

ATREVERNOS HACER UNA DIFERENCIA COLABORADORES, CLIENTES Y SOCIEDAD

Paola Alvano

Grente Asuntos Corporativos y Sostenibilidad

18 de Mayo 2022

Agenda



- ¿SOSTENIBILIDAD PARA BCI?
- ACCIÓN DIFERENTE
 - COE SOSTENIBILIDAD
 - MACH Y VALOR PYME
 - IMPACTO

TODA CRISIS ES UNA OPORTUNIDAD

productos sostenibles **x5**

economía baja en CO2 **USD 23 trillones**

empresas ASG **< costo de deuda y capital**

8.000 proveedores multinacionales **72% impactadas**

DECLARACIÓN CEO 2019

Inicio > Internacional > FT Español

FT Español

Los detalles tras la provocadora carta que firmaron los 200 CEO más poderosos de EEUU

"Es un giro importante", dijo Mohamed El-Erian, principal asesor económico de Allianz. "Refleja un consenso emergente sobre la importancia de un capitalismo más inclusivo".

Por: R. Henderson y P. Temple-West | Publicado: Martes 20 de agosto de 2019 a las 04:00 hrs.



Las
empresas
deben
“proteger
el medio
ambiente”
y tratar
a los
trabajadores
con
“dignidad
y respeto”,
mientras
ofrecen
ganancias a
largo plazo
para los
accionistas,
dijo el BRT.



Sostenibilidad en Bci



Es parte de nuestro Marco Cultural

Propósito

¿Por qué existimos?

Atrevernos a hacer una diferencia

PARA

- Accionistas
- Clientes y proveedores
- Colaboradores y sus familias
- Sociedad

Misión y Visión

¿Dónde vamos?

ASPIRAMOS SER LÍDERES REGIONALES EN

- Innovación
- Cercanía y Experiencia de Clientes
- Ser reconocidos como la mejor empresa para trabajar y desarrollarse

Valores

Nuestra esencia

- Integridad
- Respeto
- Excelencia

Perfil Bci

¿Cómo actuamos?

- Actúa como dueño
- Obtiene lo mejor de las personas
- Logra objetivos ambiciosos
- Se apasiona por el cliente



OPORTUNIDADES ASG en el sector financiero

Transparencia
y Confianza



Oferta de Valor ESG
Productos y Servicios



Inclusión
Financiera



Educación y
Salud Financiera



A hand is shown dropping a coin into a stack of coins on a mound of soil. The background is a soft-focus green and yellow, suggesting an outdoor setting. The text is overlaid on the image.

NUESTRO PROPÓSITO

“ **Atrevernos a
hacer una
diferencia** ”

NUUESTRA ASPIRACIÓN

Ejercer el rol esencial que, como banco, tenemos en la economía, el medio ambiente y el desarrollo social :

- ▲ Contribuyendo a una sociedad más inclusiva y equitativa.
- ▲ Acompañando a nuestros clientes en su transición hacia un futuro más sostenible.
- ▲ Fortaleciendo el sentido del trabajo diario de nuestros colaboradores, y generando impacto social y ambiental desde el negocio.
- ▲ Incrementando el valor para una rentabilidad superior y sostenible.

¿ CÓMO LO ABORDAMOS ?



Objetivo

Que vamos a lograr al implementar el plan



Potenciar nuestra **capacidad de generar** impacto positivo en la sociedad, integrando y generando el **impacto económico, social y ambiental desde el negocio** y creando valor para clientes, colaboradores, proveedores, ciudadanos y accionistas.

Focos bandera

Cómo se va a materializar el impacto



HABILITACIÓN FINANCIERA Y DIGITAL

FIN. E INVERSIONES SOSTENIBLE

TRANSPARENCIA Y CONFIANZA

Palancas

Qué dimensiones clave comprende cada foco



- Crecimiento inclusivo
- Acceso a desarrollo

Soluciones financieras y de inversión con criterios ESG

Una experiencia transparente, oportuna, empática y responsable

Ámbitos Transversales



| **Experiencia Colaborador** | **Ecoeficiencia Operacional** | **Ciudadanía**
| **Gobierno Corporativo** | **Protección de Datos** | **Proveedores**

Habilitador

Coe Sostenibilidad



Una cultura consciente
Impulsar la visión de generar impacto económico, social y ambiental, a través del negocio

¿COMO LO MEDIMOS ?



Cumplimiento Banco

65%
financiero

35%
no financiero



PRINCIPIOS QUE NOS GUÍAN



Dow Jones
Sustainability Indexes



UNEP
FINANCE
INITIATIVE

PRINCIPLES FOR
RESPONSIBLE
BANKING

TCFD

TASK FORCE ON
CLIMATE-RELATED
FINANCIAL
DISCLOSURES



Certificado
ISO 14001 de
gestión ambiental

Sistema



United Nations Global Compact



**¿ Cómo Lo
Hacemos?**

PLANES ESTRATÉGICOS



1

INSTALACIÓN DE LA CAPACIDAD DE SOSTENIBILIDAD



Despliegue del CoE de Sostenibilidad

2

ACCELERAR LA ENTREGA DE VALOR DESDE EL NEGOCIO



Medir y reportar más precisa, oportuna y transparentemente el 3x impacto de Bci

3

MEDIR EL TRIPLE IMPACTO FINAL





**Instalando la
capacidad de
sostenibilidad**

“**A**justa el modelo operativo. Los bancos necesitan construir algunas capacidades nuevas para garantizar que la expertise en este espacio sea escalable y accesible. Cada vez más, los bancos líderes tienen un centro de excelencia (CoE) en materia de clima o sostenibilidad con experiencia y recursos concentrados en riesgos y ASG ”.

- McKinsey's Global Banking Annual Review

A decorative graphic at the bottom of the slide consisting of several overlapping, wavy lines in various colors (red, blue, green, yellow, grey) that create a sense of movement and flow.

Capacidad de Sostenibilidad



¿Por qué la Sostenibilidad es una capacidad ?



Es necesaria la adopción transversal



Se necesita mayor potencial de despliegue



El nivel de conocimiento es bajo



La capacidad no está adquirida

¿Qué se logramos instalando la capacidad de Sostenibilidad ?

- Mejores resultados de negocio
- Mejora la experiencia de cliente
- Mejora el compromiso de los colaboradores y la organización
- Mayor interés para invertir en Bci

¿Qué es un Coe?

Un grupo de personas con habilidades y conocimientos especializados **en sostenibilidad** cuyo trabajo es crear y transferir capacidades estratégicas en toda la organización: **personas, procesos y sistemas.**

Capacidad de Sostenibilidad



def. **“Atreverse a hacer una diferencia**

es maximizar el valor social, ambiental y económico,

para todos, clientes, colaboradores y comunidad

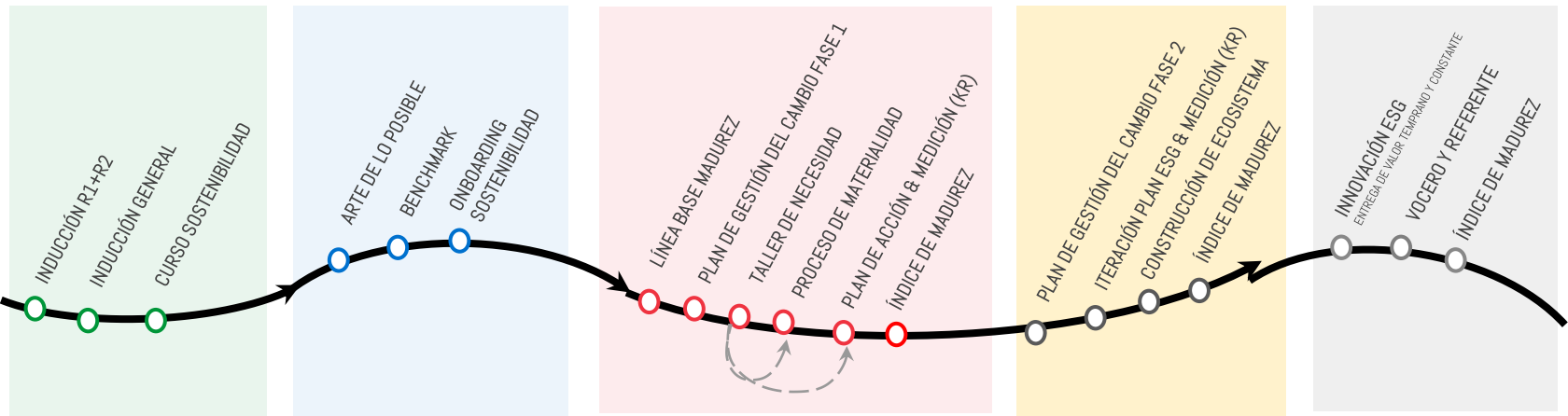
de manera urgente, responsable y permanente”.

PARA QUÉ

QUÉ

PARA QUIÉN

CÓMO



VIAJE DE SOSTENIBILIDAD

Estrategia de Negocios:



¿COMO LO EJECUTAMOS ?



1

INSTALACIÓN DE LA CAPACIDAD DE SOSTENIBILIDAD



2

ACCELERAR LA ENTREGA DE VALOR DESDE EL NEGOCIO



3

MEDIR EL TRIPLE IMPACTO FINAL





UN POCO DE HISTORIA

Cómo nació y cuál es la misión de Mach?





Desafío para el equipo

Destacar y resolver las fricciones de los Chilenos relacionado con los pagos

- > Impulsar la inclusión Financiera
- > Centrándose en las necesidades diarias

Lineamientos Estratégicos

Construir sobre una base masiva y ganadora

- > Cliente Céntrico
- > Innovador
- > 100% digital



IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES



Voz del Cliente

Comprender las necesidades reales
y
fricciones en los pagos



Arte de los Possible

Estudiar Tendencias locales e internacionales
Inspirándose en puntos de referencia del mercado





MACH fue creado para democratizar y dar igualdad DE acceso de pagos en Chile

D: Múltiples fricciones , en especial en la base de la pirámide

No puedo usar Netflix o Spotify porque los bancos no me dan tarjeta de crédito

Me cobran por usar mi dinero, evito los cajeros o hacer transferencias

Hacer una Transferencia es complicado y no Puedo cobrar Dinero

No me siento seguro en llevar dinero efectivo a todos lados



MACH: Buy. Pay. Share

Online payments. Simple and free

Para todos
Los Chilenos

Para cualquier persona mayor de 18 años con Rut Chileno

Precio
Justo
Simple

Pagos, compras retiros, sin cuotas

Seguro

Instantáneo, fácil, entre mis contactos

Pagos electrónicos con estándares bancarios



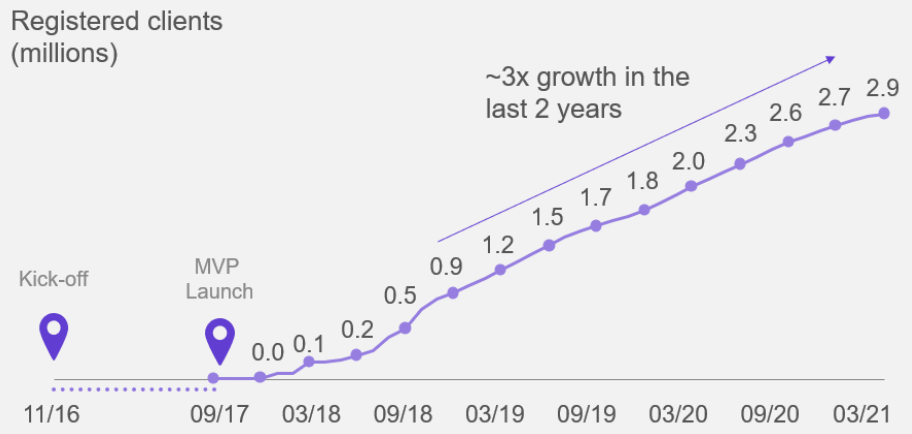
LA OFERTA DE HOY TIENE TRES PILARES





RESULTADOS

+3M clientes registrados

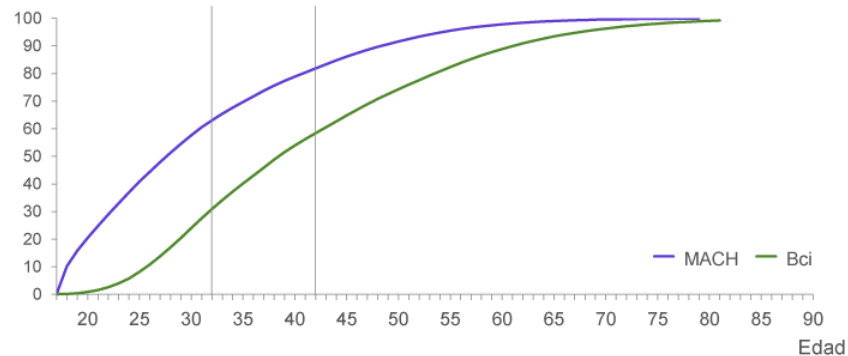


Clientes principalmente Jóvenes

Distribución Acumulada (%)

32 – Edad promedio MACH

42 – Edad promedio BCI



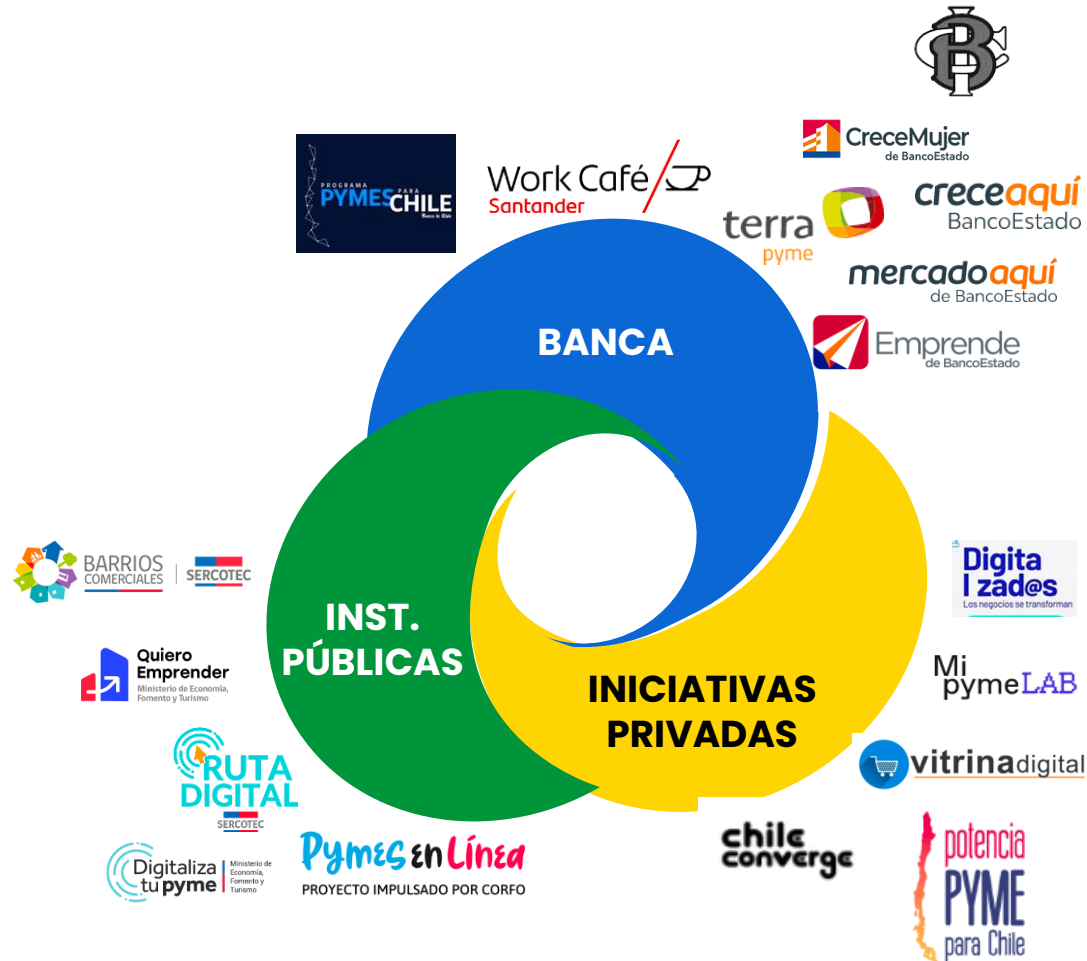
valorpyme



¿Visión Cliente?

Existen varias iniciativas basadas en plataformas, pero con soluciones parciales, enfocadas más en el posicionamiento de marca que en resolver “todas” las necesidades de las Pymes.

LAS PYMES SIGUEN TENIENDO QUE ACUDIR A DIFERENTES INICIATIVAS PARA RESOLVER SUS PROBLEMÁTICAS



Aspiración 2022



Apoyaremos a las **micro**, pequeñas y medianas empresas de Chile a **recuperar su crecimiento en ventas** y desempeñarse con éxito en un **nuevo escenario competitivo** (+digital y +sostenible).

500.000
usuarios “**activos**”

¿Cómo lograremos la aspiración?



Generando la mayor comunidad abierta y colaborativa de
Mipymes Y Emprendedores de Chile

Asesorando con red de
Partners especializados.



Entregando acceso a
nuevas oportunidades de
negocios



valor
pyme

Apoyando y acompañando en
la Transformación del
negocio



Otorgando soluciones
financieras que permitan
mayor inclusión

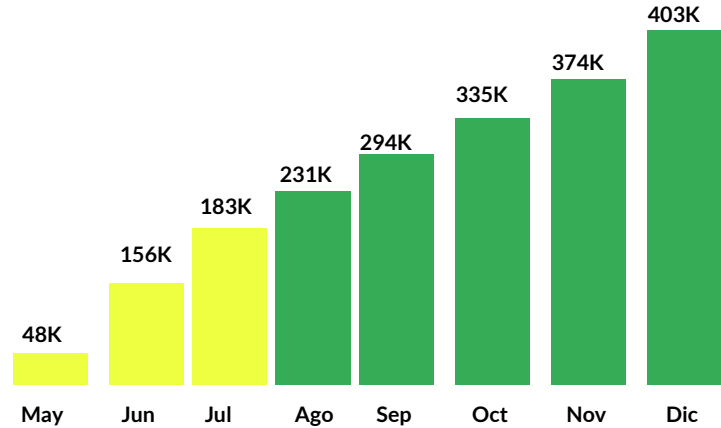


Comenzando a generar impacto

44 Partners y más de 400K usuarios



EVOLUTIVO USUARIOS ÚNICOS



Promedio de más de 169K visitas mensuales.

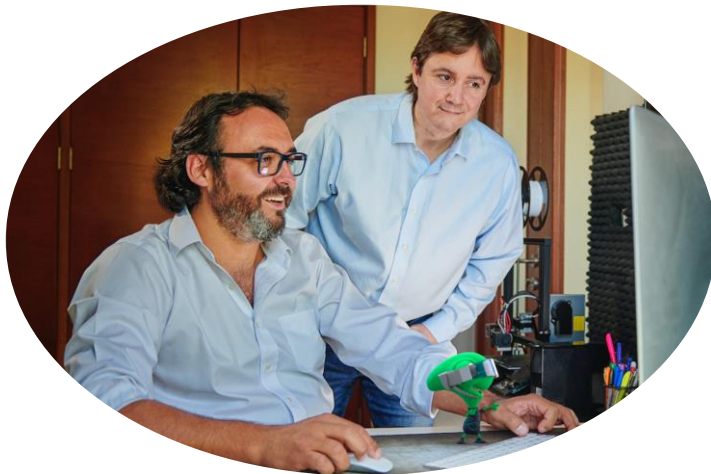
Comenzando a generar impacto



Contenidos

99 webinars.
+ 6.000 asistentes

81 blogs
con + de 100.000 lecturas.



Formación

9 cursos gratuitos
+5.000 alumnos

E-commerce, Transformación Digital, Turismo, Modelo Canvas,
Emprendimiento femenino, Finanzas, Economía Circular, KPI's,
Herramientas Digitales



Autodiagnóstico (TED)

17.089 Pymes

valorpyme



Convocatorias

4 Programas de Alto Impacto
+350 postulantes

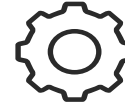
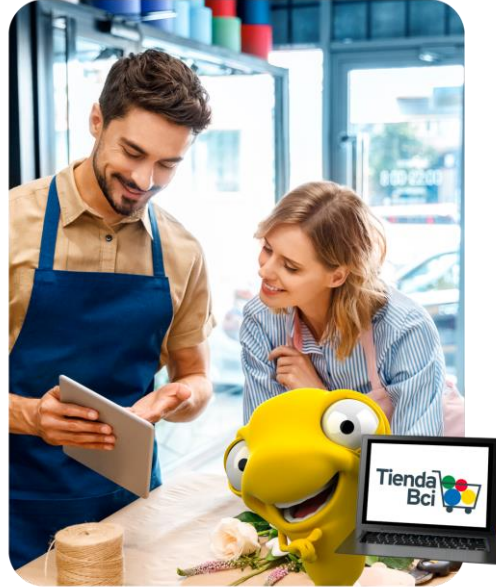
(Scaleup, Exporta Digital, Desafío Startup, Entrega Productos Bancarios)

Comenzando a generar impacto



Venta online

68 Pymes



Adopción Herramientas Digitales

86 Pymes



658 Pymes



Alto Impacto

12 aceleración y levantamiento capital.

15 Pymes exportación USA (Amazon).

5 aceleración red Microsoft.

1 Proveedor Bci.



Redes y Reuniones

1.863 Pymes



**Mobilizar la
medición de
impacto**

Diferencia entre input, output e impacto



 INPUTS



 OUTPUTS



 IMPACTS

Qué se contribuye

Lo que sucede

Qué cambia

¿Qué es?

Los recursos que proporciona una empresa para apoyar una actividad: cash, tiempo, especies, gestión

Las actividades realizadas, los números alcanzados, los fondos recaudados:

Los cambios que ocurren en individuos, organizaciones y la empresa, a corto o largo plazo, como resultado de la actividad.

Ejemplo: Trabajar con los clientes de sectores más contaminantes para reducir sus emisiones.

Proporcionar nuevo financiamiento ambiental a 100 clientes al 2022.

Movilizar nuevo financiamiento ambiental alcanzando colocaciones por MM\$ 240.000 (25% de crecimiento en base a la meta 2020).

Reducir las emisiones netas de GEI de Alcance 1, Alcance 2 y Alcance 3 a cero para 2050, con un objetivo intermedio de reducir las emisiones en un 70% en relación con una línea de base de 2015 para 2035



Grado de impacto



| | Impacto leve No causar o reducir daño | Impacto medio Mejorar la situación | Impacto alto Transformar la situación |
|----------------|--|---|--|
| ¿Qué? | Las organizaciones pueden intentar no causar daño a las personas ni al medio ambiente o actuar para reducir el daño . | Las organizaciones pueden aspirar a ser "sostenibles", beneficiando a las partes interesadas . | Las organizaciones pueden investigar un desafío social o ambiental y diseñar un modelo de negocio para contribuir a solucionarlos . |
| ¿Cómo? | Identificando dónde la organización está causando daño al bienestar de las personas y al medio ambiente y mejorando esos resultados para que se acerquen al rango sostenible establecido por el umbral social o ecológico. | No solo actuando para reducir el daño para todos los SHs, sino también manteniendo o mejorando el bienestar de uno o más grupos de personas y / o la condición del medio ambiente , de modo que esté dentro del rango sostenible establecido por la sociedad o umbral ecológico. | Cambio radical o disruptivo que conduce a un nuevo sistema, paradigma, identidad, narrativo, régimen sociotécnico, etc |
| Ejemplo | Dejar de financiar armas. | Apoyar nuestros clientes en reducir sus emisiones de carbono de manera a limitar el aumento de la temperatura mundial en este siglo muy por debajo de los 2°C por encima de los niveles preindustriales. | Transformar el modelo de negocios de la PYME en Ecosistema Digital, para que se sustente en un modelo de economía circular. |



GRACIAS

