



**INFORME DE
SUSTENTABILIDAD**

2012

NUESTRA MISIÓN

Bci se define como una Corporación de Soluciones Financieras que participa en todos los negocios y operaciones financieras que la Ley General de Bancos le permite, para ofrecer a la comunidad productos y servicios generados por procesos de alta eficiencia operacional y excelencia en la calidad, con una permanente innovación tecnológica, prudentes políticas de administración de riesgos y exigentes estándares éticos, los que deben ser respetados por todas las personas que se desempeñan en sus empresas. En este marco, y con el propósito de cumplir sus objetivos y políticas, la Corporación se compromete a cuidar que dichos logros se obtengan con especial énfasis en los que considera sus cuatro pilares fundamentales:

ACCIONISTAS

Las políticas y decisiones de negocios siempre deben destinarse a incrementar el patrimonio invertido por los accionistas en la empresa. Se pretende que el retorno sobre su inversión sea superior al promedio del sistema bancario, acompañado de niveles de riesgo normales para los negocios en que se desenvuelve la Corporación y con el máximo nivel de transparencia posible en su conducta, de acuerdo con las leyes, la reglamentación y el marco ético vigentes.

CLIENTES Y PROVEEDORES

Los productos y servicios que entreguen las empresas Bci a sus clientes deben ser de óptima calidad, a precios competitivos, innovadores y que den satisfacción adecuada y oportuna a sus necesidades. Siempre se debe considerar que los clientes son la base del éxito de la Institución y, por ende, las relaciones comerciales con ellos deben ser mantenidas bajo una perspectiva de largo plazo.

Con los proveedores se deben mantener relaciones de mutuo beneficio, de lealtad en el tiempo y con altos estándares de calidad, cumplimiento y transparencia.

COLABORADORES Y SUS FAMILIAS

La Corporación debe procurar que todos sus colaboradores tengan una calidad de vida digna y un trabajo estable, con posibilidades de desarrollo personal, profesional y familiar, donde se incentive y retribuya adecuadamente el buen desempeño y el esfuerzo individual y grupal, junto con entregar las directrices y formas que mantengan un ambiente laboral de excelencia y un comportamiento profesional y ético exigente.

La Corporación se define como una empresa familiarmente responsable, que está comprometida con lograr que las funciones de los colaboradores se desarrollen en condiciones compatibles con una adecuada vida personal y familiar.

SOCIEDAD

El compromiso de la Corporación es desarrollar sus negocios y actividades dentro de la legislación vigente en el país y en las plazas del exterior donde tiene presencia, con plena observación de los principios éticos que aseguran el respeto de los derechos e intereses ajenos, de acuerdo con los cánones establecidos y aceptados por la sociedad.

Como empresa, Bci también tiene interés en contribuir efectivamente a mantener un medio ambiente sano y a incrementar el patrimonio social, cultural y económico del país, por medio del apoyo a iniciativas en esa dirección.

NUESTRA VISIÓN

Aspiramos a ser líderes regionales en innovación, cercanía y experiencia de clientes, y ser reconocidos como la mejor empresa para trabajar y desarrollarse.



Tener grandes metas es creer en el futuro, es confiar en quienes tienen un sueño y apoyarlos para que su impulso genere buenos resultados. Ese ha sido nuestro espíritu: abrir las puertas a los emprendedores y avanzar con ellos en el desafío que implica la innovación y abrirse paso en el mercado.

Juntos hemos llegado lejos. Hemos otorgado más de 7.500 créditos a emprendedores y varios de ellos hoy ya se han consolidado como Pymes. Cada peso invertido ha valido la pena, ha sembrado un vínculo de relacionamiento a largo plazo y, sobre todo, ha permitido que muchos sueños se hagan realidad.

Porque somos diferentes, porque las metas de nuestros clientes son también las nuestras, porque queremos un país más desarrollado y donde la gente viva mejor, seguiremos apoyando el emprendimiento nacional y creyendo en que un futuro mejor es posible.

ÍNDICE

01. / P.4

NUESTRA EMPRESA

INFORME DEL PRESIDENTE / P. 5
ALCANCE DEL INFORME / P. 8
METAS 2012 Y COMPROMISOS 2013 / P. 10
PERFIL DE LA EMPRESA / P. 12
PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS / P. 20

02. / P.26

MODELO DE SUSTENTABILIDAD

03. / P.30

CLIENTES Y PROVEEDORES

CLIENTES / P. 30
RELACIÓN CON PROVEEDORES / P. 49

04. / P.128

CALIDAD DE VIDA LABORAL

DOTACIÓN / P. 55
DESARROLLO Y CAPACITACIÓN / P. 56
BENEFICIOS Y RECONOCIMIENTO / P. 58
RECLUTAMIENTO / P. 62
RELACIONES LABORALES / P. 65
SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL / P. 65
CLIMA LABORAL / P. 67

05. / P.72

GOBIERNO CORPORATIVO

DIRECTORIO / P. 70
ÉTICA / P. 90

06. / P.96

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

VOLUNTARIADO CORPORATIVO / P. 98
APOYO ADULTOS MAYORES
Y NIÑOS EN RIESGO SOCIAL / P. 98
COMPROMISO CON LA EDUCACIÓN / P. 101
CULTURA DIFERENTE / P. 101
APORTE SOCIAL / P. 103

07. / P.106

DESEMPEÑO AMBIENTAL

ESTRATEGIA AMBIENTAL / P. 107
EFICIENCIA ENERGÉTICA / P. 110

08. / P.114

DESEMPEÑO ECONÓMICO

VALOR ECONÓMICO GENERADO
Y DISTRIBUÍDO / P. 116
AYUDA FINANCIERA RECIBIDA DEL ESTADO / P. 117
RESUMEN FINANCIERO / P. 118

09. / P.122

ÍNDICE GRI Y PACTO GLOBAL

10. / P.128

ANEXOS

11. / P.132

ENCUESTA

LUIS ENRIQUE YARUR REY
PRESIDENTE



01.

NUESTRA EMPRESA

INFORME DEL PRESIDENTE

Hemos logrado que el desarrollo sustentable esté plenamente integrado al negocio esencial de Bci, lo que abre, sin dudas, amplias perspectivas.

La publicación de nuestro Reporte de Sustentabilidad por noveno año consecutivo –que además constituye la quinta Comunicación de Progreso de nuestro compromiso con los Diez Principios del Pacto Global- se ha convertido en una oportunidad para realizar una mirada tanto hacia el pasado, presente y futuro. Ellos nos sirve para apreciar el camino recorrido en sistematizar y abordar temas de sustentabilidad, como también para dimensionar el Banco que queremos ser y el protagonismo que está teniendo el desarrollo sostenible.

Al mirar atrás, se advierte que fuimos construyendo nuestra sustentabilidad sobre bases sólidas, las cuales hoy nos permiten abordarla desde una perspectiva coherente y consolidada. El nivel de nuestros colaboradores, el armónico clima laboral de que gozamos, la alta compenetración con nuestros clientes y proveedores, así como nuestro activo compromiso con la comunidad y el medio ambiente, son ampliamente reconocidos.

Algunos de los premios que recibimos en 2012 sustentan esta afirmación: Bci fue considerada la empresa más responsable y con mejor gobierno corporativo del país, según el ranking del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco); ocupó el segundo lugar en el Ranking de Empresas Innovadoras de la Universidad de los Andes; fue la tercera compañía más transparente de acuerdo al Índice de Transparencia Corporativa; y se situó en el cuarto lugar en el Ranking Nacional de Responsabilidad Social Empresarial de PROhumana. Además, fuimos catalogados, por segundo año consecutivo, como el mejor banco del país, según la prestigiosa revista británica The Banker¹.

Lejos de sentir que ya está todo hecho y fieles al espíritu innovador que nos caracteriza, cada año nos jugamos por correr un poco más lejos los límites de nuestra sustentabilidad, asumiendo desafíos inéditos que buscan movilizar de manera entusiasta a toda la organización.

En 2011 marcamos un hito a nivel país al adoptar y dar a conocer 14 medidas que transparentaban al máximo la relación con nuestros clientes, estableciendo una total sintonía con una de las principales exigencias que la sociedad está haciendo a las instituciones, sobre todo a las financieras.

Este año nos atrevimos a dar un paso significativo al explicitar el concepto de valor compartido en nuestro quehacer, con lo cual demostramos que jugamos un protagónico rol social que resulta más decisivo que la sola rentabilización de nuestro negocio. En efecto, queremos seguir creciendo, pero pretendemos que asimismo lo hagan con nosotros miles de emprendedores y pequeñas empresas que históricamente han carecido de apoyo bancario, porque estamos convencidos que nuestro respaldo a esos proyectos posibilitarán la generación de riqueza y de nuevos empleos, que contribuirán al crecimiento del país y al bienestar de la sociedad en su conjunto.

¹ www.thebanker.com

Fieles a los principios que sustentaron la creación de nuestro banco hace más de 75 años, en el sentido de ser un banco de apoyo al emprendimiento, Bci Nace - iniciativa inédita en la banca, que desde hace seis años acompaña los primeros pasos de miles emprendedores - en 2012 duplicó el volumen de créditos acumulados en todos los años previos, apoyando a más de 4.500 nuevos empresarios, lo que contribuyó en la creación aproximadamente de 16.000 nuevos empleos.

También generamos nuevas facilidades para las PyME y estamos abriendo canales para financiar microempresas, con el objeto de apoyar a 50.000 de ellas hacia fines de 2014. Además, por intermedio de nuestro programa Renace, que respalda la recuperación de empresas que habiendo fallado en su proyecto, siempre fueron responsables con sus compromisos, durante el ejercicio facilitamos la recuperación financiera de un centenar de ellas.

A través de estas iniciativas y actividades complementarias como nuestros encuentros empresariales y diversas acciones de educación financiera, esperamos convertirnos en gestores de un movimiento social con un enorme efecto multiplicador. Eso es generar valor compartido.

Otro de nuestros pilares estratégicos, el cultivo de la transparencia y la confianza, está contribuyendo a proporcionar una mejor experiencia de servicio para nuestros clientes, lo que ayuda al establecimiento de vínculos perdurables con ellos. En 2012 agregamos cuatro nuevos compromisos los que se suman a las 14 medidas de transparencia adoptadas el año anterior destinadas a reforzar la información y garantías de nuestros clientes. Asimismo, avanzamos en la gestión de conductas transparentes entre nuestros colaboradores e iniciamos el desarrollo de las prácticas de transparencia en nuestras filiales.

Del mismo modo desarrollamos transparencia y confianza con nuestros proveedores, los cuales en su gran mayoría son pequeñas y medianas empresas. Nuestra preocupación por ellos se vio reflejada ya en 2011 cuando fuimos la primera empresa del país en recibir el Sello ProPyme, que entrega el Gobierno a las compañías que pagan a sus proveedores en menos de 30 días. En 2012 actualizamos este sello y redujimos el lapso promedio de cancelación a solo dos días, la mitad del plazo registrado el año precedente. Además efectuamos el lanzamiento de un portal exclusivo para proveedores del Banco, que permite el seguimiento de facturas y órdenes de compra, actualizar los datos o postular a licitaciones entre otras iniciativas.

Paralelamente, con el fin de convertirnos en el Banco con mejor experiencia de atención y servicio, creamos la Gerencia de Experiencia Cliente e Imagen Corporativa y se gestó un nuevo modelo de gestión para este propósito, el cual comenzó a implementarse como piloto en algunas de nuestras sucursales. Otra decisión adoptada en beneficio de nuestros clientes fue la unificación de nuestros canales de distribución en una sola gerencia, que hará más eficiente y homogénea la entrega de productos y servicios.

En tal sentido, a fines de 2012 marcamos un hito al generar un canal de distribución a través de dispositivos digitales móviles como smartphones, tablets y otros. Creemos que nuestra capacidad para ir incorporando las nuevas tecnologías de información en la experiencia del cliente está generando un cambio conductual, que se reflejó en el aumento de la presencia de los canales no tradicionales en las colocaciones de nuestra banca retail desde 20% en 2010 hasta 43% en 2012, con la expectativa de que llegue al 50% en 2013.

En términos de calidad de vida laboral, otro de nuestros pilares estratégicos, estamos procurando que nuestros colaboradores vivan en Bci una experiencia altamente satisfactoria, a partir de una cultura, beneficios y oportunidades que favorezcan su desarrollo profesional y personal. Entre los principales logros del período destaca la implementación del programa Bci+1%, a través del cual motivamos a nuestros colaboradores a que generen propuestas para mejorar las condiciones de todos. Del mismo modo nos enorgullece la puesta en marcha del Programa de Cajeros Senior, que posibilitó que 21 personas de 50 a 70 años de edad pudieran trabajar en nuestras sucursales. Asimismo, se incorporaron 20 colaboradores con discapacidad a través de nuestro programa Bci sin Límites. Además el 2012, fuimos destacados por el Gobierno por haber sido la empresa que capacitó a más colaboradores a través de la franquicia tributaria Sence, especialmente por el uso de la modalidad de capacitación en precontrato.

Nuestro compromiso con la comunidad y el medio ambiente -el último pilar de nuestra estrategia de sustentabilidad- ha fortalecido el apoyo a adultos mayores y niños en riesgo social, así como el patrocinio de la iniciativa educacional Enseña Chile, e iniciativas culturales entre las que destaca la construcción del Teatro Municipal de Constitución. De este modo, nuestro aporte económico a iniciativas sociales se duplicó entre 2009 y 2012 hasta totalizar más de \$3.000 millones en donaciones.



En medio ambiente, resalta el primer año de funcionamiento de la primera sucursal ecológica de la banca nacional, construida según la certificación internacional LEED, la cual se convirtió en 2012, además, en el primer edificio de Sudamérica en recibir el sello de eficiencia energética Passivhaus. Al revisar su comportamiento, se comprobó que esta oficina gastó 51% menos electricidad y liberó 78% menos emisiones en comparación a una sucursal estadounidense establecida como línea de base por el estándar ASHRAE. A esta oficina sumaremos otros dos edificios con certificación LEED hacia el año 2014, así como una profundización de nuestras acciones destinadas a una mayor eficiencia energética.

Por todas estas razones y otras que ustedes conocerán en este Reporte de Sustentabilidad, estoy convencido que hemos hecho de la diferencia una virtud. Lo significativo es que nuestro desempeño en términos de sostenibilidad es claramente coherente con esa visión que ha marcado por décadas nuestra actividad como banqueros. Esa sincronía es el mejor indicador de que hemos logrado que el desarrollo sustentable esté plenamente integrado al negocio esencial del Banco, lo que abre, sin dudas, amplias perspectivas. Seguiremos pensando en grande, con el fin de establecer nuevas diferencias que nos ayuden a construir un mejor Banco del futuro y un mejor Banco para la sociedad.

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Luis Enrique Yarur Rey'.

LUIS ENRIQUE YARUR REY
PRESIDENTE BCI

ALCANCE DEL INFORME

Por noveno año, de manera consecutiva, hemos elaborado un documento en el que presentamos nuestro desempeño en el ámbito social, económico y ambiental. Nuestro Informe de Sustentabilidad 2012 también recoge los avances en la visión del Banco efectuada durante el período: Experiencia a clientes y Valor compartido.

La información incluida abarca el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2012 y datos cuantitativos de años anteriores para garantizar el principio de comparabilidad. Además, se trata de nuestra quinta Información de Comunicación en Progreso bajo los principios del Pacto Global de Naciones Unidas², al cual adherimos en 2007.

Al igual que en años anteriores, la metodología para la realización de este reporte está basada en las pautas G3.1. del Global Reporting Initiative (GRI)³, incluyendo la versión del Suplemento Financiero.

Así como otros años, en 2012, para definir el contenido del Informe se consultó a los ejecutivos y trabajadores y se revisó la prensa del período. Además, para este documento se efectuó un proceso de consulta ampliado que incluyó una encuesta on line para trabajadores y proveedores y un taller con clientes. Estas actividades permitieron identificar los temas más relevantes para estos grupos de interés.

Adicionalmente, se les consultó la estructura que esperan del Informe de Sustentabilidad de acuerdo con los ámbitos que les parecían relevantes y de acuerdo con esto, los capítulos de esta versión son: Clientes y proveedores; Calidad de vida laboral; Gobierno Corporativo y ética; Compromiso con la comunidad; Desempeño ambiental; y Desempeño económico.

Para garantizar la transparencia y trazabilidad de la información, este documento fue elaborado por un consultor externo especializado en las pautas GRI y en un anexo se enumeran las fuentes escritas de información usadas para su elaboración, así como las personas relacionadas con la entrega de los indicadores y su validación.

Los datos y cálculos técnicos que se realizaron para preparar cada indicador cuantitativo de desempeño económico, social y ambiental corresponden a toda la Corporación Bci y están basados en procedimientos reconocidos por la normativa interna. La información financiera y económica está expresada en pesos chilenos, salvo cuando se indique lo contrario. Esta dimensión es abordada de manera más exhaustiva en la Memoria Anual, que es entregada junto con este Informe desde hace nueve años.

El Informe de Sustentabilidad está disponible en 1000 ejemplares en español y la versión en inglés se hará llegar en formato PDF vía e-mail a los grupos de interés que lo requieran.

En forma complementaria se realizará un sitio web con la finalidad de hacer este proceso más didáctico para las partes interesadas y se publicará un resumen en español.

Además, para garantizar el acceso a la información, tanto éste como los informes de años anteriores pueden ser consultados en el sitio (www.bci.cl). De acuerdo a todo lo anterior, nos hemos autocalificado Nivel B.

² Los principios del Pacto Global aparecen en el Anexo N°1, página 130.

³ www.globalreporting.org



METAS 2012 Y COMPROMISOS 2013

TEMA	METAS 2012	
GOBIERNO CORPORATIVO	Obtener la certificación externa del modelo de Prevención de Riesgo Penal.	✓
ÉTICA EMPRESARIAL	Implementar el proceso de cumplimiento normativo del Programa de Actualización de las Normativas Internas Vigentes.	✓
	Potenciar la comunicación en forma segmentada y masiva.	✓
CALIDAD DE VIDA LABORAL	Lanzar internamente el Manual Bci Sin Límites.	✓
	Segmentar los beneficios a los colaboradores.	✓
	Potenciar la cultura interna con foco en colaboradores contentos.	✓
	Segmentar la comunicación interna y focalizar en experiencia colaborador.	✓
CLIENTES	Ampliar la cartera de clientes a través de más y mejores formas de comunicar los beneficios de la cuenta corriente y la tarjeta de crédito, como también realizar alianzas con organizaciones líderes en temáticas ecológicas y de la tercera edad.	→
	Continuar con el programa de Tranquilidad Económica, ampliándolo más allá del Programa Nace.	✓
	Dar a conocer el programa Valor Compartido con prioridad en emprendimiento.	✓
	Buscar nuevas medidas de transparencia bajo los pilares de información, asesoría y educación.	✓
PROVEEDORES	Implementar los criterios de RSE para la evaluación de proveedores.	→
	Desarrollar e implementar encuentros de RSE para proveedores.	✓
	Aumentar la satisfacción de proveedores en el ámbito de RSE.	✓
	Diseño e implementación en 100% del portal de proveedores.	✓
	Cumplir en un 100% con el plazo definido en política (siete días hábiles) para pago a proveedores.	✓
COMUNIDAD	Mantener plan de sensibilización a la sociedad respecto del adulto mayor y su estado de vulnerabilidad, con foco en regiones.	✓
	Continuar con el plan de cultura diferente, en especial con actividades en regiones.	✓
	Expandir el Plan de Voluntariado corporativo para cubrir requerimientos de las fundaciones que Bci apoya.	✓
MEDIO AMBIENTE	Implementar las mejoras para mitigar la huella de carbono del edificio corporativo.	→
	Evaluar el cálculo de la huella de carbono para Bci.	✓
	Hacer seguimiento a consumos de sucursal sustentable para evaluar plan de construcción sustentable a largo plazo.	✓

DESEMPEÑO

COMPROMISO 2013

En diciembre, el modelo de Prevención de Riesgo Penal obtuvo la certificación externa por parte de la clasificadora de riesgo Feller Rate.	Potenciar e innovar en la operación del Directorio.
A fines de 2012 se lanzó el innovador sitio Web Normativamás, fuente Oficial de Normativas de la Corporación Bci, el que apoyó a implementar el proceso de cumplimiento normativo.	Implementar una plataforma de gestión de las conversaciones de ética que se desarrolla entre los líderes y sus equipos. Implementar un sistema de retroalimentación y evaluación de los contenidos del Código de Ética. Reforzar el canal de comunicación interna "Qué Hago".
Se implementó el plan de conversaciones de ética entre los líderes y sus equipos, en el cual participaron 185 líderes.	Potenciar la capacitación de valores éticos a los colaboradores.
Se incorporaron seis colaboradores con discapacidad, llegando a 20 en toda la Corporación. Se realizaron talleres de sensibilización a colaboradores y jefaturas y se lanzó el Manual de Consulta sobre Inclusión laboral.	Aumentar la tasa de incorporaciones al programa Bci sin límites en torno al 50%. Realizar talleres de sensibilización y capacitación del programa Bci sin Límites.
Se realizó un estudio psicográfico para generar una nueva oferta de valor para los colaboradores. Se identificaron tres segmentos y se desarrolló una malla de beneficios focalizados en cada grupo.	Lanzar un paquete de beneficios segmentados a los Colaboradores a través de un nuevo portal. Aumentar la tasa de conocimiento de los beneficios internos.
La estrategia de gestión de personas profundizó el modelo de Experiencia de Colaborador. Para ello se potenciaron los planes de capacitación, se desarrollaron nuevos modelos de reclutamiento y se actualizó el programa "Trabajo a Medida".	Extender el Programa "Trabajo a Medida" a los colaboradores de Bci.
A las reuniones formales que organiza el Banco con cada una de las áreas y unidades de la Corporación, se sumó el Programa "Bci +1%", que busca recoger propuestas de los colaboradores para la mejora continua y traducirlas en hechos y soluciones. Todas fueron difundidas a través de folletos internos denominados "Escuchamos y lo hicimos".	
Se evaluaron diferentes alianzas con organizaciones para potenciar el programa de fidelización a nuestros clientes con foco en medioambiente y mundo seniors, sin embargo no cumplían con los estándares que Bci considera adecuados, por lo cual se seguirá trabajando en 2013. No obstante se avanzó en la difusión de los beneficios de la cuenta corriente y tarjeta de crédito carbono neutral.	Lanzar nuevo modelo de atención para microemprendimiento.
Durante 2012 se realizaron 48 charlas en municipios, cuatro clínicas bancarias (tres de ellas en regiones), se lanzó la serie especial "Educación Financiera para Personas" publicada en El Mercurio y Las Últimas Noticias, y en el mini sitio del mismo nombre en Emol.com.	Lanzar producto o servicio para el segmento seniors.
Durante 2012, Valor Compartido Bci se tradujo en el lanzamiento oficial como línea de negocios de Bci Nace, programa creado al alero de la Responsabilidad Social Empresarial corporativa, y que en 2012 apoyó a más de 4.500 nuevos emprendedores, generando 12.000 nuevos empleos para la economía.	Potenciar Programa Nace y Renace.
Se concretaron cuatro nuevas medidas de transparencia corporativa Bci desarrolló una campaña de difusión interna y un concurso para colaboradores con el fin de recoger propuestas de mejora. Se organizó focus group con clientes sobre el concepto de transparencia. Se potenció la defensoría del cliente y se incentivó mejoras en los contratos y en la información de productos a través del sitio web.	Generar nuevas medidas de transparencia incorporando filiales. Potenciar las medidas de transparencia entre los colaboradores.
Bci elaboró y distribuyó entre algunos proveedores, un cuestionario de autoanálisis de RSE. Bci realizó 4.622 revisiones o visiones comerciales a proveedores para evaluar el estado de cada uno de ellos en materia laboral y previsional.	Implementar los criterios de RSE para la evaluación de proveedores, de acuerdo a los resultados de la autoevaluación.
Se realizaron siete desayunos, con 12 proveedores en promedio en cada uno de ellos. Continuó el Premio al Proveedor Destacado Bci, el que recibió 128 postulaciones. Se lanzó el Premio al Colaborador Externo de Bci, en el que se recibieron 300 postulaciones.	Capacitar y compartir prácticas de sustentabilidad a nuestros principales proveedores.
Se elaboró la cartilla de Buenas Prácticas para proveedores. La Encuesta de Satisfacción de Proveedores mostró que la satisfacción global como proveedor pasó de 88% en 2011 a 90% en 2012.	Potenciar a nivel corporativo el Premio al Colaborador Externo Destacado.
Se lanzó el portal de proveedores a través del cual, al finalizar 2012, operaban unos 100 proveedores.	Dar a conocer el Portal de proveedores.
Bci siguió mejorando sus ciclos de pago hasta reducirlos en promedio durante 2012 a 2 días desde los 4,39 promedio en que cerró 2011.	
Se realizaron visitas mensuales a los hogares de Fundación Las Rosas; la Caminata 2K para el adulto mayor; una colecta para recaudar fondos para la fundación; y la celebración de Navidad. Además se organizó un seminario sobre envejecimiento activo y saludable con la participación de 200 asistentes.	Aumentar la participación de colaboradores en actividades de voluntariado corporativo especialmente en regiones
En el marco del Plan Maestro de Reconstrucción de Constitución, iniciado como resultado del terremoto y tsunami de 2010, Bci se comprometió a apoyar financieramente la rehabilitación del Teatro Municipal de la ciudad. Se organizaron cuatro conciertos de la pianista pascuense Mahani Teave, en Iquique, la Serena, Talca y Valdivia.	Aumentar el número en un 25% los socios de la Corporación Crédito al Menor.
Los voluntarios de Bci participaron de 11 iniciativas con las fundaciones que apoya, en las que participaron 408 voluntarios.	
Bci inició la definición de una Estrategia Ambiental.	Desarrollar una estrategia corporativa de medioambiente.
En el marco de la Estrategia Ambiental se decidirá si la Corporación vuelve a medir la Huella de Carbono y cómo reducirá sus emisiones y mitigará sus impactos.	Medir y compensar la huella de carbono de todos los eventos con participación de más de 300 personas.
A la certificación LEED, la sucursal Vitacura obtuvo el sello internacional Passivhaus, que garantiza que la construcción tiene una baja demanda energética. Así se convirtió en el primer edificio en Chile y Sudamérica con este sello. Se hizo seguimiento sobre los consumos reales y en todos se registraron eficiencias respecto de un modelo de sucursal norteamericano.	Obtener la certificación LEED en dos edificios en construcción.



PERFIL DE LA EMPRESA

El Banco Bci fue fundado en 1937⁴ con la finalidad de entregar soluciones financieras al sector productivo del país. Reconocido desde sus comienzos por el especial acento que ha puesto en el desarrollo de productos y servicios orientados a las personas y a las pequeñas y medianas empresas, su compromiso con la innovación y una gestión focalizada en los clientes lo han convertido en los últimos años en el tercer banco privado de Chile, con activos a diciembre de 2012 por \$17.926.578 millones y una participación de mercado a igual fecha de 16,46%, la cifra más alta registrada en su historia.

Bci cuenta con una red de 388 sucursales en el país incluida una sucursal en la Antártica; una sucursal en Miami, oficinas de representación en Ciudad de México, Lima y Sao Paulo, y un agente de negocios en Madrid.

En 2012 obtuvo el permiso de las autoridades de Colombia para abrir una oficina de representación en ese país y solicitó a la Superintendencia de Bancos e Instituciones de Chile (SBIF)⁵ autorización para la apertura de otra en Shanghai, en China, cuya entrada en operaciones se prevé para 2013.

Además de esta plataforma de atención, Bci dispone de innovadores y modernos canales de distribución de productos y servicios. Entre ellos destacan la Banca Móvil, que funciona desde smartphones y tablets y que permite operaciones como avances en cuotas y obtención de créditos simples. También funcionan sitios web de unidades de negocio específicas y líneas de contacto con los clientes a través de las cuentas corporativas en Facebook y Twitter.

En 2012, Bci incluyó en su gestión el concepto de Valor Compartido, mediante el cual la Corporación contempla la incorporación en su quehacer de una oferta con valor social, que contribuya tanto al mejoramiento real de las condiciones de bienestar y de crecimiento de la población, como al progreso del Banco. Esta iniciativa se centró en el desarrollo de soluciones orientadas a los emprendedores, un segmento que siempre ha sido una prioridad corporativa y que se caracteriza por su gran capacidad para generar empleo, crear nuevas oportunidades económicas y aportar al crecimiento y desarrollo del país.

A fines de 2012, la dotación de Bci estaba compuesta 10.531* colaboradores, 5.961 mujeres y 4.570 hombres. A la misma fecha, la Corporación tenía además un total de 489.816 clientes con cuentas corrientes.

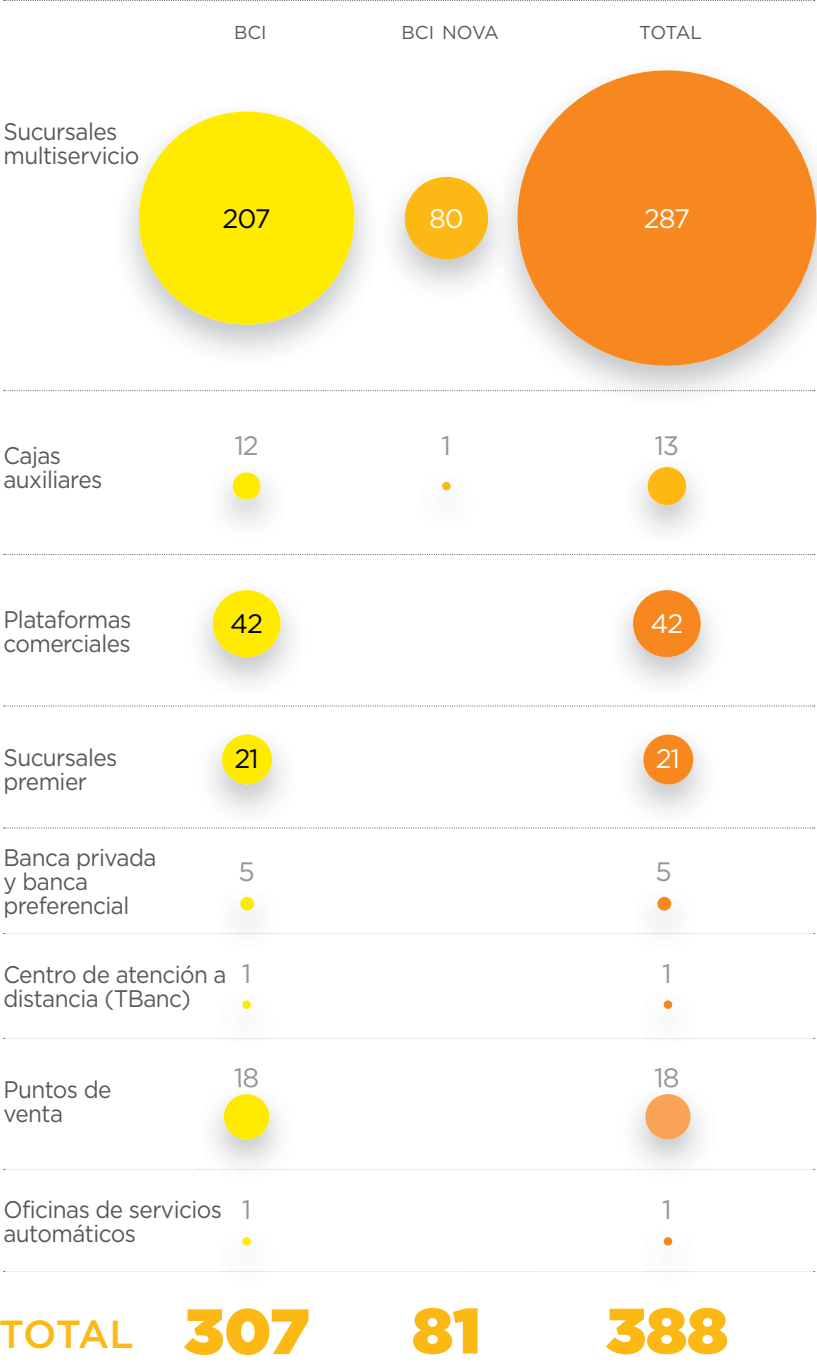
⁴ Su creación de la fue autorizada por el Decreto Supremo de Hacienda N° 1683 de junio de 1937 para operar como sociedad anónima de giro bancario.

⁵ www.sbif.cl

* No se considera a las oficinas de representación en el extranjero.

PUNTOS DE CONTACTO DE BCI Y BCI NOVA

La plataforma de atención de Bci está especialmente concebida para responder de una manera rápida y eficaz a todos los requerimientos de sus clientes. A través de un proceso de modernización tecnológica constante, el objetivo es brindar en cada uno de sus puntos de contacto una experiencia de servicio único y de excelencia.



SUCURSALES MULTISERVICIO	Ofrecen un servicio integral, con atención de ejecutivos y especialistas de créditos, inversiones, factoring, y apoyo a empresarios, entre otros.
CAJAS AUXILIARES	Puntos de contactos enfocados a solucionar aspectos transaccionales y de tesorería. Cuentan con ATM y servicios básicos de consulta automatizados.
PLATAFORMAS COMERCIALES	Cuentan con atención personalizada y exclusiva de ejecutivos especialistas, que responden a los requerimientos de determinados segmentos de clientes.
SUCURSALES PREMIER	Son exclusivas para clientes de la Banca Personas. De formato pequeño, entregan atención comercial, transaccional y se apoyan en servicios automatizados.
BANCA PRIVADA Y BANCA PREFERENCIAL	Sucursales destinadas a clientes de alto patrimonio.
CENTRO DE ATENCIÓN A DISTANCIA (TBANC)	Ofrece servicios mediante teléfono e Internet, durante las 24 horas del día, todos los días de la semana.
PUNTOS DE VENTA	Puntos de contacto donde se atiende principalmente a los clientes de la Banca de Personas. Cuentan con servicios de venta y postventa.
OFICINAS DE SERVICIOS AUTOMÁTICOS	Disponen de servicios electrónicos autosuficientes para realizar depósitos, giros, cambio y depósito de cheques, pago y solicitud de vales vista, y obtención de certificados.

SOCIEDADES FILIALES

Además del Banco Bci y de Bci Nova, la Corporación comprende otras nueve sociedades filiales:

- » **Bci Factoring S.A.**
- » **Bci Corredores de Bolsa S.A.**
- » **Bci Securitizadora S.A.**
- » **Bci Corredora de Seguros S.A.**
- » **Bci Administradora General de Fondos S.A.**
- » **Bci Asset Management Administradora General de Fondos S.A.**
- » **Bci Asesoría Financiera S.A.**
- » **Servicios de Normalización y Cobranzas / Normaliza S.A.**
- » **Análisis y Servicios S.A. Proservice**

CANALES REMOTOS

Con la finalidad de dar una respuesta ágil y eficiente en todo momento, y de adaptar su modelo de negocio a los nuevos comportamientos, prácticas y herramientas de transacción de sus clientes, Bci ha desarrollado canales remotos de distribución, atención y servicio. Algunos de los más importantes son:



SITIO WWW.BCI.CL

En 2012, la Corporación actualizó este portal con el fin de hacer más fácil su forma de navegación y robustecer el volumen de información que entrega, en el marco de su interés por mejorar la Experiencia Clientes y profundizar la confianza a partir de la transparencia.



BCI MÓVIL

Por medio de este canal se puede acceder a los servicios del Banco desde cualquier dispositivo móvil y permite realizar las mismas operaciones que el sitio web corporativo. En noviembre de 2012 comenzó oficialmente la venta de productos a través de esta plataforma, proceso que se constituyó en todo un éxito.



TELECANAL (CALL CENTER)

Es el servicio de atención telefónica de Bci. Su finalidad es brindar respuestas frente a cualquier consulta, petición o problema que planteen los clientes. De igual modo, permite solicitar créditos y resolver emergencias bancarias.



TWITTER, FACEBOOK Y LINKEDIN

Con su presencia en estas redes sociales, Bci persigue reforzar sus vínculos con los clientes y la comunidad, mediante la entrega de información corporativa en tiempo real, la apertura de espacios de interacción permanentes y la publicación de sus ofertas laborales.



PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los productos financieros de Bci están dirigidos a personas naturales, micro, pequeñas y medianas empresas, y a grandes corporaciones. A todos estos segmentos, la Corporación brinda soluciones en materia de crédito, ahorro, inversiones y gestión de patrimonio. Algunas de ellas son:



ALIANZAS Y ACUERDOS INTERNACIONALES

RED DE BANCOS CORRESPONSALES

Bci mantiene relaciones comerciales con una red de más de mil bancos corresponsales en el mundo, a fin de facilitar y optimizar las operaciones de comercio exterior de sus clientes.

WELLS
FARGO

ALIANZA CON WELLS FARGO DE ESTADOS UNIDOS

Bci suscribió este convenio en 2011 con el propósito de incrementar el intercambio comercial entre empresas norteamericanas y chilenas. Mediante este acuerdo, Bci brinda sus servicios a los clientes de Wells Fargo que quieran acceder al mercado nacional. Esta institución hace lo mismo con los clientes de Bci que apuesten por desarrollarse en Estados Unidos.

BICSA
BANCO INTERNACIONAL DE COSTA RICA
Banco de referencia

ACUERDO DE COOPERACIÓN CON BANCO INTERNACIONAL DE COSTA RICA

Este convenio tiene por finalidad potenciar el comercio exterior de Chile en Centroamérica y fomentar las inversiones recíprocas, incrementando las oportunidades de negocio para las empresas chilenas en dicha zona. Adicionalmente sirve para poner a Bci como banco de referencia para las empresas de esa región.

Banco de Crédito
BCP

ACUERDO DE COOPERACIÓN CON BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ

A través de este acuerdo, Bci refiere empresas chilenas que invierten en Perú y de esta manera cuenta con un banco local en ese país para el desarrollo de sus operaciones. Este proceso de referidos también se usa para empresas peruanas que invierten en Chile.

BANCO
CREDICOOP
BANCA COOPERATIVA

ACUERDO DE COOPERACIÓN CON BANCO CREDICOOP DE ARGENTINA

Este acuerdo tiene por objetivo impulsar el comercio entre Chile y Argentina, mediante el apoyo tanto a las compañías nacionales que decidan instalarse en el vecino país como a las empresas trasandinas que buscan explorar el mercado local.



ALIANZA CON BANCO POPULAR DE ESPAÑA

Esta alianza permite a Bci recibir potenciales clientes españoles referidos por el Banco popular y que operan en Chile; captar negocios de empresas españolas en nuestro país que son clientes del Banco Popular y ofrecer un servicio más eficiente a todas las empresas chilenas con presencia en Europa. En el marco de esta colaboración, Bci y Banco Popular acogen recíprocamente a un ejecutivo de su contraparte en sus respectivos países.



ACUERDO DE COOPERACIÓN CON INTESA SAN PAOLO DE ITALIA

Este acuerdo apunta a la colaboración conjunta entre ambas entidades para apoyar de la mejor manera posible a los clientes de Intesa en Chile como también de los Bci en Italia.

INTESA  SANPAOLO

MEMBRESÍAS Y ACUERDOS VOLUNTARIOS

Compartir su experiencia en materia de gestión responsable, abrir discusiones sobre desarrollo sustentable y conocer las mejores prácticas en este campo, son algunos de los objetivos que se plantea Bci con

su participación en asociaciones sectoriales, cámaras comerciales y organismos gremiales. Entre ellas están:

ÁMBITO	INSTITUCIÓN	SITIO WEB
ASOCIACIONES	Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF)	www.abif.cl
	Asociación de Exportadores de Manufacturas y Servicios (Asexma)	www.asexma.cl
	Asociación de Exportadores de Chile (Asoex)	www.asoex.cl
CÁMARAS	Cámara de Comercio de Santiago (CCS)	www.ccs.cl
	Cámara Chilena de la Construcción (CChC)	www.cchc.cl
	Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio (Amcham)	www.amcham.cl
	Cámara Oficial Española de Comercio de Chile (Camacoec)	www.camacoec.cl
	Cámara de Comercio Chileno-Argentina	www.camarco.cl
	Cámara Chileno-Alemana de Comercio	www.camchal.cl
	Cámara de Comercio Chileno-Brasileña de Santiago	www.camarachilenobrasileña.cl
	Cámara de Comercio Chileno-China	www.camarachilenochina.cl
	Cámara de Comercio Chileno-Francesa	www.chilefrance.cl
	Cámara de Comercio Chileno-Mexicana	www.cicmex.cl
	Cámara de Comercio Chileno-Peruana	www.camarachilenoperuanadecomercio.cl
	Fundación PROhumana	www.prohumana.cl
	AcciónRSE	www.accionrse.cl
INSTITUTOS, FUNDACIONES Y OTRAS ORGANIZACIONES	Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas (Icare)	www.icare.cl
	Fundación Generación Empresarial	www.generacionempresarial.cl
	Pacto Global Chile	www.pactoglobal.cl
	Mayday Network Chile	www.maydaynetwork.cl

DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Con la finalidad de recoger de manera permanente las inquietudes, expectativas y opiniones de sus clientes, colaboradores, accionistas, proveedores y de la sociedad en general, Bci ha diseñado canales de diálogo con cada uno de estos grupos de interés.

Durante 2012 se crearon espacios de retroalimentación con las empresas externas de Bci a través del Portal de Proveedores y se lanzó el correo interno Transparencia@bci.cl, concebido para canalizar las propuestas e inquietudes de los colaboradores en esta materia. A estos mecanismos se agregaron las ventanas de consulta que pone a disposición de los usuarios el nuevo sitio web corporativo y las encuestas de satisfacción de servicio que aplica Telecanal al finalizar sus contactos con los clientes.

También se consolidó la presencia de Bci en las redes sociales. En este plano, el objetivo que se propuso el Banco durante el período fue el de generar nuevos servicios financieros para sus clientes sin descuidar su foco de experiencia de servicio digital. En ese marco, se lanzó el Servicio por Redes Sociales, un sistema que permite a los clientes cuentacorrentistas o cuentaprimistas obtener vía mensaje directo (DM) su saldo y últimos movimientos sin salir de su red social.

Estas nuevas prestaciones y el esfuerzo por acoger las inquietudes de sus clientes y responderlas de manera efectiva se tradujeron en un aumento de 42.718 usuarios entre 2011 y 2012 en las cuentas de Twitter, Facebook y LinkedIn del Banco.

USUARIOS EN LAS CUENTAS DE REDES SOCIALES

RED SOCIAL	USUARIOS	
	2011	2012
 LinkedIn	7.338	15.964
 Facebook	9.926	30.437
 Twitter	7.699	21.280
Total	24.963	67.681

CANALES DE COMUNICACIÓN DE BCI CON CADA GRUPO DE INTERÉS

GRUPOS DE INTERÉS	CANALES MASIVOS	CANALES SEGMENTADOS	CANALES PARTICIPATIVOS
ACCIONISTAS	Sitio web www.bci.cl Memoria Anual Informe de Sustentabilidad Junta de accionistas Comunicados de prensa trimestrales	Oficina de Atención al Inversionista, dirigida por la Gerencia de Planificación y Control de Gestión Correo electrónico investor_relations_bci@bci.cl , en el que se reciben preguntas de analistas e inversionistas	Reuniones personalizadas con accionistas institucionales y los principales inversionistas del mercado Conferencias telefónicas con analistas e inversionistas
COLABORADORES	Portal / Intranet Bci Memoria Anual Informe de Sustentabilidad Revista Interna Contacto Diario Mural E-mail corporativo Canal corporativo de televisión Twitter del Gerente General	E-mail corporativo segmentado Canal corporativo de televisión	Programa Bci Te Escucha Programa Te quiero Protegido Reuniones Informativas Reuniones de área Puertas abiertas Escucha a colaboradores Encuesta de clima laboral Encuesta interna de calidad de servicio Encuesta de ejecución
CLIENTES	Sitio web www.bci.cl/personas/ Memoria Anual Informe de Sustentabilidad Programa de televisión Mirada Empresarial (CNN-Chile) Twitter del Gerente General E-mail gerenciageneral@bci.cl	E-mails segmentados y masivos Invitaciones a actividades culturales, deportivas, recreativas e informativas Sistema de SMS para el posterior contacto con un ejecutivo Bci Directo 6928000 Ejecutivos de Servicio al Cliente en todas las sucursales	Bciclientes@bci.cl E-mails segmentados y masivos Invitaciones a actividades culturales, deportivas, recreativas e informativas Sistema de SMS para el posterior contacto con un ejecutivo Bci Directo 6928000 Ejecutivos de Servicio al Cliente en todas las sucursales twitter@bci.cl
PROVEEDORES	Portal de Proveedores Memoria Anual Informe de Sustentabilidad	Portal de Proveedores Estudio anual de satisfacción de proveedores Reconocimiento a proveedor destacado Premio al Colaborador Externo de Bci	Reuniones mensuales de escucha a proveedores Desayunos trimestrales de escucha a proveedores
SOCIEDAD	Sitio web www.bci.cl/accionistas/ Memoria Anual Informe de Sustentabilidad	Programa de televisión Mirada Empresarial (CNN Chile) Invitaciones a actividades culturales, deportivas, informativas y recreativas	Ranking de Reputación Corporativa Ranking Empresas Más Admiradas Ranking Empresas Más Respetadas Estudios de Reputación Corporativa

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

En 2012, Bci recibió diversos premios y reconocimientos en distintas áreas.



BANCO DEL AÑO EN CHILE THE BANKER

En su ya tradicional ceremonia de entrega de premios "Bank of the Year", la revista londinense The Banker -publicación del diario financiero Financial Times- distinguió a Bci como Banco del Año en Chile. Este reconocimiento se basa en los resultados de la encuesta anual de los 'top 1.000' bancos del mundo y es uno de los rankings más importantes de la industria.



PRIMER LUGAR EN EL RANKING MERCO 2012

Bci obtuvo el premio como la "Empresa Más Responsable y con Mejor Gobierno Corporativo" de Chile, en la premiación realizada por Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), único monitor de reputación verificado en el mundo, con certificación ISO 20252. Además, el Banco obtuvo el cuarto lugar entre las "Empresas con Mejor Reputación Corporativa de Chile", mejorando la séptima posición obtenida en 2011.



SELLO MÁS POR CHILE

El Ministerio de Desarrollo Social de Chile entregó este reconocimiento a Bci por su constante participación en proyectos que buscan la superación y la integración social. La distinción destaca de forma especial el aporte de la Corporación al programa Enseña Chile y a Fundación las Rosas.

PREMIO EMPRESA QUE OFRECIÓ MÁS CAPACITACIONES A NIVEL NACIONAL EN 2012

En la segunda versión de la premiación Más Empresa, el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) reconoció a Bci por ser la empresa que capacitó a la mayor cantidad de colaboradores en Chile a través de la Franquicia Tributaria.

PREMIO EMPRESA MÁS POSTULADA EN FERIA LABORAL

La distinción, entregada por el portal laboral Trabajando.com, destacó el trabajo de los departamentos de Reclutamiento y Selección de la Gerencia Corporativa Gestión de Personas de Bci, que durante los dos días en que se desarrolló dicho evento recibieron más de 3.900 solicitudes de empleo.



PREMIO EFFIE 2012, ORO EN CATEGORÍA ÉXITO SOSTENIDO

Este reconocimiento distingue a las campañas que han demostrado éxito sostenido por tres años consecutivos. La máxima distinción de este reconocimiento fue otorgado a Bci y la agencia de publicidad McCann Erickson por la "Plataforma comunicacional de Monologos Bci". Este es el certamen de marketing más importante en Chile y uno de los más relevantes en el mundo.

PREMIO AL EMPLEO JOVEN 2012 AIEP

Bci obtuvo este galardón al ser considerada por el instituto AIEP como una "Empresa que incentiva el empleo joven" gracias a sus programas de reclutamiento de cargos masivos y de contactos laborales.

PRIMER LUGAR EN PREMIOS QUEVEO CATEGORÍA FAMILIAR

Fundación QueVeo destaca los contenidos televisivos que fomentan valores universales como la responsabilidad, la solidaridad y el espíritu de superación. En esta ocasión, Bci obtuvo el primer lugar en la categoría Familiar por el comercial que promueve el programa Valor Compartido.

PREMIO CALIDAD DE SERVICIO A CORRESPONSALES

Bci Factoring fue calificado por sus corresponsales FCI como la compañía con Mejor Calidad de Servicio en Factoring Internacional en Chile y Latinoamérica. En el ranking anual 2012 de calidad de servicio Factors Chain International, Bci Factoring obtuvo el Primer Lugar a nivel latinoamericano tanto en negocios de Export Factoring como Import Factoring. Estos resultados fueron publicados en la Reunión Anual de FCI en Beijing, China.

SEGUNDO LUGAR EN RANKING DE EMPRESAS INNOVADORAS 2012

Esta clasificación, elaborada por la Universidad de los Andes, mide la capacidad de las organizaciones de efectuar innovaciones de forma sistemática.



PREMIO PLENUS

La Asociación de AFPs de Chile premió a Bci con el segundo lugar del Premio Plenus por sus iniciativas de apoyo a la tercera edad, tales como la alianza con Fundación Las Rosas y el Programa de Empleo Senior.

TERCERA EMPRESA MÁS TRANSPARENTE DE CHILE 2012

Tercer lugar de acuerdo con el Índice de Transparencia Corporativa elaborado por la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, Chile Transparente, la auditora KPMG y la consultora Inteligencia de Negocios. Este índice mide la cantidad y calidad de información que entregan las empresas.

4° LUGAR COMO BANCO MÁS SEGURO EN LATINOAMÉRICA

En el ranking elaborado por la publicación Global Finance.



4° LUGAR EN EL RANKING NACIONAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE PROHUMANA 2012

Esta clasificación premia el trabajo de las 18 compañías más destacadas en responsabilidad social en Chile.

PREMIO CITI PERFORMANCE EXCELLENCE AWARD

Este reconocimiento fue entregado a Bci por parte de Citi en virtud de su excelencia operacional en el manejo de pagos al exterior. La Corporación recibió dos premios en reconocimiento a su calidad en el procesamiento de órdenes de pago enviadas al exterior, tanto por clientes como entre bancos. Ambos reconocimientos se entregan a bancos cuyos procesos de pagos generan niveles mínimos de reparos en relación a los más exigentes estándares mundiales.

PREMIO “ABRIDORES DE ALAMEDAS”

Galardón otorgado por la revista cultural Observatorio Regional a Bci por su contribución a la existencia, consolidación y difusión de la actividad cultural en las zonas en que circula esta publicación: la Región de O'Higgins y la Provincia de Ñuble, en la Región del Bío Bío.

RECONOCIMIENTO BOLSA DE COMERCIO DE SANTIAGO

La Bolsa de Comercio de Santiago distinguió a Bci por integrar el IPSA 2011, donde las acciones de Bci fueron uno de los 40 títulos más transados en los sistemas de renta variable de la Bolsa durante dicho año. La premiación tiene por objetivo entregar una mención a las instituciones más activas en el mercado bursátil.

PREMIO POR MAYOR MONTO TRANSADO EN OPERACIONES SIMULTÁNEAS EN 2011

Entregado por la Bolsa de Comercio de Santiago a Bci Corredores de Bolsa. Este premio distingue a las instituciones más activas en el mercado bursátil durante el año, lo cual constituye un gran reconocimiento a nivel de mercado.

ENTRE LOS MEJORES EN ASERTIVIDAD DE LAS PROYECCIONES

La plataforma Bloomberg ubicó a Bci Corporate & Investment Banking entre las mejores casas de estudios en asertividad en las proyecciones de actividad e inflación.

En esta medición se consideraron las proyecciones realizadas por bancos locales, extranjeros y bancos de inversión durante el 2012.



MEJOR ADMINISTRADORA EN FONDOS BALANCEADOS

Bci Asset Management fue premiada como la mejor administradora en fondos balanceados en la cuarta edición de los Premios Platinum Performance en Chile, organizado por Fund Pro.



PREMIOS SALMÓN

Tres fondos mutuos de Bci Asset Management fueron galardonados con Premios Salmón, luego de ubicarse entre los de mejor rendimiento ajustado por riesgo en sus categorías en 2012. Este reconocimiento es impulsado por la Asociación de Administradoras de Fondos Mutuos (AAFM) y Diario Financiero. Los fondos mutuos destacados fueron Bci Global Titan, enfocado en empresas globales de alta capitalización bursátil; Bci Gestión Global Dinámica 80 (APV) que sigue una estrategia de inversión balanceada, con un máximo de 80% en instrumentos de capitalización; y el Fondo Mutuo Bci De Personas, compuesto por instrumentos de deuda emitidos por instituciones que participan en el mercado nacional y extranjero.

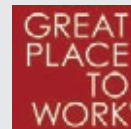
PREMIO POR EL DESARROLLO DE RELACIONES LABORALES POSITIVAS

Distinción otorgada por Fundación Carlos Vial Espantoso a las ocho compañías más destacadas en la construcción de confianzas internas. Bci recibió una distinción especial por el trabajo constante en mejorar la vida de los colaboradores.



PREMIO EMPRESA FINANCIERA CON EL MENOR ÍNDICE DE ACCIDENTES LABORALES

El Consejo Nacional de Seguridad entregó los premios correspondientes al 2011 en la quincuagésima versión del Concurso Anual de Seguridad, otorgando seis distinciones a Bci. Entre ellas destaca el premio "Consejo Nacional de Seguridad" que distingue a las empresas que alcanzan los más bajos índices de frecuencia de accidentes en sus categorías. Este reconocimiento ha sido otorgado a Bci durante 16 años consecutivos.



GREAT PLACE TO WORK

Bci nuevamente fue elegida como una de las 25 mejores empresas para trabajar en Chile, ubicándose en la posición 24 de un total de 84 empresas participantes. Este estudio fue realizado por tercer año consecutivo por la empresa consultora internacional Great Place to Work.

PREMIO A LA EXCELENCIA EN PREVENCIÓN DE RIESGOS

Otorgado por la Asociación Chilena de Seguridad, destacando por sobre otras corredoras, entidades bancarias y de retail.

UN LUCHA DOR

.....
Víctor Sáiz
.....

La idea de poder mejorar la forma de desplazarme en mi silla de ruedas me inspiró a comenzar con mi emprendimiento: "Trum Handcycles".

Luego de ingresar a la carrera de Diseño Industrial, armé mi primer modelo. Me di cuenta que la felicidad que generaba en mí "mi bicicleta", era una experiencia que también podían experimentar otros en mi condición, y esto me llevó a la convicción de transformarme en empresario.

Empecé a buscar financiamiento, lo cual tengo que reconocer fue un proceso tedioso y tuve que relatar una y mil veces de qué se trataba mi sueño. Vi la cara de muchos que no lo creían posible, o no entendían nada... pero con Bci todo fue distinto. Se emocionaron con mi idea, y comprendieron que se podía cambiar la vida de miles de personas. Bci fue un "amigo" que más que prestarme plata, se ha hecho parte de este sueño, escucha con respeto mi forma de ver el negocio, me aconseja y me guía con estrategias.

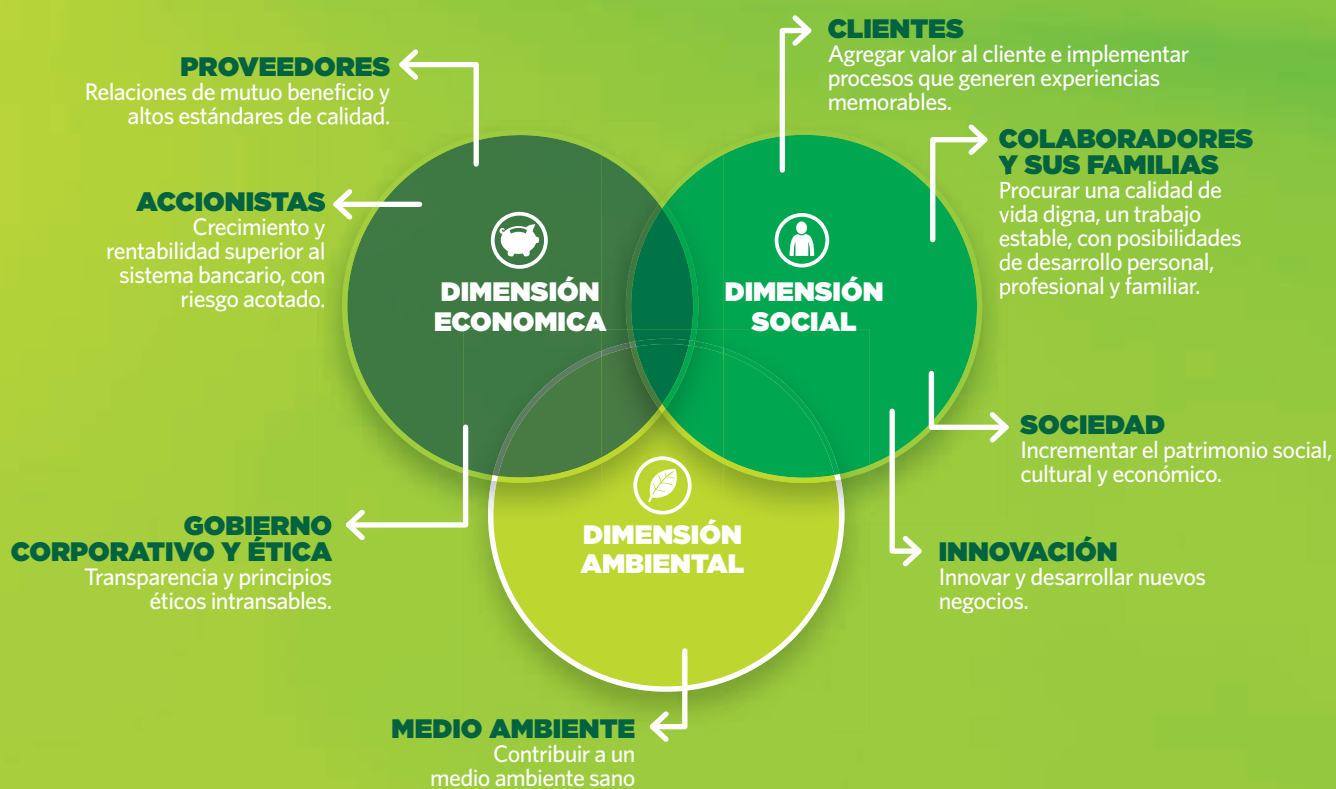
Ojalá este emprendimiento se transforme en empresa, y con esto, generar mayores oportunidades para personas con discapacidad, porque son inmensamente eficientes, comprometidas y responsables cuando asumen una labor.

.....
PREMIO GRAN EMPRESARIO DESTACADO BCI 2012



02.

MODELO DE SUSTENTABILIDAD



Bci busca promover el bienestar económico, profesional, moral y espiritual de las personas relacionadas con su actividad. Para ello, estas variables son consideradas en sus políticas y acciones, con el fin de cumplir con su misión que es convertirse en “líderes regionales en innovación, cercanía y experiencia de clientes, y ser reconocidos como la mejor empresa para trabajar y desarrollarse”.

Durante 2012, este compromiso fue reforzado a través de la incorporación del concepto de Valor Compartido⁶ como la forma en que Bci desarrollará su negocio. El objetivo es

mejorar la competitividad de la empresa y, a la vez, reforzar las condiciones económicas, sociales y ambientales del entorno en el cual se encuentra inserta la empresa.

Desde esta perspectiva, el modelo de Responsabilidad Social Empresarial toma un énfasis absolutamente estratégico, ya que todas las acciones que la Corporación realice en este ámbito, deberán estar vinculadas con su negocio. Para ello reconoce la interdependencia entre la empresa y el entorno y busca crear valor tanto para la Corporación, como para el entorno.

Es así como todas las metas estratégicas definidas en este marco de acción se encuentran plasmadas en el Balanced Scorecard (BSC)⁸. Mediante este programa de planificación y gestión del cambio, el Banco considera objetivos, metas y sistemas de evaluación en los cuales participan todas las áreas corporativas. De esta forma, la Corporación gestiona su modelo de sustentabilidad.

ÁMBITOS DE ACCIÓN

Bci busca mantener una estrecha relación con la comunidad y su entorno a través de los principios de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En esta línea, durante 2012 incorporó el concepto de Valor Compartido, bajo el cual da forma al conjunto de políticas y prácticas que desarrolla para apoyar a distintas causas de interés para la comunidad y que generan valor tanto para el Banco, como para la sociedad⁷.

En este sentido, y como un primer paso, hace dos años se llevó a cabo un análisis estructurado que consideró la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales de la cadena de valor, un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) de sustentabilidad, y la revisión de los programas existentes, lo que permitió diseñar un plan de trabajo estratégico en el marco del cual se definieron los siguientes ámbitos de acción:



**TRANSPARENCIA Y
CONFIANZA**



**CALIDAD DE VIDA
LABORAL**



VALOR COMPARTIDO



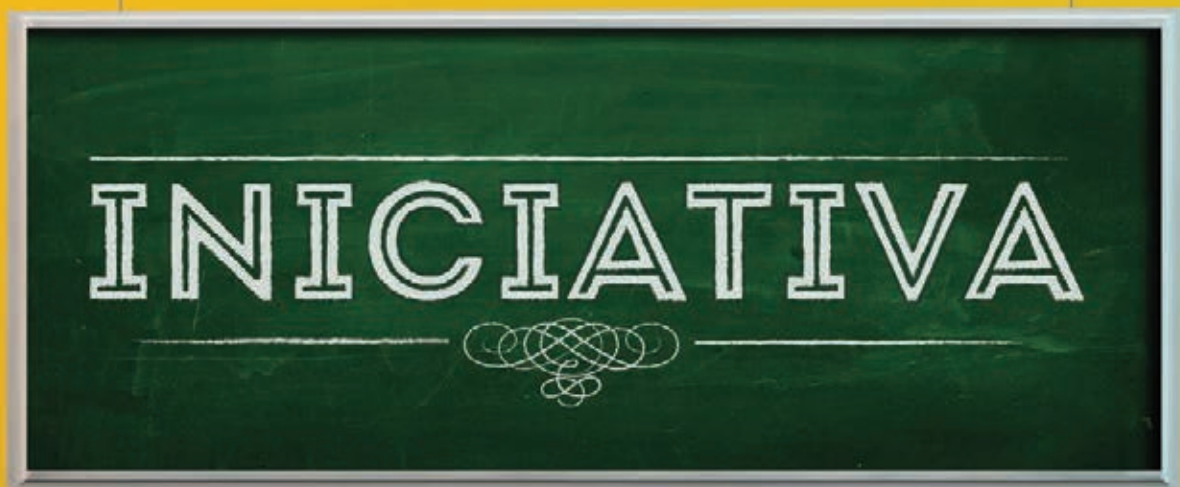
**COMPROMISO
CON LA COMUNIDAD**

⁶ Valor compartido se refiere al conjunto de políticas y prácticas que potencian la competitividad de la empresa y que, simultáneamente, mejoran las condiciones económicas y sociales en las comunidades en que ella opera y la legitiman.

⁷ La propuesta conceptual de Responsabilidad Social Estratégica fue presentada por Michael Porter y Mark Kramer, en su artículo “Empresa y Sociedad”, Harvard Business Review, 2006.

⁸ Balanced Scorecard (BSC): Modelo de gestión que ayuda a Bci a traducir la estrategia en objetivos tácticos.





.....
Ximena Ovalle / Trinidad Fernández
.....

Hace un par de años, estábamos esquiando en Canadá y de pronto vimos a un esquiador que sacó de su mochila un objeto con el cual se preparó instantáneamente un café expresso.

En ese momento pensamos que nosotros teníamos que importar este producto a Chile. Nos contactamos con sus fabricantes en Francia y en febrero de 2012 logramos acordar que nuestra empresa Comercial Valle Lavanda Ltda. sería la representante exclusiva de Handpresso en Chile.

Le presentamos este negocio a Bci Nace, quien no dudó en apoyarnos en el financiamiento y además nos ayudó en diferentes medios de comunicaciones, como la televisión y la feria para grandes emprendedores Bci. Como resultado de esta rápida aprobación es que logramos recibir nuestra primera importación a fines de marzo del mismo año.

En el futuro cercano seguiremos haciendo importaciones de otros productos innovadores y ecológicos, siempre de la mano de nuestro Banco Bci, del cual estamos muy agradecidas.

03.

CLIENTES Y PROVEEDORES

CLIENTES

A través de su red de 388 sucursales en Chile y una plataforma de canales remotos, que incluye la Banca Móvil y el Call Center corporativo, Bci pone a disposición del sector productivo y las personas, su oferta de soluciones financieras. Con una estructura organizacional moderna, basada en divisiones y unidades de negocio, durante 2012 la Corporación reforzó su apoyo a los emprendedores en el marco del concepto Valor Compartido y continuó profundizando su modelo de Experiencia Cliente, a partir del cual aspira a convertirse en el mejor banco del país y la región, en servicio y atención. La mayoría de las iniciativas se enmarcan en la búsqueda por alcanzar la bancarización de sectores que de otra forma no tendrían acceso al sistema financiero tradicional y lograr facilitar los trámites haciéndolos de manera clara, sencilla y rápida.

388
sucursales



DIVISIÓN	DESCRIPCIÓN	UNIDADES DE NEGOCIO	PRINCIPALES HITOS 2012
BANCO RETAIL	Su plataforma de atención integra a más de 5.000 colaboradores, 380 sucursales en Chile y canales remotos como el Call Center (Telecanal), la Web y el móvil. Esta división ofrece soluciones de crédito, ahorro y protección a personas naturales, emprendedores y microempresarios.	Banca Personas y Emprendedores T-Banc Bci Nova	En 2012, el Banco Retail registró un crecimiento de 15,7% en colocaciones totales. En el ámbito del consumo, este aumento interanual fue de 13,6%, evolución que posicionó a Bci como el de mayor participación de mercado.
CORPORATE & INVESTMENT BANKING	Creada en 2011, esta División apunta a la entrega de servicios y productos financieros innovadores y con valor agregado a grandes corporaciones, instituciones financieras e inversionistas de alto patrimonio y del mercado de capitales. Su modelo de atención se funda en la cercanía y conocimiento de los clientes y en la capacidad de detectar oportunidades a partir del trabajo coordinado de todas sus áreas.	Banca Corporativa Finanzas Corporativas Sales & Trading Banca Privada Bci Asset Management Bci Corredor de Bolsa Bci Estudios Área Internacional	El área de Finanzas Corporativas lideró la colocación de bonos corporativos a nivel local, mientras que Banca Privada y Bci Asset Management lanzaron fondos de inversión temáticos. Esta última fue distinguida nuevamente con los premios FundPro Performance, Salmón y LVA Índices.
BANCO COMERCIAL	Esta división cubre las necesidades financieras de las empresas con ventas superiores a UF 12.000 anuales con un abanico de productos y servicios que entrega a través de las áreas y canales del Banco, como las sucursales en Chile y el extranjero, las empresas filiales de Bci y las oficinas de representación.	Mayorista Grandes Empresas e Inmobiliaria Institucional Empresas y Empresarios Factoring Leasing Banca Transaccional	En 2012, Banco Comercial continuó profundizando su apoyo a la pequeña y mediana empresa a través del desarrollo de soluciones innovadoras especialmente diseñadas para este segmento. En ese marco, lanzó Valor Compartido Bci, una iniciativa que busca aportar al desarrollo del país mediante el potenciamiento del emprendimiento.

Valor Compartido para Bci es una forma sustentable de hacer negocios que se hace cargo de la necesidad urgente de la sociedad como es el financiamiento al emprendimiento sin historia.

VALOR COMPARTIDO

Desde el punto de vista de la oferta que entrega a sus clientes, el gran hito de Bci en 2012 fue la incorporación del concepto de Valor Compartido en su estrategia de negocio.

Fundada en el concepto creado por los economistas y académicos norteamericanos Michael Porter y Mark Kramer, esta iniciativa contempla la incorporación a los negocios de la Corporación de productos y servicios con un alto valor social y que buscan traducirse en un mejoramiento real de las condiciones de vida de la población⁹.

Convencido de su fortaleza en este ámbito, Bci decidió focalizar este programa en el diseño y desarrollo de innovadoras soluciones orientadas a los emprendedores, un segmento que siempre ha estado entre las prioridades corporativas, que se caracteriza por su gran capacidad para generar empleo, crear nuevas oportunidades económicas y aportar al crecimiento del país, aspecto que representa una pieza clave en el desafío nacional de hacer de Chile un país desarrollado hacia el 2020.

Para Bci, Valor Compartido es una visión de largo plazo, una forma sustentable de hacer negocios que se hace cargo en la práctica de una necesidad urgente de la sociedad como es el financiamiento al emprendimiento sin historia, lo que responde a una mirada moderna respecto del rol de la empresa y su aporte al desarrollo del país, no solo desde un ángulo económico, sino también social.



Este desafío se deriva del diagnóstico hecho por el Banco respecto de un entorno actual de negocios cuyos principales aspectos son:

La certeza de que la pobreza y el desarrollo social no son solo preocupación de gobierno, sino que representan una responsabilidad de toda la sociedad y de las empresas en particular.

Una evaluación deficiente de las empresas y de los empresarios desde el punto de vista del mercado.

Consumidores cada vez más exigentes y empoderados, y que exigen su derecho a una mejor calidad de vida.

Consumidores cada vez más en sintonía con el cuidado del medio ambiente y con la preocupación por su entorno social.

⁹ El modelo de Valor Compartido fue creado por los economistas y académicos norteamericanos Michael Porter y Mark Kramer en 2002. Este último visitó Chile durante 2012 para dictar una charla a la Alta Dirección de Bci.



VALOR COMPARTIDO BCI:
HACER REALIDAD LOS SUEÑOS
DE NUESTROS CLIENTES Y
CONTRIBUIR AL MISMO TIEMPO
AL PROGRESO ECONÓMICO,
SOCIAL Y AMBIENTAL
DEL PAÍS.



BCI NACE

Una de las decisiones más relevantes adoptadas por Bci durante 2012 en el marco de la aplicación de Valor Compartido fue convertir el Programa de Responsabilidad Social Empresarial Nace en una nueva línea de negocio. Este proyecto surgió en el año 2006 con el objetivo de facilitar el acceso a financiamiento a emprendedores en etapa temprana. Hasta 2011 había beneficiado a 3.000 emprendedores con productos financieros equivalentes a \$30.000 millones.

En 2012, al adquirir carácter corporativo, se propuso como meta comercial incorporar a 4.000 nuevos clientes, objetivo superado al cerrar diciembre con 4.500 emprendedores atendidos (lo que supone la creación de más de 12.000 empleos, si se considera que cada emprendimiento involucra a lo menos tres puestos de trabajo) y un volumen de créditos de \$35.000 millones.

Para su ejecución en formato de negocio, Bci modificó los procesos de atención a este segmento para hacerlos más ágiles y eficientes, creó líneas de financiamiento especiales, capacitó a su línea comercial y modificó sus políticas de riesgo en este ámbito, entre otras iniciativas.

Actualmente, Bci Nace es el único programa de la industria bancaria en Chile que asume como propósito ayudar a concretar los sueños de los emprendedores -sean clientes o no del Banco- desde el inicio de sus negocios, mediante el otorgamiento de un plan de cuenta corriente, redes de apoyo y un financiamiento especial que considera capital de trabajo, leasing, factoring, créditos con garantías estatales y préstamos para comercio exterior.

El objetivo de Bci Nace para 2013 es continuar reforzando su apoyo a los emprendedores en fase temprana y potenciar emprendimientos inclusivos, sociales y ambientales, en el entendido que a través de estos proyectos el impacto que se genera en la comunidad puede ser aún mayor.

Bci Nace es el único programa de la industria bancaria en Chile que asume como propósito ayudar a concretar los sueños de los emprendedores desde el inicio de sus negocios.

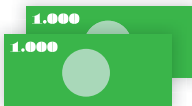
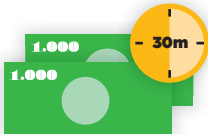
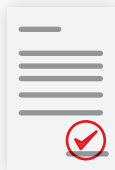
CARACTERÍSTICAS DE BCI NACE

REQUISITOS SIMPLES	Para acceder a Bci Nace, la empresa debe estar legalmente constituida, tener iniciación de actividades en el SII, contar con menos de 18 meses de facturación y no ser una sociedad continuadora de giro. No se pide historial financiero ni de ventas. Solo se requiere un plan de negocios y un flujo de caja estimado. La evaluación del proyecto se hace desde cero.
OFERTA DE VALOR SURGIDA DE UN PROCESO DE CO-CREACIÓN	Para desarrollar la oferta de Nace, Bci se reunió con emprendedores y agrupaciones de este segmento de clientes, como la empresa Cowork y la Asociación de Emprendedores de Chile, Asech, a fin de identificar sus reales necesidades. De este proceso surgieron propuestas como el crédito Bci Emprende, una línea de capital de trabajo especial para quienes están partiendo y la tarjeta de crédito con descuento para el uso de espacios de trabajo colaborativo (HUB).
ESTRATEGIA DE MULTICANALIDAD	Bci desarrolló un sitio web para que los emprendedores puedan postular a Nace a través de Internet. Esta plataforma cuenta con diversas herramientas de apoyo, como la Guía de Emprendimiento, información sobre aspectos legales y tributarios de la actividad, y una Calculadora de Emprendimiento, para que los interesados puedan estimar la inversión inicial del negocio antes de solicitar financiamiento al Banco. A través de este portal, Bci recibió en 2012, 1.000 postulaciones, que luego se canalizaron mediante las sucursales.
BCI NACE ES MÁS QUE FINANCIAMIENTO	Bci aspira a brindar al segmento de emprendedores una red de apoyo que incluya desde su incorporación a incubadoras de negocio universitarias durante su etapa inicial hasta un plan de acompañamiento permanente a través de capacitaciones y encuentros para establecer contactos empresariales.
GESTIÓN DEL RIESGO	Bci realiza un seguimiento constante a su cartera de proyectos. El objetivo es seguir los casos que estén con posibilidad de deterioro para que no lleguen al fallo definitivo. Ante una situación inminente de este tipo, el Banco incentiva la caída rápida, con el objetivo de que el emprendedor pueda reinventarse y volver a emprender.
SERVICIO ÁGIL Y ESPECIALIZADO	Los procesos de levantamiento de financiamiento para emprendedores duran meses. Bci Nace se propone reducir estos tiempos. El objetivo es que el programa otorgue respuesta en plazos similares a los estándares del Banco. En esa línea se han entregado herramientas a las oficinas para que en los casos de proyectos sencillos, la solicitud se conteste de la manera más inmediata posible.
LÍNEA COMERCIAL EMPODERADA	Para hacer de Nace un programa masivo y transversal a toda la Corporación, Bci decidió empoderar a todos los ejecutivos de su línea comercial, con el fin de que puedan resolver eficientemente las operaciones y dar una solución ágil a los emprendedores. Para tal efecto, el Banco desarrolló fichas de evaluación especiales que permiten a esta fuerza de venta aprobar en el mismo momento créditos de hasta \$10 millones.

PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA PYME

En línea con el espíritu de Valor Compartido, en 2012 Bci continuó avanzando en la consolidación de su propuesta para las pequeñas y medianas empresas, el negocio preferente del Banco de acuerdo con la declaración emitida por el Directorio en 2008. La finalidad de la Corporación en este campo es afianzar una relación de largo plazo

con las pequeñas y medianas empresas que le permita mantener la distinción de “El Banco de las PyME” que actualmente le otorgan sus clientes y gran parte del mercado. Las principales iniciativas puestas en marcha durante 2012 en esa dirección fueron:

DINERO INSTANTÁNEO	DINERO INSTANTÁNEO NO CLIENTES	MULTILÍNEA	ADELANTO TOTAL	NUEVA PÁGINA WEB PYME
				
Se creó una línea de financiamiento automática con ofertas de créditos aprobados al instante para más del 70% de los clientes.	Esta innovación permite dar una respuesta de financiamiento a no clientes en tan solo 30 minutos.	Es un financiamiento de capital de trabajo vía web, abierto las 24 horas del día, los siete días de la semana, con disponibilidad inmediata de fondos en cuenta corriente. Fácil de cursar, sin papeles ni trámites.	Es un nuevo producto de factoring, cuya principal característica es adelantar el monto total de las facturas entregadas a Bci.	Esta moderna plataforma (www.bci/empresarios.cl) es más simple, directa, fácil y ágil de usar. Permite al cliente financiar, comprar y/o pagar, según su necesidad.

LA MICROEMPRESA UN NEGOCIO CON PROYECCIONES Y ALTO IMPACTO SOCIAL

Otra de las líneas de negocio que reforzó significativamente Bci durante 2012 y que responde fielmente a los principios de Valor Compartido, si bien todavía no forma parte de este programa, es la del microemprendimiento.

Los pequeños emprendedores representan en Chile casi el 90% del total de empresas constituidas a nivel nacional y concentran cerca del 40% del empleo formal. Está formado por negocios con ventas de hasta UF2.400 anuales, cuya principal característica es la informalidad de sus procesos de administración. En esta categoría, denominada también emprendimiento por necesidad o trabajo por cuenta propia, se encuentran desde el almacenero de barrio hasta el taxista, pasando por el feriante, el peluquero y el mueblista, un tipo de clientes que suele ser el sostén económico de su familia y que demanda cada vez con más fuerza instrumentos financieros simples y un alto nivel de servicio.

En 2011, tras dos años de experiencia en atención a este grupo, Bci reformuló el modelo de servicio, con el objetivo de llegar a un universo más masivo de potenciales clientes. En ese contexto, abandonó las evaluaciones tradicionales, que involucraban la solicitud de antecedentes formales, para volcarse a un tipo de acercamiento más innovador, empático con el microempresario y siempre en terreno.

Fue así que durante 2012 la Corporación desarrolló un nuevo formato de atención al microemprendedor, cuya puesta en marcha está prevista para inicios de 2013 y que está concebido como la pieza clave para alcanzar el gran objetivo de Bci de convertirse al año 2014 en el principal banco privado de servicios para la microempresa en el país. Este esquema gira en torno a la figura del ejecutivo en terreno, que es la persona encargada de generar la confianza con el cliente y es el responsable de aplicar *in situ* un test de evaluación especialmente diseñado para estos efectos.

Entre las particularidades más destacadas de esta nueva modalidad de relacionamiento se cuentan: (ver diagrama)

Este cambio de metodología de venta se estima que estará operando a plenitud en todas las sucursales de Bci en Chile en mayo de 2013. Al cierre de dicho año, la meta comercial de la Corporación es abarcar a través de su nueva Banca Microempresa a 21.000 nuevos clientes. A fines de 2014, en tanto, el objetivo será alcanzar 50.000.

**Bci espera convertirse
en el principal banco
privado de servicios para
la microempresa.**





INICIATIVAS DESTACADAS

Para avanzar en el desafío de apoyar a pequeñas y medianas empresas, durante 2012 Bci desarrolló las siguientes iniciativas:

ENCUENTRO EMPRESARIAL BCI

Organizados por el Banco, estos son encuentros gratuitos cuyo objetivo es reunir en un mismo lugar a emprendedores y PyME con empresarios, cámaras de comercio y grandes empresas compradoras, para así generar nuevos contactos comerciales y eventuales oportunidades de negocio. En estas instancias, los emprendedores exhiben sus productos y servicios y pueden recibir además asesoría y financiamiento de Bci. Desde su creación en 2008 se han convocado 2.687 empresas (2.351 PyME y 328 empresas compradoras) y se ha permitido la realización de 16.051 reuniones, en las que se han concretado negocios por un monto estimado superior a \$200.000 millones. En 2012, Bci celebró Encuentros Empresariales en Santiago y Antofagasta, a los que asistieron 584 empresas y que acogieron 3.300 reuniones de negocio.

DATOS RELEVANTES DE ENCUENTROS EMPRESARIALES 2008-2012

EMPRESAS PARTICIPANTES	2.687
REUNIONES AGENDADAS	16.051
VOLUMEN DE NEGOCIOS CONCRETADOS	\$200.000 MILLONES





ALIANZAS CON CENTROS DE EMPRENDIMIENTO, ASOCIACIONES DE EMPRESARIOS, INCUBADORAS UNIVERSITARIAS Y ORGANISMOS DEL ESTADO

En el marco de la puesta en marcha de Bci Nace, el Banco concretó alianzas con incubadoras de negocio de universidades como la del Pacífico, la de La Frontera y la del Desarrollo. Con esta última institución organizó además talleres de capacitación dirigidos a los clientes Nace. En el ámbito de la educación, en conjunto con Propyme, también realizó una gira con charlas para emprendedores por seis regiones del país. A esto se suman los acuerdos que mantiene con Corfo¹⁰ y Sercotec¹¹, y su participación en la versión 2012 del Taller UC Pyme, iniciativa a través de la cual los clientes del Banco pueden acceder a la asesoría de mentores para mejorar el desempeño de sus negocios.

PREMIO EMPRESARIO DESTACADO

En 2012, Bci celebró la 10ª edición de este reconocimiento, que distingue a los mejores empresarios del año en distintas categorías y en el que participan como jurado autoridades y empresarios de gran trayectoria. En esta versión resultó ganador del Premio Gran Empresario Destacado Bci el emprendedor minusválido Víctor Sáiz, cliente de Nace e impulsor de la empresa Trum, a través de la cual comercializa una bicicleta para discapacitados de su propia creación.

PROGRAMA MIRADA EMPRESARIAL

Transmitido por la señal de CNN Chile, este espacio televisivo busca aportar al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas con la entrega de análisis, experiencias y herramientas de gestión. También sirve de vitrina para que los clientes del Banco den a conocer su historia y promocionen sus productos y servicios.



PROGRAMA RENACE

El Programa de Apoyo al Reemprendimiento Renace fue creado por Bci en el año 2006 como una manera de respaldar la recuperación comercial de aquellos clientes y ex clientes del Banco que, habiendo sufrido la caída de sus negocios, nunca dejaron de cumplir con sus compromisos financieros.

Enmarcado en las políticas de RSE de la Corporación, este proyecto busca reinsertar a dichos emprendedores en el sistema crediticio con la entrega de un financiamiento especial que les permita resurgir y volver a iniciar un negocio, para lo cual dispone de un fondo de \$10.000 millones anuales.

Para otorgar estos recursos, el Banco realiza una evaluación profunda, que analiza desde las razones del primer fallo y la experiencia ganada por el empresario a raíz de esta situación, hasta la perspectiva del nuevo proyecto que busca comenzar.

Los candidatos a ser beneficiados con esta línea son propuestos por los mismos ejecutivos comerciales que los atendieron en su momento en virtud de su historial comercial y la disposición de pago que siempre mostraron, lo que le otorga al programa un fuerte componente de Valor Compartido.

En 2012, en el marco de esta iniciativa, Bci dio de alta a cien empresas. El objetivo de la Corporación para 2013 es potenciar Renace con un relanzamiento masivo que permita un involucramiento mayor de los colaboradores de las distintas oficinas y que involucre una mayor visibilidad de quienes logran recuperarse gracias al apoyo recibido por el Banco.

¹⁰ www.corfo.cl

¹¹ www.sercotec.cl

EDUCACIÓN FINANCIERA

Con el fin de promover la educación financiera en la sociedad y potenciar los conceptos de ahorro y endeudamiento responsable, Bci desarrolla el programa Tranquilidad Económica.

Al estar concebida como un vehículo a través del cual la Corporación pueda establecer una relación de largo plazo con los clientes, la propuesta de valor que Bci ofrece a los emprendedores no se limita solo al desarrollo de productos financieros. Involucra una suerte de acompañamiento en todas las etapas de desarrollo del negocio, con la idea de satisfacer cada una de las necesidades que se presentan en su proceso de consolidación.

En ese contexto y sobre la base de los principios de Valor Compartido, lo que busca el Banco es aportar a la creación en el país de un ecosistema de emprendimiento robusto, que sea capaz de responder a los requerimientos de incubación, capacitación, reconocimiento, posicionamiento y orientación continua de este segmento.

Con el fin de promover la educación financiera en la población y potenciar los conceptos de ahorro y endeudamiento responsable, desde el año 2008 Bci desarrolla el programa Tranquilidad Económica. La iniciativa considera actividades de capacitación de carácter masivo que este año intentaron llegar a un público mayor que el de los clientes de Nace, al que este programa estuvo dirigido originalmente. Entre estas acciones destacaron:

CHARLAS EN MUNICIPIOS

Durante el año se organizaron en promedio cuatro de estas exposiciones al mes, a las que asistieron 1.327 personas, 815 de las cuales fueron mujeres. Entre los temas tratados el de mayor interés fue el de la consolidación de deudas. El 90% de quienes participaron en estos talleres los evaluó como buenos o muy buenos, de acuerdo con la encuesta de satisfacción que Bci realizó al finalizar cada capacitación.

CLÍNICAS BANCARIAS

Estas clínicas se realizaron en la vía pública, con el objetivo de abrir un espacio de educación a todos los interesados en aprender sobre finanzas responsables. Durante 2012 se efectuaron cuatro de estos eventos en Peñalolén, Villa Alemana, Coquimbo y San Bernardo. A ellos asistieron 1.157 personas.

SITIO WEB WWW.TRANQUILIDADECONOMICA.CL

Esta plataforma de libre acceso contiene cursos on line sobre finanzas personales. Entre ellos están los que enseñan sobre los créditos que se ofrecen en el mercado y los que profundizan en las características de las tarjetas de crédito y los seguros.



SERIE ESPECIAL “EDUCACIÓN FINANCIERA PARA PERSONAS”

Este proyecto fue la mayor innovación del programa Tranquilidad Económica en 2012. Consistió en la publicación de una página quincenal durante seis meses en El Mercurio y Las Últimas Noticias, cuyos contenidos fueron elaborados por Bci y especialistas de la Universidad del Desarrollo. El objetivo de la serie fue dar a conocer de una manera masiva, entretenida y didáctica conceptos básicos de finanzas personales, como alternativas de inversión, financiamiento, nivel de riesgo e impuestos. La iniciativa también consideró el desarrollo de un minisitio web en el portal informativo Emol.com con información sobre estas mismas temáticas.

El objetivo que se plantea la Corporación para 2013 es masificar aún más el número de personas beneficiadas con este programa, a través de iniciativas menos numerosas, pero de mayor alcance.





TRANSPARENCIA

La Transparencia es para Bci una pieza clave en su objetivo de generar con los clientes una relación de largo plazo basada en la confianza y el mutuo beneficio. Es por esta razón que la Corporación ha introducido desde 2005 prácticas de transparencia como uno de los aspectos principales de la cultura organizacional para convertirse a nivel de industria local en un referente en la materia.

En 2011, este trabajo se tradujo en la materialización de 14 medidas de transparencia orientadas a reforzar la información y las garantías que se otorgan a los clientes, algunas de las cuales fueron consideradas pioneras en el sector. Este esfuerzo, sumado a las mejoras que venía aplicando Bci en lo que se refiere a información hacia los inversionistas, especialmente a través del sitio web corporativo, le valió al Banco obtener el primer lugar en el ranking de Transparencia Corporativa elaborado por la consultora Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo.

En 2012, además de continuar avanzando en términos de transparencia hacia los clientes, Bci se abocó a sus colaboradores, con el objetivo de consolidar el concepto de conducta transparente en la cultura de la empresa y mejorar los procesos internos de modo de hacer de este pilar un rasgo más transversal de las operaciones.

Los principales hitos del desempeño transparente de Bci en 2012 fueron:

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN Y CONCURSO INTERNO PARA RECOGER PROPUESTAS DE MEJORA

A través de Transparencia, un canal de comunicación corporativo, el Banco informó a todos sus colaboradores las medidas que está aplicando para potenciar este modelo de actuación. En junio, además, convocó a los empleados a participar en un concurso de ideas para mejorar la transparencia en los procesos y en la gestión. En el marco de este evento se recibieron 240 propuestas, dos de las cuales resultaron finalmente premiadas, convirtiéndose en un desafío de implementación para 2013.

SE CONCRETARON CUATRO NUEVAS MEDIDAS DE TRANSPARENCIA CORPORATIVA

A las catorce con las que finalizó Bci en 2011, se sumaron a lo largo de 2012 otras cuatro:

- 1. TARIFAS CLARAS**
- 2. DEVOLUCIÓN INMEDIATA**
- 3. HIPOTECARIOS CON AHORRO DE INTERESES**
- 4. VIDEOS DE EDUCACIÓN BANCARIA**
- 5. CURSOS Y CLÍNICAS FINANCIERAS GRATUITAS**
- 6. CANALES DE ATENCIÓN A TODA HORA**
- 7. SEGUIMIENTO DE RECLAMOS**
- 8. ACCESO A LA GERENCIA GENERAL**
- 9. DEFENSOR DEL CLIENTE**
- 10. CARTOLAS DE COMISIONES**
- 11. GARANTÍA DE DEVOLUCIÓN**
- 12. PRO PYME**
- 13. CONTRATOS CLAROS**
- 14. CRÉDITOS COMPARABLES**

MEDIDA

15

ALIANZA CON CHILETRANSPARENTE

MEDIDA

16

ATENCIÓN ESPECIALIZADA EN SEGUROS BCI

MEDIDA

17

ASESORÍA EN INVERSIONES

MEDIDA

18

MÁS INFORMACIÓN SOBRE LÍNEA DE CRÉDITO DE EMERGENCIA



FOCUS GROUP CON CLIENTES EN TORNO AL CONCEPTO DE TRANSPARENCIA

El objetivo de esta iniciativa fue conocer en profundidad la opinión y experiencia de los usuarios para así identificar mejoras en productos y servicios. En este mismo plano de clientes, a los canales de comunicación desarrollados para recibir sus preguntas y propuestas, como la Mesa de Ayuda de Internet, los mensajes de texto SMS y Twitter, se añadió el correo electrónico bcitransparente@bci.cl para canalizar estas inquietudes con mayor eficacia. Asimismo, se siguió con las acciones de Educación Financiera contempladas en el programa Tranquilidad Económica (ver más en página 40).

REFORZAMIENTO Y COMUNICACIÓN DE TEMAS ESTRATÉGICOS RELACIONADOS CON CRITERIOS DE SEGURIDAD

Se potenció la defensoría del cliente y se incentivaron mejoras en los contratos y en la información de productos a través del sitio web. Asimismo se difundió las normativas del Sernac Financiero.

Para 2013, los objetivos del Banco en el ámbito de la transparencia son:

- » Incorporar el concepto de transparencia también en las filiales. En esa línea, a fines de 2012 se comenzó a trabajar con las áreas de Seguros e Inversiones y se espera llegar en el primer semestre de 2013 a otras, como por ejemplo Corredores de Bolsa.
- » Continuar potenciando la transparencia entre los colaboradores reeditando el concurso interno de ideas de mejora. Se desarrollará, además, un plan para incorporar la transparencia en los modelos de capacitación y en el proceso de inducción de los empleados nuevos.



EXPERIENCIA CLIENTES

Siempre en sintonía con su propósito de establecer con los clientes una relación cada vez más sólida y duradera, además de profundizar en el concepto de gestión transparente, Bci se ha planteado como desafío convertirse en el mejor banco de experiencia de atención y servicios.

Para la Corporación, este objetivo pasa por conocer en profundidad las aspiraciones y sueños de sus clientes y lograr con ellos un vínculo afectivo que trascienda la mera interacción comercial y supere toda expectativa, sorprendiendo en la tarea diaria de entregar soluciones para cada necesidad.

En esa línea, durante 2012 el trabajo de Bci estuvo marcado por cuatro grandes hitos:

1. SE CREÓ LA GERENCIA DE EXPERIENCIA CLIENTE E IMAGEN CORPORATIVA.

Esta nueva unidad le reporta directamente al Gerente General y tiene por finalidad reforzar la estrategia pro cliente del Banco y dar mayor visibilidad interna a todos los temas vinculados a este proyecto.

2. SE DESARROLLÓ UN NUEVO MODELO DE NEGOCIO EN LOS DISTINTOS CANALES DE INTERACCIÓN

que introdujo cambios tanto en los procesos y en la tecnología, como en el ambiente laboral, todo bajo el propósito común de **“Hacer que los sueños se hagan realidad a través de relaciones de confianza durante toda la vida de nuestros clientes.”** En ese contexto se reformuló el sitio web corporativo, para hacerlo más fácil de usar, complementarlo en términos de información y servicios y garantizar espacios de interacción a través de los cuales los usuarios puedan hacer llegar consultas, pedidos y reclamos. Se reforzaron además las capacitaciones y se reformularon los sistemas de inducción y selección para alinearlos con el propósito común, para orientarlos hacia la búsqueda de colaboradores con actitud de servicio.



3. COMO PLAN PILOTO, SE PUSO EN MARCHA EN 26 OFICINAS UN NUEVO MODELO DE “EXPERIENCIA CLIENTES” EN SUCURSALES, cuyos principales pilares son:

PILARES

1. REGLAS DE ORO: conjunto de compromisos respecto de colaborador, ambiente y proceso, que la sucursal debe cumplir todos los días y en todo momento.

2. PROTOCOLOS DE ATENCIÓN SEGÚN MEDIO DE COMUNICACIÓN: reglas que definen para cada puesto de la sucursal cómo interactuar con el cliente directamente, por teléfono o por e-mail.

3. GESTIÓN DE LA ESPERA: transformación de la espera en una experiencia positiva a través de múltiples intervenciones.

4. ROL DEL DUEÑO DE CASA: rol del Jefe de Oficina y Sub-Gerente Centro Empresarios como referente y guardián de las mejores prácticas y experiencias implementadas en la sucursal.

5. ROL DE ANFITRIÓN: repotenciar el rol de la persona que da la bienvenida, deriva y resuelve en las sucursales.

6. COREOGRAFÍA FLEXIBLE: definición de las actividades de cada puesto en sucursal en base al flujo de clientes que se presenta en diversos momentos del día.

7. MÓDULOS DE EXPERIENCIA: en el ambiente, los procesos y los colaboradores de sucursales, de acuerdo a las necesidades de un *cluster* significativo de clientes en dicha sucursal.

OFICINAS

- Macul (Sucursal y Centro Empresarios)
- La Concepción
- La Dehesa
- El Rodeo
- Bicentenario
- Las Tranqueras
- Las Condes (Sucursal y Centro Empresarios)
- Clínica las Condes
- Estoril
- Los Trapenses
- Padre Hurtado
- Juan Montalvo
- Luis Carrera
- Mall Plaza Alameda
- Moneda
- Padre Hurtado Norte
- Plaza San Pío
- Rosario Norte (Sucursal y Centro Empresarios)
- Subcentro Escuela Militar
- Santa María de Manquehue
- Cantagallo
- Luis Pasteur
- Camino El Alba
- San Carlos de Apoquindo
- Antofagasta (2 sucursales y 1 Centro Empresarios)
- Concepción (2 sucursales)

4. DEFINICIÓN DE CUATRO CRITERIOS DE EXPERIENCIA para ordenar las conductas que deben tener de cara al cliente todos los colaboradores, teniendo en cuenta que son ellos los encargados de hacer realidad en el momento del contacto los principios y valores del Banco. Estos criterios son:

CRITERIOS DE EXPERIENCIA

SEGURIDAD	CERCANÍA	DILIGENCIA	IMAGEN
VELAR POR SU TRANQUILIDAD » Soy digno de confianza » Doy continuidad al negocio » Velo por el patrimonio del cliente y del banco » Actúo con transparencia » Velo por la seguridad de la información	CONOCER Y CONECTARSE EMOCIONALMENTE » Yo conozco a mis clientes/colaboradores y demuestro interés por ellos, indago en sus necesidades » Me pongo en el lugar del otro » Me apropio de todos sus requerimientos » Siempre demostrando la actitud de servicio de Bci	ASESORAR Y EJECUTAR A LA PRIMERA » Cumpro mis compromisos en tiempo y forma » Tengo los conocimientos que necesito » Simplifico la vida al cliente y lo mantengo informado en todo momento » Mi trabajo es siempre impecable a la primera, sin errores y estando en el detalle » Soy ágil	PROYECTAR LOS VALORES BCI EN CADA ACCIÓN » Actúo en forma consistente con los valores: respeto, excelencia, integridad » Cuido mi imagen personal y la de mi equipo » Genero un lugar de trabajo impecable » Transmito que estoy orgulloso de pertenecer a la corporación Bci








En virtud de estos esfuerzos, durante 2012 Bci consolidó el creciente nivel de satisfacción de clientes que viene registrando desde el año 2009, y que mide con encuestas propias centradas en algunos de los aspectos distintivos de su estrategia. Entre estos avances cabe destacar el aumento de 79% a 82% entre 2011 y 2012 en la satisfacción con el ejecutivo comercial y el alza del 85% al 90% entre el cuarto trimestre de 2011 e igual período de 2012, en la satisfacción con el proceso de crédito.

SATISFACCIÓN CON EL EJECUTIVO COMERCIAL

AÑO	2010	2011	2012
PORCENTAJE	78%	79%	82%

SATISFACCIÓN CON PROCESO DE CRÉDITO

CUARTO TRIMESTRE DE 2009	CUARTO TRIMESTRE DE 2010	CUARTO TRIMESTRE DE 2011	CUARTO TRIMESTRE DE 2012
78%	89%	85%	90%

SATISFACCIÓN NETA DE CALIDAD DE SERVICIO INTERNA ÁREAS BCI

1º SEM. 2009	2º SEM. 2009	1º SEM. 2010	2ª SEM. 2010	1º SEM. 2011	2º SEM. 2011	1º SEM. 2012	2º SEM. 2012
54%	57%	52%	68%	71%	72%	71%	74%

NUEVA ESTRATEGIA DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En 2012, tras concentrar la gestión de los canales de distribución en una sola y nueva gerencia, Bci diseñó una estrategia en este ámbito con los propósitos de trasladar al cliente final sus criterios de experiencia de una manera homogénea y hacer más eficiente la entrega de productos y servicios.

El modelo, cuyo desarrollo pleno está proyectado para el año 2015, tiene como objetivos de fondo hacerse cargo de los cambios de comportamientos y hábitos en el uso de canales que están mostrando los clientes, y contribuir al negocio desde la perspectiva de la optimización de los recursos. Estas orientaciones están fundadas en dos realidades detectadas por el Banco y que se vislumbran como factores clave de la sustentabilidad futura de la Corporación:

- » El cambio que se ha observado desde hace tres años en la forma de interactuar que muestran los clientes con el Banco. Esta situación se traduce en una menor afluencia de los usuarios a las oficinas y en un creciente uso de dispositivos digitales y remotos para realizar transacciones.
- » El aumento sostenido en los costos asociados con los modelos de distribución tradicional, tendencia a la que contribuye el déficit de locales para arriendo, el encarecimiento de las contrataciones como consecuencia del alto nivel de empleo y los gastos que implica la adaptación a las nuevas regulaciones.

Durante 2012, las ventas de retail de Bci a través de canales no tradicionales representaron el 43% del total. En 2010, esta cifra era de 20%. La proyección del Banco es que a fines de 2013 sean equivalentes al 50%.



En la nueva Estrategia de Canales de Bci se plantea como desafío el conocimiento en profundidad de la conducta que muestran los clientes en su relación con el Banco y la elaboración a partir de estos antecedentes de un modelo de atención segmentado, eficaz y económicamente atractivo para la Corporación. En esa dirección, durante 2012 se materializaron iniciativas como:

- » Una investigación para conocer lo que se denomina “La ruta del cliente”. El objetivo de este estudio es configurar formatos de atención que mezclen distintos canales -físicos y digitales- en función del segmento al que se quiere llegar.
- » Un canal de distribución vía móvil, lanzado en noviembre de 2012, concepto que incluye smartphones, tablets y otros dispositivos digitales similares. Sus resultados iniciales confirmaron a esta plataforma como una pieza clave de la Estrategia para 2015: en un mes y medio canalizó \$1.000 millones, cifra considerable si se tiene en cuenta que a través de la web, un soporte ya consolidado, Bci comercializa anualmente \$90.000 millones.

Para 2013, las metas fijadas por la Corporación en relación con su Estrategia de Canales son:

- » Desarrollar nuevos mecanismos y dispositivos a través de los cuales los clientes puedan interactuar de manera instantánea con ejecutivos del Call Center desde sus dispositivos digitales o canales remotos. En esta categoría se encuentran las piezas *Click To Call* con pantallas para chating desde la web y los móviles y el concepto de *videobanking* en los cajeros automáticos.
- » Afrontar con planes y programas específicos los nuevos desafíos corporativos que plantea este nuevo modelo de banca: la creciente inversión en tecnología, la definición de los nuevos perfiles de colaboradores y la creación de un sistema de almacenamiento y gestión de grandes volúmenes de información, con las implicancias que esto tiene en términos de seguridad y privacidad de los clientes.

PRODUCTOS SUSTENTABLES

Con el fin de adaptar su oferta de valor a los intereses emergentes de sus clientes y al mismo tiempo hacerla consistente con las declaraciones y lineamientos del Banco en materia de cuidado del medio ambiente, Bci lanzó en 2010 un inédito Plan de Cuenta Corriente Carbono Neutral. El producto, que no considera talonarios de papel, contempla la neutralización del impacto que tiene su elaboración y mantención a través de la compra de bonos de carbono o la plantación de árboles en plazas o parques de sectores vulnerables.

A este servicio se sumó también en 2010 la presentación de la Tarjeta Bci Carbono Neutral, la primera en su tipo en el país y que se caracteriza por estar elaborada a partir de materiales sustentables.

Para continuar masificando estas soluciones, en 2012 Bci realizó tres acciones de difusión y posicionamiento:

1. En marzo, los clientes que pagaron el permiso de circulación con su Tarjeta de Crédito Carbono Neutral recibieron un certificado de compensación de Gases de Efecto Invernadero (GEI) por una cantidad de 5 toneladas de CO₂, cantidad correspondiente al promedio de emisiones de un automóvil durante un año.
2. En abril, en el marco de la celebración del Día Mundial de la Tierra se reforzaron, mediante una campaña de comunicación, los beneficios de la Tarjeta de Crédito Carbono Neutral.
3. En noviembre se invitó a todos los “tarjetahabientes” a suscribir su estado de cuenta vía e-mail. Por cada diez clientes que lo hicieran, el Banco se comprometió a plantar árboles en un sector de la Patagonia. Gracias a esta iniciativa finalmente Bci impulsó en dicha zona la plantación de 305 ejemplares.

A fines de 2012, el número de clientes titulares del Plan de Cuenta Corriente Carbono Neutral llegó a 110. Para 2013, el objetivo del Banco es seguir fortaleciendo este producto con más difusión y nuevos atributos.



RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES

Los proveedores están en el corazón de la misión de Bci. Con ellos, el Banco aspira a establecer relaciones de mutuo beneficio y lealtad en el tiempo, a través de un trato basado en los más altos estándares de calidad y en principios como el cumplimiento y la transparencia. En 2012, de los 1.424 proveedores, equivalente a 10% más que en 2011, el 98,2% eran nacionales y menos de 1,8%, extranjeros.

La Corporación distingue a sus proveedores en dos categorías: los ocasionales y los recurrentes. Este último grupo está compuesto por 400 empresas y es al que se dirigen de manera preferente las acciones de potenciamiento que desarrolla el Banco.

En sintonía con la preocupación histórica de Bci por las pequeñas y medianas empresas y especialmente con el objetivo de apoyar el emprendimiento en el marco de Valor Compartido, la Corporación ha impulsado medidas y programas con el fin de apoyar a sus proveedores, desde 2007.

En 2011, este trabajo fue reconocido por parte del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo mediante la entrega del Sello ProPyme a Bci, que es otorgado a todas aquellas empresas que cancelan a sus proveedores en un plazo

máximo de 30 días, esta distinción vino a premiar los esfuerzos hechos por el Banco en esta materia y que le permitieron cerrar 2011 con un promedio de pago de facturas de 4,39 días de acuerdo con un estudio elaborado por PWC. De esta manera, Bci se convirtió en la primera empresa en obtener este sello.

En 2012, el desempeño de la Gerencia de Compras Corporativas y Proveedores, que es la encargada de liderar la estrategia del Banco en este ámbito, estuvo focalizada, entre otros ejes, en reforzar los canales de interacción con los proveedores, reconocer su labor de excelencia y comenzar a alinear el desempeño de estas empresas externas con los criterios de "Experiencia Cliente" definidos por Bci.

Bci dirige sus acciones de potenciamiento a los 400 proveedores recurrentes.

En ese marco, algunos de los principales hitos del trabajo de la Gerencia de Compras Corporativas y Proveedores a lo largo del año fueron:

LANZAMIENTO DEL PORTAL DE PROVEEDORES

El plan piloto de esta plataforma apunta al concepto de autoatención para agilizar los procesos de consulta de los proveedores, y a una directa e inmediata retroalimentación con la Corporación. A través de este sitio, entre otras materias, los proveedores pueden informarse del estado de sus facturas y órdenes de compra, plantear sus comentarios en un espacio denominado “Muro” y acceder a material informativo y didáctico, como la Política de Compras de Bci y las actividades consideradas en el Premio al Proveedor Destacado. A fines de 2012 operaban en esta herramienta unos cien proveedores. El objetivo es que la totalidad de los 400 proveedores preferentes del Banco la estén utilizando a fines de 2013.

DESAYUNOS Y DIÁLOGOS DIRECTOS

Continuaron estas instancias de escucha y conversación entre la Corporación y los proveedores. Durante 2012 se organizaron siete desayunos, cada uno de los cuales convocó en promedio a 12 representantes de empresas proveedoras.

PREMIO AL PROVEEDOR DESTACADO BCI

En esta exitosa cuarta versión del Premio al Proveedor Destacado, el Banco recibió 128 postulaciones en 2012, 38 más que en 2011.

PREMIO AL COLABORADOR EXTERNO DE BCI

En 2012, al ya tradicional Premio al Proveedor Destacado de Bci se sumó un estímulo al mejor colaborador externo. A través de esta iniciativa el Banco buscó distinguir el servicio de excelencia entre los colaboradores de empresas proveedoras. Para tal efecto convocó a los propios empleados del Banco a enviar sus candidatos de acuerdo con las categorías en concurso definidas en función de los criterios de Experiencia Cliente. En el marco de esta invitación se recibieron cerca de 300 postulaciones, entre las cuales finalmente un jurado determinó a cuatro ganadores y dos menciones honoríficas.



GANADORES PREMIO PROVEEDOR DESTACADO 2012

CATEGORÍA	GANADOR
TRAYECTORIA DESTACADA	MCCANN-ERICKSON S.A.
INNOVACIÓN Y VISIÓN DE FUTURO	ODIS CHILE LTDA.
MEJOR EXPERIENCIA CLIENTE	INDEXA S.A.
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	QUALITZ
EMPRENDIMIENTO	PRONTO HOGAR S.A.

GANADORES COLABORADOR EXTERNO DESTACADO 2012

CATEGORÍA	EMPRESA	NOMBRE
APROPIACIÓN	BLUE BYTE	LORETO GATICA CHIARA
EXCELENCIA	SOLUSERVICIOS	CRISTIÁN GUERRA AEDO
COMPROMISO	SOLUSERVICIOS	RICARDO LEÓN VALDIVIA
PROACTIVIDAD	B&S REDES LTDA.	FRANCISCO SANDOVAL

MENCIÓN HONROSA

CATEGORÍA	EMPRESA	NOMBRE
APROPIACIÓN	ASICOM AGF	JOSÉ LUIS SILVA AGUILAR
EXCELENCIA	MCCORMIK CHILE	MARÍA ELIANA RUBILAR SOTO



CARTILLA DE BUENAS PRÁCTICAS

En línea con los criterios de Experiencia Cliente definidos por la Corporación, en 2012 la Gerencia de Compras Corporativas y Proveedores elaboró una cartilla con 10 buenas prácticas de servicio que repartió entre todos sus proveedores recurrentes. El folleto, que incluyó aspectos de comportamiento, aspecto y actitud, tuvo por finalidad mejorar la atención de los colaboradores externos hacia los clientes internos y finales de Bci.

CUESTIONARIO PARA EL AUTOANÁLISIS DE RSE

Bci elaboró y distribuyó entre algunas de las empresas proveedoras un cuestionario con la finalidad de ayudarles a determinar en qué nivel de aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial se encuentran. El objetivo de este proyecto es crear conciencia entre los proveedores acerca de estas temáticas y transmitir el compromiso que tiene la Corporación con dichas materias, todo esto con miras a que las prácticas responsables comiencen a ser consideradas cada vez más en los procesos corporativos de licitación.

SELLO PROPYME

En 2012, el Banco recibió de parte del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo la Certificación de Plazo de Pago Verificado (CPPV), actualizando de esta manera el Sello ProPyme obtenido en 2011. Bci continuó mejorando sus ciclos de pago hasta reducirlos, en promedio, a dos días desde los 4,39 promedio en que cerró 2011. En el mismo ámbito, la cantidad de pagos efectuados a los proveedores en el tramo de 0 a 7 días aumentó de 92,7% a 95,1%. Además, efectuó la materialización del 100% de los pagos internos a través de SAP, el reforzamiento externo del uso de SAP y la operación mediante factura electrónica, todo lo cual permitirá optimizar todavía más los sistemas de pago. A ello se sumó la invitación formal que hizo el Banco a sus proveedores más grandes para que tomaran el ejemplo de la Corporación e hicieran más ágiles y rápidos los procesos de pago a sus propios proveedores.

BCI INCENTIVÓ A TODOS SUS PROVEEDORES

A PROFUNDIZAR EL USO DE FACTURA ELECTRÓNICA

Con el objetivo de incentivar el uso de la Factura Electrónica en proveedores, Bci se incorporó al "Programa de Responsabilidad Social Empresarial Tributaria" (RSET), impulsado por el Ministerio de Economía y el Servicio de Impuestos Internos (SII). Se trata de una iniciativa que permite optimizar el flujo de caja, disminuir los costos, mejorar competitividad y de ese modo asignar más tiempo para la gestión de la empresa. Esta alianza con el SII se suma al esfuerzo que el Banco realiza para brindar a los pequeños y medianos empresarios que prestan servicios a Bci, herramientas que mejoren su propia gestión y además enriquezcan las relaciones entre ambas partes.

REVISIONES LABORALES Y PREVISIONALES MENSUALES

Bci realizó, en 2012, 4.622 revisiones o visaciones comerciales con la finalidad de evaluar el estado de cada proveedor que se relaciona con el Banco. En caso de existir brechas se envía una carta solicitando la regularización y la persistencia de la situación podría redundar en el término del contrato.

Estas mejoras impulsaron al alza los resultados registrados por la Corporación en la última Encuesta de Satisfacción de Proveedores realizada. La satisfacción global como proveedor de Bci pasó de 88% en 2011 a 90% en 2012.





tejiendo Buenos días

Jorge del Carpio

Fibras Andinas es nuestro proyecto que nos permite instalar la primera industria camélida en el norte de Chile. Mundialmente, los tejidos de alpaca peruana son ampliamente conocidos y nuestra innovación fue cambiar la alpaca por lana de llama ultra refinada, que otorga máxima suavidad y bajo picor.

Nuestro gran desafío era conseguir el capital necesario para materializar nuestro sueño. Hemos comprometido gran parte del patrimonio familiar con la venta de nuestra casa y otras propiedades, para alcanzar un estado de suficiente "tracción" para mejorar nuestras probabilidades de conseguir inversión privada.

Luego, accedimos a Start Up Chile, el cual nos dio el impulso necesario, pero no fue suficiente. Nos acercamos entonces a Bci Nace quienes nos aprobaron un crédito en 14 días hábiles. Los fondos fueron invertidos en la compra de nuestro terreno, construcciones en la zona franca industrial de Arica, y en capital de trabajo. Bci ha sido fundamental en nuestro desarrollo, con productos financieros de alta calidad y encadenamiento con aliados estratégicos y potenciales inversionistas.

Nuestro próximo paso es la internacionalización, con nuestra propia plataforma comercial en Estados Unidos, lo que esperamos poder realizar junto a nuestro Banco Bci.

04.

CALIDAD DE VIDA LABORAL

Bci busca garantizar que sus colaboradores dispongan de la mejor oferta de valor del mercado en lo que se refiere a satisfacción con la organización y la posibilidad de conciliar su vida personal con su quehacer laboral



DOTACIÓN

A diciembre de 2012, la dotación de Bci estaba conformada por 10.531 colaboradores, un 4% más que en diciembre de 2011. Entre las características de esta dotación destaca que el 56,6% son mujeres, un 62% de los colaboradores de Bci poseen entre 31 y 50 años, que un 47% son solteros y que actualmente la organización tiene 206 colaboradores extranjeros, los cuales actualmente se desempeñan en Chile o en alguna de las oficinas internacionales de la Corporación.

Bci ha sido capaz de comprender, asumir y promover la diversidad dentro de su dotación, entendiéndola como una fuente de creatividad, innovación y multiplicidad de puntos de vista que ayudan a la organización a enfrentar de mejor manera los cambiantes desafíos y a prepararla para los desafíos futuros.

En la misión de Bci se establece con claridad que todos los colaboradores tengan una calidad de vida digna, cuenten con un trabajo estable y con posibilidades de desarrollo personal, profesional y familiar. Además, que reciban una retribución que estimule el buen desempeño y se desenvuelvan en un ambiente laboral de excelencia.

Esta mirada de largo plazo determina la cultura organizacional de Bci y es la base de todas las iniciativas que desarrolla el Banco para garantizar que sus colaboradores dispongan de la mejor oferta de valor del mercado en lo que se refiere a satisfacción con la organización y la posibilidad de conciliar su vida personal con el quehacer laboral.

Convencidos de que para lograr clientes y accionistas satisfechos se requiere como paso previo tener colaboradores contentos, en 2012 la Estrategia de Gestión de Personas profundizó en el denominado modelo de Experiencia de Colaborador. Esta mirada apunta a mejorar los indicadores de bienestar de los miembros de la Corporación a partir de la incorporación de acciones y políticas que amplíen sus beneficios y oportunidades de desarrollo en la organización, se hagan cargo de las nuevas necesidades y crecientes niveles de diversidad de la dotación y representen una herramienta atractiva para conquistar a los mejores talentos del país.

En ese contexto, entre los principales hitos de 2012 destacaron el potenciamiento de los planes de capacitación, el desarrollo de nuevos modelos de reclutamiento y la actualización del programa “Trabajo a Medida”. A esto se sumaron las actividades realizadas con motivo del Aniversario 75 del Banco y el aumento de \$15.357 millones en 2011 a \$21.375 millones en inversión corporativa en Personas en 2012.

De cara al futuro, el desafío que se plantea la Gerencia de Gestión de Personas es continuar reforzando la cultura interna con iniciativas innovadoras que permitan hacer de la Corporación, tal como está definido en su visión, el mejor lugar para trabajar y desarrollarse.

DOTACIÓN TOTAL



DESARROLLO Y CAPACITACIÓN

El modelo de capacitación de Bci tiene carácter integral y se materializa a través de diversos programas de formación que responden a las necesidades corporativas y específicas de las distintas gerencias del Banco. Dicho plan se actualiza anualmente y se complementa con nuevas prioridades que vayan surgiendo a nivel corporativo. Los ámbitos más relevantes del programa de formación dicen relación con el fortalecimiento de la cultura organizacional, desarrollo y formación de liderazgo, experiencia de colaboradores y clientes y desarrollo de competencias y habilidades críticas del negocio.

El objetivo de Bci es llegar a la totalidad de los colaboradores con, por lo menos, una actividad formativa durante el año a través de cualquiera de los canales que ha dispuesto para tal efecto. Entre ellos destacan las actividades presenciales, las iniciativas *e-learning*, el formato de autoinstrucción y los modelos que mezclan más de una modalidad como el formato *blended*.

En este contexto, además de los programas de capacitación que el Banco ha desarrollado desde hace algunos años, como el de Formación de Jefes de Oficina, la Sucursal Escuela y la Escuela de Ventas, en 2012 impulsó otras iniciativas:

PROGRAMAS CORPORATIVOS

Además de la realización de módulos de capacitación que buscaron socializar a nivel corporativo la estrategia de Experiencia Clientes adoptada por la Corporación, durante el año destacaron la implementación de talleres enfocados a potenciar las competencias de Innovación y Orientación a los Resultados y Ejecución. Durante el año 2013 se llevarán a cabo nuevos talleres que buscan desarrollar aún más en los colaboradores las competencias de Impacto e Influencia, Trabajo en Equipo y Facilitar la Vida al Cliente.

Liderazgo

Se llevaron a cabo iniciativas y programas que han permitido continuar fortaleciendo la formación de líderes alineados con los valores y principios de Bci, perfil del líder y estrategia de Experiencia Clientes. Entre las acciones realizadas destacan la Academia Líder Fase 1, Inducción "Primero que Todo Liderazgo", Inducción "Así Somos", Inducción Gerencial y Jornadas de Liderazgo, espacio en el que participaron más de 400 líderes de diferentes áreas de la Corporación y se trataron temas vinculados con la estrategia de Experiencia Colaboradores, equipos de alto desempeño según el modelo de Marcial Losada, gestión del desempeño y reforzamiento de aspectos legales básicos para el correcto ejercicio del rol de jefatura¹².

Corporate & Investment Banking

Se realizaron siete programas de capacitación con la Universidad Adolfo Ibáñez, un seminario internacional a cargo de un profesor de la Universidad de Babson, Estados Unidos, y se extendieron invitaciones, al menos a 15 seminarios específicos sobre finanzas para los miembros de esta gerencia.

Banco Comercial

El foco formativo estuvo en el modelo de venta y negociación con el método de Harvard. Además se implementó un programa de Formación del Cargo con un formato de inducción para nuevos colaboradores que ingresan al Banco Comercial o que venían de otras gerencias.

Áreas Corporativas

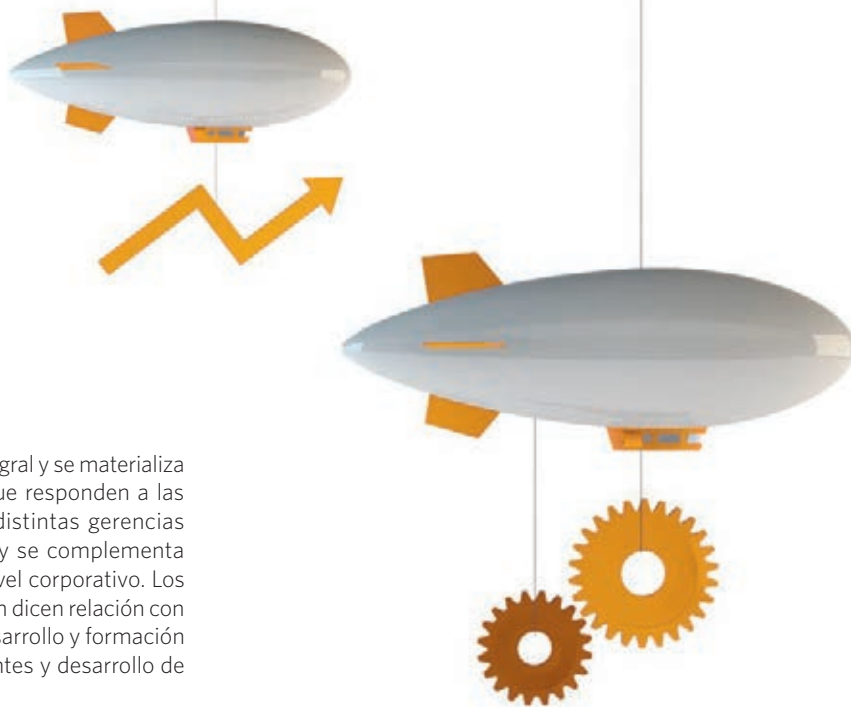
Todos los vigilantes y guardias de seguridad de la Corporación fueron recertificados. Además, se efectuó una certificación de cajeros y ejecutivos de servicio a clientes, un programa de inducción a la Gerencia de Informática y un trabajo con los líderes de la Gerencia de Operaciones del Banco Comercial.

Acreditación de Agentes Intermediadores de Valores

En el marco de la nueva certificación externa exigida por la Ley de Valores y la Superintendencia de Valores y Seguros para todos los ejecutivos, jefes y gerentes de inversiones que ofrecen productos de renta fija o variable, Bci desarrolló programas especiales con el fin de preparar a sus colaboradores para el calendario de exámenes que este proceso involucra y que culmina en septiembre de 2013.

Reconocimiento Sence

A fines de 2012, Bci fue reconocido por el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence) del Ministerio del Trabajo como la empresa que más capacitó a sus trabajadores a través de la franquicia tributaria. Uno de los aspectos considerados para la obtención de este premio fue el uso que hace el Banco de esta franquicia para la modalidad de capacitación en precontrato. Este proceso apunta a la formación de las personas para que asuman determinadas funciones o cargos en la Corporación. En 2012, el programa benefició a 100 nuevos colaboradores.



¹² Marcial Losada es el fundador y director ejecutivo de Meta Learning.

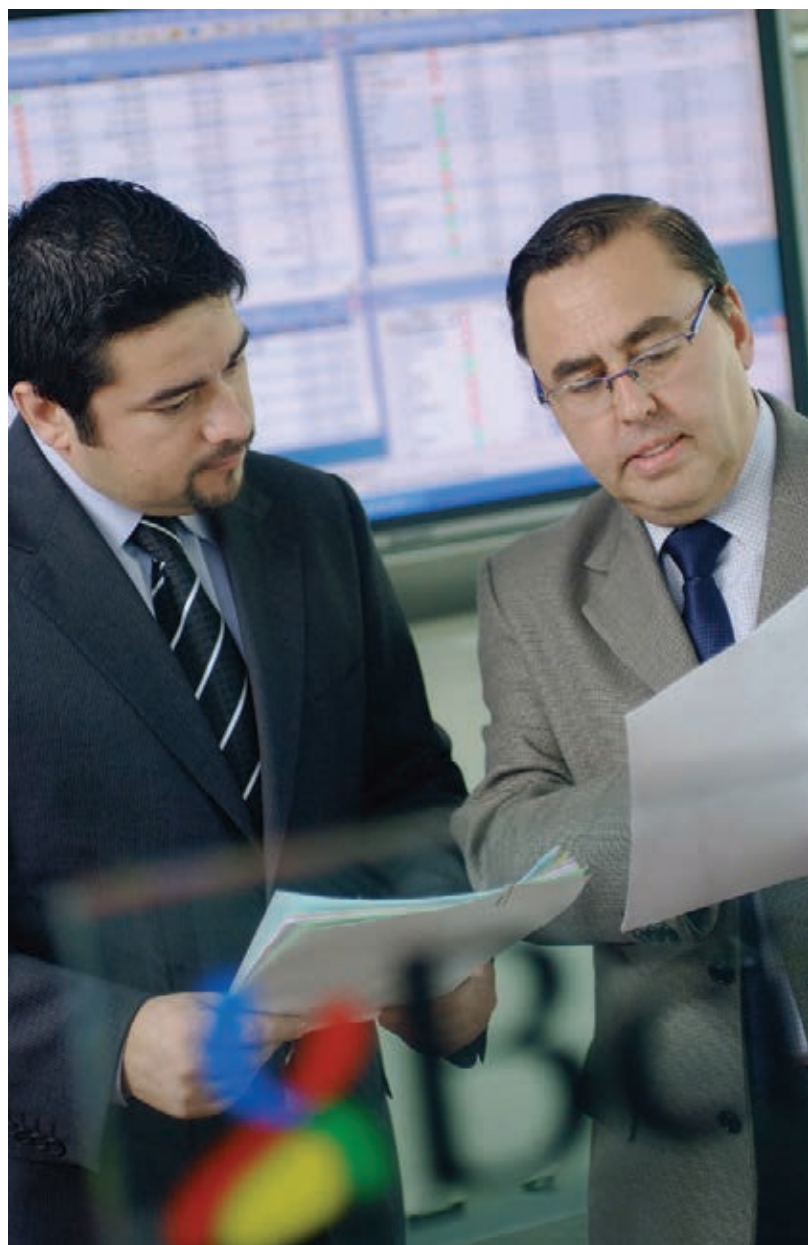
INDICADORES DE CAPACITACIÓN

AÑO	2009	2010	2011	2012
HORAS DE CAPACITACIÓN POR COLABORADOR	52	49	49	50
% DE COLABORADORES CAPACITADOS DE LA DOTACIÓN EN SANTIAGO	89	93	91	92
% DE COLABORADORES CAPACITADOS DE LA DOTACIÓN EN REGIONES	92	93	90	94

DESARROLLO INTERNO

Bci tiene como política promover el desarrollo interno de sus colaboradores a través de concursos internos y con modalidades como los ascensos directos. En 2012, 1.319 colaboradores fueron beneficiados por el Programa de Movilidad Interna.

PROGRAMA DESARROLLO INTERNO	ASCENSOS	810
	DESARROLLOS	314
	TRASLADOS	195
	TOTAL	1.319





BENEFICIOS Y RECONOCIMIENTO

Una de las principales actividades realizadas en 2012 fue dar a conocer con mayor énfasis los programas de beneficios con los que cuentan los colaboradores de Bci. En paralelo se realizaron iniciativas didácticas, de difusión y conocimiento, cuya finalidad fue aumentar el uso de las herramientas a su disposición.

Además, durante el año se realizó un estudio psicográfico para generar una nueva oferta de valor hacia los colaboradores, que estuviera en sintonía con el modelo de Experiencia. Gracias a esta iniciativa se pudo comprender de manera más profunda la multiplicidad de intereses, motivaciones, expectativas y necesidades de los colaboradores que conforman hoy la Corporación, permitiendo ampliar y mejorar aún más la diversa gama de beneficios y convenios con los que cuenta Bci para dar respuesta a los requerimientos de sus colaboradores y familias.

Junto con las acciones ya implementadas durante 2012, se pondrán a disposición de los colaboradores nuevas iniciativas que permitirán continuar enriqueciendo y potenciando la oferta de valor distintiva de Bci, estas acciones se organizarán en torno a los siguientes pilares:

TIEMPO, incluirá aquellas iniciativas relacionadas con formatos de flexibilización horaria y modelos de conciliación trabajo-familia.

ACOMPAÑANDO A TU FAMILIA. Este pilar reúne a las acciones o aportes con los cuales Bci busca apoyar a los colaboradores en las etapas importantes de su vida.

MIS INTERESES. Este pilar comprende talleres y cursos en torno a temáticas que no están vinculadas a la actividad laboral del colaborador, pero que forman parte de sus intereses.



Además, de los programas mencionados anteriormente se realizaron las siguientes iniciativas:

FAMILIA

El gran hito fueron las sesiones para grupos del programa “Te quiero protegido”, más allá de las atenciones individuales gratuitas que contempla en materia psicológica, legal y financiera para los colaboradores y sus familias. En 2012, la iniciativa se ejecutó para equipos de trabajo en sucursales y otras unidades en torno a temas como manejo de crisis, duelos y estrés laboral. Sobre estas mismas temáticas y otros asuntos, como la educación de los hijos y la gestión del tiempo, también se hicieron charlas a las que asistieron los colaboradores y sus familias. Estos avances complementaron los beneficios que tiene el Banco en esta dimensión, como son la sala cuna, el bono por cuidado de hijo en casa, el regalo de nacimiento y los bonos asociados a los familiares, entre otros.

SALUD

Uno de los principales avances fue el fortalecimiento del seguro complementario de salud, mediante el cual, por primera vez, se le entregó la opción a los colaboradores de elegir el plan más adecuado dependiendo de sus necesidades. Adicionalmente, se mantuvieron las ferias de la salud y el plan de vacunación 2012.

RECREACIÓN

Se organizaron actividades para los colaboradores y sus familias. Entre ellas destacó el Día del Minicolaborador, que durante 2012, se celebró en todas las sucursales y edificios.

CELEBRACIÓN 75 AÑOS

Con motivo de la conmemoración de sus 75 años, se realizaron las VI Olimpiadas Nacionales Bci. En ellas se incluyeron nueve disciplinas deportivas, con la participación de 7.000 personas, entre colaboradores y sus familias, además de 800 deportistas de todo Chile. En el mismo ámbito, la fiesta de cierre de las Olimpiadas y de celebración de los 75 años convocó a más de 11.000 personas. Como parte de la celebración se entregó a cada colaborador un bono aniversario de \$500.000.

Además de las iniciativas mencionadas, el área de Bienestar organizó, durante el año, actividades para promocionar los beneficios del Banco, como las Ferias de Navidad, de la Chilenidad e Inmobiliaria.

Como reforzamiento de estas iniciativas, en 2013 se buscará profundizar el conocimiento de los beneficios a partir de un modelo de difusión centrado en ideas ancla por cada mes del año, para ordenar así la oferta y permitir una mayor recordación por parte de los colaboradores.

INVERSIÓN DE BCI EN BENEFICIOS PARA COLABORADORES 2011 - 2012 (EN M\$)

	2011	2012
BENEFICIOS FIJOS	10.990.977	16.126.739
BENEFICIOS VARIABLES	1.756.907	2.501.051
CAPACITACIÓN	1.697.235	1.706.249
DESARROLLO	912.045	1.041.572
TOTAL	15.357.164	21.375.611



RECONOCIMIENTOS

Con el objetivo de robustecer la cultura del reconocimiento en la organización y así complementar las ceremonias de premiación anual de colaboradores, en 2009 el Banco puso en marcha el Programa Bci Reconoce como una manera de hacer realidad la primera de las “10 claves del éxito” de Bci, que es “agradecer el trabajo bien hecho y felicitar por el sobresaliente”.

La primera de las medidas que incorporó “Bci Reconoce” en 2009 fue la creación de ceremonias de reconocimiento por área. Ese mismo año, se lanzó los denominados “Murales de reconocimiento”. En 2010 comenzó el “Reconocimiento online”, un sistema que permitió enviarle los colaboradores, a través de esta plataforma web mensajes de reconocimiento basados en algunos de los atributos del “Perfil del Colaborador Bci”.

Durante 2012, se realizó el lanzamiento de un Kit de Reconocimiento, que consiste en una caja con “pins” y tarjetas de reconocimiento para que las jefaturas repartan entre los colaboradores como una manera de reconocer los desempeños de excelencia o conductas específicas que merezcan un estímulo.

De igual modo, se comenzó a distinguir no solo actuaciones asociadas al “Perfil del Colaborador Bci”, sino que también comportamientos relacionados con los “Criterios de Experiencia”: Seguridad, Cercanía, Diligencia e Imagen.

El objetivo de la Corporación para 2013 será consolidar el posicionamiento del nuevo Kit como una herramienta de gestión de los líderes y organizar una campaña de difusión interna que remarque la necesidad de que todos los colaboradores hagan un uso correcto y responsable de estos estímulos.

ESCUCHA DE COLABORADORES

Consciente del valioso aporte en términos de innovación que pueden realizar los mismos colaboradores para el éxito y la sustentabilidad del negocio, Bci impulsa de manera permanente instancias de escucha y retroalimentación con su dotación. En 2012, a las reuniones formales que organiza el Banco con cada una de áreas y unidades, se agregó el Programa “Bci +1%”, iniciativa que apunta a recoger de los colaboradores sus propuestas de mejora continua para traducirlas en prácticas y soluciones aplicadas.

En el marco de este proyecto, durante 2012 se realizaron a nivel corporativo 1.059 reuniones de escucha que permitieron recibir más de 2.400 ideas de mejoramiento e innovación. Gran parte de estas iniciativas fueron implementadas durante el año y dadas a conocer en 24 folletos internos bajo el nombre de “Escuchamos y lo hicimos”.

En 2012, Bci lanzó el Kit de Reconocimiento como herramienta de gestión para los líderes



REMUNERACIONES Y EQUIDAD DE GÉNERO

El Banco está convencido de que la diversidad enriquece el proceso de toma de decisiones, impulsa la innovación interna y aporta nuevas miradas en la resolución de problemas. Es por ello que la protege, potencia y proyecta como un elemento diferenciador de la organización a través de su política de remuneraciones y en la conformación de sus cuadros directivos, entre otros aspectos.

En Bci, la gestión de personas está basada en una política corporativa que apunta a un modelo objetivo de compensaciones por mérito, potencial y desempeño, que excluye cualquier consideración vinculada con género, religión u otra variable similar. Reflejo de estos principios, es que durante el año 2012 casi no se perciben diferencias entre las remuneraciones de los nuevos colaboradores hombres y mujeres (comparación por cargo), llegando en promedio a un 98,8% de paridad entre ellos. En este análisis se consideraron alrededor de 1.780 colaboradores que ingresaron durante 2012, a más de 80 cargos de la Corporación.

REMUNERACIÓN POR TIPO DE CARGOS

TIPO DE CARGO	2011			2012		
	Nº de Colaboradores	Remuneración fija	Remuneración variable	Nº de Colaboradores	Remuneración fija	Remuneración variable
ALTOS EJECUTIVOS	10	63%	37%	10	68%	32%
GERENTES	70	81%	19%	79	84%	16%
EJECUTIVOS	6.379	85%	15%	6.580	78%	22%
ADMINISTRATIVOS Y SERVICIOS	3.699	95%	5%	3.862	93%	7%
TOTAL	10.158	89%	11%	10.531	84%	16%

SALARIO MÍNIMO MEDIO BCI / SALARIO MÍNIMO LEGAL

AÑO	2012	2011	2010
SALARIO MÍNIMO MEDIO BCI	\$400.000	\$400.000	\$310.000
SALARIO MÍNIMO LEGAL	\$193.000	\$182.000	\$172.000
PROPORCIÓN (VECES)	2,1	2,2	1,8

REPRESENTACIÓN FEMENINA EN LA DOTACIÓN Y EN JEFATURAS

Año	Total mujeres en la dotación (%)	Mujeres en cargos de jefaturas
2010	54,6%	409
2011	55,7%	442
2012	56,6%	503

Bci fortaleció el programa Cajeros Senior por medio del cual se incorporaron a la organización 21 personas de la tercera edad

DOTACIÓN SEGÚN GRUPO ETARIO 2012

RANGO DE EDAD	18 a 25 años	26 a 30 años	31 a 40 años	41 a 50 años	50 a 60 años	61 o más años
MUJER	599	1.242	2.468	1.254	391	7
HOMBRE	325	764	1.561	1.205	644	71
TOTAL	924	2006	4.029	2.459	1.035	78

RECLUTAMIENTO

En 2012 uno de los focos que tuvo el Departamento de Reclutamiento y Selección fue alinear el proceso de selección a la estrategia de Experiencia adoptada por la Corporación, con el fin de generar experiencias memorables en los candidatos, además de asegurar el alineamiento de los nuevos colaboradores con los valores y principios de Bci. Fue así como durante el año se ejecutaron diversas iniciativas en las etapas del proceso, entre las cuales destacaron la implementación de herramientas de evaluación *online*, instancias de autofiltro dentro del proceso de selección, certificación de jefaturas para la realización de entrevistas y la entrega de un *pack* de bienvenida para los nuevos colaboradores, entre otras acciones.

En 2013 continuará la implementación de nuevas iniciativas con el fin de seguir contando con un set de procesos e instrumentos para seleccionar a los mejores candidatos para satisfacer las necesidades de los clientes de la Corporación.

Otra iniciativa que se implementó durante 2012 fue el Programa de Incorporación de Cajeros Senior. Este proyecto comenzó hace dos años como experiencia piloto y en 2012 se retomó. En un principio partió con 10 vacantes, pero tuvo que ser ampliado a 21, dado el éxito de postulaciones que se registró con la campaña lanzada al interior del Banco.

El proyecto contempló la incorporación como cajero a personas de entre 50 y 70 años de edad, jubiladas o pensionadas, en su mayoría, pero con gran capacidad y buena disposición. Para su selección se consideró, en primer lugar, un *focus group*, luego una entrevista personal y una evaluación técnica. Finalmente, recibieron una capacitación y una evaluación general de salud.

Por esta iniciativa la Corporación recibió en 2012 el Premio Plenus de la Asociación de Administradoras de Pensiones (AAFP). Debido

al éxito del programa, en 2013 se espera ampliar aun más la oferta disponible para incorporar a nuevos colaboradores a este programa y así seguir aportando activamente en temas de inclusión laboral.

Además, Bci impulsó el Programa de Reclutamiento Diferente, una iniciativa que engloba acciones cuyo objetivo es llegar a candidatos pasivos para convertirlos en postulantes al Banco a través de espacios de conversación distintos e innovadores. Entre los proyectos desarrollados durante el año en este marco destacaron:

Visitas a partidos de fútbol de la liga San José

Ejecutivos de selección del Banco visitaron durante cinco fines de semanas las canchas de fútbol de Chicureo donde se juega este torneo para conversar con los asistentes acerca del Bci en un ambiente de relajación y entretenimiento. Como resultado, se hicieron 44 visitas, se entregaron 140 tarjetas y se recibieron 10 currículum.

Presencia en Mall Quilín

Durante algunos días de noviembre, Bci instaló en la plaza central de un centro comercial un stand para invitar a posibles candidatos a que se inscribieran en la plataforma de Reclutamiento y Selección. Durante esta actividad, el Banco captó 58 postulaciones para cargos masivos y técnicos profesionales.

Hackathón

Bci estuvo presente con un stand en el encuentro "Angel Hacker" organizado por la Asociación Chilena de Empresas de las Tecnologías de la Información y que reunió a jóvenes aficionados a las nuevas tecnologías y videojuegos. En la ocasión, el Banco organizó un juego de códigos QR con premios, en el que finalmente participó el 58% de los asistentes. Esta instancia fue aprovechada para establecer contactos y realizar breves entrevistas entre los interesados.

Bci reforzó el reclutamiento de candidatos y el posicionamiento de la Corporación como un buen lugar para trabajar a través de su cuenta "TrabajaenBci" en las redes sociales. Consolidada como marca, esta plataforma informa sobre las vacantes y entrega información sobre la organización.

Año	Seguidores Facebook	Seguidor Twitter	Contacto LinkedIn	Inscritos Jobsite	Total
2011	219	1.149	848	69.241	71.457
2012	5.491	4.525	15.413	101.217	126.646

A estas acciones se sumaron 28 ferias laborales en las que participó Bci durante el año, seis de las cuales se realizaron en regiones. En estos encuentros, el Banco logró captar sobre 5.000 postulaciones, más del doble que la que consiguió en 2011.

TRAINEE CORPORATIVO

A través del Programa Trainee Corporativo, Bci busca reclutar jóvenes recién egresados con alto potencial, rendimiento académico de excelencia y habilidades grupales y de liderazgo que estén en sintonía con el Perfil de Líder de la organización. En 2012 ingresaron a la Corporación seis nuevos *trainees*, lo que elevó a 29 el número de personas que se han incorporado en el marco de este programa desde su creación durante 2007.

La sexta generación de *trainees* fue seleccionada de un grupo de 1.000 postulantes a través de un proceso riguroso e innovador de selección, que utiliza la metodología de casos de negocios para evaluar a sus candidatos, además de otras actividades en terreno que los obliga a interactuar y desplegar sus competencias de liderazgo, análisis y trabajo en equipo.

PRÁCTICAS PROFESIONALES

En 2012, Bci recibió a 122 estudiantes de último año de carrera para que realizaran su práctica profesional en la Corporación. Considerando su escasa experiencia laboral, el perfil de los seleccionados en este programa está determinado principalmente por sus competencias de innovación y trabajo en equipo.

Para su elección, en 2012, se dejaron de hacer entrevistas presenciales y se privilegió un test de competencias on line, lo que permitió un proceso más ágil.

El 94% de los jóvenes que ingresó a hacer sus prácticas demostró interés en quedarse en la Corporación. Por su parte, los tutores de práctica o jefaturas del Banco que recibieron a los practicantes calificaron con un 93% de satisfacción el trabajo realizado por los estudiantes. Para 2013, el Banco proyecta ampliar a 182 el número de vacantes de este programa.



TRABAJO A MEDIDA

El Programa Trabajo a Medida (TAM) se inició bajo el nombre de Trabajo Flexible como una experiencia piloto orientada a personas con necesidades específicas en materia de horario laboral. En 2012 se tomó la definición de iniciar el proceso de masificación de TAM, incorporando dentro de la oferta de valor de Bci un programa de flexibilidad laboral, en horario y locación, que contara con diferentes modalidades de trabajo pensadas para satisfacer la diversidad de necesidades, intereses y preocupaciones de los colaboradores, las cuales se detallan a continuación:

TRABAJO HOGAR

En esta modalidad, el colaborador trabaja de lunes a viernes las 45 horas semanales desde su casa, de forma totalmente remota y con equipos del Banco. Para postular a esta alternativa se requieren requisitos como la compatibilidad del cargo y contar con más de un año en el puesto. En esta condición, a fines de 2012, había siete colaboradores inscritos.

TRABAJO MIXTO

Este formato permite que las personas trabajen dos días completos desde su casa o tres medias jornadas (ya sea tres medias tardes o tres medias mañanas). Al igual que con el sistema de "Trabajo Hogar", para postular a esta opción se exige cumplir con requisitos, como la compatibilidad del cargo y tener más de un año en el cargo. En 2012 había 16 colaboradores funcionando en esta modalidad.

HORARIO FLEXIBLE

La flexibilidad está asociada con el horario de ingreso y de salida del colaborador. Se trabajan las 45 horas semanales en el Banco, pero las horas de ingreso y salida se adelantan o atrasan según el rango acordado con la jefatura. Con este formato a fines de 2012 había 48 colaboradores.

En 2012, este programa se lanzó en las gerencias de Gestión de Personas y Experiencia Cliente e Imagen Corporativa.

Como objetivo para 2013, la Gerencia de Gestión de Personas planea extenderlo a toda la Corporación, convirtiéndolo en un programa al que puedan aspirar todos los colaboradores.



BCI SIN LÍMITES

Surgido a partir de la valoración que hace el Banco del talento de quienes tienen algún grado de discapacidad, Bci Sin Límites es un programa de inclusión que busca ofrecerles una oportunidad de desarrollo profesional en la Corporación.

En 2012 se desarrollaron iniciativas en cada uno de los ámbitos de acción que favorecen una integración exitosa. Entre ellas se cuentan:

INCORPORACIÓN

Durante 2012 se incorporaron seis colaboradores con discapacidad, lo que significa tener hoy 20 personas en el programa. Estos ingresos han significado un incremento de 54% de la dotación de colaboradores con discapacidad en la organización y elevar a 40% el número de áreas con colaboradores con discapacidad, ambos respecto de 2011.

CAPACITACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Se desarrollaron dos iniciativas: Por un lado, Talleres de Sensibilización a colaboradores y jefaturas, dictados por un equipo de colaboradores de Bci y especialistas de la Unidad Laboral de Teletón. Y por otro lado, se desarrolló un Manual de Consulta sobre Inclusión Laboral.

BIENESTAR

Se revisaron los casos de algunos colaboradores con la finalidad de mejorar su calidad de vida a través de apoyo económico para la compra de elementos ortopédicos.

DEPORTES

Durante las Olimpiadas que se desarrollaron en el marco de la celebración de los 75 años del Banco, Bci Sin Límites coordinó una demostración del deporte paraolímpico denominado *goalball*, en la que participaron, en primer término, dos equipos de personas no videntes y luego un equipo de no videntes contra un equipo de colaboradores vendados.

INCLUSIÓN

Frente a la preocupación de Bci por continuar ofreciendo oportunidades de trabajo y desarrollo a personas que presentan algún tipo de discapacidad es que se trabajó en pos de ser una institución que destaca por integrar a discapacitados a la empresa. Como muestra de lo anterior, Senadis¹³ invitó al Bci a presentar su exitosa experiencia a empresarios de Punta Arenas, con la finalidad de incentivar la contratación de personas con discapacidad en dicha zona.

ENTORNO ACCESIBLE

Durante 2012 se realizaron trabajos de adaptación en una sucursal en Viña del Mar para los requerimientos especiales de un colaborador discapacitado.

Para 2013, el Programa Bci Sin Límites se ha propuesto aumentar la tasa de incorporaciones en torno al 50%, continuar difundiendo internamente el tema de la discapacidad y fortalecer el posicionamiento de Bci en esta materia y obtener el Sello Chile Inclusivo que otorga el Servicio Nacional de la Discapacidad a las instituciones que trabajan por la integración.

¹³ www.senadis.gob.cl



SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

En 2012 el foco en Salud y Seguridad fue la materialización del programa corporativo bianual "Me Siento Sano", a través del cual el Banco aspira a gestionar y promover estilos de vida saludables entre los colaboradores y sus familias, e integrar a sus actividades hábitos y buenas prácticas en salud desde un enfoque integral.

Este plan considera cuatro ejes de acción, en cada uno de los cuales se desarrollaron iniciativas durante 2012:

SANO CORAZÓN

Se realizaron 1.157 exámenes para la determinación de factores de riesgo cardiovascular. Esta iniciativa se acompañó de la organización de "Nutritalleres", una actividad a través de la cual 2.970 personas recibieron asesoría en alimentación saludable. Esta iniciativa, sumada a la campaña contra el tabaquismo, le permitió al Banco disminuir en 10% su tasa de presentación de licencias en el año.

ALIMENTACIÓN

Se llevaron a cabo asesorías en alimentación saludable que se entregaron a las empresas que atienden los casinos, especialmente en lo que se refiere a la preparación y al cumplimiento de la reglamentación. En los Nutritalleres se enseñó a los colaboradores a leer las etiquetas de los alimentos.

BCI TE ACTIVA

Orientado a la promoción de la actividad física, este programa estuvo marcado por la realización de las Olimpiadas Bci, actividad en la que participaron más de 800 colaboradores deportistas. Entre otro de sus hitos también se cuenta el proyecto de bienestar "Paso a Paso", que estimula las caminatas. Como parte de este plan, a los interesados se les entregó un contador de pasos con el objetivo de que se fijaran metas diarias de mejoramiento, teniendo como referencia los 15.000 pasos diarios que según la OMS son recomendables para mantener una vida sana. A esta iniciativa se agregaron las Pausas Saludables para disminuir las dolencias músculo-esqueléticas, programa en el que fueron capacitadas 1.800 personas.

ENTORNO

En esta dimensión destaca el trabajo iniciado con los ministerios del Trabajo y de Salud para la obtención por parte del Banco del sello como Lugar Promotor de Trabajo Saludable. En ese contexto, en 2012 se logró la firma del compromiso entre la Dirección del Trabajo y T-Banc. La meta para 2013 es poder postular también a Telecanal, donde trabajan 600 personas.

Estas actividades fueron complementadas durante el año con acciones de capacitación en prevención que involucraron también a las familias de los colaboradores, entre las cuales se cuentan dos talleres ambientales sobre huertos sustentables, conversaciones en torno a temas de salud y seguridad y una caminata saludable que se realizó al cerro San Cristóbal, en la que participaron 200 personas.

RELACIONES LABORALES

A fines de 2012 existían en la Corporación seis sindicatos. Con un total de 184 socios, estas organizaciones mantienen instrumentos colectivos vigentes hasta el 31 de diciembre de 2013 y una agenda de trabajo con el Banco que desarrollan de manera conjunta con la Gerencia de Relaciones Laborales.

ORGANIZACIONES SINDICALES EN BCI

EMPRESA	NOMBRE	Nº DE SOCIOS
Bci	Sindicato IV Región	5
	Sindicato Nacional	151
	Total	156
Análisis y Servicios S.A	Sindicato Empresas Análisis y Servicios	15
	Sindicato Iquique	1
	Sindicato Valparaíso	5
	Sindicato Viña del Mar	7
	Total	28
Total		184

Los avances que Bci logró durante 2012 en materia de seguridad bancaria lo consolidaron una vez más como el Banco más seguro en el país.

TASA DE ACCIDENTABILIDAD (%)

2010	2011	2012
1,27	1,04	1,08

TASA DE FRECUENCIA*

2010	2011	2012
4,95	4,75	4,95

*Tasa frecuencia: número de lesionados con la capacidad de cualquier tipo, por cada millón de horas-hombre trabajadas

Índice frecuencia = trabajadores siniestrados x 1.000.000 de horas trabajadas



SEGURIDAD BANCARIA

Con el objetivo de salvaguardar la integridad de sus colaboradores, los clientes y las instalaciones corporativas, Bci impulsa una política proactiva en términos de seguridad bancaria que involucra, entre otros aspectos, la incorporación permanente de herramientas innovadoras de prevención del delito y la capacitación continua del personal encargado de estas funciones en la Corporación.

Enfocada a la anticipación y la neutralización de los ilícitos, en un contexto marcado por la evolución constante de los métodos utilizados por las bandas dedicadas al robo bancario, la labor corporativa en este terreno se desarrolla en torno a tres ejes de acción primordiales: la seguridad de los cajeros automáticos, la seguridad de las sucursales y la seguridad interna.

Los avances que Bci logró durante 2012 en cada uno de estos ámbitos lo consolidaron una vez más como el Banco más seguro en el país. Algunos de estos hitos fueron:

- » A fines de 2012, el 96,2% de los 1.350 cajeros automáticos eran blindados. Este proceso involucró un inédito plan de desarrollo tecnológico y se efectuó en el marco del acuerdo firmado por la banca chilena y el Ministerio de Interior, en virtud del cual las instituciones bancarias se comprometieron a tener reforzado al 31 de octubre el 94% de sus respectivos parques. Cabe señalar que Bci fue el único banco del país en lograr esta meta antes de la fecha señalada.

» Gracias a su moderno sistema de Control de Monitoreo, considerado el más avanzado de América Latina, durante 2012 las sucursales de Bci fueron nuevamente las menos asaltadas de Chile. Basado en una extensa red de cámaras remotas, este soporte le permite a la Corporación realizar diariamente auditorías en seguridad para certificar si las oficinas cumplen los protocolos de seguridad establecidos, y elaborar a partir de estos antecedentes planes de reforzamiento o nuevos procedimientos cuando es necesario.

» En 2012, los 430 vigilantes de Bci fueron capacitados en Experiencia Clientes. El curso se extendió por una semana y vino a complementar la formación constante que estos colaboradores reciben en materias como análisis de riesgo, primeros auxilios, normativas corporativas, aspectos legales del ejercicio de su función, arma y tiro, y defensa personal.

Para 2013, entre los desafíos que Bci se ha propuesto superar en este terreno, está blindar el 100% de sus cajeros automáticos con el nuevo sistema de módulo con cierre dentado, desarrollado por el mismo Banco con la asesoría de una empresa externa, y continuar innovando en términos de prevención y neutralización para afianzarse como la institución bancaria con menos robos consumados o efectivos de Chile.



RECONVERSIÓN DE LOS COMITÉS PARITARIOS

Uno de los aspectos relevantes del trabajo realizado en 2012 con los Comités Paritarios tiene que ver con la reconversión que quiere impulsar la Corporación para estas instancias, con el fin de ampliar su papel y así convertirlas en una pieza clave de las políticas corporativas de bienestar. El propósito es dejar de hablar de Comités Paritarios para comenzar a instaurar un modelo de Comités Laborales de Higiene y Seguridad, que involucre un aumento en el número de sus integrantes, con la incorporación de delegados deportivos o del Voluntariado, y una ampliación en el espectro de sus temas de interés.

El objetivo de Bci es que los nuevos comités que se constituyan nazcan con la estructura de esta nueva figura y aporten desde sus ámbitos a fortalecer la estrategia de Experiencia Colaborador.

El 35% de representatividad de los Comités Paritarios de Bci es resultado de la aplicación de la Ley N°16.744. De acuerdo con esto, todo lugar de trabajo con más de 25 personas debe contar con una organización de Orden, Higiene y Seguridad formada por la Administración de la empresa y representantes de los trabajadores. Estos últimos deben ser elegidos por los mismos compañeros. En Bci existen muchas oficinas y sucursales que no cuentan con esta cantidad de personas y por este motivo, el nivel de representación de los trabajadores ha sido similar los últimos cuatro años.

COMITÉS PARITARIOS

Año	2010	2011	2012
NÚMERO DE COMITÉS	20	21	25
EMPLEADOS ASOCIADOS A COMITÉS (%)	36	35	35

CLIMA LABORAL

En virtud de todos los programas desarrollados con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los colaboradores y ampliar sus oportunidades de desarrollo profesional y familiar, durante 2012 las encuestas de percepción interna consolidaron la tendencia hacia el aumento sostenido de los índices de satisfacción de los colaboradores desde el año 2009.

En ese contexto se produjo un aumento desde 93,3% de 2011 a 95,1% en 2012 en la satisfacción general de los colaboradores de pertenecer a la Corporación y subió de 91,7% a 92,9%, el índice de satisfacción laboral.

Estos datos se tradujeron en un aumento del 82,2% de 2011 al 83,8% en 2012 en clima interno, el índice que resume el nivel de bienestar que perciben los colaboradores en su relación con la Corporación.

RESULTADOS ENCUESTA DE CLIMA INTERNO

2010	2011	2012
81,1	82,2	83,8





TECNOLOGICO

Richard Salas / Juan Guillermo Muñoz

Witoi es un mall on-line, es decir, una plataforma con un modelo B2B que agrupa grandes y pequeñas tiendas en una página web. La idea surgió cuando estábamos cursando la Universidad y nos dimos cuenta que no existía un solo sitio web donde todas las diversas tiendas comerciales pudieran vender.

En nuestros inicios fue fundamental el apoyo de Bci, quienes nos proporcionaron una cuenta bancaria muy conveniente para emprendedores, ya que los primeros años no tiene ningún costo asociado. También nos han facilitado líneas de financiamiento, muy útiles, como capital de trabajo cuando recién estás comenzando y necesitas hacer crecer tu negocio.

Ahora nos encontramos en una etapa de crecimiento en Chile y en unos meses más nos gustaría expandirnos al resto de Latinoamérica, partiendo con las potencias en e-commerce como Brasil y Colombia. Para nuestro futuro, el apoyo de Bci seguirá siendo vital.

05.

GOBIERNO CORPORATIVO



Durante 2012, el Directorio centró su atención en la mejora del sistema de autoevaluación, en el análisis y la gestión del riesgo y en la observancia permanente tanto de la normativa vigente que le es aplicable, como en los más altos estándares internacionales referidos a Gobierno Corporativo.

DIRECTORIO

La misión del Directorio de la Corporación es maximizar el valor de la empresa a largo plazo, velando por los intereses de los accionistas, clientes, proveedores, colaboradores y sus familias, así como los de la sociedad. Para ello debe asegurar la viabilidad futura y la competitividad de la compañía con respeto de la legalidad vigente y de los deberes éticos contenidos en su Código de Ética.

En este contexto, el Directorio estudia y determina de forma permanente las principales políticas que orientan el accionar del Banco. Éstas incluyen, entre otras, la estrategia de desarrollo comercial, de administración presupuestaria y posición patrimonial; la diversificación de la cartera; la gestión de riesgos financieros, de crédito, operacionales y de los mercados internos y externos; la rentabilidad, cobertura de provisiones, calidad de servicio y la atención a clientes; y las políticas que establecen las condiciones laborales de los colaboradores del Banco y sus filiales.

En la sesión extraordinaria del segundo semestre de 2012, celebrada el 16 de octubre de 2012 se aceptó la renuncia del director Juan Edgardo Goldenberg Peñafiel, quien no fue reemplazado. De esta forma, el Directorio que ejercerá sus funciones hasta la primera Junta de Accionistas del año 2013, quedó conformado, como sigue:



01.

.....
Lionel Olavarría Leyton
Gerente General

02.

.....
Luis Enrique Yarur Rey
Presidente

03.

.....
Andrés Bianchi Larre
Vicepresidente

04.

.....
Alberto López Hermida
Director

05.

.....
Dionisio Romero
Director

06.

.....
Mario Gómez Dubravcic
Director

07.

.....
Francisco Rosende Ramírez
Director

08.

.....
Juan Manuel Casanueva Préndez
Director

09.

.....
José Pablo Arellano Marín
Director

PERFIL DE LOS DIRECTORES

Los directores de la Corporación son elegidos en virtud de sus atributos intelectuales, profesionales y valóricos. Además, son personas que se han destacado en sus respectivos ámbitos de acción. Si bien no existen requisitos formales para integrar este órgano, más allá de lo establecido por la ley, el Directorio ha estado tradicionalmente compuesto por profesionales y empresarios no relacionados ni con el pacto controlador ni con la familia Yarur, con la sola excepción de su Presidente.

Luis Enrique Yarur Rey

Presidente

Abogado de la Universidad de Navarra, España y Máster en Economía y Dirección de Empresas del Instituto de Estudios Superiores de la Empresa (IESE), España. Actualmente es Presidente de Empresas Juan Yarur S.A.C.; Vicepresidente de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras A.G.; Miembro del Consejo Asesor Empresarial del Centro de Estudios Superiores de la Empresa de la Universidad de los Andes (ESE); Director Bci Seguros de Vida S.A. y de Bci Seguros Generales S.A.; Presidente Empresas Jordan S.A.; Presidente Salcobrand S.A.; Vicepresidente Viña Morandé S.A. y Director del Banco de Crédito del Perú. Con anterioridad se desempeñó durante 11 años como Gerente General de Bci.

Andrés Bianchi Larre

Vicepresidente

Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de Chile y Máster of Arts y Ph.D (abd) en Economía de la Universidad de Yale. Es Miembro de Número de la Academia de Ciencias Sociales, Políticas y Morales del Instituto de Chile y Director de Empresas Copec S.A. Ha sido Embajador de Chile en Estados Unidos; Presidente del Banco Central de Chile, del Dresdner Banque Nationale de Paris y del Banco Credit Lyonnais Chile; y Secretario Ejecutivo Adjunto de la Comisión Económica para América Latina. Ha sido Profesor de Economía de la Universidad de Chile y de la Pontificia Universidad Católica, Profesor Visitante de la Universidad de Boston e Investigador Visitante de la Universidad de Princeton, en Estados Unidos.

Alberto López-Hermida Hermida

Director

Contador Público Nacional de la Universidad de Buenos Aires y Contador Auditor de la Universidad de Chile. Fue socio de la firma Price Waterhouse Coopers en la que ocupó diversos cargos de dirección en Argentina, Inglaterra y Chile, llegando a ser socio principal de la firma. Desde su fundación y hasta enero del 2011 fue Director General de la Escuela de Negocios de la Universidad de los Andes (ESE).

Dionisio Romero Paoletti

Director

Presidente del Directorio de Credicorp y Banco de Crédito - BCP y Presidente Ejecutivo de Credicorp desde el 2009. Ha sido Director del BCP desde el 2003 y fue designado Vicepresidente en el 2008. Es Presidente del Directorio de Pacífico Peruano Suiza Cía. de Seguros y Reaseguros y de El Pacífico Vida Cía. de Seguros y Reaseguros. Es Presidente de las empresas del Grupo Romero, entre ellas: Alicorp S.A.A., Compañía Universal Textil S.A., Ransa Comercial S.A., Industrias del Espino S.A., Palmas del Espino S.A. y Agrícola del Chira, entre otras. Asimismo, es Vicepresidente de Inversiones Centenario S.A., Director de Banco de Crédito e Inversiones Bci, Hermes Transportes Blindados y Cementos Pacasmayo S.A. Es Bachiller en Economía de Brown University, USA, y MBA en Administración de Empresas de Stanford University, USA.

Andrés Bianchi Larre, José Pablo Arellano Marín y Francisco Rosende Ramírez, ejercen el rol de directores independientes, ya que reúnen los requisitos que se indican para dicha calidad, en el artículo 50 bis de la Ley N°18.046 sobre Sociedades Anónimas.

COMPOSICIÓN DEL DIRECTORIO (A DICIEMBRE DE 2012)

NOMBRE	CARGO	FECHA DE ELECCIÓN
Luis Enrique Yarur Rey	Presidente	21 de octubre de 1991
Andrés Bianchi Larre*	Vicepresidente	24 de abril de 2007
Alberto López-Hermida Hermida	Director	17 de abril de 2001
Dionisio Romero Paoletti	Director	3 de marzo de 2010
Francisco Rosende Ramírez**	Director	30 de marzo de 2010
José Pablo Arellano Marín**	Director	16 de marzo de 2011
Juan Manuel Casanueva Préndez	Director	24 de abril de 2007
Mario Gómez Dubravčić	Director	24 de mayo de 2011

* Elegido con los votos de las AFP

**Director independiente

Francisco Rosende Ramírez Director

Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile. Máster of Arts en Economía de la Universidad de Chicago, Estados Unidos. Fue Gerente de Estudios del Banco Central de Chile e integrante del Tribunal de la Libre Competencia. Autor de varios libros y numerosas publicaciones en revistas de la especialidad de Economía. Desde 1995 es Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Pontificia Universidad Católica de Chile y es Investigador Asociado al Centro de Estudios Públicos, además de ser columnista de los diarios El Mercurio y El País (Uruguay).

José Pablo Arellano Marín Director

Economista de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Máster y Doctor en Economía Harvard University. Director de empresas, economista senior de Cieplan, profesor titular de la Universidad de Chile. Ha sido Presidente Ejecutivo de CODELCO, Ministro de Educación, Director Nacional de Presupuestos y Presidente de Fundación Chile.

Juan Manuel Casanueva Préndez Director

Ingeniero Civil de la Universidad de Chile. Es Presidente del Grupo Gtd. Actualmente es Director de la Fundación Rodelillo y de la Corporación del Patrimonio Cultural. Asimismo, es miembro del Consejo Asesor del Centro de Estudios Superiores de la Empresa de la Universidad de los Andes (ESE) y del Consejo Empresarial del Centro de Emprendimiento de la Universidad del Desarrollo.

Mario Gómez Dubravčić Director

Ingeniero Comercial de la Universidad Católica de Chile, con estudios superiores en la Universidad de los Andes. Ingresó a Bci en 1981 como Asesor del Gerente de División Finanzas, y ese mismo año, fue designado Gerente de Finanzas. En 1983 fue nombrado Gerente de División, responsable de crear las empresas filiales y coligadas. Ha sido Presidente del Directorio de Bci FFMM, de Asesoría Financiera Bci y de Artikos; Director de Bci Corredora de Bolsa, de Servipag, del Depósito Central de Valores, de Bci Factoring, de Bci Securitizadora, de Bci Compañía de Seguros Generales y de Vida, de Bci Corredora de Seguros, de la Administradora General de Fondos; Vicepresidente del Directorio de la Administradora de Fondos Transantiago. En 1998 asume como Gerente Comercial Empresas, y en 2006 como Gerente del Banco Comercial. Posee 31 años de experiencia en la banca y de antigüedad en Bci.

Lionel Olavarria Leyton Gerente General

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile y Máster en Economía y Dirección de Empresas del Instituto de Educación Superior de Empresas (IESE), España. Actualmente es Presidente del Comité de Gerentes Generales de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile, miembro del Consejo Asesor Latinoamérica de Visa, Director de Bci Seguros Generales S.A., Bci Seguros de Vida S. A., Empresas Juan Yarur S.A.C., Tuves S.A. y Presidente de Bci Factoring. Anteriormente se desempeñó como ingeniero consultor en Chile y España, ocupando los cargos de Controller de Chemical Bank, España, y de Gerente Comercial de Banco Santiago. Fue Presidente fundador de Redbanc S.A., Presidente de Transbank S.A., Edibank S.A. y Servipag S.A., Director del Parque del Sendero S.A. y Salcobrand S.A., Presidente de Artikos Chile S.A., Banco Conosur, Bci Corredor de Bolsa S.A. y Bci Asesoría Financiera S.A. y Director de la Financiera Solución (Perú). Fue Presidente de la Red Pacto Global Chile. Posee una experiencia de 37 años en la banca y una antigüedad de 31 años en Bci, desempeñándose como Gerente General de la Corporación desde 1993.

FUNCIONAMIENTO

El Directorio se reúne mensualmente¹⁴ para revisar los informes sobre la gestión y resultados de la Corporación, así como para recibir información periódica respecto de las materias examinadas y aprobadas por los distintos Comités del Banco.

De acuerdo con lo establecido en la ley, estas reuniones se constituyen por mayoría absoluta de sus integrantes y los acuerdos se adoptan de conformidad con la participación única de los directores asistentes a la sesión, no existiendo materias sobre las cuales deba obtenerse un quórum mayor para su aprobación¹⁵. El Gerente General oficia de secretario del Directorio, tanto en las sesiones ordinarias como en las extraordinarias, asistido por el Fiscal del Banco. El detalle del funcionamiento del Directorio se encuentra en los estatutos del Banco, disponibles en la página web corporativa¹⁶.

De acuerdo con la ley N°20.382 sobre Gobiernos Corporativos y la normativa dictada hasta la fecha por los organismos reguladores competentes, Bci elaboró y difundió el **"Manual sobre manejo y divulgación de información para el mercado"**¹⁷. El objetivo es asegurar una rápida y adecuada comunicación de toda la información necesaria, que certifique la transparencia hacia el mercado y una adecuada divulgación al público, inversionistas y tenedores de valores de oferta pública de Bci. Las materias que se incorporan en este manual, así como los lineamientos del Código de Ética, permiten evitar potenciales conflictos de interés en el funcionamiento del Directorio.

En cuanto a los poderes especiales conferidos al Presidente del Directorio, no se presentaron cambios durante el presente periodo. Un detalle de ellos se puede revisar en el informe del año 2010¹⁸.

ASISTENCIA A REUNIONES DEL DIRECTORIO (A DICIEMBRE DE 2012)

DIRECTORES	2010	2011	2012
Luis Enrique Yarur Rey	12	12	12
Andrés Bianchi Larre	12	12	12
Alberto López-Hermida Hermida	12	11	8
Dionisio Romero Paoletti	9	7	8
Francisco Rosende Ramírez	7	12	12
José Pablo Arellano Marín	-	10	12
Juan Edgardo Goldenberg Peñafiel*	9	12	9
Juan Manuel Casanueva Préndes	12	8	10
Mario Gómez Drubravcic	-	7	12

* Juan Edgardo Goldenberg dejó sus funciones de Director Bci en octubre de 2012.

¹⁴ El directorio, además sesiona en forma extraordinaria si la gestión de los negocios de la sociedad lo requiere.

¹⁵ Más información sobre las funciones del Directorio se puede encontrar en el Informe de Gobierno Corporativo y RSE 2007, páginas 30 y 31. (www.Bci.cl/accionistas)

¹⁶ <http://www.Bci.cl/medios/BCI2/accionistas/pdf/Estatutos2011.pdf>

¹⁷ <http://www.Bci.cl/medios/BCI2/accionistas/pdf/informativo/ManualPolíticasAdminMarzo2010.pdf>

¹⁸ <http://www.Bci.cl/medios/BCI2/accionistas/pdf/memoria/InformeGCRSE.pdf>



COMITÉS Y SU FUNCIONAMIENTO

Los Comités del Directorio están integrados por un número variable de directores y sesionan en forma regular, con distinta frecuencia. Su naturaleza, funciones y actividades están determinadas por las necesidades del Banco y por las exigencias normativas.

Actualmente funcionan los siguientes Comités:

1. **Comité Ejecutivo del Directorio**
2. **Comité de Directores**
3. **Comité de Riesgo y Finanzas Corporativo**
4. **Comité de Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social Empresarial**
5. **Comité de Compensaciones**
6. **Comité de Ética**

Temas abordados en los Comités de Directorio

Considerando las necesidades de examinar y analizar detalladamente algunas materias, el Banco cuenta con comités especializados integrados por Directores, que permiten agilizar la toma de decisiones y hacer eficientes los procesos. Para estos efectos, el Directorio ha delegado algunas de sus funciones en estas instancias ejecutivas.

Los temas abordados por los comités integrados por Directores durante el año 2012, fueron los siguientes:

Comité Ejecutivo del Directorio

Sesiona dos veces por semana. Al 31 de diciembre de 2012 efectuó 79 reuniones en las que participaron ejecutivos del Banco, asesores y auditores externos. Se trataron las siguientes materias:

- » Examinó y aprobó operaciones financieras y de crédito relevantes y de altos montos.
- » Revisó las acciones necesarias para la implementación de cambios normativos, especialmente relacionados con la protección a los consumidores.
- » Analizó la situación de los sectores económicos del país y su evolución, y fijó los límites de exposición crediticia y financiera aplicable a cada uno de ellos.
- » Examinó en forma previa al Directorio las cartas enviadas por la Superintendencia de Bancos luego de su visita anual y las acciones para dar cumplimiento a las observaciones.
- » Aprobó el plan anual de sucursales, y la apertura, traslado y cierre de oficinas.
- » Examinó, y en forma preliminar, aprobó los resultados de balances mensuales.
- » Otorgó poderes generales y especiales.
- » Aprobó castigos de créditos y activos no bancarios y determinó los recursos que se destinarán a provisiones y castigos.
- » Revisó materias analizadas previamente por el Comité de Directores, entre ellas, aprobó operaciones con partes relacionadas.
- » Aprobó compra y ventas de inmuebles.
- » Autorizó donaciones específicas.
- » Examinó y aprobó el plan de financiamiento internacional.
- » Autorizó la emisión de bonos corrientes, subordinados, e internacionales.
- » Conoció y analizó los informes de la Gerencia de Cuentas Especiales sobre las situaciones financieras y de pago de clientes, personas naturales y jurídicas.
- » Aprobó políticas generales, sus modificaciones, especialmente relacionadas con riesgo de crédito, de mercado y riesgo operacional y fijó límites en estas materias.
- » Aprobó los programas de enajenación de los bienes recibidos o adjudicados en pago durante 2011.
- » Estableció límites de exposición riesgo país, previo análisis de la clasificación de riesgo y demás variables que influyan en el financiamiento externo.

Comité de Directores

Sesiona dos veces al mes. En 2012 realizó 19 reuniones. En sus sesiones contó con la participación regular de la Gerente de Contraloría y el Fiscal, y cuando las circunstancias lo exigieron, participaron además ejecutivos del Banco, asesores externos, las empresas de auditorías externas y clasificadoras de riesgo. Durante 2012 destacaron, entre otras, las siguientes acciones:

- » Examinó el informe anual emitido en enero de 2012 por los auditores externos, con recomendaciones destinadas a mejorar los procedimientos administrativo-contables.
- » Examinó y propuso al Directorio las empresas de auditoría externa y clasificadores de riesgo, que fueron sometidos a la consideración de la Junta Ordinaria de Accionistas.
- » Con la participación de los representantes de la empresa Deloitte, examinó en detalle el plan de auditoría 2012 para el Banco y Filiales.
- » Con la asistencia de representantes de los auditores externos, examinó los estados financieros auditados del ejercicio 2011, individuales y consolidados y estados financieros consolidados bajo IFRS (NIIF).
- » Revisó y aprobó el informe de gestión anual que se envió al Presidente del Banco, para ser presentado en la Junta Ordinaria de Accionistas.
- » Analizó y aprobó las actividades realizadas por la Gerencia de Cumplimiento en materia de prevención de lavado de activos y del riesgo penal conforme a la Ley N°20.393.
- » Conoció y aprobó las modificaciones al Manual de Auditoría.
- » Examinó y aprobó los planes anuales de funcionamiento de la Gerencia de Contraloría para 2012 y fue informado regularmente de sus avances durante el año.
- » Recibió y analizó regularmente los informes de Contraloría, especialmente los relacionados con la gestión de riesgos.
- » Analizó los avances en los planes de cumplimiento de las observaciones realizadas en sus visitas y revisiones por la SBIF, Auditores Externos y Gerencia de Contraloría.

- » Examinó operaciones con partes relacionadas que fueron sometidas a la aprobación del Directorio y/o Comité Ejecutivo, por realizarse en condiciones de mercado.
- » Con la participación de los representantes de las empresas Fitch Ratings y Feller Rate, fue informado de la forma en que practican las clasificaciones de riesgo de las empresas, según escalas de clasificación internacional y local.
- » Fue informado y aprobó los resultados del proceso de autoevaluación de gestión 2012.
- » Examinó los riesgos judiciales, de acuerdo con la información preparada por la Fiscalía del Banco.
- » Revisó las condiciones de contratación de las empresas relacionadas que son proveedores habituales de Bci.
- » Examinó e hizo seguimiento a los planes de implementación de la ley de cumplimiento fiscal de cuentas extranjeras (Foreign Account Tax Compliance Act -FATCA).
- » Examinó los resultados del proceso de licitación de los seguros asociados a créditos hipotecarios, conforme con la nueva normativa asociada.
- » Analizó una nueva metodología para la estimación del límite interno de capital.
- » Revisó la propuesta de respuesta a la carta de la Superintendencia de Bancos, que contiene las observaciones de su revisión anual.

Comité de Riesgo y Finanzas Corporativo

En 2012 celebró 12 sesiones, y conoció, entre otras, las siguientes materias:

- » Analizó regularmente el entorno macroeconómico y de mercado, proyecciones de inflación, de la Tasa de Política Monetaria, variación del tipo de cambio y sus impactos.
- » Examinó la evolución de los principales indicadores de riesgo financiero, como estrategia de balance, que incluye índices y estrategia de liquidez, fuentes de financiamiento y descarte, coberturas contables e inversiones, posiciones y estrategia de *trading*.
- » Aprobó nuevos índices de riesgo financiero, y factores de riesgo equivalente.
- » Examinó y aprobó la propuesta de modelo de *stress* de liquidez consolidado.
- » Aprobó nuevas políticas sobre inversiones financieras y sobre gestión de riesgos para utilización de modelos cuantitativos.
- » Examinó y aprobó las modificaciones a los factores de comportamiento normativos de liquidez y riesgo de mercado del libro de banca.
- » Fue informado ampliamente y aprobó las gestiones de emisión de instrumentos de inversión en Estados Unidos (Bono 144-A y Commercial Papers).
- » Examinó la situación financiera y riesgos de los grandes mercados mundiales, especialmente Europa y EE.UU., los efectos e impactos que pudieran tener estas situaciones en Chile y en el Banco, y las medidas de prevención necesarias, especialmente en resguardo de una adecuada liquidez.



- » Fue informado de la reestructuración de la Gerencia de Cuentas Especiales y sus procesos.

Comité de Gobierno Corporativo y RSE

Al 31 de diciembre de 2012, había celebrado 4 sesiones. Revisó, entre otras, las siguientes materias:

- » Analizó las actividades y planes de la Gerencia de Comunicaciones y RSE 2012.
- » Fue informado del proceso de autoevaluación de los Directorios de filiales y sus resultados.
- » Analizó la gestión de donaciones y aportes sociales.
- » Examinó el avance de los diversos programas de RSE en cada uno de los ámbitos clientes, proveedores y compromiso con la comunidad.
- » Fue informado de los contenidos del Informe de Gobierno Corporativo y RSE.
- » Revisó los resultados de las evaluaciones hechas en 2012 por el Directorio del Banco y los Directorios de Filiales, sobre distintos aspectos relacionados con sus funcionamientos.
- » Analizó los resultados de las encuestas Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco), y de la Evaluación anual Prohumana sobre el Ranking Nacional de Responsabilidad Social Empresarial.

Comité de Compensaciones

En 2012 efectuó dos sesiones, en las cuales se revisaron los siguientes temas:

- » Examinó y aprobó la estrategia de compensaciones 2012.
- » Analizó de los avances y logros de objetivos específicos 2012.
- » Realizó proyecciones de dotación de acuerdo a las necesidades del negocio.

PARTICIPACIÓN DE DIRECTORES EN ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS FILIALES DE BCI O DE EMPRESAS JUAN YARUR S.A.C.

A continuación se detallan los cargos que los miembros del Directorio o el Gerente General de Bci, ocupan en órganos de administración de la sociedad controladora del Banco o en las filiales de la misma.

DIRECTOR	CARGO	SOCIEDAD
Luis Enrique Yarur Rey	Presidente	Banco de Crédito e Inversiones S.A
	Presidente	Empresas Juan Yarur S.A.C.
	Presidente	Empresas Jordán S.A
	Presidente	Empresas Salcobrand S.A.
	Vicepresidente	Viña Morandé S.A
	Director	Bci Seguros Vida S.A.
	Director	Bci Seguros Generales S.A.
GERENTE GENERAL	CARGO	SOCIEDAD
Lionel Olavarría Leyton	Presidente	Bci Factoring
	Director	Empresas Juan Yarur S.A.C.
	Director	Bci Seguros Vida y Generales
	Director	Tuves

PROCESO DE AUTOEVALUACIÓN DEL DIRECTORIO

Para el adecuado funcionamiento del Directorio, desde hace siete años se realiza un proceso de autoevaluación, en el que se consideran aspectos como el nivel de preparación con la que los directores asisten a las sesiones, la profundidad con que están los temas tratados, la forma en que las prioridades e inquietudes del Directorio se reflejan en el accionar de la Administración y la manera en que se observa el compromiso de los directores en la gestión del Banco.

En 2012, los principales rubros consultados se refirieron, a la duración de las sesiones, tiempo destinado a examinar el balance mensual, la suficiencia y oportunidad de la información suministrada, forma y tiempo disponible para tratar los temas agendados, formalidades de las sesiones, aplicación de principios y normas de Gobierno Corporativo, materias tratadas y faltantes, seguimiento de acuerdos, relación con la administración del Banco y con sociedades filiales y participación en los comités integrados por Directores.

REMUNERACIONES DEL DIRECTORIO

La Junta de Accionistas realizada en marzo de 2012 confirmó la estructura de remuneraciones para los Directores, vigente desde 2009:

Remuneración mensual fija

150 unidades tributarias mensuales para cada uno de los integrantes del Directorio, con excepción del Presidente, a quien le corresponderá una remuneración fija de 650 unidades tributarias mensuales, conforme a las funciones que desempeña en razón de su cargo y en cumplimiento del mandato especial que le ha conferido el Directorio.

Remuneración por asistencia

Se considera una remuneración de 5 unidades tributarias mensuales por cada sesión del Directorio, Comité Ejecutivo del Directorio, Comité de Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social Empresarial, Comité de Finanzas y Riesgo Corporativo, y Comité de Compensaciones.

Remuneración variable

Equivalente al 0,4% de la utilidad líquida, considerando para estos efectos el promedio de las utilidades correspondientes a los ejercicios 2010, 2011 y 2012. La participación en las utilidades, así determinada, será dividida por 10, asignando dos décimos al Presidente del Directorio en su calidad de Presidente de la institución, en cumplimiento del mandato que le confiere el Directorio, y un décimo a los demás Directores.

Estas remuneraciones se entienden sin perjuicio de las asignaciones por servicios especiales, permanentes o transitorios, que presten los Directores.

El monto total de la remuneraciones pagadas al Directorio en 2012, considerando sumas fijas y variables, ascendió a \$ 593.989.431.

POLÍTICA DEL DIRECTORIO EN MATERIA DE OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS

El Banco cuenta con una "Política de Habitualidad"¹⁹ en la que se detalla qué operaciones se consideran como habituales entre Bci y sus directores, gerentes, ejecutivos principales, sus cónyuges, parientes hasta el segundo grado de consanguinidad, así como con toda entidad controlada directa o indirectamente por aquéllos, de acuerdo con la Ley de Gobiernos Corporativos²⁰.

Adicionalmente, y en consideración con las exigencias legales, el Directorio mantiene una nómina de proveedores habituales de bienes y servicios necesarios para el normal funcionamiento del Banco. De esta forma, deja establecido que la adquisición de insumos o uso de servicios debe efectuarse en condiciones de mercado y que cualquier operación que no sea de abastecimiento habitual y que no corresponda a operaciones bancarias o que provenga de un proveedor relacionado no incluido en la nómina autorizada, deberá ser previamente calificada y aprobada por el Directorio, luego de su examen e informe por parte del Comité de Directores.

¹⁹ <http://www.Bci.cl/medios/BCI2/accionistas/pdf/informativo/PoliticaSobreHabitualidad.pdf>

²⁰ Artículo 147 de la Ley 18.046.

NÓMINA DE EMPRESAS RELACIONADAS APROBADAS POR EL DIRECTORIO COMO PROVEEDORES HABITUALES DE BIENES Y SERVICIOS

Redbanc S.A.

Nexus S.A.

Depósito Central de Valores S.A. (DCV)

DCV Registros S.A.

Transbank S.A.

Centro Compensación Automatizado S.A. (CCA)

Combanc S.A.

Servipag

Artikos S.A.

BCI Compañía de Seguros de Vida

BCI Compañía de Seguros Generales

Empresas Jordan S.A.

Bolsa de Comercio de Santiago

Archivert S.A.

Vigamil S.A.C.I.

Viña Morandé S.A.

Salcobrand S.A.



PASIÓN



.....
Carlos Fernández / Miguel Branada
.....

Con mi socio somos amigos desde niños, cuando jugábamos Super Nintendo. Desde esa época hemos tenido ganas de montar un negocio propio que fuera entretenido y desafiante a la vez. Hoy hemos cumplido nuestro sueño, desarrollando los “advergames” un emprendimiento que consiste en juegos en plataforma digital para empresas.

Empezamos trabajando en prototipos y proyectos independientes antes de cerrar negocios con empresas. En ese minuto el desafío era que el ciclo de ventas desde el “sales pitch” hasta su concreción era bastante más largo de lo que pensábamos, por lo que nos dimos cuenta de la importancia de contar con capital de trabajo.

Es en este momento cuando aparece Bci Nace, quienes nos ayudaron en esta etapa tan difícil. No solo obtuvimos el financiamiento necesario, sino que además nos han entregado una excelente atención, han respondido a nuestras interminables preguntas sobre temas financieros y siempre han estado ahí para darnos las facilidades necesarias para nuestra operación.

Estamos muy agradecidos por el constante apoyo de Bci Nace. Esperamos seguir desarrollando grandes juegos y aplicaciones móviles que cambien la vida de las personas y entretengan a grandes y pequeños, con nuestro fiel Banco Bci al lado.



ADMINISTRACIÓN

Bci aspira a ser el mejor Banco en experiencia de clientes de América, para lo cual cuenta con un equipo de alta calidad humana, motivado y comprometido en dar respuesta a las necesidades de los clientes internos y externos. Cuenta con tecnología innovadora al servicio de colaboradores y usuarios, y además registra un sólido desempeño económico.



01.

Lionel Olavarria Leyton
Gerente General

02.

Eugenio Von Chrismar Carvajal
Gerente Corporate & Investment
Banking

03.

Ignacio Yarur Arrasate
Gerente Banco Comercial

04.

Antonio LeFeuvre Vergara
Gerente de Riesgo Corporativo

05.

Pablo Jullian Grohnert
Gerente Corporativo
Gestión de Personas

06.

Pedro Balla Friedmann
Fiscal

07.

Mario Gaete Hörmann
Gerente Corporativo
Áreas de Apoyo

08.

José Luis Ibaibarriaga Martínez
Gerente Corporativo Planificación
y Control Financiero

09.

Rodrigo Corces Barja
Gerente Experiencia
e Imagen Corporativa

10.

Ximena Kutscher Taiba
Gerente Corporativo Contraloría



06

07

08

09

10

AAA+

HOMENAJE

Colaborador ejemplar y amigo entrañable

NICOLÁS DIBÁN SOTO[†]

1955 2012





El inesperado y prematuro fallecimiento de Nicolás Dibán -quien hasta el 9 de diciembre se desempeñaba como Gerente del Banco Retail y miembro del Comité de Dirección General de Bci- conmovió profundamente a todos en nuestra Corporación.

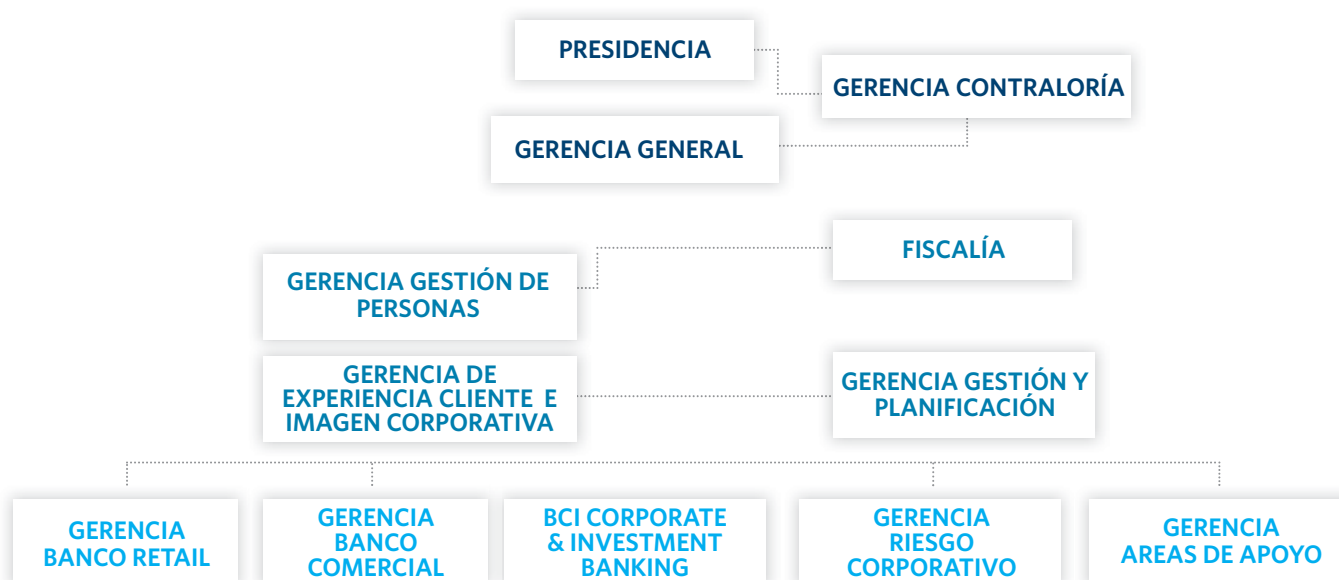
Nicolás se integró al Banco en 1979, recién egresado de la Universidad de Chile y se desempeñó inicialmente como ejecutivo de empresas. Fue ascendiendo luego en forma rápida y sostenida y a poco andar fue designado Gerente de Sucursales. Con posterioridad, ocupó las gerencias de Personas, Marketing Corporativo, y Riesgo Corporativo. Cuando en 2010 se creó el Banco Retail, asumió su gerencia. Paralelamente, Bci le confió la tarea de representarlo en sociedades filiales y en sociedades de apoyo al giro.

En los 33 años que Nicolás estuvo con nosotros, fue siempre un profesional sobresaliente, respetado y admirado por su talento, laboriosidad y dedicación excepcionales. Fue, además, un líder permanentemente preocupado por el bienestar y el progreso de sus colaboradores. Pero, antes y por sobre todo, Nicolás fue un ser de enorme calidad humana, auténtica y profundamente comprometido con los principios y valores de nuestra organización. Era también un hombre alegre, entusiasta y generoso, que asumía los desafíos de la vida con entereza y sabiduría.

Por todos estos atributos era, muy probablemente, el jefe más querido por el personal de este Banco. Amigo entrañable y compañero leal, padre y marido ejemplar, Nicolás Dibán será siempre una persona inolvidable para todos los que tuvimos la fortuna y el privilegio de conocerlo y trabajar con él.

En su memoria y homenaje, el auditorio del Banco lleva ahora su nombre.

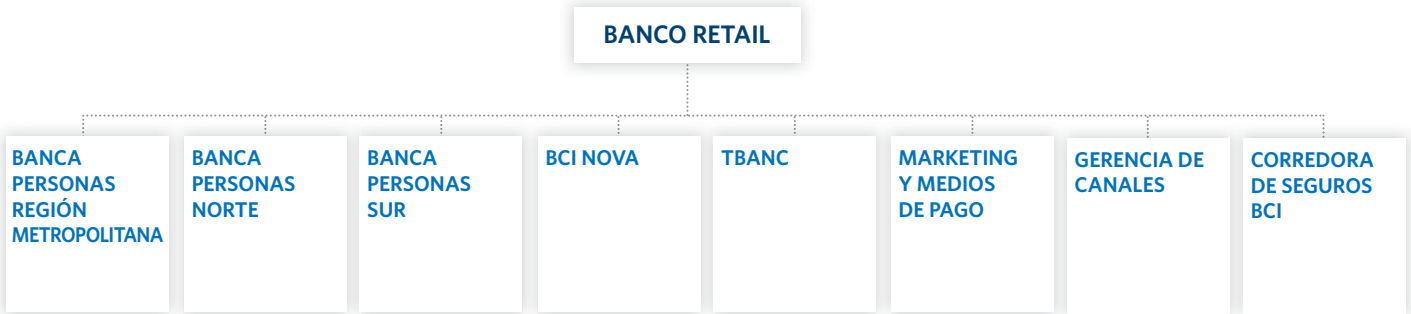
PRINCIPALES EJECUTIVOS



BANCO RETAIL

El Banco Retail atiende a personas naturales, emprendedores y microempresarios a través de una amplia oferta de productos de crédito, ahorro y protección. Sus productos y servicios están disponibles a través de 330 sucursales a lo largo de todo Chile y distintos canales de atención remota, como Internet, Telecanal, Móvil y Cajeros Automáticos.

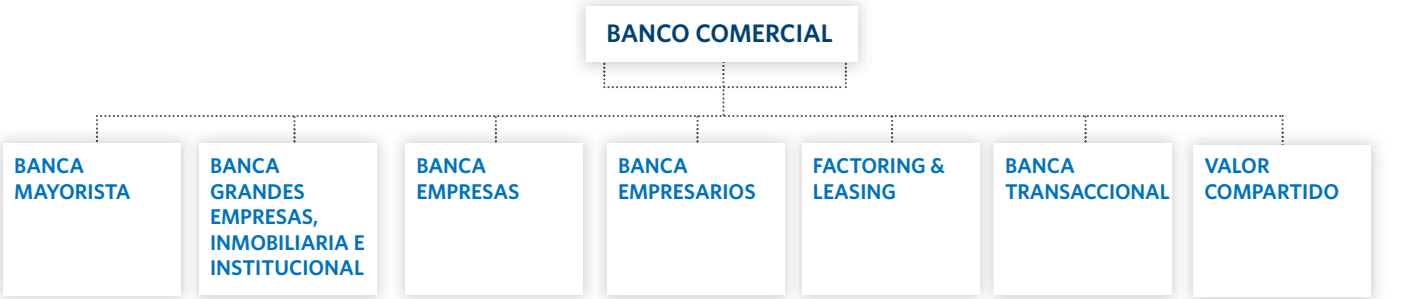
Ofrece servicios a la medida a través de sus tres unidades de negocio: Banco de Personas y Emprendedores, TBanc, y Bci Nova. Además, cuenta con las áreas de apoyo de Marketing y Medios de Pago Corporativo y Canales. Esta estructura y los más de 5.000 colaboradores le permiten potenciar la innovación, cercanía y experiencia de cliente.



BANCO COMERCIAL

El Banco Comercial atiende a un mercado objetivo compuesto principalmente por empresas con ventas superiores a UF 12.000 anuales. Sus productos y servicios están disponibles a través de las diferentes áreas y canales del Banco, incluyendo las sucursales en Chile y el extranjero, las empresas filiales y las oficinas de representación. Ofrece financiamientos en moneda nacional y extranjera, servicios transaccionales, pagos y recaudación, factoring, leasing, asesorías financieras, seguros, todo tipo de operaciones de mesa de dinero y derivados, comercio exterior e inversiones.

Esta división abarca diferentes unidades de negocio, que le reportan directamente: Mayorista, Grandes Empresas e Inmobiliaria, Institucional, Empresas y Empresarios. También incluye Factoring, Leasing y Banca Transaccional. Al finalizar 2012, el Banco Comercial contaba con 39.248 clientes con cuenta corriente.



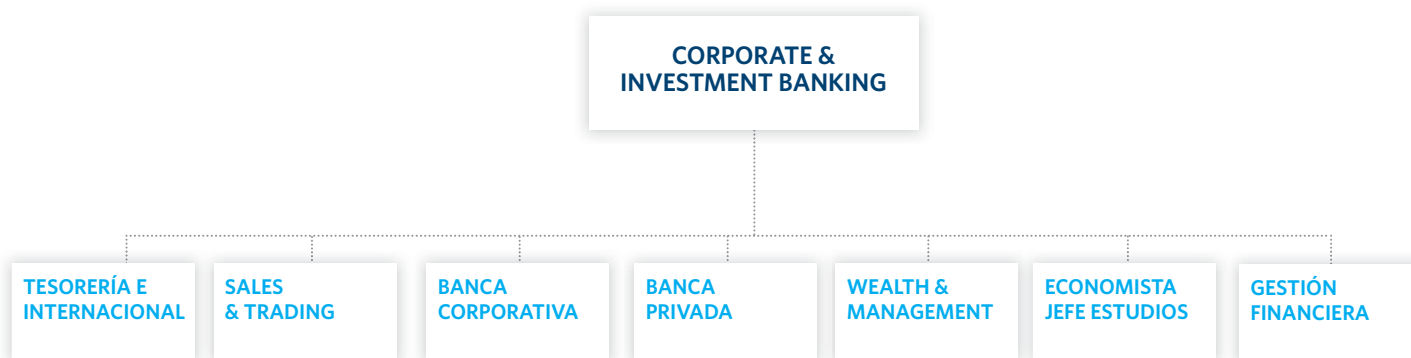
Banco comercial tiene 39.248 clientes con cuenta corriente al cierre del año 2012.



BCI CORPORATE & INVESTMENT BANKING

Bci Corporate & Investment Banking es el resultado de un nuevo modelo de negocios puesto en marcha en 2011 y que logró su consolidación en 2012. Este modelo atencional es liderado por un Gerente Banquero Corporativo apoyado por un equipo de especialistas de reconocida experiencia en el mercado. El Gerente es quien coordina la relación entre el cliente y las siguientes áreas de negocio que componen la división: Banca Corporativa, Finanzas Corporativas, Área Internacional, Sales & Trading, Banca Privada, Wealth Management y Bci Estudios.

Orientada a grandes corporaciones, instituciones financieras, inversionistas de alto patrimonio y del mercado de capitales con necesidades de servicios financieros de alto valor, Bci Corporate & Investment Banking tiene como objetivo ofrecer de manera proactiva soluciones integrales para cada cliente, a través de planificaciones estratégicas por cliente, en las que participan todas las áreas especialistas. Al finalizar 2012 contaba con 3.294 clientes.



PRINCIPALES COMITÉS DE ADMINISTRACIÓN

Los Comités Gerenciales de Administración son la instancia ejecutiva de administración más importante para discutir sobre la marcha del negocio y garantizar el logro de los objetivos corporativos. Los principales comités de administración tienen como función generar la información necesaria y resolver y entregar la información a los Comités de Directores.

Los principales Comités de Administración de Bci son los siguientes²¹:

- Comité de Riesgo Operacional
- Comité de Riesgo Operacional Bancos
- Comité de Seguridad de la Información y Riesgo Tecnológico
- Comité Crédito Regional de Riesgo
- Comité de Crédito Corporativo
- Comité de Créditos Corporate & Investment Banking
- Comité de Crédito Banco Comercial
- Comité de Dirección
- Comité de Planificación Estratégica
- Comité de Prevención de Lavado de Activos
- Comité de Ética
- Comité de Activos y Pasivos (ALCO)
- Comité de Control de Cambios
- Comité de Mora
- Comité de Transparencia
- Comité de Gestión y Solución de Problemas a Clientes

²¹ Para conocer el detalle sobre la función de cada comité ver Informe de Gobierno Corporativo y RSE Bci 2007 en www.Bci.cl/accionistas



ACCIONISTAS

La relación con los accionistas se efectúa a través del Departamento de Acciones y con los inversionistas mediante la Unidad de Desarrollo de Nuevos Negocios que entrega información diaria. Adicionalmente, existe información actualizada en el sitio web. En este sentido, el Banco fue el primero de la industria en publicar los resultados mensuales que entregaba a la Superintendencia. Es así que en el capítulo de accionistas están disponibles, dentro de los primeros días de cada mes, los resultados del Banco. También se realizan *conference calls* con inversionistas extranjeros y se mantiene una relación directa permanente con este grupo de interés.

PACTO DE ACCIONISTAS

Los accionistas vinculados a la familia Yarur -que al 31 de diciembre de 2012 poseían 63,8% de las acciones suscritas y pagadas de Bci- celebraron, con fecha 30 de diciembre de 1994, un pacto de accionistas, que fue actualizado el 23 de junio de 2008.

En dicho pacto reafirman su voluntad de mantener la tradicional unidad y control del Banco de Crédito e Inversiones (Bci). Además, reiteran su propósito de conservar los principios en los que se ha basado su administración.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 14 de la Ley de Sociedades Anónimas, el pacto se encuentra depositado en el Registro de Accionistas del Banco, a disposición de los demás accionistas y terceros interesados.

PRINCIPALES ACCIONISTAS

A continuación, se detalla el listado de los 25 principales accionistas de Bci, al 31 de diciembre de 2012, junto con la cantidad de acciones que poseen y su participación en la propiedad del Banco.

NOMBRE	ACCIONES	% DE PARTICIPACIÓN
Empresas Juan Yarur S.A.C	56.876.476	53,73%
Jorge Yarur Bascuñán	4.473.497	4,23%
Inversiones BCP S.A.	3.876.865	3,66%
Sociedad Financiera del Rimac S.A.	3.677.935	3,47%
Banco de Chile por cuenta de terceros no residentes	2.524.729	2,39%
AFP Provida S.A.	2.426.684	2,29%
Banco Itaú por cuenta de inversionistas	2.386.670	2,25%
AFP Habitat S.A.	2.195.391	2,07%
Inversiones Jordan Dos S.A.	2.114.520	2,00%
AFP Cuprum S.A.	1.747.108	1,65%
Bci Corredor de Bolsa S.A. por cuenta de terceros	1.695.636	1,60%
Inversiones Tarascona Corporation (Agencia en Chile)	1.515.618	1,43%
AFP Capital S.A.	1.386.865	1,31%
Inversiones Millaray S.A.	1.287.850	1,22%
Banco Santander por cuenta de inv. extranjeros	1.231.371	1,16%
Inmobiliaria e Inversiones Cerro Sombrero S.A.	1.161.440	1,10%
Luis Enrique Yarur Rey	1.033.979	0,98%
Banchile Corredor de Bolsa S.A.	666.581	0,63%
Celfin Capital S.A. Corredores de Bolsa	655.771	0,62%
Bolsa de Comercio de Santiago Bolsa de Valores	620.641	0,59%
Modesto Collados Nuñez	611.848	0,58%
Larraín Vial S.A. Corredores de Bolsa	590.423	0,56%
Inversiones VYR Ltda.	563.349	0,53%
Inmobiliaria e Inversiones Chosica S.A.	435.433	0,41%
Inversiones Lo Recabarren S.A.	334.405	0,32%
Otros Accionistas*	9.764.182	9,22%
Acciones suscritas y pagadas	105.855.267	100,00%

*Incluye a colaboradores de Bci que poseen en su conjunto 505.810 acciones, equivalentes a 0,48% de participación.

ÉTICA

La ética es un pilar fundamental tanto de la misión como de los valores corporativos de Bci. En este contexto, la Corporación cuenta con un Código de Ética²² y una estructura de gestión que apoya su aplicación. La gestión relacionada al código incluye capacitaciones, análisis y seguimientos respecto de las mejores prácticas al interior de la compañía y la existencia de una línea abierta dedicada a recibir las consultas y reclamos asociados a potenciales incumplimientos.

El foco de gestión del área durante el presente período se centró en el reforzamiento de la campaña ¿Qué hago?, mejoras en los cursos de inducción, realización de una evaluación general al Código de Ética por parte de un consultor externo y la revisión de los contenidos de capacitación, a fin de evaluar la necesidad de su actualización.

GESTIÓN DEL COMITÉ DE ÉTICA

La administración del Código de Ética²² es responsabilidad del Comité de Ética, que está integrado por ocho^{**} miembros. De ellos, seis son designados por el Presidente del Banco, con una duración en sus cargos de tres años. Los dos cupos restantes o miembros rotatorios corresponden a los galardonados con el Premio Jorge Yarur Banna²³ y permanecen en su cargo por dos años. El comité cuenta además con un Secretario Ejecutivo, responsable de coordinar las actividades, y de recibir y responder consultas.

INTEGRANTES COMITÉ DE ÉTICA

Luis Enrique Yarur Rey / Presidente

Lionel Olavarría Leyton / Gerente General

Ignacio Yarur Arrasate / Gerente Banco Comercial*

Eugenio Von Chrismar Carvajal / Gerente Bci Corporate & Investment Banking

Pedro Balla Friedmann / Fiscal

MIEMBROS ROTATORIOS

Patricio Mardones / Gerente Compras Corporativas y Proveedores (hasta 2014).

Jorge Obregón Kuhn / Gerente de Sucursales (hasta 2013).

SECRETARIO EJECUTIVO

Carlos Andonaegui Elton / Gerente Secretario General

(*) Mario Gómez Dubravac fue reemplazado por Ignacio Yarur, luego de su nombramiento como Director del Banco.

(**) Por el fallecimiento del señor Nicolás Dibán, existe una vacante aún no cubierta.

Durante 2012 se realizaron dos reuniones del Comité de Ética en abril y septiembre. Entre los principales temas abordados por el comité cabe destacar los siguientes:

- » Recibió consultas y solicitud de autorizaciones para desarrollar otras actividades fuera del horario laboral.
- » Resolvió consultas sobre eventuales conflictos de interés.
- » Realizó la difusión de comunicados de Comité entre colaboradores.
- » Examinó y aprobó el documento “Nuestros Aportes”, que informa sobre los criterios para la aprobación y entrega de aportes a instituciones clientes y no clientes, para financiar, entre otros, proyectos sociales, educacionales, culturales, deportivos, y de protección medioambiental.
- » Dispuso que todos los colaboradores o sus familias que actualmente o en el futuro tenga relación directa o indirecta con proveedores del Banco o de cualquiera de sus Filiales, deberán informarlo a la Gerencia de Compras Corporativas y Proveedores, la que a su vez dará cuenta, en los casos que corresponda, al Comité de Ética. Si fuere además pertinente, y conforme a la normativa sobre operaciones relacionadas, la respectiva operación podrá ser examinada por el Comité de Directores.
- » Acordó reiterar que nunca un colaborador ni un familiar directo, deben aceptar obsequios, o participar en actividades sociales, de capacitación o empresariales, que denoten la intención del oferente o del convocante de influir en el colaborador o compensarlo, por algún negocio o transacción que se realice con el Banco y/o Filial, ya sea antes o después de que esa operación se haya llevado a cabo.

NORMATIVA MÁS

En 2012, se lanzó un innovador sitio web interno llamado Normativamás. En este portal es posible encontrar en un solo lugar, de manera ágil, toda la información corporativa, desde las políticas, hasta productos, manuales, procedimientos, servicios, agendas telefónicas, ubicación de sucursales y otras informaciones de utilidad.

-  **Más Colaborativa**
-  **Más Comunicación**
-  **Más Información**
-  **Más Simple**
-  **Más y Mejor Gestión**

²² Vigente desde 1996, actualizado en 2005 y 2010.

²³ El Premio Jorge Yarur está asociado con la permanencia en el Banco, el cumplimiento y la consistencia en su actuar.

PROGRAMA ¿QUÉ HAGO?

La campaña “¿Qué hago?”, lanzada por primera vez en julio de 2007, busca acercar a los colaboradores de Bci con los contenidos éticos que rigen el actuar de la organización y, a la vez, aumentar el grado de conocimiento y número de consultas que involucren aspectos éticos.

Esta campaña ha estado enfocada en generar nuevos mecanismos de comunicación que se suman a las habituales reuniones del Comité de Ética, para que los colaboradores, además de consultar el Código, puedan preguntar, informarse y saber cuáles con los principios que se aplican frente a casos concretos.

CAPACITACIÓN EN ÉTICA

Durante 2012 se realizaron mejoras a los contenidos e impartición de los cursos de ética incorporados en el Programa de Inducción Corporativa que Bci realiza desde 2008. En el período se realizaron 45 talleres presenciales, en los que participaron 2.757 colaboradores.

	2010	2011	2012
Nº DE TALLERES	53	47	45
Nº DE PARTICIPANTES	1.230*	2.020	2.757

* La cifra de nuevos ingresos no considera los ingresos en regiones, ya que la charla de ética fue sólo presencial en Santiago

MECANISMOS DE CONSULTAS Y DENUNCIAS

Los colaboradores tienen permanentemente a su disposición tres mecanismos para entregar sus consultas, denuncias o reclamos de carácter ético:

- » La línea telefónica “Aló ¿Qué hago?”
- » El correo electrónico *Que Hago@Bci.cl*
- » Consultas directas a los miembros del Comité de Ética o a su Secretario Ejecutivo.

En 2012 se recibieron a través de estas vías 66 consultas o denuncias de carácter ético, que fueron debidamente revisadas y contestadas.

BARÓMETRO DE VALORES Y ÉTICA EMPRESARIAL

Desde hace cinco años, Bci participa en el estudio Barómetro de Valores Éticos y Ética Empresarial, realizado por Fundación Generación Empresarial²⁴. Esta encuesta de percepción aborda los valores al interior de las empresas a través de una consulta a todo su personal. En este análisis, el sector financiero mantiene la mejor evaluación de entre todas las industrias, lo que ratifica los resultados de los estudios de años anteriores. Cabe destacar, además, la participación de Bci al ser máximo muestral en la gran mayoría de las categorías evaluadas, no sólo a nivel de industria, sino también a nivel general.

En 2012 participaron 1.081 colaboradores de Bci y entre los resultados cabe destacar que los valores que se perciben como los más definidos y más vividos²⁵ son transparencia, creatividad e innovación, servicio y excelencia.

PRINCIPALES RESULTADOS DEL BARÓMETRO DE VALORES ÉTICOS Y ÉTICA EMPRESARIAL

- 98%** afirmó que los valores de la empresa están claramente definidos.
- 92%** indicó que los valores se encuentran presentes en la definición de metas y objetivos de la organización.
- 97%** consideró que la comunicación de los valores es clara y directa.
- 85%** se siente representado por los valores y el comportamiento ético de Bci.
- 88%** consideró que por medio de un adecuado comportamiento ético se fortalece y protege la marca.

²⁴ www.generacionempresarial.cl

²⁵ Considerados así por más del 90% de los encuestados.



Se realizaron 126 capacitaciones para 2.896 colaboradores sobre Prevención de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Cohecho

PREVENCIÓN Y CONTROL DE LAVADO DE DINERO, TERRORISMO, FRAUDE, CORRUPCIÓN Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Bci mantiene un compromiso continuo con la prevención y detección de posibles casos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo, y corrupción. Así lo consigna en su Código de Ética: “la Corporación no financia negocios ni pretende mantener relación comercial alguna con empresas o individuos que se aparten de las normas éticas, ni con aquellas sociedades o personas que se conozca su participación en negocios ilícitos o degradantes, o que no cumplan a cabalidad con las disposiciones legales vigentes”.

PREVENCIÓN Y CONTROL DEL RIESGO PENAL

La Gerencia de Cumplimiento Corporativo y Prevención²⁶ es la unidad encargada de detectar, monitorear y reportar operaciones inusuales o sospechosas que pudieran estar vinculadas con lavado de dinero, financiamiento del terrorismo y cohecho, a fin de cumplir con los principios y valores de la Corporación Bci, y al mismo tiempo proteger su reputación y patrimonio.

De acuerdo con la Ley N°20.393 -que establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas por delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y cohecho- Bci implementó desde 2010 un modelo de prevención y detección de estos delitos, designando a un Gerente de Cumplimiento Corporativo como encargado de estos temas.

Durante 2012, el foco de esta Gerencia fue continuar el fortaleciendo de las herramientas tecnológicas y los procedimientos de monitoreo de transacciones, productos y servicios. Además, reevaluó constantemente las zonas geográficas de alto riesgo, los clientes con actividades riesgosas, así como las nuevas bancas, segmentos y/o productos y se logró la certificación externa para el modelo de prevención del riesgo penal. Adicionalmente, trabajó en la adecuación de procedimientos y sistemas de la Corporación para dar cumplimiento a normativas internacionales tales como ley Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA)²⁷, la Ley Patriótica de EE.UU.²⁸ y la normativa de la Oficina de Control de Bienes Extranjeros del Departamento de Tesorería de los Estados Unidos - Office of Foreign Assets Control (OFAC)²⁹.

En el marco de la evaluación permanente del riesgo de clientes, productos, sucursales, colaboradores y proveedores, para determinar el grado de exposición a los riesgos de lavado de activos, financiamiento de terrorismo y cohecho, se aprobó la creación de dos nuevos cargos vinculados a la Gerencia de Cumplimiento en regiones. Se creó el cargo de Ejecutivo de Cumplimiento en Temuco y el de Oficial de Cumplimiento en Iquique, lo que ha permitido descentralizar esta función y dar un apoyo más cercano a los colaboradores del norte y sur del país.

Como una forma de hacer más eficiente la prevención y detección de estos ilícitos, Bci incorpora en estas funciones a todos los colaboradores mediante acciones permanentes de capacitación y difusión para que estén familiarizados con las políticas y procedimientos de prevención, de modo que puedan asumir un rol de apoyo activo hacia la Gerencia de Cumplimiento Corporativo. En 2012 se elaboraron boletines informativos para familiarizar a los colaboradores con los conceptos de Prevención al Riesgo Penal y los Canales de Denuncias. Además, se realizaron 126 capacitaciones presenciales y una virtual, en las cuales se abordó la prevención de lavado de activos, el financiamiento de terrorismo y cohecho. En ellas participaron 2.896 colaboradores.

A través de los diferentes canales de denuncia³⁰ establecidos por la Gerencia de Cumplimiento Corporativa y Prevención, durante 2012, se recibieron tres consultas telefónicas y 16 denuncias, las cuales fueron resueltas oportunamente.

²⁶ Esta Gerencia depende de la Gerencia de Riesgo y funcionalmente reporta al Comité de Directores.

²⁷ Ley creada en 2010 que busca prevenir en Estados Unidos la evasión de impuestos de “personas estadounidenses” mediante el uso de cuentas financieras mantenidas fuera del territorio del país. Entrará en vigencia en 2013. Para mayor información ver [www.irs.gov/Businesses/Corporations/Foreign-Account-Tax-Compliance-Act-\(FATCA\)](http://www.irs.gov/Businesses/Corporations/Foreign-Account-Tax-Compliance-Act-(FATCA)).

²⁸ Ley creada poco después del 11 de septiembre de 2001. Esta ley aumentó el poder de autoridades y tribunales de EE.UU. para investigar, procesar y prevenir actos de terrorismo.

²⁹ La Oficina de Control de Bienes en el Extranjero “administra e implementa programas de sanciones económicas principalmente contra países y grupos de individuos, como terroristas y narcotraficantes.” Para mayor detalle ver www.treasury.gov/about/organizational-structure/offices/Pages/Office-of-Foreign-Assets-Control.aspx

PREVENCIÓN DEL FRAUDE

El Departamento de Seguridad de la Información -Creado en 2008, y que le reporta a la Gerencia de Operaciones Computacionales- es una unidad que monitorea y gestiona la prevención de fraudes y que le reporta a la Gerencia de Operaciones Computacionales. Esta área monitorea las transacciones financieras realizadas a través de todos los canales de la Corporación.

En 2012 se trabajó en prevenir y mitigar el aumento a nivel nacional e internacional, de los ataques con intento de fraude a los canales remotos. En este sentido, la magnitud de los eventos negativos que afectaron al mercado nacional exigieron de todo el esfuerzo y la experiencia del departamento para implementar, en breve tiempo, patrones de riesgos, reglas de validación y restricciones consistentes con la situación y contingencias experimentadas. La efectividad de estas medidas, junto con la madurez adquirida por el Modelo de Inteligencia de Fraudes, permitió proteger adecuadamente a los clientes, minimizar los reclamos y adelantarse a las exigencias planteadas por las autoridades reguladoras y fiscalizadoras.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

El cumplimiento normativo es la función que permite a la Corporación evaluar y gestionar el riesgo de incumplimiento de las obligaciones regulatorias internas y externas, con el fin de reducir la posibilidad de pérdidas por multas, daño reputacional e impacto a los clientes y la comunidad. Esta gestión se realiza a través de políticas y procedimientos actualizados y disponibles para el cumplimiento de los colaboradores. Adicionalmente, esta función monitorea del cumplimiento de las principales obligaciones, de modo de identificar oportunidades de mejora e implementadas oportunamente.

En 2012 la actividad de la Gerencia de Cumplimiento Normativo se centró en dar cumplimiento a la Ley N°20.555 sobre Sernac Financiero³⁰, a fin de brindar a sus clientes un mejor servicio de acuerdo con las regulaciones locales.



³⁰ Correo electrónico prevenciondeldelitoBci@Bci.cl, y la línea telefónica 26929200.

³¹ Para mayor información ver www.leychile.cl.

LA MADERA DEL FUTURO

.....
Silvana Ellena
.....

Timberecco nace en 2006 como un proyecto de innovación tecnológica de Corfo que permite fabricar madera plástica a partir de residuos plásticos post industriales y domésticos.

En 2010 postulamos al crédito de emprendedores de Bci Nace, sin más respaldo que un gran proyecto, socios estables e importantes expectativas de crecimiento. En menos de 3 semanas, se nos otorgó un crédito, el cual nos permitió pagar una asesoría en tecnología, obtener la resolución sanitaria y patente comercial necesaria para funcionar en forma regular.

Timberecco, gracias al apoyo fundamental de Bci, se encuentra hoy lista para ofrecer un producto único en Chile, ecológico, sustentable, amable con el medio ambiente, de excelente calidad y que pretende reciclar al menos el 80% de los residuos plásticos, que de otra manera terminarían en los vertederos.

Nos proyectamos en un futuro no muy lejano a abrir nuevas plantas transformadoras de residuos en madera plástica, con el fin de potenciar la sustentabilidad del proyecto.





06.

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD





El objetivo de la Gerencia de Comunicaciones y RSE es aportar a la reputación corporativa de Bci, mediante el diseño de programas que estén alineados con sus objetivos estratégicos y que generen valor para los grupos de interés, para cumplir su misión y visión.

El trabajo que efectúa Bci en el ámbito comunitario tiene por finalidad contribuir de manera efectiva a fortalecer el patrimonio social, cultural y económico del país, a través de iniciativas que generen valor a la comunidad en general, con foco en los adultos mayores y los niños, y que al mismo tiempo, afiancen la reputación institucional.

EJES PRIORITARIOS DEL COMPROMISO CON LA COMUNIDAD



VOLUNTARIADO CORPORATIVO

En 2011, Bci delineó un nuevo Plan de Voluntariado Corporativo sobre la base de objetivos como mejorar el clima laboral, fortalecer el compromiso del Banco con la sociedad y potenciar las habilidades de liderazgo en los equipos de trabajo interno.

A partir de este plan, estableció una Estrategia Corporativa de Voluntariado, que contempló la elaboración de un cronograma anual de trabajo con cada una de las tres fundaciones que cuentan con apoyo de Bci: Fundación Las Rosas³², la Corporación Crédito al Menor (CCM) y Fundación Mi Parque³³.

APOYO ADULTOS MAYORES Y NIÑOS EN RIESGO SOCIAL

FUNDACIÓN LAS ROSAS

La misión de la Fundación es **"Acoger, alimentar, acompañar en la salud y en el encuentro con el Señor a personas mayores pobres y desvalidas, manteniéndolas integradas a la familia y a la sociedad de forma digna y activa"**.

VISITAS MENSUALES A HOGARES DE LA FUNDACIÓN LAS ROSAS

Estas actividades tuvieron por finalidad estrechar el vínculo entre los voluntarios del Banco y los adultos mayores de la institución. Las visitas se realizaron una vez al mes desde marzo a diciembre, e involucraron en cada ocasión a un grupo aproximado de 10 voluntarios encabezados por un líder.

CAMINATA 2K PARA EL ADULTO MAYOR

Esta actividad se realizó el 25 de noviembre con el propósito de aportar a la vida sana de los adultos mayores atendidos por esta organización. En la iniciativa participaron voluntarios del Banco y familiares, quienes acompañaron a los residentes de Fundación Las Rosas durante todo el recorrido para entregarles apoyo ante cualquier necesidad.

COLECTA FUNDACIÓN LAS ROSAS

Con el objetivo de ayudar en la realización de la colecta anual de esta institución, 11 voluntarios de Bci trabajaron como recaudadores en las calles y otros cinco se encargaron de organizar la recolección interna en el Banco.

CELEBRACIÓN DE NAVIDAD

Esta acción tuvo como propósito acompañar a los residentes de cuatro de los hogares que posee la fundación en la Región Metropolitana durante esta festividad. Las celebraciones fueron organizadas en distintas fechas e involucraron la participación de 45 voluntarios.



³² www.fundacionlasrosas.cl.

³³ www.miparque.cl



CORPORACIÓN CRÉDITO AL MENOR (CCM)

La CCM fue creada por colaboradores de Bci en 1990 y busca entregar protección a niñas de escasos recursos que han visto vulnerados sus derechos.

CONVIÉRTETE EN CONEJITO DE PASCUA

Esta actividad se organizó con el fin de entregar un momento de alegría y esparcimiento a las niñas de la CCM en el marco de la celebración de la Pascua de Resurrección. Se efectuó el 27 de abril en el centro La Pintana de la institución y convocó a 24 voluntarios del Banco.

CELEBRACIÓN DEL DÍA DEL NIÑO

En el marco de esta fecha, 54 voluntarios acompañaron a las niñas de la CCM a su tradicional paseo a Fantasilandia. La actividad se extendió por siete horas y contó con el acompañamiento en terreno de una coordinadora de la Fundación Trascender.

TALLERES DE MATEMÁTICAS

Estas clases se desarrollaron en 10 sesiones de una hora y media cada una, y se efectuaron todos los viernes entre agosto y noviembre. En estos reforzamientos participaron ocho voluntarios.

CELEBRACIÓN DE NAVIDAD

Esta actividad fue organizada para hacer entrega a las niñas de la CCM de los regalos que le solicitaron en sus cartas al Viejito Pascuero. La iniciativa convocó a 116 voluntarios, cada uno de los cuales se inscribió para recibir una carta y posteriormente cumplir con su deseo. A la fiesta celebrada el 19 de diciembre llegaron 50 de estos colaboradores.

PASEO RECREATIVO PARA DISFRUTAR DE VAREKAI, ESPECTÁCULO DEL CIRQUE DU SOLEIL

Esta iniciativa se realizó el 22 de diciembre y en ella participaron 50 voluntarios, quienes acompañaron a las niñas de CCM durante todo el show de la afamada compañía canadiense.

SEMINARIO VIVIR MÁS Y FELIZ

Bci y Fundación Las Rosas organizaron un seminario sobre envejecimiento activo y saludable con el objetivo de sensibilizar a la comunidad respecto del valor de los adultos mayores y su aporte a la sociedad.

En el seminario, al que llegaron 200 asistentes, expusieron Alexandre Kalache, ex Director de la Organización Mundial de la Salud (OMS), y Presidente del Programa de Envejecimiento activo de la OMS, y Maribel Vidal, Vicepresidente y Directora de Planificación Estratégica de McCann-Erickson.

En 2012 se realizaron 11 proyectos con la comunidad en los que participaron 408 voluntarios.



FUNDACIÓN MI PARQUE

El objetivo de Fundación Mi Parque es “crear una nueva estrategia de generación de áreas verdes en sectores vulnerables de nuestro país”. Para ello promueve alianzas público privadas, así como el empoderamiento de las mismas comunidades beneficiadas.

RECUPERACIÓN DE PLAZA EN SAN BERNARDO

Con la finalidad de ayudar a los vecinos de la Villa Los Volcanes de San Bernardo a rescatar la plaza de su barrio, el 2 de junio llegaron hasta este sector 47 colaboradores de Bci con amigos y algunos familiares. Divididos en cuadrillas, los voluntarios de Bci, en conjunto con otros de la Fundación Mi Parque, plantaron árboles, pintaron el mobiliario público y construyeron dependencias.

RESCATE DEL PARQUE ORO OLÍMPICO DE COLINA

Esta iniciativa organizada por Fundación PROhumana se llevó a cabo el 17 de noviembre y reunió a 32 voluntarios, 17 colaboradores del Banco más 15 familiares y amigos. El trabajo fue organizado en cuadrillas, cada una de las cuales estuvo encargada de una misión específica. La particularidad de esta iniciativa es que fue la primera actividad interempresas de voluntariado corporativo organizada en nuestro país.



COMPROMISO CON LA EDUCACIÓN

ALIANZA CON ENSEÑA CHILE

El programa Enseña Chile³⁴ tiene por objetivo reducir la brecha educacional incorporando en colegios vulnerables a profesionales de excelencia de distintas disciplinas para que se desempeñen como profesores durante dos años.

Este modelo está inspirado en el proyecto Teach For America³⁵, considerado uno de los mayores proveedores de docentes para los segmentos de menores recursos en Estados Unidos.

Bci apoya esta iniciativa desde su lanzamiento, en el año 2008, a través de la entrega de una donación anual. Además, forma parte de su Consejo Directivo y aporta horas de voluntarios para algunas de sus actividades. Ejecutivos de la Corporación, además, han asistido a algunos de los colegios adscritos a este programa para entregar sus testimonios de vida y de superación personal.

Como resultado de este programa, en cuatro años se registraron más de 26.000 niños impactados en 70 colegios; 3.250 postulantes y 177 profesores trabajando en colegios vulnerables. En 2012, se autorizaron 132 educadores y se calculan 18.000 estudiantes beneficiados.



³⁴ www.ensenachile.cl

³⁵ www.teachforamerica.org

³⁶ www.presconstitucion.cl

CULTURA DIFERENTE

TEATRO MUNICIPAL DE CONSTITUCIÓN

En 2011, en el marco del desarrollo del Plan Maestro de Reconstrucción de Constitución³⁶, iniciativa público-privada articulada para volver a levantar esta ciudad, seriamente afectada por el terremoto y tsunami de febrero de 2010, Bci se comprometió a apoyar financieramente la rehabilitación del Teatro Municipal de Constitución.

Durante 2012, los principales avances que se registraron en cada uno de los procesos involucrados en este proyecto fueron:

EN DISEÑO

La Municipalidad de Constitución y Bci aprobaron la propuesta presentada. La Corporación Bci, además, solicitó que la obra contara con accesibilidad para personas con discapacidad, y que cumpliera con el cuidado del medio ambiente.

EN PERMISOS Y ESTUDIOS

En noviembre fue aprobado el permiso de edificación y se contrató el estudio hidrológico para identificar napas subterráneas.

EN LICITACIÓN

En septiembre de 2013 se llamará a la licitación de las obras, previa aprobación de los recursos por parte del CORE en junio.

De acuerdo con el calendario de trabajo fijado entre las partes involucradas, el inicio de obras del nuevo Teatro Municipal de Constitución está previsto para enero de 2014 y su término, para diciembre de 2015.

CONCIERTO PARA LA COMUNIDAD

El 1 de diciembre de 2012, Bci organizó en el Parque Araucano su tradicional “Concierto Gratuito de Navidad”. La actividad, que forma parte del programa “Cultura Diferente” de la Corporación y que se realiza anualmente desde 2006, tuvo en esta ocasión una motivación especial: la celebración de los 75 años del Banco.

Para conmemorar este acontecimiento, Bci decidió presentar como principal número artístico una de las piezas más aclamadas del repertorio de la ópera mundial, “La Traviata”, del compositor italiano Giuseppe Verdi. Al espectáculo, organizado en conjunto con el Teatro Municipal asistieron 5.000 personas.

Adicionalmente, se organizaron cuatro conciertos abiertos a la comunidad en Iquique, La Serena, Talca y Valdivia. Esta actividad consistió en una presentación de la reconocida pianista pascuense Mahani Teave. En total, se recibieron 6.000 asistentes.

ORQUESTA NOCEDAL

Convencidos de su aporte social en los ámbitos de educación y cultura, desde 2002, Bci apoya las actividades de la Orquesta Infantil Nocedal, integrada por 70 estudiantes de Segundo Básico a Cuarto Medio del Colegio Nocedal de La Pintana.

El programa Orquesta Nocedal tiene como principales objetivos descubrir niños con talento musical y entregarles oportunidades para que puedan desarrollar sus capacidades y acceder a un ámbito cultural de alto nivel. Asimismo, se les entrega un medio formativo de hábitos como, orden, disciplina y perseverancia, virtudes que fomentan al aprendizaje y la práctica de un instrumento musical, lo cual -está comprobado- fortalece las conexiones neuronales, capacidad que los niños trasladan a otras áreas del conocimiento, mejorando su memoria, atención y habilidades en áreas tan diversas como lenguaje y matemáticas.





VISITAS GUIADAS DE ARTE

La Corporación cuenta en su edificio corporativo con una importante colección artística compuesta por 60 pinturas chilenas, 47 piezas de platería y 24 piedras ceremoniales de la cultura mapuche. Con el fin de dar a conocer este valioso patrimonio a la mayor cantidad de personas posible, en 2012 el Banco mantuvo sus tradicionales “Visitas Guiadas de Arte”, pero aumentó su periodicidad a una al mes, efectuando ocho durante 2012.

A estas actividades asistieron un total de 140 personas, entre clientes, colaboradores y visitantes en general, las que en una encuesta posterior calificaron la iniciativa con una satisfacción del 98%.



Infórmese sobre la garantía estatal de los depósitos en su banco o en www.bci.cl

En 2012 el aporte social se dobló en relación con 2009

APORTE SOCIAL

Establecida en julio de 2005, la Política de Donaciones de Bci determina que los recursos aportados por la Corporación con esta finalidad “deben estar destinados a financiar obras o proyectos que produzcan rentabilidad social, educacional y/o cultural para una cantidad significativa de personas, preferentemente de escasos recursos”.

Siguiendo estos lineamientos, en 2012, el aporte realizado por Bci a través de sus actividades sociales, educacionales y culturales fue de \$3.000 millones. Esta cifra representa un aumento de \$101.000 millones respecto de la registrada en 2011, derivado especialmente del incremento en el apoyo que entregó el Banco a Fundación Las Rosas, Corporación Crédito al Menor, y al programa Enseña Chile, lo que se suma al importante aporte que se entrega año a año a la Corporación del Teatro Municipal de Santiago.

APORTE SOCIAL BCI POR ÁMBITO (EN MILLONES DE PESOS)

ÁMBITO	2009	2010	2011	2012
EDUCACIÓN	183	663	892	651
CULTURA	764	1.075	1.368	1.562
SOCIAL	466	493	649	857
TOTAL	1.413	2.232	2.899	3.072

DE NUESTRAS RAÍCES...

.....
Jaime Camposano
.....

Pertenezco a una familia con tradición pisquera, que comenzó con mi tatarabuelo en 1850 y hoy ya lleva 5 generaciones. El término del contrato de arriendo que tenía la centenaria planta de producción familiar con Pisco Control, desde la década de los '80, me incentivó a crear una empresa pisquera.

Mis conocimientos de enólogo y estudios de negocios me permitieron comenzar a desarrollar mi proyecto. Logré sumar a dos grandes socios, Juan Carlos Ortúzar y Norman Dabner quienes aportarían su conocimiento en marketing y finanzas, y es así como a mediados del 2010 nació la Pisquera Tulahuén y en junio del 2011 produjimos nuestras primeras botellas de pisco premium Waqar.

Al inicio era solo un emprendimiento, teníamos las ganas y el capital inicial gracias a ahorros y créditos personales, pero fue gracias a Bci que pudimos desarrollar el proyecto. Con el apoyo de Bci Nace, hemos logrado avanzar en nuestros planes de exportación y aumentos de producción. Este apoyo ha sido fundamental y gracias a esto hemos podido lanzar nuestro producto en USA, gran parte de Europa occidental y en Chile, apoyados por Vinoteca, un gran distribuidor.

Para Pisco Waqar el futuro está en seguir aumentando nuestras ventas, consolidando nuestros mercados y abriendo nuevos. Sin duda, esto nos generará la necesidad de invertir en la promoción y el aumento de nuestra producción, para lo que por supuesto contamos con nuestro banco, Bci.



07.

DESEMPEÑO AMBIENTAL



ESTRATEGIA AMBIENTAL

Con la finalidad de integrar criterios medioambientales en su forma de otorgar y ejecutar sus productos, servicios y operaciones, siempre sobre la base de una mirada de viabilidad financiera, durante 2012, Bci revisó sus prácticas e inició la definición de una Estrategia Ambiental.

Para tal efecto, el Banco solicitó a una consultora externa el desarrollo de una propuesta que permita fijar criterios para la generación de una nueva oferta de valor sustentable que esté en sintonía con el compromiso asumido por la Corporación con el ecosistema.

Los objetivos que se fijó Bci para avanzar en este proyecto, cuyos principales lineamientos se espera que estén definidos en 2013, fueron:

- » La definición de los alcances y objetivos de una Estrategia Ambiental para Bci actualizada y en concordancia con sus principios y valores institucionales.
- » La identificación de los ámbitos de acción y las buenas prácticas en relación con la temática ambiental en Bci. En el marco de este propósito, se considera la elaboración de un benchmark sobre estrategias medioambientales en el sector bancario a nivel local e internacional y la recopilación y actualización de la información primaria y secundaria emanada de Bci y otras instituciones financieras. La idea es definir a partir de este trabajo una línea base de la cual configurar la Estrategia.

Esta Estrategia Ambiental permitiría ordenar, actualizar y replantear, las iniciativas que el Banco ha desarrollado en el ámbito del cuidado del medio ambiente desde hace nueve años. En este contexto, en 2013 se determinará si la Corporación vuelve a medir su Huella de Carbono, tal como lo hizo por última vez en el año 2010 y de qué forma intentará reducir sus emisiones y mitigar sus impactos.

Durante 2012, las iniciativas de mayor relevancia fueron la gestión de la sucursal ecológica de Vitacura durante su primer año de funcionamiento, las nuevas medidas aplicadas en el contexto del plan de eficiencia energética en el edificio corporativo, el Comité de Eficiencia Energética y los avances en el programa de compromiso interno “Despierta, el medio ambiente está en tus manos”.

³⁷ Al finalizar el periodo la responsabilidad del logro de los objetivos referidos a la gestión medioambiental, se encuentra distribuida en diversas gerencias y subgerencias.



SUCURSAL ECOLÓGICA OBTIENE CERTIFICACIÓN PASSIVHAUS

En 2011, el gran hito medioambiental de Bci fue la inauguración de su primera sucursal ecológica. Esta oficina contó desde el inicio de sus operaciones con la certificación LEED³⁶, un sello que garantiza que fue construida con criterios de sustentabilidad ambiental, como eficiencia energética, uso de energías renovables, aprovechamiento y gestión del agua, administración de materiales y recursos empleados y calidad ambiental en interiores.

Entre las características que convierten a este edificio en único en su tipo en el país, se encuentran la alta calidad de su envolvente (o membrana de protección que permite su control térmico y acústico), el uso de paneles fotovoltaicos que aportan el 20% de la energía total que requieren las instalaciones, y sus sistemas de iluminación eficiente en el interior y exterior.

En 2012, en su primer año de funcionamiento, obtuvo una nueva certificación internacional: el sello alemán de eficiencia energética Passivhaus³⁷. Este estándar garantiza que una edificación tiene una baja demanda de energía para calefacción y refrigeración, y una construcción hermética que evita fugas de energía, entre otros aspectos.

Bci recibió la confirmación de esta distinción en noviembre, convirtiéndose en el primer edificio en Chile y Sudamérica en contar con el sello Passivhaus.

La sucursal verde de Vitacura se convirtió en el primer edificio en Chile y Sudamérica en obtener la **certificación Passivhaus**, que reconoce su baja demanda energética.



³⁶ LEED: Leadership Energy & Environmental Design

³⁷ www.passiv.de



50,9%

AHORRO EN KWH AL AÑO

CONSUMOS REALES

En términos de desempeño, durante 2012, gracias a un concepto integral de gestión energética, la sucursal logró eficiencias en línea con los niveles originalmente previstos.

En comparación con el consumo de energía esperado de un caso de sucursal norteamericano calculado con el estándar ASHRAE³⁸, que se toma para estos efectos como línea de base, la oficina “verde” de Bci alcanzó un ahorro del 35% en kWh/año.

CONSUMOS	2012
Consumo línea base según caso norteamericano	34.681 kWh/año
Consumo real oficina ecológica de Bci	22.507 kWh/año
Ahorro de oficina ecológica de Bci	12.174 kWh/año
Ahorro en porcentaje	35%

En cuanto a emisiones, la sucursal registró un nivel de eficiencia del 78% respecto del desempeño de la línea de base establecida según el caso norteamericano.

EMISIONES	2012
Emisiones línea de base según caso norteamericano	11,9 Ton CO ₂ e / año
Emisiones efectivas oficina Bci	2,6 Ton CO ₂ e / año
Reducción de emisiones de oficina Bci	9,3 Ton CO ₂ e / año
Eficiencia en emisiones	78%

PERSPECTIVAS DE EFICIENCIA EN EL LARGO PLAZO

Estos niveles de desempeño y optimización de costos podrían ser aún mejores en el largo plazo si se consideran elementos como:

- » La presencia en el mercado europeo de paneles fotovoltaicos con una eficiencia del 45%, tres veces superior a la que tienen los paneles instalados en la sucursal Bci, que podrían hacer subir los 12.174 kWh/año de energía ahorrados en 2012 a 17.675 kWh/año.
- » La eventual promulgación en los próximos años de la Ley de Generación Distribuida, en trámite en el Parlamento, que permitiría al Banco vender los excedentes de la energía producida en la sucursal para inyectarlos al Sistema Interconectado Central (SIC)³⁹. Este marco normativo tendría un impacto importante en términos de beneficios para el Banco, por cuanto a los \$400.000 de ahorro actuales que supone esta instalación desde el punto de vista de ahorro energético, agregaría otros \$600.000 anuales por concepto de venta de energía.

Bci se ha propuesto que en 2013, dará los pasos necesarios para la obtención de la certificación LEED de dos edificios actualmente en construcción en las calles Alcántara y Huérfanos. El objetivo de la Corporación es recoger los aprendizajes que dejó la experiencia de la oficina de Vitacura para volcarlos en estos dos nuevos proyectos, cuya apertura se estima para los años 2013 y 2014 respectivamente.

Los sellos a los que aspira Bci en ambos casos son:

- » Edificio Alcántara: Certificación Leed Core & Shell, básica.
- » Edificio Huérfanos: Certificación Leed New Building, básica.

³⁸ The American Society of Heating, Refrigerating and Air-Conditioning Engineers

³⁹ www.cdec-sic.cl

EFICIENCIA ENERGÉTICA

En 2012, Bci comenzó a cosechar los resultados de medidas de eficiencia energética que introdujo en la gestión del Edificio Corporativo durante 2011. Entre estas iniciativas, las de mayor impacto medido fueron las que se presentan en la tabla:

EFICIENCIA EN EL EDIFICIO CORPORATIVO DESDE SU PUESTA EN MARCHA EN 2011 HASTA FINES DE 2012

INICIATIVA APLICADA	AHORRO EN CONSUMO	AHORRO EN GASTO	OTROS IMPACTOS
Reemplazo de los tubos fluorescentes comunes de los estacionamientos por unos de bajo consumo.	56.680 kw/h	\$4.800.000	Mejor iluminación y reducción de residuos.
Cambio de los dicroicos en los pisos 16, 17 y 18.	27.055 kw/h	\$3.200.00	Mejor iluminación y reducción de residuos.
Conexión de las máquinas de café y agua a un Plc para controlar sus horarios de funcionamiento.	48.906 kw/h	\$4.000.000	Ordenamiento del servicio y reducción de mantención.
Instalación de dos equipos de aire acondicionado en las salas de Teleco y UPS y de un chiller de 70 toneladas de refrigerante para climatización.	160.031 kw/h	\$13.762.666	Continuidad y mejoramiento del servicio.

Además, en 2012 se pusieron en marcha otras iniciativas:

- » En el hall principal del primer piso se reemplazaron las ampolletas de 70 watts por otras ChipLED de bajo consumo. En sus primeros cinco meses de operación, esta medida representó un ahorro de 1.827 kw/h.
- » En los pasillos de ascensores se reemplazaron las ampolletas PL con mercurio también por otras ChipLED. Esto representó un ahorro de 2.052 Kw/h en sus primeros cinco meses de aplicación.
- » Se reemplazaron las ampolletas de 70 watts del sector cafetería y las del acceso al casino por otras ChipLED de bajo consumo, con un ahorro en este último caso de 1.621 kw/h en sus primeros cinco meses de aplicación.

COMITÉ DE EFICIENCIA ENERGÉTICA CORPORATIVO

Con el fin de extender la gestión de eficiencia energética a todos los edificios de la Corporación y analizar proyectos de corto, mediano y largo plazo en esta materia, en 2012 Bci creó un Comité de Eficiencia Energética en el que participan las unidades operativas y de administración, y que le reporta a la Gerencia de Áreas de Apoyo.

Entre los desafíos que deberá analizar en 2013, está la posibilidad de poner en marcha un programa que permita controlar de manera remota los sistemas de iluminación y las instalaciones eléctricas de todas las sucursales en Santiago, con el fin de optimizar el gasto energético, uno de los ítemes de mayor impacto en el presupuesto corporativo.

Otras propuestas que podrían evaluarse en el seno de este Comité en 2013 son la incorporación en los edificios del centro de Santiago de algunas de las prácticas de eficiencia energética aplicadas en el edificio corporativo e instalación en este mismo recinto de paneles fotovoltaicos para la generación de energía propia y un punto verde en su azotea.





PROGRAMA “DESPIERTA, EL MEDIO AMBIENTE ESTÁ EN TUS MANOS”

Como una manera de crear conciencia entre los colaboradores de la necesidad de cuidar el medio ambiente y de involucrarlos en acciones concretas orientadas a esa finalidad, Bci desarrolla desde el año 2006 el programa “Despierta, el medio ambiente está en tus manos”. A través de esta iniciativa, colaboradores pueden tomar parte activa en medidas que apuntan a conseguir ahorros en el consumo de agua, energía y papel.

En 2012, los planes más relevantes desarrollados con estos propósitos fueron:

AHORRO DE ENERGÍA

La Corporación impulsó una campaña para invitar a los empleados a apagar sus computadores al terminar su jornada laboral. De acuerdo con una medición interna, la adopción de esta buena práctica por la totalidad de la dotación podría reportarle al Banco un ahorro de \$3.000.000 al año. Gracias a esta medida se logró involucrar en 2012 al 90% de los empleados. En 2012 también se hizo un llamado para apagar las lámparas de los escritorios sólo al final del día, para evitar degradar la iluminación que recibe el resto de sus compañeros.

CONSUMO DE PAPEL

Continuó el programa de recolección de papel usado, que permitió entregar a la Fundación San José, 54.219 toneladas de papel, para su posterior reciclaje en la planta de Sorepa, en Pudahuel.

USO DE AGUA

Se instaló, en el edificio corporativo, un servicio automático y regulable de riego de jardines. Además, se efectuó la reutilización del agua proveniente de las torres de enfriamiento de este mismo recinto para rellenar, en verano, el espejo de agua ubicado en su azotea y así dejar de utilizar con este fin agua potable.

CONSUMO

TIPO DE CONSUMO	2009	2010	2011	2012
 Consumo de papel en millones de hojas*	42,3	48,4	57,18	77,72
 Consumo de agua en miles de m ³	195,5	205	192,8	216,7
 Consumo de energía en Megawatts	18,6	19,9	16,4	17,5

* El aumento en el consumo de papel registrado en 2012 se debe al incremento de la dotación y a la impresión masiva del nuevo marco regulatorio con los clientes.

EVENTOS CERO EMISIÓN

Durante 2012, Bci continuó compensando la Huella de Carbono de todos sus eventos con más de 300 invitados. Consciente del impacto ambiental que pueden originar este tipo de actividades masivas, el objetivo que busca la Corporación con este programa es compensar las emisiones de CO₂ generadas por su realización con la plantación de árboles y la ejecución de iniciativas de bienestar en las comunidades aledañas a las zonas reforestadas.

En el marco de esta iniciativa, el Banco compensó las emisiones de nueve eventos masivos. Estos fueron:

1. Premiación Anual
2. Convención Bci
3. Conferencia anual de expositor internacional
4. Aniversario 75 años
5. Cena de Gerentes celebración 75 años
6. Olimpiadas Bci
7. Concierto a la Comunidad en Parque Araucano
8. Conciertos Mahani Teave en regiones (Cuatro conciertos)
9. Caminata 2K para el adulto mayor

Dichos procesos de análisis consideraron el consumo de energía demandado por la actividad, la cantidad de gases de efecto invernadero emitidos durante el traslado de los asistentes y la cantidad de residuos generados al final de la jornada. A partir de estos criterios, la medición de la Huella de Carbono realizada en 2012 fue de 111 toneladas de CO₂. Este impacto fue compensado mediante la plantación de 2.000 árboles a través de la organización Reforestemos Patagonia. En 2011 se plantaron 500 árboles bajo este mismo concepto.

Bci compensó la huella de carbono generada por sus eventos masivos, con la plantación de 2.000 árboles en la patagonia chilena.

08.

DESEMPEÑO ECONÓMICO

En Bci, El Comité de Dirección Gerencial, formado por los Gerentes que reportan al Gerente General, es la instancia responsable de entregar los lineamientos estratégicos que guían el desempeño económico de la Corporación, de coordinar y guiar su implementación. Esta materia también es informada y monitoreada por el Directorio, especialmente a través de sus Comités especializados, y por los Comités de la Administración.

En 2012, Bci realizó, una vez más, avances significativos y su desempeño global destacó dentro del conjunto de la banca. Su utilidad neta alcanzó un nuevo máximo histórico de algo más de \$271.000 millones, superando en 3,8% la cifra lograda el año anterior. Este aumento contrastó con la baja de 5,4% de la utilidad del resto del sistema bancario. Con ello, la participación del Banco en el sistema subió de 15,21% en 2011 a 16,46% en 2012, la cifra más alta registrada en su historia. La rentabilidad sobre el patrimonio (19,1%) - la segunda más alta del sistema bancario - superó también holgadamente la de 14,65% registrada por éste en 2011.

Gracias al aumento de la utilidad y la continuación de la política iniciada en 2009 de capitalizar aproximadamente el 70% de ella, el patrimonio de Bci aumentó 16,2%, alcanzando a fines del año un monto de \$1,42 billones.



EVOLUCIÓN SECTOR BANCARIO

A fines de diciembre de 2012, las colocaciones totales del sistema bancario sobrepasaron los \$101 billones (millones de millones), monto 14,3% mayor al registrado en diciembre del año anterior. Por su parte, las utilidades del sector disminuyeron 4,8%, alcanzando \$1,6 billones (millones de millones). Ello implicó que la rentabilidad sobre el capital del sistema bancario fue de 14,5%, tasa inferior a la del año anterior (17,4%).

El patrimonio efectivo del sector bancario – compuesto principalmente por el capital básico, los bonos subordinados y las provisiones adicionales– fue de \$14,6 billones (millones de millones), a noviembre de 2012, lo que equivale a un aumento de 9,2% comparado con noviembre del año anterior.

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

En este período el valor económico generado por Bci fue de MM\$1.392.496 lo que significa un aumento de 13% en relación con 2011. En términos de valor distribuido, según se puede apreciar en el siguiente gráfico, la operación de la compañía generó valor para sus proveedores de bienes y servicios, sus trabajadores, sus accionistas, sus acreedores financieros, la comunidad y el Fisco. En el caso de la comunidad, el aumento registrado fue de 30%; para los trabajadores, de 15%.

VALOR ECONÓMICO GENERADO¹		
(en millones de pesos)	2012	2011
a) Ingresos operacionales	1.392.496	1.237.287
Ingresos Operacionales	1.385.937	1.228.805
Resultados por inversiones en Sociedades	6.559	8.484
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO		
a) Gastos operacionales	(209.032)	(174.328)
Gastos de administración y otros ²	(170.182)	(136.807)
Depreciaciones y amortizaciones	(38.850)	(37.521)
c) Sueldos a trabajadores y beneficios	(234.923)	(203.418)
d) Pago a proveedores de capital	(668.180)	(557.979)
Accionistas (dividendos)	(86.073)	(72.174)
Proveedores de recursos financieros ³	(582.107)	(485.805)
e) Pagos al Estado (impuesto a la renta)⁴	(55.847)	(51.090)
f) Aporte Superintendencia de Bancos⁵	(4.444)	(3.824)
g) Aportes a la comunidad⁶	(4.163)	(3.080)
h) Valor económico retenido⁷	215.907	243.568

NOTAS:

1. Cifras expresadas en millones de pesos y redondeados para facilitar la lectura

2. Incluye IVA e impuesto territorial

3. Se refiere a los pasivos por los cuales Bci paga intereses, como depósitos a plazo y préstamos

4. Se refiere a la renta sobre la utilidad imponible

5. Corresponde a los recursos aportados por la SBIF de acuerdo con el artículo 8 de la Ley General de Bancos

6. Considera donaciones otorgadas a distintas entidades

7. Considera la utilidad líquida de cada ejercicio

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO 2011

(miles de millones de pesos)

Pago de
proveedores
de capital

45,1%

Valor económico
retenido

19,7%

Sueldos a
trabajadores y
beneficios

16,4%

Costos operativos

14,09%

Pagos al Estado

4,1%

Aporte
Superintendencia
de Bancos

0,3%

Aportes a la
comunidad

0,25%

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO 2012

(miles de millones de pesos)

Pago de
proveedores
de capital

48%

Valor económico
retenido

16,2%

Sueldos a
trabajadores y
beneficios

16,9%

Costos operativos

14,3%

Pagos al Estado

4%

Aporte
Superintendencia
de Bancos

0,3%

Aportes a la
comunidad

0,3%

AYUDA FINANCIERA RECIBIDA DEL ESTADO

Los principales aportes financieros que recibe Bci del Estado chileno son la franquicia tributaria que incentiva la capacitación y el empleo (Sence), la deducción del impuesto a la renta y el crédito fiscal por concepto de donaciones a la comunidad.

CRÉDITOS 2010-2012

(en millones de pesos)*

CONCEPTOS	2012	2011	2010
Crédito por gasto en capacitación	1.213	1.249	915
Crédito por donaciones	1.779	1.250	881
Crédito por adquisición de activos fijos	15	20	24
Total aporte Estado	3.007	2.519	1.820



RESUMEN FINANCIERO

	BAJO NUEVAS NORMAS ¹			VARIACIÓN
BALANCE CONSOLIDADO	2010	2011	2012	2011/2012
Saldos de operaciones al cierre de cada año, expresados en millones de pesos				
Colocaciones comerciales y adeudado por bancos	6.544.486	7.880.994	9.048.347	1.167.353
Colocaciones para la vivienda	1.913.547	2.168.712	2.466.999	298.287
Colocaciones de consumo	1.174.581	1.400.739	1.620.457	219.718
TOTAL COLOCACIONES	9.632.614	11.450.445	13.135.803	1.685.358
Provisiones por riesgo de crédito	(249.328)	(277.297)	(299.373)	(22.076)
TOTAL COLOCACIONES NETAS	9.383.286	11.173.148	12.836.430	1.663.282
Inversiones financieras	1.346.687	2.072.068	1.994.900	(77.168)
Otros activos	2.465.311	2.864.445	3.095.248	230.803
TOTAL ACTIVOS	13.195.284	16.109.661	17.926.578	1.816.917
Depósitos a la vista	2.844.029	3.172.480	3.618.365	445.885
Depósitos a plazo	5.467.545	6.749.054	7.222.588	473.534
Otras obligaciones	3.844.544	4.966.078	5.665.668	699.590
Capital y reservas	883.708	1.039.157	1.230.077	190.920
Provisión dividendos mínimos	(66.623)	(78.380)	(81.377)	(2.997)
Utilidad	222.075	261.268	271.256	9.988
Interés minoritario	6	4	1	(3)
TOTAL PASIVOS MÁS PATRIMONIO	13.195.284	16.109.661	17.926.578	1.816.917

¹ A partir del 1 de enero de 2009 por instrucciones de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, el Banco aplicó las nuevas normas contables, lo cual implicó efectos en su patrimonio y en los resultados del ejercicio 2009. Para información sobre los cambios en las normas contables y sus efectos contables respecto al 2008, estos se explican en notas números 1 y 2 de los Estados financieros consolidados del Banco del año anterior.

INDICADORES FINANCIEROS	2010	2011	2012	2011/2012
ACCIONES BCI				
Precio (pesos actualizados)	33.058	28.789	32.946	4.157
Utilidad por acción (pesos actualizados)	2.153,85	2.504,22	2.562,52	58
Precio bolsa / valor libros (veces)	3,86	2,57	2,42	(0,1)
Precio bolsa / utilidad por acción (veces)	15,35	12,95	12,67	(0,3)
Patrimonio bursátil (millones de pesos)	3.408.483	3.003.599	3.437.305	433.706
RENTABILIDAD Y EFICIENCIA				
Rentabilidad sobre el capital	21,37%	21,38%	19,10%	(0,023)
Utilidad capitalizada del ejercicio anterior	68,47%	67,50%	67,06%	(0,004)
Rentabilidad sobre activos	1,68%	1,61%	1,51%	(0,001)
Productividad (gastos de apoyo / ingreso operacional)	45,42%	44,93%	46,08%	0,012
Activos por empleado (millones de pesos)	1.420	1.576	1.692	116
PARTICIPACIÓN DE MERCADO				
Colocaciones	12,72%	12,94%	12,95%	0,0001
RIESGO				
Tasa de riesgo ¹ (Gasto en provisiones ² / colocaciones totales)	1,53%	1,26%	1,30%	0,0%
Índice de riesgo	2,50%	2,42%	2,28%	-0,1%
INDICADORES DE ACTIVIDAD (NÚMERO)				
Empleados (Corporación Bci)	9.346	10.220	10.595	375
Sucursales	365	378	388	10
Cuentas corrientes	425.233	449.700	489.816	40.116
Cuentas primas	1.115.633	1.215.527	1.208.989	-6.538
Cajeros automáticos	1.111	1.333	1.294	-39
Transacciones en cajeros automáticos (diciembre de cada año)	5.455.584	5.672.989	4.572.650	-1.100.339
Transacciones por Internet ³ (diciembre de cada año)	12.925.182	14.434.020	10.472.378	-3.961.642
Clientes con clave de acceso a Internet	404.956	408.987	428.310	19.323

² Gasto en provisiones definido como la suma de gasto en provisiones por riesgo de crédito de colocaciones y de créditos contingentes.

³ Hasta el año 2009 se consideran transacciones realizadas con y sin clave de autenticación, a partir del 2010 se considera únicamente transacciones realizadas con clave de autenticación.





.....
Cristian Wollerter
.....

Nuestra empresa Efizity nace como un proyecto de innovación en eficiencia energética y así poder mejorar la calidad de la información relacionada con el consumo energético.

Postulamos al programa Start-Up Chile de CORFO y resultamos seleccionados. Con los recursos del programa pudimos desarrollar la primera versión de nuestra plataforma y testear si es que había interés en lo que estábamos proponiendo. Luego, ganamos un concurso organizado por el Centro de Innovación de Un Techo Para Chile (CGE) y Socialab, y además fuimos finalistas en el concurso Green Start-Up de la Fundación Chile - UDD.

El primer acercamiento con Bci fue en el concurso Green StartUp, donde nos invitaron a presentar nuestro proyecto y ver cómo podríamos implementar nuestra herramienta en la red de sucursales del Banco. Es así como Bci nos abrió sus puertas, y hasta el día de hoy seguimos trabajando con el objetivo de que se transforme en nuestro primer cliente en el segmento comercial.

Bci Nace nos ha dado todas las facilidades para acceder a los productos bancarios tradicionales, como cuenta corriente, boletas de garantía y créditos. Agradecemos a Bci que ha entendido que somos un proyecto de emprendimiento y que en esta etapa de desarrollo necesitamos su apoyo y flexibilidad. Esperamos seguir contando con el apoyo y financiamiento del Banco en la expansión de nuestro negocio.

09.

INDICE GRI Y PACTO GLOBAL

- Totalmente reportado.
- ◐ Parcialmente reportado.
- No reportado.

ELEMENTO GRI	Nivel del Reporte	Principio del Pacto Global	Número de Página
PERFIL			
1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
1.1. Carta del CEO ó del máximo responsable de la organización	●		5 - 7
1.2. Descripción de los Principales Impactos, riesgos y oportunidades	◐		5 - 7
2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
2.1. Nombre de la Organización	●		12
2.2. Principales marcas, productos y/o servicios	●		12 - 17
2.3. Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y joint ventures	●		14 - 17
2.4. Localización de la sede principal de la organización	●		12 y 13
2.5. Número de países en los que opera la organización	●		12
2.6. Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	●		12
2.7. Mercados servidos	●		12 - 17
2.8. Dimensiones de la organización informante	●		12 y 13
2.9. Cambios significativos vividos durante el periodo cubierto por la memoria	●		En el presente periodo no se vivieron cambios significativos.
2.10. Premios y distinciones recibidos durante el periodo informado	●		20 - 23
3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA			
PERFIL DE LA MEMORIA			
3.1. Periodo cubierto por la información contenida en la memoria	●		8
3.2. Fecha de la memoria anterior más reciente	●		8
3.3. Ciclo de presentación de memorias	●		8
3.4. Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenidos	●		Solapa
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA			
3.5. Proceso de definición del contenido de la memoria	●		8
3.6. Cobertura de la memoria	●		8
3.7. Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	●		8
3.8. Base para incluir información de joint ventures, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades	●		8
3.9. Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos	●		8
3.10. Descripción del efecto que pueda tener la re expresión de información perteneciente a memorias anteriores	●		8
3.11. Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance	●		8
3.12. Tabla con índice contenidos básicos de la Memoria	●		122 - 125
3.13. Verificación	●		8
4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
4.1. Estructura del Gobierno de la organización	●		70 - 73
4.2. Función del más alto ejecutivo	●		74
4.3. Número de ejecutivos independientes	●		74
4.4. Participación de accionistas y empleados	◐		89

ELEMENTO GRI		Nivel del Reporte	Principio del Pacto Global	Número de Página
4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS				
4.5.	Vínculo entre las compensaciones y el desempeño de la organización a los miembros de más alto órgano de gobierno, directivos y ejecutivos senior.	●		78 El Directorio tiene un sueldo fijo y un variable de acuerdo con las utilidades de la compañía. Las compensaciones de la alta gerencia están relacionadas con el cumplimiento de las metas del BSC, donde se incluyen factores sociales y ambientales.
4.6.	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	●		74
4.7.	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno	●		72
4.8.	Declaración de Misión, Visión y Valores	●		Solapa
4.9.	Procedimiento del más alto órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización del desempeño económico, social y ambiental	●		El comité de Gobierno Corporativo y RSE es el responsable de identificar riesgos y oportunidades en relación al desempeño económico, social y ambiental del Banco, así como de supervisar su desempeño.
4.10.	Procedimientos para evaluar el desempeño del más alto órgano de gobierno	●		88
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS				
4.11.	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	●	P7	Bci, en relación a sus actividades comerciales y financieras, no es susceptible de generar impactos materiales directos de carácter significativo en el medio ambiente. Sin embargo, a través del financiamiento de proyectos puede incidir de manera indirecta en los ecosistemas. Por ello, la entidad solicita previo a la aprobación del financiamiento los Estudios de Impacto Ambiental (EIA) a proyectos cuya inversión sea superior a UF 300.000, condicionándolos además a la entrega de certificaciones medio ambientales de los organismos pertinentes, durante el avance del proyecto, manteniendo así un enfoque preventivo que favorece al medio ambiente.
4.12.	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente	●		A lo largo del informe
4.13.	Principales asociaciones a las que pertenece	●		18
PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS				
4.14.	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido	●		8
4.15.	Base para la identificación y selección de los grupos de interés con los que la organización se compromete	●		18 - 19
4.16.	Enfoque de la participación de los distintos grupos de interés, incluyendo la frecuencia de su participación por tipos y grupos	●		18 - 19
4.17.	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los stakeholders	●		8
DIMENSIÓN ECONÓMICA				
DMA	Enfoque de Gestión	●		114
DESEMPEÑO ECONÓMICO				
EC1	Valor económico generado y distribuido	●		115 - 116
EC2	Implicaciones financieras del cambio climático	●		No se ha considerado aún realizar estudios en esta temática pero se evaluará su realización
EC4	Ayuda financiera recibida del gobierno.	●		117
PRESENCIA EN EL MERCADO				
EC5*	Salario inicial comparado con el salario mínimo local	●	P1	61
EC6	Prácticas y proporción de gasto en proveedores locales	●		49
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de directivos senior	●	P6	El 100% de los cargos de alta gerencia son ejercidos por profesionales de origen chileno
DIMENSIÓN AMBIENTAL				
DMA	Enfoque de gestión	●	P 7, 8 y 9	107
ENERGÍA				
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes de energía primarias	●	P8	113
EN5*	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	●	P8, P9	109, 111, 113
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS				
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero	●	P8	109, 113
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	●	P8	113
EN28	Costo de las multas y número de soluciones no monetarias por incumplimiento a la normativa ambiental	●		No se registraron multas o sanciones por incumplimiento ambiental

ELEMENTO GRI		Nivel del Reporte	Principio del Pacto Global	Número de Página
DIMENSIÓN SOCIAL				
PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO				
DMA	Enfoque de Gestión	●	P 1, 3 y 6	55
EMPLEO				
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores	●		55 y 62
LA2	Número total de empleados y rotación media	○	P6	-
LA3*	Beneficios sociales para empleados con jornada completa	●		58 - 60
RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES				
LA4	Porcentaje de empleados que están representados por sindicatos	●	P1, P3	65
LA5	Periodo mínimo de preaviso relativo a cambios organizacionales	●	P3	Bci no cuenta con una política a este respecto.
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
LA6*	Porcentaje del colectivo de trabajadores representado en comités de salud y seguridad	●		67
LA7	Tasas de absentismo, accidentes y daños laborales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo	●	P1	66
LA8	Programas de educación relacionada con VIH o con otras enfermedades graves contagiosas	○		Indicador No Material
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN				
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado	●		57
LA11*	Programas de habilidades directivas y de formación continua que fomenten la contratación continua de empleados y les apoye en la gestión de los programas de jubilación	●		56 - 57
LA12*	Porcentaje de los empleados que reciben revisiones regulares de desempeño y de desarrollo profesional	●		100% de los trabajadores
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES				
LA13	Composición de los departamentos superiores de gestión y gobierno corporativo	●	P1, P6	62, 72 y 73, 82 y 83
LA14	Relación promedio de retribuciones de hombres y mujeres	●	P6	Bci no hace distinciones entre sexos, por lo tanto, publica la relación entre salario mínimo local y el de la Corporación.
DERECHOS HUMANOS				
DMA	Enfoque de gestión	●	P 1, P2, P3, P4, P5 y P6	Bci cuenta con diferentes órganos y canales que permiten resguardar el respeto de los derechos consagrados por ley y en su Código de Ética, tales como el Comité de Ética, el teléfono e e-mail ¿Qué hago?, entre otros.
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO				
HR1	Porcentaje de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos	●	P2	100% de sus proveedores, según lo indica la política de proveedores
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que pasaron por una observación de los derechos humanos	●	P2, P6	No hubo observaciones
NO DISCRIMINACIÓN				
HR4	Total de incidentes de discriminación y acciones tomadas	●	P1, P6	Al comité de ética le correspondió conocer una serie de situaciones que involucraron faltas e infracciones a las disposiciones del código de ética, adoptando en cada caso las medidas destinadas a corregir dichas situaciones y proponer medidas disciplinarias, cuando fue necesario.
LIBERTAD DE ASOCIACION Y CONVENIOS COLECTIVOS				
HR5	Incidentes de violaciones de libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos	●	P1, P3	Durante el año 2012 Bci no registró ningún incidente
EXPLOTACION INFANTIL				
HR6	Incidentes de explotación infantil y acciones adoptadas para contribuir a su eliminación	●	P1, P5	Durante 2012 Bci no registró ningún incidente. Bci no contempla en su planta de trabajadores personal que no cumpla con lo establecido en las normas laborales legales del Código del Trabajo, Capítulo II artículos 13 al 18.
TRABAJO FORZADOS				
HR7	Riesgos o incidentes de trabajo forzado y acciones adoptadas para contribuir a su eliminación	●	P1, P4	Bci cumple las leyes laborales y civiles.
SOCIEDAD				
DMA	Enfoque de gestión	●	P10	97
COMUNIDAD				
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo la entrada, la operación y la salida	●	P1	97 - 103
CORRUPCIÓN				
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción	●	P10	90 - 93
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización	●	P10	90 y 91
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	●	P10	91

ELEMENTO GRI		Nivel del Reporte	Principio del Pacto Global	Número de Página
POLÍTICA PÚBLICA				
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying"	●	P10	El Código de Ética entrega todos los lineamientos que se deben observar en la relación de Bci con el Gobierno.
SO6*	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países	●	P10	Bci se acoge a las disposiciones de la Ley que regula la materia.
COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL				
SO7*	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados	●		Hubo requerimientos de información de la Fiscalía Nacional Económica a la industria bancaria.
CUMPLIMIENTO NORMATIVO				
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones, relacionadas a relacionamiento Sociedad (Gobierno, Comunidad, Inst. Académicas, Ongs, etc)	●		No hubo sanciones o multas significativas durante 2012.
SUPLEMENTO FINANCIERO				
DESEMPEÑO FRENTE A LA SOCIEDAD				
FS13	Puntos de acceso a áreas desfavorecidas o de baja intensidad de población por tipo	●		40
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros de población desfavorecida	●		34, 40
RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO				
DMA	Enfoque de gestión	●	P1 y P8	30 - 31
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE				
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación	○	P1	Indicador no material
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS				
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	●	P8	Bci cumple con todas las regulaciones y códigos voluntarios referidos a este tema.
PR4*	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	●	P8	Durante 2012 no se registraron incumplimientos.
PR5*	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de mediciones sobre la satisfacción del cliente.	●		47
COMUNICACIONES DE MARKETING				
PR6	Programas de cumplimiento con las leyes, estándares y códigos voluntarios, relacionados con las comunicaciones de marketing, incluyendo publicidad, promoción y patrocinios.	●		Bci cumple con todas las regulaciones y códigos voluntarios referidos a este tema.
PR7*	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio.	●		No se registraron incidentes en la materia en 2012.
PRIVACIDAD DEL CLIENTE				
PR8*	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales.	●	P1	No se registraron incidentes en la materia en 2012.
CUMPLIMIENTO NORMATIVO				
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	●		No se registraron incidentes en la materia en 2012.
SUPLEMENTO FINANCIERO				
CARTERA DE PRODUCTOS				
FS1	Políticas con componentes ambientales y sociales específicos aplicados a la líneas de negocios.	●		Ver indicador 4.11
FS2	Procedimientos para fijar y proteger las líneas de negocios de los posibles riesgos ambientales y sociales	●		Ver indicador 4.11
FS3	Procesos para monitorear la implementación y consentimiento de los clientes sobre los requerimientos sociales y ambientales incluidos en los acuerdos transaccionales	●		Ver indicador 4.11
FS4	Proceso (s) para mejorar las capacidades del personal en la implementación de políticas sociales y ambientales y de los procedimientos, según aplique a las líneas de negocios.	●		No se cuentan con procesos de capacitación formales en esta política
FS5	Interacción con los clientes/inversionistas/socios de negocios en relacion a los riesgos y oportunidades sociales y ambientales	●		19





.....
Aldo Labra
.....

Nuestra idea se origina en 2009 al observar que el proceso de obtención de cobre de alta pureza no había sufrido modificaciones relevantes en los últimos 25 años, y que un porcentaje importante del cobre que se procesa para obtener el producto final requiere ser "reprocesado".

Este "gap operacional" nos hizo pensar la forma de bajar los costos y la conclusión fue que había que alcanzar la homogeneidad física y eléctrica del par ánodo-cátodo de cobre. Con este desafío nació Innovaxxion. Participamos en el II Ciclo del Programa de Proveedores de Clase Mundial, una iniciativa liderada por Codelco y BHP Billiton, y fuimos uno de los proyectos seleccionados.

Luego de ganarnos el proyecto postulamos a Innova Chile, donde obtuvimos parte del financiamiento, pero necesitábamos el respaldo de una institución financiera. Golpeando puertas, nos dimos cuenta lo difícil que era que una institución financiera apoye proyectos de innovación.

Sin embargo, Bci Nace nos recibió con los brazos abiertos, ellos creyeron en nosotros y en nuestro proyecto y nos apoyaron desde un principio.

Nuestra meta es ser referentes a nivel mundial exportando conocimiento y alta tecnología para la minería, meta que esperamos realizar siempre apoyados por el Bci.

10.

ANEXOS

ANEXO 1

PACTO GLOBAL

En 1999 el entonces secretario general de Naciones Unidas, Kofi Annan, hizo un llamado a las empresas a contribuir en la construcción del desarrollo sustentable a partir de la adopción de diez principios universales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la transparencia. En Chile, la Red del Pacto Global nació en 2004.

Al finalizar 2012, la red chilena del Pacto Global estaba integrada por 74 adherentes y 17 alianzas. Entre sus adherentes se cuentan organizaciones de distintos tamaños y de diferentes sectores de la sociedad.

La Red de Pacto Global Chile está formada por comisiones cuyo objetivo es constituir grupos de trabajo para desarrollar temas vinculados con los ejes que fundamentan los 10 Principios: Relaciones Laborales, Medio Ambiente, Educación y Transparencia. A cada mesa de trabajo asisten representantes de las organizaciones adheridas, según sus temas de interés o áreas de trabajo y en cada sesión se abordan materias que generalmente son guiadas por un expositor invitado. Asimismo, se mantiene un calendario de seminarios, talleres y charlas, con la participación de expertos, tanto de la academia como del ámbito empresarial.

Desde su adhesión a la Red chilena del Pacto Global en 2007, Bci ha tenido una activa participación, la que se tradujo en que su Gerente General, Lionel Olavarria, presidiera la red chilena en el período 2010-2011 y que actualmente ocupe un lugar en el directorio de la organización en su calidad de Past President.

PRINCIPIOS

DERECHOS HUMANOS

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.
2. Evitar verse involucrados en abusos de los derechos humanos.

NORMAS LABORALES

3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva.
4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
5. La abolición del trabajo infantil.
6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

MEDIO AMBIENTE

7. Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.
8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

ANTICORRUPCIÓN

10. Las empresas deben actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

ANEXO 2

FUENTES DE INFORMACIÓN

Para la elaboración del Informe de Sustentabilidad 2012 de Bci se revisaron 129 materiales formales de la organización y 27 personas participaron en el proceso a través de entrevistas, entrega de información y revisiones.

CALIDAD DE VIDA LABORAL

- Ejecutivo Gestión de Personas
- Jefe de Capacitación
- Ejecutiva de Apoyo Experiencia de Clientes
- Jefe de Procesos y Servicios de Personas
- Socio de Negocios
- Jefe Depto. Corporativo Salud, Seguridad y Medio Ambiente

GOBIERNO CORPORATIVO

- Gerente Secretario General de la Presidencia.
- Gerente de Cumplimiento Corporativo y Prevención
- Jefe de Cumplimiento Normativo
- Subgerente Departamento de Seguridad de la Información

EXPERIENCIA CLIENTES Y PROVEEDORES

- Gerente Departamento de Seguridad
- Subgerente de Seguridad Bci Nova
- Gerente de Compras y Proveedores
- Gerente Gestión del Cambio
- Gerente Transformación de Clientes.
- Gerente Transformación de Colaboradores
- Subgerente Valor Compartido
- Asesor Banca Empresarios
- Gerente Banca Emprendedores

MEDIO AMBIENTE

- Ejecutivo de Apoyo Unidad de Administración y Servicios
- Encargado de Operaciones Unidad de Administración y Servicios
- Subgerente Gerencia de Seguimiento y Control de Cartera
- Ejecutiva de Compras

DESEMPEÑO ECONÓMICO

- Gerente de Contabilidad

ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD Y COMUNIDAD

- Gerente de Comunicaciones y RSE
- Jefe RSE, Gerencia de Comunicaciones y RSE
- Jefe de RR.PP

FUENTES ESCRITAS CONSULTADAS

- Boletín N°5 (febrero 2012), Gerencia de cumplimiento corporativo y prevención- Gerencia riesgo operacional cumplimiento normativo
- Boletín N°6 (junio 2012), Gerencia de cumplimiento corporativo y prevención
- Boletín N°7, Personas expuestas políticamente, Gerencia cumplimiento corporativo y prevención
- Boletín N°8 Canales de Denuncia, Gerencia de cumplimiento corporativo y prevención
- Boletín N°9 Alerta Monitor Bci-PEPs, Gerencia de cumplimiento corporativo y prevención
- Borrador Memoria Bci 2012
- Diario Contacto N°69, noviembre 2012
- Diario Contacto N°77, junio 2012
- Diario Contacto N°78, octubre 2012
- Informe Resultados Bancas, V Barómetro de Valores y Ética Empresarial 2012, Generación Empresarial, noviembre 2012
- Informe de proceso de materialidad para elaboración del Reporte de Sustentabilidad 2012
- Presentación Memoria e Informe de Sustentabilidad para Directorio
- 24 Diarios murales Contacto
- 88 notas de intranet
- 7 Avisos de Educación Financiera El Mercurio
- 4 avisos de Educación Financiera Las Últimas Noticias



ENCUESTAS

AYÚDENOS A MEJORAR CON SU OPINIÓN

Con el fin de mejorar nuestro informe del próximo año nos gustaría conocer su opinión y para eso lo invitamos a completar este cuestionario:



1. ¿A qué grupo de interés pertenece Ud.?

(Marque con una X la alternativa que más se ajuste a su realidad)

- ☐ a) Accionistas
☐ b) Proveedores
☐ c) Clientes
☐ d) Colaboradores
☐ e) Comunidad en general
☐ f) Otros

2. ¿Qué le ha parecido el Informe de Sustentabilidad 2011 de Bci?

(Marque con una X la alternativa que más se ajuste a su realidad)

- ☐ a) La información se entrega en forma comprensible y con una estructura ordenada.
☐ b) La información se entrega en forma comprensible, pero desordenada.
☐ c) La información se entrega en forma poco comprensible, pero ordenada.
☐ d) La información se entrega en forma poco comprensible y desordenada.

3. Respeto del contenido

(Marque con una X la alternativa que más se ajuste a su realidad)

- ☐ a) Considero que se entrega toda la información que necesito.
☐ b) Considero que la información entregada no es la que necesito.
☐ c) Considero que se entrega información en forma imparcial.
☐ d) Considero que la información entregada es parcial.

4. En relación con el formato ¿Cómo evalúa el Informe de Sustentabilidad 2012 de Bci? (Marque solo una alternativa)

Claridad (facilidad de lectura)

- ☐ Muy bueno
☐ Bueno
☐ Regular
☐ Malo

Extensión (precisión y profundidad de los temas tratados)

- ☐ Muy bueno
☐ Bueno
☐ Regular
☐ Malo

Diseño (formato, gráfica, fotos)

- ☐ Muy bueno
☐ Bueno
☐ Regular
☐ Malo

5. Si consideró que la información entregada no es la que necesita, ayúdenos a mejorar nuestro próximo Informe diciendo qué tipo de información le gustaría leer

6. Comentarios o sugerencias

Muchas gracias por su tiempo. Por favor enviar este cuestionario a: Av. El Golf 125, Piso 7. Las Condes o al e-mail: ccorpor@bci.cl



CONTACTO

En caso de que desee mayor información, contáctenos.

GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RSE

DIRECCIÓN

Av. el Golf 125, piso 7, Las Condes, Santiago de Chile.

TELÉFONO

+562 2692 7357

E-MAIL

ccorpor@bci.cl - www.bci.cl

PRODUCCIÓN EJECUTIVA

Gerencia de Comunicaciones y RSE

REDACCIÓN, EDICIÓN Y ASESORÍA EN PAUTAS DE GRI

Yasmina Zabib

COLABORACIÓN

Beatriz Calderón

Ivo Barraza

DISEÑO

Grupo Oxígeno

FOTOGRAFÍA

Ana María López / Thomas Wedderville

ARCHIVO FOTOGRÁFICO BCI

Carlos Fernández

IMPRESIÓN

Fyrma Gráfica