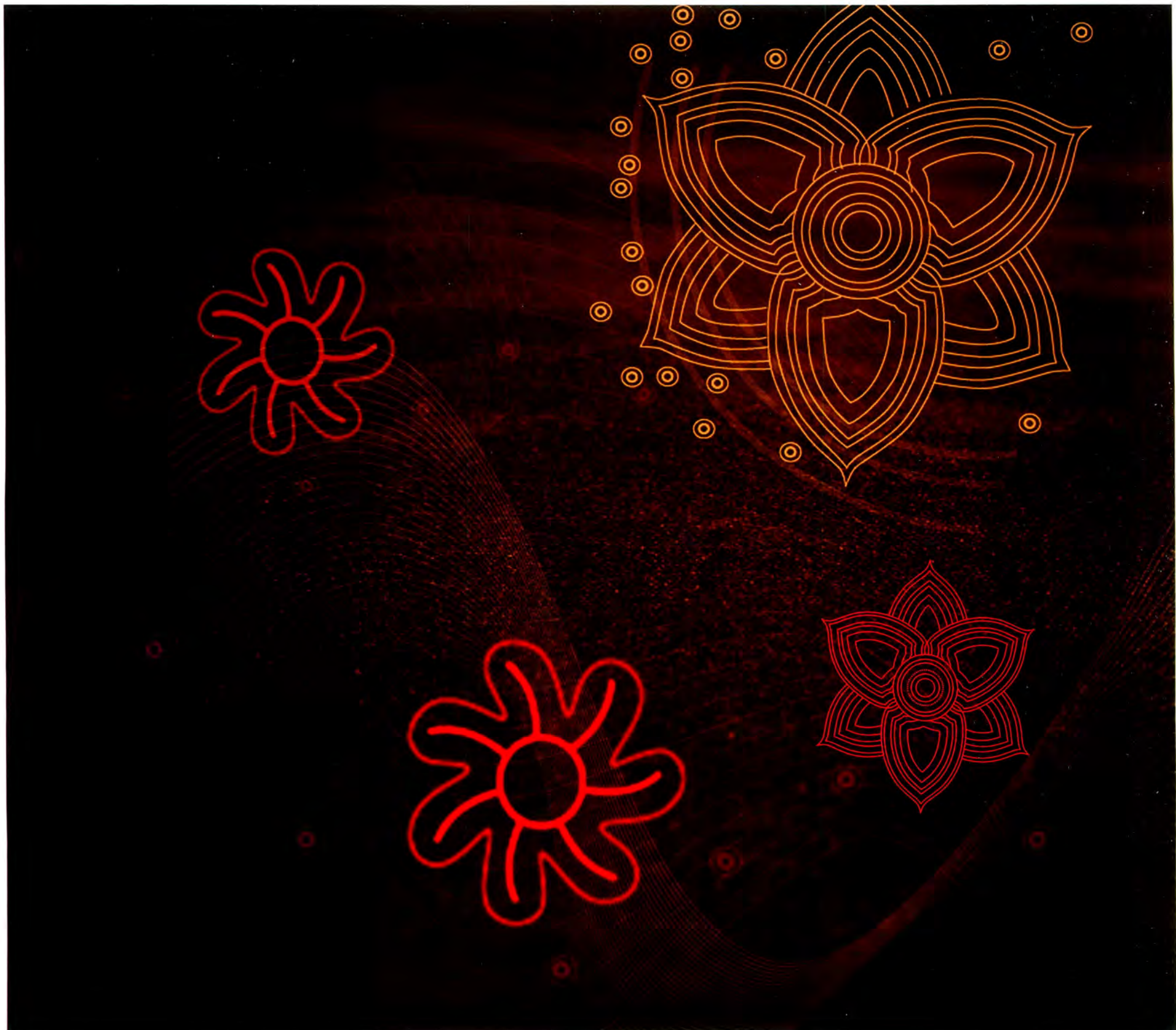
The tender was organized as a single process, but with two parts—one focused exclusively on design proposals for the five existing denominations and one for printing the cotton paper denominations.

Given the Bank’s earlier experience with the \$2,000 note and considering the conditions of the world polymer market, the Bank had already negotiated a contract with *Note Printing Australia (NPA)* to print the polymer denominations. The contract did not preclude the company from also participating in the design tender.

Companies that expressed an interest in participating were sent the technical design specifications by the Bank.

Specifically, the Bank issued a report entitled Technical Specifications, which outlined all the requirements for firms participating in the tender. For example, the conceptual models had to be created using digital graphics software and submitted in both hard copy prints on paper and digital formats.

The report also stipulated the size, the main images on the obverse and reverse, the color of each denomination (to facilitate recognition by both the general public and the visually impaired), the substrate, the



Especificaban el tamaño, las principales imágenes del anverso y del reverso, el color dominante de cada denominación —que debía facilitar su reconocimiento tanto por el público en general, como por personas con dificultades de visión— el sustrato, gramaje de papel, el tipo de numeración con tamaños mínimos y máximos, la posición de estos números, la forma como debían estar escritos —con números o palabras— su ubicación, dónde debía ir la frase Banco Central de Chile, dónde debía estar el año de impresión del billete, las características de seguridad de cada uno, la técnica con que debían imprimirse y sus características para ser reconocidos al tacto.

También solicitaba a las empresas que los retratos fueran impresos con un estilo absolutamente natural, dado que en esta industria hay a veces retratos que son estilizados e incluso caricaturizados.

Estaban también las especificaciones respecto de la ventana transparente, los números o símbolos que cambian de color y todas las medidas que pudiesen ser fácilmente reconocidas por el público. El trabajo realizado en forma previa por el Banco, definía con precisión todos los aspectos técnicos exigidos a los nuevos billetes, dejando en poder de las empresas participantes en el concurso de diseño, la sola facultad de proponer la composición artística que consideraran más adecuada.

Además, el material de apoyo e imágenes para desarrollar las creaciones artísticas, fue protegido por el Banco en sus aspectos esenciales de propiedad intelectual. El Banco advertía, además, que iba a adquirir todos los derechos de propiedad intelectual sobre el diseño y materiales originales de cada denominación.

Las empresas participantes debían enviar un boceto en alta resolución con el diseño de cada billete. Se recibieron ocho propuestas de diseños presentadas por siete empresas de diversos países, las que fueron sometidas a evaluación del comité de expertos y del asesor Andrew Ward, considerando variados aspectos. Algunos de ellos eran que las marcas indelebles de Chile, como su naturaleza y su iconografía, reflejaran claramente lo solicitado; que la composición de colores fuera atractiva y adecuada; que no se saturaran los elementos de la composición para no confundir; que generaran una clara sensación de innovación y que hubiese un adecuado contraste de colores entre cada billete.

Sin excepción, los participantes tomaron esto como un gran desafío. Algunos se propusieron realizar profundos estudios sobre la cultura y la antropología de Chile. Tenían que transformar el material recibido en diseños artísticamente trabajados en forma de billete y que consideraran cada una de las medidas de seguridad que debían llevar consigo.

Las propuestas fueron evaluadas con estricto rigor. Recibidos en el Banco, los bocetos enviados por las empresas participantes fueron catalogados con números de cuatro dígitos para mantener en el anonimato a las empresas involucradas y dejados bajo custodia, a la que tenían

paper grammage (paper weight in g/m²), the denomination numerals (with minimum and maximum size), the position of the numbers, how they should be written (numbers or words), their location, the position of the phrase “Banco Central de Chile” and of the year of printing, the security features of each banknote, the printing technique and the tactile features.

The participants were also asked to design and print the portraits in a completely natural style, whereas the industry sometimes uses a stylized or caricature effect.

Specifications were also given for the clear window, the numbers or symbols that change color and all the elements for facilitating recognition by the public. The prior work undertaken by the Bank had established a precise definition of all the necessary technical aspects of the new banknotes, such that the firms participating in the design tender were charged with submitting proposals for the artistic content only. The images and reference material provided for developing the artistic proposals were protected by the Bank under intellectual property rights.

The Bank further advised the firms that it would acquire the intellectual property rights to the original materials and design selected for each denomination.

The participating firms had to submit a high-resolution hard-copy prints on paper of the proposed design for each note. Eight design proposals were received from seven firms in different countries. They were evaluated by the committee of experts and consultant Andrew Ward, based on a range of criteria: the enduring symbols of Chile, such as the landscapes and iconography, should clearly reflect the Bank’s specifications; the color composition should be attractive and appropriate; the composition elements should not be crowded, so as to facilitate ease of recognition; the design should have a clear sense of innovation; and there should be a sharp color contrast between denominations.

Without exception, the participants rose to the challenge. Some even undertook an in-depth study of the culture and anthropology of Chile. Their task was to transform the material received into artistic designs in the form of a banknote, while incorporating all the security features stipulated for each note.

The proposals were strictly evaluated. Once received by the Bank, the hard-copy prints on paper were cataloged with a four-digit number so that the originator would remain anonymous to the reviewers. The designs were kept under custody, with access restricted to one lawyer and one official of the Logistical Services Division of the Central Bank, who organized special meetings whenever the committee needed to examine the works.

The choice was not easy. The designs received through the tender showed great diversity and rich artistic expression. The committee eventually selected one of the designs, commending the professional efforts evident in all the designs presented. The designs were also evaluated from a technical perspective



Karin Mörck-Hamilton, Jefa del Área de Diseño de Crane AB, y parte del equipo de profesionales que se adjudicó el diseño de la nueva familia de billetes

Karin Mörck-Hamilton, head of the Design Area at Crane AB and member of the team of professionals that won the bid to design the new series of banknotes.

acceso solamente un abogado y un ejecutivo de la Gerencia de Servicios Logísticos, quienes debían organizar sesiones especiales cuando querían ser examinados por la comisión.

La elección no fue fácil. Hubo una diversidad que daba particular valor al material recibido, principalmente en su riqueza artística. De entre los proyectos presentados, la comisión hizo su elección, dejando de manifiesto el esfuerzo profesional y especializado que hubo en cada uno de los diseños presentados. Diseños que fueron también sometidos a la evaluación técnica de Andrew Ward, quien hizo el análisis de la aplicación que cada uno de ellos podía tener en billetes con altos estándares tecnológicos y de seguridad. Durante una semana, Ward estuvo en Chile realizando con los técnicos del Banco una evaluación de cada propuesta y expuso sus conclusiones al Consejo.

Posteriormente y a medida que avanzaba el proceso, Ward enviaba al Banco Central minutas con detallados comentarios sobre las propuestas. Respecto de la ganadora, la consideró excelente y señaló que respondía muy bien a los requerimientos técnicos.

Decía que los elementos de diseño y características de seguridad en el anverso y reverso estaban configurados con una estética agradable y “ergonómicamente efectiva”, lo que significaba que los billetes iban a ser muy fáciles de usar y de autenticar, además de tener un fuerte “aire de familia”.

by Andrew Ward, who analyzed the aesthetics, functionality, security and family resemblance of the banknotes as well as the translation of the proposed designs through the origination and printing processes. Ward worked in conjunction with Central Bank technicians in Chile to analyze each proposal over the course of a week, after which he presented his conclusions to the Board.

As the process moved forward, Ward sent the Bank detailed notes and commentaries on the proposals. His assessment of the winning design was that it was an excellent choice from an aesthetic perspective and also fully complied with the technical requirements.

Specifically, he indicated that the design elements and security features on the obverse and reverse were aesthetically pleasing and “ergonomically effective”, meaning that the notes would be very easy to use for the purposes of authentication due to the arrangement of design elements and placement of security features within the frame of the banknote, and that the series would have a strong family resemblance. He added that with this design, the origination and printing processes would be able to translate the design concepts fairly faithfully, which proved to be the case on printing.

For the Committee of Experts, the security and identification features were mostly outside their purview, as they were instructed to focus exclusively on artistic aspects.

Agregaba que con este diseño los procesos de creación e impresión serían capaces de traducir en forma relativamente fiel los conceptos de diseño, lo que quedaría debidamente reflejado en el momento de ser impresos.

En cuanto a los integrantes de la Comisión de Expertos, las medidas de seguridad o de reconocimiento eran un dato más ajeno a su ámbito de acción, porque su trabajo radicaba exclusivamente en los detalles artísticos.

Sin embargo, había un símbolo que se incorporaría al diseño de las tres denominaciones de polímero, aunque fue originalmente pensado para el hilo de seguridad en 3D de los de papel algodón. Era el *Antú*, símbolo de la cultura mapuche que representa el sol que fecunda la tierra y que se convirtió en un novedoso y eficaz elemento para incorporar características de reconocimiento fácil para cada denominación.

Las propuestas también fueron sometidas a evaluaciones en *focus groups*. La empresa *Gemines* realizó nueve *focus* en los que se evaluaban la estética de cada diseño propuesto, si se percibían como una sola unidad o concepto, la facilidad para diferenciar una denominación de otra, si eran o no identificables como billetes chilenos y la preferencia que expresaba cada persona por ellos. Los *focus groups* incluyeron a hombres y mujeres mayores de 18 años de la Región Metropolitana, divididos por segmento social. Primero hacían una evaluación individual de cada propuesta y luego había una discusión grupal.

El diseño de la Nueva Familia fue adjudicado el 4 de julio del año 2008 a la empresa sueca *Crane AB*, con sede en Tumba, Suecia y que desde el año 1801 se dedica al rubro de impresión de billetes, transformándose en una de las más antiguas del mundo. *Crane* tiene participación relevante en tres áreas de negocios relacionadas con billetes: producción de papel; diseño e impresión y desarrollo tecnológico. Desde el año 1879, el *Grupo Crane* produce el papel en que se imprimen los billetes de Estados Unidos.

Esta empresa ganadora asignó este proyecto a su jefa del área de diseño Karin Mörck-Hamilton, diseñadora de reconocido prestigio en el mundo de los billetes y especialista en diseño de seguridad de la Escuela de Bellas Artes del Royal University College, de Estocolmo. Junto a los seis profesionales a su cargo, ella tuvo la misión de alcanzar una sintonía absoluta entre la propuesta artística, las complejas características técnicas y las necesarias medidas de seguridad para que los nuevos medios de pago pudieran entrar en un proceso de producción industrial.

El mayor desafío para Mörck-Hamilton fue que el diseño debía ser compatible para los sustratos de polímero y papel algodón, de manera que aún teniendo en cuenta las particularidades de cada uno, mantuvieran el concepto de familia. ❀

They winning designer company did propose, however, that one symbol be incorporated in the three polymer denominations, although it was originally intended only for the motion security thread on the cotton paper notes. The *Antú*, a Mapuche symbol representing the sun and fertility, became an efficient new element for including easy-identification features on each denomination.

The proposals were presented to *focus groups* to gauge their reception. The company *Gemines* organized nine focus groups, which assessed the aesthetics of the different design proposals, whether they were perceived as single unit or unified concept, the ease with which one denomination could be differentiated from another, whether they were clearly identifiable as Chilean banknotes and the overall preference expressed by the people in the group.

The *focus groups* included men and women over the age of 18 in the Santiago Metropolitan Region, divided by social segment. The group members first made an individual assessment of each proposal, which was followed by a group discussion.

The design of the new family of banknotes was awarded on 4 July 2008 to the Swedish firm *Crane AB*, located in Tumba, Sweden. *Crane* is one of the oldest companies in the banknote printing industry, operating since 1801.

Crane has an important market share in three business areas related to banknote production: paper production; design and printing; and technological development. The *Crane Group* has produced the paper for the United States banknotes since 1879.

Within the company, the project was assigned to Karin Mörck-Hamilton, Head of Banknote Design. Mörck-Hamilton is a preeminent banknote designer and security specialist who studied at the School of Fine Arts of the Royal University College in Stockholm. Working with a group of six professionals in her department, she had the objective of achieving absolute symmetry between the artistic proposal, the complex technical specifications and the required security features, so that the new currency could undergo an industrial production process.

The biggest challenge for Mörck-Hamilton was that the design should be compatible with both the polymer and cotton paper substrates, so as to retain a sense of family despite the particularities of the different materials. ❀

“Originación”

Origination

La fase más compleja del proceso de creación de una nueva familia –que recibe el nombre de “originación” por su nombre en inglés *origination*– fue la de convertir las propuestas consensuadas de diseño en un billete imprimible, tanto en las denominaciones de polímero como en las de papel algodón.

La licitación para imprimir los billetes de papel fue adjudicada al área de impresión de *Crane* el 25 de julio del año 2008, mientras que para los de polímero existía ya un contrato con *NPA*. Se podía, por tanto, comenzar a hacer la compatibilización entre el diseño y la producción industrial.

Como no toda propuesta de diseño sincroniza con las medidas de seguridad necesarias para iniciar el proceso de impresión de un billete, hubo que perfeccionar la propuesta ganadora para acomodarla a las particularidades de los dos sustratos, con el objeto de mejorar la efectividad o el nivel de seguridad de algunas características y evitar riesgos de defectos en la fase de producción industrial.

Esto implicaba un intenso trabajo de parte de los equipos técnicos del Banco Central en gestionar una adecuada coordinación de las dos empresas a cargo de la impresión, de manera que aunque fuese en dos sustratos distintos, el diseño reflejara claramente el concepto de familia.

El *kick off* o puntapié inicial a esta fase de “originación” se dio en agosto del año 2008. Durante dos días, en el edificio del Banco Central en Santiago, equipos técnicos de *Crane*, *NPA* y del Instituto Emisor, junto al asesor Andrew Ward discutieron y adoptaron decisiones técnicas que fueron claves para el éxito del proyecto.

Aquí se juntaron los mundos del papel algodón y del polímero. Pero además se unieron en un mismo proyecto dos empresas competidoras (*Crane* y *NPA*) que geográficamente, además, estaban muy distantes.

Origination is the most complex phase in the process of creating a new banknote series. It involves the conversion of the selected design proposal into a printable note, for both the polymer and cotton paper denominations.

The tender for printing the paper banknotes was awarded to *Crane*'s printing division on 25 July 2008, whereas the contract for the polymer denominations had already been negotiated with *NPA*. The Bank could therefore start the process of harmonizing the design and the industrial production.

Not all aspects of the various design proposals were fully compatible with the security features necessary for printing a banknote. The winning proposal had to be fine-tuned to accommodate the specificities of the two substrates, in order to improve the effectiveness or security level of some characteristics and minimize the risk of defects in the industrial production phase.

This meant that the Central Bank's technical teams had to work closely to coordinate the two companies in charge of printing, so that the design would clearly reflect the family concept despite being printed on two different substrates.

This origination phase was launched in August 2008. Over two days, the technical teams from *Crane*, *NPA* and the Central Bank, together with consultant Andrew Ward, met in the Central Bank building in Santiago to discuss and adopt technical decisions that were key for the success of the project.

To bring together the worlds of cotton paper and polymer, two competing firms from very distant geographic locations (*Crane* in Sweden and *NPA* in Australia) joined forces to work on a single project.

The Central Bank established a leadership role in the project so as to rally the technical efforts around the primary objective: to simultaneously develop a series of banknotes that clearly shared a family resemblance. In

El Banco Central estableció la forma como ejercería su liderazgo en el proyecto y determinó la forma en que se sumarían los esfuerzos técnicos en torno al objetivo principal: desarrollar en forma simultánea billetes que fueran reconocidos con un patrón común. En otras palabras, el desafío era lograr que no hubiese una diferencia fácilmente perceptible de que estos medios de pago fueron hechos en dos continentes distintos y por distintos impresores, sino que pareciesen haber sido confeccionados en un solo lugar y por un único equipo técnico.

Los participantes, todos comprometidos en ese objetivo, acordaron sus sistemas de trabajo, designaron a sus contrapartes y consensuaron detalles técnicos de lo que iba a ser el proceso final antes de la impresión. Ejemplos de ello fueron el tramado de los fondos o detalles aparentemente tan extremos como el lugar donde se iba a colocar el año de impresión del billete.

Con sus tareas claras, comenzó un ir y venir de propuestas de diseño definitivo, que eran sometidas a evaluación de la Comisión de Expertos. Se enviaban comentarios de vuelta, en un proceso que tomó varios meses. Aunque el patrón de diseño era de la empresa sueca y lo supervisaba Karin Mörck-Hamilton, *NPA* también tenía sus propios diseñadores que debían incorporar estas características a los billetes de polímero.

other words, the challenge was to avoid any easily perceptible differences that would give away the fact that the banknotes were made on two different continents by two different printers, but rather to create the illusion that they were printed in the same place by a single technical team.

With all the participants committed to that objective, the printers aligned their work systems, designated representatives and agreed on the technical details of what would become the final process, prior to printing. Examples include the background layers or seemingly insignificant details such as where to position the year of printing.

With the tasks clearly defined, the teams entered into a back-and-forth process to determine the final detailed design proposals, which were submitted to the Committee of Experts for evaluation. This feedback process took several months. Although the design template was originally from the Swedish company and the origination was supervised by Karin Mörck-Hamilton, additional designers from *NPA* had to incorporate these characteristics into the polymer banknotes.

One of the key initiatives at this stage of the project was the creation of a high-security information system, which supported the sharing of digital files and design material. The system consisted of an independent network that could only be accessed by a group of users, with security codes for



Ejecutivos del Banco Central a cargo del proyecto, con Andrew Ward y los ejecutivos de las empresas que se adjudicaron la impresión de las primeras partidas de billetes: Crane AB de Suecia y NPA de Australia.

Executives of the Central Bank in charge of the project, with Andrew Ward and the executives of the companies that won the bid to print the first lot of banknotes: Crane AB of Sweden and NPA of Australia.

Uno de los aspectos clave en esta parte del proyecto fue la creación de un sistema de información de alta seguridad, que permitiera compartir los archivos digitales y el material de diseño. Consistió en una red independiente y de acceso exclusivo para un grupo de usuarios, que podían acceder a ella con códigos de seguridad. El sistema hacía posible compartir la información en tiempo real, minimizando los tiempos de acceso y facilitando a los especialistas entregar por esta vía sus opiniones en forma oportuna.

Hubo muchos aspectos que fueron objeto de intensos análisis. Por ejemplo, un tema no menor era el grabado del retrato de cada billete. Había que hacer un esfuerzo por alcanzar un diseño coordinado entre las dos empresas impresoras, debido a sus naturales diferencias en sus metodologías y en sus técnicas de trabajo. Hasta este proyecto, la experiencia de *Crane* en técnicas de grabado arrojaba diseños de retratos oscuros, con líneas muy marcadas. En contraste, *NPA* de Australia desarrollaba retratos mucho más suaves. Hubo que pedir a *Crane* que suavizara estos retratos y a *NPA* que los endureciera en algún grado. La empresa australiana enviaba bocetos trabajados manualmente, mientras que los de *Crane* eran digitalizados.

Esta etapa era crucial, puesto que las decisiones adoptadas respecto de las imágenes implicaban entrar cada vez más en trabajos de detalle. Volver atrás para corregir eventuales errores era altamente costoso y podía dilatar todo el cronograma del proyecto.

Colores, profundidad y efecto tridimensional de las imágenes, trabajos de luz y sombra, detalles de los rostros de los personajes, precisión en la composición de colores y microtextos, son algunos ejemplos de las evaluaciones que debían hacerse para que se llegara a la concordancia entre lo que buscaba el diseño propuesto y lo que requiere un billete para tener la seguridad y estética que contribuyen a hacerlo depositario de la confianza del público.

Hubo también largas sesiones de evaluación de las imágenes para los reversos. La composición de paisaje y animal abría la posibilidad de que no fueran imágenes fácilmente reconocibles por el público, lo que planteaba puntos de vista diferentes entre los diseñadores y los miembros de la comisión.

Algunos ejemplos de lo que se evaluaba en las sesiones: ¿Era mejor colocar algún huevo en los nidos de flamencos del Salar de Surire para que el público asumiera que eran nidos?; ¿y si los nidos no tenían huevos visibles?; ¿un cóndor con alas totalmente extendidas o semiextendidas?; ¿un tronco grueso para que se posara el ave representada?; ¿un contraste grande entre el ave y la rama del árbol?

Cada detalle era puesto sobre la mesa y cada decisión adoptada por los expertos era debidamente enviada a los diseñadores para que fueran siendo incorporadas a la respectiva denominación. En esta fase, la comisión presidida por Milan Ivelic mostró todo el peso de su sabiduría y experiencia, lo que ratificó aún más la importancia de haber contado con este grupo para tan trascendental proyecto.

access. This network made it possible to share information in real time, minimizing access times and allowing the specialists to exchange notes and opinions in a timely fashion.

There were many aspects that required in-depth analysis. For example, one important issue was the engraving of the portrait on each banknote. It took some effort to achieve a coordinated design between the two printers, due to natural differences in their methodologies and work techniques. Prior to this project, *Crane* had used engraving techniques that produced dark portrait designs, with hard lines. In contrast, *NPA* from Australia fashioned much softer portraits. Consequently, *Crane* had to soften its treatment of the portraits, while *NPA* had to sharpen the images somewhat. Another difference was that the Australian company sent manual mock-ups, whereas *Crane* submitted the proposals created with digital systems. This stage was crucial, since the decisions made on the images implied increasingly detailed work. It would be very costly to have to go back and correct potential errors, which would also set back the whole printing schedule.

Colors, depth, three-dimensional effects, light and shadow, facial details and precision in the color composition and micro-printing are some examples of the assessments that had to be made in order to fuse what the proposed design sought to achieve and what was necessary in terms of banknote security and aesthetics to ensure the confidence of the public.

Long sessions were also dedicated to analyzing the images for the reverse side. With the composition of the landscape and fauna, the public might not easily recognize the images, which led to differences in opinion between the designers and the committee members.

Numerous issues were addressed in these sessions. For example, would it be better to put an egg in the flamingo nests in the Salar de Surire, to make it obvious that they were nests? Would people still recognize them as nests without an egg? Should the condor have its wings fully or partially extended? Should the bird be shown sitting on a big tree trunk? Should there be a sharp contrast between the bird and the tree branch?

Every detail was put on the table, and every decision made by the experts was duly submitted to the designers to be incorporated into the respective denomination. During this phase, the committee members, led by Milan Ivelic, displayed the full weight of their knowledge and experience, which reaffirmed the importance of having recruited this group to take part in this monumental project.

Nicolás Piwonka made observations on details that could alter the design of the photographic compositions; the sculptor Francisca Cerda brought her artistic experience to bear in assessing the three-dimensional presentation of the images, addressing issues such as corporeality or volume in the shadows; and Andrea Brauweiler focused on the colors of each design, for while each denomination was assigned a dominant color, the designs contained a wide range of tonalities and shades.

Nicolás Piwonka hacía sus comentarios a cada detalle que pudiera ir modificando los diseños de la composición fotográfica; la escultora Francisca Cerda aportaba con su experiencia artística en la evaluación de la forma tridimensional de las imágenes, para darles suficiente corporeidad o volumen en las sombras, entre muchos otros detalles y Andrea Brauweiler evaluaba especialmente los colores de cada diseño, dado que si bien cada denominación tenía un color predominante, había gran variedad de tonalidades y matices entre ellos.

Meses después del puntapié inicial, se había llegado a tener diseños definitivos. Pero aún quedaba mucho camino. El Banco Central pidió a las empresas *Crane* y *NPA* elaborar billetes de prueba que no necesariamente debían ser hechas en máquinas industriales. La empresa sueca envió muestras realizadas con equipos para prototipos en *offset* y en *intaglio* (técnica de relieve), mientras que los australianos lo hicieron en impresiones digitales de altísima resolución. En estos billetes de prueba se incorporaban las marcas de agua, hilos de seguridad, la ventana transparente de las denominaciones en polímero y el color de cada una.

Para demostrar que esta fase había sido exitosa, el Banco pidió la impresión de 100.000 pliegos de billetes que hubiesen pasado por las distintas etapas y que estuviesen producidos en máquinas industriales. Esas fases eran específicamente *offset*, *intaglio*, numeración y barnizado para el caso de billetes de polímero y *offset*, serigrafía, *intaglio* y numeración, para el caso de los de papel algodón.

La aprobación de cada fase, obligó a que equipos técnicos del Banco viajaran a las respectivas fábricas para estar presentes en los procesos y dar las aprobaciones correspondientes. Para la impresión de dos denominaciones de polímero viajó a Australia la diseñadora sueca Karin Mörck-Hamilton. Su presencia mostró el nivel de compromiso que dos empresas competidoras tenían con el exitoso desarrollo del proyecto chileno.

La coordinación técnica de todo este proceso estaba a cargo de Claudia Bendjerodt, bajo la supervisión del Gerente Tesorero. Había que recabar toda la información que llegaba a través del sistema de seguridad, procesarla y presentarla al Comité de Expertos que, a su vez, emitía sus opiniones. Hubo que realizar no solamente sesiones de evaluación de imágenes, sino precisar el alcance interpretativo de los comentarios en conferencias telefónicas. Todo ello requería un riguroso trabajo logístico, de manera que estos intercambios sintonizaran siempre con los requerimientos técnicos del Banco Central, y pudieran ser sometidos a la aprobación del Consejo. ❁

Months after the initial kickoff, the final designs were completed. There was still a long way to go, however. The Central Bank asked *Crane* and *NPA* to do a proof print, which did not necessarily have to use industrial machines. The Swedish company sent samples printed with prototype offset and intaglio machines, while the Australians submitted high-resolution digital prints.

These test banknotes included the watermark, the security threads, the clear window in the polymer denominations and the color for each bill.

To verify that this phase had been successful, the Bank ordered a print run of 100,000 banknote sheets that would go through all the different print processes and be produced on industrial machines. Specifically, the print processes for polymer notes are offset, *intaglio*, typographic numbering and varnishing; for cotton paper, they are offset, silk-screen, intaglio and typographic numbering.

Technical teams from the Central Bank travelled to the different facilities to be present at the print run and to give their approval for each printing process. The Swedish designer Karin Mörck-Hamilton went to Australia for the printing of two of the polymer denominations. Her presence was a testament to the level of commitment that the two competing companies shared for the success of the Chilean project.

The technical coordination of all these processes was the responsibility of Claudia Bentjerodt, who reported to the Treasurer. She had to gather all the information that came in through the secure system, process it and present it to the Committee of Experts, which in turn issued comments and opinions. The work involved not only organizing the image evaluation sessions, but also defining the interpretative scope of the commentaries in telephone conferences. Extensive logistical work was necessary to ensure that these exchanges were always in line with the technical requirements of the Central Bank and could be submitted to the Board for approval. ❁

Fase de impresión

The printing phase

Una vez dadas las aprobaciones correspondientes, tanto *Crane* como *NPA* iniciaron la fase definitiva de impresión masiva de las partidas de nuevos billetes, sometidas a los controles de calidad que corresponde a este tipo de procesos. En forma especial, el Banco Central envió muestras a los bancos centrales de Bélgica y México, instituciones que cuentan con laboratorios de tecnología de punta para certificación de calidad de estos medios de pago.

El complejo proceso de impresión de los nuevos billetes parte por un diagrama, que es un tramado de líneas y puntos delineado a partir del boceto y que se traspa computacionalmente a planchas metálicas en las que queda plasmado el negativo del billete.

La fase de impresión propiamente tal cuenta con varias etapas. La primera es el *offset*, mediante la cual se imprime el diseño de fondo y en la que se incluyen los patrones de seguridad y el motivo coincidente, que es el que se completa mirando el billete al trasluz. En esta fase se emplean tintas de seguridad, colores y sofisticados procesos de impresión que permiten dar variedad a los tonos del fondo. Se le conoce como “efecto arcoiris”.

En el caso de los billetes de papel algodón hay una segunda etapa de impresión que es la serigrafía, que se expresa finalmente en el número que cambia de color al inclinar el reverso de los billetes de 10.000 y 20.000 pesos.

El *intaglio* o *intalle* es una tercera fase para los billetes de papel algodón y la segunda para los de polímero. Este proceso agrega relieve a la textura del anverso, con líneas de alto espesor y diseños complejos. El *intaglio* se logra con hendiduras en las planchas de impresión en aquellas partes que van en relieve. Cuando la plancha aplasta el papel —con una presión de 40 toneladas, a más de 60 grados celsius de temperatura— la tinta acumulada en las hendiduras de la plancha, se deposita en el papel

Once all the approvals were in place, *Crane* and *NPA* entered the final phase of massive production of the new banknotes, subject to the quality controls used for this type of process. In particular, the Central Bank sent samples to the central banks of Belgium and Mexico for testing, which have state-of-the-art laboratories for currency quality certification.

The complex process of printing new banknotes starts with a general master drawing, which is a computerized conversion of the conceptual designs into lines and dots. A computer is then used to transfer the banknote detailed design work to metal plates. The printing phase itself occurs in several phases. First, offset printing is used to print the background design, including the security patterns and the see-through feature that is only seen in full when the banknote is held up to the light. This phase employs security inks, colors and sophisticated printing processes to create a range of changing colors called a rainbow effect.

For cotton paper notes, the second phase is silk-screen printing, which applies the number that changes color when the banknote is tilted, located on the reverse of the \$10,000 and \$20,000 notes.

Intaglio printing is the third phase for cotton paper banknotes and the second for polymer. This process adds the raised texture to the obverse, with thick lines and complex designs. *Intaglio* printing uses grooves in the printing plates to create the raised areas. When the plate presses the paper—at a pressure of 40 tons per square inch and a temperature of over 60 degrees Celsius—the ink held in the plate grooves is forced onto the paper to achieve the raised effect. This technique makes it possible to identify the banknotes by touch.

Next, typographic numbering is used to add the serial numbers on the back of the banknote.

logrando el efecto deseado. Esta técnica hace posible que los billetes puedan ser reconocidos al tacto.

Luego se aplica la impresión tipográfica para agregar los números de serie en el reverso del billete.

En el caso de los de polímero, hay una cuarta fase que consiste en un barniz transparente que se aplica en ambos lados para protegerlos del desgaste.

Una vez hecha la impresión, los pliegos se llevan a un área especial de acabado donde se cuentan y se separan en 100 hojas perfectamente alineadas para asegurar un preciso corte, realizado con una guillotina industrial.

Los billetes cortados se introducen en una máquina que los clasifica e inspecciona a razón de 2.000 ejemplares por minuto. A medida que esto ocurre, un sistema de “visión” controla la calidad de impresión en ambas caras, las características de seguridad, el tamaño y la calidad del corte. Una vez revisados y ordenados aquellos que cumplen con todas las especificaciones técnicas son empaquetados y quedan listos para su envío.

Hay pruebas de control de calidad tanto del propio impresor como de equipos independientes, que someten muestras aleatorias a una amplia gama de pruebas.

La impresión de una cantidad de billetes adecuada para la demanda del sistema chileno puede tardar entre 60 y 90 días. ❀

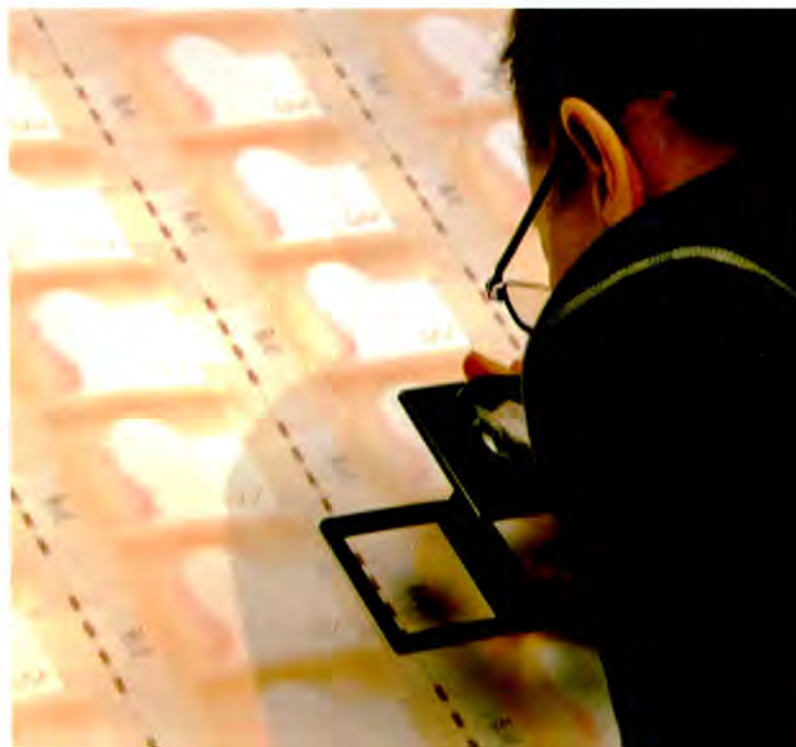
The polymer notes undergo a fourth phase, in which a transparent varnish is applied on both sides to protect the notes from wear and tear.

Once the sheets are fully printed, they are taken to a finishing area where they are counted and separated into stacks of 100 perfectly aligned sheets. Perfect alignment is necessary to ensure a precise cut, which is done with an industrial guillotine.

The cut notes are subject to an automated final inspection, where they are processed at a rate of 2,000 notes per minute. This automated inspection system verifies the print quality on both faces, the security features, the size and the cut quality. Once the notes have been inspected and sorted, those that fully meet all the technical specifications are bound and packed for shipping.

Quality control tests are carried out not only by the printer, but also by independent teams that take random samples and apply a wide range of checks.

Printing an order of banknotes to meet the demand of the Chilean system can take between 60 and 90 days. ❀



Contratación de empresas impresoras

The printing contracts

La experiencia internacional señala que existen varias formas de abordar el desarrollo de una nueva familia de billetes. En algunos casos, se realiza dividiendo las etapas del proceso técnico-artístico y de impresión, pudiendo incluso adjudicarse la impresión a diversos proveedores. También existe la opción de concentrar todo en un solo proveedor. La primera opción puede demorar alrededor de cinco años y la segunda, alrededor de un año.

El Banco Central de Chile optó por un camino intermedio, con un desarrollo a dos o tres años plazo. Para ello, separó el concurso por el diseño técnico-artístico de la nueva familia de la fase de producción industrial de los materiales originales y de la primera impresión de todas las nuevas denominaciones.

Uno de los aportes especialmente considerados por el Banco fue el de Antti Heinonen, Director de Billetes del Banco Central Europeo, quien puso a disposición de los técnicos del Banco su valiosa experiencia para la fase de producción final de la nueva familia.

Consecuente con la búsqueda que el Banco hacía de los mecanismos más adecuados para garantizar el éxito y homogeneidad técnica de la fase industrial, que es altamente sensible y que es el paso final para dar forma al producto “billete”, Heinonen proporcionó antecedentes que ayudaron a desarrollar más eficazmente las fases de producción de materiales originales y la primera impresión, lo que incluía una prueba de impresión.

La experiencia del Banco Central Europeo resultó decisiva en esta fase técnica del proyecto, avalada por las complejidades y aprendizajes propios de la considerable dimensión que, en términos de producción, significó el lanzamiento del euro.

También decidió diversificar los riesgos de impresión con la selección de un impresor para los billetes de papel y otro impresor para los de material

The process of developing a new banknote series can be organized in a number of ways. One approach is to separate the technical and artistic processes from the actual printing, and the printing contract can even be awarded to different printers. Another option is to focus on a single supplier. The former approach can take around five years, versus about one year for the latter.

The Central Bank of Chile opted for a middle road, with a timeline of two to three years. The competition for the artistic and technical design of the new family of banknotes was separated from the industrial production of the prototype notes and the first print run of all the new denominations.

With regard to the latter, the Central Bank benefitted, in particular, from the contribution of Antti Heinonen, Director of Banknotes at the European Central Bank, who brought his vast experience to bear in consulting for the Bank's technical team during the final production phase of the new currency series.

One of the Bank's objectives was to identify the most suitable mechanisms for guaranteeing the success and technical harmonization of the highly sensitive industrial phase, which is the last step in shaping the banknote product. Heinonen's experience contributed to a more effective development of the prototype production and initial print run phases, including a test printing.

The experience of the European Central Bank was decisive in this technical phase of the project, based on the complexities and learning processes inherent in the launching of the euro, given its scope.

Another key decision was the choice to diversify printing risks through the selection of two different printers, one for the cotton paper banknotes and one for polymer.

The decision to diversify suppliers was founded on the policies and practices employed by the Central Bank of Chile since 2005.

polímero. La decisión de diversificar los proveedores tiene su fundamento en políticas y prácticas aplicadas por el Banco Central de Chile desde el año 2005.

En octubre del año 2007, el Banco convocó a un proceso de licitación nacional e internacional que contenía dos subprocesos: uno para el diseño de los nuevos billetes y otro para la producción de billetes en papel algodón.

En el caso de los billetes de polímero, que serían los de 1.000, 2.000 y 5.000 pesos, se consideró el buen desempeño como proveedor de la empresa australiana *NPA*, que además depositaba en el Banco Central la confianza para el diseño de la matriz e impresión de las nuevas denominaciones. Por tales motivos, se decidió negociar directamente con *NPA*, con precios de referencia desarrollados con la colaboración de otros bancos centrales.

Se estableció un contrato que comprometió la impresión de las primeras partidas de cada una de las denominaciones de los nuevos billetes en material polímero. No obstante, el Banco se reservaba plenas facultades para convocar a nuevas licitaciones internacionales en el año 2011, lo que estaba acorde con la administración de riesgos de proveedores aplicables a mercados con un desarrollo poco profundo en opciones para cotizar servicios de impresión.

En diciembre del año 2007 se suscribió un contrato directo con *NPA* por la fabricación de los materiales originales para los billetes chilenos de las denominaciones de 1.000, 2.000 y 5.000 pesos y el servicio de impresión de

In October 2007, the Bank issued a national and international call for tenders that encompassed two subprocesses: one for the design of the new banknotes and one for the production of the cotton paper notes.

For the polymer notes, namely, the \$1,000, \$2,000 and \$5,000 notes, the Central Bank had experience working with the Australian company *NPA* on the earlier trials with the former \$2,000 polymer note. Based on that past performance and the Bank's confidence in *NPA's* ability to manage the origination and printing of the new denominations, the decision was made to negotiate directly with *NPA*, using reference prices established in coordination with other central banks.

A contract was signed for the first printing of each of the new polymer denominations. However, the Bank reserved the right to hold a new international tender in 2011, in order to manage supplier risk in a shallow market that provided few options for quoting printing services.

In December 2007, the Central Bank signed a direct contract with *NPA* for the origination of prototypes of the \$1,000, \$2,000 and \$5,000 notes and the printing of a total of 333.3 million pieces of the polymer banknotes. The contract further established that the Central Bank could order up to 90 million units annually from 2010 to 2016.

The Central Bank also reached a memorandum of understanding with



un total de 333,3 millones de unidades de billetes en polímero. El contrato estableció además, que el Banco Central podía solicitar la impresión de hasta 90 millones de piezas anuales a partir del año 2010 hasta el año 2016.

Hubo además un memorándum de entendimiento con la empresa *Securency* (luego llamada *Innovia Security*), que era el único proveedor mundial de polímero o materia prima para la producción de nuevos billetes en este material, cuyo mercado estaba en todo caso con favorables perspectivas de desarrollo. Esto garantizaba contar con ese componente con un trato de igualdad de condiciones para todos los impresores que el Banco Central pudiera escoger o utilizar, mientras la nueva familia estuviese en circulación. De esta forma, la Institución podría mitigar el riesgo de acceso a materia prima, promoviendo a su vez una competitividad a futuro por el servicio de impresión.

En agosto del año 2008, la empresa *Crane AB* de Suecia se adjudicó la producción de materiales originales de impresión y el servicio de impresión de los nuevos billetes de 10.000 y 20.000 pesos, por un total de 435,3 millones de unidades en los años 2009 y 2010. ❀

the company *Securency* (later called *Innovia Security*), the sole supplier of polymer substrate for the production of the new notes designed in this material, although the market outlook was favorable. This guaranteed the supply of the base material, together with equality of conditions for any and all printers that the Central Bank might choose or utilize while the new family of banknotes was in circulation. The Bank could thus mitigate the risk of access to the substrate, while also promoting competition for future printing services.

In August 2008, the origination and printing of the new \$10,000 and \$20,000 notes were awarded to the Swedish company *Crane AB*, for 435.3 million units in 2009 and 2010. ❀

El trabajo legal y logístico

Legal and logistical work

No había experiencia suficiente en un proyecto de esta envergadura.

El Banco Central tenía toda una historia de contratos de impresión con Casa de Moneda, que hacía pocos años se había abierto a una estrategia de licitaciones internacionales.

Tanto para la fase de diseño como para la impresión, la Fiscalía del Banco Central tuvo un intenso trabajo de asesoramiento a la Gerencia de Tesorería en las múltiples aristas legales que demandaba el proyecto. Un equipo de abogados de la Fiscalía a cargo de Miguel Ángel Nacur y que encabezó el entonces Jefe de Servicios Legales Juan Esteban Laval, fueron dando forma a cada uno de los contratos que se requerían para las diversas fases que iba cumpliendo la creación de la nueva familia.

Otro aspecto eran las imágenes. Se suscribió un contrato con Nicolás Piwonka mediante el cual el Banco compró lo que se llamó “fotografías esenciales”, es decir, aquellas que fueron base del paisaje o contexto que el fotógrafo utilizó para hacer sus composiciones. Con esto, el Banco podía contar con los derechos exclusivos de reproducción en todo o parte de las composiciones fotográficas finales para efectos de diseño definitivo de los billetes, así como su exposición, publicación y difusión por cualquier medio. Este contrato establecía los correspondientes reconocimientos de derechos de carácter moral del autor de estas imágenes.

Además, Piwonka entregó en comodato a título gratuito y por el plazo de un año, 31 fotografías de su propiedad para que el Banco las utilizara como referencia e ilustración en el proceso de diseño definitivo.

El Banco también tuvo que obtener las autorizaciones correspondientes para la reproducción de las imágenes de los personajes, las que se gestionaron con la Universidad de Chile para la de Andrés Bello; la Armada de Chile para la de Arturo Prat; Doris Dana, la albacea y heredera

The Central Bank had little prior experience with a project of this kind and scope. The Bank’s entire history of printing contracts was with the Chilean Mint, which had only recently implemented a strategy of international tenders.

For both the design and printing phases, the Central Bank’s Legal Department worked extensively to advise the Treasury Department on the multiple legal issues involved in the project. A team of lawyers from the Legal Department, working under General Counsel Miguel Ángel Nacur and headed by the then Chief Counsel of Corporate Legal Services, Juan Esteban Laval, gave shape to all the required contracts throughout the different phases in the creation of the new family of banknotes.

The use of the images also involved some legal issues. The Bank signed a contract with Nicolás Piwonka to purchase all the so-called essential photographs, that is, the photos that served as the context or basis for the landscape in the artistic content developed by the photographer. The Bank thus holds the exclusive rights of reproduction, in whole or in part, of the final photographic compositions, not only for the purposes of the final banknote design, but also for their exhibition, publication and communication through other media. This contract also established the corresponding recognition of the moral rights of the artist of the works.

In addition, Piwonka provided 31 of his photographs in a free-use agreement for a period of one year, to be used by the Bank for reference and illustration in the final design process.

The Bank also had to obtain permission for the reproduction of the portraits of the historical figures. The rights to the images are held by the University of Chile for Andrés Bello; the Chilean Navy for Arturo Prat; Doris Dana, the executor and sole heir of the poet’s estate, for Gabriela Mistral;



De izquierda a derecha. Consejo del Banco Central que aprobó el reemplazo de los billetes chilenos, integrado por Enrique Marshall, Jorge Desormeaux (Vicepresidente), José De Gregorio (Presidente), Manuel Marfán y Sebastián Claro.

Left to right. Central Bank Board of Directors that approved the replacement of Chilean banknotes, composed of Enrique Marshall, Jorge Desormeaux (Vice President), José De Gregorio (President), Manuel Marfán, and Sebastián Claro.

universal de la poetisa para la de Gabriela Mistral y la Escuela Militar, para la de Ignacio Carrera Pinto. Respecto de Manuel Rodríguez, no se requería autorización de uso de esa imagen específica porque es parte del Patrimonio Cultural Común.

Para el diseño de los nuevos billetes hubo que preparar complejas bases de licitación y, una vez adjudicada, suscribir el contrato de compraventa correspondiente con *Crane AB*. Lo propio hubo que hacer con los contratos de prestación de servicios para la elaboración y fabricación de los materiales originales de los nuevos billetes y para imprimirlos.

En el mundo de los fabricantes de billetes, existen empresas proveedoras de elementos de seguridad. Hubo entonces que negociar con cada una de ellas para que entregaran esos elementos a las empresas impresoras.

Otro de los aspectos legales complejos que hubo que abordar en el proyecto fue la autorización de uso de todas las patentes que estuviesen involucradas en el proceso de diseño y fabricación. Por ejemplo, las patentes de cada software utilizado para estos procesos, información que debía emanar de las empresas adjudicatarias con garantía de que todos los usos estuvieran apropiadamente regularizados.

Cada diseño de las nuevas denominaciones debía ser inscrito en los registros de propiedad intelectual, para contar con los derechos de carácter patrimonial. La Institución quedaba así facultada para reproducirlos por cualquier procedimiento, adaptarlos, transformarlos, enajenarlos o

and the Military School of the Chilean Army for Ignacio Carrera Pinto. No authorization was required for Manuel Rodríguez, as the specific image selected is considered part of the Common Cultural Heritage.

The design of the new banknotes further required the preparation of complex bidding terms and, once the tender was awarded, the formulation of the contract agreement with *Crane AB*.

This was also the case with the services contracts for the elaboration of the origination material and the printing of the finished banknotes.

In the world of banknote printing, there are companies that supply the security elements. Contracts had to be negotiated with each supplier before the security elements could be delivered to the printers.

Another complex legal issue that had to be addressed during the project was the authorization to use all the patents involved in the design and production processes, such as the patent for each software program used in these processes. This permission had to be given by the company that was awarded the tender, which required a guarantee that all uses would be duly verified.

Each design for the new denominations had to be correctly recorded in the intellectual property registries, in order to secure the corresponding property rights. The Bank thus retains the power to reproduce the designs for any procedure; to adapt, transform or transfer them; and to authorize their use by third parties.

autorizar su uso por terceros. Cada vez que un billete salía a circulación, la Fiscalía del Banco debía dejarlo inmediatamente inscrito en el Registro de Propiedad Intelectual. Esta área también tuvo participación activa en la redacción de todos los proyectos de acuerdo que fueron sometidos a aprobación del Consejo.

También hubo un largo y exigente trabajo de la Gerencia de Servicios Logísticos, encargada de la redacción y desarrollo de los procesos de licitación, con características nuevas para el Banco, ya que hasta ese momento las licitaciones de impresión de billetes se hacían sobre diseños ya existentes.

En este caso, todo era nuevo, especialmente el diseño, las tecnologías de impresión y las medidas de seguridad.

Fue un proceso intenso y extenso, dentro de los más complejos que haya tenido que enfrentar la Institución en esta materia.

En un trabajo conjunto, la Fiscalía y la Gerencia de Servicios Logísticos llevaron adelante la licitación de diseño de toda la nueva familia de billetes y la impresión de la primera partida de billetes en papel algodón.

La licitación para la impresión de los nuevos billetes en papel algodón se extendió por ocho meses, luego que los calendarios previamente establecidos debieran irse adecuando a las demandas de información que iban surgiendo después de cada consulta de los participantes. Hubo al menos dos instancias de aclaraciones a las empresas y ante cada nueva consulta, los técnicos del Banco debían incorporar elementos que fueran dando fluidez al proceso.

Las propuestas de diseño llegaron en sobres cerrados y fue en la Gerencia de Servicios Logísticos donde se determinó denominar a cada una con un número de cuatro dígitos y poner en custodia con carácter confidencial cada uno de los bocetos enviados de forma que quienes los evaluarán no conocieran la identidad del proponente. A los postulantes preseleccionados se les pidió hacer ajustes a la propuesta inicial, acordes a las demandas precisas que hacía el Banco. Su adjudicación final apuntó siempre al mejor diseño presentado.

Hubo que establecer fórmulas para asegurar que un billete diseñado pudiera ser fabricado por un impresor distinto del que hizo las primeras partidas. También hubo que considerar que la misma empresa ganadora del diseño pudiera adjudicarse la fase de impresión o, que por el contrario, la impresora no fuera la misma que ganó el diseño.

Todo esto, dentro de un marco de estricta confidencialidad, dada la sensibilidad que rodea a esta industria.

En julio del año 2008, el Consejo del Banco Central, integrado por José De Gregorio como Presidente; Jorge Desormeaux como Vicepresidente e integrado por los Consejeros Manuel Marfán, Enrique Marshall y Sebastián Claro, dio su aprobación al reemplazo de los billetes chilenos por una nueva familia. ❁

Similarly, when each banknote was issued the Legal Department had to immediately record it in the Intellectual Property Registry.

The Legal Department was also involved in writing all the draft agreements submitted to the Board for approval.

The Logistical Services Division was in charge of preparing the bidding documents and coordinating the tender processes. This was a demanding task in that the tenders involved new conditions for the Bank, since previous banknote printing tenders were based on existing designs.

Everything about the project was new: the design, the printing technologies, and the security features.

The process was both intensive and extensive; it was one of the most complex undertakings ever faced by the Bank in this area.

Working together, the Legal Department and the Logistical Services Division successfully carried out the tender for the design of the new family of banknotes and the first printing of the cotton paper notes.

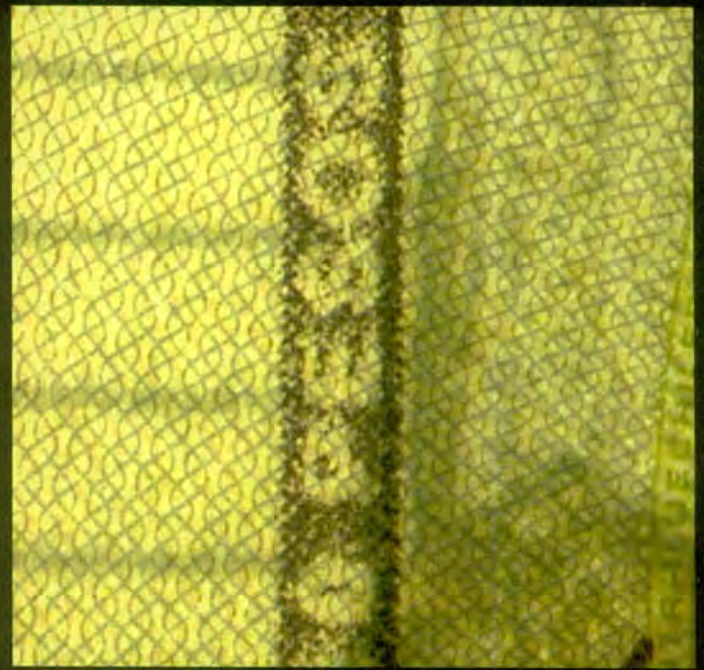
The tender for the printing of the new cotton paper banknotes took eight months, as the original schedule had to be adjusted to accommodate queries and requests for information by the participants. There were at least two cases in which companies asked for clarification, and in response to each new query, the Bank's technical team would incorporate elements to facilitate the process.

The design proposals were submitted in sealed envelopes. The Logistical Services Division opted to identify each proposal with a four-digit number and to hold the hard-copy prints on paper in confidential custody, so that the judges would not know the identity of the contestants. The shortlisted applicants were then asked to make adjustments to their initial proposal, in order to incorporate the precise demands of the Bank. The final award was based on selecting the best design presented.

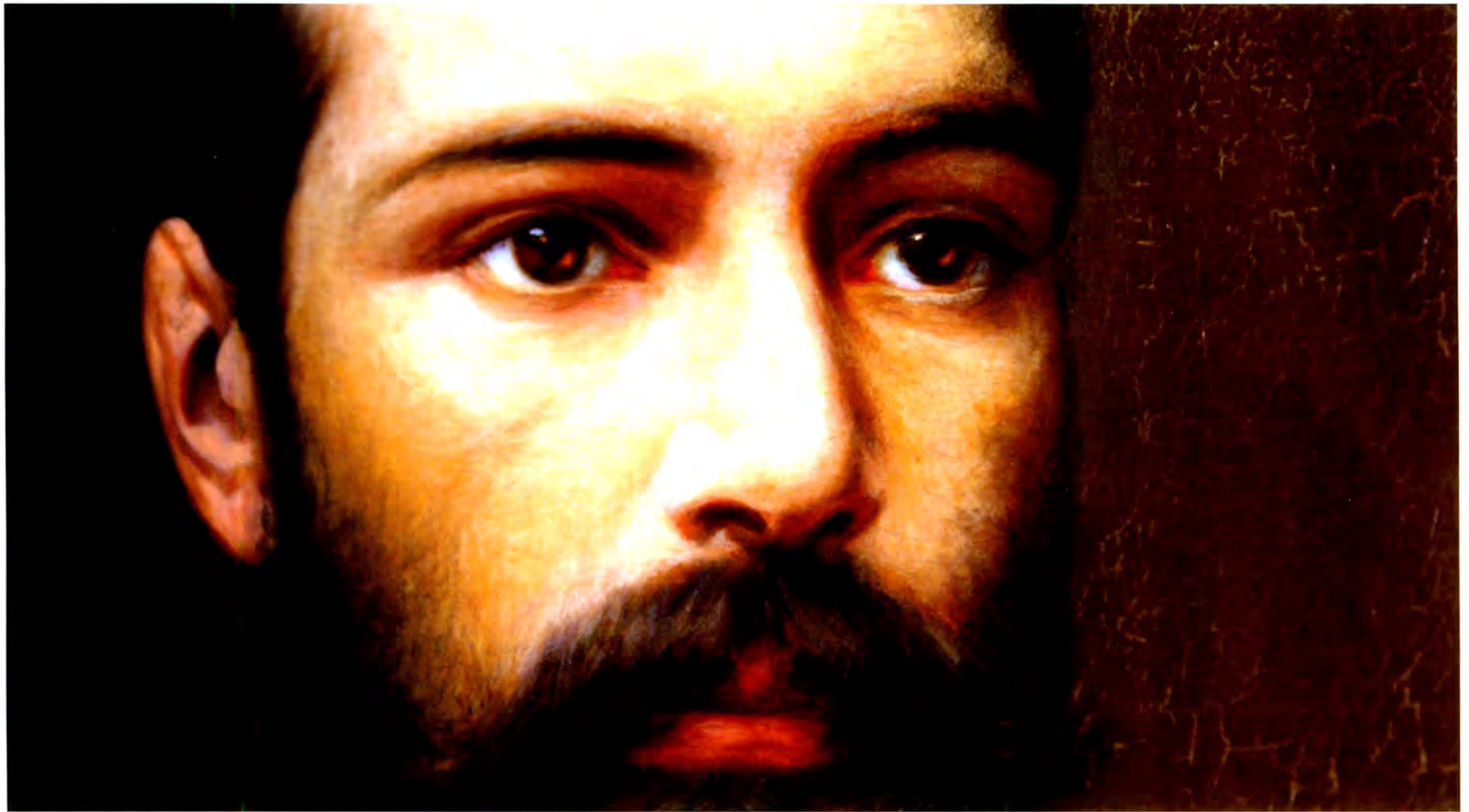
It was necessary to establish formulas to ensure that a given banknote design could be produced by a different printer other than the company that printed the first run. Another consideration was that while the same company that was awarded the design could also be awarded the printing process, it was also possible that the winning printer and the winning designer might not be the same.

All of these processes unfolded within a framework of strict confidentiality, given the sensitivity that surrounds this industry.

In July 2008, the Board of the Central Bank of Chile, comprising Governor José De Gregorio, Deputy Governor Jorge Desormeaux and Board Members Manuel Marfán, Enrique Marshall and Sebastián Claro, gave their approval to the replacement of the existing Chilean currency with a new family of banknotes. ❁



III QUE HAY EN CADA BILLETE **WHAT IS ON EACH BANKNOTE**



Personajes

Historical figures

Billete de 5.000 pesos: Gabriela Mistral

La imagen de Gabriela Mistral elegida está basada en una fotografía inédita de propiedad del Archivo Fotográfico de la Universidad de Chile.

No existen antecedentes comprobados respecto del origen de esta fotografía, pero los expertos estiman que fue tomada cuando ella tenía 50 años de edad y había dejado de ser cónsul en Lisboa para asumir el consulado en Brasil, en las ciudades de Niteroi y Petrópolis. Aún no recibía el Premio Nobel.

Durante años, esta fotografía permaneció guardada en álbumes de ella o de algunos amigos y recién en 1957, pocos meses después de la muerte de la poetisa, fue publicada en la revista *Anales de la Universidad de Chile*. Diez años después, en 1967, alcanzó una difusión masiva al ser incluida en una edición extraordinaria de la revista *Orfeo*, dedicada a Gabriela Mistral.¹

Una copia de la fotografía publicada en la revista *Anales de la Universidad de Chile* se encontraba al momento de poner en circulación este billete, en el archivo fotográfico de la Fundación Premio Nobel Gabriela Mistral.

The \$5,000 note: Gabriela Mistral

The picture of Gabriela Mistral is based on an unpublished photograph owned by the Photographic Archive of the University of Chile.

The origins of the photograph are unknown, but experts believe it was taken when she was 50 years of age and had left the position of consul in Lisbon to take over the consulate in Brazil, in the cities of Niteroi and Petrópolis. She had not yet received the Nobel prize.

For years, this photograph was kept in the poet's personal photo albums or held by friends. In 1957, a few months after the poet's death, it was published in the University of *Chile's journal Anales*. Ten years later, in 1967, the photo reached a wider audience when it was included in a special edition of the journal *Orfeo*, devoted to Gabriela Mistral.¹

When this banknote was put into circulation, a copy of the photograph published in *Anales* was held in the photographic archive of the Gabriela Mistral Nobel Prize Foundation.



¹ Antecedentes aportados por el Presidente de la Fundación Premio Nobel Gabriela Mistral, Jaime Quezada.

¹ This information was contributed by Jaime Quezada, President of the Gabriela Mistral Nobel Prize Foundation.

Billete de 10.000 pesos: Arturo Prat Chacón The \$10,000 note: Arturo Prat Chacón

La imagen de Arturo Prat Chacón corresponde a una pintura de Manuel Antonio Caro, que nació en Valparaíso, ciudad donde vivió hasta su muerte en 1903, con excepción de un período de siete años en que estudió en la Escuela Imperial de Bellas Artes de París. Autor de la reconocida obra costumbrista “La Zamacueca”, Caro dedicó su arte a los temas históricos y populares.

El retrato de Prat, de fecha desconocida, es un óleo sobre tela de 86 por 96 centímetros, que se mostró por primera vez al público en una exposición nacional realizada en octubre del año 1884, denominada Salón Oficial de las Artes.

Al momento de ponerse en circulación el billete, se encontraba en la Comandancia en Jefe de la Armada de Chile, en Valparaíso.

The picture of Arturo Prat Chacón was obtained from a painting by Manuel Antonio Caro, who was born in Valparaíso in 1835. Caro lived in Valparaíso until his death in 1903, with the exception of seven years of study at École des Beaux-Arts in Paris. Most of Caro’s artwork centered on historical and folk themes, such as the folk dance scene in the painting “La Zamacueca”.

The portrait of Prat is an oil on canvas, 86 by 96 centimeters in size (date unknown), which was first viewed by the public at a national exhibit held in October 1884, in the Official Hall of Arts. At the time this banknote was issued the painting was held at the Headquarters of the Chilean Navy, in Valparaíso.



Billete de 20.000 pesos: Andrés Bello

La imagen elegida de Andrés Bello corresponde a un retrato del pintor francés Raymond Monvoisin, nacido en Burdeos en el año 1790 y que viajó a Chile en el año 1843, donde después de un frustrado proyecto para asumir la dirección de una academia de pintura, escultura y arquitectura, se dedicó a pintar retratos de chilenos adinerados.

En 1844 pintó el famoso retrato del humanista Andrés Bello, cuando recién había asumido el cargo de rector de la Universidad de Chile, a los 62 años de edad. En aquel momento era también Senador y ya había escrito los Principios de Derecho Internacional y el Código Civil. Es un óleo sobre tela de 55 por 66 centímetros, que está en la Rectoría de la Universidad de Chile, en la Casa Central de Santiago.

Uno de los detalles llamativos de este retrato es un aro que luce Andrés Bello en su oreja derecha y que fue replicado en la imagen del billete. El historiador Iván Jaksic dice que es un “toque algo misterioso”, porque no hay evidencia alguna de que el humanista haya usado este aro, ni tampoco era algo común entre los hombres chilenos o de Hispanoamérica en aquella época.²

Con la incorporación de este elemento a la imagen, el Banco Central quiso ser absolutamente fiel a la imagen de la pintura.



Andrés Bello. La pasión por el orden

The \$20,000 note: Andrés Bello

The portrait of Andrés Bello was painted by French artist Raymond Monvoisin, who was born in Bordeaux in 1790. Monvoisin travelled to Chile in 1843, under contract to run a school of painting, sculpture and architecture. When the job did not materialize, he began painting portraits of wealthy Chileans.

In 1844, Monvoisin painted his famous portrait of humanist Andrés Bello, who had recently been appointed Rector of the University of Chile at the age of 62. At that time, Bello was also a Senator and had already written Principles of International Law and the Chilean Civil Code. The painting is an oil on canvas, 55 by 66 centimeters, which is in the Rector's Office of the University of Chile, on the main campus in Santiago.

One notable detail in this portrait is the earring in Andrés Bello right ear, which was replicated on the banknote. The historian Iván Jaksic says that this is “a puzzling touch” as there is no evidence that the humanist wore an earring, nor was it common for Chilean or Spanish American men in that era.²

By including this feature on the banknote, the Central Bank was aiming to be as faithful to the original as possible.



Andrés Bello. La pasión por el orden

Billete de 2.000 pesos: Manuel Rodríguez The \$2,000 note: Manuel Rodríguez

Ninguna de las imágenes que existen de Manuel Rodríguez fue hecha mientras él estaba vivo. La que inspiró este billete es la que realizó en el año 1884 el reconocido grabador Narciso Desmadryl y que está impresa en el Tomo I del libro *Galería Nacional o Colección de biografías y retratos de hombres célebres de Chile* de 1854, cuya edición original es parte de la colección de la Biblioteca Nacional de Santiago.

Por encargo del Presidente Manuel Montt, Desmadryl hizo retratos de próceres de la Independencia y es probable que el de Rodríguez haya sido elaborado sobre la base de imágenes de descendientes del prócer o de testimonios de quienes lo vieron.

None of the existing portraits of Manuel Rodríguez were made while he was alive. The image that inspired this banknote is the work made by the renowned French engraver Narciso Desmadryl in 1884. It is printed in Volume I of *Galería Nacional o Colección de biografías y retratos de hombres célebres de Chile* (*National Gallery, or Collection of Biographies and Portraits of Famous Men of Chile*), whose original edition is in the collection at the National Library in Santiago.

President Manuel Montt commissioned Desmadryl to portray the leaders of the Chilean Independence movement. The work on Rodríguez was probably based on portraits owned by his descendants and descriptions by people who knew him.



Billete de 1.000 pesos: Ignacio Carrera Pinto The \$1,000 note: Ignacio Carrera Pinto

Se eligió para esta denominación el retrato de Ignacio Carrera Pinto, del pintor Juan Manuel Huidobro, pintado en el año 1982 y que pertenece a la Escuela Militar del Ejército de Chile. Se encuentra específicamente en el Comando del Segundo Batallón Alumnos de ese centro de estudios.

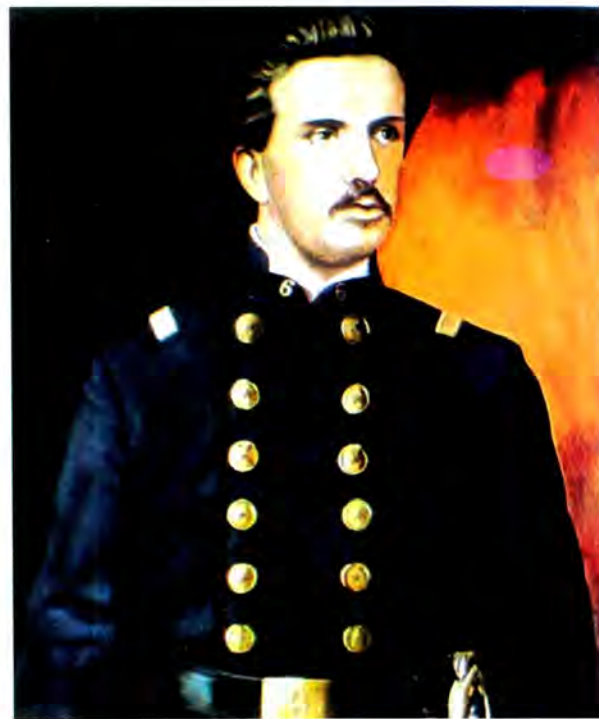
Huidobro pintó un óleo sobre tela de 81,8 por 116,3 centímetros, basándose en una de las escasas fotografías que existen del héroe. En este óleo —que es la imagen elegida para el nuevo billete— el pintor reemplazó el traje de civil con que aparecía por un uniforme militar y mantuvo el rostro de la fotografía, en la que aparece sin gorra o quepi.

El Banco eligió este retrato porque homologaba de esta forma los retratos de todos los billetes, en que los personajes aparecen con su cabeza descubierta. Los expertos consideraron además que esta imagen lo humanizaba, pero una razón importante era que se encuentra en una institución —la Escuela Militar— cuyo objetivo es formar a la alta oficialidad del Ejército de Chile.

Ignacio Carrera Pinto is featured on the \$1,000 note. The portrait, which was painted by Juan Manuel Huidobro in 1982, is the property of the Military School of the Chilean Army, where it is held in the offices of the Second Student Battalion.

The portrait chosen for the new banknote is an oil on canvas size 81.8 by 116.3 centimeters. While it was based on one of the few existing photographs of the national hero, Huidobro replaced the subject's civil clothing with his military uniform, replicating the face from the photograph and leaving off the military cap or kepi.

The Bank chose this portrait in order to be consistent with the historical figures featured on the other banknotes, all of which are bare-headed. The art experts also felt that this portrait humanized the hero, and it is closely connected to an institution—the Military School—whose objective is to train officers for the Chilean Army.





Paisajes

Landscapes

Billete de 5.000 pesos:
Parque Nacional La Campana

Ubicado en la cordillera de la costa de la Región de Valparaíso, en el borde sur del Valle del Aconcagua. Tiene como uno de sus principales valores contener a uno de los pocos bosques nativos de Palma Chilena, especie autóctona que estuvo en el reverso de la medalla conmemorativa de la jura de la Independencia de Chile, en 1818.

The \$5,000 note:
La Campana National Park

Located in the coastal range of the Valparaíso Region, at the southern end of the Aconcagua Valley, La Campana contains one of the few remaining forests of native Chilean palm trees. The native species was featured on the reverse side of the commemorative medal of Chile's Declaration of Independence, which was signed in 1818.



Billete de 10.000 pesos:
Parque Nacional Alberto de Agostini

Ubicado en el extremo sur de la Región de Magallanes y de la Antártica Chilena, está conformado por todas las islas que se encuentran al sur del estrecho de Magallanes y al poniente de la isla Navarino, incluyendo la Cordillera Darwin. Sus más de 14.600 km² de superficie que atraviesan las provincias de Magallanes, de Tierra del Fuego y de Antártica Chilena lo convierten en el tercer parque nacional más grande de Chile. Su nombre honra al misionero y explorador italiano Alberto María de Agostini.

The \$10,000 note:
Alberto de Agostini National Park

The Alberto de Agostini National Park, located in the extreme south of the Magallanes Region and Chilean Antarctica, comprises all the islands south of the Strait of Magellan and west of Navarino Island, including the Cordillera Darwin mountain range. With an area of over 14,600 km², it is the third largest national park in Chile, spanning the provinces of Magallanes, Tierra del Fuego and Antarctica. It is named after the Italian explorer and missionary Alberto María de Agostini.



Billete de 20.000 pesos:
Monumento Salar de Surire

Ubicado al extremo norte de Chile. Su superficie es de 11.298 hectáreas y se encuentra en la comuna de Putre, Región de Arica y Parinacota, a 4.245 metros sobre el nivel del mar. Su nombre proviene de la palabra quechua *suri* (ñandú), que significa “lugar donde se hallan los ñandúes”.

The \$20,000 note:
Salar de Surire Natural Monument

Located in the extreme north of Chile in the community of Putre, in the Arica y Parinacota Region, the Salar de Surire salt flat covers 11,298 hectares and is situated at 4,245 meters above sea level. Its name comes from the Quechua word *suri* (rhea bird) and means “the place where the rheas are found.”



Billete de 2.000 pesos:
Reserva Nacional Nalcas

Ubicada en la Región de la Araucanía, a sólo 180 kilómetros de Temuco, la capital regional. Esta reserva posee una superficie de 21.164 hectáreas en donde se encuentran los volcanes Lonquimay de 2.820 metros de altitud y el Tolhuaca con 2.806 metros. Su nombre se deriva del mapudungun y se refiere a la planta nativa de tallo comestible.

The \$2,000 note:
Nalcas National Reserve

In the Araucanía Region, 180 km from the regional capital of Temuco, the Nalcas Reserve extends over an area of 21,164 hectares and includes the Lonquimay Volcano, with a peak of 2,820 meters, and the Tolhuaca Volcano, at 2,806 meters. Nalca is the word in Mapudungun, the Mapuche language, for the edible Chilean rhubarb.



Billete de 1.000 pesos:
Parque Nacional Torres del Paine

Conocida reserva mundial de la biósfera ubicada en la Región de Magallanes, en la provincia de Última Esperanza y a 145 kilómetros al norte de Puerto Natales. El parque, creado en 1959, tiene más de 240.000 hectáreas y destaca por la espectacularidad de su paisaje y formaciones rocosas, que lo convierten en un destino turístico único y con gran fama internacional.

The \$1,000 note:
Torres del Paine National Park

This world biosphere reserve is situated in Última Esperanza Province in the Magallanes Region, 145 kilometers north of Puerto Natales. The park was created in 1959 and covers over 240,000 hectares. The spectacular landscapes and rock formations have made Torres del Paine a unique, internationally recognized tourist destination.





Animales

Animals

Billete de 5.000 pesos:
Tucúquere

Un ave rapaz que habita desde Tarapacá a Tierra del Fuego en zonas de bosque, matorral y cordillera. Consume principalmente roedores. Es una especie no amenazada, numerosa, especialmente en la zona central y austral. Es el ave rapaz nocturna de mayor tamaño en Chile. Difícil de avistar debido a sus hábitos nocturnos, aun cuando fácilmente reconocible por la vocalización que emite y que reproduce su nombre.

The \$5,000 note:
Tucúquere

This bird of prey is found in forests, scrublands and mountain habitats from Tarapacá to Tierra del Fuego. Its diet consists mainly of rodents. The species is particularly abundant in the central and southern parts of its range. It is the largest nocturnal raptor in Chile. Given its nocturnal behavior, it is difficult to observe, though its call is easily recognized. Its name in Spanish (*tucúquere*) imitates the sound of its call.



Billete de 10.000 pesos:
Cóndor

Ave nacional que habita en la cordillera de los Andes y en la costa Pacífico de Sudamérica. Es una de las aves voladoras más grandes y se distingue fácilmente tanto en tierra como en vuelo por su gran tamaño, con un largo de entre 100 y 120 centímetros y una envergadura que sobrepasa los 3 metros, además de su característico collar de plumas blancas.



The \$10,000 note:
Condor

Chile's national bird is found in the Andean mountains and along the Pacific coast of South America. It is one of the largest flying birds, with a length of 100 to 120 centimeters and a wingspan of over three meters. The condor is easy to identify both on land and in flight due to its size and its characteristic white collar.



Billete de 20.000 pesos:
Flamenco Chileno

Ave que habita en zonas de agua poco profundas, dulce o salada, a lo largo de todo el territorio nacional. Se caracteriza por su plumaje blanco con rosado suave y por tener alas primarias y secundarias con puntas negras, más notorias durante el vuelo.

The \$20,000 note:
Chilean Flamingo

The Chilean flamingo inhabits shallow fresh- and salt-water wetlands throughout the national territory. It is characterized by white and pale pink plumage, with black tips on the primary and secondary wing feathers that are most evident in flight.



Billete de 2.000 pesos:
Loro Choroy

Ave que habita exclusivamente en Chile, eligiendo principalmente los grandes bosques desde Aconcagua hasta Chiloé y rara vez en Aysén. Tiene una coloración generalmente verde oscura con una mancha rojiza entre la frente y zona delantera de los ojos. En su abdomen posee una mancha rojiza poco notoria.

The \$2,000 note:
Loro Choroy

Exclusive to Chile, the slender-billed parakeet is mainly found in large forests from Aconcagua to Chiloé and, rarely, Aysén. Its general coloration is dark green, with a red spot between the eyes and an inconspicuous red spot on the breast.



Billete de 1.000 pesos:
Guanaco

Mamífero rumiante que habita en la Cordillera de Los Andes entre Perú y Tierra del Fuego. Generalmente se encuentra en lugares de poco movimiento de personas. Es un animal silvestre, con un pelaje color rojizo con partes blancas. Es el animal de mayor tamaño de la Patagonia (exceptuando mamíferos marinos) y su nombre proviene del quechua *wanaku*.

The \$1,000 note:
Guanaco

The *guanaco* is a wild camelid native to the Andes mountains. It is found from Peru to Tierra del Fuego, generally in areas with little human activity. Its coloring is a light reddish brown with white underparts. The *guanaco* is the largest animal in Patagonia (with the exception of marine mammals), and its name comes from the Quechua *wanaku*.



Corazón de Copihue
Flor nacional



Otros aspectos
Other subjects

Símbolos

El *Antú*, símbolo de la cultura mapuche que representa el sol que fecunda la tierra, está incorporado dentro del hilo de seguridad o cinta 3D para los billetes de 10.000 y 20.000 pesos y como parte del anverso de los de 1.000, 2.000 y 5.000 pesos, que cambia de color oro al color del billete respectivo.

En el anverso, se incluyó parte del diseño del corazón del copihue, la flor nacional, que está dibujado junto a la imagen del personaje.

Antiguamente, los billetes tenían un *guilloch*, que era el diseño de fondo del billete y que era una de las medidas más relevantes de seguridad. No obstante, estos motivos corrían el riesgo de perder esa característica de seguridad, porque se volvieron vulnerables a las copias posibles de hacer con los vertiginosos adelantos tecnológicos.

Los símbolos de la cultura chilena adoptados cumplen ahora una doble función que es aportar al diseño y contribuir a su seguridad.

Tamaños

Una de las más llamativas innovaciones fue introducir diferencias de tamaño entre cada denominación, para facilitar su reconocimiento por personas no videntes, dado que en Chile existían —al momento de anunciar el lanzamiento de la nueva familia de billetes— más de 630 mil personas con esta discapacidad. Era un elemento absolutamente nuevo, ya que los

Symbols

The *Antú* is a Mapuche symbol that represents the sun and fertility. It is incorporated into the security thread, or Motion thread, on the \$10,000 and \$20,000 note. It is also featured on the front of the \$1,000, \$2,000 and \$5,000 notes, where it changes from the color of the banknote to gold when the note is tilted.

Another symbol featured on the front of all the denominations is the heart of the *copihue* (or Chilean bellflower), Chile's national flower. It is next to and behind the portrait of the historical figure.

The old series of banknotes used a guilloche in the background design, which served as one of the most important security features. However, these motifs were losing their effectiveness as security measures, since the dizzying pace of technological advances left them vulnerable to being copied.

The Chilean cultural symbols now play a dual role on the banknotes: they enhance the design and increase security.

Sizes

One of the most striking innovations was to introduce differences in the size of each denomination, to facilitate recognition by the blind and partially sighted. In Chile, there are over 630,000 people with this disability, as of the launching of the new family of banknotes. This feature was completely



billetes chilenos se habían estandarizado en 145 milímetros de largo por 70 de alto.

La modificación se introdujo solamente en el largo de cada denominación y se mantuvo el alto. Se determinó que hubiese 7 milímetros de diferencia entre uno y otro, partiendo porque el de mayor denominación tendría, a su vez, 3 milímetros más de largo que los antiguos.

De esta forma, el billete de 20.000 pesos tiene 147 milímetros de largo y, sucesivamente, vendrían el de 10.000 pesos con 141 milímetros; el de 5.000 pesos, con 134 milímetros; el de 2.000 pesos, con 127 milímetros y el de 1.000 pesos, que sería el más pequeño, con 120 milímetros.

Existía ya en ese momento abundante evidencia internacional en el uso de tamaños diferenciados en sus billetes. Se había mantenido alturas comunes y aumentado la longitud en Australia, Dinamarca, Islandia, Jordania, Kuwait, Macedonia, Malasia, México y Nepal, Sudáfrica, Suiza, Taiwán y Vietnam. Inglaterra y la Unión Europea tenían billetes con diversas alturas y longitudes.

Microtextos

El diseño de cada una de las denominaciones tendría varios microtextos, muy difíciles de apreciar a simple vista, pero que son fácilmente visibles con herramientas de amplificación.



new: Chilean paper money was previously standardized to a size of 145 millimeters long by 70 millimeters wide.

The size variation applies only to the length of each note, while the width remains uniform across denominations.

The size difference between denominations was set at seven millimeters. To accommodate this design feature, the largest denomination was made three millimeters longer than the old note.

Thus, the \$20,000 note is 148 millimeters long; the \$10,000 note is 141 millimeters; the \$5,000 note is 134 millimeters; the \$2,000 note is 127 millimeters; and the \$1,000 note is the smallest, at 120 millimeters.

At the time of the launch, there was substantial international evidence on the use of different-sized banknotes. Countries using a common width with a varying length include Australia, Denmark, Iceland, Jordan, Kuwait, Macedonia, Malaysia, Mexico, Nepal, South Africa, Switzerland, Taiwan and Vietnam. The currency of the United Kingdom and the European Union varies in both width and length.

Micro-printing

The design of all the denominations incorporates micro-printing, which is very difficult to see with the naked eye, but can be easily deciphered with a magnifying glass.



En estos microtextos, ubicados en diversas zonas de cada billete, se reproducen continuamente las frases “bancocentraldechile” o el valor del billete de manera continua y sin espacios entre palabras (cincomilpesos; diezmilpesos; veintemilpesos; dosmilpesos y milpesos).

En el anverso, están ubicados al centro del corazón del copihue, en el numeral de cada denominación, en los bordes superior e inferior y alrededor de la flor de copihue.

Uno de los números del microtexto alude al número de contrato de impresión, lo que permite al Banco conocer a qué proveedor pertenece el billete.

En el reverso, están ubicados a la derecha del paisaje en líneas horizontales y a la izquierda del paisaje en un hilo vertical. En el caso de los de polímero, están además del numeral de cada denominación y en el de los de papel, hay un minitexto dentro del microtexto horizontal que muestra la posición del billete dentro del pliego de impresión.

Colores

Los integrantes de la nueva familia tienen colores absolutamente definidos, que permiten un fácil reconocimiento por el público en general y en especial, por las personas con dificultades de visión.

El de 1.000 pesos es de color verde; el de 2.000 de color púrpura, el de

The micro-letting, positioned in different areas of the banknotes, continuously repeats the phrase “bancocentraldechile” or the value of the note, with no space between words (cincomilpesos; diezmilpesos; veintemilpesos; dosmilpesos; milpesos).

On the obverse, these microscopic phrases are located in the center of the heart of the *copihue*, in the upper numeral of each denomination, in the upper and lower borders and around the *copihue* flower.

One of the numbers used in the micro-printing alludes to the printing contract number, which lets the Bank identify which supplier printed the banknote.

On the back, the micro-printing is worked into the horizontal lines to the right of the landscape and the vertical strip to the left of the landscape. On the polymer notes, there is also micro-printing in the lower numeral of each denomination. On the cotton paper notes, there is a mini-text within the horizontal micro-letting that identifies the position of the note on the printed sheet.

Colors

The new family of banknotes is designed so that each denomination has its own distinct color, to facilitate easy recognition by the general public and, in particular, by the visually impaired.



5.000 de color rojo y el de 10.000 de color azul. Estos colores ya existían en los antiguos, pero el nuevo diseño los profundizó. Para el billete de 20.000 pesos, que antiguamente no tenía un color bien definido, se adoptó el naranja.

Pero dentro de cada denominación se despliegan numerosas tonalidades o sutilezas cromáticas, para facilitar en todo cuanto sea posible el reconocimiento en diferentes condiciones de luz.

Firmas

Junto al corazón del *copihue*, cada nuevo billete lleva la firma del Presidente del Banco e inmediatamente abajo, la de su Gerente General.

Medidas de seguridad

La nueva familia cuenta con numerosas medidas de seguridad que no son detectables por el público en general, pero sí por dispositivos especiales, algunos de los cuales son utilizados por bancos y establecimientos comerciales. ❁

The \$1,000 note is green; the \$2,000, purple; the \$5,000, red; and the \$10,000, blue. These colors were also used in the last banknote series, but the new design features a sharper contrast. The \$20,000 note, which previously did not have a well-defined color, is now orange.

In addition, each denomination is printed with a range of tonalities or chromatic subtleties, to enable identification under different light conditions, to the extent possible.

Signatures

Each new banknote carries the signatures of the Governor and the General Manager of Central Bank of Chile, positioned next to the heart of the *copihue*.

Security features

The new banknotes have a variety of security features that are not visible to the general public, but which can be detected by special devices used by banks and retail establishments. ❁



Cartilla entregada a organizaciones de no videntes para reconocimiento de los nuevos billetes.

Booklet on recognizing the new banknotes distributed to organizations for the blind.



10 PÁG. 27

"Gabi 2.0" salió de foto inédita

Banco Central usó a la foto que usó a ver el parte especial con la idea y el día de su fiesta Premio Nobel de Literatura 1943.

Agencia más a través de la foto que usó a ver el parte especial con la idea y el día de su fiesta Premio Nobel de Literatura 1943.

El Banco Central usó una foto inédita de Gabriel García Márquez para el lanzamiento de la nueva moneda digital "Gabi 2.0". La imagen, que muestra al autor de "Cien años de soledad" leyendo un libro, fue utilizada en un momento clave de la presentación del proyecto de ley que crea el nuevo sistema de pagos. La foto, que data de 1943, cuando García Márquez ganó el Premio Nobel de Literatura, fue tomada por el fotógrafo colombiano Andrés Bello. La imagen fue utilizada en un momento clave de la presentación del proyecto de ley que crea el nuevo sistema de pagos.

El Banco Central usó una foto inédita de Gabriel García Márquez para el lanzamiento de la nueva moneda digital "Gabi 2.0". La imagen, que muestra al autor de "Cien años de soledad" leyendo un libro, fue utilizada en un momento clave de la presentación del proyecto de ley que crea el nuevo sistema de pagos. La foto, que data de 1943, cuando García Márquez ganó el Premio Nobel de Literatura, fue tomada por el fotógrafo colombiano Andrés Bello. La imagen fue utilizada en un momento clave de la presentación del proyecto de ley que crea el nuevo sistema de pagos.

El Banco Central usó una foto inédita de Gabriel García Márquez para el lanzamiento de la nueva moneda digital "Gabi 2.0". La imagen, que muestra al autor de "Cien años de soledad" leyendo un libro, fue utilizada en un momento clave de la presentación del proyecto de ley que crea el nuevo sistema de pagos. La foto, que data de 1943, cuando García Márquez ganó el Premio Nobel de Literatura, fue tomada por el fotógrafo colombiano Andrés Bello. La imagen fue utilizada en un momento clave de la presentación del proyecto de ley que crea el nuevo sistema de pagos.

Asma impidió que Martita corriera

El asma impidió que Martita corriera. La niña, que sufre de esta enfermedad, no pudo participar en la carrera de los niños. Su madre, Cecilia, dijo que ella también sufre de asma y que ella misma no pudo correr. La carrera fue organizada por el Banco Central para promover el uso de la moneda digital "Gabi 2.0".



IV DIFUSIÓN

COMMUNICATION

La circulación de billetes alcanza a la casi totalidad de la población. Desde que somos niños aprendemos a utilizar este medio de pago, tanto a través de la educación formal como de la experiencia práctica.

Cualquier modificación de los billetes existentes o la puesta en circulación de uno nuevo, requiere ser conocida por la gran mayoría de la población en condiciones de utilizarlos, de manera que las personas puedan depositar su confianza en que el trozo de papel que en sus manos tiene valor de transacción.

Una particularidad de este producto es que, una vez en circulación y con mayor razón cuando se haya completado el reemplazo, debe ser utilizado si o sí. No tiene vuelta atrás, por lo que el conocimiento debe ser lo más amplio posible, resaltando siempre las virtudes de un producto más moderno y que traerá mayores beneficios a la población.

Una vez superadas las fases de originación, licitaciones de impresión y diseño de la logística de distribución para llevar los nuevos billetes al público, el nuevo desafío era que la puesta en circulación estuviese acompañada de una campaña de comunicación que llevara a todos los rincones del país la información sobre el reemplazo y las características de cada uno de los integrantes de esta nueva familia.

Se trataba del reemplazo, en un lapso de tres años, de alrededor de 600 millones de unidades de billetes, período durante el cual estarían conviviendo los nuevos y los antiguos.

Hasta ese momento, el instituto emisor nunca había estado involucrado en una campaña comunicacional de estas dimensiones, porque nunca se había realizado un reemplazo tan profundo sólo por razones de modernización.

La Política Comunicacional del Banco Central de Chile, publicada en su sitio web, establece un método de información al público estrictamente

The circulation of banknotes reaches almost the entire population. From the time we are children, we are taught to use cash, through both formal education and practical experience.

Any alteration of existing banknotes or the introduction of new banknotes must therefore be made known to the vast majority of the population, so that people will have confidence that the piece of paper they hold in their hands has transactional value.

A particularity of this product is that once in circulation, it must actually be used, especially in the case of a full replacement. There is no going back, so public awareness must be as wide as possible, with an emphasis on the advantages of the product and greater benefits for the population.

Once the project was through the phases of origination, printing tenders and distribution logistics planning, the new challenge was to launch a communications campaign that would reach the farthest corners of the country, to provide information on the replacement process and the characteristics of each of the banknotes in the new series.

Around 600 million individual note would be replaced in a period of just three years, and both old and new note would be circulating simultaneously.

Prior to this project, the Central Bank had never been involved in a communications campaign of this magnitude, because it had never had to undertake such a large-scale replacement for the sole purpose of modernization.

The Communications Policy of the Central Bank of Chile, published on its website, establishes a highly structured method of providing information to the public. Decisions are reported on the Bank's website, with no paid publicity, and its communication to economic agents depends on the interest generated in the communications media.

estructurado. Sus decisiones son informadas a través de esta web institucional, sin publicidad pagada y su amplificación a los agentes económicos depende del interés que genera en los medios de comunicación.

La política es publicar siempre primero en el sitio web, de manera que todos los miembros del mercado reciban la información generada en una posición de igualdad.

Las decisiones monetarias y financieras, así como de estadísticas macroeconómicas, no se comunican con publicidad pagada. Se utilizan para su difusión comunicados, notas de prensa, charlas y exposiciones, documentos de trabajo y publicaciones, todo lo cual se publica en el sitio web. Por tanto, la difusión masiva depende del interés que estas informaciones generan en los medios de prensa, con quienes se establece, entonces, una relación de dependencia mutua. Relación que es más intensa con medios y periodistas especializados en temas macroeconómicos y financieros.

Dar a conocer la existencia de toda una nueva serie de billetes, y además de manera gradual, imponía una ingente tarea comunicacional. Había que informar a la población chilena, que todos los billetes en circulación iban a ser reemplazados por otros nuevos, de distinto diseño, más características de reconocimiento y seguridad y distinto tamaño. Además, nuevos y antiguos iban a convivir durante un tiempo.

Una información poco coordinada, mensajes dispersos y poco masivos, podrían conspirar con el éxito de todo el proyecto y disminuir la imprescindible confianza en los medios de pago.

El indudable interés que, por sí sola, generaría esta noticia, permitía abordar una estrategia que considerara con fuerzas paralelas una campaña publicitaria y una campaña de prensa y relaciones públicas. En otras palabras, una difusión con publicidad pagada y una que aprovechara el interés noticioso del importante cambio.

Tras un profundo proceso de evaluación y nuevamente acudiendo a experiencias internacionales, el Consejo decidió contratar asesorías externas para los dos brazos comunicacionales que demandaba este proceso.

La difusión requería una campaña publicitaria que tuviera alto impacto, pero con presupuesto austero respecto de lo que habitualmente demanda la necesidad de conocimiento masivo de un producto. Pero también requería un trabajo organizado, ordenado y estratégicamente coordinado para que el tema fuese ampliamente difundido en la prensa, sin provocar una alteración profunda en el trabajo cotidiano de los equipos de comunicaciones del Banco. Se decidió, por tanto, abrir una licitación para contratar una agencia publicitaria y otra para contratar una agencia de comunicaciones.

Licitación estas dos campañas —la publicitaria y la de prensa— era un hecho nuevo para la Institución, especialmente por los exigentes estándares que se ha ido autoimponiendo a lo largo de los años para incrementar su transparencia en estos procesos.

The policy is to always upload the information on the website first, to ensure that all market participants have equal access.

Monetary and financial decisions and macroeconomic statistics are not communicated through paid advertising. Instead, they are communicated through statements, press releases, talks, presentations, working papers and publications, all of which are published on the website. Consequently, the massive communication of pertinent information depends on the interest it generates in the press. This sets up a relationship of mutual dependence between the Bank and the media, especially news outlets and journalists specializing in macroeconomic and financial issues.

The need to convey the existence of a whole new series of banknotes, to be released gradually, imposed an enormous task of communications. The Chilean people had to be notified that all the notes in circulation would be replaced by new banknotes with a different design, more identification and security features, and different sizes. In addition, the old and new notes would both be in circulation for a while.

Any uncoordinated communications effort, with inconsistent messages and a short reach, could work against the success of the project and undermine confidence in the currency.

Since the news would undoubtedly generate a lot of interest, the Bank was able to develop a strategy that combined both an advertising campaign and a press and public relations campaign. In other words, communication through paid publicity could be reinforced by taking advantage of the natural interest in news of an important change.

After an in-depth analysis and a review of the international experience, the Board decided to contract external consultants to work on both fronts in the communications process.

The communication would require a high-impact advertising campaign, but with an austere budget relative to the need for massive awareness of the product.

The work would have to be organized, systematic and strategically coordinated if the issue was to be broadly communicated in the press, but it should not cause any serious interruptions in the day-to-day jobs of the Bank's communications teams.

It was therefore decided to hold a tender for two contracts, one with an advertising agency and one with a communications agency.

Tendering these two campaigns—that is, the advertising campaign and the press campaign—was a new experience for the Bank. It would be a particularly intricate task considering that the tenders would have to meet the Bank's self-imposed high standards for increasing transparency in these processes over the years.

Preparing the bases for the tenders alone took months of work. After again reviewing the international experience in this area, the staff looked at a range of options to ensure that the bases for the consultancy tender

La sola elaboración de las bases de licitación tomó meses de trabajo. Mirando nuevamente experiencias internacionales en esta materia, se evaluaron diversas opciones para contar con asesorías que permitieran elaborar bases en las que se pudiesen considerar todos los aspectos técnicos que garantizaran la contratación de una empresa de alto nivel, acorde a las restricciones presupuestarias que implicaba este proyecto.

Para la licitación de la campaña publicitaria propiamente tal, se contrató la asesoría de la publicista mexicana Ana Sara Ferrer Bohorques, maestra en publicidad del Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer y asesora externa en proyectos de publicidad de instituciones públicas de México. Ella contribuyó principalmente a establecer los parámetros que permitirían evaluar las propuestas técnicas de las empresas participantes, desde el punto de vista de la experiencia que ya le había tocado vivir en un proceso relacionado con medios de pago.

No obstante y como también era necesaria una mirada especializada que tuviese la experiencia del mercado chileno, se incorporó a este proyecto como consultor externo, al director de la agencia de marketing y comunicaciones *Strategy*, Fernando Bignon Bruchfeld, con 25 años de experiencia en agencias de publicidad tanto chilenas como extranjeras y con participación en masivas campañas publicitarias de alto impacto. ❀

covered all the technical aspects and guaranteed the contracting of a high-level company, in accordance with the project's budgetary restrictions.

To assist with the tender for the advertising campaign, the Bank contracted Ana Sara Ferrer Bohorques, a Mexican publicist with a master's degree in advertising from the Eulalio Ferrer Center for Advanced Communications and extensive experience as an external consultant on publicity projects for several public institutions in Mexico. She mainly contributed to establishing the parameters for evaluating the technical proposals of the bidding firms, from the perspective of her prior experience working on a currency-related process.

At the same time, the project also needed an external consultant with experience in the Chilean market. For this, the Bank contracted Fernando Bignon Bruchfeld, director of Strategy, a marketing and communications agency. His experience included 25 years in both Chilean and foreign advertising agencies, as well as participation in massive high-impact advertising campaigns. ❀

La agencia publicitaria

The advertising agency

Página Siguiente. Imágenes de avisos de televisión.

Next page. Images of television ads.

¿Cómo evaluar la calidad de las propuestas? ¿Cómo ponderar esa calidad respecto del precio ofrecido? Eran algunas de las preguntas que debía hacerse la Institución para enfrentar un proceso de contratación de una agencia publicitaria que abordara una campaña de estas dimensiones.

Pero además, debía contemplar formas de evaluación de las propuestas en todos sus aspectos, como el marco conceptual, el concepto creativo, la forma de desarrollarlos y las aplicaciones en comerciales de televisión, radio o internet y piezas gráficas para medios impresos, producción de cada pieza en sus diversos formatos y los planes de medios que determinarían dónde y cuándo se colocaría cada pieza publicitaria para buscar la máxima eficiencia en el uso de los recursos.

El Banco determinó abrir un proceso privado de licitación que establecía una serie de requisitos para las empresas interesadas. Uno de ellos era haber ganado un premio Effie, el principal reconocimiento que se hace en Chile a las creaciones de la industria publicitaria.

Se invitó a 10 empresas que cumplían con las características solicitadas, de las cuales siete accedieron a presentarse y seis de ellas calificaron para presentar sus propuestas ante un equipo interno liderado por el Gerente General.

El Consejo del Banco decidió entre tres propuestas finalistas y se eligió la de *J Walter Thompson*, una de las agencias publicitarias más importantes del mundo, que desarrolló una campaña bajo el eslogan Nuevos Billetes para Chile, con un *spot* publicitario por cada denominación, frases de radio, avisos para diarios, diseño de una página web exclusiva sobre el tema y una historieta para niños.

J Walter Thompson hizo una propuesta que tomó como antecedentes el momento simbólico del Bicentenario de la Independencia de Chile

How to evaluate the quality of the proposals and how to weigh that quality against the bid price were some of the questions the Bank had to address in contracting an advertising agency for a campaign of this magnitude.

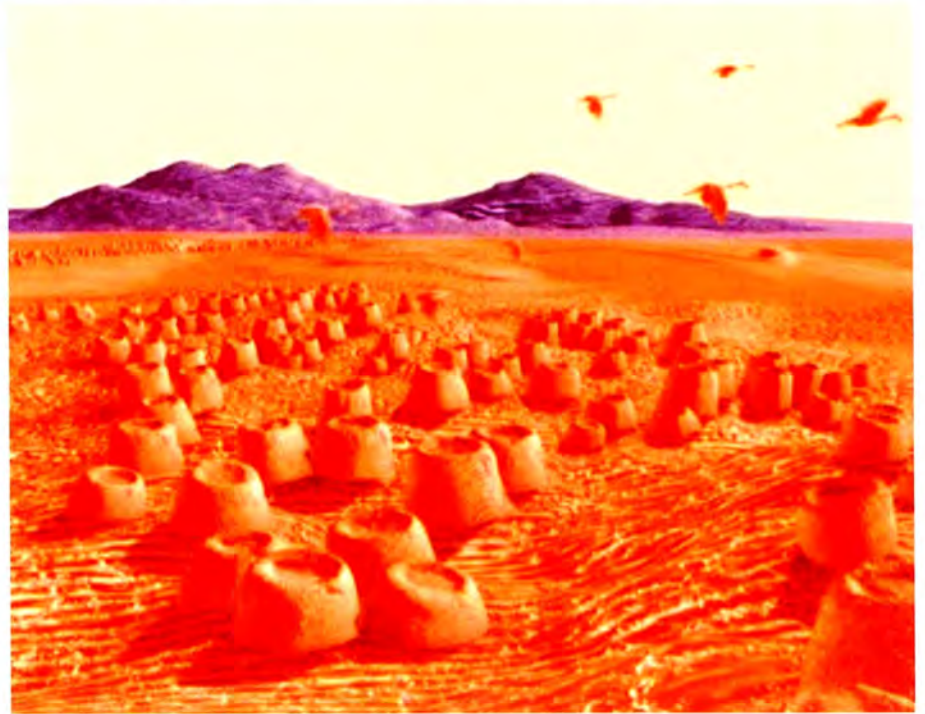
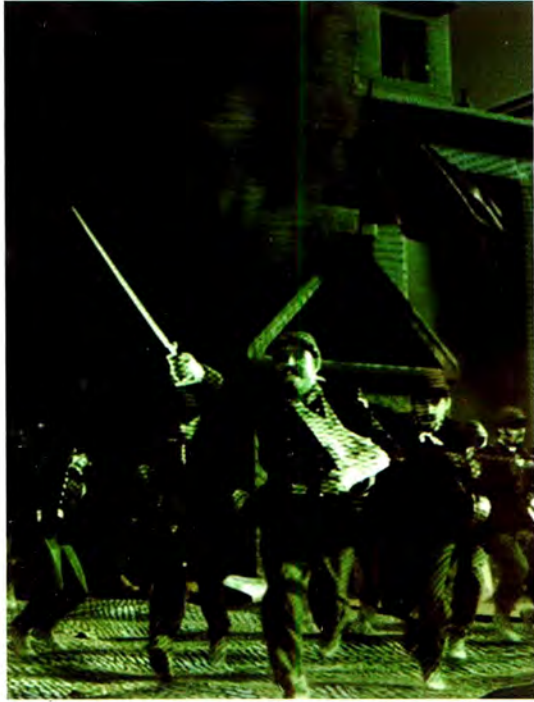
All aspects of the proposals had to be carefully evaluated, including the conceptual framework, the creative concept, project development, the application of the concept in commercials for television, radio or Internet and in graphics for print media, the production of all the different pieces in their various formats and the media plans for determining where and when each advertising piece would be placed to maximize efficiency in the use of resources.

The Bank decided to open a private tender that would establish a series of requirements for interested companies. One of such requirements was to have won an Effie award, as this is the main form of recognition given in Chile for creations in the advertising industry.

Ten agencies meeting these requirements were invited to participate in the tender. Seven accepted the invitation, and six of these qualified to present their proposals before an internal team headed by the General Manager.

The Central Bank Board selected three finalists. After careful consideration, the tender was ultimately awarded to *J Walter Thompson*, one of the most important advertising agencies worldwide. The winning campaign was developed around the slogan New Banknotes for Chile. It included an advertising spot for each denomination, radio blurbs, newspaper ads, a dedicated web page and a story book for children.

J Walter Thompson proposed that the bicentennial celebration of Chile's Independence represented a symbolic moment for reflecting on the future and identity of Chileans. The growth and renovation of the country could manifest in positive changes in its national symbols.



que ofrecía un instante propicio para reflexionar sobre la trayectoria y la identidad de los chilenos. Consideraba además que el país había experimentado un crecimiento y renovación que se podía manifestar en cambios positivos de sus símbolos.

En el documento que entregó al Banco con su propuesta, el discurso racional aludía a que los billetes son reflejo de los cambios que ha vivido un país y que a través de ellos se podía contar su historia, dado que “son símbolos implícitos de las múltiples renovaciones que hemos vivenciado durante nuestra historia”.

Chile podía volver a mirarse a través de sus billetes y que estos medios de pago podían ser reflejo de “quiénes somos y quienes aspiramos a ser como chilenos”. De allí surgían conceptos como billetes asociados a un país más moderno, más integrador y siempre con respeto por su historia.

Su propuesta consideraba que los billetes que hasta ese momento circulaban reflejaban un Chile tradicional, estructurado y tradicionalista, aunque el país había evolucionado. Se podía, por tanto, tener una familia que reflejara esa evolución y con mirada de futuro.

La campaña buscaría dar a conocer la familia y sus atributos, en un contexto de continuidad, confianza y naturalidad; tangibilizar los beneficios de la nueva familia de billetes para cada grupo objetivo, a través del refuerzo de él o los pilares valóricos más representativos para cada uno de ellos e impactar y sensibilizar a cada grupo, de acuerdo a sus particularidades cualitativas, expectativas y necesidades con respecto al proceso de presentación y transición a la nueva familia de billetes.

Durante todas las etapas el protagonista sería el billete y la campaña tendría carácter de noticia y presentación. El concepto final de la campaña fue “Nuevos Billetes para Chile” y sus fundamentos eran:

- 1) *Estamos en un momento único como país, a las puertas del Bicentenario: Chile avanza en todas sus áreas.*
- 2) *Creemos que los billetes son reflejo del nuevo Chile que está naciendo: más integrador, más moderno y más desarrollado.*

El tono sería formal, informativo, emotivo e integrador.

La propuesta fue trabajar con *spots* publicitarios en televisión y radio y avisos en prensa escrita y medios digitales. También se propuso crear un sitio web exclusivo para este tema y material educativo para mantener la difusión en el futuro.

Un aspecto relevante de una campaña de difusión es la estrategia de medios, vale decir, dónde y cuándo se difundirán las piezas publicitarias, lo que envuelve un proceso de ingeniería para definir en qué medio, en qué momento y a qué costo se iban a colocar los avisos, procurando que en esta sincronización de alcance y presupuesto se pudiese llegar a la mayor parte de la población. Para este propósito, *J Walter Thompson* trabajó con la agencia de medios *Mindshare*. ❀

The written presentation submitted with the proposal reasoned that the banknotes reflect the changes the country has undergone. They thus provide a means of recording that history, because “they are implicit symbols of the multiple renovations that we have experienced over the course of our history.”

The currency could once again become a vehicle for Chile’s self-reflection, providing a window into “who we are and who we aspire to be as Chileans.” This led to ideas such as associating the banknotes with a more modern, more integrated country, while also respecting the past.

The proposal observed that the banknotes then in circulation reflected a traditional, structured and traditionalist Chile, whereas the country had evolved. There was room for a new family of banknotes that would represent that evolution, with an eye to the future.

The campaign would aim to introduce the new series and its characteristics in a context of continuity, confidence and naturalness; to make the benefits of the new family of banknotes tangible for each target group, by reinforcing the group or its most representative values; and to reach and sensitize each group, in accordance with its particular qualities, expectations and needs *vis-à-vis* the introduction of and transition to the new family of banknotes.

Throughout all the phases of the campaign, the protagonist would be the banknote, and the campaign would take the form of news and presentation.

The final concept for the campaign was defined as “New Banknotes for Chile” and it rested on two pillars:

- (1) *We are at a pivotal moment as a country, on the eve of the Bicentennial: Chile progresses on all fronts.*
- (2) *We believe that the banknotes reflect the new Chile that is coalescing: more integrated, more modern and more developed.*

The tone would be formal, informative, emotive and integrating.

The proposal was to work with television and radio spots, print ads and digital media. There would also be a website dedicated exclusively to the new banknotes and educational materials to maintain the communication efforts in the future.

An important aspect of any communication campaign is the media strategy, that is, where and when to release the advertisements. This involves an engineering process to determine in what medium, at what point in the campaign and at what cost to place the ads. The objective is to synchronize the scope of the campaign and the budget to reach the largest possible share of the population.

In this area of media planning, *J Walter Thompson* worked with *Mindshare*, a media agency. ❀

La agencia de prensa

The press agency

La difusión de prensa era de enormes dimensiones, lo que impulsó la decisión de contratar una asesoría experta que pudiese darle una estructura y un seguimiento operativo permanente a este trabajo, con propuestas de mensajes, preparación de vocerías y organización de los eventos de difusión.

Entre las seis empresas que participaron en la licitación, el Banco decidió contratar a la agencia de comunicaciones *Burson and Marsteller*, compañía estadounidense fundada en el año 1953 y con oficinas en Chile. Desde el año 1996 asesoraba al *Bureau of Engraving and Printing* de Estados Unidos en el proceso de renovación de billetes de ese país, por lo que tuvo a su cargo el diseño e implementación de la campaña de difusión para el cambio de seis nuevos billetes norteamericanos.

La propuesta de *Burson* consistía en tener un plan de difusión específico para cada uno de los billetes, con una línea central, que comprendía un develamiento de la imagen y la puesta en circulación, con un pago simbólico que marcara el hecho noticioso.

La línea temática de los mensajes estaría en el primer cambio en 30 años de la familia de billetes, con un producto de alta tecnología y seguridad, puesto en circulación por una institución de excelencia y como un regalo a los chilenos en el Bicentenario de su Independencia.

Propuso también un esquema de diversificación de vocerías, de manera que, con distintos ejecutivos, el Banco pudiera tener presencia simultánea en varios medios de prensa.

La estrategia consideraba presencia en noticiarios y programas matinales de televisión, entrevistas presenciales o telefónicas en radios de alcance nacional, y también entrevistas telefónicas a diarios y radios de regiones.

Given the enormity of the required press communication, the Bank decided to contract an expert consultant to help structure the process and provide continuous operational follow-up, with proposals on the messages that needed to be communicated, preparation of spokespersons and organization of communication events.

Six agencies participated in the tender, which was awarded to *Burson-Marsteller*, a U.S. communications agency founded in 1953 and with offices in Chile. The agency had consulted to the United States *Bureau of Engraving and Printing* since 1996 on the currency renewal process in that country, where it had been in charge of designing and implementing the communication campaign for the introduction of six new U.S. banknotes.

Burson-Marsteller's proposal was to develop a specific diffusion plan for each banknote, centered on the unveiling of the banknote and its entry into circulation, with a symbolic purchase by the Governor to underscore the news item.

The main themes of the messages would be that this was the first change in the family of banknotes in 30 years, that the notes incorporated state-of-the-art technology and security features, and that they were being issued by a world-class institution as a gift to the Chileans on the Bicentennial of the country's Independence.

The agency proposed using several different spokespersons, so that the Bank could have a presence in different media at the same time.

The strategy considered in-studio interviews and morning programs, in-studio and telephone interviews on national radio stations and telephone interviews with regional newspapers and radio stations.

The work involved composing the key messages, preparing possible questions and answers for the spokespersons, writing press releases,

SEÑALES ECONÓMICAS

Falabella
"El consumidor está recuperando la confianza", dice gte. gral.

Candidatos
Asesores difieren en impuestos, reforma laboral y privatizaciones.

Economía
Cayó 3,4% en I semestre; mercado recorta PIB 2009.



Bencinas
Subirían otros \$ 13 este jueves, según Ceftin.

Virus ISA
Detectan nuevos centros contaminados.

Mercados
Boisas vuelven a terreno positivo... dólar a la baja.

Con rejuvenecida Gabriela Mistral y símbolos mapuches debuta nuevo billete de \$ 5 mil

Comenzará a circular el próximo 24 de septiembre y será fabricado con los últimos estándares de seguridad y por una empresa australiana.

El Banco Central anunció hoy el primer ejemplo de la nueva familia de billetes que lanzará al mercado y que renueva por completo estos medios de pago en un plazo de dos años.

El presidente del instituto emisor, José De Gregorio, informó que el próximo 24 de septiembre comenzará a circular el nuevo billete de \$ 5 mil, que será fabricado con los últimos estándares de seguridad y por una empresa australiana.

En una ceremonia realizada en el hall principal del Banco Central, y que contó con la presencia de la Presidenta Michelle Bachelet, el ex presidente Patricio Aylwin, el ministro de Hacienda, Andrés Velasco y los últimos tres presidentes del instituto emisor, se presentó el nuevo billete de \$ 5 mil.

Muestra a una Gabriela Mistral con un rostro mucho más juvenil, acompañada por sus rasgos del santuario nacional La Carmelina



para un día que recorre el sur del país.

El rostro de los billetes — que serán de distintos colores: el actual de \$ 2.000, y el de otros tamaños — será derivado de forma

El diseño de los nuevos billetes y se mantendrá los mismos personajes que los actuales pero se cambia el primer rostro por imágenes más modernas y se cambia por un color de ex-



La Presidenta Bachelet encabezó la ceremonia en el Banco Central.

Ilav Artes, Melán Trépic.

El presidente del Banco Central, José De Gregorio, señaló que este cambio — realizado al como parte de las conmemoraciones del Bicentenario— tiene como objetivo poner a Chile en la vanguardia de la seguridad en los medios de pago.

Indicó que países como Estados Unidos, Canadá, la Unión Europea y México están avanzando en esta dirección.

Señaló que los billetes antiguos, construidos con los nuevos pero sin tiempo suficiente y que todos los nuevos medios de pago tendrán grabado un código de seguridad y un símbolo mapuche que cambian según cada billete.

La Presidenta Michelle Bachelet calificó esta nueva familia de billetes como "un orgullo que el Banco Central le haga al país" en un marco de la celebración del Bicentenario.

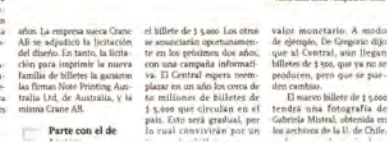
Negocios

Actualidad

B. Central cambiará todos los billetes y parte con el de \$ 5.000

El instituto emisor anunció que, por primera vez en 30 años, hará una modificación de esta magnitud y comenzará a partir de septiembre. Los nuevos billetes usarán otra tecnología y aunque se mantienen los personajes serán remozados sus diseños. El proceso durará dos años.

El nuevo billete de \$ 5.000



Diseño

A partir del 24 de septiembre, los billetes de \$ 5.000 comenzarán a pasar a la historia. Ese día el Banco Central lanzará a circulación un nuevo diseño con una emblemática imagen de Gabriela Mistral, dando el puntaje a un proceso que durante dos años reemplazará toda la familia de billetes.

Bicentenario: La Presidenta Michelle Bachelet destacó que "este es el regalo que el BC hace a todos los chilenos para el Bicentenario. Es la primera vez en 30 años que se cambiarán todos los billetes".

Distinto tamaño: El BC sustituirá los billetes de \$ 1.000, \$ 2.000, \$ 5.000, \$ 10.000 y \$ 20.000. Los tres primeros — los más usados, serán de polímero (papel plástico) como el billete de 1 euro y que dura hasta cuatro veces más. Los dos últimos se seguirán imprimiendo en papel algodón.

La Presidenta Michelle Bachelet dijo que "este es el regalo que el Banco Central hace a todos los chilenos para el Bicentenario".

El diseño en 7 mm, hasta el de \$ 1.000, que será el más pequeño. Esto ayudará a su identificación a las personas con videntes. Los billetes actuales tienen 4,45 cm.

Diseño: "Las denominaciones mantendrán los mismos personajes, pero con retratos más atractivos", dijo el titular del BC, José De Gregorio. Un comité de expertos presido por el director del Museo de Bellas Artes, Melán Trépic, eligió las mejores imágenes de Aylwin Carrera, Manuel Rodríguez, Gabriela Mistral, Arturo Prat y Andrés Bello.

En el anverso, habrá un "auth" símbolo mapuche que representa al sol, y que, para seguridad, será toronado. Tendrán también el dibujo de un símbolo. En el reverso, cada billete tendrá un paisaje nacional y un animal autóctono.

Los billetes tendrán ventanillas transparentes con la imagen del primer y último presidente de seguridad. Con la nueva tecnología será más difícil de falsificar.

Reverso
Fotografía del Parque Nacional La Campana, Yungay.

Tamaño: 145 x 65 mm.

Parte con el de \$ 5.000
El billete de \$ 5.000. Los otros se asociarán oportunamente en los próximos dos años, con una campaña informativa. El Central espera reemplazar en un año los cerca de 40 millones de billetes de \$ 5.000 que circulan en el país. Esto será gradual, por lo cual convivirán por un

valor monetario. A modo de ejemplo, De Gregorio dijo que al Central, aún llegan billetes de \$ 200, que ya no se producen, pero que se pueden cambiar. El nuevo billete de \$ 5.000 tendrá una fotografía de Gabriela Mistral, obtenida en los archivos de la U. de Chile.

El trabajo involucraba la redacción de mensajes claves, preparación de posibles preguntas y respuestas para los voceros, redacción de comunicados, preparación de kits de prensa, organización de conferencias de prensa, organización de eventos, gestión de entrevistas, elaboración de informes de publicación y gestión de encuestas de opinión.

Un aspecto especial de la propuesta era el trabajo con organizaciones de no videntes, para las cuales se prepararía una cartilla de información con sistema Braille, de manera que se reforzara el objetivo integrador de esta nueva familia. Esta cartilla consistía en cinco láminas, cada una de las cuales representaba a uno de los nuevos billetes, por lo que tenía el tamaño respectivo. Cada una llevaba escrita en Braille la denominación y la frase Nuevos Billetes para Chile.

Evidentemente, los servicios debían incluir la posibilidad de verse enfrentados a eventuales crisis comunicacionales y estar disponibles para ser parte de las acciones para enfrentarlas adecuadamente. ✿

assembling press kits, organizing press conferences, coordinating events, managing interviews, producing publication reports and carrying out opinion surveys.

A special aspect of the proposal involved work with associations of the blind. An informative brochure would be prepared in Braille, reinforcing the integrative objective of the new family of banknotes. The brochure would have five sheets, one for each of the new banknotes in its respective size. The sheet would identify the denomination in Braille, with the phrase New Banknotes for Chile.

The consultant services also included being available to take immediate and effective action in the event that a communications crisis developed. ✿

Comité de trabajo comunicacional

Communications committee

Contratadas las dos empresas que desarrollarían el trabajo de difusión, se conformó un comité de comunicaciones que se reunió semanalmente para evaluar y determinar las acciones que se estarían desarrollando durante todo el proceso, así como acordar las propuestas que deberían ser aprobadas por el Consejo del Banco.

Este comité, coordinado por la analista de Tesorería Ana María Sáenz y dirigido por el Gerente General del Banco, evaluaba también los contenidos e imágenes de los avisos publicitarios televisivos, de radio y medios escritos o digitales, así como los afiches que se distribuirían a lo largo de todo el país. Evaluaba, además, las estrategias de medios para la difusión de cada uno de los billetes, de acuerdo al presupuesto establecido por el Consejo del Banco, y los eventos en que se daría a conocer cada una de las denominaciones.

Lo integraban, además de la coordinadora y el Gerente General, el Gerente Tesorero, Iván Montoya; la Gerente de Asuntos Institucionales, Claudia Varela; el Gerente Asesor de Comunicaciones, Luis Álvarez y la Jefa del Departamento de Investigación y Desarrollo de Circulante, Claudia Bentjerodt. Participaban además los representantes de las dos empresas externas, *J Walter Thompson* y *Burson and Marsteller* y el publicista asesor Fernando Bignon.

La decisión de este grupo fue configurar una estrategia que tuviera tres “instantes” comunicacionales para cada denominación.

El primero era el “develamiento”. Siguiendo las experiencias internacionales—que también recogió la empresa asesora de su experiencia con el cambio del billete dólar— se mostraría primero la imagen del billete y sus características de reconocimiento, para que la población se fuera familiarizando. Esta fase se prolongaría por uno a dos meses y durante ese período, todo el trabajo de comunicación se haría solamente con

Once the two agencies were contracted to handle the communication, a communications committee was formed to meet weekly in order to identify and evaluate the actions that would need to be taken throughout the process, as well as to prepare proposals for the Board’s approval.

The committee, which was coordinated by Currency Research and Development analyst Ana María Sáenz and directed by the General Manager of the Bank, was also tasked with analyzing the content and images of the television, radio, print and digital advertisements, as well as the posters to be distributed throughout the country.

The committee also appraised the media strategies for the diffusion of each banknote, in accordance with the budget established by the Board, and the events for introducing the new denominations.

In addition to the coordinator and the General Manager, the committee included Iván Montoya, the Central Bank Treasurer; Claudia Varela, Corporate Affairs Manager; Luis Alvarez, Communications Advisor; and Claudia Bentjerodt, Head of Currency Research and Development. External participants included representatives from *J Walter Thompson* and *Burson-Marsteller* and consultant Fernando Bignon.

This group defined a strategy that was structured around three communication “moments” for each denomination.

The first was the unveiling of the new banknote. Following international experience—including the consulting press agency’s experience with the change in the U.S. dollar note—the initial introduction of the banknote involved presenting a replica of the image and a description of its security features, in order to familiarize the population with the new note. This phase would last for one to two months, during which all the communications work would use reproductions of the banknote. Television materials



reproducciones de la imagen del billete, para lo cual se elaboraron cartillas especiales que pudiesen ser mostradas en televisión y gigantografías que reproducían la imagen del reverso y el anverso incluyendo sus microtextos y cuyas dimensiones eran de alrededor de 70 centímetros de alto por 140 de largo. Por disposiciones reglamentarias fundadas en razones de seguridad, todas las imágenes estarían marcadas con la palabra espécimen.

El segundo era la “puesta en circulación”. Era el momento en que cada billete dejaba de ser una imagen para quedar físicamente a disposición del público. Este instante fue marcado con un acto simbólico, en que el Presidente del Banco compraba algún artículo o servicio que tuviese algún valor cercano al de la denominación que comenzaba a circular. El producto o servicio tenía que evitar en cuanto fuera posible vincularse a marcas comerciales.

El tercer instante era la campaña publicitaria, que incluía televisión, radio, medios escritos y digitales y algo de vía pública.

Los dos primeros instantes, que buscaban la difusión masiva en prensa, consideraban la entrega de información detallada en conferencias de prensa ofrecidas por el Presidente del Banco, junto al Gerente General y el Gerente Tesorero. Todos ellos, más otros tres voceros, quedaban disponibles para dar entrevistas a los medios que lo requiriesen. ❁

included special brochures and oversized posters (70 centimeters wide by 140 centimeters long) showing the obverse and reverse, including the micro-printing. For security reasons, all the reproductions were stamped with the word specimen.

The second communication moment was the issuance, when a given banknote moved out of the replica phase and was physically placed at the disposal of the public. This moment was observed with a symbolic act, in which the Governor of the Central Bank purchased some product or service for a value close to the denomination being issued. Care was taken to avoid products or services that might appear to be an endorsement of a particular brand or outlet.

The third communication moment was the advertising campaign, which included television, radio, print and digital media, as well as a few town hall events.

The first two moments, which required massive communication in the press, involved the delivery of detailed information in press conferences held by the Governor of the Central Bank, together with the General Manager and the Treasurer.

These officials and three additional spokespersons were available for questions or interviews with the media as needed. ❁

Mensajes clave

Key messages

Con la partida del primer billete se iba a poner en práctica una batería de mensajes que debían dar un marco a todo el reemplazo, de manera que hicieran sentido en la población, que fueran adoptados rápidamente y que los incorporaran a su vida diaria.

Eran muchos los cambios. La coherencia de estos mensajes era fundamental, por lo que, con algunos matices y pequeños cambios acordes a las características de cada denominación reemplazada, se irían repitiendo a lo largo de todos los anuncios.

De partida, el nuevo billete de 5.000 pesos era no solamente el primero de la nueva familia, sino también hecho en polímero, lo que le introducía una serie de novedades en el diseño.

El mensaje paraguas era el concepto creativo que se desarrolló en la campaña publicitaria: “Una Familia de Nuevos Billetes para Chile”, que rendían homenaje a los personajes de nuestra historia, que eran integradores, fáciles de reconocer y que tenían un diseño innovador, que incorporaba avanzados adelantos tecnológicos.

Chile era capaz de adaptarse a la modernidad e introducir innovaciones que habían adoptado países de vanguardia. La incorporación de tecnologías de punta, permitiría que estos medios de pago fuesen más seguros.

Otro mensaje fue que era la primera vez en 30 años que Chile hacía un cambio de toda su familia de billetes sin mediar un proceso de crisis económica o un fenómeno inflacionario. Con ello, se ponía de relieve un elemento histórico, ya que no había registros de un cambio tan profundo basado en exigencias de modernización.

Aunque el último de los existentes había sido puesto en circulación en el año 1999 (con el ya mencionado cambio a papel polímero en el año 2004, a modo de experimentación), los diseños y tecnologías utilizadas eran

With the first banknote to be released, the Central Bank had to communicate a battery of messages that would establish the framework for the replacement of the rest of the series. The change had to make sense to the population if the banknotes were to be quickly adopted and incorporated into daily life.

There were many changes. It was crucial that the messages be coherent, since they would be repeated throughout the process as each new denomination was released, with minor adjustments to reflect the particulars of each note.

To start, the new \$5,000 note was not only the first in the new family to be released, but also the first to be made on a polymer substrate, which implied a whole series of novelties in design.

The umbrella message was the creative concept developed for the advertising campaign: A Family of New Banknotes for Chile. The message emphasized that the new notes celebrated Chile's important historical figures, were integrative and easy to recognize, featured an innovative design and incorporated the latest technological advances.

Chile was capable of adapting to the modern world and introducing innovations being used in leading countries. The incorporation of state-of-the-art technologies would improve the security of the currency.

Another message was that this was the first time in 30 years that Chile had completely changed the entire family of banknotes, in the absence of an economic crisis or high inflation. This added a historical element to the process, since there was no record of such a major change being implemented in response to the demands of modernization.

Although the last of the existing banknotes had been issued in 1999 (with the experimental switch to a polymer substrate in 2004), the designs and



prácticamente las mismas que se usaban desde la introducción en 1978, del billete de 1.000 pesos. El concepto de un cambio en más de 30 años era perfectamente coherente con lo que se estaba haciendo.

Otro mensaje era la integración. Billetes integradores porque su diferencia de tamaño permitiría una mayor facilidad de reconocimiento a personas no videntes. Para personas con dificultades de visión se incorporaba otro elemento: diferencias más notorias en sus colores.

La integración también estaba incorporada en los símbolos, con el *Antú*, de especial significado para el pueblo mapuche, y en los paisajes del reverso, que destacan las bellezas naturales que caracterizan a Chile y que son motivo de orgullo de su pueblo.

La mantención de los personajes históricos estaba respaldada en los mensajes de cada billete por una información precisa acerca de la pieza artística en que estaba basada la imagen. Luego de la puesta en circulación de cada billete, el Banco Central montó exposiciones temáticas sobre cada personaje que incluían la foto, la pintura o el grabado en que estaba basada su imagen.

Otro elemento simbólico era haber realizado este reemplazo inmediatamente antes, durante e inmediatamente después del Bicentenario de la Independencia de Chile.

Preocupación especial era también para el Banco evitar la sensación de que los billetes nuevos dejaban a los antiguos sin valor, por lo que se debía reiterar siempre que ambos convivirían durante todo el proceso de reemplazo, porque los antiguos irían desapareciendo paulatinamente de circulación. Era preciso insistir en que los billetes nunca pierden su valor nominal.

La cadena de transmisión de estos nuevos medios de pago constituía un aspecto sensible de los mensajes. Los nuevos billetes llegarían primero a

technologies used were practically the same as those used to produce the \$1,000 note that had been introduced in 1978. The concept of a change after more than 30 years was perfectly consistent with what was happening.

Still another message was integration. The new banknotes were integrative due to their size differences, which facilitate recognition by the blind, and their distinctive colors, which help the visually impaired.

Integration is also present in the symbols, with the *Antú* on the front and the landscapes on the back. These design elements highlight the natural beauty of Chile, which is a source of pride for our community.

The messages also provided specific information on the pieces of artwork used for the images of the historical figures. After each note was issued the Central Bank organized an exhibit on the given figure, featuring the photo, painting or engraving that was the basis for the picture on the banknote.

Another symbolic element was the timing of the replacement, which took place immediately before, during and immediately after the Bicentennial of Chile's Independence.

A particular concern for the Bank was avoiding the sensation that new banknotes rendered the old notes worthless. It was therefore important to repeatedly and consistently state that the two versions would circulate together throughout the whole replacement process, while the old notes were gradually taken out of circulation. In fact, the old banknotes never lost their face value.

The distribution chain of the new currency was a sensitive aspect of the messages. The new banknotes would first be released through bank branches and then very gradually through automated teller machines (ATMs), because the latter had to be manually adapted to deliver the banknotes, given their different sizes and material. It was difficult to

través de las sucursales bancarias y muy gradualmente a través de cajeros automáticos, porque estos últimos debían ser adaptados manualmente para entregar estos billetes, dadas sus diferencias de tamaño y su material. Era difícil que la comunicación masiva entrara en los aspectos técnicos de cada uno de los más de 8.000 cajeros automáticos del país.

Toda la información sobre la nueva familia, con imágenes fotográficas, videos e información escrita iba siendo incorporada a un sitio web creado exclusivamente para este tema. La página www.nuevosbilletes.cl era el lugar más adecuado para informarse con mucho mayor detalle.

Los videos, que formaban parte del material entregado a la prensa, mostraban el proceso de impresión de cada una de las denominaciones, en imágenes enviadas por las respectivas empresas impresoras. Contenían además un conjunto de preguntas frecuentes que podrían hacerse a la luz de este cambio y que también fueron incorporadas al sitio web respectivo.

Institucionalmente, el Banco Central debía hacer presente en los mensajes el mandato que le establece su Ley Orgánica Constitucional de velar por el normal funcionamiento de los pagos externos e internos, así como las atribuciones para la emisión de billetes y acuñación de monedas. Con este mismo propósito es que el Banco debía desarrollar sus proyectos con visión de largo plazo, de manera que los adelantos tecnológicos no terminaran afectando la confianza y seguridad en los medios de pago.

La noticia de una nueva familia, con el develamiento de la imagen y la puesta en circulación de cada una de las denominaciones estuvo siempre en todos los noticiarios centrales de la televisión local, en programas de radio y en la prensa escrita. Los voceros del Banco pudieron distribuirse por distintas estaciones televisivas para hablar de esta noticia.

Encuestas periódicas como las que cada dos años hace el Consejo Nacional de Televisión señalan persistentemente que más de un 80% de la población chilena se informa por este medio, por lo que allí se concentraba gran parte de los esfuerzos con la prensa.

La radio contribuyó especialmente a difundir la información por todos los rincones del país. Es el medio de mayor penetración en localidades pequeñas o aisladas, por lo que era un adecuado vehículo para llegar con el mensaje a lugares de difícil acceso. La prensa escrita, en tanto, puso el acento en aspectos técnicos difíciles de transmitir por medios audiovisuales.

Los voceros del Banco estuvieron siempre disponibles para atender cualquier solicitud de entrevista o de antecedentes, fuera del medio que fuera y de cualquier rincón del país.

Prácticamente todos los medios de comunicación publicaron estas noticias de manera siempre positiva y recogieron los mensajes transmitidos por el Banco Central. Hubo, por supuesto, situaciones polémicas, pero fueron escasas y focalizadas. ❀

employ mass communications to address the technical aspects of adapting over 8,000 ATMs in the country.

All the information on the new family of banknotes, including photographs, videos and written material, was steadily incorporated on the website created exclusively for this purpose. The web page www.nuevosbilletes.cl was the best place to learn more about the banknotes.

The videos, which were included in the press material, showed the printing process for each of the denominations, in a filming provided by the printers. They also contained a set of frequently asked questions about the change, which were also added to the website.

From an institutional perspective, the messages had to address the Central Bank's mandate, established in its Basic Constitutional Act, to safeguard the normal operation of the internal and external payment systems, as well as its authority to print banknotes and mint coins. To fulfill this mandate, the Bank must take a long-term approach in developing its projects, to ensure that technological advances do not end up undermining the public's confidence in the currency and the security of the banknotes.

The news of a new family of banknotes, with the unveiling of each image and the putting into circulation of each denomination, was always featured on the main local television and radio news programs and in the written press. The Bank's spokespersons shared the task of visiting different television stations to talk about the event.

Industry surveys, such as the biennial survey carried out by the National Television Council, consistently show that over 80% of the Chilean population get their news from television, so a large share of the Bank's press efforts were concentrated on this medium.

Radio was an important means of communication for reaching the farthest corners of the country. It has the greatest penetration in small hamlets and isolated areas, so it was the best vehicle for getting the message into remote areas. The print media, in turn, was used to focus on technical aspects that are difficult to communicate through audiovisual means.

The Bank's spokespersons were always available to answer any questions or give interviews—for any media source and in any corner of the country.

Practically all the communications media reported the news from a positive perspective and picked up all the messages issued by the Central Bank. There were, of course, a few controversies, but they were few and isolated cases. ❀

Toque, mire, incline

Touch, Look, Tilt

Cada intervención pública para comunicar la imagen o puesta en circulación de un nuevo billete debía ser todo lo reiterativo posible en la enumeración de sus características de reconocimiento y de seguridad, de manera que el público las hiciera parte de su acervo y que pudiera detectar sin esfuerzo que eran superiores a las de los billetes antiguos.

Una manera práctica de lograr mayor atención a este mensaje era agrupar las características en tres movimientos que el usuario de un billete podía hacer para reconocerlo: “toque”, “mire” e “incline”.

Tocar el billete permite, en el caso del polímero (1.000, 2.000 y 5.000 pesos), sentir sin esfuerzo esta textura, irreproducible en otro tipo de papel y una impresión en relieve en los bordes, en el retrato, en los números y en el texto. En el caso de los de 10.000 y 20.000 pesos, es fácilmente detectable, además, la textura del papel algodón.

El “mire” invita a tomar el billete y ponerlo a contraluz, para descubrir otras características de reconocimiento. A simple vista, cada uno por el anverso y por el reverso tiene un conjunto de líneas curvas que, a contraluz, completan el número de la denominación correspondiente.

Los de polímero tienen una ventana transparente con una reproducción más pequeña del retrato del personaje y una línea curva dentro de la cual se repite también el número de la denominación correspondiente. En los de papel, esta acción permite detectar una marca de agua con el rostro del personaje y bajo la cual, se puede ver el número de cada denominación. También se puede ver un hilo de seguridad que no aparece a simple vista.

Inclinar el billete permite, en los de polímero, que el *Antú* colocado en su extremo izquierdo cambie desde el color predominante al color oro. En los de papel algodón hay una franja en tercera dimensión o franja 3D,

Every public statement to communicate the design or entry into circulation of a new banknote had to use the opportunity to list the identification and security features, so that they would become part of the stock of public knowledge and people would easily appreciate that the new notes were superior to the old ones.

A practical way to focus attention on this message was to group the features into three categories, based on the actions used to recognize a banknote: touch, look and tilt.

By touching a polymer banknote (\$1,000, \$2,000 and \$5,000 notes), the user can easily identify the texture, which cannot be reproduced on any other type of paper, and the raised print on the edges, the portrait, the numbers and the text. In the case of the \$10,000 and \$20,000 notes, the texture of the cotton paper is quite distinctive.

When looking at the banknote, the user can hold it against a light to reveal additional security features. Both the front and the back have a set of curved lines that, when backlit, complete the number of the given denomination.

The polymer notes also have a clear window with a small copy of the portrait and a curved line along the border that repeats the number of the denomination. On the cotton paper notes, holding the banknote to the light reveals a watermark composed of the portrait and the number of the denomination, as well as a security thread that is not otherwise visible.

Tilting the banknote, in the case of polymer, causes the *Antú* on the far left to change from the color of the note to gold. The cotton paper notes have a 3D strip or Motion thread containing a series of tiny *Antús*, which move when the note is tilted. On the reverse of the \$10,000 and \$20,000 notes, tilting the paper makes the lower denomination change color, from blue to green and from orange to brown, respectively.

al interior de la cual se mueven unos pequeños *Antú*. En el reverso de las denominaciones de 10.000 y 20.000 pesos, al moverlos, el número respectivo cambia de color desde azul o naranja a verde o café, respectivamente.

Estas tres acciones predominaron principalmente en las piezas publicitarias publicadas en la prensa escrita y en los afiches que se distribuyeron en todo Chile, pero además, fueron utilizados como mensajes comunicacionales en las apariciones de voceros en televisión. ❁

These three actions were emphasized in the ads published in the written press and on the posters distributed throughout Chile. They were also incorporated into the message communicated by the spokespersons in television appearances. ❁

Características de reconocimiento de los billetes de polímero

Mire

- Admirar fotografías con el reconocimiento del billete al mirar a través del vidrio.
- Verificar el movimiento del *Antú* mediante el espejo de la denominación del billete.
- Verificar la presencia del *Antú* en la zona de seguridad.

Toque

- Verificar el relieve de la imagen del billete.

Incline

- Verificar que cambia de color el número del billete.

Dispositivos Especiales

- Examinar con el billete que al girarlo el número y el relieve se cambian y se ven en color azul o naranja.
- Mostrar el *Antú* al acercar y alejar el billete.

Características de reconocimiento de los billetes de papel algodón

Mire

- Verificar el relieve del billete y del *Antú* en la zona de seguridad.
- Verificar que cambia de color el número del billete.
- Verificar la presencia del *Antú* en la zona de seguridad.

Incline

- Verificar que cambia de color el número del billete.

www.nuevosbilletes.cl



Izquierda. Afiche con las características de reconocimiento de los nuevos billetes. **Derecha.** Características de seguridad de los billetes: marca coincidente en el de 1.000 pesos, *Antú* que cambia de color en el de 5.000 pesos y marca de agua en el de 2.000 pesos.

Left Poster with the recognition characteristics found on the new banknotes. **Right** Security features on the banknotes: marca coincidente on the 1,000-peso note, *Antú* that changes color on the 5,000-peso note, and the watermark on the 2,000-peso note.

Anuncio y develamiento

Announcement and unveiling

El 24 de marzo del año 2008, el Banco Central emitió la primera información pública que comunicaba una actualización del diseño de los billetes chilenos y lo enmarcaba dentro de las actividades de conmemoración de los 200 años de la Independencia de Chile.

Se daba a conocer que se renovarían el diseño y las características de seguridad de estos medios de pago, porque sus especificaciones técnicas habían estado vigentes, en promedio, durante 17 años. Ya en ese momento se informaba que serían más fáciles de reconocer por el público y por las personas con discapacidad visual y se anticipaba que se comunicaría oportunamente a la ciudadanía los aspectos esenciales de este proyecto, en la medida en que se fuesen cumpliendo las etapas correspondientes.

El 19 de diciembre del año 2008, se emitió una nueva nota de prensa, en la que se anunció que la renovación del diseño de los billetes sería un proceso gradual que comenzaría en el segundo semestre del año 2009. Añadía la nota que este proceso se extendería por un lapso de dos años y entregaba información nueva de especial relevancia. Señalaba que los billetes mantendrían sus denominaciones y los personajes de su anverso, pero que tendrían distintos tamaños para facilitar su reconocimiento e indicaba que tres denominaciones de estos nuevos billetes serían en sustrato de polímero y dos en papel. En la misma nota, se informaba que ya había finalizado la fase de selección y adjudicación internacional de las empresas que producirían estos billetes. Se advertía a la ciudadanía que no habría más detalles sobre esta información por razones de seguridad.

Una de las aristas más complejas de todo el proceso de difusión era precisamente la seguridad en la entrega de información pública. Por tanto, el proceso debía llevarse a cabo conciliando permanentemente las exigencias de seguridad con las necesidades de un conocimiento masivo y

On 24 March 2008, the Central Bank issued the first public announcement of the modernization of the Chilean currency. The statement was framed in the context of the activities commemorating the 200th anniversary of Chile's Independence.

It was announced that the design and security features of the currency were being renewed because the current technical specifications had been in force for 17 years. At the same time, it was reported that the new banknotes would be easier for the general public and the visually impaired to recognize, and that there were plans to issue timely statements on the essential aspects of the project, as it advanced through the different phases.

On 19 December 2008, a new press release was issued to announce that the renovation of the banknote design would be a gradual process that was scheduled to start in the second half of 2009.

The press release further indicated that the process would be stretched over a period of two years, and it provided additional information on the series. Specifically, the banknotes would retain their current denominations; the same historical figures would be featured on the obverse to facilitate identification; and three of the new denominations would be printed on polymer substrate and two on cotton paper.

The press release also mentioned that the companies that would produce the banknotes had been selected and awarded contracts, following an international tender.

Finally, the statement indicated that no further details would be provided for security reasons.

Security in the delivery of public information was one of the most complex aspects of the communication process. The Bank had to continuously reconcile security requirements with the need for massive



En una ceremonia realizada en agosto de 2009, la entonces Presidenta Michelle Bachelet y el entonces Presidente del Banco Central, José De Gregorio, develaron la imagen del billete de 5.000 pesos, el primero de la Nueva Familia.

In a ceremony held in August 2009, then President Michelle Bachelet and then President of the Central Bank José De Gregorio unveiled the image of the 5,000-peso banknote, the first of the new series.

favorable de las múltiples características que tendría el reemplazo de los antiguos billetes por una nueva familia. La comunicación más trascendente debía hacerse, por tanto, con simultaneidad y sin filtraciones, de manera que todos los medios de comunicación tuvieran acceso a ella al mismo tiempo. En este tema nadie podría dar un golpe noticioso adelantando la imagen de un billete o teniendo en su mano un ejemplar antes de que se pusiera oficialmente en circulación.

Para dar realce al anuncio de la nueva familia y marcar el punto de partida de la última y más importante fase de este proceso, el Consejo del Banco decidió la realización de una ceremonia para anunciar que comenzaba el reemplazo de todas las denominaciones de billetes existentes y que se haría en forma gradual, comenzando por el billete de 5.000 pesos, que reemplazaría paulatinamente al que circulaba desde julio del año 1981.

El 5 de agosto del año 2009 se publicó en la web institucional una breve nota de prensa, para anunciar que el día martes 18 del mismo mes se realizaría una ceremonia de develamiento de una nueva familia de billetes y que al evento estaban invitadas las más altas autoridades de la Nación.

public awareness and a favorable opinion of the many different facets of the replacement of the old banknotes with the new series.

Consequently, the most important communications had to be simultaneous, direct and unfiltered, so that all the communications media had access to the information at the same time. It was crucial that no one in the media could leak a story early, unveil the image of a banknote before the Bank or procure a sample note before it was in circulation.

To spotlight the announcement of the new family of banknotes and to mark the beginning of the final and most important phase of the process, the Board of the Central Bank decided to hold a ceremony to announce the launch of the gradual replacement of all the denominations of existing banknotes. This process would start with the \$5,000 note, which would slowly replace the note that had been in circulation since July 1981.

On 5 August 2009, a short press release was published on the Bank's website announcing that on Tuesday, 18 August, a ceremony would be held to unveil the new family of banknotes. The nation's highest authorities were invited to attend the event.



Una de las conferencias de prensa en que se mostró la imagen de uno de los nuevos billetes, realizada en el salón auditorio del Banco Central.

One of the press conferences in which the image of one of the new banknotes was shown, held in the auditorium of the Central Bank.

Para ese entonces, ya se había realizado una serie de trabajos. Estaba en plena elaboración el *spot* de televisión, que se estrenaría junto con la campaña publicitaria cuando se pusiera en circulación el primer billete y se habían diseñado los avisos de prensa escrita y las frases de radio.

Burson and Marsteller realizó un intenso taller de preparación de voceros, que incluyó al Gerente General, los gerentes de Tesorería, Asuntos Institucionales, Asesor de Comunicaciones y la Jefa del Departamento de Investigación y Desarrollo de Circulante, todos ellos ejecutivos del Banco. Cada uno de los Consejeros del Banco recibió un entrenamiento especial en el tema.

Las tareas previas del área comunicacional incluyeron la elaboración de documentos con mensajes claves y anticipos de posibles preguntas y respuestas que fueron ensayadas con los voceros.

El éxito de la gestión comunicacional debía estar en la mayor concordancia entre los mensajes contenidos en discursos, comunicados, notas de prensa e intervenciones de voceros y el contenido de lo que se dijera en noticieros de televisión y radio y artículos de prensa escrita o digital.

El martes 18 de agosto del año 2009 y con la presencia de la entonces Presidenta de la República, Michelle Bachelet, el Presidente del Banco Central de Chile anunció oficialmente en nombre del Consejo que por primera vez en 30 años, se iniciaba un proceso de renovación de toda la familia de billetes que circulaba en el país “para adaptarse a las exigencias del mundo moderno, altamente tecnologizado y globalizado”.

El concepto de modernización tecnológica estuvo plenamente reflejado en la ceremonia. En una pantalla gigante de alta resolución, los asistentes —autoridades ministeriales, ex presidentes del Banco, ejecutivos del área financiera, miembros del cuerpo diplomático, artistas, intelectuales,

A lot of work had gone into preparing for this moment.

The television commercial was in full production; it was scheduled to run as part of the advertising campaign when the first banknote was put into circulation. The print ads and radio blurbs had also been designed and written.

Burson-Marsteller organized an intensive workshop to prepare the spokespersons, including the Central Bank’s General Manager, Treasurer, Corporate Affairs Manager, Communications Advisor and Head of Currency Research and Development. All the Board Members also received special training in this area.

The communications area had already done a lot of work drawing up key messages and anticipating possible questions and answers, which were used to prepare the spokespersons.

The success of the communications work would manifest in the consistency of the messages conveyed in speeches, announcements, press releases and spokesperson appearances and in the content of television and radio news reports and print and digital news articles.

On Tuesday, 18 August 2009, with then-President Michelle Bachelet in attendance, the Governor of the Central Bank officially announced, in the name of the Board, that for the first time in 30 years, the Bank had initiated the process of renovating the entire family of banknotes currently in circulation in the country, “in order to adapt to the demands of the globalized, highly technological, modern world.”

The concept of technological modernization was fully reflected in the ceremony. A giant high-resolution screen exhibited the production process of the new banknotes and provided the first showing of the design of the \$5,000 note, the first in the new family of banknotes. The audience included

ejecutivos de la Institución y un numeroso contingente de periodistas—pudieron ver el proceso de producción de los nuevos billetes y apreciar de manera paulatina y por primera vez la imagen que tendría el billete de 5.000 pesos, primero de la nueva familia.

“El Banco Central, como consecuencia de un proceso permanente de reconocer nuevas tendencias, adaptarse a nuevos escenarios e innovar conforme a la evolución natural, desarrolló una nueva familia de billetes que incorpora tecnologías de punta, para anticiparse a la posibilidad de que en un futuro no lejano, estas tecnologías transformen a los billetes actuales en medios de pago poco seguros”, dijo el Presidente del Banco en su discurso.

Recordó que “la memoria de una nación reside, en gran parte, en su pasado material. Las monedas y billetes son una expresión de ese patrimonio, que pasaron de ser objetos de transacción a símbolos de la historia de Chile. Tanto en monedas como en billetes se pueden apreciar los rasgos más significativos de la evolución económica y social de nuestro país, como también de su desarrollo artístico, plasmado en el metal o en los grabados en las emisiones de billetes. Este patrimonio plantea una reflexión sobre la identidad de una Nación, que se apronta a celebrar el Bicentenario del inicio del proceso de su vida independiente. Estos pequeños objetos que conocemos como billetes, y que han formado parte de la cotidianidad de los habitantes de este país, nos hablan del pasado, del presente y ahora del futuro de nuestra Nación”.

Por su parte, la Presidenta Michelle Bachelet dijo que “estos nuevos billetes son un regalo que el Banco Central le hace a todos los chilenos en esta fiesta del Bicentenario de nuestra Patria”.

“Un regalo que, por supuesto, se destaca por sus características técnicas, el alto estándar tecnológico de su producción, pero por sobre todo, por este aporte simbólico a las fiestas del Bicentenario”, agregó.

Era una ceremonia de preparativos enormemente complejos. La imagen del billete era un completo secreto. La conocían muy pocas personas en el Banco y había que extinguir cualquier posibilidad de que se filtrase antes del develamiento. Se adoptaron exigentes medidas de seguridad para mantenerla en reserva, medidas que se repitieron en todos los billetes posteriores y que permitieron que en ninguno de ellos, la imagen se conociera antes de que el Banco la presentara oficialmente a la ciudadanía.

La razón de estas precauciones está justamente en la seguridad. Una filtración puede alterar la confianza en la solidez del medio de pago, ya que el público podría percibirlo como proveniente de una institución que no es capaz de mantener altos estándares de rigurosidad.

Como el develamiento de la imagen se realizaba mediante técnicas digitales que se revelarían en la pantalla gigante ubicada en el lugar de la ceremonia, la empresa que montó el evento —*Árbol de Color*— pudo tener acceso a ella recién el día anterior y con un contrato que contenía estrictas normas de confidencialidad.

government officials, former governors of the Central Bank, financial executives, academics, artists, intellectuals, Central Bank executives and a large contingent of journalists.

“As part of an ongoing effort to recognize new trends, adapt to new scenarios and foster a natural process of innovation, the Central Bank has developed a new family of banknotes that incorporates state-of-the-art technologies, in order to stay ahead of the possibility that in a not-so-distant future, these technologies could transform our existing banknotes into unsafe means of payment” said the Governor of the Central Bank in his speech.

He further described how “the memory of a nation resides, to a large extent, in its material past. Our coins and banknotes are an expression of that heritage. More than a transaction device, they are symbols of Chile’s history. Both coins and banknotes record the most significant features of the economic and social evolution of our country, as well as its artistic development, captured in the metal and in the banknote engravings. This heritage invites us to reflect on the identity of a nation, which will soon celebrate the Bicentennial of its Independence. These small objects that we know as banknotes, and that are part of the daily lives of the people of this country, speak to us of the past, the present and now the future of our nation.”

President Michelle Bachelet commented that “these new banknotes are a gift from the Central Bank to all Chileans during our country’s bicentennial celebration.”

“A gift that is notable for its technical characteristics, for the high technological standards of production and especially for its symbolic contribution to our bicentennial celebration,” she added.

Preparations for the ceremony were extremely complex. The banknote design was a complete secret, known by very few people within the Bank. There had to be no possibility whatsoever of it being leaked prior to the unveiling. Strict security measures were thus taken to keep the design confidential. These measures were implemented for each of the subsequent banknotes, so that none of the images were known before the Bank officially presented them to the nation.

The reason for these precautions was, precisely, security. A leak could have undermined public confidence in the strength of the currency, by creating the impression that the Central Bank was incapable of maintaining the highest standards of control.

Since the unveiling was to be a digital presentation on a giant screen set up for the ceremony, the company that organized the event (*Árbol de Color*) was not given access to the screen until the day before the event, and the concession contract contained strict confidentiality clauses.

The unveiling ceremony was followed by a press conference with the Governor, the General Manager and the Treasurer of the Central Bank. They discussed in detail the reasons for the change and the characteristics of the new banknotes.



Conferencia de prensa en que se develó la imagen del billete de 2.000 pesos.

Press conference in which the image of the 2,000 peso banknote was unveiled.

A la ceremonia de develamiento siguió una conferencia de prensa ofrecida por el Presidente del Banco, el Gerente General y el Gerente Tesorero. Allí abundaron en detalles sobre las razones del cambio y las características que tendría la Nueva Familia.

Entre las 13,30 y las 15,30 horas del 9 de septiembre, se exhibió en la pantalla digital gigante que está ubicada en la esquina del Paseo Ahumada con Moneda, pleno centro de Santiago, un video con imágenes del develamiento y del nuevo billete. Estudios de mercado aseguran que por allí transitan unas 350 mil personas por día y que las imágenes de esa pantalla tienen un nivel de recordación por parte de la audiencia de un 87%.

Poco después, el Banco suscribió un acuerdo con la Biblioteca de Ciegos de Chile para distribuir cartillas especiales para discapacitados visuales, que contenían una reproducción del tamaño que tendría cada billete y que estaban impresos en Braille con la frase Nuevos Billetes para Chile. De esta forma, los no videntes podrían ir acostumbrándose a estos nuevos tamaños que les permitirían reconocerlos más fácilmente.

Uno de los aspectos más relevantes de la estrategia global de comunicación que consideraba tres instantes, era que sólo en el momento en que se develaba la imagen se daba a conocer el día en que comenzaría a circular. Del mismo modo, siempre se mantuvo en secreto —excepto para el último por razones evidentes— la información sobre cuál sería el próximo billete que entraría en circulación. Ello, aunque la secuencia del cambio ya estaba absolutamente definida, porque la reserva permitía ultimar todos los detalles con tranquilidad y calendarizar adecuadamente las entregas del producto que enviarían los impresores desde Suecia y Australia. ❁

On 9 September, a video of the unveiling and the new banknote design was shown on a giant digital screen located on the corner of Paseo Ahumada and Moneda in downtown Santiago, from 1:30 to 3:30 p.m. Market studies show that over 350,000 people pass that corner every day, and the audience of the video had an 87% recall level.

Shortly thereafter, the Bank signed an agreement with the Chilean Library of the Blind to distribute special brochures for the visually impaired, which were printed in Braille with the phrase New Banknotes for Chile and included an actual-size reproduction of each banknote. This would enable the blind to become familiar with the new sizes, which would facilitate identification and use.

One of the most important aspects of the general communications strategy, which was broken down into three moments, was the issue date of a given banknote was announced at the unveiling, and not before. Similarly, information on which banknote would be the next to be released was also closely guarded, with the exception of the final banknote, for obvious reasons. Although the sequence had been strictly defined, keeping it confidential gave the Bank the room to finalize the details smoothly and to schedule the delivery of the product from the printers in Sweden and Australia. ❁

Puesta en circulación

Entry into circulation

El de 5.000 pesos

El 24 de septiembre, más de un mes después del develamiento, el primero de estos nuevos billetes se puso en circulación.

Para reforzar comunicacionalmente este evento, se puso en práctica un método que sería utilizado para todas las denominaciones posteriores y que consistió en realizar un acto simbólico de compra de un bien o de un servicio. En este caso, el Presidente pagó con un nuevo billete de 5.000 pesos a un lustrabotas de la calle Bombero Ossa, en el centro de Santiago, con lo que puso oficialmente en circulación este nuevo medio de pago.

Sólo a partir de ese momento, las instituciones bancarias que desde la noche anterior ya poseían partidas del nuevo billete comenzaron a ponerlo a disposición de sus clientes en las sucursales de todo el país, incluyendo la provincia de Isla de Pascua.

Decenas de fotógrafos y camarógrafos tomaron imágenes de este primer pago simbólico y pedían al lustrabotas que mostrara el nuevo billete (tuvo que dar cambio porque el precio de la lustrada era de 500 pesos, más otros 500 que su cliente le dio de propina).

Poco antes, en un café que está al frente del kiosco donde trabaja el lustrabotas, el Presidente del Banco, junto al Gerente General y al Gerente Tesorero ofreció una conferencia de prensa en la que presentó oficialmente este nuevo billete y dio a conocer todas sus características.

Ese mismo día, por la tarde, el Vicepresidente del Banco anunció oficialmente la puesta en circulación a la comunidad de la Región de Valparaíso, a la que pertenece el Parque Nacional La Campana, que está en el reverso del billete de 5.000 pesos. A la ceremonia asistieron altas autoridades regionales y se realizó en el Sporting Club de Viña del Mar.

The \$5,000 note

On 24 September, just over a month after the unveiling, the first of the new banknotes was issued.

A public relations tactic was designed to support the event and then used for all the subsequent denominations: namely, a symbolic purchase of a good or service.

In this case, the Governor of the Central Bank used a new \$5,000 note to pay for a shoeshine on Bombero Ossa street in downtown Santiago. This officially put the new currency into circulation.

Although the banks had taken delivery of the new banknotes the night before, they had to wait until after the official launch to begin distributing them to their customers at branches around the country, including Ester Island.

The first symbolic payment was recorded by dozens of photographers and camera crews, who asked the shoeshiner to display the new note. (The shoeshiner had to give the Governor change, since the price of the shoeshine was only 500 pesos, plus another 500 left as a tip.)

Afterwards, the Governor, the General Manager and the Treasurer held a press conference in a café across from the shoeshiner's kiosk. They officially presented the new banknote and described all its design features.

That same afternoon, the Deputy Governor of the Bank, Jorge Desormeaux, officially announced the entry into circulation in Valparaíso and Viña del Mar. The ceremony, which was attended by the highest regional officials, was held at the Sporting Club in Viña del Mar, in the Valparaíso Region. This region is home to the La Campana National Park, which is featured on the reverse of the \$5,000 note.

The first delivery to the banks comprised 12.5 million notes, which



Página actual y siguiente.
Puesta en circulación de los billetes de 5.000, 10.000, 20.000 y 2.000 pesos.

Current and next page. The release to circulation of 5,000-, 10,000-, 20,000-, and 2,000-peso banknotes.

La primera partida que se entregó a los bancos fue de 12,5 millones de unidades que irían creciendo paulatinamente hasta completar en aproximadamente un año las más de 70 millones de unidades en circulación.

Ese mismo día se puso en marcha la campaña publicitaria en televisión, radio, prensa escrita y medios digitales.

El de 10.000 pesos

El 6 de enero de 2010 se develó la imagen del nuevo billete de 10.000 pesos y se anunció que se pondría en circulación el 3 de marzo, es decir, dentro de aproximadamente dos meses.

Se estrenó un esquema de comunicación que sería común para las denominaciones siguientes. El Presidente del Banco, el Gerente General y el Gerente Tesorero ofrecieron una conferencia de prensa en la Sala de Consejo de la Institución. El Presidente partía leyendo un texto de presentación antes de presentar un video en que se iba develando la imagen. Una vez presentada, se descubrían gigantografías del anverso y del reverso, mientras el Presidente del Banco, apoyado por una presentación digital detallaba cada una de las características de diseño y reconocimiento de la denominación correspondiente.

Era esta una denominación con características especialmente llamativas. En el momento del reemplazo era el billete de mayor circulación y, a diferencia del anterior, sería impreso en sustrato de papel, lo que permitía aumentar las características de reconocimiento y seguridad, aun cuando no garantizaba una durabilidad mucho mayor.

Como se introducía una muy novedosa característica, ilustrativa de la modernidad tecnológica con que estaba confeccionado, se hizo un especial

would gradually be increased over the course of a year to put over 70 million notes in circulation.

The advertising campaign was launched the same day on television, radio, print and digital media.

The \$10,000 note

The design of the new \$10,000 note was unveiled on 6 January 2010. The entry into circulation was announced for 3 March, about two months later.

The unveiling was structured around a communications plan that would be used for all the subsequent denominations. The Governor, the General Manager and the Treasurer held a press conference in the Central Bank's Boardroom. The Governor opened the meeting by reading a prepared statement before showing a video unveiling the new note. The attendees were then shown a set of oversized posters of the obverse and reverse, while the Governor described the design characteristics and identification features of the denomination in question, with the aid of a digital display.

At the time of the replacement, the \$10,000 note was the banknote with the highest circulation. In contrast to the previous release, it would be printed on a cotton paper substrate, which allowed the incorporation of more identification and security features, but did not increase the lifetime of the notes.

The design included a particularly novel feature that demonstrated the advanced technology used in production, which was therefore highlighted in the presentation. Specifically, the banknote contains a 3D strip in which a series of *Antú* symbols appear to move when the note is tilted. This effect is known in the industry as Motion thread; to facilitate communication



esfuerzo en destacar la franja dentro de la cual se movían pequeños *Antú* cuando se inclinaba el billete. Para facilitar aún más su difusión, este efecto conocido en inglés como hilo *motion* fue bautizado como “franja 3D”.

El terremoto y maremoto que sacudió al centro sur del país el 27 de febrero de ese año obligó a postergar la fecha de puesta en circulación, lo que motivó una serie de decisiones logísticas, ya que la distribución de las primeras partidas en todo el país estaba a punto de entrar en su fase decisiva.

Las zonas devastadas por el sismo y el maremoto no estaban en condiciones de recibir, almacenar y distribuir los billetes, a lo que se sumaba una agenda noticiosa total y comprensiblemente copada por la catástrofe, que haría imposible colocar los necesarios mensajes comunicacionales.

Evaluando la evolución de los acontecimientos, el 15 de marzo se informó en nota de prensa que la puesta en circulación sería el día 31 del mismo mes.

Llegado el día, el Presidente del Banco marcó la puesta en circulación con la compra de un libro sobre la vida del héroe Arturo Prat en la librería del Museo de Artes Visuales (MAVI), ubicado en la tradicional plaza del Mulato Gil, en el Barrio Lastarria del centro de Santiago. Pagó con un nuevo billete de 10.000 pesos y a partir de ese momento, nuevamente los bancos quedaron liberados para comenzar a distribuirlo a sus clientes.

La conferencia de prensa previa se realizó en un café de la misma plaza, donde en el mismo esquema del anterior, el Presidente, el Gerente General y el Gerente Tesorero respondieron a las inquietudes de los periodistas.

Un 43% del total de billetes que estaba en circulación en ese momento era de 10.000 pesos, es decir, alrededor de 240 millones de unidades. La primera partida fue de 53 millones de unidades.

among the general public, the more familiar term of 3D strip was used to describe the feature.

The earthquake and tsunami that shook the country on 27 February 2010 led the Bank to postpone the issue date of the banknote. This triggered a series of logistical decisions, since the first batch of notes was ready to be distributed throughout the country.

The areas devastated by the earthquake and tsunami were in no condition to receive, store and distribute the banknotes. In addition, the news cycle was understandably dominated by the catastrophe, which would make it impossible to place the necessary messages to ensure a smooth transition.

After seeing how events unfolded, the Bank issued a press release on 15 March to announce that the launch had been rescheduled for 31 March.

When the day arrived, the Governor of the Central Bank put the first note into circulation with the purchase of a book on the life of Arturo Prat in the bookstore at the Visual Arts Museum, located on the Mulato Gil plaza in the Lastarria neighborhood of central Santiago. After he paid for the book with a new \$10,000 note, the banks were free to start distributing the notes to their customers.

The earliest press conference was held in a café on the same plaza. The Governor, the General Manager and the Treasurer answered questions from journalists, following the same setup as before.

At the time of the release, 43% of all the banknotes in circulation were \$10,000 notes, that is, around 240 million pieces. The first delivery was 53 million notes.



Puesta en circulación del billete de 1.000 pesos

The release to circulation of the 1,000-peso banknote.

El de 20.000 pesos

El 8 de junio del año 2010 se develó la imagen del nuevo billete de 20.000 pesos. Nuevamente fue una concurrida conferencia de prensa en la Sala de Consejo del Banco, donde el Presidente, acompañado del Gerente General y el Gerente Tesorero, entregó antecedentes sobre sus características de reconocimiento y seguridad y mostró por primera vez la imagen del anverso y el reverso de esta denominación.

La característica más llamativa para los objetivos comunicacionales era el color, anaranjado cobrizo, que le daba una clara identidad, en contraste con el antiguo que no tenía un color claramente definido, aunque predominaba el verde, que es el color del de 1.000 pesos.

La puesta en circulación se hizo el 28 de julio en el Patio Bellavista, del centro de Santiago. Tras una conferencia de prensa ofrecida en el lugar, el Presidente del Banco se trasladó a uno de los locales de artesanía, donde compró un mapa de Chile repujado en cobre, simbolizando así el carácter integrador de la nueva familia.

El billete de 20.000 pesos, de papel algodón y con características de reconocimiento y seguridad similares a su antecesor de 10.000 pesos, consolidaba la representación de las bellezas naturales del país. Entre los tres nuevos que estaban en circulación había paisajes del norte, centro y sur de Chile.

También se comenzaba a asentar públicamente la idea de un patrón común de diseño, algo que no había existido en la historia de estos medios de pago chilenos.

La primera partida fue de 13,8 millones de unidades, que representaba un 10% del total de billetes de 20.000 pesos en circulación.

A esa fecha, un 84% de los cajeros automáticos habían sido adaptados para billetes de 5.000 pesos y un 52%, ya daba billetes de 10.000 pesos.



The \$20,000 note

The new \$20,000 note was unveiled on 8 June 2010. As with the last release, a press conference was held in the Central Bank's Boardroom, where the Governor, accompanied by the General Manager and the Treasurer, discussed the identification and security features and revealed the front and back designs of the denomination for the first time.

From a communications standpoint, the most important characteristic was the copper orange color, which gave the banknote a clear identity. The old version did not have a well-defined color but was mostly green, the same color as the \$1,000 note.

The banknote was issued on 28 July at the Patio Bellavista, in the center of the city. After holding a press conference in the courtyard, the Governor of the Central Bank entered one of the craft shops, where he bought a map of Chile embossed in copper, to symbolize the integrative nature of the new family of banknotes.

The \$20,000 note is printed on cotton paper and has similar identification and security features as the previously released \$10,000 note. It consolidated the representation of the country's natural beauty: the three notes now in circulation featured landscapes from the north, center and south of Chile.

The public was also beginning to absorb the idea of a common design pattern, something which had never before been a feature of Chile's currency.

The first delivery comprised 13.8 million notes, representing 10% of the total \$20,000 notes in circulation.

As of that date, 84% of the ATMs had been adapted for the \$5,000 note and 52% for the \$10,000 note.

El de 2.000 pesos

El 6 de octubre se realizó la ya tradicional conferencia de prensa en la Sala de Consejo del Banco. Se mostró por primera vez la imagen del nuevo billete de 2.000 pesos, último que saldría a circulación en el año 2010 y que, a diferencia de lo que muchos pensaban, reemplazaría al que circulaba desde el año 1999 en papel y desde el 2004 en material polímero. Después de dos denominaciones en papel, se volvía a las de polímero, por lo que las características que se destacaban eran las mismas del de 5.000 pesos.

Se puso en circulación el 17 de noviembre, tras una conferencia de prensa realizada en uno de los locales del tradicional Mercado Central de Santiago. Luego, el Presidente marcó simbólicamente el hecho comprando unas frutas y pagando a una de las locatarias con un nuevo billete.

La primera partida de billetes de 2.000 pesos fue de 12,3 millones de piezas, del total de 43 millones que había que reemplazar en el lapso de aproximadamente un año.

El de 1.000 pesos

El 16 de marzo del año 2011 se mostró por primera vez la imagen del nuevo billete de 1.000 pesos, el último de la familia de nuevos billetes para Chile, en la última de las conferencias de prensa realizada en la Sala de Consejo del Banco.

Además de ser el último y el de más baja denominación, sería el de menor tamaño y sus características de reconocimiento y seguridad serían similares a las de los de 5.000 y 2.000 pesos, porque era el tercero impreso en papel polímero.

Para dar realce al cierre de este enorme proyecto, el Banco decidió ponerlo en circulación con una ceremonia a la que asistieran invitados externos y una gran parte de los protagonistas de todo el proceso, incluyendo a las personas que recibieron los primeros billetes anteriores. En el hall principal del Banco y nuevamente en una pantalla gigante, se hizo un repaso de todas las fases del proyecto, que había llegado a su etapa final con pleno éxito.

Para la puesta en circulación, se buscó a un protagonista típico de Chile y que ha sobrevivido por décadas a los adelantos tecnológicos. Un fotógrafo de la Plaza de Armas, con 27 años de oficio en el mismo lugar, tomó una fotografía al Presidente del Banco, acompañado de los expresidentes Vittorio Corbo y Carlos Massad. El precio de la foto era justamente 1.000 pesos, que José De Gregorio pagó con un billete nuevo, con lo que lo puso oficialmente en circulación y cerró el circuito de la Familia de Nuevos Billetes para Chile.

Se entregaron 34 millones de unidades de un total de 140 millones que debían ser reemplazadas, en el lapso de aproximadamente un año. ❁

The \$2,000 note

On 6 October, the now-traditional press conference was held in the Central Bank's Boardroom. The new \$2,000 note was unveiled. This would be the last banknote launched in 2010, and in contrast to what many believed, it would replace the banknote that had been in circulation since 1999 on paper and since 2004 on polymer.

After two cotton paper denominations, polymer was back. The press conference thus focused on the same design features as for the previously released \$5,000 note.

The banknote was issued on 17 November, following a press conference held in one of the businesses in Santiago's Central Market. The Governor then made a symbolic purchase of some fresh fruit, paying with one of the new notes.

The first delivery of \$2,000 notes comprised 12.3 million pieces. A total of 43 million notes would be replaced over the course of about a year.

The \$1,000 note

The new \$1,000 note was unveiled for the first time on 16 March 2011. This was the last of the new family of banknotes for Chile and the last of the press conferences on the matter held in the Central Bank's Boardroom.

In addition to being the last and lowest denomination to be released, it was also the smallest physically. Its identification and security features were similar to the \$5,000 and \$2,000 notes', as it was the third banknote printed on a polymer substrate.

To commemorate the successful completion of this monumental project, the Bank organized a ceremony for the entry into circulation of this final banknote. Invitations were sent to people outside the process, as well as to the many protagonists who had participated in the different processes, including the people who received the first banknotes. In the main hall of the Central Bank, a retrospective of all the phases of the project was presented on a giant screen.

To put the last note into circulation, the campaign sought to celebrate a Chilean tradition, with a small businessman who had for decades survived the march of technology. A photographer on the Plaza de Armas, who had been working in the same spot for 27 years, took a photo of the Governor or the Central Bank of Chile, together with former Governors Vittorio Corbo and Carlos Massad. The price of the photo was exactly \$1,000, which José De Gregorio paid with a new note. This officially put the denomination into circulation and completed the circle of the New Family of Banknotes for Chile.

The first delivery comprised 34 million banknotes; a total of 140 million pieces would be replaced in a period of approximately one year. ❁

En la prensa

In the press

Las acciones de prensa tuvieron una enorme acogida en medios de comunicación de todo el país. Las noticias de develamiento y fueron difundidas en los noticiarios de mediodía de las principales estaciones de televisión abierta y de cable, lo que se replicaba en noticiarios centrales nocturnos y al día siguiente, en los noticiarios matinales. Hubo siempre interés por contar con entrevistas en vivo, a voceros de la Institución, ya fuera de las mismas dependencias del Banco o desde los estudios de televisión. Todos ellos tuvieron siempre espacio suficiente para explicar las características de cada denominación cuya imagen se develaba o que era puesta en circulación.

Los videos y presentaciones preparadas para cada acción comunicacional fueron utilizados por los portales noticiosos de internet, que los mantuvieron por días en lugares destacados.

Las informaciones también estuvieron en la portada de algunos diarios de circulación masiva buscando en ciertos casos ángulos novedosos en torno a cada billete. Hubo dos portadas en el diario *Las Últimas Noticias*. Una sobre el nuevo retrato de Gabriela Mistral, denominado "Regio lifting" y otro con el aro en la oreja derecha de la imagen de Andrés Bello.

Consultores de *Burson and Marsteller* coordinaron la aparición de los voceros del Banco en programas de televisión y radio a lo largo de todo el país, así como entrevistas a diarios y portales noticiosos de internet. Los voceros estuvieron permanentemente disponibles para entregar toda la información solicitada sobre la nueva familia. Cada uno contaba con un juego de billetes nuevos y antiguos, así como cartillas especialmente diseñadas con la imagen y característica de las nuevas piezas, de manera que pudieran ser fácilmente mostradas en medios audiovisuales.

Hubo siempre una excelente disposición de los medios de prensa para

The press activities were well received in the communications media throughout the country. The news of the unveiling and entry into circulation of the banknotes was featured on the midday news shows on the major broadcast and cable television networks and then repeated on the evening news, as well as on the morning talk shows the next day. There was always interest in scheduling live interviews with the Central Bank spokespersons, whether at the Bank or in the television studios, and they were always given enough time to explain the characteristics of the denomination being unveiled or put into circulation.

Communications released through prepared presentations and videos were used on Internet news sites, where they were featured in a prominent location for several days.

The information was also run on the front page of some of the large national newspapers, which in some cases developed new angles for each banknote. The newspaper *Las Últimas Noticias* published two front-page stories, one on the new portrait of Gabriela Mistral and one on the earring in Andrés Bello's right ear.

The consulting agency, *Burson-Marsteller*, coordinated appearances for the Central Bank spokespersons on television and radio programs around the country, as well as newspaper and Internet interviews. The spokespersons were always available to respond to requests for information on the new banknotes. They each had a set of new and old banknotes and a specially designed brochure illustrating the various new features, which facilitated demonstrations on audiovisual media.

The press was always willing to highlight the identification features of each banknote, creating a positive synergy between the Central Bank's need to transmit its message and the media's interest in reporting



ECONOMÍA

EL MERCURIO DE ANTOFAGASTA 19
DOMINGO 8 DE AGOSTO DE 2010

Banco Central no ha tenido quejas por nuevo papel moneda
Billete de \$20.000 tuvo buena recepción

» Destacan características de seguridad incorporadas en la fabricación del dinero

JORGE MELIN FALCÓN
jmelin@mercurioantofagasta.cl

El lanzamiento del nuevo billete de \$20.000 el pasado 28 de julio fue el último paso en la modernización del papel moneda en nuestro país. Luis Álvarez, gerente de Comunicaciones del Banco Central, habló con "El Mercurio de Antofagasta" sobre este proceso.

¿Cómo evalúa esta medida?
- Padimos enviar una primera partida de billetes a todas las regiones. Se mandó un total de 13,8 millones de billetes, que equivalen al 27% del total de billetes de \$20.000 que ac-

tualmente hay en circulación.
¿Qué observaciones han hecho los usuarios?

- No hemos recibido quejas o reclamos. En el caso de los dos anteriores (\$5.000 y \$10.000), nuestras mediciones internas arrojan resultados muy positivos. Pero la mejor evaluación es que la gente paga o recibe vuelto con billetes nuevos sin rechazarlos.

SEGURIDAD

¿En qué aspectos en particular deben fijarse los usuarios?

- El nuevo billete cuenta con un diseño mucho más complejo, detalles gráficos como micro textos y una gama de colores que sólo es posible rea-



Luis Álvarez, del Banco Central, destaca la familia de nuevos billetes.

lizar con equipos de impresión de última generación. Como parte del concepto de familia, las medidas de seguridad entre denominaciones de igual material se mantienen para hacer más fácil el reconocimiento.

¿Cuáles son los detalles?
- El nuevo billete de \$20.000 cuen-

ta con una marca de agua más sofisticada que la de sus predecesores, ya que junto al retrato se agrega el texto "20MIL" como un elemento de seguridad adicional. Además bajo este sello se encuentra una imagen incompleta en cada una de las caras, que al mirar a contraluz se lee el nú-

mero 20.000 completa. También cuenta con dos hilos de seguridad: uno sólo visible a contraluz y la Franja 3D que es un hilo de seguridad más ancho que cruza al billete en forma vertical. Al inclinarlo los antojos incorporados en esta franja se mueven.



Seguirá mostrando el caracho de Manolo Rodríguez

Banco Central presentó al nuevo integrante de la Familia Billetón

M. Castilla / Email

El miércoles 17 de noviembre comenzará a circular en todo Chile el nuevo billete de 2000 pesos, que fue presentado ayer por la mañana por los capos del Banco Central. José De Gregorio, presidente del instituto emisor, explicó que el billete primero empezará a circular a través de los bancos comerciales y luego vía cajeros automáticos.

MANOLO RODRÍGUEZ

Este, al igual que el actual, será de polímero, pero su diseño presenta algunos cambios que lo harán más atractivo a los chilenos. Uno de ellos será privilegiar el rostro de Manolo Rodríguez, basado en un



EL PRESIDENTE DEL BANCO CENTRAL, JOSÉ DE GREGORIO, FUE EL ENCARGADO DE MOSTRAR EL NUEVO BILLETE.



Prueban bono a los abuelos

La Cámara de Diputados aprobó ayer el llamado proyecto "bonos de oro", que otorga un bono a los conyuges que cumplan 50 años de matrimonio. La aprobación en general tuvo 96 votos a favor y una abstención, y posteriormente, en la votación en particular, se aprobó con 95 votos a favor una indicación que extiende de seis a doce



resaltar las características de reconocimiento de cada billete, de manera que se produjo un favorable complemento entre la necesidad que el Banco Central tenía de transmitir sus mensajes y el interés de los medios de comunicación por intermediarlos a su público. Esto ocurrió en todas las apariciones públicas de los voceros, tanto para los develamientos, como para la puesta en circulación.

Como hecho anecdótico y que reflejó el alcance de los mensajes transmitidos, poco después del develamiento de la imagen del billete de 5.000 pesos, un búho apareció entre los árboles del Paseo Ahumada. Todos los medios que informaron del hecho lo señalaron como un “tucúquere”, palabra hasta momento totalmente desusada para referirse a este animal de la fauna silvestre y que fue incorporada al lenguaje normal a partir del anuncio del Banco Central. ❁

it to their audiences. This was the case for all the public appearances by the Bank’s spokespersons, for both the unveiling and the entry into circulation.

An anecdote that reflects the reach of the transmitted messages involves the appearance of an owl among the trees on Paseo Ahumada shortly after the unveiling of the \$5,000 note. All the media that reported the sighting referred to the bird as a *tucúquere* (the Chilean name for the Magellanic horned owl). Prior to the unveiling, the word was rarely used to describe this bird of prey, but it was incorporated into the common vernacular as a result of the Central Bank’s announcements. ❁



Las polémicas

Controversies

Hubo polémicas esperables para un proceso de estas dimensiones. La primera fue una protesta pública del alcalde de Ninhue, por el reemplazo en el reverso del billete de 10.000 pesos, de la casa en que nació Arturo Prat. La imagen del reverso de ese billete era motivo de orgullo para su comuna y era absolutamente comprensible que resintiera este cambio.

Pocas semanas después del lanzamiento, la televisión mostró un billete de 5.000 pesos falsificado, hecho que podría haber puesto en tela de juicio la insistencia en que estos nuevos medios de pago eran muy difíciles de falsificar. Pero la misma estación televisiva señalaba que era una imitación burda, de papel normal y con la ventana transparente dibujada con líquido corrector. El episodio presentó al Banco una inesperada posibilidad de reforzar en la prensa los mensajes sobre las características de reconocimiento.

Otro caso fue el de un billete mal impreso, con imagen publicada a toda portada de un diario de circulación nacional. Se trataba de un billete de 10.000 pesos en que la impresión estaba corrida, es decir, parte del reverso estaba en el anverso y viceversa. El Banco explicó que el billete era válido, porque contenía todas las medidas de seguridad; que era una cantidad muy pequeña de unidades y que esto caía dentro de lo posible, dados estos volúmenes de piezas impresas.

El retrato del héroe Ignacio Carrera Pinto fue duramente criticado por una organización que reúne a personas que mantienen, conservan y difunden su legado. Les parecía que haberle sacado el quepís era restarle su carácter de militar. El Banco respondió diciendo que la imagen se había basado en un retrato que es parte de la colección de la Escuela Militar del Ejército de Chile, donde se forman sus oficiales.

Uno de los eventos más complejos fue la asociación que se hizo de una

A few controversies arose over the course of the replacement process, which was to be expected in a project of this magnitude.

The first was a public protest by the mayor of Ninhue against the removal of Arturo Prat's birthplace from the reverse of the \$10,000 note. The picture on the back of the previous banknote was a source of pride for his community, and it was completely understandable that there would be some resentment of the change.

Shortly after the launch of the first banknote, the television showed a counterfeit \$5,000 note, an event that could have called into question the Bank's insistence that the new currency was very difficult to counterfeit. However, the same television station reported that it was a crude imitation made on normal paper, with the clear window drawn on using white-out. The episode gave the Bank an unexpected opportunity to use the press to reinforce its messages on the security features.

There was also a case of a badly printed banknote, which was published on the front page of national newspaper. It was a \$10,000 note on which the printing was shifted, that is, part of the back was on the front and vice versa. The Bank explained that the banknote was still valid, because it contained all the security features; that a very small number of notes were affected; and that this was certainly within the realm of possibility, given the volume of notes printed.

The portrait of Ignacio Carrera Pinto was harshly criticized by an organization dedicated to maintaining, preserving and diffusing his legacy. The members of the association argued that removing his cap was equivalent to downplaying his military service. The Bank responded by pointing out that the image was based on a portrait in the collection of the Military School of the Chilean Army, where officers are trained.

investigación judicial sobre corrupción entre agentes de venta de la empresa australiana *Securrency* (luego llamada *Innovia Security*) con los nuevos billetes chilenos. El Banco Central descartó de manera tajante y categórica cualquier vinculación en ese caso, en virtud de su rigurosa actuación en este proceso y de su cada vez más profunda política de transparencia. Los resultados de aquella investigación confirmaron plenamente la posición expresada por el Instituto Emisor.

Las polémicas fueron infinitamente inferiores a lo que se pudiera haber esperado y los niveles de aceptación de la nueva familia fueron muy altos. ❁

One of the most complex incidents was the judicial investigation of corruption among the sales team at *Securrency* (later called *Innovia Security*), the Australian supplier of the polymer substrate for the new Chilean banknotes. The Central Bank quickly and categorically dismissed any link to the case, based on its diligence throughout the process and its increasingly comprehensive transparency policy. The results of the investigation fully substantiated the Central Bank's position.

There were vastly fewer controversies than what might have been expected, and the public acceptance of the new family of banknotes was very high. ❁

Crónica Chillán
www.cronicachillan.cl
CHILLÁN / JUEVES 7 DE ENERO DE 2010 / AÑO II N° 554 \$250

03 | Por un perro
Practicante arrasó con tres postes de la luz y salvó ileso

07 | En Chillán
Mercado solidariza con locatarios de Vega Monumental

06 Nuevo billete de 10 mil pesos omitió a la Cuna de Prat
"Sacaron a Ninhue del mapa"
 Alcalde Luis Molina molesto con el cambio de la histórica postal de la comuna de Ñuble.

10000
10000
10000

DEPÓSITO A PLAZO ORIENCOOP

- La mejor tasa de interés del mercado.
- Seguridad en la inversión.
- Seriedad, solvencia, prestigio.
- Oriencoop cuenta con más de 240.000 socios.



Campaña publicitaria

Advertising campaign

El tercer instante comunicacional dentro de la estrategia de difusión de este reemplazo total de billetes por primera vez en 30 años era la campaña publicitaria, toda una novedad para el Banco Central de Chile.

Manteniendo la columna vertebral de la estrategia, la forma como se fue desarrollando tuvo modificaciones, a la luz de la experiencia que iba dejando la puesta en circulación de cada una de las denominaciones.

No obstante, siempre mantuvo un hilo central en todas las piezas audiovisuales y gráficas. El *spot* televisivo estaba hecho en el color de cada billete y tuvo siempre imágenes que enaltecían a los personajes y la razón por la cual pasaron a la historia; daba movimiento a los paisajes y animales de los anversos y mostraba a ciudadanos de distintas edades, algunos con discapacidad visual para resaltar el carácter integrador de esta nueva familia. Paulatinamente, se fueron incorporando además elementos de reconocimiento y seguridad.

La frase inicial en cada uno de los *spots* fue: “Nuevos billetes para Chile, que rinden homenaje a personajes de nuestra historia y que inspirados en nuestra naturaleza, se renuevan en un diseño innovador” y cerraban con la frase “el Banco Central de Chile presenta el nuevo billete de (la denominación y el orden correspondiente) de la Familia de Nuevos Billetes para Chile”.

La campaña enfatizaba que los billetes eran presentados por el Banco Central de Chile, para reafirmar que es la Institución con potestad exclusiva para la emisión de estos medios de pago.

Cada *spot* era un viaje al interior de la respectiva denominación, partiendo por un anverso rodeado de paisajes o animales que se acercaba para que el espectador ingresara en su interior. El viaje mostraba el episodio o característica que mejor retratará al personaje, siguiendo por alguna escena de la vida urbana cotidiana, para ingresar al

The third communication moment in the communication strategy for the complete replacement of the banknotes for the first time in 30 years was the advertising campaign, which was a new experience for the Central Bank of Chile.

The backbone of the general strategy, the advertising campaign evolved and changed based on the experience garnered as each of the denominations was put into circulation.

Nevertheless, all the audiovisual and graphic materials were produced around a common thread. The television spots were filmed in the color of the respective banknote, and they featured images of the historical figures and their role in history. The landscape and fauna from the reverse were animated. The commercials showed Chilean citizens of different ages, some with a visual impairment, to highlight the integrative nature of the new banknotes. Identification and security features were also gradually incorporated.

Each advertisement opened with the statement “New banknotes for Chile, which pay tribute to our nation’s historical figures and which are inspired by its natural beauty, have been renovated with an innovative design” and closed with “The Central Bank of Chile presents the new (denomination) note, the (order of release) of the New Family of Banknotes for Chile.”

The campaign emphasized that the banknotes were presented by the Central Bank of Chile, to reaffirm that the Bank has the exclusive authority to issue currency in the country.

Each spot was structured as a journey into the respective denomination, opening with an image of the obverse surrounded by an animated three-dimensional landscape that drew the viewer into the note. The journey passed through the event or characteristic that is most representative

Página anterior. Izquierda Portada de un diario de Chillán **Derecha.** imagen de una burda imitación del nuevo billete de 5.000 pesos, en que la ventana transparente fue dibujada con líquido corrector

Previous page. Left: Front page of a newspaper from Chillán **Right.** Image of a crude imitation of a new 5,000-peso banknote in which the transparent window was drawn with correction fluid

paisaje y ver en movimiento al animal autóctono de cada reverso. El viaje culminaba saliendo desde el reverso del billete, todo hecho en imágenes digitalizadas.

Estos *spots* fueron transmitidos en televisión abierta, televisión por cable y el circuito de televisión que existe en cada estación del Metro de Santiago.

Las frases de radio partieron con mensajes conceptuales que remarcaban la trascendencia del cambio y fueron derivando a conversaciones habituales entre chilenos que en una transacción se encontraban con el nuevo billete, lo que otorgaba la posibilidad de explicar sus características de reconocimiento.

Los avisos de prensa escrita tuvieron siempre una llamativa imagen con el dibujo de un chileno común de distintas edades y género. Su contenido mostraba el anverso y reverso del billete y destacaba sus características de reconocimiento y seguridad. ❁

of the historical figure, followed by a scene from daily urban life and an animated panorama of the landscape and fauna featured on the reverse, before exiting out the back side of the banknote. All the images and animation were digitalized and set in the color of the banknote.

These spots were aired on broadcast and cable television, as well as on the closed-circuit television system in all the Metro stations in Santiago.

The first radio blurb, for the \$5,000 note, centered on a conceptual message emphasizing the comprehensive nature of the change. The subsequent radio spots were structured around a typical conversation between two Chileans, one of whom had just encountered a new note for the first time. This led into an explanation of the security features of the note in question.

The print advertisements all featured an eye-catching composition with a drawing of an average person; each denomination had a series of ads featuring different people of varying ages and both genders. The ads showed the front and back sides of the banknotes and outlined their security and identification features. ❁

El equipo de J. Walker Thompson, Burson and Masteller y Banco Central de Chile recibe el premio Effie.

The team of J. Walker Thompson, Burson and Masteller, and the Central Bank of Chile receive the Effie Award.





Primer billete

Como todo era nuevo, la primera campaña fue la más intensa. Durante seis semanas se emitió en más de 270 ocasiones un *spot* de 30 segundos en siete estaciones de televisión abierta y ocho de cable, más dos canales locales. Se transmitió en 173 ocasiones en las pantallas del Metro de Santiago, a través del canal Sub TV.

Era la primera noticia, por lo que sus mensajes ponían en acento en las características generales de la nueva familia. Mencionaban, por ejemplo, que tendrían distinto tamaño para facilitar el uso a todas las personas.

Todas las imágenes de este *spot* estaban hechas en distintos tonos de rojo, que era el color de esta. Mientras se mostraba a la poetisa Gabriela Mistral recibiendo el Premio Nobel de Literatura, escenas de la vida urbana, del Parque Nacional La Campana en la Quinta Región y del tucúquere, el locutor en *off* decía:

Nuevos billetes para Chile, que rinden homenaje a personajes de nuestra historia y que inspirados en nuestra naturaleza, se renuevan en un diseño innovador. Cada billete tendrá un tamaño diferente, para facilitar su uso a todas las personas. Nuevos billetes, desarrollados con la más avanzada tecnología. El Banco Central de Chile presenta el nuevo billete de 5.000 pesos, el primero de la Familia de Nuevos Billetes para Chile.

Se transmitió en 21.000 ocasiones y durante 2,5 semanas, una frase de radio, a lo largo de todo el país a través de las emisoras afiliadas a la Asociación de Radiodifusores de Chile (Archi).



The first banknote

The first campaign was the most intense, since it was introducing a totally new concept. Over six weeks, the 30-second spot aired more than 270 times on six broadcast television networks and eight cable networks, plus two local channels. It was also run 173 times on closed-circuit screens in the Santiago Metro stations, through the Sub TV channel.

Since it was the first in the series of ads, the message focused on the general characteristics of the new family of banknotes. For example, the commercial mentioned that the different denominations would have different sizes, to facilitate their use by all people.

The whole spot was filmed in reddish pink tones, to mirror the red color of the denomination. While the commercial showed visuals of Gabriela Mistral receiving the Nobel Prize for Literature, scenes from urban life, the La Campana National Park in the Valparaíso Region and the Magellanic horned owl, the voice-over read the following script:

New banknotes for Chile, which pay tribute to our nation's historical figures and are inspired by its natural beauty, have been renovated with an innovative design. Each banknote will have a different size, to facilitate their use by all people. New banknotes, developed with state-of-the-art technology. The Central Bank of Chile presents the new \$5,000 note, the first of the New Family of Banknotes for Chile.

In addition, a radio spot aired 21,000 times over two and a half weeks. It was broadcast all across the country on stations affiliated with the Chilean Broadcasters Association.

Sitio web de la Nueva Familia de Billetes www.nuevosbilletes.cl

Website of the New Family of Banknotes www.nuevosbilletes.cl



Con voces de distintas personas, un hombre de tercera edad, una mujer dueña de casa y un joven, la frase decía:

De personas con grandes ideales a personas con grandes proyectos; de ser testigos de nuestros avances a ser protagonistas de nuestros logros; de jóvenes que adoptan nuevas tecnologías, a jóvenes que crean nuevas tecnologías; de chilenos orgullosos de su pasado a chilenos orgullosos de su futuro. El Banco Central de Chile presenta el nuevo billete de 5.000 pesos, el primero de la Familia de Nuevos Billetes para Chile, un billete más moderno, más integrador, que rinde homenaje a los personajes de nuestra historia y se inspira en nuestra naturaleza. Nuevos Billetes para Chile.

En un período de 3,5 semanas, se publicaron 9 avisos de página completa y 87 de media página en diarios de circulación nacional y diarios regionales. Algunos eran solamente para notificar que había un nuevo billete, y otros que detallaban las características de seguridad. Hubo también *banners* en cuatro sitios web informativos.

Esta campaña comenzó al mismo tiempo que se ponía en circulación el nuevo billete.

Segundo billete

Tras los primeros estudios de audiencia para medir la eficacia de la primera puesta en circulación, el Comité de Trabajo Comunicacional detectó que la difusión de prensa era tan fuerte, que perfectamente se podía dilatar el inicio de la campaña publicitaria, extendiendo el tiempo de exposición de los mensajes.

Using different voices, including an older man, a middle-aged woman and a young girl, the script read:

From people with high ideals to people with major projects; from witnesses to our progress to the architects of our achievements; from young people who adopt new technologies, to young people who create new technologies; from Chileans who are proud of their past to Chileans who are proud of their future. The Central Bank of Chile presents the new \$5,000 note, the first of the New Family of Banknotes for Chile, a more modern, more integrative banknote that pays tribute to our nation's historical figures and is inspired by its natural beauty. New Banknotes for Chile.

Over a period of three and a half weeks, nine full-page and 87 half-page advertisements were published in national and regional newspapers. Some were simply to announce that there was a new banknote, while others provided details on the security features.

There were also banners on four informational websites.

This campaign began at the same time the new banknote entered into circulation.

The second banknote

Based on early audience surveys to measure the effectiveness of the first launch, the Communications Committee found that the media communication was very strong, so the start of the ad campaign could easily be moved up, thereby extending the length of exposure to the message.

Esta segunda campaña era también compleja, puesto que se trataba del billete con más cantidad de unidades en circulación y era también de papel algodón, con más medidas de reconocimiento y seguridad.

Era necesaria entonces una campaña que pusiera más énfasis en esas características, por lo que en los mensajes publicitarios se incorporaron algunas de ellas, especialmente la franja 3D, la marca de agua y el número coincidente visible a contraluz. En esta etapa se eliminó la frase que aludía a que tendrían diferente tamaño.

En este caso, las imágenes del *spot* estaban todas en azul, con excepción de algunos árboles que aparecían al principio y, hacia el final, un fondo de cielo crepuscular con el color natural de unas manos que mostraban las características de reconocimiento.

Mientras pasaban imágenes del Combate Naval de Iquique, una ballena, escenas de vida urbana, el Parque Nacional Alberto de Agostini con el sobrevuelo de un cóndor y unas manos que mostraban tres de las medidas de reconocimiento, el locutor en *off* decía:

Nuevos billetes para Chile, que rinden homenaje a personajes de nuestra historia y que inspirados en nuestra naturaleza, se renuevan en un diseño innovador. Nuevos billetes, desarrollados con la más avanzada tecnología y fáciles de reconocer. El Banco Central de Chile presenta el nuevo billete de 10.000 pesos, con franja 3D, marca de agua y motivo coincidente, el segundo de la Familia de Nuevos Billetes para Chile.

La publicidad en radio era absolutamente distinta. Reproducía un diálogo entre un vendedor y un cliente que le pagaba con un nuevo billete. Ante la sorpresa del vendedor, el cliente le explica dos de las características de reconocimiento, la marca de agua donde se completa a contraluz el número 10 mil y la franja 3D, dentro de la cual se mueven unos soles. “Muchas gracias don Juan. Oiga, con estas indicaciones, nadie me hace lesa ¿ah?”, terminaba diciendo el vendedor y cerraba con el locutor diciendo: “El Banco Central de Chile presenta el nuevo billete de 10.000 pesos, el segundo de la Familia de Nuevos Billetes para Chile”.

Por única vez durante toda la campaña, se utilizó como recurso publicitario el *placement* en programas matinales de cinco estaciones de televisión abierta, durante los cuales sus animadores se detenían a mostrar el nuevo billete y explicar sus principales características de reconocimiento.

La campaña duró tres semanas y comprendió 383 muestras del *spot* televisivo en siete canales de televisión abierta, ocho de cable y dos locales. En Sub TV, pantallas en estaciones del Metro de Santiago, se mostró en 60 ocasiones.

Durante dos semanas hubo 27.245 frases de radio en las emisoras afiliadas a la Archi, a las que se agregaron 78 frases y 21 menciones en Radio Bío Bío, con alcance en todo el sur del país y 32 en otras dos emisoras de alcance nacional.

This second campaign was also quite complex, since this denomination had the most banknotes in circulation. Moreover, it was printed on cotton paper and thus had more identification and security features.

To spotlight some of these features, the advertising messages incorporated the 3D strip, the watermark and the see-through number that is completed when held up to the light. The statement on the size differences was deleted.

In this case, the commercial was filmed in blue, with the exception of some trees that appear at the beginning and a background of a twilight sky at the end, when a pair of hands show the security features.

With visuals of the Naval Battle of Iquique, a whale, scenes of urban life, the Alberto de Agostini National Park with a condor flying overhead and hands displaying the security measures, the voice-over read the following script:

New banknotes for Chile, which pay tribute to our nation's historical figures and are inspired by its natural beauty, have been renovated with an innovative design. New banknotes, developed with state-of-the-art technology and designed for easy recognition. The Central Bank of Chile presents the new \$10,000 note, with a 3D strip, watermark and see-through number, the second of the New Family of Banknotes for Chile.

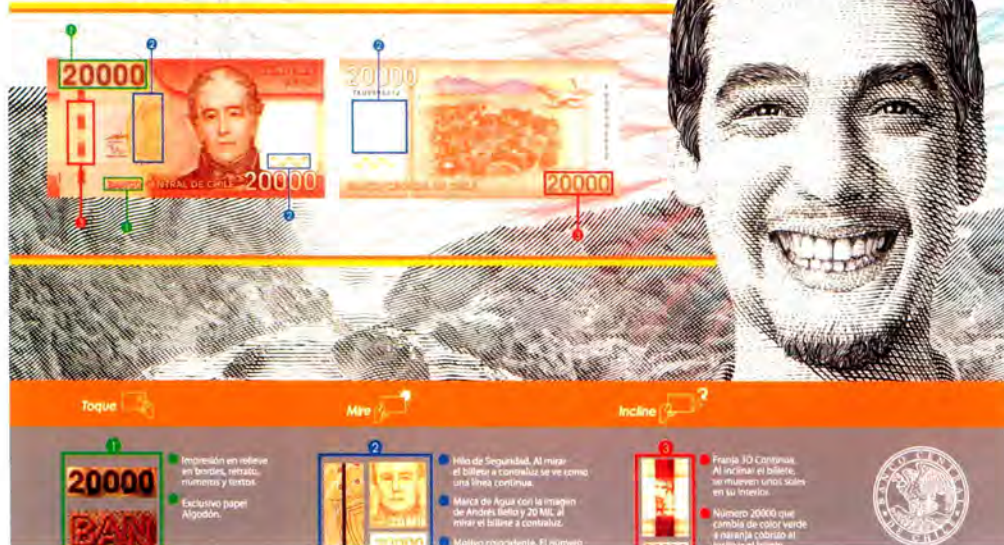
The radio ad was completely different. It featured a conversation between a vendor and a customer who paid with a new note. When the vendor expressed surprise, the customer explained two of the security features—the partial number 10,000 that is completed when the see-through number is held up to the light and the 3D strip with the moving suns. The vendor then responded, “Thank you, Juan. Hey, now that I know about these features, no one will be able to fool me!” The commercial ended with a voice-over saying, “The Central Bank of Chile presents the new \$10,000 note, the second of the New Family of Banknotes for Chile.”

Since this was the denomination with the most banknotes in circulation, the campaign included placements on the morning talk shows on five broadcast networks, which was not repeated with any of the other banknotes. For the placement, the talk show hosts took a moment to display the new note and explain its main security features.

The campaign lasted three weeks. The television commercial aired 383 times on seven broadcast, eight cable and two local networks. It was also given 60 airings on the Sub TV closed-circuit televisions in the Santiago Metro stations.

Over the course of two weeks, there were 27,245 radio spots with affiliates of the Chilean Broadcasters Association, plus 78 spots and 21 mentions on Radio Bío Bío, a radio station with full coverage in the south of Chile, and 32 spots on two national broadcasting stations.

Características de reconocimiento del nuevo billete de \$ 20.000



Aviso de prensa escrita y de televisión del billete de 20.000 pesos.

Ads for the written press and television of the 20,000-peso banknote.

En las mismas dos semanas, se publicaron 84 avisos de media página en los diarios de circulación nacional y algunos diarios regionales. En estos avisos ya no se hablaba de características de seguridad, sino de reconocimiento.

Tercer billete

La particularidad del billete de 20.000 pesos estaba en su color. Pero como tiene un uso más infrecuente y más focalizado en un segmento de la población, la campaña publicitaria fue menos intensa e incorporó como parte de los mensajes el color. El spot televisivo ingresaba hasta el escritorio donde la mano del humanista Andrés Bello ponía rúbrica a una de sus numerosas y trascendentes obras, trasladándose luego a una escena urbana con jóvenes jugando fútbol y un no vidente caminando con un perro guía. De allí saltaba al Monumento Salar de Surire, sobrevolado por flamencos, para cerrar en el reverso con dos manos que mostraban tres de sus características de reconocimiento. En esta ocasión, el locutor en *off* decía:

“Nuevos billetes para Chile, que rinden homenaje a personajes de nuestra historia y que inspirados en nuestra naturaleza, se renuevan en un color y diseño innovador. Nuevos billetes, desarrollados con la más avanzada tecnología y fáciles de reconocer. El Banco Central de Chile presenta el nuevo billete de 20.000 pesos, con franja 3D, marca de agua, número coincidente y nuevo color, el tercero de la Familia de Nuevos Billetes para Chile”.

Las frases de radio reproducían una conversación cotidiana entre un vendedor de una estación de venta de gasolina y un automovilista que

In the same two weeks, 84 half-page ads were published in national and regional newspapers. These ads included recognition features (paper texture, raised print) as well as the security measures emphasized in other media.

The third banknote

The key feature of the \$20,000 note was its new color. This denomination is used less frequently and is concentrated in a particular segment of the population, so the advertising campaign was less intensive, and the message highlighted the color. The television spot took the viewer to the desk of humanist Andrés Bello as he signed one of his many superlative works; it then moved on to an urban scene of youth playing soccer and a blind person walking with a seeing-eye dog. From there, it jumped to the Salar de Surire Natural Monument, with flamingos flying overhead, and closed with two hands showing the security features. The voice-over read the following script:

New banknotes for Chile, which pay tribute to our nation's historical figures and are inspired by its natural beauty, have been renovated with a new color and an innovative design. New banknotes, developed with state-of-the-art technology and designed for easy recognition. The Central Bank of Chile presents the new \$20,000 note, with a 3D strip, watermark, see-through number and new color, the third of the New Family of Banknotes for Chile.

The radio spots featured a conversation between a gas station attendant and a customer who pays for his gas with a new banknote and describes

pagaba con un nuevo billete y que detallaba dos de sus características de reconocimiento, además de señalar que tenía nuevo color.

Los avisos de prensa escrita ya ponían total énfasis en difundir todas las características que hacían fácil el reconocimiento de esta denominación.

Cuarto billete

Fue la campaña menos intensa de todas. A estas alturas, los chilenos ya estaban más informados de que cada cierto tiempo, el Banco Central pondría en circulación un nuevo integrante de la familia.

Probablemente, muchos chilenos pensaban que esta denominación no sufriría ningún cambio, porque ya existía un billete de 2.000 pesos en polímero, por lo que su puesta en circulación fue en sí misma una novedad.

La elaboración del *spot* televisivo tenía como dificultad las escasas imágenes del prócer Manuel Rodríguez, por lo que se trabajó sobre la base de la más representativa, que es la estatua en la que aparece cabalgando con una antorcha. En imágenes digitalizadas, se reprodujo una cabalgata de soldados, con uno de ellos precisamente portando una antorcha y dando un salto que se petrifica en la estatua, que queda como centro de una escena urbana desde la cual se ingresa al Parque Reserva Nacional Nalcas, donde un loro choroy se detiene sobre la rama de una araucaria. A diferencia del primer billete de polímero, este *spot* hace referencia a algunas características de reconocimiento como el *Antú* que cambia de color, la ventana transparente y el número que se completa a contraluz. El locutor en *off* dice:

“Nuevos billetes para Chile, que rinden homenaje a personajes de nuestra historia y que inspirados en nuestra naturaleza, se renuevan en un diseño innovador. Nuevos billetes, desarrollados con la más avanzada tecnología y fácil de reconocer. El Banco Central de Chile presenta el nuevo billete de 2.000 pesos. Antú que cambia de color, ventana transparente y número dos mil que se completa a contraluz, el cuarto de la familia de Nuevos Billetes para Chile”.

Por el valor de esta denominación, la frase de radio reprodujo un diálogo entre un vendedor de verduras y una dueña de casa que le paga con el nuevo billete y que le detalla algunas de sus características de reconocimiento.

Esta campaña tuvo en televisión una exposición de dos semanas, con un total de 223 muestras en cinco canales de señal abierta y ocho de cable. En Sub TV del Metro de Santiago, se mostró 60 veces.

Hubo 21.000 frases en las radios de la red Archi y 90 en la red Bío Bío.

En prensa escrita, la campaña duró una semana, con 39 medias páginas entre diarios de circulación nacional y 27 diarios regionales.

two of the security features, while also pointing out the new color.

The print adds illustrated all the security and recognition features of the denomination.

The fourth banknote

This was the least intensive of all the campaigns. By now, Chileans were well informed that the Central Bank would periodically be putting a new banknote into circulation.

Many Chileans probably thought that this banknote would not be changed from the existing \$2,000 note, which had already been redesigned for polymer. Thus its entry into circulation in itself was news.

One of the difficulties in the production of the television spot was that there are few pictures of Manuel Rodríguez. The most representative image is a statue in which he is posed on horseback, carrying a torch. This statue was used as the foundation for a digitalized scene featuring soldiers on horseback, one of whom carried a torch. When the torchbearer's horse jumped, it was transformed into the statue, at the center of an urban scene. The scene shifted again to Nalcas National Reserve, where a slender-billed parakeet settled on a branch of an araucaria tree. In contrast to the first polymer banknote, this commercial mentioned some of the security features, such as the *Antú* that changes color, the clear window and the partial number that is completed when backlit. The voice-over read the following script:

New banknotes for Chile, which pay tribute to our nation's historical figures and are inspired by its natural beauty, have been renovated with an innovative design. New banknotes, developed with state-of-the-art technology and designed for easy recognition. The Central Bank of Chile presents the new \$2,000 note, with an Antú that changes color, a clear window and a see-through number 2,000 that is completed when held up to the light, the fourth of the New Family of Banknotes for Chile.

The radio spot featured a conversation between a produce vendor and a woman who paid with a new banknote, explaining some of the security features.

This television campaign aired for two weeks, showing a total of 223 times on five broadcast and eight cable channels. It was played 60 times on the Sub TV channel in Santiago Metro stations.

There were 21,000 radio spots with affiliates of the Chilean Broadcasters Association and 90 on the Bío Bío channel.

The print campaign ran for one week, with 39 half-page ads in national newspapers and 27 in regional newspapers.

Quinto y último billete

Por tratarse de la última denominación y la que circula más de mano en mano, esta campaña tenía como característica especial justamente el que se trataba de un cierre.

El *spot* televisivo incluyó al final una imagen de toda la familia de billetes y se diseñaron avisos de prensa escrita que tenían el mismo propósito.

Las imágenes del comienzo estaban adornadas con copihues rojos sobre el billete que parecía flotar en un campo de hielo. Al ingresar al personaje se reproducía la Batalla de la Concepción en la que murió heroicamente el personaje de esta denominación, Ignacio Carrera Pinto. La bandera que flameaba en la batalla era el paso a una escena en la Plaza de Armas de Santiago, con un organillero, personas de tercera edad jugando ajedrez y un niño pedaleando en un triciclo. Luego, el Parque Nacional Torres del Paine, con guanacos pastando y la imagen del reverso del billete. Después de las características de reconocimiento, aparecía una imagen de las cinco denominaciones que conforman la nueva familia. El locutor en *off* decía:

Nuevos billetes para Chile, que rinden homenaje a personajes de nuestra historia y que inspirados en nuestra naturaleza, se renuevan en un diseño innovador. Nuevos billetes, desarrollados con la más avanzada tecnología y fáciles de reconocer. El Banco Central de Chile presenta el nuevo billete de 1.000 pesos. Antú que cambia de color, ventana transparente y número mil que se completa a contraluz, el quinto, que completa la familia de Nuevos Billetes para Chile.

En el mismo estilo de las anteriores, la frase de radio reproducía una conversación entre un vendedor de sándwiches y un comprador que le pagaba con un nuevo billete, al que llama “luca”, nombre con que es popularmente conocido. El cliente le cuenta de las medidas de reconocimiento que tiene y el vendedor lo acepta de buena gana. Cierra el locutor en *off* diciendo: “El Banco Central de Chile presenta el nuevo billete de 1.000 pesos, el quinto, que completa la familia de Nuevos Billetes para Chile”.

Fue esta la campaña con menos exposición televisiva. Durante dos semanas, el *spot* se emitió 177 veces en cinco estaciones de señal abierta y ocho de cable, más otras 60 veces en las pantallas de *Sub TV*, en el Metro de Santiago.

Nuevamente, se transmitió en 21.000 ocasiones la frase de radio en las emisoras de la red Archi y en 90 ocasiones en la cadena Bío Bío.

En prensa escrita, se publicaron 38 avisos exclusivos de media página sobre la puesta en circulación de este billete. Posteriormente, se publicaron 38 avisos de media página y uno de una página en el diario *El Mercurio* con el cierre de la nueva familia. ❀

The fifth and final banknote

Since this was the last denomination to be released, and also the one with the greatest hand-to-hand circulation, the campaign needed to provide a conclusion to the series.

The television spot thus ended by showing the entire family of banknotes, and the print ads were similarly designed to mark the completion of the process.

The commercial opened with red *copihue* flowers in the foreground, while the banknote seemed to float on the water in front of a glacier. For the historical figure, the spot reenacted the Battle of La Concepción, where Ignacio Carrera Pinto died heroically. The burning flag in the battle provided the transition to the a scene on the Plaza de Armas in Santiago, with an organ grinder, senior citizens playing chess and a boy riding a tricycle, followed by guanacos grazing in the Torres del Paine National Park and the image of the reverse of the banknote. After the security features were mentioned, the spot closed with an image of five banknotes in the new family. The voice-over read the following script:

New banknotes for Chile, which pay tribute to our nation's historical figures and are inspired by its natural beauty, have been renovated with an innovative design. New banknotes, developed with state-of-the-art technology and designed for easy recognition. The Central Bank of Chile presents the new \$1,000 note, with an Antú that changes color, a clear window and a see-through number 1,000 that is completed when, held up to the light, the fifth and final note, which completes the Family of New Banknotes for Chile.

The radio spot follows the same structure as the previous three, with a conversation between a sandwich vendor and a customer who pays with a new banknote, using the popular slang term for a buck (“luca”). The customer describes the security features, and the vendor enthusiastically accepts the banknote as payment. A voice-over closes the commercial with the following: “The Central Bank of Chile presents the new \$1,000 note, the fifth and final note, which completes the Family of New Banknotes for Chile.”

This campaign had the least television exposure. It ran for two weeks, airing 177 times on five broadcast and eight cable channels, plus 60 showings on *Sub TV* screens in the Santiago Metro stations.

The radio spot was again broadcast 21,000 times with affiliates of the Chilean Broadcasters Association and 90 times on the Bío Bío channel.

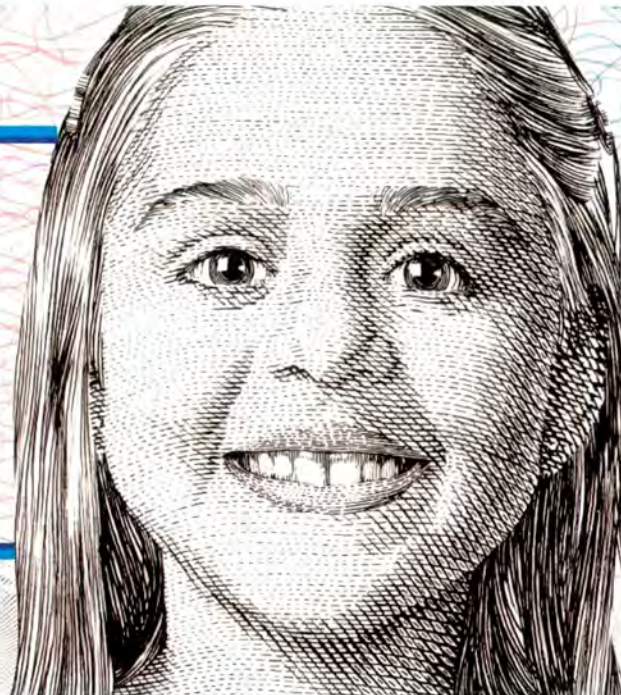
In the print media, 38 half-page ads were published on the circulation of this banknote. Subsequently, there were 38 half-page ads and one full-page ad in the largest national newspaper, *El Mercurio*, announcing the completion of the new family of banknotes. ❀

Página siguiente: Detalles de avisos de prensa escrita.

Next page: Details of ads for the written press.



Características de reconocimiento
del nuevo billete de \$ 10.000



Acciones adicionales

Additional actions

Las acciones comunicacionales adicionales estuvieron en una campaña educativa a través de la página web www.nuevosbilletes.cl y la repartición de afiches en sucursales bancarias, establecimientos comerciales e instituciones como Carabineros de Chile, Policía de Investigaciones y Municipalidades.

Tanto en afiches como en folletos se describían con detalle las características de reconocimiento y seguridad de los nuevos billetes. A enero del año 2012, ocho meses después de que fuera puesto en circulación el de 1.000 pesos, se habían repartido 40 mil afiches y aproximadamente 123.000 folletos.

También se realizaron cursos de capacitación a las dos instituciones policiales y se intensificaron los cursos que habitualmente dicta el banco para cajeros de bancos, supermercados y establecimientos comerciales a lo largo de todo el país. La capacitación sobre reconocimiento y seguridad de los medios de pago es un programa permanente de la Gerencia de Tesorería.

Con la puesta en circulación de cada billete, el Banco montó una exposición sobre el personaje histórico respectivo. Todas se realizaron en el *hall* principal del edificio institucional y todas mostraron la fotografía o el retrato en que se basó cada una de las imágenes. Incluían algunas piezas históricas de colección y relataban en grandes paneles pasajes de su vida.

Decenas de miles de estudiantes primarios y secundarios las visitaron, accediendo a un programa especial de visitas guiadas organizado por la Gerencia de Asuntos Institucionales del Banco. En algunas hubo, incluso, un actor que los recibía caracterizado como el personaje y contaba parte de su historia.

El 25 de septiembre, un día después que se lanzó el de 5.000 pesos, el Presidente del Banco inauguró la exposición “Gabriela: una mirada universal”, dedicada a la poetisa y Premio Nobel de Literatura. En los dos

The additional communication actions involved an educational campaign through the web page www.nuevosbilletes.cl and the distribution of posters to bank branches, commercial establishments and institutions such as the Chilean police force (Carabineros), the investigative police (PDI) and the municipal governments.

Posters and brochures were produced to illustrate the security and recognition features of the new banknotes. As of January 2012, eight months after the \$1,000 note was put into circulation, 40,000 posters and about 123,000 brochures had been distributed.

Training workshops were held for the two police institutions, and the Central Bank increased the number of workshops normally provided for bank tellers, supermarket cashiers and retail establishments around the country. These events were incorporated into the Bank's ongoing training program on currency recognition and security, run by the Treasury Department.

With the launch of each banknote, the Bank mounted an exhibit on the respective historical figure.

The installations were displayed in the main hall of the Central Bank building. They all featured the photograph or portrait that was the basis for the picture on the banknote, as well as additional historical pieces and biographical stories arranged on large panels.

Tens of thousands of primary and secondary students visited the exhibits, in a special program of guided tours organized by the Corporate Affairs Department of the Central Bank. Some of the installations featured an actor who received the visitors dressed as the historical figure and told part of his history.

On 24 September, the day after the launch of the \$5,000 note, the Governor of the Central Bank inaugurated the exhibit “Gabriela: a universal perspective,” dedicated to the poet and Nobel laureate.

meses que estuvo abierta al público, exhibió textos y fotografías de la poetisa que recorrían su vida y su obra.

Entre el 31 de marzo y el 30 de mayo de 2010 estuvo abierta la exposición “Prat: Facetas de un héroe”, dedicada al héroe de la Guerra del Pacífico cuyo rostro está en el anverso del billete de 10.000 pesos. La exposición, inaugurada con la presencia del entonces Comandante en Jefe de la Armada, Edmundo González, incluyó objetos personales de Prat (un monedero, una billetera de cuero), una levita de lana, cartas, fotografías, objetos rescatados de la Esmeralda y el retrato original pintado por Manuel Antonio Caro en que se basa la imagen del billete.

Entre el 4 de agosto y el 15 de octubre de ese mismo año se exhibió la muestra “Andrés Bello: Humanista de la República”, dedicada al intelectual venezolano cuyo rostro ilustra el billete de 20.000 pesos. La exposición reunía pinturas, medallas, manuscritos originales y libros con anotaciones del destacado escritor, poeta, educador y jurista. Incluía también el cuadro en que se basó la imagen del nuevo billete, un retrato del pintor francés Raymond Monvoisin. Para incentivar la participación de estudiantes en esta exposición, un actor personificaba a Andrés Bello y los recibía en las visitas guiadas.

Desde el 18 de noviembre de 2010 y hasta el 28 de enero de 2011 estuvo abierta, siempre en el hall principal del Banco, la exposición “Manuel Rodríguez: Más allá de la leyenda”, dedicada al prócer de la Independencia, que ilustra el anverso del billete de 2.000 pesos. También incluía textos y documentación relacionados con su vida, así como el original del libro “Galería Nacional o Colección de biografías y retratos de hombres célebres en Chile”, donde aparece el grabado que en 1854 hizo Narciso Desmadryl y en que se basa la imagen del billete. En esta exposición también se proyectaba en pantallas digitales la película *El*

The exhibit, which was open to the public for two months, displayed texts and photographs of the poet’s life and work.

From 31 March to 30 May 2010, the Central Bank held an exhibit entitled “Prat: Facets of a hero,” dedicated to the hero of the War of the Pacific, whose portrait is featured on the \$10,000 note.

The then Commander-in-Chief of the Navy, Admiral Edmundo González, was present for the inauguration of the exhibit, which included some of Prat’s personal items (a coin purse, a leather wallet), a wool frock coat, cards, photographs, objects recovered from the Esmeralda ship and the original portrait painted by Manuel Antonio Caro, on which the banknote is based.

From 4 August to 15 October of that year, the exhibit “Andrés Bello: Humanist of the Republic” presented the Venezuelan intellectual who is featured on the \$20,000 note.

The installation included paintings, medals, original manuscripts and books marked by the prominent writer, poet, educator and jurist. It also featured the painting that was the basis for the new note, a portrait by French painter Raymond Monvoisin.

To make the exhibit more dynamic for students, their guided tour included an interactive performance by an actor personifying Andrés Bello.

The exhibit “Manuel Rodríguez: Beyond the legend” was mounted in the main hall of the Central Bank from 18 November 2010 to 28 January 2011. The exhibit explored the life of this father of Independence, who is featured on the \$2,000 note.

The installation included texts and documentation on his life, as well as the original book, *Galería Nacional o Colección de biografías y retratos de hombres célebres en Chile*, which includes the engraving made by Narciso Desmadryl in 1854 and which is the basis for the image on the banknote.



Húsar de la Muerte, filmado en 1925 por Pedro Sienna, sobre la vida de Rodríguez. También hubo un actor que personificó al prócer durante las visitas guiadas a la muestra.

La última exposición se inauguró el 26 de mayo de 2011 y estuvo abierta al público hasta el 29 de julio del mismo año. Se llamó “Ignacio Carrera Pinto: La Patria en el corazón” y tenía como uno de los puntos centrales la exhibición del óleo sobre tela del pintor Juan Manuel Huidobro, en que se basó la imagen del anverso del billete de 1.000 pesos.

Para marcar el cierre de la nueva familia, esta muestra incluyó fotografías de gran tamaño con las imágenes de los paisajes naturales y la fauna presentes en el reverso de cada uno de los nuevos billetes y que fueron obra de Nicolás Piwonka.

Con estas exposiciones, el Banco Central quiso realzar a cada personaje de esta nueva familia para que miles de visitantes, en especial estudiantes primarios y secundarios, apreciaran su obra.

A medida que se avanzaba en el itinerario de puesta en circulación de los billetes, la Gerencia de Tesorería del Banco desarrolló seminarios de capacitación para peritos del Laboratorio del Departamento de Criminalística de Carabineros de Chile (Labocar) y de la Brigada de Delitos Económicos (Bridec) y del Laboratorio de Criminalística (Lacrim) de la Policía de Investigaciones de Chile. Se realizaron cursos a cajeros de

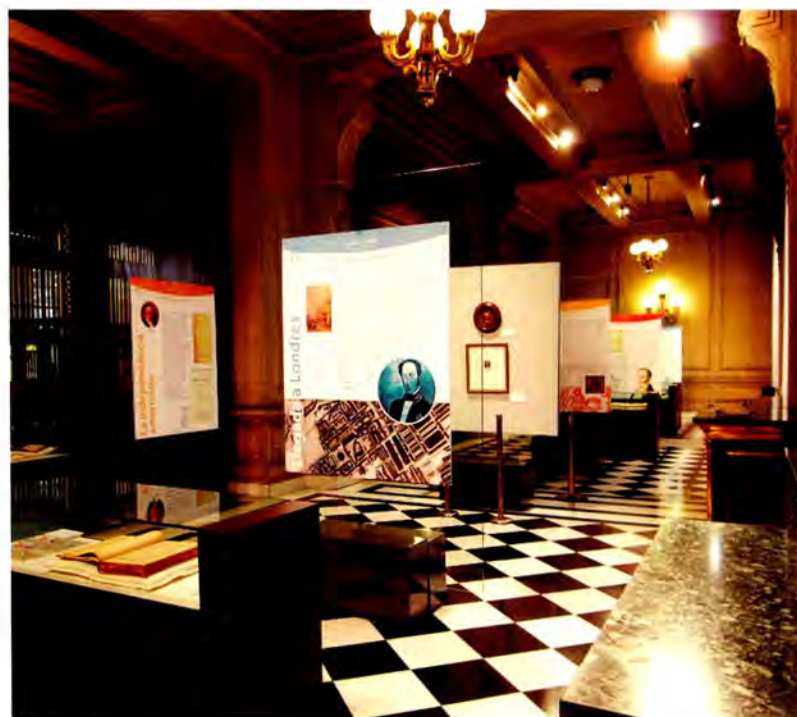
The movie *El húsar de la muerte* (The Hussar of Death) on the life of Rodríguez, filmed in 1925 by Pedro Sienna, was projected on digital screens. The exposition also featured an actor who personified Rodríguez for guided tours.

The final exposition was inaugurated on 26 May 2011 and was open to the public through 29 July of that year. In “Ignacio Carrera Pinto: A heart for his country” one of the key pieces on exhibit was the oil painting by Juan Manuel Huidobro, which served as the basis for the \$1,000 note.

To mark the conclusion of the new family of banknotes, the exhibit included oversized photographs of the landscapes and fauna featured on the reverse of all the new banknotes, which were the work of Nicolás Piwonka.

With these exhibits, the Central Bank wanted to make the historical figures featured on the banknotes accessible to visitors, especially primary and secondary students.

As the banknotes were put into circulation, the Treasury Department of the Central Bank organized training workshops for experts in the Criminal Investigations Laboratory (Labocar) of the Chilean police force (Carabineros) and the Economic Crimes (Bridec) and Criminal Investigations (Lacrim) divisions of the investigative police (PDI). Workshops were also held for bank tellers (and their training institutes), retail establishments, and securities transportation companies.



Exposiciones realizadas con motivo del lanzamiento de los nuevos billetes del Banco Central

Exhibitions during the Central Bank's launch of the new banknotes

Página siguiente Imágenes del cuento ilustrado sobre la Nueva Familia de Billetes para Chile.

Next page Images of the illustrated story about the New Series of Banknotes for Chile.

bancos —incluyendo a los institutos que los forman— de establecimientos comerciales y funcionarios de empresas de transportes de valores.

Durante las cinco campañas correspondientes a cada denominación se distribuyeron decenas de miles de folletos que se explicaban gráficamente las características de reconocimiento y seguridad de cada nuevo billete. Los afiches fueron entregados para ser exhibidos en sucursales bancarias y oficinas de atención de público de instituciones como las policías de Carabineros e Investigaciones y sucursales bancarias.

Para la difusión de la nueva familia en la población infantil, el Banco Central lanzó un cuento ilustrado con una llamativa composición de colores llamado *El Mágico Viaje de Pablo por los Billetes*, que relata el sueño de un niño que visita los paisajes y conoce a los personajes que están en esta nueva familia. Este cuento también fue incorporado en el sitio web www.nuevosbilletes.cl. ❁

The five campaigns for the different denominations included the distribution of tens of thousands of brochures illustrating the security and recognition features of each new banknote. Posters were delivered for display in bank branches and the public offices of institutions such as the Carabineros and the investigative police.

For the younger population, the Central Bank launched a brightly colored storybook entitled *Pablo's Magical Voyage through the Banknotes*, which told the tale of a boy who dreamed of visiting the landscapes and meeting the historical figures featured on all the banknotes. The story was also uploaded to the website www.nuevosbilletes.cl. ❁



El vuelo

Tenía que avanzar aún más rápido, todavía me quedaban dos billetes por visitar, el de diez mil y el de veinte mil. De pronto me cubrió una sombra gigante.

¿Tendrá buen humor don Cóndor? Podría pedirle que me lleve al mar.

Le hice señas apostando a su extraordinaria vista.

¡Por fin, ahí viene bajando! No lo puedo creer, arriba se ven enormes, imaginen como se ven al ir acercándose, con las alas abiertas pueden llegar a los 3 metros, ¡tan largas como mi pieza!

Voy al norte, me dijo muy elegante. Perfecto, yo también iba al norte.

Me agarré de su gran collar de plumas blancas y no lo podía creer, es tan experto en corrientes de aire que cruzamos valles solo con su planeo, sin mover ni una de sus alas.

PAG 15 / PAG 16





V **DISTRIBUCIÓN** **DISTRIBUTION**

La circulación de dinero en efectivo requiere un complejo proceso logístico para que el ciclo se cumpla sincronizadamente, de manera que este dinero en manos del público sea el que realmente requiere la economía.

Una vez licitada la producción de billetes, el Banco Central debe supervisar directamente en el lugar el cumplimiento estricto de estos programas de fabricación, realizar con igual rigurosidad los controles de calidad y echar a andar un proceso para garantizar el arribo, custodia y distribución de estos medios de pago. Todo esto debía estar en plena sintonía con los anuncios públicos, de manera que las fechas comprometidas se cumplieran sagradamente.

Esta fase del lanzamiento de la nueva familia de billetes estaba a cargo del Departamento de Administración de Circulante (DAC), dependiente de la Gerencia de Tesorería y a cargo de Hernán Sánchez.

Adjudicadas las licitaciones internacionales, ellos tuvieron que hacerse cargo de toda la planificación del proceso de distribución, lo que se inició cinco meses antes del develamiento de la imagen del nuevo billete de 5.000 pesos.

La emisión de dinero en efectivo se realiza a solicitud de los bancos comerciales, que son los primeros receptores de billetes y monedas. Estas instituciones hacen llegar sus necesidades a través del Sistema Nacional de Comunicaciones Financieras (Sinacofi S.A.), una empresa creada por la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile, que opera como medio de transmisión electrónica con comunicaciones encriptadas y con altos niveles de seguridad.

Semana por medio, los bancos comerciales hacen al Banco Central solicitudes de dinero en efectivo. El Instituto Emisor hace anualmente proyecciones de giro mensual, por lo que las solicitudes son contrarrestadas con estas proyecciones. Si las solicitudes superan los montos proyectados,

The circulation of cash involves a complex logistical process to ensure that the cycle is synchronized, so that the money in the hands of the public matches the amount that the economy actually needs.

After the production of banknotes was tendered, the Central Bank had to be on site to directly supervise the strict compliance of the production process, implement rigorous quality controls and initiate a process to guarantee the arrival, custody and distribution of the currency.

All of these procedures had to dovetail perfectly with the public announcements, so that the promised delivery dates were met without fail.

This phase of the launch of the new family of banknotes was handled by the Currency Management Department, a division of the Treasury Department, headed by Hernán Sánchez.

Once the international tenders were awarded, the Currency Management Department took on the planning of the entire distribution process, which started five months before the unveiling of the design of the new \$5,000 note.

Cash currency is issued upon the request of the commercial banks, which are the first recipients of banknotes and coins. These institutions place their orders through the National Financial Communications System (Sinacofi S.A.), a company created by the Chilean Association of Banks and Financial Institutions, which operates a highly secure, encrypted electronic communications system.

Every other week, the commercial banks place their currency orders with the Central Bank. The Bank compares the orders against its annual forecast of monthly withdrawals. If the orders exceed the projected amounts, the quantity to be delivered is proportionally allocated among the different institutions. If they are substantially below the forecast, then 100% of the order is delivered to the banks.



Izquierda. Hernán Sánchez, Jefe del Departamento de Administración de Circulante.
Derecha. Funcionarios de la Gerencia de Tesorería del Banco Central.

Left. Hernán Sánchez, Head of the Currency Management Department. **Right.** Employees of the Banknotes and Coins Area of the Central Bank of Chile.



las cantidades entregadas se prorratean entre las diversas instituciones. Si están por debajo, se les entrega el 100 por ciento de lo pedido.

Una vez autorizada la emisión por parte del Banco Central, el LBTR (Sistema de Liquidación Bruta en Tiempo Real) realiza electrónicamente la operación de descuento en la cuenta corriente que el banco respectivo mantiene en el Banco Central.

Ante el lanzamiento de una nueva familia de billetes, el Banco Central tuvo que coordinar las comunicaciones financieras con una serie de modificaciones al sistema de recepción de solicitudes y autorizaciones, dado que se debían incorporar cinco nuevas denominaciones que no estaban incluidas en los sistemas electrónicos para hacer las solicitudes.

El 11 de agosto de 2009 llegó a Chile la primera partida de nuevos billetes de 5.000 pesos, con lo que la empresa australiana *NPA* iniciaba el cumplimiento de un estricto calendario de entregas. Un mes antes, el Banco había recibido las piezas de prueba. Cumpliendo el procedimiento habitual, expertos del Banco constataron el contenido de los *pallets* en que llegaron los billetes, que luego sometieron a intensos controles de cantidad y calidad. Luego de estos controles elaboraron un informe para dar conformidad a la recepción.

Los contratos internacionales establecen que la empresa proveedora es responsable de dejar los billetes en el Banco Central, por lo que deben encargarse no solamente de la producción, sino también de su traslado.

Once the delivery is authorized by the Central Bank, the real-time gross settlement (RTGS) system debits the reserve accounts that the commercial banks maintain with the Central Bank.

Before the new family of banknotes could be launched, the Central Bank had to coordinate the financial communications system. Specifically, a series of modifications were made to the order and authorization processes, to incorporate the five new denominations into the electronic ordering systems.

The first shipment of new \$5,000 notes arrived in Chile on 11 August 2009, in compliance with the strict delivery schedule established for the Australian company *NPA*. The Bank had received the printing samples one month earlier. In accordance with the usual procedure, Bank experts verified the content of the pallets on which the banknotes arrived and then carried out a series of meticulous quality and quantity controls. Once their report was filed, the currency was officially received.

The international printing contracts stipulate that the supplier is responsible for delivering the banknotes to the Central Bank. The suppliers must thus coordinate not only the production of the banknotes, but also their transfer.

Given the confidentiality surrounding the unveiling of the design and the announcement of the circulation dates, the Treasury Department had to closely coordinate the release of information to the commercial banks.



La confidencialidad que rodeó a la exposición de imágenes y anuncios sobre las fechas de puesta en circulación obligó a la Gerencia de Tesorería a mantener toda una sincronización en la información que enviaba a los bancos.

Fue sólo en el mismo momento en que se realizó la ceremonia de develamiento del billete de 5.000 pesos que el Banco Central envió un mensaje a los bancos comerciales a través de Sinacofi, entregándoles el detalle de esta información y preguntándoles cuáles serían sus requerimientos de billetes para todas las ciudades del país.

Se les informó además que sería el Banco Central quien asumiría los costos de traslado de los nuevos billetes a las regiones. Lo habitual es que los bancos comerciales a través de Sinacofi informen de sus necesidades de dinero circulante y sean ellos mismos los que los retiran desde el Instituto Emisor contratando empresas de transporte de valores.

Los billetes girados desde los saldos de cuenta corriente que los bancos tienen en el Banco Central son trasladados a sus propias bóvedas y desde allí es que se inicia la distribución a sucursales y, finalmente, a manos del público.

La decisión de trasladarlos a regiones por cuenta del Instituto Emisor tuvo como objetivo cumplir el compromiso de que el día en que se pusiera en circulación el primer integrante de la nueva familia, se encontrara disponible en la mayor cantidad de ciudades del país.



Only after the unveiling ceremony for the \$5,000 note did the Central Bank send a message to the commercial banks via Sinacofi, providing details on the circulation and asking how much they would need for supplying all the cities in the country.

The Central Bank also announced that it would assume the cost of delivering the new banknotes to the regions. Normally, the commercial banks place their currency orders through Sinacofi and then take charge of the physical withdrawal from the Central Bank, under contract with cash in transit companies.

The banknotes withdrawn from the commercial banks' reserve accounts at the Central Bank are transferred to the banks' own custody vaults, before being distributed to bank branches and, finally, the public.

The Central Bank decided to assume the cost of regional distribution in order to ensure compliance with its commitment that on the day the first new banknote was put into circulation, it would be available in the majority of cities throughout the country.

This occurred for the first time on 24 September 2009, the day the new \$5,000 note entered into circulation. After the Governor of the Central Bank made the first symbolic purchase, commercial banks from Arica to Magallanes to Easter Island to Chilean Antarctica, were ready to distribute the banknotes to the public on demand.

The short lapse between receiving the banks' orders and putting each

Funcionarios de la Gerencia de Tesorería del Banco Central de Chile

Employees of the Treasury Department of the Central Bank of Chile

Esto ocurrió por primera vez el 24 de septiembre de 2009, día en que se puso en circulación el nuevo billete de 5.000 pesos. Luego del pago simbólico hecho por el Presidente del Banco, los bancos comerciales desde Arica a Magallanes, incluida la Isla de Pascua estuvieron en condiciones de distribuirlo al público que lo requiriese.

El escaso período que mediaba entre las solicitudes de los bancos y la puesta en circulación de cada nueva denominación representó un enorme desafío logístico para el Banco Central. Los bancos comerciales hacían sus requerimientos de billetes señalando las ciudades a las que debían ser enviados. Desde ese momento, en el Instituto Emisor debían prepararse los paquetes de billetes, cumpliendo una serie de protocolos de seguridad, para ser entregados a las empresas de transportes de valores.

La puesta en circulación de cada nuevo billete se hizo en día miércoles. El viernes anterior, la Gerencia de Tesorería del Banco procesaba las solicitudes que hacían los bancos y preparaba el envío que iba a cada una de las sucursales bancarias a lo largo de todo el país. Entre el lunes y la mañana del miércoles se ponía en marcha el mecanismo de distribución. Los billetes comenzaban a ser entregados a las empresas de transportes de valores, que los enviaban por vía aérea o terrestre a las diversas ciudades.

Los billetes eran trasladados a bóvedas de custodia de los Bancos, donde permanecían hasta la mañana del día de la puesta en circulación. En las ciudades donde no existen estas bóvedas, quedaban en los centros de custodia que tienen las empresas de transporte de valores.

En cada uno de los cinco lanzamientos, todo funcionó perfectamente. No hubo ningún caso en que los paquetes con nuevos billetes fueran abiertos o distribuidos al público antes de la hora convenida con el Banco Central. Una vez realizada la ceremonia de puesta en circulación, los bancos comerciales tuvieron siempre billetes nuevos para entregar a sus clientes.

La Isla de Pascua fue un caso especial. Los paquetes con los nuevos billetes llegaban al aeropuerto y eran trasladados en vehículos policiales a las dos sucursales bancarias que existen allí, todo bajo un severo operativo de seguridad que garantizó que los pascuenses tuvieran acceso a los nuevos medios de pago en las mismas condiciones que todo el resto del país. ❀

new denomination in circulation represented a huge logistical challenge for the Central Bank. The commercial banks placed their banknote orders with instructions on where to deliver the currency. The Central Bank then had to prepare the banknote bundles, complying with a series of security protocols, which would be handed over to the cash in transit companies.

Each new banknote was put into circulation on a Wednesday. On the preceding Friday, the Central Bank's Treasury Department processed the orders from the commercial banks and prepared the shipments for all the bank branches around the country. The distribution mechanism was then operational from Monday through Wednesday morning as the cash in transit companies began to take delivery of the banknotes, which were shipped to the different cities by ground or by air.

The banknotes were transferred to the commercial banks' custody vaults, where they remained until the morning of the day they entered into circulation. In cities without custody vaults, the notes were held in the custody centers of the securities transportation companies.

Everything went smoothly for all five launches. There was no case of bundles that were opened or distributed to the public before the time stipulated by the Central Bank, and the new banknotes were always available at the commercial banks once the circulation ceremony was completed.

Easter Island was an unusual case. The bundles of new banknotes arrived at the airport and were transported in police vehicles to the two bank branches on the island, under strict security. The Bank's goal was to ensure that the islanders had access to the new currency under the same conditions as the rest of the country. ❀

El billete del terremoto

The earthquake banknote

El terremoto del 27 de febrero de 2010 impuso un dilema al Banco, que había anunciado la puesta en circulación del billete de 10.000 pesos para el miércoles 3 de marzo. El viernes 26 de febrero quedó todo dispuesto para iniciar el lunes el envío a todo el país.

Horas después de la catástrofe, los encargados del Departamento de Administración y Circulante, estaba en el Banco verificando el estado de los paquetes con nuevos billetes. Pero como las bóvedas requieren de estrictos protocolos para su apertura, sólo pudo hacerlo a través de cámaras internas. Constató que no había mayores problemas.

Durante los días sábado 27 y domingo 28, funcionarios del Banco Central tomaron contacto con tesoreros de los bancos comerciales para monitorear el sistema financiero, saber del estado de las sucursales y de las bóvedas de custodia de los bancos. En general, no presentaban problemas, salvo en las zonas más devastadas. Una sucursal bancaria de Concepción quedó sin posibilidades de ser ocupada, lo que incluía su bóveda de custodia. Esto obligó a una compleja operación, nunca antes realizada, para que los billetes en custodia fueran trasladados a otra sucursal bancaria.

Ante la magnitud de la tragedia y los problemas logísticos que podían suscitarse, el Banco Central decidió postergar la fecha de puesta en circulación del billete de 10.000 pesos para el 31 de marzo. Esto dio al Instituto Emisor alrededor de un mes para reorganizar la distribución de billetes con los bancos comerciales y las empresas de transportes de valores, tomando en cuenta la situación de las ciudades afectadas y el estado de carreteras y aeropuertos.

Todo ocurrió sincronizadamente en la fecha estipulada. Alrededor de 80 vehículos trasladaron los nuevos billetes a los 149 puntos comprometidos, incluyendo las zonas más afectadas por el terremoto. Habitantes de Talcahuano y Constitución, que habían sufrido el violento azote del terremoto y del posterior tsunami llegaron el 31 de marzo a las sucursales bancarias para tener el nuevo billete de 10.000 pesos. ❀

The earthquake on 27 February 2010 created a difficult situation for the Bank, in that the \$10,000 note was scheduled to enter into circulation on 3 March. On Friday, 26 February, everything was in place to commence the nationwide delivery process on Monday.

Just hours after the catastrophe, the staff in charge of the Currency Management Department arrived at the Bank to check the state of the packaged banknotes. Because opening the vaults is subject to strict protocols, the inspection had to be done via internal cameras. Nevertheless, the Director was able to verify that there were no major problems. On Saturday the 27th and Sunday the 28th, Central Bank officials contacted the treasurers of all the commercial banks to monitor the financial system and to inquire about the state of the banks' branches and custody vaults. The banks reported very few problems, except in the most devastated areas. One bank branch in Concepción was so damaged that it could not be entered, including the custody vault. This required a complex operation to transfer the currency to another bank branch.

Given the magnitude of the tragedy and the logistical problems that could potentially arise, the Central Bank decided to postpone the issue for the \$10,000 note, to 31 March. This gave the Bank about a month to reorganize the distribution of the banknotes with the commercial banks and cash in transit companies, taking into account the situation of the affected cities and the condition of highways and airports.

Everything went smoothly on the specified date. Around 80 vehicles transported the new banknotes to 149 designated delivery points, including areas affected by the earthquake. Even citizens of Talcahuano and Constitución, which were severely damaged by the earthquake and subsequent tsunami, could arrive at the local bank branches on 31 March to withdraw the new \$10,000 note. ❀

Cajeros automáticos

Automatic teller machines

Cuando se hizo el cambio de billetes, existían en Chile 8.012 cajeros automáticos, técnicamente denominados ATM, que se convirtieron en la principal fuente de distribución en el país. Los cajeros han sido una de las fuentes de crecimiento del dinero efectivo en Chile, porque son expresión visible de una mayor bancarización, a lo que se une el desarrollo del país y su crecimiento económico. En el año 2006 había 350 millones de billetes en circulación y, al momento de poner en circulación el último integrante de la nueva familia —de 1.000 pesos— había un total de 600 millones. En otras cifras, en el año 2001 había 17 billetes por habitante y diez años después, esa cifra había subido a 33.

Importante era considerar que la cantidad de billetes en circulación no necesariamente es la misma que la entregada por el Banco Central. Una parte de los que salen desde el Instituto Emisor son mantenidos en bóvedas de custodia de los bancos comerciales, por lo que lo que está en manos del público no necesariamente corresponde a la cantidad de billetes que existen.

A partir de cada nuevo lanzamiento, todas las solicitudes realizadas por los bancos comerciales eran cursadas con billetes nuevos y todo billete antiguo que llegaba al Instituto Emisor para su destrucción era también reemplazado por uno de la nueva familia.

Al momento de poner en circulación el último de la serie, el de 1.000 pesos —con 34 millones de unidades— el Banco Central había entregado 42 millones de unidades de billetes nuevos de 20.000 pesos; 268 millones de unidades de 10.000 pesos; 91 millones de unidades de 5.000 pesos; 28 millones de unidades de 2.000 pesos.

Dos años después del lanzamiento del primer integrante de la nueva familia, el Banco Central había entregado al sistema financiero 578 millones de unidades de billetes.

When the banknote replacement process was fully implemented, there were 8,012 automated teller machines (ATMs) in Chile, which became the primary distribution point for the new currency.

ATMs have been a source of growth for currency in circulation in Chile. They are a visible expression of the expansion of access to banking services to a growing share of the population, as well as a reflection of the country's economic growth and development.

In 2006, there were 350 million banknotes in circulation. By the time the last of the new family of banknotes was issued (the \$1,000 note), the number had grown to a total of 600 million. In other words, there were 17 banknotes per inhabitant in 2001, versus 33 ten years later.

An important consideration was that the quantity of banknotes in circulation does not necessarily equal the precise quantity delivered by the Central Bank. A share of the currency that leaves the Bank is held in custody vaults at the commercial banks, such that the amount in the hands of the public does not necessarily match the quantity of notes in existence.

Once a denomination was issued, all orders placed by the commercial banks were filled with new banknotes, and all old notes that arrived at the Central Bank for destruction were replaced with the new series.

When the final denomination was issued, the Central Bank had delivered 42 million new \$20,000 notes; 268 million \$10,000 notes; 91 million \$5,000 notes; 28 million \$2,000 notes; and 34 million \$1,000 notes.

Two years after the launch of the first new banknote in the family, the Central Bank had delivered a total of 578 million notes to the financial system.

The replacement rate had been estimated at around one year for each denomination. By the end of 2010, it was very difficult to find an old \$5,000 note in circulation.

Las estimaciones de velocidad de reemplazo eran de alrededor de un año por cada denominación. Ya hacia fines de 2010 era muy difícil encontrar un billete antiguo de 5.000 pesos. El reemplazo iba cumpliéndose de acuerdo a lo programado, a medida que este tipo de dinero en efectivo podía ser obtenido a través de los cajeros.

Uno de los principales mensajes al momento de poner en circulación cada uno de los nuevos billetes era que su llegada al público iba a ser gradual, porque primero podían acceder a ellos en las cajas de cada sucursal bancaria y con alguna lentitud a través de los cajeros automáticos. Esto era necesario porque los bancos comerciales tenían que adaptar estas máquinas a las características de cada nuevo billete, especialmente su tamaño. Hacer esa modificación tomaba entre 15 minutos y media hora por cada cajero, cambio que debía hacerse en horas de baja atención de público y bajo medidas de seguridad que implicaban la presencia de al menos cuatro personas en ese momento, entre técnicos y vigilantes. De todas formas, iba a ser un proceso lento.

La primera vez que un nuevo billete de 5.000 pesos, el primero de la nueva

The replacement was occurring on schedule, to the extent that the new notes could be obtained from ATMs.

One of the main messages at the launch of each new banknote was that its release to the public would be gradual. People would first be issued the new notes from teller windows at bank branches and then slowly from ATMs.

This was necessary because the commercial banks had to adapt the machines to the characteristics of each new banknote, most notably the size. The modification took 15 to 30 minutes per ATM, and it had to be done during low-traffic hours. Moreover, the necessary security measures implied that at least four people had to be present for each adjustment, including technicians and security guards. It was thus going to be a slow process.

The new \$5,000 note—the first in the new family—could be obtained from an ATM just six days after it was issued. Initially, there were two ATMs in Santiago issuing the new note, but the changeover then proceeded fairly rapidly. The ATM adaptations were even faster for the following denominations. Seven ATMs were issuing the new \$10,000 notes on the



familia, pudo ser obtenido a través de un cajero automático fue en sólo seis días después de la puesta en circulación. Fue específicamente en dos cajeros de Santiago. De allí en adelante, el cambio avanzó bastante rápido. Rápidas también fueron algunas de las adaptaciones de este tipo de cajeros en las denominaciones siguientes. El mismo día de su puesta en circulación, siete cajeros tuvieron disponibles billetes de 10.000 pesos, lo que también ocurrió en seis cajeros cuando se lanzó el billete de 2.000 pesos. El de 20.000 pesos comenzó a estar disponible en cajeros automáticos dos días después de su lanzamiento y el de 1.000 pesos, demoró alrededor de 20 días en aparecer en estas máquinas, aunque cuando lo hicieron, fue en 76 de ellas.

Ya a mediados del año 2011, prácticamente el 100 por ciento de los cajeros entregaban nuevos billetes de 5.000 mil pesos; un 90 por ciento el de 10.000 pesos; un 50 por ciento el de 20.000 pesos y un 34 por ciento el de 2.000 pesos. ❀

same day they entered into circulation, as did six ATMs with the \$2,000 note. The \$20,000 note began to be available from ATMs two days after the launch. In contrast, it took 20 days for the \$1,000 note to be released through ATMs, but when it finally appeared, it was available from 76 machines.

By mid-2011, nearly 100 percent of ATMs were delivering new \$5,000 notes; 90 percent, the \$10,000 notes; 50 percent, the \$20,000 notes; and 34 percent, the \$2,000 notes. ❀

Duración

Duration

Dependiendo del cuidado y trato que reciban por parte de los distribuidores y la población en general, los billetes tienen períodos más o menos previsibles de duración. Las personas cuidan más aquellos de mayor denominación y eso también incide en su ciclo de vida.

De los billetes antiguos, los de 20.000 pesos duraban alrededor de tres años, mientras que los de 10.000 pesos duraban dos años y los de algodón de 1.000, 2.000 y 5.000 pesos tenían una vida de alrededor de un año. En el caso específico del billete antiguo de polímero, su duración podía llegar hasta cuatro años.

En la nueva familia, la duración de los de 1.000, 2.000 y de 5.000 pesos estaba estimada entre tres y cuatro años, mientras que la de los billetes de 10.000 y 20.000 pesos sería algo superior a los de la serie anterior. ❁

Banknotes have a more or less predictable life span, depending on the care and treatment they receive from distributors and the general population.

People tend to be more careful with higher denominations, so these tend to last longer.

With the old series, the \$20,000 notes lasted around three years, the \$10,000 notes around two years and the cotton \$1,000, \$2,000 and \$5,000 notes, around one year. The original polymer \$2,000 note had a life span of up to four years.

In the new family, the duration of the \$1,000, \$2,000 and \$5,000 notes was estimated to be between three and four years, while the \$10,000 and \$20,000 notes were expected to be somewhat more durable than the previous series. ❁



EL FUTURO

THE FUTURE

Aunque un nuevo medio de pago de un emisor exclusivo debe ser de todas formas aceptado por la población, existe una posibilidad de rechazo a sus formas, su diseño o la oportunidad del cambio. También existe una posibilidad cierta de desconocimiento que conspira contra la confianza que debe ser depositada en el dinero circulante.

Encuestas realizadas por el Banco Central entre 2009 y 2011 demostraron que la nueva familia de billetes alcanzó una alta aceptación por el público, que los incorporó rápidamente en sus transacciones diarias. El nivel de conocimiento era casi total a lo largo de todo el país.

El papel plástico implicó modificar hábitos de uso. Cuando están nuevos, estos billetes tienden a pegarse, por lo que el público comenzó a tener mayor cuidado al momento de utilizarlos. En general, se tomaba esto como una característica a la que había que acostumbrarse y se valoraba el hecho de que fuesen más limpios que los anteriores.

No obstante y teniendo presente esta potencial dificultad, el Banco Central intensificó las acciones de capacitación para cajeros de bancos y de establecimientos comerciales en todo el país. Esta tarea de educación también se extendería a la población de todo el país, de manera que se obtuviera el máximo rendimiento a medios de pago que pueden ser más duraderos y seguros.

Chile se incorporó de un salto a los estándares de avanzada en el mundo en materia de medios de pago de alta circulación y quedó en excelente pie para enfrentar los desafíos que el vertiginoso avance de la tecnología pudiera imponer en esta materia, de manera de combinar adecuadamente el diseño, la seguridad y las facilidades de uso del dinero, parte importante del nivel de desarrollo de un país.

La experiencia adquirida en todo este proceso permite al Banco Central de Chile tener la certeza de que no volverán a pasar 30 años antes de un nuevo cambio, porque el ritmo de los avances tecnológicos obligarán a que el ciclo de actualizaciones sea siempre inferior a 10 años. ❁

Although a new currency issued by an institution with exclusive authority will have to be accepted by the population regardless, there remains a possibility that people could reject their form, their design or the timing of the change. There is an even greater possibility that any confusion arising from the change could undermine the public's confidence in the currency in circulation.

Surveys carried out by the Central Bank between 2009 and 2011 showed that the new family of banknotes had been widely accepted by the public, and they were quickly incorporated into daily transactions. The level of recognition was almost total all across the country.

The plastic substrate required a change in habits. Polymer notes tend to stick together when they are new, so people began to be more careful when using them. In general, the public accepted this as something they just had to get used to, while they appreciated the fact that the new polymer notes were cleaner than the old paper notes.

Nevertheless, to address this potential difficulty, the Central Bank increased its training workshops for bank tellers and retail cashiers throughout the country. Educational efforts were also aimed at the population as a whole, so as to maximize the benefits of a more durable and more secure currency.

In a single thrust, Chile incorporated the highest global standards in the area of high-circulation currency, and the country is now in an excellent position to face the challenges posed by the dizzying pace of technological advances. By achieving the right fusion of design, security and ease of use, the Bank can ensure that the currency fully contributes to the country's development.

The experience garnered in this extensive process will allow the Central Bank of Chile to make sure another 30 years do not pass before a new change is implemented. The rate of technological progress is such that the future cycle will always be under 10 years. ❁

Página anterior Billeto de 20.000 pesos enterrado en la Cápsula Bicentenario de la Plaza de Armas de Santiago, el 28 de septiembre del año 2010.

Previous page 20,000-peso banknote buried in the Bicentennial Capsule in the Plaza de Armas in Santiago, September 28, 2010.



NUEVA FAMILIA DE BILLETES PARA CHILE
BANCO CENTRAL DE CHILE

NEW FAMILY OF BANKNOTES FOR CHILE
CENTRAL BANK OF CHILE

www.bcentral.cl

Investigación y textos / Research and texts: Luis Álvarez Vallejos
Coordinación y apoyo de la investigación / Coordination and research assistance: Solange Bustamante Muñoz
Edición, diseño e impresión / Edition, design and printing: Origo Ediciones
Traducción / Translation: Jennifer Hoover

Agradecimientos a / Thanks to: Claudia Varela Lertora, Iván Montoya Lara, Claudia Bendjerodt Legisos,
Juan Manuel Martínez Silva, Jorge Desormeaux Jiménez, Enrique Marshall Rivera, Luis Óscar Herrera Barriga,
Alejandro Zurbuchen Silva y Consuelo Edwards Guzmán.

Copyright© Banco Central de Chile, 2013
Inscripción / Registration: 228.324
ISBN 978-956-742-139-8

Derechos reservados. Esta publicación se encuentra protegida por la Ley 17.336 sobre Propiedad Intelectual.
Ninguna parte de esta publicación podrá ser reproducida, almacenada o transmitida en cualquier forma o medio electrónico,
mecánico, óptico o químico, incluidas las fotocopias, sin previa autorización expresa y escrita del Banco Central de Chile.

All rights reserved. This publication is protected by Intellectual Property Law N° 17,336.
No part of this publication may be reproduced, stored, or transmitted in any form or electronic, mechanical, optical, or chemical
medium, including photocopies, without prior express and written authorization from the Central Bank of Chile.

Impreso en Chile / Printed in Chile, 2013.