



MERCADO

En una industria dinámica, el sistema Bancario en Chile ha sido motor de crecimiento de la economía, y Bci ha sido pieza fundamental de éste desde sus orígenes, impulsando el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, convencido que éstas son el principal motor de la generación de empleo y del crecimiento de un país.

Como parte de un mercado altamente competitivo, donde operan más de 20 Bancos tanto locales como extranjeros, Bci destaca con una trayectoria de excelencia e imagen de marca única. Esto lo ha llevado a convertirse en uno de los bancos más importantes del país, con casi 11.000 colaboradores que buscan entregar la mejor experiencia de Cliente en las más de 300 sucursales y puntos de contacto, no sólo a lo largo de Chile, sino también a través de sus oficinas de representación en el extranjero.

LOGROS

Si hay algo que ha caracterizado a Bci en estos 78 años de historia, es que se ha atrevido a hacer las cosas de manera diferente y con valentía, trabajando día a día para lograrlo. Desde sus inicios ha buscado siempre poner al Cliente en el centro, innovando permanentemente y apoyando de manera constante el emprendimiento.

En todos estos años, Bci ha conseguido estar cada vez más en el corazón de las familias chilenas, obteniendo una alta identificación con sus valores y personalidad. La marca ha avanzado de manera efectiva y creativa en la comunicación de sus productos y servicios, siendo día a día una de las más queridas y cercanas del mercado. Ejemplo de esto es que en los últimos 5 años se ha mantenido entre los primeros 4 lugares del Top of Mind de la banca chilena, según el estudio de bancos que realiza GFK Adimark. A esto se suman distintos reconocimientos, entre los que destacan: 1° lugar en el Ranking del Diario Financiero y PWC de las Empresas más Admiradas de Chile en 2010 y Empresa Chilena Más Responsable y con Mejor Gobierno Corporativo entregado por Merco en 2012, 2013 y 2014.

En el año 2014 alcanzó el 1° lugar en el ranking nacional de RSE que entrega

Fundación ProHumana. Ese mismo año fue reconocido como el 7° mejor lugar para trabajar en Chile, según el ranking Great Place To Work y se ubicó en el 1° lugar del Índice Nacional de Satisfacción de Clientes – Categoría Grandes Bancos, entregado por Procalidad. Esto se suma al reconocimiento entregado por Alco Consultores como el banco con los mejores niveles de lealtad de sus clientes y el 5° lugar entre todas las empresas chilenas. Finalmente en 2015, fue reconocida por la Consultora Internacional IZO como la Empresa Líder en Experiencia de Cliente de Chile.

Éxito Sostenido, demostrando la efectividad de su plataforma comunicacional.

UNA HISTORIA QUE LO HACE DIFERENTE

El 7 de mayo de 1937, mediante el Decreto Supremo de Hacienda N°1683, se acepta la creación del Banco de Crédito e Inversiones. Ocho días después se lleva a cabo la primera sesión de directorio, compuesta por un grupo de empresarios inmigrantes entre los que se encontraba Juan Yarur Lolos. Bci abrió sus puertas como una sociedad anónima de giro bancario. Desde el comienzo, su objetivo principal ha sido atender al sector productivo del país, teniendo como pilares fundamentales, la orientación a sus clientes, el apoyo al emprendimiento, el espíritu innovador y la transparencia.

Con los años, Bci ha ido consolidando su desarrollo cumpliendo objetivos ambiciosos. En 1958, logró ocupar el 5° lugar dentro del sistema bancario en materia de colocaciones. En 1964 ya era el tercero. Desde siempre ha sabido estar en constante crecimiento, de la mano de una cultura empresarial arraigada en valores y principios fundamentales, instalando a las personas en el centro de su actuar y comprometido con una innovación permanente para la búsqueda de soluciones de productos, servicios, canales y procesos. Fue la primera sociedad anónima del país en invitar a sus colaboradores a participar de su propiedad por medio de la suscripción de acciones y el primer Banco que recibió el Premio a la Mejor Empresa de Chile entregado por Icare en 2006.

El 17 de octubre de 1991 y liderado por Don Jorge Yarur Banna, Bci se convierte en el primer Banco en pagar la deuda subordinada, terminando con el compromiso adquirido con el Banco Central, producto de la crisis de principios de los 80'. En un emotivo discurso don Jorge comunica esta noticia a sus colaboradores, cerrando con estas palabras: "Era una tarea, un desafío. Esta es una oportunidad para agradecer a todos los clientes su confianza, y para agradecer a todos los colaboradores y ejecutivos por su espíritu y ánimo para lograr lo que hoy celebramos". Horas más tarde fallece, después de 37 años de sólida dirección de Bci.



Además ha recibido importantes reconocimientos asociados a la publicidad, como el Effie en 1994 por la gran campaña de cambio de imagen "Somos Diferentes", el ingreso al Marketing Hall Of Fame en 2003 y el León de Bronce en Cannes en 2010 por el comercial "Nieta" en apoyo a Fundación Las Rosas. En su aniversario número 75, fue reconocido con un Effie de Oro en la categoría



Con la llegada de Luis Enrique Yarur a la presidencia, Bci nuevamente sorprende al mercado con una innovadora imagen corporativa. El histórico logotipo basado en un reloj de arena, toma movimiento con los ya reconocidos colores, rojo, verde, amarillo y azul, proyectando alegría, modernidad y visión de futuro, pero siempre manteniendo su significado original; el valor del tiempo de los clientes.

En 1998 comenzó su expansión internacional, abriendo nuevas oficinas de representación y experimentando nuevos desafíos en Perú, México, Sao Paulo y Miami. Ese mismo año y con el fin de anticiparse a las necesidades de sus clientes, nace TBanc. El 1º Banco 100% virtual de Chile, con un servicio 24 horas al día, los siete días de la semana, donde sus clientes pueden solucionar todas las necesidades bancarias, sin tener que ir a una sucursal. Esto representó una idea absolutamente revolucionaria para la época.

A lo largo de su historia, Bci ha sido precursor en la adopción de nuevas tecnologías buscando entregar la mejor experiencia a sus clientes. Es así como se convirtió en el primer Banco en línea en todo el país; el proyecto computacional más avanzado en la banca chilena de ese entonces. Fue pionero en el desarrollo de los primeros cajeros automáticos y la primera Cuenta Vista (que luego fue adoptada por toda la banca). Impulsó el pago automático de cuentas, el autoservicio, la banca telefónica y fue el primero en implementar la banca móvil a través del celular.

Pensando siempre en la cercanía con los clientes, en el año 2004 nacieron los reconocidos "Monitos Bci"; 4 coloridos y simpáticos personajes que son ícono publicitario del Banco hasta la actualidad. Tomando como base los trazos que conforman el Isotipo, se dio vida a este equipo inseparable, con roles, personalidades y valores bien definidos.

Con el objetivo de consolidar un estilo de liderazgo indiscutido, en el año 2008 se formó la Academia Líder Bci, principal promotor de la cultura organizacional y estrategia de experiencia de clientes y colaboradores del Banco. En esta instancia son los mismos líderes del Banco quienes adquieren un rol de facilitadores y traspasan todo su conocimiento y experiencia, desarrollando un estilo de liderazgo distintivo y único, siendo ésta la principal ventaja competitiva y motor del crecimiento del negocio. Integridad, respeto y excelencia, valores históricos de la corporación, son los pilares fundamentales de la cultura del banco que dan vida a la Academia.

DESARROLLOS RECIENTES

Apoyo al emprendimiento / Valor Compartido
Trascendiendo la visión que emana desde sus orígenes y teniendo la convicción que el emprendimiento es una pieza clave en el desarrollo económico del país, por su gran

capacidad para generar empleos, en el año 2012 es lanzada esta iniciativa con la misión de asociarse con la comunidad, apoyando a las personas en la concreción de sueños, generando con ello mutua riqueza, desarrollo social y económico, para lograr un Chile desarrollado.

A diciembre de 2014 ya se han apoyado a más de 10.000 empresas nacientes.

Experiencia y Transparencia Bci

En el año 2012, Bci se planteó como desafío, ser el mejor Banco en Experiencia de Cliente de la región. Esto como un pilar estratégico que le permitiría diferenciarse

de la competencia, generando cercanía con los clientes a través de la conexión emocional, construyendo relaciones de confianza a largo plazo.

Bci ha hecho un compromiso con la Transparencia, dando sustento a la frase "Lo que no es bueno para el cliente no es bueno para Bci". Siendo pionero en la implementación de una serie de medidas que amplían y fortalecen la información, a través de la cual se relaciona con los grupos de interés, en el 2011 declara formalmente su Compromiso con la Transparencia, donde destacan tres puntos esenciales: Informar, Educar y Asesorar. La creación del canal web de educación financiera "Con Letra Grande" en 2013, vino a reforzar lo anterior, alcanzando a fines de 2014 más de 1.500.000 de visualizaciones. Además como gran reconocimiento, en el 2013 fue distinguida como la Empresa más Transparente de Chile, según el Ranking de Transparencia Empresarial, elaborado por la Universidad del Desarrollo, KPMG, y Chile Transparente.

Innovar está en el ADN Bci

Bci busca extender la cultura de la innovación a toda la organización y fortalecer así un aspecto básico de la estrategia del Banco.

Demostrando que su compromiso con la innovación es una realidad, en 2013 invitó a la comunidad a participar del primer concurso de innovación abierta. Con la frase "Tus ideas ahora tienen un lugar", se generó esta iniciativa que permitió aportar ideas innovadoras para solucionar 4 desafíos relacionados al rubro bancario y que pretende continuar realizándose en los años venideros. Al 2014 ya han participado más de 4.000

personas aportando más de 700 ideas diferentes.

Esta mirada en su gestión, ha hecho al Banco merecedor de numerosas distinciones entre las que destacan: "Banco Más Innovador de Chile" y "Empresa con Mejor Cultura de Innovación" de acuerdo al ranking Most Innovative Companies Chile 2014. Bci obtuvo también en 2013 y 2014 el 1º lugar en la categoría "Innovación en el sector financiero", según el informe realizado por la organización Best Place to Innovate.



VALORES DE MARCA

Ser diferentes implica que la marca Bci esté constantemente desafiando convenciones a través de la innovación, buscando que se generen cambios positivos en la banca y la sociedad. Es un socio confiable en todas las etapas de la vida, poniendo lo mejor de sí para ayudar a que las personas puedan cumplir sus sueños. Los busca sorprender constantemente, combinando un trato de excelencia con la anticipación a sus necesidades, siempre con optimismo, respeto y alegría.

LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE BCI

- En 1978 se inicia el proyecto computacional más avanzado de la banca chilena. Bci procesa las operaciones entre sucursales a velocidad electrónica, incluyendo el pago de sus cheques en cualquier sucursal. Se transforma en el denominado "Banco en línea", primero en adoptar esta modalidad de operación.
- En 1985 inauguro la primera y hasta el día de hoy única sucursal en el territorio antártico.
- En 2015 Google reconoció a Bci como un caso de "Éxito" por su estrategia de Marketing Digital.
- En 2011 fue el primer Banco en lanzar un comercial 3D en la TV abierta chilena.
- En 2014 la prestigiosa revista británica World Finance reconoció a Bci, dentro de las categorías:
 - Mejor Banca privada del país (por tercer año consecutivo).
 - Mejor Grupo Bancario del país (por tercer año consecutivo).
 - Mejor Banco Sustentable del país.

