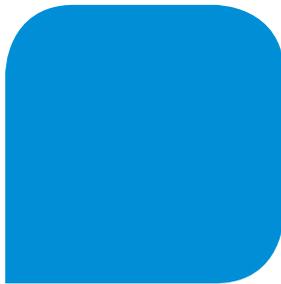


Reporte de Sustentabilidad



2015

Solidaridad
Excelencia

Solidez

PROGRESO

Sueños

Seguridad

Liderazgo

Cercanía

Crecimiento

Vanguardia

APOYO

Confianza

Desarrollo

Creatividad

Emprendimiento

Banco de Chile



Banco de Chile

Banco de Chile
Reporte de Sustentabilidad 2015

Edición General:
Área de Responsabilidad Social Corporativa

Asesoría en estándar GRI:
GovernArt

Diseño:
libredeideas.cl

Fotografías:
Archivo Banco de Chile

Índice de contenidos

06

Mensaje del Gerente General

10

Acerca del Reporte

18

Perfil Banco de Chile

Banco de Chile
Gestión 2015 en una Mirada
Enfoque de Sustentabilidad
Gestión Sustentable de los Impactos
Reconocimientos
Alianzas y Membresías
Gobierno Corporativo
Cumplimiento y Ética

52

Desempeño Económico

58

Clientes

Productos y Servicios
Calidad y Seguridad del Servicio
Transparencia y Diálogo

74

Trabajadores

Relaciones Laborales
Estrategia de Gestión de Personas
Trabajadores Sanos y Seguros

94

Comunidad

Contribución a la Comunidad
Superación de la Adversidad
Educación de Calidad
Emprendimiento
Voluntariado Corporativo

112

Medioambiente

Impactos 2015
Acciones

119

Índice GRI

Mensaje del Gerente General



En Banco de Chile somos conscientes de los desafíos de sustentabilidad que impone el entorno, como las mayores exigencias en relación a la calidad, a la transparencia y a la legitimidad de productos y servicios. Esto es parte esencial de lo que esperan y valoran nuestros clientes.

Banco de Chile ha jugado un rol fundamental en el desarrollo de nuestro país y de todos los chilenos por más de un siglo, entregando soluciones financieras orientadas al ahorro, la inversión y al financiamiento de personas y empresas de todos los tamaños.

Esta larga historia nos compromete con toda la sociedad, ya que entendemos que nuestras actuaciones influyen en nuestros clientes, empleados, accionistas, proveedores y la comunidad en general. Es por ello que para nosotros es muy importante generar acciones en ámbitos no sólo financieros, sino también en lo relacionado con innovación, emprendimiento, educación, inclusión y superación de la adversidad.

Por ello, a continuación presentamos nuestro Reporte de Sustentabilidad 2015, en el que damos a conocer en detalle en qué ha emprendido Banco de Chile y cómo se sustenta nuestra gestión en los ámbitos ambiental, social y económico.

El Reporte de Sustentabilidad de Banco de Chile ha sido elaborado de acuerdo a los estándares internacionales de la “Global Reporting Initiative” en su versión G4, opción esencial, además del Suplemento Financiero, metodología que permite compartir no sólo nuestros avances, sino también los desafíos futuros que tendremos y que nos permitan mantener un desarrollo sostenible, equilibrado y de largo plazo.

En el Banco de Chile somos conscientes de los desafíos de sustentabilidad que impone el entorno, como las mayores exigencias en relación a la calidad, a la transparencia y a la legitimidad de productos y servicios. Esto es parte esencial de lo que esperan y valoran nuestros clientes y la sociedad.

Con esta ruta trazada, durante el año 2015 focalizamos nuestros esfuerzos en generar relaciones de confianza y de largo plazo con clientes, anticipándonos a sus necesidades y entregándoles soluciones diferenciadas a través de un servicio de calidad, ágil e íntegro. Para lograrlo, realizamos cambios organizacionales en el área de marketing, creándose la gerencia de fidelización, la gerencia responsable de medios de pagos y la gerencia responsable de productos tradicionales, como ahorro, crédito e inversión.

Estos cambios organizacionales fueron apoyados por avances en el ámbito del desarrollo tecnológico, con impacto en una mayor eficiencia y en menores tiempos de respuesta, lo que le permitió al Banco de Chile ser reconocido internacionalmente por la Federación Latinoamericana de Bancos, por Global Banking & Finance Review y por Global Finance, destacándolo como la mejor banca digital del país.

También propiciamos la multicanalidad y reforzamos la calidad del servicio desde la perspectiva de una experiencia multidimensional en la relación cliente - banco, potenciando la Banca Móvil con las aplicaciones Mi Banco, Mi Pago y Mi Beneficio, y con las nuevas funcionalidades Mi Cuenta, Mi Pass y Mi Seguro, las que en 2015 contabilizaron en conjunto 910 mil descargas. Como un avance

significativo en esta línea, lanzamos la Nueva Banca Digital, plataforma web del Banco de Chile, lo que ha permitido generar un producto adaptado a las necesidades y experiencias de los clientes. Además, concretamos alianzas estratégicas con Delta y Sky Airline, a través de las cuales más de un millón de clientes de tarjeta de crédito pueden canjear sus puntos TravelClub por kilómetros o pasajes para vuelos locales e internacionales.

Asimismo, trabajamos con nuestros clientes Pymes en la asesoría que complementa la oferta tradicional de crédito, realizándose 75 encuentros de pequeños y medianos empresarios en 43 ciudades del país, los que contaron con la participación de 7.255 personas, y concretamos alianzas estratégicas con universidades, con el objetivo de entregarles apoyo experto en materia de gestión empresarial. A través del Programa Compite +1000 de la Universidad Adolfo Ibáñez, Endeavor eClass y del Programa de Desarrollo de Empresarios de la Universidad de los Andes, accedieron a formación empresarial un total de 3.241 personas, iniciativa que esperamos nos permita llegar al 20% de nuestros clientes Pymes en 2016. Adicionalmente, en 2015 facilitamos el acceso a condiciones de financiamiento con las Garantías Estatales orientadas a fomentar el desarrollo de las Pymes, aumentándose en un 50% el total de créditos comerciales con garantía estatal CORFO FOGAIN y FOGAPE.

Desde Banco CrediChile, también asumimos el compromiso de ampliar el acceso de las personas a los servicios financieros, para lo cual impulsamos "CuentaChile", una cuenta a la vista que potencia la bancarización y permite a sus usuarios utilizar diferentes productos y beneficios, como giros, ahorro y descuentos, así como hacer uso de la amplia red de 2.138 Cajas Chile a lo largo del país. Además, ampliamos a 264 comunas la red Caja Chile, el sistema de corresponsalías del Banco

CrediChile, permitiéndonos contar con una cobertura del 76% de los municipios de Chile, muchos de ellos ubicados en sectores remotos del país.

En el caso del segmento de Banca Mayorista, Grandes Empresas e Inmobiliarias, en 2015 consolidamos un modelo comercial de cercanía, lo que se reflejó en 19.900 visitas a clientes realizadas -100% de la cartera- y en una tasa de recomendación por sobre el 80%. De forma similar, en el segmento de Banca Corporativa e Inversiones, en 2015 se incorporaron nuevos procesos y procedimientos orientados a mejorar la calidad de servicio, lográndose un índice de recomendación por sobre 80% para la Banca Corporativa, lo que ubica a Banco de Chile como el principal proveedor de servicios financieros de las empresas más importantes del país.

Estas acciones llevaron a que durante el año 2015, el Banco de Chile fuera reconocido por ser el banco N° 1 en recordación de marca. Además, redujimos en 1,2 puntos porcentuales la tasa de fuga, redujimos en 0,7 puntos el índice de reclamos por cada 10.000 clientes y logramos un 71% en el índice de recomendación neta, todas medidas que dan cuenta de los resultados de nuestros esfuerzos corporativos en materia de atención y foco en nuestros clientes.

Estos avances no habrían sido posibles sin el apoyo y trabajo de las personas que integran el Banco, nuestros empleados, quienes día a día crean y mantienen la cercanía y las relaciones de confianza con nuestros clientes, además de darles vida a nuestros principios y valores corporativos. La activa participación de nuestros trabajadores en los programas de entrenamiento, por ejemplo para la modificación de sus modelos de atención en sucursales, nos permitió durante el año potenciar su rol de asesor, poniendo al cliente en el centro de nuestro quehacer, lo que se ha traducido en una tendencia sostenida a la baja en la tasa de reclamos al SERNAC vinculados con el Banco de Chile.

Como parte de las acciones realizadas para abordar los desafíos que nos impone nuestro entorno, la División Personas y Organización se reestructuró en tres gerencias: la Gerencia de Desarrollo, la Gerencia de Compensaciones y la Gerencia de Administración y Relaciones Laborales. Estas gerencias, actuando conjuntamente, propician que el trabajo resulte desafiante y atractivo, mediante el fomento del desarrollo permanente de sus trabajadores, la adecuada retroalimentación de sus labores, el reconociendo del trabajo bien hecho y la capacitación para el fortalecimiento de sus competencias. El desarrollo profesional es uno de los pilares fundamentales para el desarrollo sostenible de Banco de Chile, por lo que en 2015 realizamos 32 movilidades de cargo y 148 jefes participaron en programas de liderazgo.

Bajo estos lineamientos, durante el ejercicio 2015 en el Banco de Chile implementamos un modelo de información e indicadores que permite la mejor gestión del Capital Humano, y pusimos en marcha un piloto en la red de sucursales, Red Edwards y Banchile Corredora de Seguros, con foco en información e indicadores de gestión para una mejor relación con los trabajadores. Además, se realizó, en conjunto con las distintas áreas de la División Personas, el diseño, evaluación e implementación del modelo de Sucursal Integral, cuyo objetivo es integrar definitivamente las plataformas comerciales y de servicios en un solo equipo de sucursal, liderado por un responsable que asegure la gestión integral de los clientes en todo su ciclo de vida. Como resultado, obtuvimos de cara al cliente, equipos de trabajo más consistentes con los valores y objetivos del Banco, a la vez que potenciamos su relacionamiento, sus talentos y fomentamos una cultura basada en el mérito.

En el Banco de Chile reconocemos que somos parte de la sociedad, con cuyo desarrollo y progreso estamos



comprometidos. Es así como buscamos contribuir con la superación de las personas más vulnerables de la sociedad y sus emprendimientos, entregándole a la comunidad más y mejores oportunidades que les permitan surgir y tener mejores condiciones de vida para ellos y sus familias.

Con este objetivo, la Gerencia de Asuntos Corporativos y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) lideró el apoyo del Banco de Chile a 12.077 afectados por diversas catástrofes en nuestro país, como el aluvión ocurrido a fines del mes de marzo en el norte del país, la erupción del volcán Chacabuco ocurrida en mayo, y el terremoto de 8,3 grados en la escala de Richter y posterior tsunami ocurridos en septiembre, afectando a la zona costera de Coquimbo.

Tal como lo hemos hecho desde hace 37 años, nuestro aporte a la Teletón estuvo presente, lográndose triplicar el número de canales de recaudación, gracias al apoyo de más de nueve mil voluntarios del Banco que trabajaron y lograron una vez más la meta. Este esfuerzo corporativo, sumado a las 82.821 horas de trabajo voluntario que realizaron los trabajadores a través de los diferentes programas de voluntariado corporativo, nos llena de orgullo y nos permite afirmar que estamos comprometidos con el desarrollo de nuestro país.

En términos de capacitación y formación comunitaria, contamos con la participación de 2.940 emprendedores

de todo Chile, quienes fueron beneficiados con los diversos programas e iniciativas tales como talleres, charlas y capacitaciones impulsadas tanto por el Banco de Chile, Banco CréditoChile como por Desafío Levantemos Chile. Esto se suma a los 22.300 microempresarios que fueron capacitados a través de 22 talleres presenciales y plataformas de e-learning de Educación Financiera.

Estas iniciativas, junto con darle continuidad a la contribución social que realiza el Banco de Chile al país, nos permiten comprometernos con los principales desafíos de la sustentabilidad de cara a 2016, como es mantener el apoyo a los chilenos afectados por las catástrofes naturales, profundizar el apoyo a los emprendedores con diversos programas que contribuyan a entregarles herramientas concretas que los ayuden a progresar y a sacar adelante sus emprendimientos, y aumentar el alcance y cobertura de los programas de Educación Financiera a nivel nacional.

En el ámbito medioambiental, hemos identificado que los impactos más importantes de la industria financiera son la gestión de los suministros de oficina, principalmente papel, y el consumo de energía. Por este motivo, en 2015 implementamos iniciativas focalizadas en mejorar la eficiencia energética de Banco de Chile y gestionar su consumo de papel, con el propósito de disminuir el impacto ambiental de su actividad. Como resultado, hemos logrado una disminución de un 4,9% en

el consumo energético entre el 2014 y el 2015, a lo que se suman iniciativas que nos han permitido reducir las toneladas de papel consumidas, bajando de 660 en 2012, hasta 153,6 toneladas en 2015.

Los avances en sustentabilidad de nuestra gestión 2015 que presentamos en este reporte no serían posibles sin la confianza de los inversionistas, a quienes les presentamos las iniciativas que permiten la proyección de Banco de Chile en el tiempo, creando valor no sólo para ellos, sino que también para todos nuestros grupos de interés. Esta confianza ha sido ganada con hechos, con la visión de nuestro Directorio y con el compromiso de su equipo ejecutivo. Esperamos que este Reporte de Sustentabilidad refleje nuestros avances en la equilibrada integración de la sustentabilidad en los negocios de Banco de Chile, siendo un paso importante en el camino para informar a los distintos públicos de interés sobre cómo estamos realizando nuestra gestión sostenible.

EDUARDO EBENSBERGER O.
Gerente General
Banco de Chile

Acerca del Reporte

Banco de Chile presenta su Reporte de Sustentabilidad, elaborado de acuerdo a estándar GRI G4.

[G4-13](#)
[G4-17](#)
[G4-22](#)
[G4-23](#)
[G4-28](#)
[G4-29](#)
[G4-30](#)

Banco de Chile presenta su Reporte de Sustentabilidad 2015, en el que da cuenta de su desempeño económico, social y ambiental en forma equilibrada, de acuerdo con los criterios y requerimientos establecidos por la Iniciativa Global de Reportes (Global Reporting Initiative, GRI) en su versión G4¹ y el Suplemento Sectorial para el sector financiero.

De acuerdo a estos parámetros, en el presente documento se da cuenta de los aspectos materiales de sus operaciones en Chile, es decir, de aquellos temas relevantes de su cadena de valor que impactan significativamente su entorno, así como de aquellos aspectos o temas que tienen un interés significativo en la evaluación y decisión de sus principales grupos de interés.

En este contexto, el presente reporte da cuenta de la gestión comprendida entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2015 de la Corporación Banco de Chile, la cual atiende a sus diferentes segmentos de clientes a través de sus marcas Banco de Chile, Banco Edwards/Citi y Banco CrediChile, y a sus filiales, a no ser que se indique lo contrario. Con el fin de posibilitar la visualización de tendencias y realizar comparaciones, se incluyen indicadores del desempeño de los años 2013 y 2014, en los casos en que se cuenta con esos datos.

En cuanto a la información reportada en el período anterior, no ha habido cambios significativos en el tamaño, estructura o propiedad de la Corporación Banco de Chile. Tampoco han variado las bases, criterios de elaboración, ni los métodos de cálculo utilizados; si algún indicador presentara alguna modificación en este sentido, ello se informará expresamente.



Cumplimiento de principios en la definición del contenido

G4-18
G4-19
G4-20
G4-21
G4-25
G4-27

El contenido de este informe fue elaborado y organizado teniendo como referencia los principios del estándar GRI versión G4 y la opción de conformidad “core”. Para asegurar la materialidad (relevancia) de la información, así como la pertinencia de los indicadores de desempeño asociados a cada materia sobre la cual se reporta, se utilizó una metodología que incluyó:



Para identificar los aspectos (económicos, sociales y ambientales) materiales a ser incorporados en el reporte se realizaron tres actividades principales:

Identificación de los impactos materiales (económicos, sociales y ambientales) de la cadena de valor del Banco: Representantes de la plana gerencial, con el apoyo del equipo consultor, construyeron la cadena de valor de la Compañía e identificaron los impactos materiales de su operación (ver descripción de la cadena de valor de la empresa y sus impactos en páginas 26 y 27).

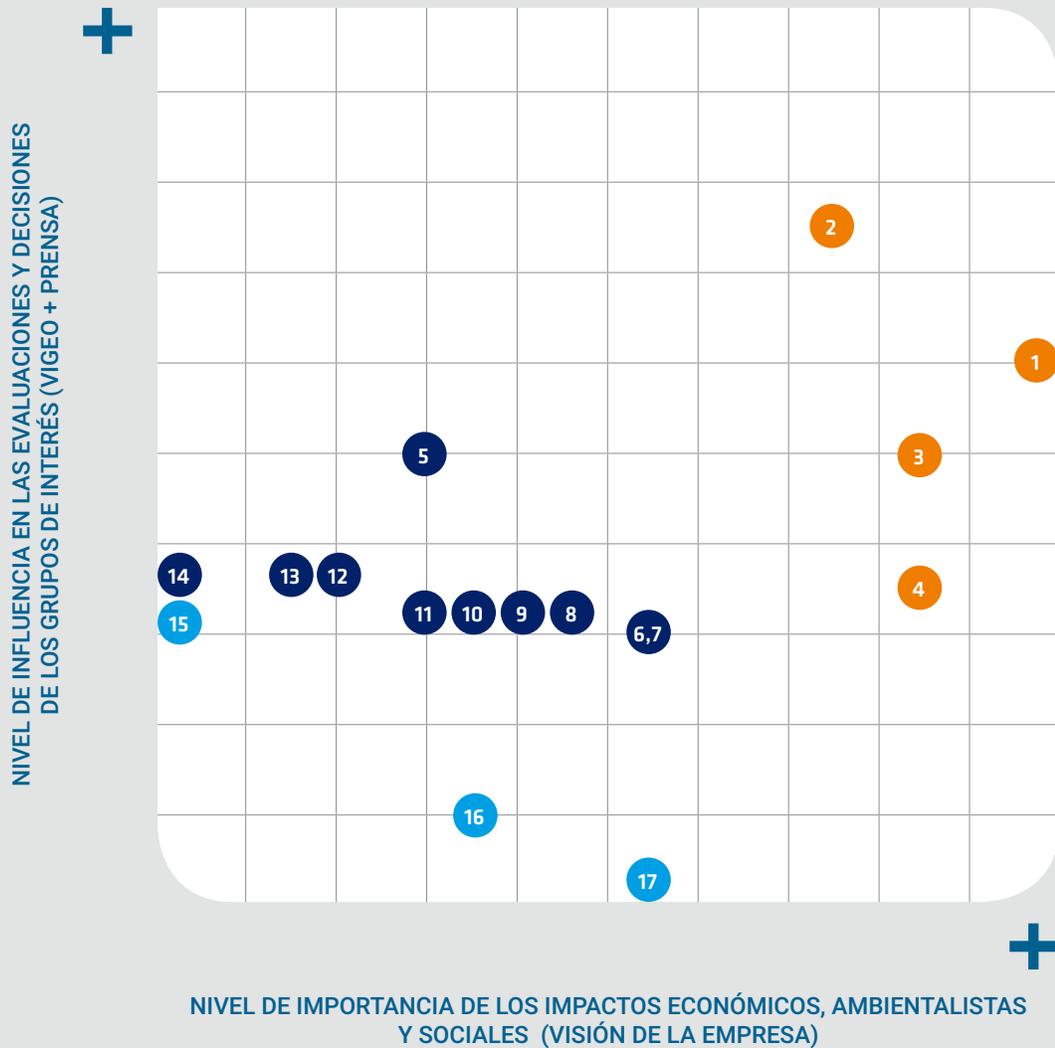
Estudios: A fin de identificar los principales desafíos de sustentabilidad -para el Banco- desde la perspectiva de los inversionistas se tomó como referencia las evaluaciones de riesgos Ambientales, Sociales y de Gobierno Corporativo (ASG) para el sector y en mercados emergentes, realizadas por la agencia calificadora de riesgos extra financieros VigeoEiris.

Análisis de prensa: Se revisaron 6.258 notas de prensa del período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de noviembre de 2015, con el fin de identificar los temas claves para la empresa desde la perspectiva.

Para priorizar los impactos económicos, sociales y ambientales identificados, se utilizó una metodología consistente en asignar a cada aspecto una puntuación de 1 a 5, donde 5 era “muy relevante” y 1 “no relevante”. A partir de dicha valoración se elaboró la matriz de materialidad, que cruzó el resultado de la relevancia asignada desde la perspectiva de la empresa con el resultado de la relevancia asignada desde los grupos de interés (ver Matriz de aspectos relevantes).

Los resultados del proceso de materialidad fueron validados por la Gerencia de Relaciones Institucionales, en relación al alcance de cada uno de los indicadores, estructura y profundidad de los asuntos tratados en el presente reporte (ver Tabla de Temas Relevantes de la Operación).

Matriz de la Materialidad



RANKING TEMAS MATERIALES

- 1. **Transparencia y ética**
- 2. **Comunidad / Inversión Social**
- 3. **Comunicaciones clientes**
- 4. **Desempeño económico**

- 5. Etiquetado de los productos y servicios (Satisfacción Clientes)
- 6. Gobierno corporativo y riesgos
- 7. Relaciones entre trabajadores y la dirección / Calidad de vida
- 8. Capacitación y educación / Desarrollo
- 9. Educación e inclusión financiera
- 10. Productos y servicios
- 11. Salud y seguridad en el trabajo
- 12. Libertad de asociación y negociación colectiva
- 13. Energía

- 14. Gestión ambiental de los impactos del transporte
- 15. No discriminación
- 16. Seguridad y privacidad de los clientes
- 17. Cumplimiento regulatorio (clientes)

● Relevancia muy alta ● Relevancia alta ● Relevancia media

Temas relevantes de la operación del Banco

G4-20
G4-21

Como resultado del proceso de identificación, priorización y validación de los aspectos económicos, sociales y ambientales de la operación del Banco, se definieron como los aspectos materiales a informar en el presente reporte, aquellos que quedaron clasificados dentro de la matriz con importancia Muy Alta/Alta y Media. A continuación, se listan dichos aspectos, así como el alcance de los mismos.

TEMAS MATERIALES	INDICADORES ASOCIADOS	IMPACTO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	IMPACTO FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
Desempeño económico	G4-EC1, EC4	✓	✓
Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR3, PR4, PR5		✓
Comunicaciones	G4-PR7		✓
Privacidad de los clientes	G4-PR8		✓
Cumplimiento regulatorio (cliente-producto)	G4-PR9	✓	✓
Capacitación y educación	G4-LA9, LA10, LA11	✓	
Relación entre los trabajadores y la dirección + libertad de asociación y negociación colectiva	G4-LA4, HR4	✓	
Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5, LA6	✓	
Empleo + no discriminación	G4-LA1, LA2, HR3	✓	
Comunidades locales	G4-SO1, FS13, FS14		✓
Lucha contra la corrupción	G4-SO3, SO4, SO5	✓	✓
Cumplimiento regulatorio (sociedad)	G4-SO8	✓	✓
Energía	G4-EN3		✓
Transporte	G4-EN30		✓

Cumplimiento de los principios sobre calidad de la información

G4-31
G4-33

El proceso de elaboración del presente reporte estuvo a cargo de la Gerencia de Asuntos Corporativos. A fin de cuidar la calidad, precisión, comparabilidad y verificabilidad de la información incluida en este documento, se contó con el apoyo de una asesoría externa especializada en las pautas GRI.

La información proporcionada en este informe ha sido facilitada por las distintas áreas de la organización, cuidando especialmente la trazabilidad de la información. Cada uno de los indicadores referidos al desempeño económico, social y ambiental de la organización fue elaborado a partir de datos y cálculos técnicos basados en procedimientos reconocidos por la normativa nacional y alineados con los estándares aceptados por la comunidad internacional. En esta oportunidad, la empresa decidió no someterlo a la revisión de un verificador externo.

Contacto Corporativo

Este documento da cuenta de los aspectos más relevantes de la organización durante 2015, referidos a su gobernanza, desempeño y perspectivas. Su propósito es promover una interacción y diálogo con los principales grupos de interés. En este sentido, las personas o instituciones interesadas pueden contactar directamente a:

ÁREA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



E-Mail
xalewisc@bancochile.cl

Capítulo **01**
Perfil
Banco de Chile

Calidad de
Servicio

Solidez

Sueños

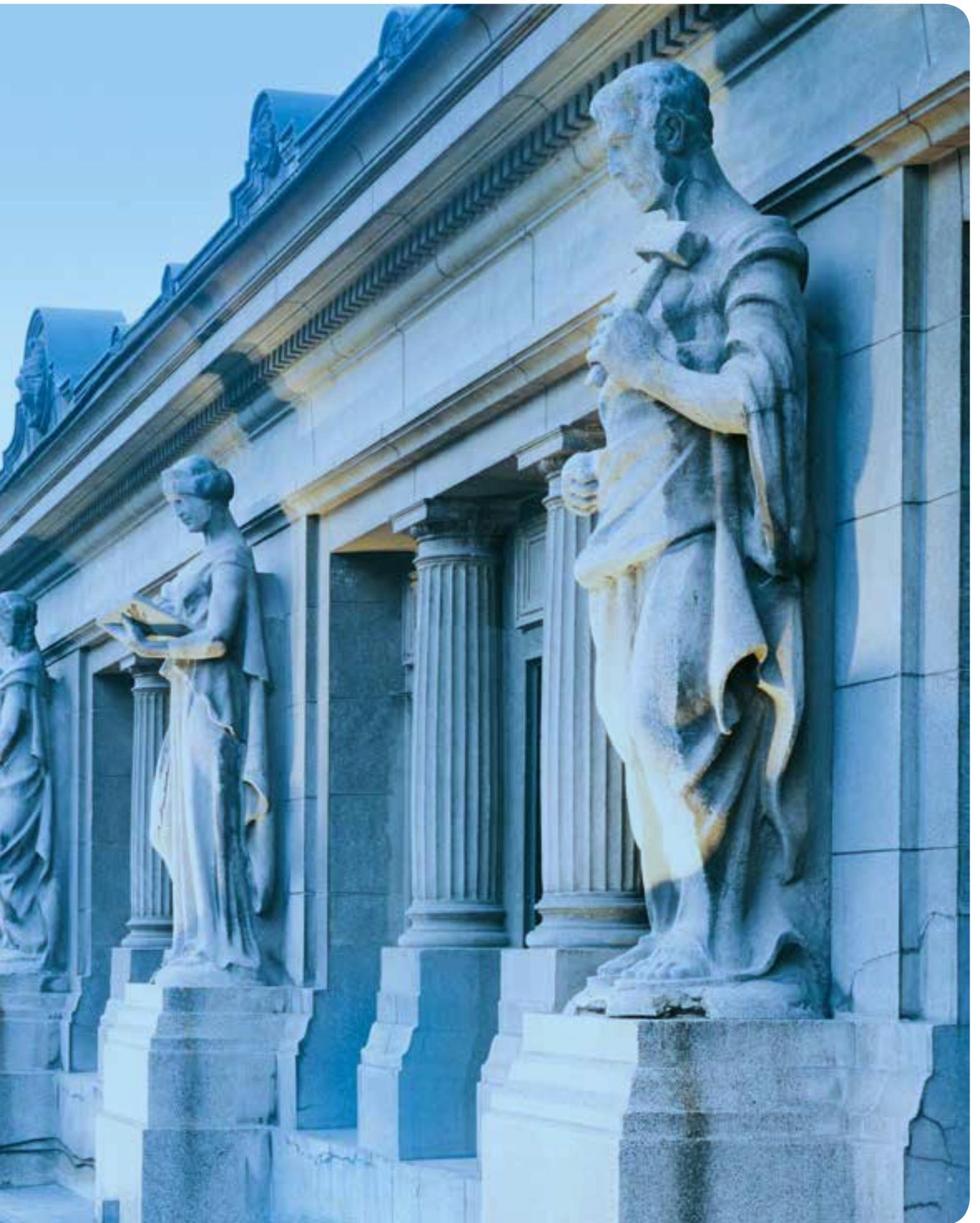
Sustentabilidad

Liderazgo

Vanguardia

APOYO
Confianza
Desarrollo
Excelencia
Reputación





Banco de Chile

A la vanguardia de la industria

Banco de Chile es el banco privado con la mejor clasificación internacional de riesgo de Latinoamérica, con ratings de 'A+' (Standard&Poor's) y Aa3 (Moody's).

G4-3
G4-4
G4-6
G4-9
G4-8
G4-10

La historia del Banco de Chile se remonta a 1893. En 122 años de actividad sostenida se ha convertido en un referente no sólo financiero, sino también empresarial. Actualmente estructura su gestión comercial en cuatro segmentos de negocios, con el fin de cubrir adecuadamente las necesidades de los diversos mercados que atiende. Mediante esta segmentación ofrece soluciones integrales que buscan satisfacer las necesidades de financiamiento, ahorro, inversión, asesoría y administración de efectivo de personas y empresas de todos los tamaños. Asimismo, pone a disposición múltiples canales físicos tradicionales, como sucursales y cajeros automáticos; cuenta con una alianza estratégica con Citigroup, una oficina de representación en Beijing y una amplia red de corresponsalías bancarias; y entrega asistencia remota en línea mediante la banca telefónica, Internet y aplicaciones móviles.

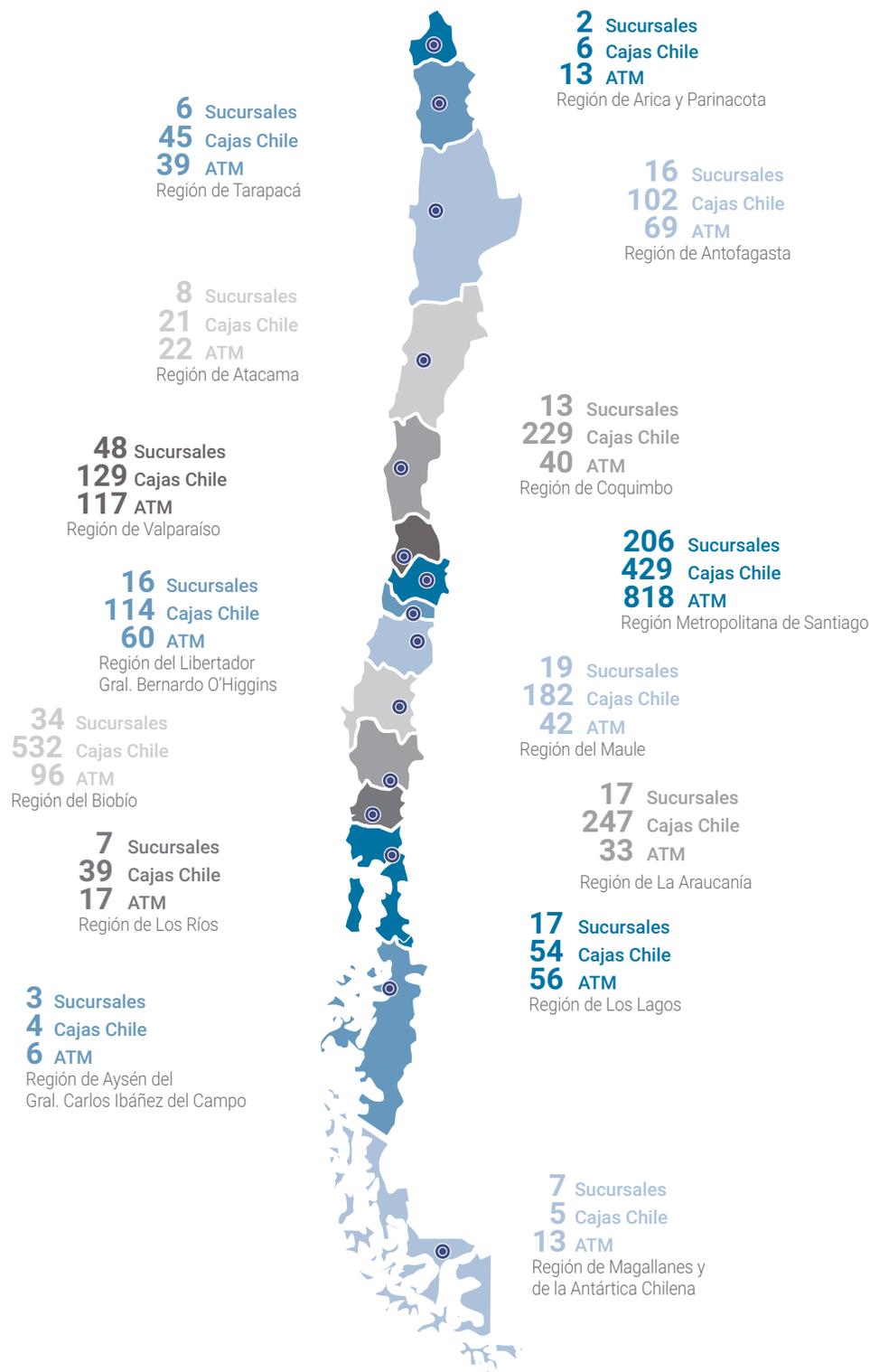
Sus principales fortalezas son el nivel de su escala, la diversidad de sus negocios, el liderazgo de mercado y la conectividad internacional. Ellas le permiten generar relaciones de largo plazo con sus clientes, valor económico para sus accionistas y oportunidades de desarrollo para sus trabajadores y la comunidad. Esta solvencia le ha permitido convertirse en el banco privado con la mejor clasificación internacional de riesgo de Latinoamérica, con ratings de 'A+' (Standard & Poor's) y Aa3 (Moody's).

Asimismo, a lo largo de su historia ha sido un pilar fundamental en actividades solidarias que favorecen el acceso a mayores y mejores oportunidades a los sectores más vulnerables, a través de diversas iniciativas en alianzas con fundaciones expertas.



Sucursales y Canales de Atención

G4-5



100% DE PRESENCIA EN REGIONES

Sucursales

-  **254**
Banco de Chile
-  **39**
Banco Edwards | Citi
-  **126**
Banco CrediChile
-  **2.138**
Cajas Chile

Canales Remotos Atención 24 horas

-  **1.441**
ATM
-  Banca Internet
-  Banca Telefónica
-  Banca Móvil



Oficina de representación en Beijing, China



Reseña Histórica



1930

Gracias a su sólida base de capital, Banco de Chile sobrevive a la crisis económica mundial y continúa su desarrollo como el principal banco y una de las sociedades anónimas más respetadas del país.

1982

Comienza el proceso de internacionalización del banco, con la apertura de una sucursal en Nueva York.

1993

Se crea Banco CrediChile, un área de negocios con red de oficinas propias, especializada en el otorgamiento de créditos de consumo a personas de ingresos medios y bajos.

1970

1983

Un conjunto de instituciones, entre las cuales se encuentra Banco de Chile, son intervenidas por la autoridad, al verse comprometidas sus bases de capital, producto del deterioro de sus carteras de créditos.

1990

1800

1973

Como parte de un proceso de estatización de la banca, la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) se convierte en el mayor accionista de Banco de Chile.

1980

1996

Con el objetivo de independizar a Banco de Chile de la carga financiera que significa la obligación subordinada con el Banco Central de Chile, a consecuencia de la crisis de 1982-1983, la sociedad Banco de Chile se transforma en SM-Chile S.A., una sociedad anónima abierta, cuyo objetivo es dar solución a la referida obligación subordinada. Además, se constituye una nueva sociedad (el actual Banco de Chile), filial de SM-Chile S.A., a la que se traspasa el nombre, activos y pasivos del antiguo Banco de Chile, con excepción de la obligación subordinada, la que es traspasada a una segunda nueva sociedad denominada SAOS S.A., cuyas acciones están íntegramente en poder de SM-Chile S.A.

1894

Con una red de 25 sucursales a lo largo de todo el país, inicia sus operaciones Banco de Chile, sociedad anónima bancaria nacida en 1893 de la fusión de Banco de Valparaíso (1856), Banco Nacional de Chile (1865) y Banco Agrícola de Chile (1869).

En los dos años siguientes, la nueva institución absorbe los bancos Crédito Unido, Internacional y Banco Comercial de Chile.

1975

La propiedad y control del Banco son traspasados a inversionistas privados.

1977

En asociación con Banco de Vizcaya, de España, y Orient Leasing, de Japón, Banco de Chile crea Leasing Andino, empresa pionera y luego líder de esta industria.

1978

El Banco se convierte en el Banco de la Teletón



1986

Banco de Chile adquiere los activos y pasivos del Banco Continental.

1987

La propiedad y el control del Banco son traspasados nuevamente a inversionistas privados. Se incorporan 30.000 nuevos accionistas a través del llamado "capitalismo popular".

Banco de Chile absorbe las operaciones del Banco Morgan Finanza.

2001-2002

Banco de Chile acuerda su fusión con el Banco de A. Edwards. Tras el proceso, Quiñenco S.A., accionista principal de ambos bancos, adquiere la mayoría de las acciones de Banco de Chile.

Como parte de esta operación, Banco CrediChile absorbe a Finandes, división de consumo del Banco de A. Edwards.

A través de un programa de *American Depositary Receipts (ADR)*, las acciones del Banco de Chile se listan en la Bolsa de Valores de Nueva York.

2008

Banco de Chile y Citigroup firman, además, un Acuerdo de Cooperación, un Acuerdo de Conectividad Global y un contrato de licencia, que contempla el apoyo mutuo para la realización de diversos negocios y el uso limitado de la marca "Citi".

A raíz de esta alianza, Banco CrediChile absorbe a Financiera Atlas, división de consumo de Citibank Chile.

2010

Se formaliza el área de Responsabilidad Social del banco.



2011

Tras un exitoso aumento de capital, la acción de Banco de Chile incrementa su profundidad en los mercados financieros e ingresa al índice accionario MSCI.

2012

El Banco de Chile es calificado por Standard & Poor's con un grado crediticio internacional de 'A+', convirtiéndose en el banco privado con la mejor clasificación de riesgo de Latinoamérica.



2004 ASTORECA FUNDACIÓN

Fundación Astoreca

El Banco compromete su apoyo con la educación de calidad a través del aporte a la Fundación Astoreca.

2008

Banco de Chile absorbe los activos y pasivos de Citibank Chile, filial chilena de Citigroup Inc. Simultáneamente, Citigroup se asocia con Quiñenco, compartiendo así la propiedad de LQ Inversiones Financieras S.A.

2010

Citigroup ejerce la opción de compra de las acciones en LQIF, compartiendo la propiedad de esta última en partes iguales con Quiñenco.



Chile ayuda a Chile

A raíz del terremoto de febrero, Banco de Chile se coloca a total disposición para la cruzada "Chile ayuda a Chile", la que junto a la Fundación Teletón logró en pocos días recaudar una cifra histórica en beneficio de los damnificados por esta catástrofe.



Desafío Levantemos Chile

Banco de Chile asume compromiso con la Fundación Desafío Levantemos Chile.

2013

Se realiza un exitoso aumento de capital, que permite recaudar \$253 mil millones.

2014

LQIF lleva a cabo una oferta secundaria de acciones del Banco, operación que permite elevar el *free float* de la acción a 25% y, consecuentemente, el volumen transado.

2015

Banco de Chile adquiere una cartera de colocaciones por \$564 mil millones a una institución financiera local.

El Banco es reconocido por las publicaciones Global Banking & Finance Review y Global Finance como la mejor banca digital del país.

Se concretan alianzas estratégicas con las compañías aéreas Delta Airlines y Sky Airline, las cuales le permiten ampliar los beneficios a los clientes de tarjetas de crédito.

Publicación del Primer Reporte de Sustentabilidad, bajo estándar GRI versión G4.

Gestión 2015

en una mirada

GESTIÓN Y LIDERAZGO



BEST BANK IN CHILE
GLOBAL FINANCE

BEST BANK IN CHILE
EUROMONEY



BANK OF THE YEAR IN CHILE
LATIN FINANCE

Nº1

- EN UTILIDAD Y RENTABILIDAD*
- RECORDACIÓN DE MARCA¹

MEJOR CLASIFICACIÓN PARA UN BANCO PRIVADO EN LATINOAMÉRICA



A+

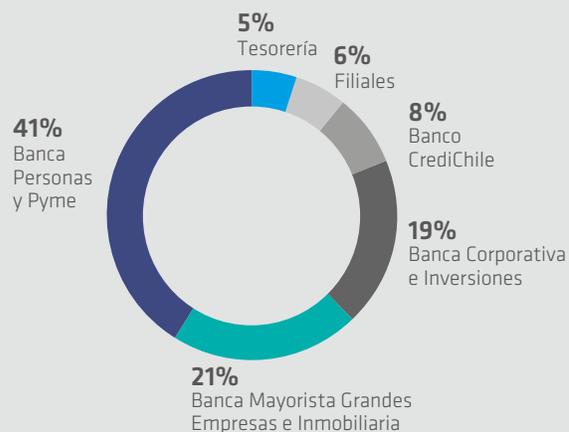
STANDARD & POOR'S

Aa3

MOODY'S
(DEUDA LARGO PLAZO)



CONTRIBUCIÓN AL RESULTADO SEGMENTO NEGOCIO (antes de impuestos 2015)



¹ GfK Adimark, diciembre 2015.

* Bancos con participación de mercado en colocaciones superior a 3%.

TRABAJADORES

G4-9
G4-10



14.977

TRABAJADORES CORPORACIÓN
BANCO DE CHILE

11.323

TRABAJADORES PROPIOS

3.654

TRABAJADORES DE LAS FILIALES

64%

SINDICALIZADOS



50,3%

MUJERES



HORAS DE CAPACITACIÓN (H/H)

208.472



49,7%

HOMBRES

MM\$

1.356.823.546

INVERSIÓN EN CAPACITACIÓN

Gestión 2015

en una mirada

G4-9

CLIENTES

2,2 millones

DE CLIENTES PERSONAS Y EMPRESAS

1 millón
CREDICHILE

1,1 millones
PERSONAS DE INGRESOS MEDIOS, ALTOS Y PYMES

20 mil
GRANDES EMPRESAS, CORPORACIONES Y MULTINACIONALES

93 mil
CLIENTES DE FILIALES

CONTACTABILIDAD

191.829
FANS EN FACEBOOK

2.452
SEGUIDORES EN YOUTUBE

127.207
SEGUIDORES EN TWITTER

5.400
SEGUIDORES EN INSTAGRAM

157.415.117
SESIONES EN EL SITIO WEB DURANTE EL 2015*

*Fuente: Según la definición de "sesión" actualizada por Google.

4.037.691
LLAMADOS TOTALES AL CONTACT CENTER.

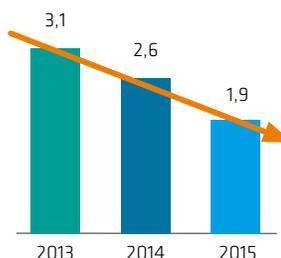
467.541
USUARIOS DE APLICACIONES MÓVILES.



419

SUCURSALES Y CAJAS AUXILIARES

CANTIDAD DE RECLAMOS POR MES (Por cada 10.000 clientes)



BANCO LÍDER

29% DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN DEPÓSITOS EN CUENTAS CORRIENTES DE PERSONAS.

18% DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN COLOCACIONES TOTALES.

21% DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN COLOCACIONES DE CONSUMO.

COMUNIDAD

 **139.530**
beneficiados

A LO LARGO DEL PAÍS DURANTE EL AÑO 2015*



9.750

TRABAJADORES REALIZARON
VOLUNTARIADO CORPORATIVO



* Considera beneficiados de Fundaciones Teletón, Desafío, Astoreca y programas de Educación Financiera.

MM\$
3.273

INVERSIÓN SOCIAL EN 2015

PILARES DE LA CONTRIBUCIÓN A LA COMUNIDAD



Superación
de la Adversidad

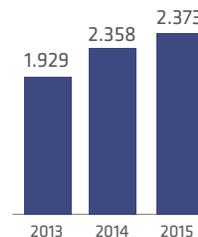


Emprendimiento

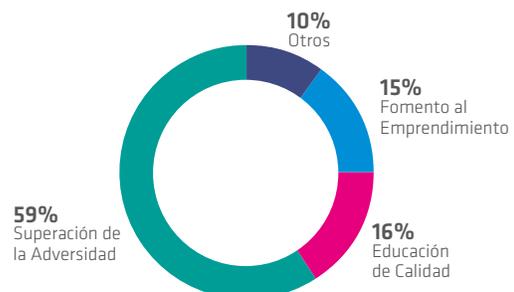


Educación de Calidad

INVERSIÓN SOCIAL (EN MM\$)



DISTRIBUCIÓN SOCIAL DE LA INVERSIÓN 2015





Nuestro Propósito

Constituimos una corporación que contribuye al desarrollo del país, siendo nuestro propósito el generar condiciones para el desarrollo de las personas y las empresas, acompañándolos con soluciones adecuadas a sus diferentes etapas en ese proceso de desarrollo.



Nuestra Misión

Somos una corporación líder conectada al mundo, con una prestigiosa tradición de negocios. Proveemos a cada segmento de clientes con servicios financieros de excelencia, con soluciones creativas y efectivas para cada segmento, asegurando la creación de valor para nuestros accionistas, empleados y la comunidad en general.



Nuestra Visión

Buscamos permanentemente, en todo lo que hacemos, ser el mejor banco para nuestros clientes, el mejor lugar para trabajar y la mejor inversión para nuestros accionistas. Y lo hacemos de forma comprometida con las personas que conforman nuestra organización y el desarrollo de la comunidad.

NUESTROS VALORES

- ✓ Justicia
- ✓ Compromiso
- ✓ Prudencia
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Lealtad
- ✓ Integridad
- ✓ Respeto



Enfoque de Sustentabilidad

La escala y diversidad de negocios del Banco de Chile, así como el liderazgo de mercado y su conectividad internacional, entre otras fortalezas, le permiten generar relaciones de largo plazo con sus clientes, significativo valor económico para los accionistas y oportunidades de desarrollo para los colaboradores y la comunidad.

Banco de Chile considera que la gestión basada en un enfoque sustentable es un elemento necesario y crítico para la subsistencia en el largo plazo. Ello implica efectuar una gestión integral que, junto con lograr atractivos resultados económicos y financieros, mantenga altos estándares de responsabilidad social y ambiental, como así también buenas relaciones con sus grupos relevantes.

Para mantener su posición en el mercado financiero, Banco de Chile busca ser el mejor banco para sus clientes, el mejor lugar para trabajar y la mejor inversión para sus accionistas. Todo ello se lleva a cabo a través de un compromiso sostenido con las personas que forman la organización, buscando, a la vez, el desarrollo de la comunidad.

Focos Estratégicos

1

LIDERAR EN LA BANCA MINORISTA SIENDO UN BANCO QUE:

- Conoce a cada uno de sus clientes.
- Es simple
- Inspira confianza
- Tiene la mejor banca móvil y remota
- Dispone de sucursales de fácil acceso
- Se anticipa a las necesidades del cliente
- Ofrece una experiencia de clientes distintiva

4

ALTA CALIDAD DE SERVICIO

- Un banco que escucha
- Que orienta sus productos y servicios al cliente
- Que adopta las mejores prácticas de servicio
- Que establece vínculos emocionales en base a la experiencia
- Que privilegia la cercanía y satisfacción de sus clientes

2

LIDERA EN LA BANCA MAYORISTA SIENDO UN BANCO QUE:

- Es rápido
- De precios competitivos
- De una variada oferta de servicios
- Que se anticipa a las necesidades
- Es cercano
- Es grande en todos los segmentos, desde Pyme a multinacionales
- Es la mejor banca transnacional

5

ALTA REPUTACIÓN CORPORATIVA

- Un banco de prestigio: la empresa de mayor reputación corporativa
- Es reconocido por su aporte a la comunidad
- Que construye capital social y mantiene la mejor clasificación de riesgo

3

EXCELENCIA OPERACIONAL

- Un Banco sin papeles
- Con controles automatizados
- Con bajos costos de procesos
- Con tiempos que se cumplen
- Con información oportuna, abundante y accesible
- Sin interrupciones
- Rápido para incorporar tecnologías nuevas y de máxima seguridad

6

EL MEJOR EQUIPO

- Con una cultura homogénea reconocida por su responsabilidad, ética, transparencia y respeto a las personas y su medio
- Que atrae a los mejores de cada especialidad
- Exigente, con pasión por el trabajo bien hecho
- Que ofrece oportunidades de crecimiento personal y profesional

El Banco de Chile considera que el negocio financiero es uno de los de mayor importancia para el desarrollo de Chile y los chilenos, y lo asume con un profundo sentido de responsabilidad. Dada la naturaleza de su negocio, exige de cada trabajador un comportamiento íntegro, de discreción en el manejo de la información y prudencia en la toma de decisiones, pensando en el bien común.

Asimismo, ve a su organización como un espacio en el que se da el desarrollo personal y profesional de quienes trabajan en él, para lo cual se basa en la confianza mutua. Guía sus relaciones humanas por la justicia, el respeto y la lealtad, comunicándose de manera franca y directa, para hacer prevalecer la actitud positiva y el reconocimiento de los logros por sobre la crítica, la que es valorada y aceptada como una oportunidad de mejora.

Además, propicia en forma permanente la creación de valor, por lo que todo trabajo debe pensarse y realizarse buscando la excelencia siempre, entendiendo que ese resultado se da de mejor forma cuando se trabaja en equipo y considerando al cliente como el corazón de lo que hace, bajo un interés compartido de colaboración entre todos, y con un claro sentido de hacerse cada uno cargo de sus obligaciones y de las consecuencias que éstas tienen para con los clientes, accionistas, demás miembros de la organización y la comunidad en general.

Otro eje de su compromiso es su consolidada y prestigiosa trayectoria en el negocio bancario. Por ello, se valora la tradición como una forma de proyectar hacia las futuras generaciones lo mejor de su historia, que ha sido también la historia del país. Además, su mirada está puesta en el mañana, por lo que la innovación es un imperativo para construir y ser parte del futuro desarrollo de Chile y los chilenos.

ENFOQUE DE SUSTENTABILIDAD
Comprometidos con un Chile mejor



Compromiso con los grupos de interés

G4-24
G4-25
G4-26
G4-27

La identificación de sus grupos de interés y el compromiso explícito con cada uno de ellos están definidos en la estrategia del Banco de Chile. Esto le permite a la Corporación contribuir desde su negocio al desarrollo del país y al progreso de todos los chilenos.



Clientes

OBJETIVO DE LA RELACIÓN	MECANISMOS Y/O CANALES DE COMUNICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrecer servicios marcados por la integridad, generando relaciones de confianza y de largo plazo. ✓ Mantener a los clientes debida y oportunamente informados. ✓ Ofrecer productos y servicios de calidad e innovadores. ✓ Entregar soluciones financieras diferenciadas para cada segmento de clientes. ✓ Mantener un servicio de excelencia, con atención personalizada, ágil y proactiva. ✓ Contar con canales de atención siempre disponibles. 	<p>Página web www.bancochile.cl</p> <p>E-mails</p> <p>Canales físicos tradicionales (sucursales y cajeros automáticos)</p> <p>Asistencia remota en línea</p> <p>Aplicaciones móviles</p> <p>Facebook, Twitter, Instagram y YouTube</p> <p>Corresponsalías bancarias</p>



Accionistas

OBJETIVO DE LA RELACIÓN	MECANISMOS Y/O CANALES DE COMUNICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser la mejor inversión. ✓ Mantener un posicionamiento destacado en volúmenes de negocios. ✓ Fomentar la eficiencia operacional y la productividad. ✓ Desarrollar una prudente administración de los riesgos. ✓ Desarrollar una gestión basada en la integridad y la transparencia. 	<p>Junta anual de Accionistas</p> <p>Memoria</p> <p>Investor Relations</p> <p>Conference Call con inversionistas</p> <p>Página web www.bancochile.cl</p>



Comunidad



Trabajadores

OBJETIVO DE LA RELACIÓN	MECANISMOS Y/O CANALES DE COMUNICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrecer oportunidades de desarrollo basadas en el mérito. ✓ Impulsar un ambiente de trabajo respetuoso y cordial. ✓ Entregar compensaciones y beneficios económicos competitivos. ✓ Proveer herramientas tecnológicas y una infraestructura adecuada. 	<p>Evaluación de competencias</p> <p>Programa Orienta</p> <p>Programa Mi Salud</p> <p>Programa Ser Padres</p> <p>Reuniones de equipo</p> <p>Encuesta de clima</p> <p>Convenciones</p>

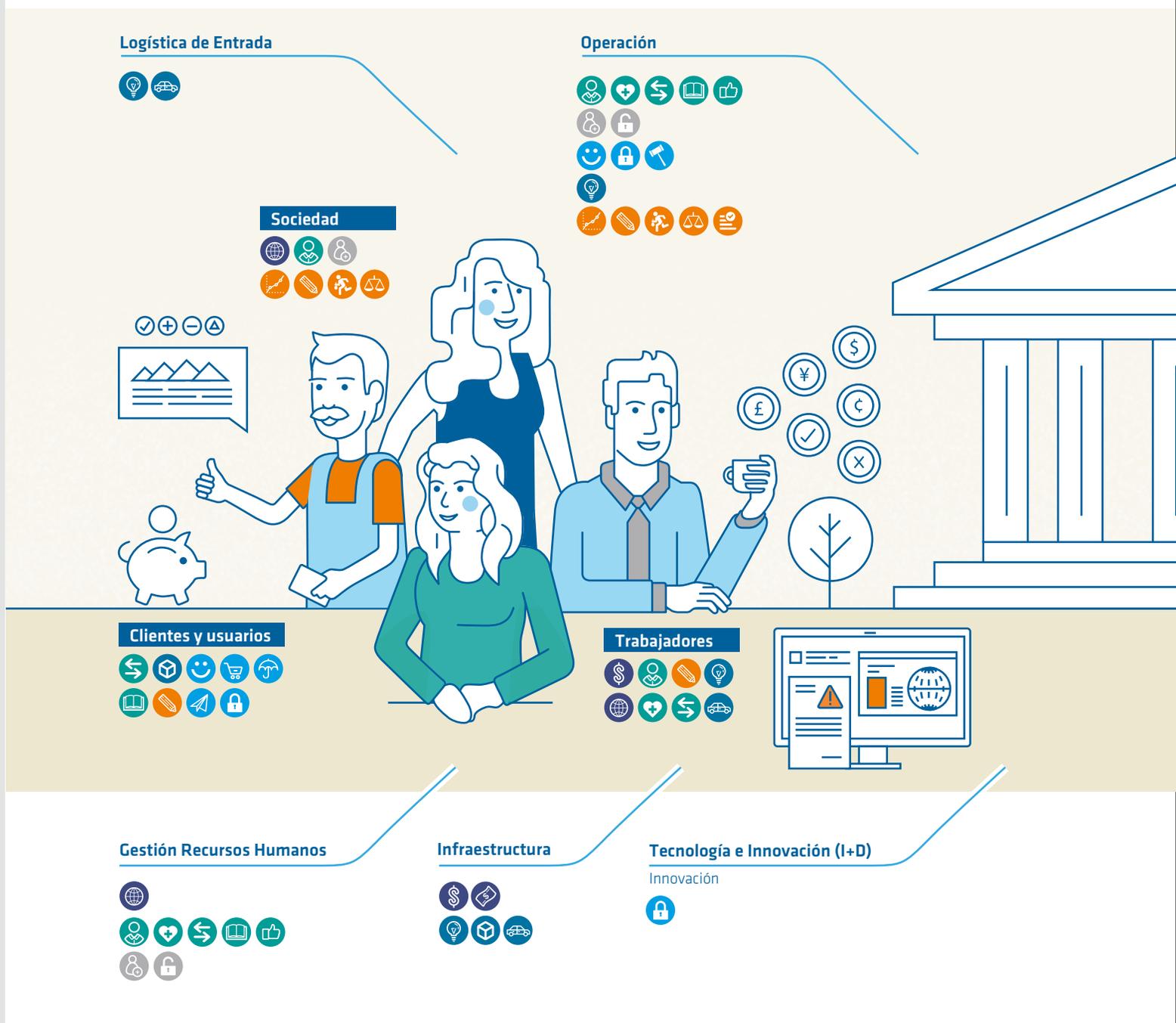
OBJETIVO DE LA RELACIÓN	MECANISMOS Y/O CANALES DE COMUNICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Favorecer una sociedad más equitativa, con más oportunidades. ✓ Promover la educación de calidad al alcance de todos. ✓ Fomentar el emprendimiento. ✓ Apoyar la superación de la adversidad. ✓ Desarrollar la gestión del negocio respetando el medioambiente. ✓ Construir con los proveedores relaciones de colaboración basadas en la transparencia, competencia, eficiencia, respeto y objetividad. 	<p>Programas de Voluntariado Corporativo</p> <p>Programas de Educación Financiera</p> <p>Programas de apoyo al emprendimiento</p> <p>Programas de apoyo a superar la adversidad</p> <p>Programas de acceso a la educación</p> <p>Alianza con instituciones sin fines de lucro y ONG expertas</p> <p>Cuentas en Facebook, Twitter, Instagram y YouTube</p>



Gestión sustentable de los impactos

G4-12
G4-19

El Banco de Chile reconoce que su negocio tiene muchas dimensiones, y como parte de su compromiso con aportar a construir un Chile mejor, se preocupa por potenciar sus impactos positivos y reducir, eliminar los potenciales impactos negativos de su operación. A continuación se detalla la identificación de impactos (positivos y negativos) de la operación del Banco sobre cuya gestión se da cuenta en el presente reporte.



Impactos Económicos

- DESEMPEÑO ECONÓMICO
- CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS
- PRESENCIA EN EL MERCADO

Impactos Sociales Comunidad

- PROMOCIÓN DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL
- EDUCACIÓN E INCLUSIÓN FINANCIERA
- LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN
- PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL
- CUMPLIMIENTO REGULATORIO

Impactos Sociales Laborales

- EMPLEO Y CALIDAD DEL EMPLEO
- SALUD Y SEGURIDAD LABORAL
- RELACIONES LABORALES
- CAPACITACIÓN Y DESARROLLO
- DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Impactos Ambientales

- ENERGÍA
- PRODUCTOS Y SERVICIOS
- GESTIÓN AMBIENTAL DE LOS IMPACTOS DEL TRANSPORTE

Impactos DD.HH.

- NO DISCRIMINACIÓN
- LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

Impactos Sociales Cliente/Servicio

- SATISFACCIÓN CLIENTE
- ENTREGA INFORMACIÓN A CLIENTES SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS
- PRÁCTICAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD
- PRIVACIDAD INFORMACIÓN DEL CLIENTE
- IMPACTOS SOCIALES PRODUCTOS SERVICIOS
- CUMPLIMIENTO REGULATORIO

Logística de Salida



Marketing y Venta



Servicios Posventa



Aprovisionamiento

Proveedores Insumos



Aprovisionamiento

Contratistas de servicios profesionales



Reconocimientos



EUROMONEY

BEST BANK IN CHILE

Por quinto año consecutivo, Banco de Chile recibió la distinción Best Bank in Chile en los Euromoney Awards for Excellence de 2015, otorgados por esta revista británica a partir de un análisis cuantitativo y cualitativo de los mejores servicios de banca privada por región y áreas de servicio y de la votación de profesionales expertos en la industria.

GLOBAL FINANCE

**THE BEST CONSUMER
DIGITAL BANK**

Premio otorgado como producto del ranking anual World's Best Consumer Digital Banks in Latin America 2015, elaborado por Global Finance. Banco de Chile fue identificado como el mejor banco digital y destacó por el desarrollo de aplicaciones móviles que registraron más de 450.000 descargas en su primer año de operación.



LATINFINANCE

BANK OF THE YEAR IN CHILE

El éxito de Banco de Chile aplicando dos estrategias en apariencia contrapuestas (un portafolio conservador y una inversión en tecnología que simplifica la experiencia del consumidor) lo hizo merecedor de este premio de LatinFinance.



GLOBAL FINANCE

BEST BANK IN CHILE

Elegido como la mejor institución financiera del país en el ranking World's Best Emerging Markets Banks in Latin America 2015, el cual considera información de analistas, ejecutivos y consultoras de bancos y una encuesta a lectores de esta revista estadounidense.

**GLOBAL BANKING AND
FINANCE REVIEW**

**BEST INTERNET BANK IN CHILE
BEST MOBILE BANKING IN CHILE**

Dentro de los Global Banking & Finance Review Awards, Banco de Chile fue distinguido como el mejor banco de Internet de Chile y en la categoría de mejor banca móvil de Chile. Estos premios buscan reflejar la innovación, el logro, la estrategia y los cambios progresivos e inspiradores dentro de la comunidad financiera global.

**FEDERACIÓN
LATINOAMERICANA
DE BANCOS**

**PREMIO FELABAN
A LA INNOVACIÓN**

Banco de Chile obtuvo el segundo lugar entregado por la Federación Latinoamericana de Bancos para destacar las mejores soluciones y estrategias de negocio basadas en la aplicación y desarrollo de tecnología.

MERCO TALENTO CHILE

**INSTITUCIÓN FINANCIERA
MÁS ATRACTIVA
SEGUNDO ENTRE EMPRESAS**

Avanzando un puesto en relación a la primera versión de este ranking, Banco de Chile se ubicó como la mejor institución financiera y la segunda empresa más atractiva en Merco Talento 2015, estudio que busca identificar a las 100 empresas con mayor capacidad de atraer y retener talento, a partir de una metodología de análisis que integra diversas fuentes de información.

EUROMONEY

**MEJORES SOLUCIONES A
CLIENTES DE ALTOS INGRESOS**

Banco de Chile ha sido distinguido por cuatro años consecutivos en el Euromoney Private Banking and Wealth Management Survey. En la versión 2015 lideró la categoría Soluciones de préstamos y financiamientos; servicios de altos ingresos. Esta evaluación tiene en cuenta factores como manejo del negocio, rentabilidad, número de clientes, gestión de las relaciones y servicios ofrecidos.



DELOITTE Y DIARIO FINANCIERO

**TRES DISTINCIONES EN
PREMIOS LÍDERES
FINANCIEROS**

Banchile Citi Global Markets y Banchile Inversiones fueron reconocidos en 2015 en las categorías Mejor OPA 2014 y Mejor Agente de OPA 2014. Banchile Citi Global Markets recibió, además, el premio por Mejor Bono en Mercado Internacional o Mixto realizado durante ese año.

LVA ÍNDICES Y DIARIO FINANCIERO

CINCO PREMIOS SALMÓN



Banchile Administradora General de Fondos recibió cinco Premios Salmón en 2015, con lo cual acumuló 75 distinciones y se convirtió en la administradora más premiada en la historia de este reconocimiento, que

busca entregar a los clientes un indicador global del desempeño, identificando los fondos con mayor rentabilidad ajustada por riesgo dentro de su categoría.

GLOBAL FINANCE

BEST SUB-CUSTODIAN BANK

Banco de Chile recibió, por octavo año consecutivo, la distinción de mejor banco subcustodio. Este reconocimiento evalúa servicios como custodia local e internacional de acciones e instrumentos de renta fija e intermediación financiera y servicios de liquidación, representación y outsourcing. Considera también la relación con los clientes, calidad del servicio, competitividad en precios y plataforma tecnológica, entre otros criterios.

Alianzas y Membresías

G4-15
G4-16



Banco de Chile participa en

CÁMARAS Y CÍRCULOS FINANCIEROS

- Cámara Chileno-Colombiana de Comercio A.G.
- Cámara Chileno-Brasileña de Comercio A.G.
- Cámara Chileno-Belga de Comercio A.G.
- Cámara Chileno-Argentina de Comercio A.G.
- Cámara Chileno-India de Comercio A.G.
- Cámara Chileno-China de Comercio, Industria y Turismo A.G.
- Cámara Chilena de la Construcción
- Cámara Chileno-Alemana de Comercio e Industria Camchal
- Cámara Chilena Norteamericana de Comercio
- Cámara de Comercio de Santiago A.G.
- Achef A.G.

ORGANIZACIONES REGIONALES

- Asociación Gremial de Industriales de la V Región
- Cámara Regional del Comercio y la Producción A.G.
- Corporación para la Regionalización del BíoBío
- Cidere BíoBío
- Círculo Gerentes de Bancos V Región
- Junta de Adelanto del Maule
- Cámara de la Producción y del Comercio Concepción A.G.
- Círculo de Ejecutivos Bancarios Antofagasta - Ceba
- Círculo Ejecutivos Bancarios e Instituciones Financieras de Iquique



ORGANIZACIONES INSTITUCIONALES Y COMUNITARIAS

- Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile (ABIF)
- Consejo Empresarial de América Latina (Ceal)
- The Institute of International Finance, Inc. (IIF)
- ABC Deportes
- Club Deportivo Emprendedeportes
- Corporación La Esperanza
- Corporación Renal MATER
- Facultad de Medicina Pontificia Universidad Católica
- Fundación AcciónRSE
- Fundación Astoreca
- Fundación Chile – España
- Fundación Chilenter
- Fundación Chilena del Pacífico
- Fundación Cristo Joven
- Fundación Debra
- Fundación Desafío Levantemos Chile
- Fundación Hogar de Cristo
- Fundación Las Rosas
- Fundación Paz Ciudadana
- Fundación Ronald Mc Donald's
- Fundación Teletón
- Fundación Trabajo en la Calle
- Fundación Villa Padre Alberto Hurtado
- Fundación World Vision
- Municipalidad de Puerto Varas (DAEM) Escuela Epon
- Municipalidad de San Ramón
- Mujer Impacta
- ONG Chiloeduca
- Pontificia Universidad Católica Trabajo País Pastoral
- Sociedad de Asistencia y Capacitación Protectora de la Infancia

Gobierno Corporativo

G4-7

Al cierre del ejercicio 2015, el Banco de Chile contaba con 12.489 accionistas.

Estructura de la propiedad

Los principales controladores del Banco (LQ Inversiones Financieras S.A. e Inversiones LQ-SM S.A. Ltda., perteneciente a Quiñenco S.A. y a Citigroup Inc.) poseen directamente el 25,9% de las acciones del Banco de Chile e indirectamente un 25,3% a través de la Sociedad Matriz Banco de Chile S.A. (SM-Chile). De esta forma, LQ Inversiones Financieras S.A. controla el 51,2% de las acciones del Banco de Chile y de los derechos de voz y voto de la compañía. En el marco del acuerdo de asociación estratégica suscrito entre Quiñenco y Citigroup Inc., para la fusión por incorporación de Citibank Chile a Banco de Chile, Citigroup Inc. se incorporó a la propiedad accionaria de LQIF con un 32,96% de participación e incrementó posteriormente su participación al 50% de dicha sociedad. Un elemento esencial de esta asociación lo constituye el acuerdo que considera que Quiñenco continuará en todo momento como controlador de LQIF y de las sociedades que, directa o indirectamente, esta última controla.

La Sociedad Matriz del Banco de Chile S.A. (SM-Chile S.A.), originada en 1996, es una sociedad abierta, cuyo objetivo es dar solución a la obligación subordinada que tiene con el Banco Central de Chile, a consecuencia de la crisis económica de 1982-1983. SM-Chile S.A. es la sociedad que originalmente era Banco de Chile, el cual fue establecido en 1893 y que creó como filial una nueva entidad bancaria, hoy Banco de Chile, a la que traspasó su nombre, sus activos y sus pasivos, con excepción de la obligación subordinada con el Banco Central de Chile.

Al finalizar el año 2015, SM-Chile S.A. tenía 16.852 accionistas, los cuales ejercen directamente los derechos a voz y voto de las acciones del Banco de Chile de propiedad de la sociedad y de su filial Sociedad Administradora de la Obligación Subordinada S.A. Mientras, Banco de Chile contaba con 12.489 accionistas.

20 PRINCIPALES ACCIONISTAS DE BANCO DE CHILE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

Accionistas	% de Participación
Sociedad Administradora de la Obligación Subordinada Saos S.A.	29,7%
LQ Inversiones Financieras S.A.	26,0%
Sociedad Matriz del Banco de Chile S.A.	12,6%
Banco de Chile por cuenta de Terceros	3,7%
Banchile Corredores de Bolsa S.A.	2,9%
Banco Itaú Chile por cuenta de Inv. Extranjeros	2,8%
Ever 1 Bae SpA	2,2%
Ever Chile SpA	2,2%
J.P. Morgan Chase Bank	2,0%
Banco santander por cuenta de Inv. Extranjeros	1,6%
Inversiones Aspen Ltda.	1,5%
A.F.P. Capital S.A.	0,9%
Metlife Chile Acquisition Co. S.A.	0,8%
A.F.P. Cuprum S.A.	0,8%
A.F.P. Habitat S.A.	0,8%
Inversiones Avenida Borgoño Limitada	0,8%
LarrainVial S.A. Corredora de Bolsa	0,6%
Bci Corredor de Bolsa S.A.	0,4%
Santander S.A. Corredores de Bolsa	0,4%
Inversiones CDP Limitada	0,3%
Subtotal	93,0%
Otros accionistas	7,0%
Total	100,00%



\$72,2

**FUE EL PRECIO
DE LA ACCIÓN
AL CIERRE DE 2015.**

INFORMACIÓN BURSÁTIL

Una de las prioridades del Banco de Chile es crear valor en forma permanente para sus accionistas. Como resultado de esta búsqueda, en 2015 exhibió un desempeño destacado en la Bolsa de Comercio de Santiago, donde la acción Banco de Chile superó el comportamiento del IPSA (ajustado por eventos de capital) y cerró el año con un valor de \$72,2. Además, alcanzó el primer lugar en rentabilidad entre los bancos con participación de mercado en colocaciones superior a 3%, con 21,9% de retorno sobre capital y reservas promedio.

SM-Chile S.A. transa sus acciones en las bolsas de comercio locales y se rige por las disposiciones de la Ley N° 19.396, estando sujeta a la fiscalización de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras. Además, se transan en la Bolsa de Nueva York bajo el programa de American Depositary Receipts (ADR). Al cierre de 2015 existían 96.129.146.433 acciones suscritas y pagadas.

Directorio

Dada la naturaleza de su negocio, Banco de Chile le exige a cada miembro de la institución un comportamiento íntegro, de discreción en el manejo de la información y prudencia en la toma de decisiones, pensando en el bien común. En el caso de los directores, estas exigencias son más importantes aún, y para cumplir con estos lineamientos Banco de Chile tiene un modelo de Gobierno Corporativo cuyo propósito es mejorar progresivamente los mecanismos internos de autorregulación para:

- Asegurar el cumplimiento de la normativa vigente.
- Velar por la adhesión permanente a los valores corporativos.
- Crear valor para todos sus accionistas, clientes, trabajadores, la comunidad y el mercado en general.

El Directorio de Banco de Chile está conformado por 11 directores titulares y dos directores suplentes y es renovado completamente cada tres años. En su sesión ordinaria del 25 de junio de 2015, el Directorio aceptó la renuncia presentada por el director titular y vicepresidente, Francisco Aristeguieta Silva, y designó en su reemplazo, hasta la próxima Junta Ordinaria de Accionistas, a Jane Fraser, quien es CEO de Citigroup Latinoamérica.

El Directorio sesiona en forma ordinaria dos veces al mes, excepto en febrero, cuando se reúne una vez. Al menos una vez en el año el Directorio sesiona en alguna de las sucursales del Banco en el país. En 2015 se reunió en Puerto Varas, Región de Los Lagos, y en Los Ángeles, Región del Biobío, oportunidades en las cuales realizó, además, actividades con clientes, colaboradores y la comunidad. Adicionalmente, cada año realiza un proceso de autoevaluación de su desempeño como órgano directivo, conforme al alcance y forma de calificación, previamente definidos por el Directorio.

Directrices de Gobierno Corporativo

REGULACIONES EXTERNAS

- ✓ Ley General de Bancos.
- ✓ Ley de Sociedades Anónimas.
- ✓ Ley del Mercado de Valores.
- ✓ Normas aplicables de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras y de la Superintendencia de Valores y Seguros.

REGULACIONES INTERNAS

- ✓ Principios Generales de Gobierno Corporativo.
- ✓ Código de Ética.
- ✓ Código de Conducta y Buenas Prácticas de Bancos e Instituciones Financieras.
- ✓ Sistema de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo.

Directorio

PRESIDENTE

Pablo Granifo Lavín

VICEPRESIDENTES

Andrónico Luksic Craig
Jane Fraser

DIRECTORES

Jorge Awad Mehech
Jorge Ergas Heymann
Jaime Estévez Valencia
Samuel Libnic
Jean Paul Luksic Fontbona
Gonzalo Menéndez Duque
Francisco Pérez Mackenna
Juan Enrique Pino Visintainer
Rodrigo Manubens Moltedo
Thomas Fürst Freiwirth

ASESORES DEL DIRECTORIO

Hernán Büchi Buc
Francisco Garcés Garrido
Andrés Ergas Heymann

Alta Administración

(al 31 de diciembre de 2015)

Además del Directorio, las políticas y gestión del Banco son implementadas y lideradas por 12 ejecutivos que forman parte de la Alta Administración. El Gerente General es nombrado por el Directorio y permanece en su cargo mientras así se estime.

ADMINISTRACIÓN

Arturo Tagle Quiroz
Gerente General

Eduardo Ebensperger Orrego
Gerente División Comercial

Alain Rochette García
Gerente División Corporativa
e Inversiones

Juan Cooper Álvarez
Gerente División Banco
CrediChile

Mauricio Baeza Letelier
Gerente División Riesgo Corporativo

Felipe Echaiz Bornemann
Gerente División Global de
Cumplimiento

Cristián Lagos Contardo
Gerente División Personas y
Organización

Oscar Mehech Castellón
Gerente División Contraloría

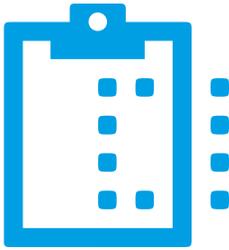
Amando Ariño Joiro
Gerente División Normas y
Procedimientos

Nelson Rojas Preter
Fiscal y Secretario del Directorio

Rolando Arias Sánchez
Gerente División Gestión y Control
Financiero

Ignacio Vera Asís
Gerente División Operaciones
y Tecnología

Andrés Bucher Cepeda
Gerente General de Banchile Corredores
de Bolsa



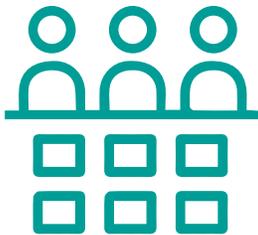
REMUNERACIONES

G4-34
G4-38
G4-51

La remuneración de los directores es aprobada anualmente por la Junta Ordinaria de Accionistas y puede consistir en una o más de las siguientes modalidades: un honorario mensual fijo, dieta por asistencia a sesiones del Directorio o de cualquiera de los comités de apoyo al Directorio, o un incentivo anual fijado por la Junta de Accionistas sujeto a la condición de que el Banco cumpla en dicho período anual con el plan de resultados.

La remuneración de los integrantes del Comité de Directores y Auditoría no puede ser inferior a la remuneración prevista para los directores titulares, más un tercio de su monto, la que también es fijada anualmente por la Junta Ordinaria de Accionistas.

Durante el año finalizado el 31 de diciembre de 2015, el monto total pagado como remuneración al Directorio fue de MM\$ 2.296. No se estableció ninguna provisión para pensión, retiro u otro beneficio semejante para directores u otros altos ejecutivos.



COMITÉS DE DIRECTORIO

En los Comités de Directorio participan uno o más directores, se reúnen periódicamente y colaboran con el Directorio para analizar en profundidad materias específicas, de manera que el máximo órgano de gestión pueda contar con la información necesaria para la discusión y aprobación de políticas y estrategias.

PRINCIPALES COMITÉS¹

Comité de Dirección

- Comité de Directores y Auditoría
- Comité de Gerencia

Comités de Negocios

- Comité de Banco CrediChile
- Comité de Negocios de Personas
- Comité de Negocio Empresas
- Comité de Leasing
- Comité de Factoring
- Comité Ejecutivo de Seguros
- Comité de Finanzas, Internacional y de Riesgo Financiero
- Comité de Calidad de Servicio

Comités de Riesgo

- Comité de Crédito
- Comité de Riesgo de Cartera
- Comité de Prevención de Lavado de Activos
- Comité Superior de Riesgo Operacional
- Comité Riesgo Operacional

Comité de Ética

Comité de Divulgación

¹ Para ver detalles del funcionamiento de cada comité consultar Memoria Financiera 2015, páginas 44 a 50.

PRINCIPIOS GENERALES DE GOBIERNO CORPORATIVO

Los Principios Generales de Gobierno Corporativo consideran materias relativas de funcionamiento y gestión del máximo órgano de gobierno del Banco, de manera de velar por el cumplimiento de sus principios éticos, las normas y lineamientos internos y las regulaciones externas. El documento aborda, entre otros, aspectos referidos al Conflicto de Interés, el Deber y Derecho de Información de los Directores y el rol del Presidente del Directorio y los Comités de Directorio.

Respecto del rol de los directores, menciona su obligación de guardar estricta reserva respecto de los negocios de la Corporación y de la información a que tengan acceso en razón de su cargo, que no haya sido divulgada oficialmente. Del mismo modo, los directores del Banco no pueden usar en beneficio propio o de terceros relacionados, y en perjuicio de la Corporación, las oportunidades comerciales de que tuvieren conocimiento en razón de su cargo. Similares restricciones aplican para los integrantes de los Comités de Directorio, así como para los asistentes a estas reuniones en calidad de invitados o asesores.

Asimismo, plantea explícitamente lineamientos referidos a las operaciones con partes relacionadas y la manera de actuar frente a posibles conflictos de interés tanto de parte de los directores como de los integrantes de los Comités de Directores y asesores; las operaciones de crédito con directores y altos ejecutivos, extensible a sus cónyuges; las prácticas contrarias a la probidad; y regula la administración de la información privilegiada de sus ejecutivos, entre otras.



Políticas y procedimientos aprobados por el Directorio

- ✓ Administración de Información Privilegiada e Inversiones Personales.
- ✓ Donaciones a Partidos Políticos y Candidatos.
- ✓ Operaciones con Partes Relacionadas de General Habitualidad.
- ✓ Política de Donaciones con Fines Sociales y de Beneficencia.
- ✓ Operaciones de Crédito con Directores y Altos Ejecutivos.
- ✓ Política de Acceso no Discriminatorio a Productos de Crédito para Personas Naturales.
- ✓ Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo.
- ✓ Prevención de Prácticas Contrarias a la Probidad.
- ✓ Prohibiciones de Condicionamiento de Productos.
- ✓ Administración de Vehículos Legales.
- ✓ Prácticas Antiboicot.
- ✓ Riesgo Operacional.
- ✓ Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas.

Cumplimiento y Ética

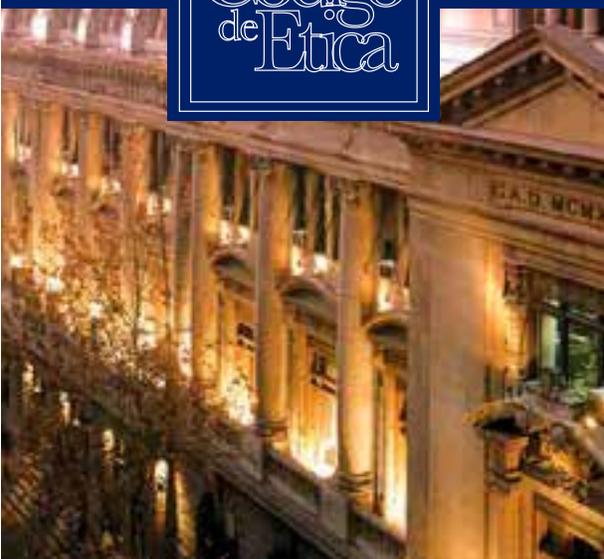
**Banco de Chile
certificó nuevamente
su Modelo de Prevención
de Delitos contemplado
en la ley sobre
Responsabilidad Penal de
las Personas Jurídicas.**

Las prácticas de Gobierno Corporativo del Banco de Chile están regidas por sus estatutos, la Ley General de Bancos, la Ley de Sociedades Anónimas, la Ley de Mercado de Valores, y por las regulaciones de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile y de la Superintendencia de Valores y Seguros. Con el objetivo de implementar dichas prácticas, el Directorio del Banco de Chile aprobó un documento denominado “Principios Generales de Gobierno Corporativo”, que los sintetiza orgánicamente y sirve de base a un conjunto de Políticas y Procedimientos que el Banco ha aprobado progresivamente. Adicionalmente, como consecuencia de la normativa estadounidense Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA), el Banco de Chile implementó procedimientos y controles destinados a identificar a sujetos tributarios estadounidenses o US Persons.

G4-57
G4-58
G4-S03
G4-S04
G4-S05
G4-S08

Respecto de la función de cumplimiento normativo, durante 2015 la División Global de Cumplimiento, que es independiente y que reporta directamente al Comité de Directores y Auditoría, continuó liderando el proceso de implementación y revisión de políticas referentes a temas como Inversiones Personales y Administración de Información Privilegiada, Código de Ética, Relaciones Fiduciarias, Prohibición de Condicionamiento de Productos de Crédito, Ausencia Obligada, Prevención de Prácticas Contrarias a la Probidad y Modelo de Prevención de Delitos contemplados en la Ley sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas, entre otros. Con relación a este último punto, tanto Banco de Chile como sus filiales se encuentran certificados conforme a la citada Ley N° 20.393. En 2015, el Banco fue nuevamente certificado por una entidad independiente, conforme con los requisitos establecidos en la norma señalada, y participó en el proceso de aprobación e implementación de Volcker Rule en Banco de Chile y Banchile Inversiones.

Para la función de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo, el Banco cuenta con una política aprobada y revisada por el Directorio, la cual contempla roles y responsabilidades, una estructura de comités para fines de supervisión y toma de decisiones, con procesos de conocimiento del cliente, con un esquema de monitoreo transaccional y un proceso para generar y enviar los reportes regulatorios a la Unidad de Análisis Financiero. En cuanto a la cobertura del proceso preventivo, éste abarca todos los negocios del Banco, así como los de las filiales. En 2015 se aprobó una nueva política corporativa denominada “Política sobre Personas Expuestas Políticamente”, en línea con lo dispuesto en el nuevo Capítulo 1-16 de la RAN de la SBIF.



Banco de Chile

ACTIVIDAD ANUAL DE ÉTICA 2015

TE INVITAMOS A HABLAR DE ÉTICA CON TU EQUIPO!

5.370
TRABAJADORES
PARTICIPARON EN
LAS INSTANCIAS DE
GESTIÓN EN ÉTICA.

SISTEMA DE GESTIÓN EN ÉTICA

El Banco de Chile cuenta con un sistema de Ética y Transparencia que incluye las actividades del Comité de Ética, la publicación y difusión de un Código de Ética, talleres de capacitaciones en el Código y un mecanismo de denuncias.

El Comité de Ética es responsable de delimitar, potenciar y normar una conducta de excelencia profesional y personal entre todos los miembros del Banco de Chile, acorde con la filosofía y los valores de la corporación. Se reúne en forma cuatrimestral y de acuerdo con las necesidades frente a casos de denuncia o requerimientos internos.

Para la profundización de los temas éticos, Banco de Chile desarrolló en 2014 un programa de capacitación a base de talleres, liderados por cada jefatura llamados Hablemos de Ética. Esta iniciativa busca generar conversaciones abiertas e instancias de reflexión participativa en torno a casos prácticos de ética y de profundización del Código de Ética propio. En 2015, 5.370 trabajadores participaron en estas instancias.

ESTRUCTURA DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS



ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS

Para el Banco de Chile, la Gestión de Riesgo Operacional está estrechamente ligada a los objetivos estratégicos y prioridades del Banco. Su gestión global es un elemento esencial en la estrategia de negocios y es una variable distintiva dentro de la propuesta de valor del Banco y sus filiales. La División de Riesgo Corporativo reporta directamente al Gerente General y es responsable de velar por una gestión integral y consolidada de los riesgos de crédito, de mercado, operacionales y tecnológicos, incluyendo a la matriz y las filiales. Contribuye a dar un gobierno efectivo a los principales riesgos de la corporación, con foco en optimizar la relación riesgo – retorno, velando simultáneamente por altos niveles de solvencia. Además, las distintas gerencias de riesgo gestionan e identifican potenciales pérdidas derivadas del incumplimiento de las contrapartes, del movimiento de factores de mercado o de la falta de adecuación de procesos, personas o sistemas.

Por su parte, la Política de Riesgo Operacional del Banco incorpora el cumplimiento de la legislación vigente emitida por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, consistente con el convenio Basilea II y las exigencias de la Securities and Exchange Commission (SEC), detalladas en la Ley Sarbanes Oxley, específicamente aquellas sobre cumplimiento del proceso de certificación anual del control interno. De acuerdo con esto, el Riesgo Operacional en el Banco de Chile y filiales es administrado y gestionado como una categoría distinta de Riesgo, independiente del Riesgo de Crédito y Riesgo de Mercado. Más detalle de la Gestión de Riesgo y cada ámbito específico de acción está detallado en la Memoria 2015.

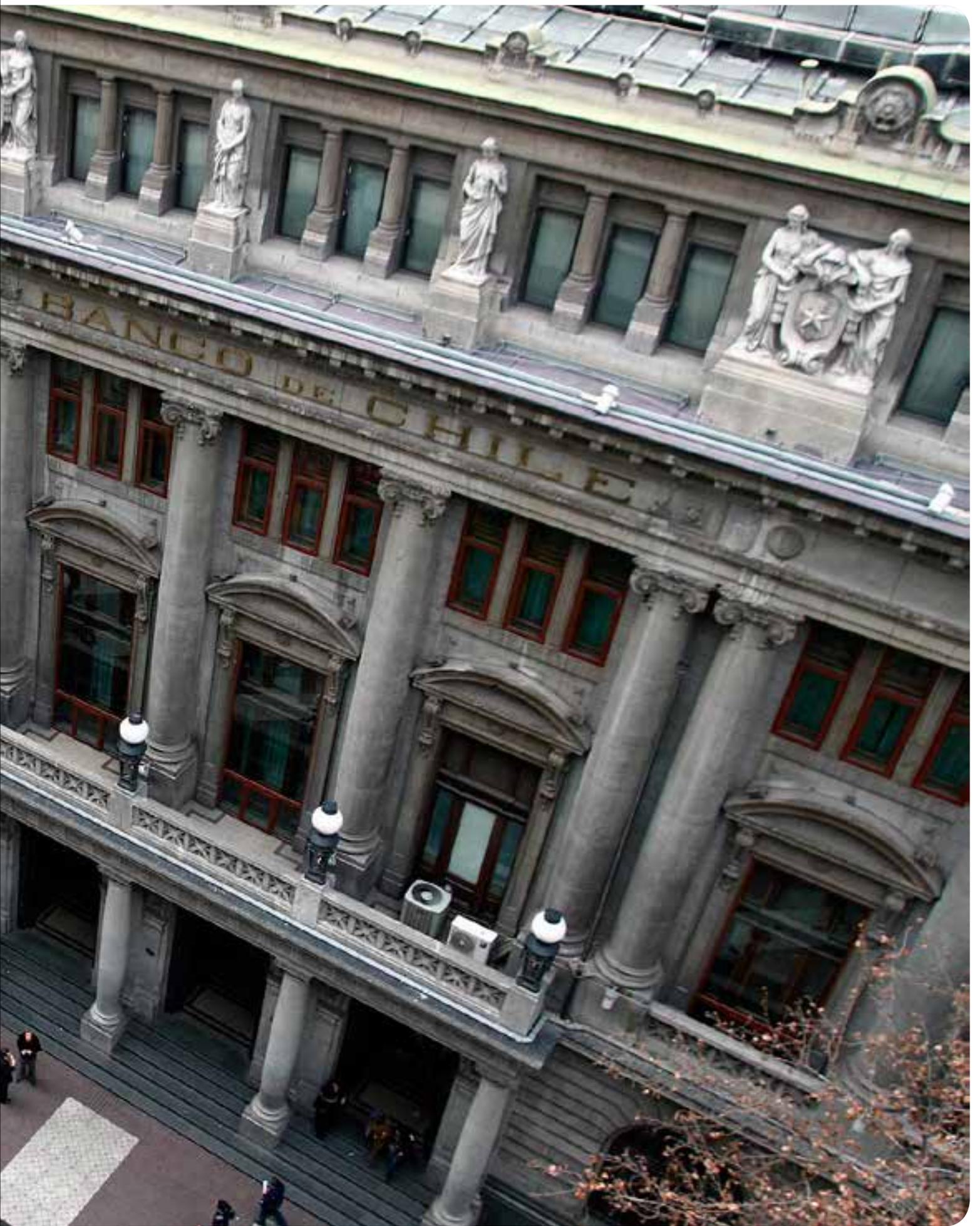


Excelencia

Seguridad
Rentabilidad
Valor
Solidez
Innovación

Capítulo 02
Desempeño
Económico

Confianza
Desarrollo
Inversión



Desempeño Económico

DMA

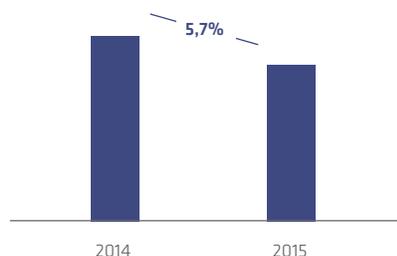
Para ser la mejor inversión para nuestros inversionistas.

La utilidad neta del Banco de Chile durante el ejercicio 2015 alcanzó a \$559 mil millones, equivalente a un retorno sobre capital y reservas promedio de 21,9%, el cual supera en 8,1 puntos porcentuales el promedio obtenido por el sistema bancario. Lo anterior es resultado de una estrategia orientada al cliente y una gestión comercial ágil, las que en conjunto permitieron sustentar los volúmenes de negocios. Cabe destacar que esto fue apalancado en el fortalecimiento que se hizo de la propuesta de valor, destacando los avances en innovación digital y alianzas estratégicas de largo plazo.

OTROS DE LOS HITOS DE LA GESTIÓN 2015 LO CONSTITUYEN:

RESULTADO EJERCICIO UTILIDADES

Utilidad neta



RÉCORD EN COLOCACIÓN DE BONOS PROPIOS DE LARGO PLAZO

por más de UF 50 millones y el aumento en la participación del mercado Minorista en el portafolio del Banco.

18,3% PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN COLOCACIONES TOTALES

Posición de mercado relevante en todos los productos y servicios financieros que proveemos, incluyendo colocaciones, cuentas corrientes, depósitos y fondos mutuos, entre otros, nos permite contar con economías de escala para competir eficazmente en el mercado.

2,5X COBERTURA¹ DE PROVISIONES

1,22% MOROSIDAD² SOBRE CARTERA VENCIDA

Una de las instituciones financieras chilenas con la mayor calidad crediticia en su cartera de préstamos. El desafío para la gestión 2016 estará en el reforzamiento de la estrategia de negocios, a fin de hacerla sustentable en el tiempo y enfrentar un entorno altamente desafiante.

A+ STANDARD & POOR'S Aa3 MOODY'S

Banco privado con la mejor clasificación internacional de riesgo de Latinoamérica.

¹ Provisiones por riesgo de crédito (incluyendo provisiones adicionales) sobre colocaciones con morosidad de 90 días o más.

² Colocaciones con morosidad de 90 días o más sobre colocaciones totales.

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

El valor económico generado por el Banco de Chile se destina a gastos operacionales, pago de sueldos y beneficios a trabajadores, pago a proveedores de capital, pago de impuestos al Estado, aportes a la Superintendencia de Bancos y aportes a la comunidad.

VALOR ECONÓMICO GENERADO (MM\$)

	2013	2014	2015
Ingresos operacionales totales	2.020.493	2.269.322	2.157.231
Ingresos operacionales	2.018.422	2.266.461	2.153.559
Resultado por inversión en sociedades	2.071	2.861	3.672

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (MM\$)

	2013	2014	2015
Gastos operacionales	-285.265	-316.081	-330.277
Gastos de administración y otros	-256.356	-285.580	-300.740
Depreciaciones y amortizaciones	-28.909	-30.501	-29.537
Sueldos a trabajadores y beneficios	-323.236	-384.512	-381.388
Pago a los proveedores de capital	-1.147.465	-1.272.172	-1.177.710
Accionistas (dividendos)	-343.455	-368.120	-367.444
Proveedores de recursos financieros	-804.010	-904.052	-810.266
Pagos al Estado (impuesto a la renta)	-85.501	-63.629	-66.159
Aporte Superintendencia de Bancos	-6.949	-7.609	-8.084
Aportes a la comunidad	-1.929	-2.358	-2.060
Valor Económico Retenido	170.148	222.961	191.553

La mayor parte de los ingresos se destinó a pago de proveedores de capital, lo que corresponde a un 59,9% del valor económico distribuido. Un 19,4% se destinó a sueldos y beneficios a trabajadores, un 16,8% a gastos operacionales, un 3,4% a pagos al Estado y un 0,1% a aportes a la comunidad.

APORTE FINANCIERO RECIBIDO DEL ESTADO

Los aportes del Estado al Banco de Chile son principalmente: créditos por contribuciones de bienes raíces, los que en 2015 fueron de \$2.350 MM, un 51 % menos que los recibidos el año anterior (\$4.800 MM); créditos por capacitación, los cuales ascendieron a \$1.600 MM, ello significa \$111 MM más que lo registrado el año anterior; créditos tributarios asociados a donaciones, los que fueron \$476 MM, esto es un 18,7% más que los recibidos en 2014 (\$401 MM), y finalmente, por concepto de créditos por compra de activo fijo, los aportes financieros recibidos desde el Estado durante el presente período fueron de \$22 MM, igual cifra que la percibida el año anterior.

Capítulo **03**
Cientes

Beneficios
Compromiso
Excelencia

SOLUCIONES
Satisfacción
Servicio
Seguridad
Calidad

Alianzas
Digital
Confianza
Multicanalidad
Dinamismo





Productos y Servicios

DMA

Generar relaciones de confianza y de largo plazo con sus clientes.

La estrategia comercial de Banco de Chile tiene como objetivo generar relaciones de confianza y de largo plazo con sus clientes, anticipándose a sus necesidades y entregando soluciones diferenciadas a través de un servicio de calidad, ágil e íntegro.

Su modelo de creación de valor se basa en ofrecer soluciones integrales para satisfacer las necesidades de financiamiento, ahorro, inversión, asesoría y administración de efectivo de personas y de empresas de todos los tamaños. La escala y diversidad de negocios, el liderazgo de mercado y la conectividad internacional, entre otras fortalezas, le permiten al Banco generar relaciones de largo plazo con los clientes, significativo valor económico para sus accionistas y oportunidades de desarrollo para sus trabajadores y la comunidad.

Con el fin de fortalecer la relación de cercanía con los clientes y continuar ofreciendo productos y servicios que respondan a sus necesidades, durante 2015 la Gerencia de marketing tuvo un cambio de estructura que implicó la creación de la Gerencia de fidelización (fidelización y alianzas), la Gerencia responsable de medios de pagos (tarjetas y cuentas), y la Gerencia responsable de productos tradicionales (ahorro, crédito e inversión).

Productos

Mediante un enfoque de banco universal y multimarca, Banco de Chile ofrece a sus clientes propuestas de valor especializadas basadas en:





Más innovación y tecnología

Un hito relevante de la gestión 2015 del Banco lo constituyeron los avances en el ámbito del desarrollo tecnológico, aplicando innovaciones y las mejores prácticas en la gestión de recursos, lo que ha impactado en una mayor eficiencia y en menores tiempos de respuesta. El trabajo realizado en esta área fue reconocido internacionalmente por la Federación Latinoamericana de Bancos –por su contribución al desarrollo del mercado financiero en la región– y por las publicaciones Global Banking & Finance Review y Global Finance, destacando a Banco de Chile como la mejor banca digital del país.

Mercado Minorista



Segmento Personas y Pymes



Ofrece productos y servicios dirigidos a:

- Personas de ingresos medios y altos
- Pequeñas y medianas empresas con ventas anuales hasta MM\$1.600

DESEMPEÑO 2015 DEL SEGMENTO PERSONAS

El foco de gestión en este segmento estuvo centrado en el desarrollo de iniciativas orientadas a profundizar el conocimiento del cliente, potenciar la multicanalidad y reforzar la calidad del servicio desde la perspectiva de una experiencia multidimensional en la relación cliente – banco. Todo lo anterior, apalancado en la incorporación de innovación en la oferta de valor.

Durante 2015 se continuó potenciando la Banca Móvil, sumando a las aplicaciones Mi Banco, Mi Pago y Mi Beneficio, las nuevas funcionalidades Mi Cuenta, Mi Pass y Mi Seguro. Al cierre de 2015, las aplicaciones contabilizaban cerca de 910 mil descargas (Mi Cuenta 85.800, Mi Seguro 2.640, Mi Pass 4.000 y Mi Banco 821.000). Esta estrategia de innovación en canales ha sido valorada tanto por los clientes como a nivel internacional, por la Federación Latinoamericana de Bancos –por su contribución al desarrollo del mercado financiero en la región– y por las publicaciones Global Banking & Finance Review y Global Finance, como la mejor banca digital del país.

Otro hito relevante de la gestión 2015 lo constituyó el lanzamiento de la Nueva Banca Digital (plataforma web del Banco de Chile), en la cual se han utilizado metodologías de trabajo innovadoras para su desarrollo y mantención, lo que ha permitido generar un producto adaptado a las necesidades y experiencias de los clientes. Se espera que el 100% de sus funcionalidades esté disponible el tercer trimestre de 2016.

En lo referido al programa de fidelización de clientes, en 2015 se concretaron alianzas estratégicas con las aerolíneas Delta (a partir de julio) y Sky Airlines (a partir de noviembre), a través de las cuales más de un millón de clientes de tarjeta de crédito pueden canjear sus puntos TravelClub acumulados por compras con las tarjetas, por kilómetros o pasajes para vuelos locales e internacionales.

A través de este programa, el Banco está conectando a sus clientes con el mundo, para en 2016 ampliar el alcance del programa SkyMiles al segmento pymes y empresas, sumando así los viajes de negocios.



DESEMPEÑO 2015 DEL SEGMENTO PYMES

Reafirmando el compromiso del Banco con el desarrollo del país, en 2015 se ha potenciado su apoyo al crecimiento y progreso de las pequeñas y medianas empresas. En esta línea, uno de los pilares del valor ofrecido para el segmento Pymes ha sido la asesoría que complementa la oferta tradicional de crédito, realizándose 75 encuentros Pyme en 43 ciudades del país, los que contaron con la participación de 7.255 personas.

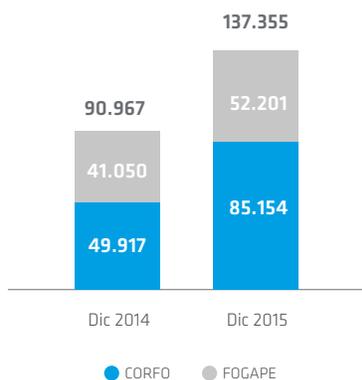
Un segundo pilar de la oferta de valor son las alianzas estratégicas con universidades, cuyo objetivo es entregar apoyo experto a las Pymes en temas de gestión empresarial. En 2015, a través del Programa Compite +1000 de la Universidad Adolfo Ibáñez, Endeavor-eClass y del Programa de Desarrollo de Empresarios de la Universidad de los Andes, fueron asesorados un total de 3.241 pequeños y medianos empresarios, quienes pudieron participar de alguno de los 13 programas y cursos ofrecidos. Para 2016, se espera ampliar la oferta de los programas de asesorías, con el fin de llegar al 20% de los clientes Pymes del Banco.

El tercer pilar lo constituye el acceso a condiciones de financiamiento con las Garantías Estatales CORFO y FOGAPE, orientadas a fomentar el desarrollo de las Pymes. Durante el presente período (año 2015), se aumentó en un 50% el total de créditos comerciales con garantía estatal CORFO FOGAIN y FOGAPE. Lo anterior, fruto del foco comercial en los productos con este tipo de garantías.

Cabe destacar, además, la invitación que les hizo el Banco de Chile a sus clientes Pymes, quienes pudieron participar en el pabellón chileno de la Expo Milán 2015, evento del cual el Banco es auspiciador oficial. Para ello, los pequeños y medianos empresarios interesados debieron postular argumentando por qué ellos deberían ser los elegidos. Se recibieron 1.700 postulaciones, de las que finalmente fueron elegidas 15, para viajar y participar de esta importante instancia de generación de redes y oportunidades de negocio.



MONTOS CRÉDITOS CON GARANTÍA MM\$



CORFO INVERSIÓN Y CAPITAL DE TRABAJO (FOGAIN)¹

Este programa respalda las operaciones de crédito entregando una garantía de hasta un 80% del monto financiado. Financia capital de trabajo o proyectos de inversión.

FONDO GARANTÍA PEQUEÑO EMPRESARIO (FOGAPE)²

El FOGAPE es un instrumento estatal que permite acceder a financiamiento con fines productivos (capital de trabajo o inversión), como un respaldo que otorga el Estado a los créditos de los microempresarios. Por esto, se requiere acreditar el correcto uso de los recursos de acuerdo a su fin productivo.

¹ y ² Más información www.bancochile.cl



o de Il
y
ané

Savoy

pepsi.



pepsi
PAN
ABARROTES
CONFITES
PEPSI

Caja Chile

Banco CrediChile

VISA

MasterCard

NetBank

Chilacaja

Bocanodon
\$850

Lipton
\$1500
Si Pides agua

BUENO POR NA

Segmento de Consumo Masivo



Ofrece productos y servicios dirigidos a:

- Trabajadores dependientes y pensionados de segmentos C3 y D
- Microempresarios

Banco CrediChile ofrece una amplia gama de productos y servicios financieros, entre los que destacan: créditos de consumo, tarjetas de crédito, créditos hipotecarios, créditos para microempresarios, cuentas vista, seguros de vida y generales, servicio de abono de remuneraciones y cuentas de ahorro.

Banco CrediChile, la división consumo del Banco de Chile, como parte de su compromiso de ampliar el acceso de las personas a los servicios financieros, desarrolló diversas acciones tendientes a reforzar su oferta de servicios, destacando un fuerte impulso a "CuentaChile", una cuenta a la vista que potencia la bancarización y permite a sus usuarios utilizar diferentes productos y beneficios (como giros, ahorro y descuentos), así como hacer uso de la amplia red de 2.138 Cajas Chile a lo largo del país.

En la red Caja Chile, el sistema de corresponsalías del Banco CrediChile se extendió durante 2015 hasta llegar a 264 comunas, lo que representa una cobertura del 76% de los municipios de Chile, muchos de ellos ubicados en sectores remotos del país.

El principal desafío para Banco CrediChile es pasar de ser un Banco transaccional, históricamente enfocado en créditos de consumo, a uno relacional, enfocado en el cliente y que no sólo atiende a las personas, sino también a las microempresas y empresas de Chile.

EJES ESTRATÉGICOS DEL BANCO CREDICHILE

- Fortalecer la propuesta de valor, a través de CuentaChile.
- Masificar el uso de canales remotos.
- Profundizar la responsabilidad social empresarial, mediante transparencia comunicacional y educación financiera;
- Potenciar alianzas y convenios con empresas.
- Continuar con la consolidación de la posición en el segmento microempresas.
- Optimizar excelencia operacional.



Mercado Mayorista

Segmento de Banca Mayorista, Grandes Empresas e Inmobiliarias



Ofrece productos y servicios dirigidos a:

- Empresas nacionales y multinacionales con facturación anual entre MM\$1.600 y MM\$70.000.



Atiende a sus clientes a través de cuatro áreas especializadas, las que ofrecen una completa gama de productos, destacando, entre otros: Créditos Comerciales, Productos de Pago, Comercio Exterior, Leasing, Factoring, Productos de Tesorería (como Spot, Forwards y Estructurados), además de Inversiones y Asesorías Financieras.

BANCA MAYORISTA, GG.EE. E INMOBILIARIA

El 2015 fue un año de consolidación de su modelo comercial, lo que se reflejó en 19.900 visitas a clientes realizadas -100% de la cartera- y una tasa de recomendación por sobre 80%. Lo anterior coloca al Banco como el principal proveedor de servicios financieros de las empresas más importantes del país.



EJES ESTRATÉGICOS DE BANCA MAYORISTA, GRANDES EMPRESAS E INMOBILIARIAS

- Incrementar la eficiencia y productividad comercial.
- Aumentar el cruce de negocios con los segmentos de Personas, vía convenios de pagos de remuneraciones y proveedores.
- Acompañar a los clientes en sus planes de crecimiento regional.
- Desarrollar soluciones especializadas y potenciar canales remotos de atención.
- Continuar potenciando el modelo de sistematización comercial, como centro del desarrollo del negocio.





SEGMENTO DE BANCA CORPORATIVA E INVERSIONES



Ofrece productos y servicios dirigidos a:

- Empresas nacionales y multinacionales con facturación anual sobre MM\$70.000.

La Banca Corporativa e Inversiones ofrece productos de financiamiento a distintos plazos, servicios de banca transaccional tales como administración de cuenta corriente, pagos, recaudaciones, representación y custodia de activos, tanto en Chile como en el exterior; productos de banca de inversión, mercado de capitales, cobertura de riesgos financieros (derivados), así como asesoría en aperturas a la Bolsa, aumentos de capital, compra y venta de paquetes accionarios, colocaciones de capital privado, ofertas públicas de acciones, fusiones/adquisiciones, valorización de negocios y emisiones de bonos y créditos sindicados. A su vez, gestiona la relación de negocios con los bancos corresponsales, lo cual permite el acceso a fuentes de financiamiento bancario en el exterior, así como también la materialización de distintos negocios entre bancos.

DESEMPEÑO 2015 BANCA CORPORATIVA E INVERSIONES

Durante 2015 se incorporaron nuevos procesos y procedimientos orientados a mejorar la calidad de servicio, cuyos resultados se vieron reflejados en un índice de recomendación por sobre 80% para la Banca Corporativa.

EJES ESTRATÉGICOS DE BANCA CORPORATIVA E INVERSIONES

Mantener el liderazgo, a través de:

- Las mejores soluciones locales, regionales y globales para los clientes.
- El desarrollo de productos y servicios innovadores, integrales y personalizados.
- La distribución simple y efectiva de productos y servicios, con asesoría estratégica a los clientes.
- El apoyo a clientes locales en emprendimientos regionales y a multinacionales en incursiones en Chile.
- Una estrategia de evolución continúa en soluciones y experiencia de cliente en canales de atención remota.

EJES ESTRATÉGICOS DE TESORERÍA

- Generar soluciones para los clientes a través de productos financieros.
- Ampliar la cobertura de la plataforma de compra y venta de divisas.
- Aumentar la capacidad de distribución del área de Ventas y Estructurados.
- Continuar la diversificación de las fuentes de financiamiento.

TESORERÍA



La Tesorería ofrece una amplia gama de productos asociados a la administración de activos y pasivos, dirigidos principalmente a:

- Institucionales, clientes multinacionales, corporativos, mayoristas y grandes empresas.
- Personas naturales de Bancas Privada y Preferente.

DESEMPEÑO 2015 TESORERÍA

Durante 2015, su foco de trabajo estuvo en la preparación, de cara al nuevo marco regulatorio del sector. Es así como se logró la implementación de la infraestructura y las competencias necesarias para cumplir con Dodd Frank³, Volker Rule⁴, Emir⁵ y la normativa de liquidez local, basada en Basilea III.

Cabe destacar que durante el período, Tesorería marcó un hito en la colocación de bonos al lograr materializar más de UF 50 millones en emisiones.

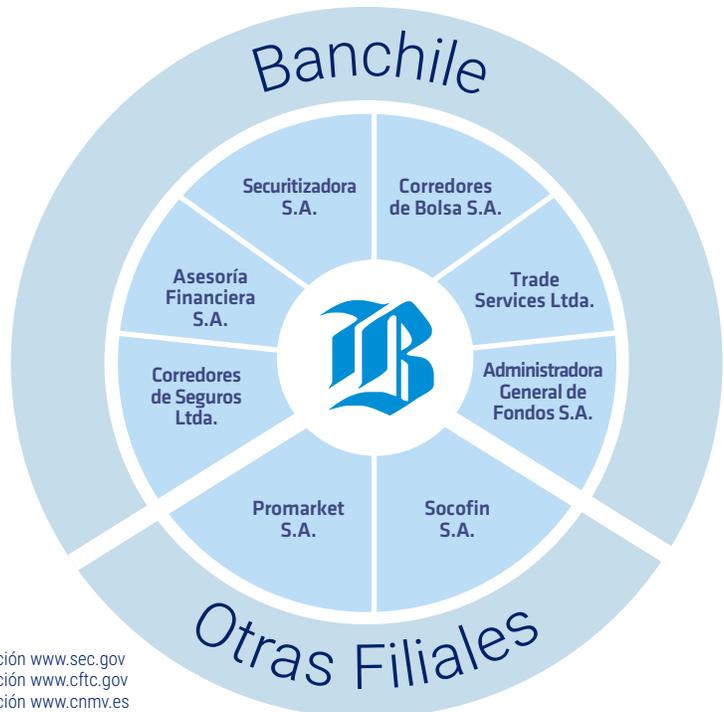
Filiales



Las Empresas Filiales ofrecen servicios financieros complementarios a las actividades propias del Banco. Están compuestas por:

EJES ESTRATÉGICOS DE FILIALES

- Complementar la oferta de valor de Banco de Chile, a través de servicios financieros especializados.
- Apalancar la cartera de clientes de Banco de Chile, mediante propuestas de valor potenciadas de servicios de corretaje de valores, gestión de fondos mutuos e inversión, y asesoría financiera y corretaje de seguros, entre otros.
- Mantener un foco permanente en el cliente, alineando estrategia, cultura y valores.



³ Más información www.sec.gov

⁴ Más información www.cftc.gov

⁵ Más información www.cnmv.es



Calidad y seguridad del servicio

DMA



FOCO ESTRATÉGICO EN ALTA CALIDAD DE SERVICIO

- Un banco que escucha.
- Que orienta sus productos y servicios al cliente.
- Que adopta las mejores prácticas de servicio.
- Que establece vínculos emocionales en base a la experiencia.
- Que privilegia la cercanía y satisfacción de sus clientes.

Un servicio de calidad

Las empresas están afrontando hoy una menor fidelidad a las marcas y mayores exigencias en relación a la calidad y a la transparencia por parte de todos los sectores económicos. Frente a este desafío, el Banco de Chile se ha planteado una estrategia de servicio centrada en el cliente, estableciendo vínculos emocionales con ellos sobre la base de una experiencia de atención positiva.

Durante 2015 el Banco trabajó en permanentes programas de entrenamiento del personal, y en la modificación de sus modelos de atención en sucursales, al potenciar el rol de asesor, poniendo al cliente en el centro. Este trabajo se tradujo en un avance de 3,07 puntos en el índice de recomendación neta (Net Promoter Score) en relación al registrado en 2014.

EL TRABAJO REALIZADO EN CALIDAD SE VIO REFLEJADO EN LA MEJORA DE DIVERSOS INDICADORES

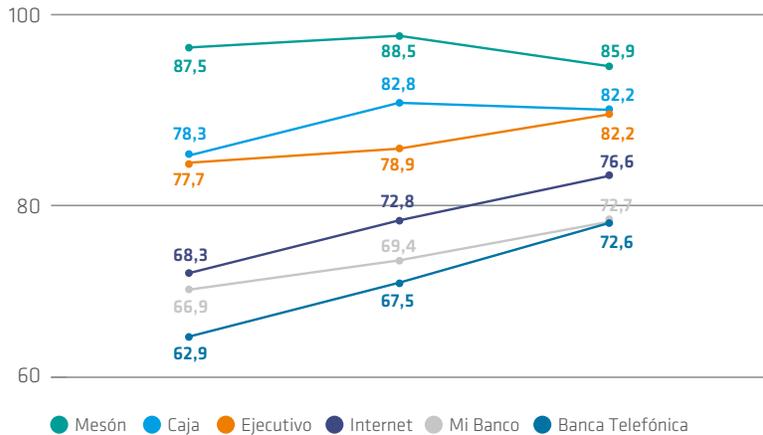
RECOMENDACIÓN NETA

(% años 2013-2015)



SATISFACCIÓN CANALES DE ATENCIÓN

(% años 2013-2015)



Las mediciones de satisfacción de servicio -desagregadas por canal- que realizó el Banco muestran una baja relevante en el canal internet, lo que responde principalmente a un cambio tecnológico realizado a fines de 2014 que continuó impactando el primer semestre de 2015, pero que se empezó a revertir al finalizar el período.

Adicionalmente, se evidenció una baja de 1,2 puntos en el índice de fuga de clientes, en relación al período anterior⁵.

DESERCIÓN ACUMULADA

(Tasa de fuga 2014-2015)



En lo referido a reclamos, cabe destacar que la tasa de reclamos de SERNAC⁶ vinculados con el Banco de Chile ha continuado su tendencia a la baja, ubicándose en el quinto lugar dentro de la industria como uno de los bancos con menor índice de reclamos⁷. Esta tendencia a la baja también se refleja en el índice de reclamos por cada 10.000 clientes, el que se ubicó en 1,9 al finalizar 2015, lo que significa una baja de 0,7 puntos en relación a lo registrado en 2014.

EVOLUCIÓN CANTIDAD DE PROBLEMAS⁸ Y RECLAMOS⁹ (2012-2015)



⁵ El índice NPS 2015 es el resultado de las encuestas realizadas a 67.608 clientes.

⁶ Índice por cada 10.000 clientes.

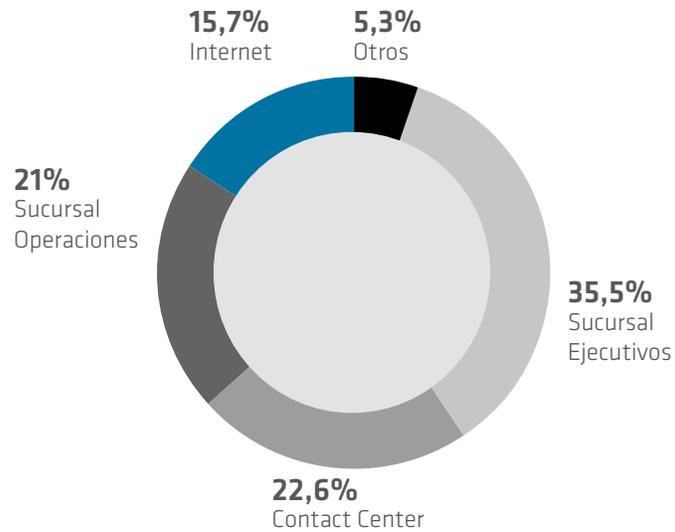
⁷ Cifra a junio de 2015.

⁸ Problema: es un requerimiento por parte del cliente, el cual, al ser solucionado, no llega a convertirse en reclamo.

⁹ Reclamo: el cliente se contacta con un canal y al no resolverse su solicitud ingresa como reclamo por alguno de los diferentes canales que posee el Banco.



REQUERIMIENTOS RECIBIDOS POR CANAL (2015)



El Banco de Chile cuenta con herramientas que le permiten llevar un control de todos los problemas y requerimientos planteados por sus clientes a través de sus diferentes canales de comunicación. Al finalizar 2015, el 33,5% de los requerimientos fué recibido a través de los ejecutivos presentes en las sucursales.

Los principales desafíos de la gestión del área para 2016 estarán en el fortalecimiento del canal Internet, el desarrollo de procesos para mejorar la experiencia del cliente, potenciar el efecto multicanal según el cual, no importando el canal por el cual el cliente se relacione con el Banco, éste debería recibir el mismo estándar de servicio y resolver sus requerimientos lo antes posible.

Seguridad y confianza

El modelo de negocio del Banco se ha basado en posicionarse como una marca confiable, solvente y segura. Es así como ha centrado sus esfuerzos en la optimización y seguridad de sus operaciones. Con estos propósitos, se automatizó el llenado de documentos junto con la implementación del visado y canje por imágenes.

Paralelamente, se renovó el 60% del parque de cajeros automáticos, adoptando mayores estándares de seguridad (DL222), y se habilitaron terminales transaccionales en Servipag para transacciones de giros. Cabe destacar, también, los avances en el ámbito del desarrollo tecnológico del Banco, aplicando innovaciones y las mejores prácticas en la gestión de recursos, permitiendo mayor eficiencia y menores tiempos de respuesta.

60%
DEL PARQUE DE CAJEROS AUTOMÁTICOS SE RENOVÓ PARA INCORPORAR MAYORES ESTÁNDARES DE SEGURIDAD.

Transparencia y Diálogo

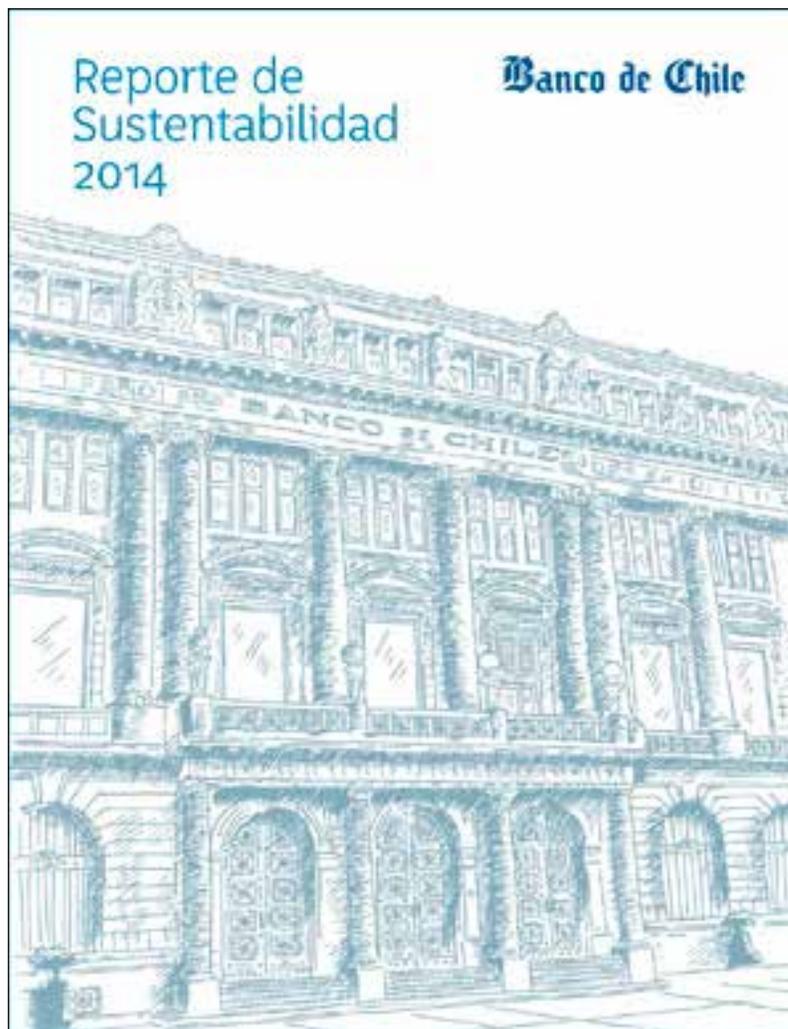
El año 2015 se elaboró el Reporte de Sustentabilidad de acuerdo a criterios GRI en su versión G4, y el suplemento para instituciones financieras.

En el marco de la Política de Calidad y Transparencia, el Banco de Chile cuenta con una estructura interna¹⁰ para asegurar la transparencia de la información sobre sus políticas, productos y servicios.

Cabe destacar que, dentro de la política de transparencia del Banco, el concepto de “Publicidad responsable” es el pilar que guía todas sus acciones de marketing. Los principales compromisos adquiridos en su publicidad son: desarrollar productos y servicios responsables; comunicar promociones de productos y servicios reales y no engañosas. Asimismo, la institución no apoya temas que separen al país, tales como iniciativas sexistas que denigren a las personas, imágenes que generen lástima, y del mismo modo evita apoyar a movimientos que puedan incitar al desorden público.

Al igual que en años anteriores, el Banco continuó trabajando a favor de la transparencia con la comunidad financiera. En este sentido, se puso especial atención en:

- Entregar información relevante, tanto en inglés como en español, dirigida a sus accionistas, inversionistas y el público en general a través de su sitio web (www.bancochile.cl).



- Publicar mensualmente los Estados Financieros Consolidados, los cuales se encuentran disponibles dentro de los primeros nueve días hábiles de cada mes.
- Elaborar y difundir trimestralmente un análisis financiero acompañado de una conferencia telefónica a la cual pueden acceder tanto inversionistas como el público en general.
- Emisión temprana de los Estados Financieros Anuales.
- Publicar todos los años en el sitio web del Banco la Memoria Anual, tanto en inglés como en español y el Reporte 20F, requerido por la Securities and Exchange Commission de EE.UU.
- Publicar anualmente el Reporte de Sustentabilidad en versión impresa y en el sitio web del Banco de Chile.

FOCO ESTRATÉGICO DE EXCELENCIA OPERACIONAL

- Un banco sin papeles.
- Con controles automatizados.
- Con bajos costos de procesos.
- Con tiempos que se cumplen.
- Con información oportuna, abundante y accesible.
- Sin interrupciones.
- Rápido para incorporar tecnologías nuevas y de máxima seguridad.

¹⁰ Para mayores detalles ver Reporte de Sustentabilidad 2014.

Cultura
Compromiso

Capítulo 04
Trabajadores

DESARROLLO
Solidez
Clima
Talentos
Capacitación

APOYO
Beneficios
Confianza
Reconocimiento
Excelencia





Trabajadores:

Construyendo el mejor lugar para trabajar

Las grandes corporaciones las hacen las personas que las integran.

DMA

El Banco de Chile quiere ser una Corporación donde el trabajo resulte desafiante y atractivo. Para ello, fomenta el desarrollo permanente de sus trabajadores, la adecuada retroalimentación de sus labores, reconociendo el trabajo bien hecho y capacitándolos para que mejoren sus competencias.

En 2015, la División Personas y Organización se reestructuró, pasando de cinco a tres gerencias. De esta forma, en la nueva organización están la Gerencia de Desarrollo de Personas, la Gerencia de Organización y Compensaciones y la Gerencia de Administración y Relaciones Laborales. Los objetivos de esta División son fortalecer el foco en el cliente por parte de todas las áreas, comerciales y de apoyo e identificar y reconocer el desempeño destacado a través de mejoras en los instrumentos de evaluación de desempeño, de manera tal que aumenten la cobertura y profundidad en la gestión del talento, a través de todo el ciclo de vida de la persona.

En el período también se implementó un modelo de información e indicadores que permite la mejor gestión del Capital Humano. También se puso en marcha un piloto en la red de sucursales de Banco de Chile, Red Edwards y Banchile Corredora de Seguros, con foco en información e indicadores de gestión para una mejor relación con los trabajadores.

Además, se realizó, en conjunto con las distintas áreas de la División Personas y Organización, el diseño, evaluación e implementación del modelo de Sucursal Integral en la red de sucursales Banco de Chile y Red Edwards, cuyo objetivo es integrar definitivamente las plataformas comerciales y de servicios en un solo equipo de sucursal, liderado por un responsable (agente) que asegure la gestión integral de los clientes en todo su ciclo de vida. Para ello se revisaron las principales funciones de Jefe Zonal Comercial, Jefe Zonal Servicios, Agentes y Ejecutivos, redefiniendo roles hacia el modelo de Sucursal Integral. Esta medida implicó nombrar a 117 Jefes de Servicio en un nuevo rol como Jefe de Gestión Cliente y cambiar su dependencia desde los Zonales de Servicios hacia los Agentes en los sistemas del Banco.

DIVISIÓN PERSONAS Y ORGANIZACIÓN

Gerencia de Desarrollo

- Reclutamiento
- Selección
- Entrenamiento y formación
- Desarrollo organizacional
- Comunicaciones internas
- Administración de las personas en su ciclo de vida
- Gestión del cambio para proyectos críticos

Gerencia de Compensaciones

- Estrategia de compensaciones
- Gestión de curvas salariales
- Comisiones y rentas variables
- Evaluaciones de cargos
- Diseño organizacional
- Gestión de los beneficios de calidad de vida
- Salud organizacional

Gerencia de Administración y Relaciones Laborales

- Procesos de contratación
- Remuneraciones
- Finiquitos
- Procesos legales
- Administración de derechos laborales
- Beneficios colectivos
- Relaciones sindicales



Generando empleo de calidad

G4-10
G4-LA1
G4-LA12
G4-HR3

Banco de Chile está formado por:

11.323

TRABAJADORES,
LO QUE EQUIVALE A
UN AUMENTO DE 1%
RESPECTO DEL AÑO
PRECEDENTE.

71%

SE CONCENTRA
EN LA REGIÓN
METROPOLITANA.

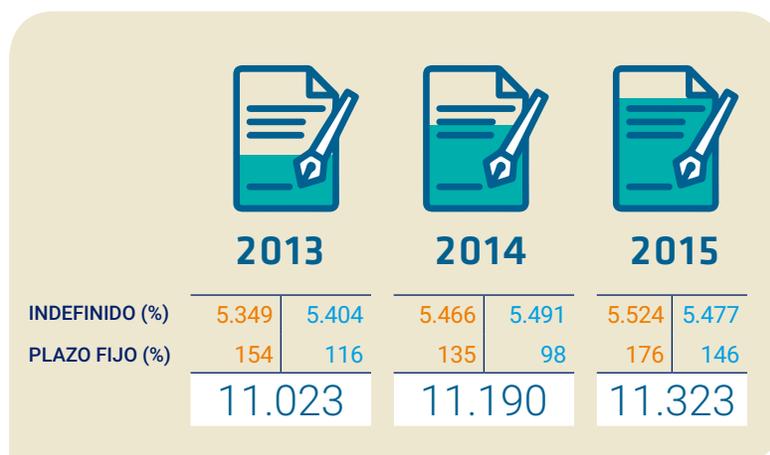
50,34%

SON MUJERES

11%

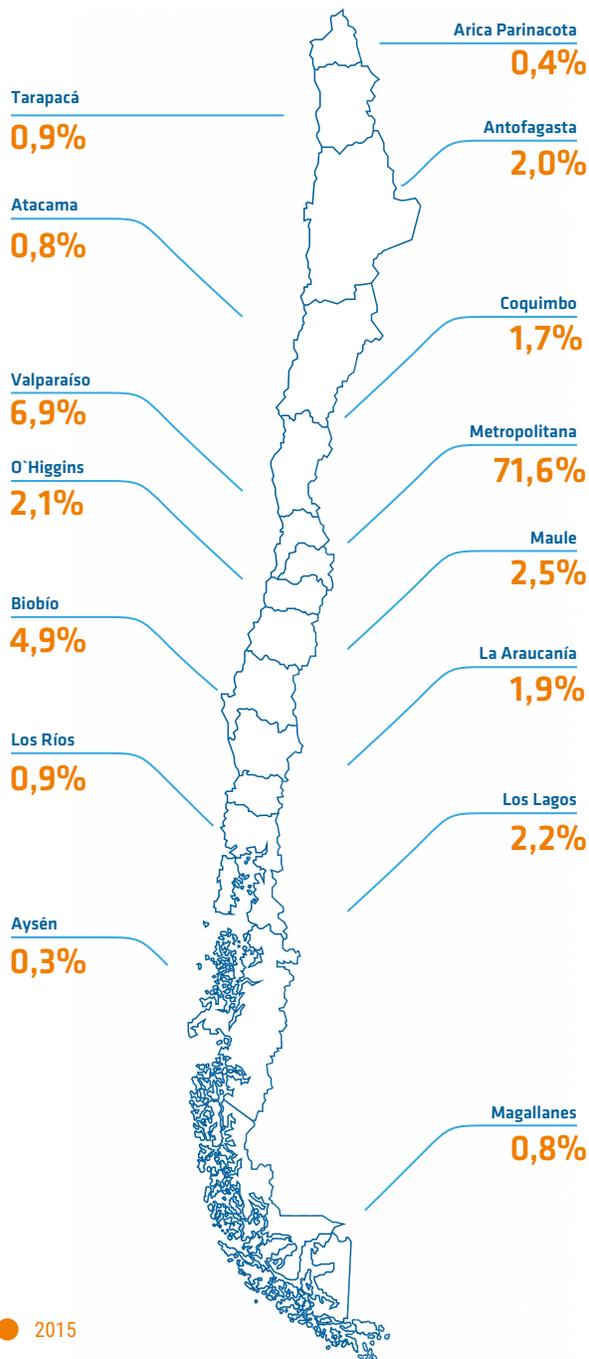
FUE LA ROTACIÓN
PROMEDIO ANUAL
EN 2015

DOTACIÓN TOTAL POR TIPO DE CONTRATO Y DEPENDENCIA



● Mujeres ● Hombres

DISTRIBUCIÓN DOTACIÓN POR ÁREA GEOGRÁFICA*



*No considera filiales

DISTRIBUCIÓN DOTACIÓN SEGÚN GÉNERO 2015



ROTACIÓN* SEGÚN RANGO DE EDAD

	2013	2014	2015
Igual o menor a 30 años	18%	14%	25%
Entre 30 y 50 años	11%	8%	8%
Mayor de 50 años	7%	8%	4%

ROTACIÓN SEGÚN GÉNERO 2015¹



ROTACIÓN POR ESTAMENTO

	2013	2014	2015
Gerentes	11%	17%	5%
Jefes	9%	6%	7%
Profesionales	14%	10%	11%
Técnicos	14%	12%	12%
Administrativos	10%	8%	12%

¹ Rotación de empleados es igual al porcentaje de empleados que han dejado la compañía en un año dado (empleados que se han marchado/ empleados a la finalización del año anterior*100). No se incluyen jubilaciones y fallecimientos.

Relaciones Laborales

G4-11
G4-HR4



El Banco de Chile garantiza el pleno ejercicio de la libertad sindical con apego a la legislación que la regula y a sus lineamientos internos. Para ello establece orientaciones y compromisos que guían el actuar del Banco en los distintos niveles de su estructura con los sindicatos y frente al cumplimiento de la normativa laboral. Adicionalmente, informa a toda la organización y a los actores de las relaciones colectivas al interior del Banco a la hora de tomar decisiones o resolver las diferencias respecto de cómo actuar frente a una situación de relevancia laboral y/o sindical. Banco de Chile rechaza explícitamente cualquier acto de discriminación en el acceso al trabajo, permanencia, desarrollo de carrera, rentas, beneficios y términos de contrato, entre otros.

El área de Relaciones Laborales es un canal formal, reconocido por los trabajadores y los sindicatos, para plantear a la administración del Banco de Chile contingencias que ameritan implementar acciones o planes de trabajo para solucionar problemas y mejorar las condiciones de quienes se desempeñan en el Banco. Esta política de mantener buenas relaciones con las siete organizaciones sindicales se ha mantenido en 2015.

CIFRAS DE SINDICALIZACIÓN

	2014	2015
% trabajadores sindicalizados	66%	64%
% trabajadores cubiertos por convenio colectivo	34%	36%

Estrategia de Gestión de Personas

Desde hace tres años, la División Personas y Organización ha estado desarrollando el Proyecto Alineamiento de Personas, Cultura y Estrategia. El centro de esta iniciativa se basa en el principio que para mejorar la experiencia de los clientes es central aumentar la calidad de la convivencia de los trabajadores a través de un modelo que pone énfasis en el ciclo de vida del trabajador. El objetivo es intervenir el comportamiento de la organización para enfrentar los desafíos futuros de la industria financiera.

Proyecto de Alineamiento de Personas, Cultura y Estrategia



Capital Humano para el Mejor Banco

Uno de los pilares de la estrategia del Banco de Chile es la gestión y desarrollo de herramientas que permitan consolidar al Banco como un buen lugar para trabajar, de manera de atraer a los mejores talentos y mantener a los mejores profesionales en la organización. En este marco, ha desarrollado instancias como el Programa de Trainee Corporativo, Sistemas de Reconocimiento y un Programa de Beneficios.

ATRACCIÓN DE TALENTOS

En el Ranking 2015 Talento Personas realizado por Merco, que mide las empresas más atractivas para captar y gestionar talento en el país, Banco de Chile obtuvo el segundo lugar, avanzando un lugar respecto de 2014.



POSICIONAMIENTO COMO MEJOR MARCA EMPLEADORA

En 2015 se realizó un plan de posicionamiento de la marca Banco de Chile como marca empleadora que consideró acciones para los estudiantes de las carreras de Ingeniería Comercial y Civil Industrial de las principales universidades del país, bajo el concepto comunicacional: “Lo que eres es lo que buscamos”.



PROGRAMA DE TRAINEE CORPORATIVO

En 2015, por segundo año consecutivo, 10 estudiantes de las carreras de Ingeniería Civil e Ingeniería Comercial participaron en el Programa Trainee Corporativo. Este considera nueve meses de trabajo bajo la supervisión de un tutor para alumnos de carreras afines con la labor del Banco, quienes desempeñan pasantías en las Divisiones de Riesgo Corporativo, Comercial, así como en la División Corporativa e Inversiones.



RECONOCIMIENTO A LA TRAYECTORIA

Banco de Chile



SISTEMA DE RECONOCIMIENTO

El Banco de Chile implementa un sistema de reconocimiento interno que refleja la cultura del Banco y que busca reforzar el posicionamiento como el mejor lugar para trabajar. Para ello, su programa está basado en procesos claros y precisos, que fomentan las buenas prácticas a través del reforzamiento de los valores corporativos.

EN 2015 SE ENTREGARON LOS SIGUIENTES RECONOCIMIENTOS:



RECONOCIMIENTO "LA SELECCIÓN DE CHILE, GRAN CHEF"

Premia a quienes se destacan por su forma de relacionarse: optimistas y alegres, capaces de asumir responsabilidades, trabajan en equipo, manteniendo una comunicación abierta, con un estilo franco y directo, y realizan más reconocimientos que críticas. Fueron premiados 2.039 trabajadores en todo el país.

RECONOCIMIENTO A LA TRAYECTORIA

Anualmente se reconoce a aquellos trabajadores con 20 y 30 años en la empresa, destacando su compromiso, profesionalismo y lealtad. En 2015, 205 trabajadores recibieron esta distinción por cumplir 20 años y 69 por cumplir 30 años de trayectoria en la corporación.

RECONOCIMIENTO "LA SELECCIÓN DE CHILE, GRAN JEFE"

Se reconoció a 173 jefes a nivel nacional que reflejan el estilo de liderazgo que la empresa necesita para lograr ser el mejor lugar para trabajar y el mejor Banco para nuestros clientes.



Apoyo en catástrofes

Como resultado de las catástrofes naturales ocurridas en 2015, Banco de Chile apoyó a todos sus trabajadores de diversas maneras. Los aluviones de Copiapó, Chañaral y Tocopilla gatillaron la presencia inmediata de ejecutivos del Banco en las zonas afectadas y la posterior implementación de planes de ayuda focalizada tanto material como psicológica. Asimismo, el terremoto que afectó a la IV Región trasladó también a los líderes de la Corporación y se dispuso apoyo psicológico y charlas para los trabajadores de las sucursales afectadas.

PROGRAMA DE BENEFICIOS

En su búsqueda por convertirse en el mejor lugar para trabajar, el Banco pone a disposición de los trabajadores un conjunto de beneficios que les ayudan a solucionar diversas situaciones personales que pudieran afectar su salud, tranquilidad y bienestar. Su objetivo es apoyar a los colaboradores a equilibrar su vida personal y laboral, mejorando de esta forma su calidad de vida. Como resultado de una oferta más enfocada y diversa, y de una mejor comunicación de los beneficios, la satisfacción de los trabajadores aumentó de 84% a 91% entre los años 2013 y 2015.

En agosto de 2015 comenzó a funcionar el sitio web www.esparami.cl, cuya finalidad es informar y facilitar el acceso de los colaboradores a los beneficios, integrando además a sus familias. En esta plataforma se han agrupado todos los beneficios y programas, considerando agendas electrónicas que permiten la solicitud en línea de horas de atención psicológica, médica y nutricional. Asimismo, los trabajadores pueden estimar la duración de sus licencias médicas, entre otros datos, a través de una calculadora especialmente diseñada. Los colaboradores también pueden participar en concursos, inscribirse en actividades y enviar sus opiniones y consultas a través de formularios de contacto, entre otras funcionalidades. Desde su puesta en marcha el sitio ha recibido más de 43.000 visitas.

Además, en 2015 se inició el Programa Ser Padres, que agrupa información de beneficios relacionados a embarazo y nacimiento en el sitio www.esparami.cl. A través de esta iniciativa, los padres y madres pueden ingresar los antecedentes sobre sus futuros hijos, acceden a información sobre las etapas del embarazo y otros beneficios relacionados.

Los beneficios se agrupan en grandes pilares:

1. SEGURO INTEGRAL

Su objetivo es otorgar al trabajador apoyo, en términos económicos, en cuanto a gastos de salud propios y de sus cargas legales cónyuges e hijos, para lo cual considera un seguro complementario de salud, un seguro de gasto mayor y un seguro dental. También contempla un seguro de vida que incluye beneficios adicionales en caso de ocurrir una invalidez superior a 2/3 o la muerte en forma accidental.

2. PROGRAMAS CALIDAD DE VIDA

Son programas que apuntan al apoyo de los trabajadores en diversos aspectos y etapas de vida

- a. **Programa Orienta**, que incluye atención profesional psicológica, social, legal y previsional, junto con distintas actividades, tales como charlas y talleres.
- b. **Programa Mi Salud**, a través del cual se realizan exámenes médicos preventivos de salud general cada dos años para mayores de 30 años, exámenes preventivos anuales para mujeres, campañas anuales de vacunación. Además, se ofrece atención de una nutricionista a la que pueden acceder todos los trabajadores y cargas legales, cónyuges e hijos. Asimismo, se entrega orientación médica las 24 horas del día. A partir de 2015, se incorporó la atención presencial de un médico que atiende en la casa matriz. Desde la fecha de su lanzamiento, en octubre de 2015, se efectuaron 278 atenciones.
- c. **Programa Ser Padres**, que busca apoyar a los colaboradores con información en términos de beneficios asociados, de consultas frecuentes frente a temas de licencias médicas, trámites y tips sobre el embarazo, etc.

3. OTROS BENEFICIOS

Bajo este pilar se agrupan los beneficios asociados a pagos de bonos por nacimiento, matrimonio, fallecimiento, beneficios por escolaridad, aguinaldos, uniformes, Navidad, préstamos médicos, bonos por compra de vivienda, beneficios especiales para trabajadores de zonas extremas, bonos de vacaciones, permisos especiales, ayudas por jardín infantil (para mujeres) y ayuda por hijos con discapacidad (cargas duplo), etc.

4. DEPORTE, CULTURA Y RECREACIÓN

El Programa Chileactivo (que incluye Deporte, Cultura y Recreación) ofrece ramas y actividades deportivas, culturales y recreativas para los trabajadores y sus familias. En la Región Metropolitana, Chileactivo pone a disposición de adultos y niños ramas deportivas y escuelas de verano e invierno que se realizan en el estadio del Banco y otros lugares habilitados para ello. Durante 2015 e inicios de 2016 se realizaron mejoras en la infraestructura del establecimiento para facilitar y mejorar el desarrollo de estas actividades. Entre ellas están la remodelación de los camarines, mejoras en la cancha de fútbol y del gimnasio techado.

En regiones existen delegados responsables de gestionar distintas iniciativas asociadas al deporte, la cultura y recreación, las cuales son financiadas por el Banco.



Gestión de la Excelencia en el Desempeño

Otro ámbito de atención del Proyecto de Alineamiento de Personas, Cultura y Estrategia es la Gestión de la Excelencia en el Desempeño. Esta considera los mecanismos de evaluación de competencias y metas, la gestión de la remuneración, la gestión de personas con bajo desempeño, la capacitación, el clima y compromiso organizacional y los reconocimientos.

EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS

La evaluación de los trabajadores es clave para un desarrollo de carrera efectivo en una industria altamente competitiva como la financiera, por lo cual el Banco de Chile realiza una Evaluación de Competencias en forma anual. Esta instancia permite establecer un plan de trabajo específico entre la jefatura y cada uno de los integrantes de su equipo, con el fin de agregar valor a las funciones de los trabajadores y mejorar el proceso de retroalimentación de los cargos.

En 2015, el 95,9% de los trabajadores del Banco de Chile participó en el proceso de evaluación del desempeño y el 89% tuvo una reunión de retroalimentación con su jefe directo.

De acuerdo con la evaluación del desempeño de 2015 se ha definido crear una agenda para los talentos durante 2016, de manera de entregarles competencias a aquellos trabajadores con mayor potencial de crecimiento para que puedan asumir cargos de mayor responsabilidad.

95,9%
TRABAJADORES
PARTICIPÓ EN LA
EVALUACIÓN DE
DESEMPEÑO.

% DE TRABAJADORES QUE RECIBEN EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS

	2014	2015
Hombre	98,1	99,8
Mujer	99,9	99,9
% total de trabajadores que recibieron evaluación de desempeño	99,7	99,9

GESTIÓN DE PERSONAS CON BAJO DESEMPEÑO

Con los resultados de las evaluaciones de 2014 se categorizó a un total de 419 personas como "Bajos Desempeños". Esta definición corresponde a aquellas personas que obtienen una baja evaluación de competencias y una baja evaluación en el cumplimiento de sus metas. En 2015, por primera

vez, se implementó una metodología de seguimiento para estos bajos desempeños a través del desarrollo de planes de compromiso de mejora con su jefatura. Así, 82 colaboradores establecieron estos planes de compromiso. De estos, el 82% mejoró su evaluación de competencias respecto del año anterior.

El Banco Chile cuenta con sistemas de remuneraciones, beneficios e incentivos que reconocen el desempeño y aporte en la creación de valor de sus trabajadores, tanto desde la perspectiva de equidad interna como de competitividad externa. En 2015, el foco consistió en alinear las políticas salariales del Banco al objetivo corporativo de ser “El mejor lugar para trabajar”, lo que derivó en la generación de estrategias segmentadas orientadas a retener a los trabajadores y a atraer nuevos potenciales.

En el ámbito de las compensaciones, Banco de Chile cuenta con sistemas y políticas de acción salarial que reconocen el desempeño y aporte en la creación de valor de sus colaboradores. Es en este contexto que en 2015 se realizaron aumentos de renta a 1.101 colaboradores por méritos, por ser proactivos y para retenciones, lo que corresponde al 10% de la dotación.

Además, como resultado del proceso de movilidad interna, se realizaron 1.784 aumentos de renta (15% de la dotación) por concepto de promociones (ascensos verticales), desarrollos (ascensos horizontales) y otras acciones salariales orientadas al cumplimiento de la política del Banco en materia de compensaciones. Esto implica que, en total, se registró un aumento en las rentas de 2.885 colaboradores, lo que corresponde a un 25% de la dotación promedio del año 2015, sin considerar los incrementos relacionados con los acuerdos contenidos en Convenios Colectivos. Estos últimos correspondieron a 7.942 aumentos (equivalente al 70% de la dotación). En forma adicional, el 100% de los trabajadores con contrato indefinido fue beneficiado con ajustes de acuerdo con el IPC.

Desde el punto de vista de la Compensación Variable, de acuerdo al plan iniciado el año 2013, la División Personas y Organización consolidó este año un equipo de profesionales especialistas, cuyo objetivo fue la integración de los procesos de cálculo de los diferentes modelos de compensación variables, logrando internalizar el 80% de los pagos vinculados a este tipo de compensación. Esto se materializó con total transparencia de cara a los trabajadores, a través de la implementación de la estandarización de los procesos de control y de la mejora de los estándares de calidad y servicio, permitiendo alcanzar importantes eficiencias en cada uno de los procesos que actualmente se administran. De igual forma, se avanzó en la implementación de mejoras que permitieran simplificar los modelos de compensación variable, propiciando la transparencia y el fácil entendimiento de estos por parte de los trabajadores, junto con la redefinición de políticas corporativas acordes con las exigencias normativas y laborales.

En 2015, el salario mínimo medio de los trabajadores del Banco Chile fue 2,32 veces superior al del mínimo legal. De esta forma, Banco Chile ha logrado mantener su posición competitiva en lo referido a salarios mínimos.

El siguiente cuadro muestra el incremento del sueldo mínimo legal respectivo y la relación que tiene con el sueldo mínimo del trabajador Banco de Chile.

	2013	2014	2015*
Salario Mínimo Legal	\$ 210.000	\$ 225.000	\$ 241.000**
Salario Mínimo Trabajador	\$ 490.000	\$ 560.000	\$ 560.000
Relación	1 : 2,3	1 : 2,49	1 : 2,32

*No incluye filiales.

**Valor vigente a diciembre de 2015.

25%
DE LA DOTACIÓN
AUMENTÓ
LAS RENTAS.



MÁS DE
7.000
TRABAJADORES
RECIBIERON
CAPACITACIÓN.

ENTRENAMIENTO Y FORMACIÓN

Banco de Chile apoya el crecimiento personal y profesional de sus trabajadores y para ello ha desarrollado una serie de programas que permiten perfeccionar sus competencias. Ofrece actividades de formación y de inscripción voluntaria que fomentan la autogestión y el aprendizaje continuo a través de cursos abiertos y de becas de pre y posgrado.

Durante el año 2015 se entrenó a más de 7.000 trabajadores en habilidades de liderazgo, herramientas técnicas propias del cargo y seminarios de perfeccionamiento, lo que significó más de 200.000 horas de capacitación.

HORAS DE CAPACITACION 2014-2015



* El año 2015 hubo menos horas/ hombre destinadas a capacitación, dado que hubo una mayor focalización en temas específicos y con mayor injerencia sobre el negocio.

14
BECAS DE
POSTGRADO
ENTREGADAS

FORMACIÓN Y DESARROLLO DE CARRERA

Uno de los focos del año 2015 fue potenciar las áreas comerciales y de apoyo en temas propios del negocio, desarrollando aquellas competencias necesarias para el logro de los objetivos del Banco. Para ello se generaron mallas de formación de ejecutivos, que incluyeron temas de Riesgo, Asesoría Comercial y Calidad de Servicio.

En paralelo, se siguió impulsando programas de formación continua, becas de pre y posgrado y becas de inglés para aquellas personas que se destacaban por sus méritos profesionales.

MOVILIDAD INTERNA

El Banco promueve la movilidad interna dentro de sus diferentes unidades. Para ello implementa planes de desarrollo que les permita a los trabajadores crecer profesionalmente, asumiendo distintos cargos a través de movilidad lateral o promoción. Este mecanismo asegura la igualdad de oportunidades para acceder a planes de desarrollo, contando con programas conocidos que privilegian el buen desempeño. En 2015, el 61% de las vacantes que no son de entrada ni masivas fueron cubiertas por candidatos internos. En conjunto con lo anterior, 32 personas de la nómina de Altos Desempeños accedieron a nuevos roles y 14 fueron beneficiadas con becas.

61%
DE LAS VACANTES
FUERON CUBIERTAS
POR CANDIDATOS
INTERNOS.

PROMOCIONES Y DESARROLLO 2014-2015



CLIMA Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL

En 2015 se modificó la metodología de la Encuesta de Clima Organizacional con la finalidad de evaluar la percepción del ambiente de trabajo y el grado de compromiso de los colaboradores, generando así acciones que apunten a ser el mejor lugar para trabajar, aumentando el orgullo de pertenecer al Banco de Chile y el esfuerzo destinado a la consecución de los objetivos.

En esta oportunidad se registró un 92,3% de participación de los trabajadores y el resultado fue de 87% de aprobación, donde la dimensión mejor evaluada fue que los trabajadores quieren y se sienten orgullosos de pertenecer a esta organización. Por categoría, el nivel de satisfacción fue de 89%; el clima, 83%; el compromiso, 93% y la cultura, 84%.

Como resultado de la Encuesta de Clima, en 2016 se trabajará con aquellas unidades que están bajo el porcentaje esperado, de manera de ser consistentes con el propósito de ser el mejor lugar para trabajar.

92,3%
DE LOS TRABAJADORES
PARTICIPÓ EN LA
ENCUESTA DE CLIMA.

148

JEFES

PARTICIPARON EN
EL PROGRAMA DE
LIDERAZGO.

Estilo del Chile

El último ámbito de atención del Proyecto de Alineamiento de Personas, Cultura y Estrategia es el Estilo del Chile, que incluye aspectos como los Programas de Liderazgo, las Comunicaciones Internas, el Programa Mi Banco mi Orgullo y el taller de voceros internos.

PROGRAMAS DE LIDERAZGO

En 2015, Banco de Chile continuó trabajando en temas de liderazgo, enfocando sus esfuerzos en acompañar a quienes tienen su primera experiencia como jefes a cargo de personas en el Banco. El objetivo del programa "Comenzando a liderar equipos en el Banco de Chile" es transmitir la forma en que los líderes aportan a ser el mejor lugar para trabajar y el mejor Banco para sus clientes. En esta iniciativa participaron 148 jefes.

COMUNICACIONES INTERNAS

Las comunicaciones internas en Banco de Chile tienen cuatro objetivos que son: informar, alinear, integrar y comprometer con la organización. En este sentido, se comparten los contenidos y noticias del día a día del negocio, se conecta a los empleados con el propósito estratégico y la cultura; facilita que las personas se identifiquen y se sientan parte del Banco y se promueve la alta valoración del Banco por parte de sus empleados.



**GRADO DE ACUERDO
EN RELACIÓN
AL APORTE QUE
HACEN LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN
INTERNA DEL BANCO.**

84%

Me ayudan a conocer qué estamos haciendo para alcanzar nuestro Propósito, Visión y Misión.

83,5%

Contribuyen a fortalecer nuestros valores.

72%

Me informan sobre iniciativas que contribuyen a mi desarrollo profesional.

83,1%

Me mantienen informado del logro de nuestros objetivos y desafíos corporativos.

80%

Fortalecen nuestra forma de relacionarnos (Atributos de Convivencia).

82%

Me informan sobre beneficios e iniciativas que contribuyen a mejorar mi calidad de vida.

79,7%

Me permiten conocer el aporte que hace el Banco por nuestros clientes.

74,9%

Me permiten obtener mayor conocimiento de distintas áreas del Banco y aporte de sus unidades y equipos.

86,8%

Me hacen sentir orgullo de pertenecer al Banco.

En 2015 las comunicaciones internas estuvieron enfocadas en generar identificación con el Propósito y los Atributos de Convivencia, a través de la Campaña de Cultura Organizacional llamada "La Gran Receta: Ser el mejor lugar para trabajar y el mejor banco para nuestros clientes", con distintas líneas de acción, tales como plan de medios, activations presenciales, imagen y actividades de bajada comunicacional entre jefaturas y sus equipos.

El resultado de estas actividades se midió mediante una encuesta donde participó el 32% de la dotación del

Banco, logrando un conocimiento del Propósito y de los Atributos de Convivencia de 86%.

Adicionalmente se realizaron planes de comunicación interna para alinear y comprometer a los colaboradores con las iniciativas estratégicas del Banco, tales como Calidad de Servicio, Innovación, Riesgo Operacional y Reputación Corporativa, entre otras.

Los resultados de la gestión de las comunicaciones internas en Banco de Chile se miden a través de una encuesta de satisfacción global, cuyos

resultados en 2015 fueron de 86% de satisfacción general.

Adicionalmente, el año 2015, el Centro de Atención de Personas obtuvo el 100% de cumplimiento en la evaluación de calidad de servicio realizada a las áreas del apoyo del Banco. Este logro significa que el sistema es validado y reconocido como un canal de comunicación de calidad. En promedio se contestan más 3.800 consultas mensuales, en forma presencial o remota.



PROGRAMA MI BANCO, MI ORGULLO

Con el fin de transmitir el orgullo de pertenecer a una institución que por más de 120 años ha contribuido con el desarrollo de nuestro país y el progreso de las personas, la División Personas y Organización se sumó a la iniciativa del Área de Asuntos

Corporativos, la que habitualmente realiza recorridos patrimoniales de la Casa Matriz del Banco de Chile, tanto para colegios como para universidades chilenas y también del extranjero. En este contexto, durante el año 2015 se llevaron a cabo 17 visitas, en las cuales

participaron más de 200 trabajadores que pudieron conocer los lugares íconos del edificio corporativo, aprendiendo sobre su historia y el legado que ha dejado la institución, como testimonio de una tradición de prestigio y la excelencia que la caracteriza.

TALLER ENCUENTRO CON LA CULTURA

En 2015, el Banco, en su tarea por ser el mejor lugar para trabajar y el mejor Banco para sus clientes, trabajó en lo que se llamó Encuentros con la Cultura. Estos talleres tuvieron como objetivo “mirarse” como Banco para analizar qué cosas está haciendo bien y qué se debe mejorar para lograr este objetivo. Se realizaron 59 encuentros en total, 41 en Santiago y 18 en regiones, en los que participaron más de 9.000 personas.

TALLER DE VOCEROS INTERNOS

Cerca de 200 personas participaron del programa de vocería. El objetivo de este taller es reforzar el rol de los relatores internos como conductores del aprendizaje organizacional y transmisores de cultura.

Trabajadores

sanos y seguros

G4-LA5
G4-LA6

0,64
TASA DE
ACCIDENTABILIDAD
EN 2015.

La seguridad de sus trabajadores es una prioridad para el Banco de Chile. A través del área de Prevención de Riesgos y Salud Ocupacional desarrolla procedimientos y técnicas de detección e identificación de potenciales peligros e implementa medidas de mitigación y control. Para lograrlo, lleva a cabo actividades informativas y realiza auditorías de control y seguimiento de manera permanente. Además, de común acuerdo con los sindicatos del Banco, se estableció que en forma periódica se difunda a todos los trabajadores material informativo sobre temas tales como: procedimientos de accidente del trabajo, accidentes de trayecto y enfermedades profesionales, seguro contra accidentes del trabajo y enfermedades profesionales y centros de atención de salud de la Mutual de Seguridad.

INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD

	2013	2014	2015
Tasa de accidentabilidad (1)	0,71	0,72	0,64
Tasa de siniestralidad (2)	8,19	9,32	8,78
Índice de gravedad (3)	27,86	34,11	34
Índice de frecuencia (4)	2,82	2,86	2,52
Total días perdidos	770	967	972
Días perdidos por enfermedades profesionales	128	82	24
Víctimas fatales	0	0	0

56%
TRABAJADORES
REPRESENTADOS
EN LOS COMITÉS
PARITARIOS.

Comités Paritarios

El Banco de Chile cuenta con 42 Comités Paritarios, que representan a la totalidad de los trabajadores de acuerdo con la Ley 16.744. En 2015, los Comités Paritarios realizaron reuniones mensuales y cumplieron con su programa de trabajo anual.

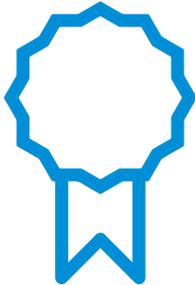
COMITÉS PARITARIOS

	2014	2015
Porcentaje de trabajadores representados	54	56
Nº de Comités Paritarios	39	42



MUTUAL DE SEGURIDAD

EXCELENCIA EN SEGURIDAD LABORAL



Banco de Chile recibió por primera vez el reconocimiento que otorga la Mutual de Seguridad de la Cámara Chilena de la Construcción por sus estándares de excelencia en seguridad laboral y que se tradujo en una tasa de accidentabilidad de 0,64%. Este reconocimiento refleja la constante preocupación del Banco por disponer y mejorar las condiciones de seguridad de sus trabajadores, a la vez que lo posiciona entre las instituciones bancarias más destacadas del país en el ámbito de seguridad laboral.

SOPORTE ANTE EVENTOS DELICTUALES

Uno de los temas de interés del Banco es la seguridad física y psicológica de sus trabajadores. Por este motivo, en forma permanente monitorea todas sus dependencias, a través de la Unidad Central de Comunicaciones. En caso de asaltos o actividades delictivas al interior de las sucursales, Banco de Chile desarrolla un sistema apoyado por un equipo de psicólogos clínico-laborales de la Mutual de Seguridad y despliega su plan de seguridad, que considera el abordaje del trauma síquico de sus trabajadores.

En paralelo, se ingresa el caso en un grupo de WhatsApp interno que permite la coordinación entre las áreas de Prevención de Riesgos y el Departamento de Beneficios y Apoyo a Personas. De esta forma se coordina la visita a la oficina afectada, considerando entre las personas que asisten al lugar a una asistente social del Departamento de Beneficios, con el propósito de conocer de cerca el caso, orientar en cuanto a beneficios relacionados y ofrecer apoyo desde el Programa Orienta, lo que, además, permiten realizar un seguimiento de la evolución de los afectados.

Capítulo 05
Comunidad

Solidaridad
Compromiso

Responsabilidad
Emprendimiento
Apoyo
Desarrollo
SUPERACIÓN
Voluntariado

APOYO
Confianza
Educación
Rehabilitación
Educación
Realidad





Paipote, Región de Coquimbo
Comunidad afectada por el aluvión
ocurrido en marzo de 2015.

Contribución a la Comunidad

Por un Chile
con más
oportunidades
para todos.

DMA
G4-S01

El Banco de Chile busca contribuir con el progreso de las personas más vulnerables de la sociedad y sus emprendimientos, entregándoles más y mejores oportunidades que les permitan surgir, progresar y tener mejores condiciones de vida para ellos y sus familias.

Dicho objetivo lo alcanza junto al compromiso de sus trabajadores, en alianza con fundaciones expertas con las que desarrolla programas con la comunidad, persiguiendo con esto profundizar el compromiso de construir una sociedad más inclusiva y solidaria.

Focaliza su contribución en tres pilares que responden a las principales preocupaciones ciudadanas: la **Superación de la Adversidad**, a través del apoyo a la rehabilitación e inclusión de niños y jóvenes con discapacidad, a los enfermos de cáncer que se atienden en el sistema público de salud y a los afectados por catástrofes; el fomento al **Emprendimiento** y el acceso a la **Educación de Calidad**.

La Gerencia de Asuntos Corporativos y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el área responsable del desarrollo de las relaciones del Banco con la comunidad, fundaciones y ONG, así como por velar por el cumplimiento de los objetivos planteados en dichas relaciones.

PILARES CONTRIBUCIÓN A LA COMUNIDAD



Superación
de la adversidad



Fomento
al emprendimiento



Acceso a la
educación de calidad



JUNTO CON CONTINUAR LA PROMOCIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN SOCIAL QUE REALIZA EL BANCO DE CHILE AL PAÍS, DENTRO DE LOS PRINCIPALES DESAFÍOS DEL ÁREA PARA 2016 CABE DESTACAR:

- **Mantener** el apoyo a los chilenos afectados por las catástrofes naturales.
- **Profundizar** el apoyo a los emprendedores con diversos programas e iniciativas que contribuyan a entregarles herramientas concretas que los ayuden a progresar y a sacar adelante sus emprendimientos.
- **Aumentar** el alcance y cobertura de los programas de Educación Financiera a nivel nacional.
- **Mantener** la contribución del Banco a la educación de calidad, a través del apoyo a los alumnos de los colegios de la Fundación Astoreca y a las actividades que impulsen su desarrollo.
- **Aumentar** los tratamientos de quimioterapia aplicados en el Hospital Sótero del Río de un 30 a un 40% el 2016.
- **Implementar** el primer BioBanco del sector público, que permita guardar muestras de pacientes con cáncer, a fin de desarrollar proyectos de investigación a mayor escala e incorporar recursos para innovación y desarrollo.

Superación de la adversidad

Rehabilitación e integración de niños y jóvenes en situación de discapacidad



TELETÓN 2015

La Teletón es la obra solidaria más importante que se ha realizado en Chile, no sólo por trabajar en la rehabilitación, sino que por haber producido en el país un cambio cultural en pro de la dignidad y derechos de las personas con discapacidad. El Banco de Chile apoya desde 1978 el trabajo que realiza la Fundación en los 13 institutos ubicados a lo largo del país, que atienden anualmente a más de 30 mil niños y jóvenes, y reciben más de 2.500 pacientes nuevos al año. En estos 37 años de Teletón, más de 70 mil niños han sido rehabilitados.

En cada campaña de recaudación, el Banco, además de entregar una importante donación, reafirma su compromiso poniendo a disposición

de la Fundación y de todos los chilenos su infraestructura y tecnología para recaudar en sólo 27 horas, de manera segura y eficiente, las donaciones de alrededor de tres millones de chilenos en todo el país y en el mundo. Del mismo modo, con un moderno sistema de gestión de la información, procesa y entrega a la Fundación los datos de la recaudación que está siendo obtenida en cada uno de los puntos habilitados.

Durante 2015 se triplicaron los puntos de recaudación, alcanzando a más de dos mil. Con el apoyo de miles de almaceneros que se sumaron a través de 1.500 Cajas Chile que el Banco de Chile dispuso a través del Banco CrediChile a lo largo del país.

SE LOGRÓ TRIPLICAR

EL NÚMERO DE CANALES DE RECAUDACIÓN PARA LA
CAMPAÑA TELETÓN 2015.

MÁS DE
9 mil
VOLUNTARIOS
DEL BANCO
TRABAJARON EN LA
CAMPAÑA, LOGRANDO
UNA VEZ MÁS LA META.

BANCO DE CHILE, LA "HINCHADA OFICIAL DE LA TELETÓN"

Todos los años se torna un desafío para el Banco de Chile crear después de 37 años la motivación necesaria para llevar a todo Chile a sus sucursales y que la recaudación logre cumplir la meta impuesta por la Fundación Teletón en cada campaña. Este año se desarrolló la campaña "La Hinchada Oficial de la Teletón", donde más de 9.000 trabajadores de la Institución se comprometieron e invitaron a todo Chile a unirse a esta gran obra. Para esto, el Banco de Chile distribuyó más de 60 mil poleras azules de la solidaridad, lo que logró pintar de azul el Estadio Nacional para una vez más llegar a la meta. De esta forma, y gracias a la solidaridad de los chilenos y al esfuerzo de cada uno de los trabajadores del Banco de Chile y sus clientes, nuevamente se logró superar la meta, obteniendo una recaudación total de \$36.126.434.717.



18° TENIS EN SILLA DE RUEDAS CHILEAN OPEN “COPA BANCO DE CHILE”

Hace 18 años que el Banco realiza en las canchas de su estadio el Chilean Open “Copa Banco de Chile”, torneo que es parte del ATP Tour y donde los profesionales acumulan puntos para el ranking mundial de tenis en silla de ruedas. En el torneo del 2015 participaron 48 destacados tenistas de Chile, Argentina, Brasil, Colombia, Perú, Uruguay, Canadá, Francia y, por primera vez, México; y como ya es tradición se hizo entrega de la Copa Banco de Chile al deportista destacado por su esfuerzo, desempeño y perseverancia, distinción que recayó en Jaime Sepúlveda.



5 AÑOS APOYANDO A MACARENA CABRILLANA

El apoyo que el Banco de Chile le ha entregado a la tenista Macarena Cabrillana desde el año 2011, cuando se encontraba N° 150 del ranking mundial, le ha permitido ubicarse en el lugar N° 27 del ranking y en el puesto N° 2 del ranking nacional, avanzando alrededor de 123 lugares.

En octubre de 2015, Macarena obtuvo el primer lugar en el torneo “Semana Guga Kuerten”, junto a la Inglesa Louise Hunt.

Para el 2016, el desafío de Macarena es estar dentro de las 15 mejores tenistas del mundo y disputar 11 torneos de América y Europa.

TALLER DE CAPACITACIÓN LABORAL UNPADE “LOS COIGÜES”

En noviembre de 2015, con ocasión de la sesión realizada por el Directorio del Banco en la ciudad de Los Ángeles y con el propósito de hacer una contribución a la comunidad local, el Banco de Chile entregó un importante aporte financiero al Taller de Capacitación Laboral Unpade (Unión Nacional de Padres y Amigos de Personas con Discapacidad Mental) “Los Coigües” en la Región del Biobío. Dicha institución se enfoca en capacitar a jóvenes discapacitados para que puedan acceder a un trabajo digno y valerse por sí mismos, brindándoles un oficio que les permita insertarse de manera progresiva al mundo laboral.

Con este aporte, el Banco de Chile contribuyó a ampliar, regularizar y mejorar la infraestructura del taller, de manera que quede en condiciones de atender a 140 jóvenes (desde los 15 años) y adultos, de alto riesgo social, con discapacidad intelectual y alta vulnerabilidad.

Siempre un apoyo en las catástrofes



ALUVIÓN EN EL NORTE CAMPAÑA “LEVANTEMOS CHILE”

El Banco de Chile está especialmente presente cuando las catástrofes sacuden a nuestro país. Esta contribución se concreta con un trabajo conjunto desde el año 2012 con la Fundación Desafío Levantemos Chile, con el fin de apoyar a los afectados que viven momentos difíciles.

En este contexto, durante el 2015 se ayudó a los damnificados por el aluvión ocurrido a fines del mes de marzo en el norte del país. El Banco de Chile junto a Desafío Levantemos Chile realizó la campaña “Levantemos Chile”, poniendo a disposición sus sucursales, sitio web y canales remotos para recaudar los aportes de todos los chilenos, en la cuenta de Desafío Levantemos Chile N° 98027-07 del Banco de Chile.

Del mismo modo, motivados por mitigar lo máximo posible la

situación que estaba pasando la comunidad, el Banco, junto a Desafío Levantemos Chile, hizo entrega de juegos y equipamiento deportivo para dos mil niños de las zonas de Diego de Almagro, Chañaral y Tierra Amarilla. La primera donación se realizó en la Escuela Aliro Lamas de Diego de Almagro, beneficiando a 600 niños de esa comunidad. Posteriormente, se realizó un segundo aporte de juegos infantiles y equipamiento deportivo a 1.400 menores de las escuelas Ignacio Domeyko, Diego Portales y F-40, de las mismas comunas.

Adicionalmente, se realizó un aporte de 100 computadores y 80 herramientas de trabajo que beneficiaron a cerca de 150 emprendedores de Chañaral, El Salado y Diego de Almagro que, a partir de ello, pudieron recuperar su fuente laboral.

2.000

BENEFICIADOS

EN DIEGO DE ALMAGRO, CHAÑARAL
Y TIERRA AMARILLA





APOYO A
12.077
AFECTADOS
POR DIVERSAS
CATÁSTROFES DE
NUESTRO PAÍS

ERUPCIÓN VOLCÁN CALBUCO
ESCUELA EPSON DE
ENSENADA

En mayo del 2015, a raíz de la catástrofe ocurrida en el volcán Calbuco, Región de Los Lagos y en el marco de la sesión realizada por el Directorio en la ciudad de Puerto Montt, el Banco de Chile entregó un aporte financiero a la Escuela Epson de Ensenada, que consistió en financiamiento para mobiliario para las salas de clases, como así también libros y mobiliario para la biblioteca.

TERREMOTO Y TSUNAMI
EN COQUIMBO

El aluvión del norte y la erupción del volcán Chacabuco no fueron las únicas catástrofes que tuvo que enfrentar Chile durante el año 2015. Un terremoto de 8,3 grados en la escala de Richter y posterior tsunami, ocurrido el 16 de septiembre, afectaron la zona costera de Coquimbo. En ese contexto, el Banco de Chile, junto a Desafío Levantemos Chile, fue en ayuda de los miles de afectados de las caletas y bordes costeros del norte, entregándoles equipamientos de trabajo tales como trajes de buceo, tanques de oxígeno, gualetas, etc. para que volvieran lo antes posible a sus labores habituales.





Programa “Un Chile mejor para los enfermos de cáncer”

Este programa pretende reducir la brecha de oportunidad de sobrevida de los chilenos que se atienden en el sector público de salud. Además, pretende desarrollar proyectos de innovación e investigación en el sector público, que faciliten las posibilidades de curación de esta enfermedad. También el programa persigue aumentar la formación de oncólogos médicos para el sector público, mediante la construcción e implementación de un Centro de Atención Ambulatorio de pacientes con cáncer en el Hospital Sotero del Río (consultas médicas y administración de quimioterapia) y la retención de estos médicos en el hospital.

DESPUÉS DE DOS AÑOS DE TRABAJO CONJUNTO CON LA FACULTAD DE MEDICINA DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA Y EL HOSPITAL SÓTERO DEL RÍO, CON EL APOYO DEL BANCO DE CHILE EL PROGRAMA “UN CHILE MEJOR PARA LOS ENFERMOS CON CÁNCER” HA LOGRADO HACERSE REALIDAD EN LO SIGUIENTE:



EN EL MARCO DEL PROGRAMA “UN CHILE MEJOR PARA LOS ENFERMOS DE CÁNCER” SE LOGRÓ DISMINUIR EL PROMEDIO DEL TIEMPO QUE TRANSCURRE ENTRE LA PRESENTACIÓN AL COMITÉ MULTIDISCIPLINARIO Y LA EVALUACIÓN POR ONCOLOGÍA MÉDICA DE 45 A 21 DÍAS.

- **Se han triplicado** las atenciones médicas de los enfermos de cáncer, llegando a más de 11 mil pacientes anuales, quienes pueden acceder a un diagnóstico precoz y a tratamientos que aumentan sus oportunidades de vida, reduciendo la brecha de calidad y oportunidad de atención que existe entre el sistema público y el privado.
- **Creación del primero** de cuatro programas de formación oncológica médica, con el objetivo de formar anualmente de uno a dos oncólogos médicos.
- **Contratación del equipo** de investigadores relevantes en distintas áreas relacionadas con cáncer.
- **Mejoras en la atención** y tratamiento de los pacientes con cáncer.
- **Administración** de los tratamientos de quimioterapia con la nueva unidad de atención ambulatoria, y la incorporación de enfermeras de apoyo que ayudaron a optimizar el funcionamiento de la unidad.
- **Disminución** del promedio de tiempo que transcurre entre la presentación al Comité Multidisciplinario y la evaluación por Oncología Médica de 45 a 21 días, incluso en algunos casos hasta 10 días.
- **Puesta en marcha** del Comité Digestivo a través de videoconferencia con los hospitales de La Florida, Padre Hurtado y el Sotero del Río, permitiendo así que los equipos de los tres hospitales se conocieran y participaran activamente de la discusión de los diagnósticos de los pacientes.
- **Aumento progresivo** del horario de los oncólogos hasta lograr tener jornada completa en el Hospital Sotero del Río.

Apoyo a los más vulnerables

CRISTO JOVEN

Continuando con el propósito de apoyar la prevención y protección de niños en riesgo social, Banchile Inversiones mantuvo su compromiso con la Fundación Educacional y de Beneficencia Cristo Joven, con la que lleva más de 20 años de trabajo conjunto. Durante el 2015 esta Fundación atendió a más de 1.800 niños y menores de 17 años, en los nueve centros educativos que sostiene en las comunas de Peñalolén, La Cisterna y La Pintana. Por otra parte, también dispuso de establecimientos “after school”, que permiten la reinserción educativa, la entrega de programas de prevención y el apoyo psicosocial para las familias.

La meta de Cristo Joven para 2016 es la construcción de un nuevo centro educativo en la comuna de Lo Prado, que permitirá albergar a cerca de 100 niños.

HOGAR DE CRISTO

Desde el año 2000, el Banco de Chile y sus trabajadores mantienen su apoyo al Hogar de Cristo, a través de la Campaña 1+1. Durante el año 2015 se entregó un aporte de \$139.120.040, equivalente al 42% del costo total del programa de los “Centros de Encuentros del Adulto Mayor” (Costo anual Centro Encuentro Adulto Mayor (CEAM) \$330.720.000. Estos centros ofrecen albergue a personas en situación de extrema pobreza, dándoles la oportunidad de participar en talleres y actividades que fortalecen su autonomía, además de entregarles servicio de alimentación.

Así también, a través de la filial Socofin y sus colaboradores, mensualmente se entrega ayuda financiera a la hospedería de mujeres que mantiene el Hogar de Cristo en Santiago.



FUNDACIÓN DEBRA

Desde el año 2006, el Banco de Chile apoya la labor de la Fundación Debra, institución sin fines de lucro que desde 1997 atiende a 200 niños diagnosticados de Epidermolisis Bulosa, más conocidos como “Niños Piel de Cristal”. El aporte financiero del Banco de Chile sirvió para mejorar sus viviendas y, en algunos casos, apoyarlos con el alto costo de los medicamentos, propósito de esta iniciativa, logrando así contribuir a mejorar la calidad de vida de los niños y sus familias.

APOYO A LA MUJER QUE HACE LA DIFERENCIA

Desde hace ya algún tiempo se ha podido apreciar una creciente autonomía y un cambio en el rol de la mujer chilena en nuestra sociedad, convirtiéndolas en protagonistas en diferentes ámbitos, como el económico, político, social y cultural. Bajo esta convicción, el Banco de Chile considera el rol de la mujer como fundamental en su organización, que conforma la mitad de la dotación de sus trabajadores.

Para destacar el importante rol de la mujer y su impacto, por tercer año consecutivo, el Banco apoyó el Premio Mujer Impacta, que reconoció a siete mujeres de distintas regiones del país que con su esfuerzo han generado cambios positivos en sus familias, en su trabajo y en su entorno.



Educación de calidad al alcance de todos



Fundación Astoreca – 25 años educando bien



2.230
NIÑOS Y JÓVENES
EN SITUACIÓN DE
VULNERABILIDAD
SON BENEFICIADOS
POR LA FUNDACIÓN.

Desde hace 11 años que el Banco de Chile mantiene una alianza de largo plazo con la Fundación Astoreca, que en 2015 cumplió 25 años contribuyendo a la educación de calidad.

Mejorar el nivel educativo de las escuelas en Chile, a través de la entrega de un modelo replicable, hace que esta metodología de intervención, que evita el paternalismo, logre que las personas con sus propias herramientas puedan salir adelante. Del mismo modo, que a los niños de escasos recursos se les puede exigir como a cualquier otro cuando se les dan las oportunidades.

Dos mil 230 niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad son beneficiados por esta Fundación, a través de los colegios San Joaquín de Renca y San José y San Juan, de la comuna de Lampa. Y como una manera de difundir gratuitamente las mejores prácticas educacionales a todas las escuelas del país, la organización promueve vía web el **“Portal Educando Juntos”**, en los casos de éxito de escuelas, colegios y liceos de escasos recursos y buen desempeño.

Adicionalmente, tiene una línea de acción llamada **“Astoreca Capacitaciones”**, que aporta al profesorado herramientas educacionales de calidad. Durante el año 2015, **776 profesores fueron capacitados en promedio en todo el país y se entregó asesoría a 118 salas de clases.**

ASTORECA
FUNDACIÓN



SIMCE 2014

Cabe destacar que en la prueba Simce 2014, los colegios San Joaquín de Renca y San José de Lampa obtuvieron resultados muy superiores a los promedios de sus comunas y a los de colegios municipales y subvencionados a nivel nacional, reduciendo la brecha con los colegios particulares.

PSU 2014 COLEGIOS ASTORECA

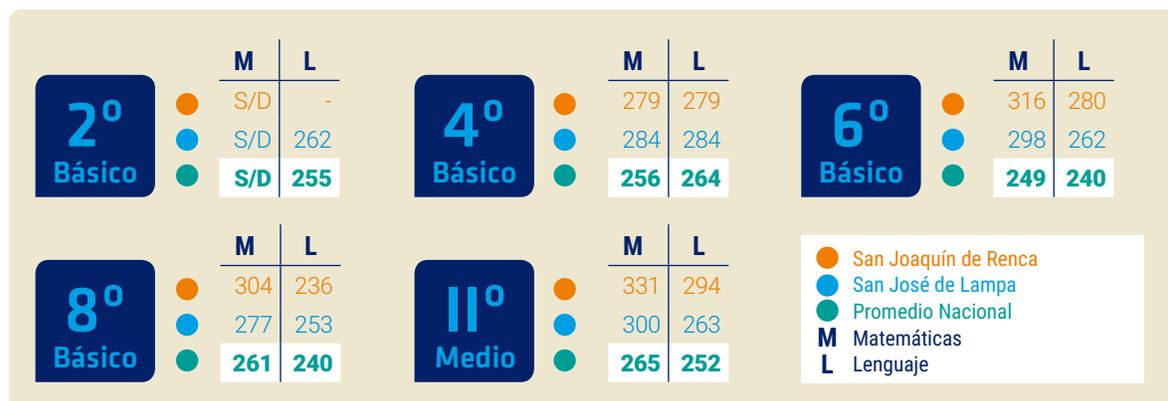
PSU 2015 en los Colegios San José de Lampa y San Joaquín de Renca

Los alumnos de los colegios Astoreca obtuvieron un muy buen resultado en la última PSU. De los 96 alumnos que rindieron esta prueba, el 86% continuará estudios en alguna universidad o instituto profesional.

De la primera generación del Colegio San José, el 82% continuará con estudios superiores: 42 en universidades y 17 en institutos profesionales. Asimismo, el 100% de los estudiantes del Colegio San Joaquín de Renca ingresarán a estudiar alguna carrera: 19 en alguna universidad y cinco en institutos profesionales.



PUNTAJE SIMCE 2014 ASTORECA





23 Años Beca PSU

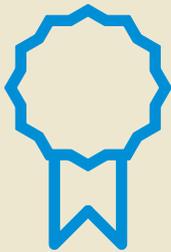
BANCO DE CHILE
PREMIAR AL MEJOR
PUNTAJE PONDERADO A
NIVEL NACIONAL.

Con el propósito de premiar la excelencia académica de los alumnos que cada año rinden la PSU, el Banco de Chile entrega desde hace 23 años una beca universitaria al alumno que obtiene el mayor puntaje promedio nacional. Este reconocimiento consiste en el financiamiento total de la matrícula y arancel durante toda su carrera y un monto mensual para gastos.

En 2015, esta beca fue otorgada a **Alejandro Phillips Becker**, ex alumno del Colegio Montemar de Concón, quien obtuvo el mejor puntaje ponderado a nivel nacional en la

PSU, con **834,5 puntos**. Alejandro estudiará Ingeniería Civil Industrial, en la Pontificia Universidad Católica.

A la fecha son ocho los estudiantes que se mantienen becados, estudiando las carreras de Medicina, Ingeniería Civil, Ingeniería Comercial y Derecho, en la Pontificia Universidad Católica de Chile y en la Universidad de Chile.



PREMIO A “EXCELENCIA ACADÉMICA CREDICHILE”

Por quinto año consecutivo, el Banco CrediChile, como una manera de premiar el esfuerzo y rendimiento académico de los alumnos del Colegio San José de Lampa, entregó a ocho estudiantes el “Premio a la Excelencia Académica”, que distingue a los mejores promedios de prekínder a cuarto medio, otorgándoles una cuenta de ahorro.



ACORTANDO LA BRECHA DIGITAL

En el marco de su permanente compromiso por entregarles más oportunidades a las comunidades más vulnerables, el Banco de Chile las apoya también disminuyendo la brecha digital. En el 2015 el Banco **donó 5.387 equipos computacionales a la Fundación Chilenter**, institución que se dedica a distribuir equipos computacionales a las comunidades que aún no cuentan con esta tecnología, y del mismo modo se dedican al reciclaje electrónico en el país.

Adicionalmente, se entregaron **15 computadores a la Municipalidad de San Ramón**, con el propósito de apoyar los talleres dirigidos a microemprendedores impartidos por el Banco CrediChile.

RENOVAMOS EL COMPROMISO CON LA EDUCACIÓN INTERNACIONAL

Desde el año 2008, el Banco de Chile apoya el programa “Conducting Business in Chile/China”, en el que cada año permite que 17 alumnos y tres profesores del MBA de la Universidad Católica viajen a China para aprender sobre la cultura y negocios de ese país, así como también 17 estudiantes y tres profesores del MBA de la School of Economics and Management de la Universidad Tsinghua, de Beijing, visiten nuestro país. Lo anterior, basado en la importancia de la globalización en estos tiempos y de incorporar variables culturales en el desarrollo de los jóvenes.

En 2015 el compromiso fue renovado por un período de dos años. Como parte del nuevo acuerdo, el cupo fue aumentado en cupos para tres alumnos de la Universidad Católica, dando la posibilidad a que ambas universidades puedan participar en esta experiencia. A la fecha, son más de 344 alumnos y profesores los que han tenido la posibilidad de participar en este intercambio.

Emprendimiento



24.267
EMPRENDEDORES
BENEFICIADOS
EL AÑO 2015.

CRÉDITOS SOLIDARIOS A EMPRENDEDORES

Durante el año 2015, la alianza que Banco de Chile mantiene con la Fundación Desafío Levantemos Chile ha financiado a alrededor de **21 nuevos emprendedores**. Estos, que tienen la necesidad de hacer crecer o mejorar las condiciones de su negocio, acceden al "Crédito Desafío Emprendedor", que entrega el Banco CrediChile por montos de hasta \$3.000.000, en condiciones solidarias. Lo que se busca es reducir su morosidad, enseñándoles a manejar

En el Banco de Chile la contribución en este ámbito se concreta a través del área de emprendimiento de la Fundación Desafío Levantemos Chile y de diversas iniciativas, que estimulan el desarrollo de miles de microempresarios a lo largo del país. En este sentido, los proyectos que se realizan van en la línea de proyectos de capacitación, de entrega de financiamiento en condiciones especiales, de apoyo a la comercialización de productos, asesorías en gestión de negocios, endeudamiento responsable y educación financiera.

responsablemente su negocio, por lo que a quienes pagan al día el 100% de las cuotas, se les premia con la devolución del total de los intereses de su crédito.

La mayoría de estos emprendedores son visitados en sus lugares de trabajo por ejecutivos del área de Microempresas del Banco CrediChile, quienes asesoran sobre las condiciones del negocio y su entorno familiar inmediato,

CUENTA CHILE EMPRENDEDOR

Al finalizar 2015 fueron 30 los microempresarios beneficiados con la Cuenta Chile Emprendedor (cuenta vista que no tiene costos de apertura ni mantención), herramienta adicional que el Banco CrediChile desarrolló especialmente para quienes participan en los programas de emprendimiento de Desafío Levantemos Chile, con el fin de poder administrar de mejor forma los ingresos y gastos de su negocio.

determinando en conjunto el valor de la cuota a pagar y asegurando el compromiso de pago oportuno. En 2015, más de **250 emprendedores, provenientes de Santiago, Pichilemu, Rancagua, Quintero, Valparaíso y Talca**, recibieron esta asesoría.



EDUCACIÓN FINANCIERA

De manera de apoyar y asesorar en sus emprendimientos a las personas más vulnerables, el Banco CrediChile realizó durante el año 2015, 22 talleres de educación financiera llamados “Los 12 principios de la Educación Financiera”, recorriendo diversas ciudades de norte a sur del país, beneficiando a más de 2.300 microempresarios en forma presencial y a más de 20.000 en forma remota. En estos talleres se enseñó y fomentó el orden presupuestario y se instruyó acerca de posibles dudas respecto de sus propias finanzas, logrando así una correcta toma de decisiones tanto en el ámbito familiar y comercial de los microemprendedores.



22.300

MICROEMPRESARIOS
FUERON CAPACITADOS
A TRAVÉS DE 22
TALLERES PRESENCIALES
Y PLATAFORMAS
DE E-LEARNING DE
EDUCACIÓN FINANCIERA.

SELLO PROPYME 2015

Por tercer año consecutivo, el Banco de Chile fue reconocido por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo con la mantención del Sello ProPyme 2015. Este sello busca mejorar las condiciones económicas de las pequeñas y medianas empresas del país, realizando el pago de las facturas

por los servicios prestados, antes de 30 días. Estas iniciativas permiten destacar el apoyo de las grandes compañías hacia los emprendedores de Chile al establecer relaciones de calidad, mejorar el capital de trabajo de sus proveedores y generar nuevos empleos, aportando al crecimiento y desarrollo del país.



ITP...A...



PONTE LA CAMISETA
Teletón
LA HACEMOS TODOS
27 Y 28 DE NOVIEMBRE



Banco de Chile
CAJA

Voluntariado Corporativo

El Banco de Chile incentiva y promueve actividades de voluntariado corporativo, con el objetivo de facilitar la unión de capacidades, entusiasmo y experiencia de los profesionales del Banco con las distintas necesidades que pueda tener la comunidad. Esta contribución se materializa a través de diversos proyectos e iniciativas que el Banco desarrolla con las distintas fundaciones con las que han existido compromisos de largo plazo.

69,64%
DE LOS TRABAJADORES DE LA CORPORACIÓN PARTICIPÓ DE UN PROGRAMA DE VOLUNTARIADO.

En 2015, estos totalizaron **82.821** horas de trabajo de voluntariado y el compromiso fue tal, que el **69,64%** de los colaboradores participó en alguno de estos programas.

EL COMPROMISO DE LOS TRABAJADORES CON LA SUPERACIÓN DE LA ADVERSIDAD, LA EDUCACIÓN DE CALIDAD Y EL EMPRENDIMIENTO.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO 2015



82.821
HORAS DE VOLUNTARIADO REALIZARON LOS TRABAJADORES DEL BANCO DE CHILE EN 2015.

 Cantidad de colaboradores
 Total de horas

Capítulo **06**
Medioambiente

Reciclaje
Eficiencia

Impactos

RESPONSABILIDAD

Ahorro

Seguridad

Cuidado

ENERGÍA

Conciencia

Sustentabilidad
Reducción

Consumo





Impactos Medioambientales

DMA
G4-EN6

Banco de Chile ha implementado iniciativas focalizadas en disminuir el impacto ambiental de su operación.

Los impactos más importantes de la industria financiera en el medioambiente son la gestión de los suministros de oficina, principalmente papel, y el consumo de energía. Por este motivo, Banco de Chile ha implementado iniciativas focalizadas en mejorar su eficiencia energética y gestionar el consumo de papel, con el propósito de disminuir el impacto ambiental de su actividad.

Los responsables de generar proyectos que minimicen los impactos ambientales son los departamentos de Arquitectura y de Mantenimiento dependientes de la División Gestión y Control Financiero. También están encargados de la habilitación de nuevas sucursales y de la ejecución de los proyectos de electricidad y climatización, los cuales son desarrollados teniendo en consideración estándares de eficiencia energética.

Eficiencia energética

Este año se logró un ahorro de 1,8 millones de KW/h de energía, mediante el desarrollo de programas de eficiencia energética a nivel nacional, donde se consideró, entre otras acciones, el cambio de luminarias LED, de balastos de mejor rendimiento, de tecnología de letreros institucionales y la difusión de campañas informativas que buscaban crear conciencia en los trabajadores del Banco respecto al uso eficiente de la energía en las oficinas.

El desafío más importante para el Banco es reducir en un 20% el consumo eléctrico de iluminación con el reemplazo de tubos fluorescentes T8 por LED y la eliminación de las luminarias incandescentes. En este último caso se ha reemplazado la mayoría de éstas. Aquellas que no han sido cambiadas es debido a que no se ha encontrado reemplazo por LED dado su uso y sus características técnicas. Para continuar con esta iniciativa, los proyectos nuevos han incorporado tecnología LED y en las mantenciones se han reemplazado las luminarias incandescentes con fallas por LED, cuando ha sido posible.

El uso eficiente que el Banco les dio a los recursos es equivalente a:

 **1 mes**
CONSUMO ELÉCTRICO

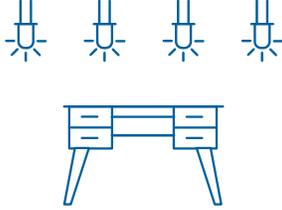
 DE **5.196**
VIVIENDAS

 DONDE HABITAN **20.206**
PERSONAS

DURANTE 2015, EL BANCO DE CHILE REALIZÓ LOS SIGUIENTES AVANCES:



**33%
DE AHORRO**
con el reemplazo de tubos fluorescentes por paneles LED.



**80%
DE AHORRO DE ENERGÍA**
mediante el cambio de ampolletas Par 20 y 30 por su equivalente en LED. Además, se reduce el calor que aportan éstas a las oficinas.



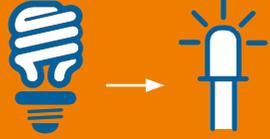
**90%
DE AHORRO**
a través de la incorporación de luminaria LED dimiable y ampolletas dicroicas.



**20%
DE REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA**
con el reemplazo de balastro magnético por electrónico, extendiendo la vida útil de los tubos fluorescentes.



**Cambio
DE LAS AMPOLLETAS INCANDESCENTES**
por ampolletas de ahorro de 66% menos de consumo energético, reduciendo, además, las emisiones de CO₂.



**Cambio
DE TECNOLOGÍA FLUORESCENTE**
en la iluminación de letreros institucionales por tecnología LED.

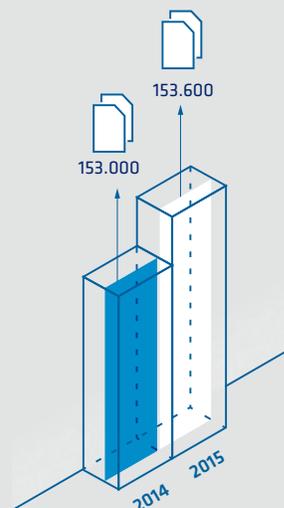
CONSUMO ENERGÉTICO

Kw/h



CONSUMO DE PAPEL

Kilos



RECICLAJE



EN 2015 EL BANCO DE CHILE RECICLÓ

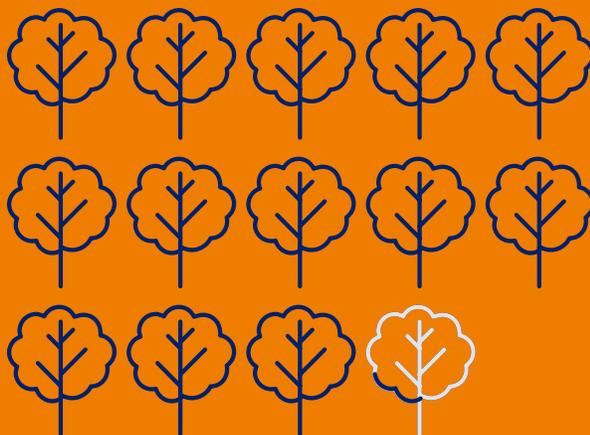
153,6
TONELADAS
DE PAPEL

LO QUE SIGNIFICA

2.611
ÁRBOLES
SIN TALAR



200 ÁRBOLES



ESTE AHORRO IMPLICA
DEJAR DE CONSUMIR

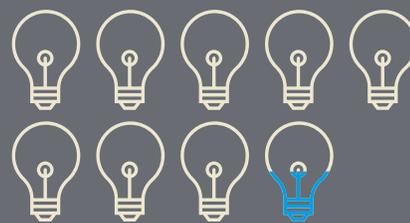


4.069
M³ DE AGUA

SE DEJARÁ
DE EMITIR



153,6
TON.
DE CARBONO
EQUIVALENTE



845 MEGAWATTS

100 MEGAWATTS

Bicichile



Bicichile es un servicio de custodia de bicicletas de clase mundial, que comenzó su implementación con un proyecto piloto en 2015 como un beneficio para los trabajadores de las sucursales del centro de Santiago.

Esta iniciativa, liderada por la División Personas y Organización en conjunto con Marketing y Administración, busca promover una cultura de vida sana y entregar una solución eficiente a las necesidades de los trabajadores a través de un beneficio que motive el uso de la bicicleta como medio de transporte.

El ciclista cuenta con:

- Estacionamiento con capacidad para 150 bicicletas
- Camarines para hombres y mujeres: (Vanitorios + WC + duchas)
- Lockers
- Mecánica para Bicicletas (taller autoservicio)
- Servicios de lavandería
- Personal capacitado
- Seguridad
- Horario extendido, de lunes a viernes (07.00 a 21.00)
- Equipamiento de alta tecnología

Banco de Chile

**Índice
Indicadores**

GRI G4

**Opción "core"
de conformidad
con la guía**

Índice de indicadores GRI G4

Opción “core” de conformidad con la guía

Contenidos Básicos Generales

INDICADORES	ASPECTOS MATERIALES	PÁGINA	OMISIONES / COMENTARIOS
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de ésta con miras a abordar dicha cuestión.	7 - 9	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
G4-3	Nombre de la organización.	18	
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	18	
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	20	
G4-6	Países en los que opera la organización.	18 y 20	
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	40	Ver memoria financiera http://ww3.bancochile.cl/wps/wcm/connect/Inversionistas/portal/Estados-Financieros/Reportes-Anuales/
G4-8	Mercados servidos.	18	
G4-9	Escala de la organización: número de empleados, número de operaciones, ventas netas y cantidad de productos o servicios que ofrece.	18 y 20, 25 y 26	
G4-10	Desglose de los empleados de la organización.	25, 74 y 75	
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	76	
G4-12	Descripción de la cadena de suministro de la organización.	34 y 35	
G4-13	Cambios significativos durante el período objeto de análisis en el tamaño, estructura, propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	13	Durante el período reportado Banco Chile no sufrió cambios significativos en tamaño, estructura, propiedad o cadena de suministro.
G4-14	Descripción de cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.		No se cuenta con un lineamiento explícito.
G4-15	Principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	38 y 39	
G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	38 y 39	
ASPECTOS MATERIALES IDENTIFICADOS Y COBERTURA			
G4-17	Listado de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización.	10	
G4-18	Proceso de definición del contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	12	
G4-19	Listado de aspectos materiales identificados durante el proceso de definición del contenido.	13, 34 y 35	
G4-20	Cobertura dentro de la organización de cada aspecto material.	14	
G4-21	Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material.	14	

INDICADORES	ASPECTOS MATERIALES	PÁGINA	OMISIONES / COMENTARIOS
ASPECTOS MATERIALES IDENTIFICADOS Y COBERTURA			
G4-22	Descripción de las consecuencias de reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	22	
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto en relación a memorias anteriores.	10	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24	Grupos de interés vinculados a la organización.	32	
G4-25	Base para la elección de los grupos de interés con los que la organización trabaja.	12, 32	
G4-26	Descripción del enfoque adoptado para la participación de los grupos de interés.	32	
G4-27	Cuestiones y problemas claves surgidos a raíz de la participación de los grupos de interés.	12 -13, 32	
G4-28	Período objeto de la memoria.	10	
G4-29	Fecha de la última memoria.	10	
G4-30	Ciclo de presentación de las memorias.	10	Anual
G4-31	Punto de contacto para cuestiones surgidas en relación con el contenido de la memoria.	15	
G4-32	Ubicación del índice GRI y opción de conformidad elegida por la organización.	114 -119	
G4-33	Política y prácticas vigentes de la organización respecto de la verificación externa de la memoria.	33	
GOBIERNO CORPORATIVO			
G4-34	Estructura de gobierno de la organización y sus comités responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	43-45	
G4-38	Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	45	
G4-41	Procesos del órgano superior de gobierno para prevenir y gestionar posibles conflictos de intereses.	48	
G4-44	Procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la gobernanza de los asuntos económicos, ambientales y sociales.	43	
G4-45	Función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	49	
G4-46	Función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo derivado de los asuntos económicos, ambientales y sociales.	49	
G4-51	Políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.	45	
ÉTICA E INTEGRIDAD			
G4-56	Valores, principios, estándares y normas de la organización.	28	
G4-57	Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita.	47 y 48	
G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización.	47 y 48	

Contenidos Básicos Específicos

INDICADORES	ASPECTOS MATERIALES	PÁGINA	OMISIONES / COMENTARIOS
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	52	
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	53	
G4-EC4	Ayudas económicas recibidas y otorgadas por entes del gobierno.	53	
PRESENCIA EN EL MERCADO			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	83	
G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	83	
DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL			
MATERIALES			
G4-EN1	Materiales por peso o volumen.	112	
ENERGÍA			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	110	
G4-EN3	Consumo energético interno.	110	
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	110	
EFLUENTES Y RESIDUOS			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	110	
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento	112	
TRANSPORTE			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	110	
G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte.	113	
DESEMPEÑO SOCIAL/PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO			
EMPLEO			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	72	
G4-LA1	Número total y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	74 y 75	
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa.	80 y 81	
RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	76	
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso por cambios organizacionales e inclusión en los convenios colectivos.		No se cuenta con un lineamiento explícito al respecto.
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	88	
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores representados en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	88	
G4-LA6	Tipo y tasas de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	88	

INDICADORES	ASPECTOS MATERIALES	PÁGINA	OMISIONES / COMENTARIOS
CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	84 y 85	
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y categoría laboral.	84	
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	84, 86	
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y categoría profesional.	82	
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	74 y 75	
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional, sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	74 y 75	
IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE HOMBRES Y MUJERES			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	83	
G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	83	
DESEMPEÑO SOCIAL/DERECHOS HUMANOS			
NO DISCRIMINACIÓN			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	74	
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	74	
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	76	
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación puede infringirse o estar amenazada, y medidas adoptadas.	76	
DESEMPEÑO SOCIAL/SOCIEDAD			
COMUNIDADES LOCALES			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	92	
G4-SO1	Porcentaje de operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto e implementación de programas de desarrollo.	92 - 107	
FS13	Puntos de acceso para otorgar servicios financieros a áreas de baja población o con desventaja económica por tipo.	61,104 y 105	
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros para personas desfavorecidas.	61,104 y 105	

INDICADORES	ASPECTOS MATERIALES	PÁGINA	OMISIONES / COMENTARIOS
DESEMPEÑO SOCIAL/RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	47	
G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	47	
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	47	
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	47	
POLÍTICA PÚBLICA			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	46	
G4-SO6	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	46	
CUMPLIMIENTO REGULATORIO			
G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	47	
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	56 Y 66	
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	69	
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.		3
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	67	
FS15	Las políticas para el correcto diseño y venta de productos y servicios financieros.	69	
FS16	Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario.	59 y 61, 104 y 105	
COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	69	
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos vinculantes relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	69	No se registraron multas significativas, no obstante se registraron 14 multas por infracción a la ley de protección de los derechos de los consumidores (incluye temas de información y publicidad) por un total de 241 UTM
PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES			
G4-DMA	Enfoque de gestión.	56, 69	
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.		No se registraron este tipo de incidentes
CUMPLIMIENTO REGULATORIO			
G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.		No se registraron multas significativas, no obstante se registraron 14 multas por infracción a la ley de protección de los derechos de los consumidores por un total de 241 UTM

Reporte de
Sustentabilidad



20
15

Banco de Chile
El banco de Chile