Reporte de Sustentabilidad

2020

BICECORP

BICECORP

BICECORP S. A. es una sociedad anónima abierta,
inscrita en el Registro de Valores de la Comisión
para el Mercado Financiero bajo el N° 0479.

Domicilio legal : Teatinos 220, piso 4, Santiago, Chile.
RUT : 85.741.000-9
Teléfono : +56 22692 2000
Sitio web : www.bicecorp.com

Para mayor información acerca de este reporte y los temas desarrollados, contactarse a través del mail sustentabilidad@bicecorp.com o revisar nuestra página web corporativa: www.bicecorp.com

ÍNDICE

1 **Bienvenida _ Pag. 4**
1.1 Carta del presidente

2 **BICECORP: por naturaleza, responsables _ Pag. 6**
2.1 Propuesta de valor y visión de la sustentabilidad
2.1.1 Misión y visión
2.1.2 Áreas de negocio
2.1.3 Presencia nacional
2.2 Gobernanza
2.2.1 Propiedad y gobierno corporativo
2.3 Ética e integridad
2.3.1 Modelo de prevención de delitos
2.3.2 Política de libre competencia
2.3.3 Canal de integrida
2.3.4 Capacitaciones y comunicación
2.4 Estrategia de Transformación Digital de BICECORP
2.5 Valor económico generado y distribuido

3 **Negocio: lo central son los clientes _ Pag. 18**
3.1 Experiencia BICECORP
3.2 Monitoreo de la satisfacción

4 **Medioambiente: hacia una economía más verde y ética _ Pag. 25**
4.1 Evaluación de riesgos crediticios
4.2 Financiamiento ERNC
4.3 Inversión responsable

5 **Personas: compromiso y excelencia _ Pag. 30**
5.1 Equipo BICECORP
5.2 Adaptación y flexibilidad en pandemia
5.3 Desarrollo integral de colaboradores
5.3.1 Capacitación y crecimiento laboral
5.3.2 Evaluación de desempeño
5.3.3 Movilidad laboral
5.4 Equidad de género e inclusión
5.5 Clima laboral

6 **Conectados con el entorno _ Pag. 53**
6.1 Educación financiera
6.2 Alianzas y donaciones
6.3 Consumo responsable de recursos
6.4 Gestión de proveedores

7 **Metodología y alcance del reporte _ Pag. 59**

Índice de contenidos GRI _ Pag. 60

Carta Presidente

[102-14]

La pandemia ha provocado una crisis no sólo económica, sino también social, que ha hecho tambalear al mundo, ha llenado de incertidumbre a la sociedad y ha obligado a las empresas a replantear su forma de trabajar. En este contexto, lo primero que me cabe es agradecer el compromiso y entereza demostrado por cada uno de los colaboradores que forman parte de BICECORP, ya que hicieron posible no sólo la continuidad operacional, sino que además mantuvieron la excelencia en cada una de sus acciones frente a nuestros clientes.

En BICECORP no estuvimos ajenos a la crisis. Ahora, observando en retrospectiva, podemos decir que hemos salido fortalecidos en este año, tan distinto a los anteriores. La pandemia ha acelerado nuestro proceso de transformación y aprendizaje, evidenciando la solidez del modelo de negocio que hemos desarrollado.

En este período, más que nunca pudimos apreciar nuestra propuesta de valor, alineada con los principios y criterios de una industria financiera responsable y que contribuye al desarrollo sostenible del país. La base de todo lo que hacemos es una sólida cultura ética y, desde nuestros inicios, no hemos estado dispuestos a participar en proyectos que pueden parecer muy rentables, pero que podrían conllevar un impacto en la comunidad o el medio ambiente, contraviniendo aquellos valores que como compañía y como grupo aspiramos a construir.

Estamos convencidos que los servicios financieros deben responder a los problemas que enfrenta nuestra sociedad. Uno de ellos es el cambio climático, donde Banco BICE fue el primer banco privado en Chile en desarrollar una línea de financiamiento exclusiva para proyectos de energías renovables no convencionales. En 2019, a través de la Administradora General de Fondos (AGF) adherimos a los Principios de Inversión Responsable (PRI), para los cuales venimos desarrollando un fuerte y metódico trabajo de integración de variables sociales y ambientales en el análisis de la cartera de inversión administrada por la AGF, logrando el año 2020 cubrir el 75% de los activos de renta variable y 50% de los de renta fija.

BICE Vida en tanto, a raíz de la crisis provocada por la pandemia, les otorgó a sus pensionados la posibilidad de postergar las cuotas de sus créditos, y en el caso de los arrendatarios de los inmuebles de propiedad de la compañía que lo solicitaron, principalmente pequeños y medianos empresarios, les entregó facilidades específicas para el pago de las rentas de arrendamiento.

Este período tuvo también para nosotros el doble significado de conservar y transformar. Conservar aquello que nos da identidad, mientras seguimos con más fuerza y confianza que nunca la estrategia de transformación digital que iniciamos en 2019 y que busca posicionarnos como uno de los grupos más innovadores en experiencia digital de sus clientes. De hecho, esta estrategia tuvo enormes avances.

Así, y continuando con nuestro objetivo de entregar el mejor servicio a cada cliente,

inauguramos BICE Lab, un centro que busca potenciar una cultura de innovación digital y desarrollar nuevos productos, y que cuenta con diez equipos / células de trabajo actuando en distintos frentes.

Por otra parte, y siempre teniendo en cuenta a la comunidad, mantuvimos nuestros proyectos de Educación Financiera dirigidos a adolescentes y apoyamos a los más vulnerables como son los adultos mayores y a las familias de los alumnos de la Red SIP muy afectados por el contexto país.

Finalmente, la gestión y preocupación por nuestros equipos y clientes, que siempre ha estado en el corazón de nuestras decisiones, sumó en este periodo la urgencia por asegurar la salud de cada uno de ellos. Adaptamos nuestras formas de trabajo con el propósito de lograr equilibrio entre el resguardo sanitario de nuestros colaboradores y sus roles familiares fortaleciendo así, el teletrabajo como una respuesta a la necesaria conciliación. Para conseguirlo, desarrollamos adicionalmente un sólido programa de apoyo y contención que nos permitió, incluso, mejorar nuestros resultados de clima laboral y mantener la satisfacción y exigencia de nuestros clientes con la excelencia de servicio y la respuesta que nos caracteriza.

Los invito a leer los detalles de nuestro desempeño en este Reporte de Sustentabilidad 2020.

Bernardo Matte Larraín
Presidente Directorio BICECORP

“La pandemia ha acelerado nuestro proceso de transformación y aprendizaje, evidenciando la solidez del modelo de negocio que hemos desarrollado”.

CAPÍTULO 2

BICECORP

POR NATURALEZA, **RESPONSABLES**

2.1

PROPUESTA DE VALOR Y VISIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD

[102-2, 102-6, 102-10, 102-16]

BICECORP es un grupo financiero heterogéneo, motivado por satisfacer las necesidades de los clientes más exigentes, a través de servicios innovadores, personalizados y con la más alta calidad en cada uno de los mercados en los que opera.

El comportamiento ético y responsable con la sociedad y el medioambiente le distinguen. Sus negocios nunca han estado condicionados solamente por criterios de máxima rentabilidad. La construcción de su cartera de negocios fue, es y será de bajo riesgo, entendiendo que las personas, las empresas y el país deben crecer con seguridad y equilibrio económico, social y ambiental.

2.1.1

Misión y visión

Somos una organización que contribuye al desarrollo del sector financiero, mediante la creación y distribución de productos y servicios innovadores y personalizados, con un profundo conocimiento de nuestros clientes y una total orientación hacia la satisfacción de sus necesidades de financiamiento, protección, ahorro e inversión, asegurando permanentemente la creación de valor para los accionistas.

2.1.2

Áreas de negocio

[102-7, 102-8, 102-9]

BICECORP
2.738 colaboradores

BANCO BICE
Banca comercial
1.475 colaboradores
USD 8.771 millones en colocaciones

BICE VIDA
Seguros de vida
814 colaboradores
USD 7.045 millones en activos

BICE SECURITIZADORA
Securitizadora
3 colaboradores
USD 113 millones vigentes en bonos emitidos

BK Financiamiento Automotriz
130 colaboradores
USD 248 millones en colocaciones

BICE INVERSIONES
Administración de activos, intermediación financiera y finanzas corporativas
231 colaboradores
USD 11.798 millones activos administrados

BICE RENTA URBANA
Negocio inmobiliario
19 colaboradores
USD 1.296* millones en activos administrados

BICE HIPOTECARIA
Mutuos hipotecarios
66 colaboradores
USD 1.066 millones vigentes en mutuos administrados

(*) Incluye los activos inmobiliarios que mantiene BICE Vida en su balance.

2.1.3

Presencia nacional

[102-4]

BANCO BICE · BICE INVERSIONES · BICE VIDA · BICE RENTA URBANA S.A. · BICE hipotecaria

2.2

GOBERNANZA

2.2.1

Propiedad y gobierno corporativo

[102-16, 102-18, 102-22, 102-23, 102-24]

El controlador mayoritario de BICECORP es el grupo Matte con un 97,72% de las acciones[1]. El grupo Matte también participa en la industria forestal, energética, financiera y de telecomunicaciones.

Principales accionistas

RUT	Nombre o Razón Social	Acciones	%
93.865.000-4	Servicios y Consultoría Ltda.	46.458.484	54,60 (*)
77.320.330-K	Inversiones Coillanca Ltda.	10.686.882	12,56 (*)
99.508.630-1	Inversiones O'Higgins S.A.	8.567.588	10,07 (*)
99.508.640-9	Agrícola O'Higgins S.A.	8.116.330	9,54 (*)
83.104.900-6	Agrícola e Inmobiliaria Las Agustinas S.A.	6.829.919	8,03 (*)
83.104.700-3	Inmobiliaria Rapel S.A.	1.663.165	1,95 (*)
91.553.000-1	Forestal, Constructora y Comercial del Pacífico Sur S.A.	505.872	0,59 (*)
95.980.000-6	Forestal O'Higgins S.A.	325.109	0,38 (*)
80.537.000-9	Larraín Vial S.A. Corredora de Bolsa S.A.	298.488	0,35
4.436.502-2	Eliodoro Matte Larraín	216.080	0,25
79.532.990-0	BICE Inversiones Corredores de Bolsa S.A.	192.244	0,23
94.645.000-6	Inmobiliaria Ñague S.A.	133.909	0,16
	Otros	1.092.960	1,29
	Total	**85.087.030**	**100,00**

[1] Con fecha 30 de enero de 2020, el accionista de BICECORP S. A., Agrícola O'Higgins S. A. compró 1.653.056 acciones de la sociedad en un valor de $21.489.728.000 pesos, aumentando su porcentaje de propiedad desde un 7,6% a un 9,54%. Dado lo anterior los accionistas que controlan directamente o a través de otras personas naturales y jurídicas, aumentaron su participación desde un 95,78% a un 97,72%.

DIRECTORIO

Bernardo Matte L.
Presidente
Ingeniero Comercial
Universidad de Chile
21 años de antigüedad en el cargo

Kathleen C. Barclay
Directora
Foreign Service
Universidad de Georgetown
19 años de antigüedad en el cargo

Rodrigo Donoso M.
Director
Ingeniero Comercial
Universidad de Los Andes
4 años de antigüedad en el cargo

Juan Carlos Eyzaguire E.
Director
Ingeniero Comercial
Universidad de Santiago
19 años de antigüedad en el cargo

Bernardo Fontaine T.
Director
Ingeniero Comercial
Pontificia Universidad Católica de Chile
10 años de antigüedad en el cargo

José Miguel Irarrázaval E.
Director
Administrador Público
Universidad de Chile
13 años de antigüedad en el cargo

René Lehuedé F.
Director
Constructor Civil
Pontificia Universidad Católica de Chile
10 años de antigüedad en el cargo

Vicente Monge A.
Director
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile
7 años de antigüedad en el cargo

Demetrio Zañartu B.
Director
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile
10 años de antigüedad en el cargo

89%

DE DIRECTORES LLEVA MÁS DE 6 AÑOS EN BICECORP

22%

22% TIENE MENOS DE 50 AÑOS

89%

89% TIENE NACIONALIDAD CHILENA

El Directorio es el principal órgano de gobierno de BICECORP y es responsable de velar por los intereses del negocio, crear valor a los grupos de interés y garantizar una correcta gobernanza de la compañía y sus filiales. Además, propone los lineamientos estratégicos, supervisando su ejecución y tomando decisiones a nivel de grupo.

El Directorio está compuesto por nueve miembros, quienes son elegidos cada tres años por la junta de accionistas y sesiona doce veces al año.

El Directorio de BICECORP toma decisiones en un marco ético establecido por el Código de Gobierno Corporativo, el Código de Conducta para Directores y la Política y Procedimiento de Gestión y Control de Riesgos.

Código de Gobierno Corporativo

- Procedimiento de información de postulantes a Director
- Procedimiento para la inducción de nuevos Directores
- Capacitación permanente del Directorio
- Mejoramiento continuo del Directorio
- Asesores externos
- Plan de contingencia para la continuidad del Directorio en situaciones de crisis
- Procedimiento de mejoramiento continuo de revelaciones al mercado.

Código de Conducta para Directores

Regular los principales deberes de los Directores en la sociedad, además de promover principios tales como probidad, responsabilidad, buena fe y transparencia.

Regula el tratamiento de los conflictos de interés que pudieran existir entre los Directores en el contexto del ejercicio de sus cargos.

Política y Procedimiento de Gestión y Control de Riesgos

Señala las directrices adecuadas a la administración de BICECORP y sus filiales, en cuanto a gestión de riesgos, de manera que tengan claridad sobre los lineamientos definidos.

Administración

Rafael de la Maza D.
Gerente de Gobierno Corporativo y Finanzas
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile

Juan Eduardo Correa G.
Gerente General
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile

Sebastián Parot R.
Gerente de Innovación y Desarrollo
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile

El Directorio nombra al Gerente General, al Gerente de Gobierno Corporativo y Finanzas y al Gerente de Innovación y Desarrollo, cuyos cargos son corporativos y cuentan con facultades propias.

Cada empresa del grupo conforma su propia plana directiva y ejecutiva, de acuerdo a las características de su negocio.

Más información en www.bicecorp.com y en la página web de cada filial.

2.3

ÉTICA E INTEGRIDAD

[102-17]

BICECORP cuenta con una rigurosa regulación ética de sus actividades y mantiene un exhaustivo cumplimiento de las normativas y exigencias legales de los entes que regulan su actividad. A través de su Código de Conducta, regula los comportamientos esperados de los colaboradores de la compañía y sus filiales. Actualizado anualmente, el documento establece un marco de referencia para la responsabilidad individual de los colaboradores en materias como conflictos de interés, manejo de información confidencial y uso de información privilegiada, relación con clientes, mensajería electrónica e internet y protección del consumidor.

2.3.1

Modelo de prevención de delitos

[103-2, 103-3, 205-1, 205-2, 205-3, 206-1]

Basado en la Ley 20.393, el modelo permite a la compañía prevenir los riesgos asociados al lavado de activos y financiamiento del terrorismo, corrupción y cohecho a funcionarios nacionales o extranjeros, regidos por leyes como la de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas o la de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo (PLAFT).

Para supervisar y prevenir los riesgos, la compañía desarrolla reportes de actividades al Directorio de BICECORP y a los de sus filiales:

Reporte a los directorios de BICECORP, Banco BICE y BICE Vida
Con frecuencia semestral, el encargado de prevención de delitos reporta sobre las actividades desarrolladas en el ejercicio de sus funciones.

Comité de Ética y PLAFT Banco BICE y filiales
Con frecuencia trimestral, el encargado de prevención de delitos reporta sobre las actividades desarrolladas en el ejercicio de sus funciones.

Todos los gerentes de BICECORP y sus filiales han sido capacitados respecto de las disposiciones establecidas en la Ley N° 20.393. Además, la alta administración firma una declaración jurada en la que se indica que no han sido condenados por la Ley N° 20.393 y se comprometen a no cometer los delitos señalados en la ley.

En la matriz de riesgo BICECORP se describen los principales riesgos de delitos a los que se encuentra expuesta la empresa y se indican los controles establecidos para mitigar su posible ocurrencia. En 2020, no hay operaciones evaluadas por casos de corrupción.

2.3.2

Política de libre competencia

Esta política entrega directrices a los colaboradores sobre las maneras de dar cumplimiento a la normativa vigente sobre libre competencia. Desde 2018, la política es entregada a cada nuevo colaborador, quien firma su recepción y compromiso de acatarla. Además, la formación en la política de libre competencia forma parte del proceso de inducción de nuevos colaboradores.

[206-1]

A diciembre de 2020, continúa en etapa probatoria el proceso seguido ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia por tres empresas negociadoras de criptomonedas, como demandantes, en contra de diez bancos de la plaza, como demandados, entre ellos Banco BICE. En el proceso las demandantes denuncian supuestas infracciones a la libre competencia, como consecuencia del cierre o la negativa de apertura de cuentas corrientes para dichas empresas por parte de los bancos demandados.

En el mismo mes, la empresa Okane Capital SpA presentó ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia una demanda en contra de Banco BICE, denunciando supuestas infracciones a la libre competencia. La demanda se basa en la decisión del banco de cerrarle sus cuentas corrientes, en virtud de que dicha empresa no explicó en forma satisfactoria los movimientos registrados en sus cuentas. En enero de 2021, la empresa demandante se desistió.

Protección de la privacidad

Durante 2020 se registraron eventos que afectaron a toda la industria bancaria, tales como phishing (intentos de suplantación de los portales bancarios para engañar a los clientes y cometer fraudes) o filtraciones de información de tarjetas de crédito, las que son capturadas o procesadas en terceras partes.

Los clientes de Banco BICE no se vieron afectados en sus datos personales, pues los protocolos de seguridad se activaron oportunamente.

2.3.3

Canal de integridad

Consiste en una vía por la cual cualquier persona, que puede estar o no relacionada con BICECORP y filiales –como colaboradores, clientes, proveedores y público en general– puede denunciar anónimamente violaciones al Código de Conducta, comportamientos reñidos con la ética o eventuales delitos. En 2020, no se recibieron denuncias.

Más información en https://mova.bice.cl/canalIntegridad/inicio

2.3.4

Capacitaciones y comunicación

[205-2]

Para fomentar la aplicación de la ética e integridad, BICECORP capacita anualmente al 100% de sus colaboradores en temas éticos y de libre competencia. Además, el 100% de los Directores han sido formados en temas de anticorrupción.

Para ello, se cuenta con un curso de aprendizaje virtual sobre el modelo de prevención de delitos y se envía una copia del Código de Conducta a cada colaborador. Todos sus colaboradores han recibido inducciones sobre ética, el Código de Conducta y la Ley N° 20.393.

Asimismo, los proveedores de BICECORP son informados sobre el modelo de prevención de delitos y sus exigencias se incorporan en sus contratos. Para los proveedores eventuales se incluye un comunicado del modelo de prevención de delitos en cada orden de compra.

Gestión y control de riesgos

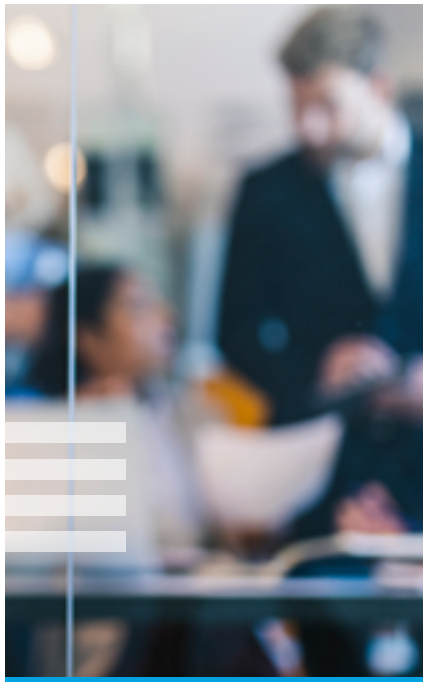
Identificar, gestionar y eliminar los riesgos es una parte integral del gobierno corporativo de BICECORP. La Política de Gestión y Control de Riesgos señala las directrices adecuadas a los miembros de su administración y de sus filiales.

BICECORP cuenta con un sistema de gestión de riesgos preocupado de contribuir al logro de los objetivos estratégicos, en un marco de actuación ética y responsable con todo el entorno, poniendo especial cuidado en los asegurados, empleados, accionistas y reguladores.

Su metodología permite identificar, evaluar, mitigar y monitorear los riesgos asociados a las operaciones y actividades del grupo, permitiendo reducir sus potenciales efectos negativos a un nivel aceptable y razonable, conforme a las directrices definidas en la política. Las actividades fundamentales de gestión de riesgos son:

- Determinación de normas, políticas y procedimientos para la gestión de los riesgos, incluyendo el desarrollo y aplicación de métodos para su identificación y cuantificación (en la medida de lo posible)
- Análisis integral de los riesgos materiales actuales y potenciales derivados del desarrollo de las actividades habituales de la compañía
- Desarrollo y aplicación práctica de medidas destinadas a mitigar los riesgos
- Evaluación periódica de la eficacia de las medidas aplicadas en el control de riesgos y reformulación de las decisiones de gestión
- Establecimiento de límites a los riesgos que enfrenta la compañía, a fin de asegurar su consistencia con los niveles de tolerancia al riesgo definidos por la dirección.

En 2020 y en respuesta a la regulación nacional sobre protección de datos personales, cada compañía desarrolló un repositorio de datos de riesgos propio, que permite ampliar las capacidades de análisis y trabajar con diversas fuentes de datos. Además, la plataforma cuenta con mecanismos seguros de conexión, lo que permite a la Gerencia de Riesgo Estratégico operar de manera remota y con seguridad.



BICECORP cuenta con una positiva clasificación de riesgo internacional:

Banco BICE

AA

por Fitch Ratings

BICE Vida

AA+

por Fitch Ratings

AA+

por ICR

Participación gremial

[102-13]

A través de sus filiales, BICECORP participa en la Asociación de Aseguradores, en la que cuenta con representación en 14 comités[2]; en la Cámara Chilena de la Construcción, en la que participa del Comité Inmobiliario; en el Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas (Icare), así como en la iniciativa público-privada Talento Digital.

Además, participa en la Asociación de Bancos, Asociación Chilena de Leasing (Achel), Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile (AMDD), Fondos Mutuos Chile, Asociación Chilena de Factoring (Achef), Asociación de Corredores Bancaseguros (CBS), Asociación Chilena de Administradoras de Fondos de Inversión (Acafi), Instituto de Estudios Bancarios Guillermo Subercaseaux, Consejo de Autorregulación de las Compañías de Seguros de Chile, Asociación Nacional de Avisadores de Chile (Anda) y Fundación PROhumana.

[2] Análisis de Siniestros, Auditoría Interna, Compliance, Contabilidad, Ciberseguidad, Informática, Inversiones, Jurídico, Operaciones, Recursos Humanos, Supervisión basada en Riesgo, Suscripción, Técnico Actuarial y Tributario.

2.4

ESTRATEGIA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE BICECORP

BICECORP cuenta con la Estrategia de Transformación Digital, con el objetivo de liderar la experiencia y crecimiento en la industria, basada en cuatro pilares – Agilidad, Cultura y Talento Digital, Tecnología Digital y Conexión con el Ecosistema– que dan forma a dos impulsores: Transformación y Disrupción.

Con una planificación a 30 meses, se desarrollarán nuevas capacidades para impulsar la competitividad y resiliencia del negocio.

Nuestra ambición

Líderes en EXPERIENCIA Y CRECIMIENTO

Nuestra estrategia

Transformando digitalmente nuestras empresas

Disrumpiendo el mercado con nuevos modelos de negocio

Nuestros habilitadores

Agilidad

Cultura y talento digital

Tecnología digital

Conexión ecosistema

Alcanzar madurez digital en nuestras empresas no será de la noche a la mañana: Escalaremos a medida que cimentamos capacidades y cambiamos la cultura

Desarrollar nuevas capacidades para competir y adaptarse a entornos cambiantes

Fase Inicial 12 – 18 meses

Laboratorio digital compartido para BICECORP

Desarrollar capacidades y apoyar a la estrategia digital de las compañías

Fase de Aceleración 18 – 30 meses

Laboratorio digital en cada compañía

Escalar y aportar mejoras significativas en el desempeño del negocio

Fase de Consolidación + 30 meses

Agilidad a escala en las compañías

Llevar agilidad como parte core de nuestro modelo operacional

2.5

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO*

	2018		2019		2020	
	Millones de $	Millones de USD	Millones de $	Millones de USD	Millones de $	Millones de USD
Valor Económico Generado	**964.424**	**1.357**	**1.175.398**	**1.570**	**1.055.399**	**1.484**
Ingresos Operacionales	963.909	1.356	1.172.021	1.565	1.053.634	1.482
Resultado por Inversión en Sociedades	515	1	3.377	5	1.764	2
Valor Económico Distribuído	**(920.158)**	**(1.294)**	**(1.103.639)**	**(1.474)**	**(979.058)**	**(1.377)**
Gastos Operacionales	(649.134)	(913)	(798.012)	(1.066)	(727.157)	(1.023)
Costo de Venta[1]	(497.307)	(699)	(626.406)	(837)	(546.663)	(769)
Gastos de Administración[2]	(47.909)	(67)	(60.349)	(81)	(53.739)	(76)
Sueldos y prestaciones de los empleados[3]	(94.716)	(133)	(98.975)	(132)	(107.363)	(151)
Depreciación y Amortización	(9.202)	(13)	(12.282)	(16)	(19.393)	(27)
Pago a los Proveedores de Capital	(231.718)	(326)	(256.833)	(343)	(217.062)	(305)
Dividendos a los accionistas[4]	(29.770)	(42)	(27.501)	(37)	(29.320)	(41)
Pago de intereses a los proveedores de crédito[5]	(201.948)	(284)	(229.332)	(306)	(187.742)	(264)
Pagos al Estado	(38.634)	(54)	(48.051)	(64)	(34.014)	(48)
Impuesto a la Renta[6]	(32.813)	(46)	(44.452)	(59)	(24.800)	(35)
Patentes	(2.034)	(3)	(2.323)	(3)	(2.574)	(4)
Contribuciones	(1.820)	(3)	(3.470)	(5)	(4.225)	(6)
Aporte a la Comisón para el Mercado Financiero	(1.967)	(3)	2.193	3	(2.415)	(3)
Inversiones Comunitarias	(671)	(1)	(743)	(1)	(825)	(1)
Donaciones	(671)	(1)	(743)	(1)	(825)	(1)
Valor Económico Retenido	**44.266**	**62**	**71.759**	**96**	**76.341**	**107**

(*) Reporte confeccionado en base al Estado de Resultados de BICECORP a diciembre de 2018, 2019 y 2020. El tipo de cambio utilizado fue de $710,95.

(1) Total costo de venta deducidos los costos de financiamiento, depreciación y contribuciones (se encuentra en otros costos) (Nota 28 FECU).

(2) Total gastos de administración deducidos los gastos de remuneraciones, indemnización por años de servicio, donaciones, aporte CMF, patentes, depreciación y amortización (Nota 29 FECU).

(3) Incluye remuneraciones e indemnizaciones por años de servicio.

(4) Monto extraído del Estado de Cambio en el Patrimonio, línea dividendos.

(5) Corresponden a los costos de financiamiento que en el EERR se encuentran dentro del costo de venta (Nota 28 FECU).

(6) Total gasto por impuesto a las ganancias sin considerar los gastos por impuestos diferidos (Nota 30 FECU).

CAPÍTULO 3

NEGOCIO

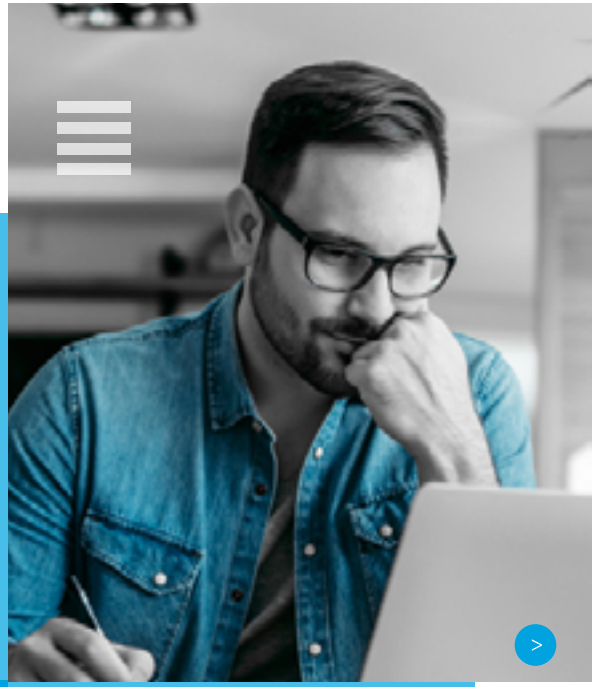
[103-1, 103-2, 417-2, 417-3, 418-1]

Hitos 2020

2022
plazo para meta de liderazgo en experiencia de clientes

Go BICE
lanzamiento primera cuenta 100% digital Banco BICE

58%
de clientes de Banco BICE fueron mujeres



En BICE Vida aumentó la persistencia de nuestros clientes de seguros de vida de un 83,9% a **86,8%**

3 días y 5 días
promedio en resolución de reclamos de clientes, en Banco BICE y BICE Vida, respectivamente

NPS en línea
implementación para clientes BICE Vida

3.1

EXPERIENCIA BICECORP

La satisfacción de los clientes es una de las preocupaciones más relevantes de BICECORP. La compañía busca conectarse profundamente con ellos, satisfacer sus expectativas reales y ofrecerles experiencias únicas que simplifiquen su vida.

Su cartera de clientes está formada por una combinación de personas y empresas. Estas últimas tienen una fuerte representación en especial en BICE Vida, debido a los productos desarrollados para proteger a sus colaboradores.

En la banca personas, sus clientes son, principalmente, adultos jóvenes con un promedio de edad de 44 años. En el negocio bancario, la compañía se enorgullece de que el 58% sean mujeres.

	Banco BICE		BICE Vida	
	2019	2020	2019	2020
Clientes	89.859	93.601	1.895.238	1.573.319
% empresas	27%	28%	95%	93%
% personas	73%	72%	5%	7%
Media de edad	44 años	44 años	46 años	44 años
% de clientes mujeres	57%	58%	40%	39%

Para cumplir con su vocación de servir en todo momento a sus clientes, BICECORP determinó que su consigna sería aprender y avanzar con velocidad, trabajar en equipos multidisciplinarios y colaborativos, y fortalecer una cultura ágil para entregar soluciones rápidas en el contexto que vivimos.

El 2020 fue un año de cambios que, si bien venían desde 2019 con su Estrategia de Transformación Digital, ésta se aceleró y les permitió tener muy buenos resultados: generar nuevas funcionalidades y productos, y profundizar nuestra cultura digital interna.

El liderazgo en experiencia de clientes ha sido siempre el camino de la compañía. Sin embargo, ahora se desafió a lograrlo al 2022 apoyado en su Estrategia de Transformación Digital. Su desafío se basa en la implementación de metodologías ágiles –aquellas que permiten adaptar la forma de trabajo a las condiciones de los proyectos, consiguiendo flexibilidad e inmediatez en la respuesta– y una cultura y talento digital que permitan a todos en la empresa pensar digitalmente. Para la compañía, la Transformación Digital no es un proyecto particular, sino cambiar la forma de hacer las cosas en todos sus ámbitos de acción. BICECORP considera que la ciudadanía necesita inmediatez y autonomía para manejar sus decisiones financieras, asesoría experta y a través del canal de atención que el cliente prefiera.

El uso de las plataformas virtuales de la compañía aumentó notablemente este año, a raíz de la pandemia y de las mejoras llevadas a cabo para entregar una mejor usabilidad. Es así como, por ejemplo, el porcentaje de clientes que usaron BICE Pass (aplicación que permite autorizar transacciones de manera segura y cómoda) creció en un 10% y el número de clientes de la aplicación de BICE Vida se triplicó.

Uso servicios digitales

	2019	2020
% de servicios bancarios que pueden ser realizados de manera online	80%	85%
% de clientes de cuenta corriente que usan el sitio web	77%	76%
% de clientes que utilizan App BICE	61%	66%
% de clientes que utilizan BICE Pass	50%	59%
Clientes que utilizan App BICE Vida	28.947	98.582

Durante el período, la compañía dio especial énfasis al desarrollo de líneas de autodemanda de servicios para entregar mayor autonomía a sus clientes; y al mejoramiento del uso de datos avanzados para poner a disposición, tanto de sus clientes como de sus colaboradores, información relevante. Esto permitió anteponerse a las necesidades de los clientes y, en el caso del negocio de seguros, se tradujo en una disminución de un 23% de la tasa de cancelación de clientes.

En BICE Vida aumentó la persistencia de nuestro clientes de seguros de vida de un 83,9 a 86,8%

BICE Lab:
desplegando nuestro potencial

A comienzos de 2020 se inauguró BICE Lab, un espacio de labor conjunta que promueve la innovación y utiliza una metodología ágil como medio para la creación de experiencias únicas en clientes y colaboradores.

El espacio está compuesto por distintas células –equipos multidisciplinarios, altamente empoderados y creativos, que son dueños de un desafío con claros objetivos de negocio y experiencia de cliente– cuyo propósito es innovar en productos digitales con valor agregado y continuo. La premisa es experimentar, testear ideas tempranas, iterar y encantar con soluciones novedosas y personalizadas.

En total, en el período reportado fueron 67 personas, repartidas en seis células (tres de Banco BICE y tres de BICE Vida), que colaborativamente se enfocaron en explorar nuevos segmentos de clientes, ofrecer productos y servicios personalizados, y añadir mejoras que aumenten la satisfacción de los actuales clientes.

Cuenta Go BICE

La primera cuenta vista de Banco BICE que se obtiene 100% por internet y llega a revolucionar los procesos de apertura del Banco, disminuyendo los tiempos de 48 horas a 5 minutos.

BICE Inversiones

Desde 2020 las personas pueden ser clientes de BICE Inversiones de forma 100% digital con una experiencia simple y rápida. Cerramos el año con 251 clientes enrolados en BICE Inversiones y $1.600 millones de pesos administrados.

Leasing en línea

Las empresas dejaron de tener que ir a una sucursal para firmar y pagar cuotas de sus contratos de leasing. BICE es la única institución financiera en Chile que permite efectuar este trámite de forma remota.

Banca electrónica

Durante el 2020 se rediseñó el inicio de sesión de la web de Banco BICE, la portada, la página de transferencias a terceros y de pago de tarjeta de crédito, teniendo una satisfacción sobre el 85%.

Nuevo sitio público

Iniciamos el proceso de rediseño completo del sitio web del Banco con la meta de mejorar la experiencia de navegación y contar con una propuesta gráfica más atractiva y de fácil manejo.

Mi Pyme segura

Desarrollamos la bienvenida y la contratación de este seguro 100% en línea, ahorrando tiempos tanto para la empresa como para los colaboradores que deseen enrolarse.

BICE Ventures

Se trata del constructor de empresas (*company builder*) del grupo BICE, que se centra en la creación de nuevos negocios que disrumpan sosteniblemente la industria financiera para generar nuevas líneas de negocio.

Seguros personales

Facilitamos la bienvenida y la contratación para que las personas desde cualquier lugar puedan proteger su futuro.

Aplicación de reembolsos

Aplicación de reembolso de gastos médicos y dentales para seguros colectivos vía móvil o sucursal virtual BICE Vida.

Pagos en línea

Integración de pagos de siniestros en línea para el producto de seguro colectivo complementario de salud integrado con IMED.

Servicios en línea para pensionados

Creamos nuevos servicios en línea para clientes de rentas vitalicias:

- Crédito remoto con firma digital
- Cambio vía de pago en línea
- Solicitud de cuota mortuoria en línea

WEBINARS

"Cuentas hacia el futuro"

Durante 2020, Banco BICE generó una serie de 15 webinarios con ponentes de alto nivel que entregaron información a sus clientes y no clientes, para el análisis y la mejor toma de decisiones financieras.

Entre los temas abordados estuvieron "Agroindustria: enfrentando la pandemia y perspectivas económicas"; "Chile 2021-2022: Y ahora, ¿cómo seguimos?"; "Los desafíos para el Chile que viene: una conversación con Carlos Peña", entre otros debates. Todos los webinars quedaron disponibles en el canal de YouTube del Banco.

WEBINARS

Sobre el sistema previsional chileno

En el mes de agosto Andrés Varas, Gerente General de BICE Vida, invitó a los clientes de BICE Vida al webinario "El sistema previsional chileno: desafíos y oportunidades". Rodrigo Acuña, economista, socio de PrimAmerica, asesor de la Federación Internacional de Administradoras de Fondos de Pensiones (FIAP) y académico expuso sobre el sistema previsional chileno y sus pilares, las decisiones relevantes para optimizar los montos de pensión y la planificación en la etapa próxima a la edad de pensión.

Iniciativas de apoyo Banco BICE

Alivios hipotecarios
2.928 créditos para postergación de dividendos por un monto total de $13.469 millones de pesos

Alivios consumo
1.249 créditos para postergación de cuotas de consumo por un monto total de $3.337 millones de pesos

Alivios comerciales
78 créditos para postergación de créditos comerciales por un monto total de $972 millones de pesos

Créditos COVID Fogape
Se otorgaron 178 créditos COVID Fogape por un total de $5.355 millones de pesos

Presentes en los momentos difíciles

El compromiso de BICECORP es acompañar a sus clientes en todo momento y la pandemia fue una oportunidad para ponerlo en práctica. Para eso, la compañía tomó medidas excepcionales con el fin de entregarles una mayor holgura y tranquilidad en cuanto a sus compromisos financieros.

En el caso de BICE Vida, dio la opción a los pensionados de postergar hasta tres cuotas de los créditos de consumo a aquellos que lo solicitaran. En total fueron 186 personas las beneficiarias por un monto de $584.926.578 de pesos.

En cuanto a la línea de inversión inmobiliaria, se generaron medidas específicas para los arrendatarios que lo solicitaron por necesidad. Principalmente fueron pequeños y medianos comercios afectados por las cuarentenas.

Por su parte, el Banco entregó facilidades a 3.050 clientes, equivalentes al 3,97% del total de clientes cuentacorrentistas de la División Personas.

3.2

MONITOREO DE LA SATISFACCIÓN

BICECORP mantiene un seguimiento permanente de la satisfacción y los reclamos de sus clientes con el fin de mejorar y escuchar sus necesidades con el objetivo de entregarles mejores productos y servicios.

En nuestra actividad bancaria, PROCALIDAD es el comparativo independiente de referencia en Chile en satisfacción de clientes y, por ello, una de las principales guías orientadoras de la compañía. Su trabajo de campo se hace de forma continua de enero a diciembre y mide la satisfacción de clientes, la satisfacción de clientes dado precio y la tasa de problemas. De esta forma, su Índice Nacional de Satisfacción de Clientes mide el desempeño integral de las marcas y no sólo de algún periodo afectado por acciones comunicacionales o eventos específicos.

En 2020, en el estudio de PROCALIDAD, Banco BICE obtuvo 86 puntos de satisfacción neta, ubicándose en el segundo lugar en la categoría "satisfacción general por marca" donde entre las 129 principales marcas del país, participaron las 10 principales entidades bancarias a nivel nacional[3].

Por otra parte, ServiTest es un estudio de la consultora IPSOS aplicado a cuentacorrentistas de la banca tradicional que compara satisfacción global, particular, tasa de problemas, lealtad e imagen del banco, entre otras variables. En cuanto a la satisfacción global, Banco BICE se posicionó en el cuarto lugar, con una puntuación neta de 63, lo que significó una mejora respecto de 2019 cuando se obtuvo un quinto lugar y una satisfacción neta de 57. Asimismo, en cuanto al índice de lealtad (medida mediante la herramienta *Net Promotor Score* o NPS), que recoge la satisfacción, intención de recompra y recomendación de los clientes, Banco BICE ocupó el segundo lugar en la industria y ha estado en los primeros lugares durante los últimos tres años. Respecto de 2019, avanzamos un lugar.

El año 2020 la compañía también implementó mediciones internas, llamadas EPA, consistentes en el envío de encuestas por correo electrónico a los clientes que habían llamado a su ejecutivo de cuentas. Esto ha permitido tener una retroalimentación constante de la percepción de los clientes y metas establecidas para trabajar oportunamente las brechas detectadas.

En el caso de BICE Vida, se lograron avances significativos, especialmente, al implementar las mediciones de lealtad del consumidor (NPS) y satisfacción en línea cada vez que sus clientes interactúan con la compañía.

Lealtad del cliente (NPS) BICE Vida

	Porcentaje	Posición
Seguros de vida colectivos	39%	1º
Seguros de vida individuales	22%	2º
Rentas vitalicias	49%	2º
Global	40%	-

En comparación con los principales actores de la industria, el indicador ubica a BICE en el primer lugar en seguros de vida colectivos y segundo en individuales y rentas vitalicias.

Gestión de las inconformidades

Dadas las difíciles y extraordinarias condiciones que vivimos en 2020, BICECORP enfrentó un aumento de reclamos de sus clientes. Sin embargo, se espera que con la Estrategia de Transformación Digital en marcha y los avances ya experimentados este número disminuya durante 2021.

En el caso del Banco, a un año de su formación dentro de la Subgerencia de Servicio al Cliente, el Área de Reclamos ya se encuentra plenamente integrada en la organización. El número total de reclamos que recibió fue de 1.260, lo que representa un 8% más que el año anterior, pese a hitos como la pandemia, la portabilidad financiera y los créditos Fogape. Por su parte, el tiempo promedio de resolución se mantuvo en tres días.

En el caso de BICE Vida se registró un aumento de 59% en los reclamos debido a la demora en las entregas de las copias de las liquidaciones de las pensiones a los pensionados. Estas se despachan principalmente por correo y la pandemia produjo retrasos que provocaron el aumento de reclamos.

Reclamos recibidos en el período

		Banco BICE	BICE Vida
Tasa por cada 100 clientes		0,16	0,01
Reclamos recibidos		1.260	984
	Recibidos directamente	1.055	728
	Recibidos a través de la CMF	74	182
	Recibidos a través del Sernac	131	74
Tiempo promedio de resolución (cierre de casos)		3	5

[3] Banco BICE, Itaú, Santander, BCI, Security, Scotiabank, BancoEstado, BICE, Banco Falabella y Banco de Chile.

Informes hídricos para mejores decisiones

Máxima responsabilidad

La política de créditos de Banco BICE velan por el equilibrio entre el desarrollo económico, empresarial, social y ambiental

HACIA UNA ECONOMÍA MÁS
VERDE Y ÉTICA

CAPÍTULO 4

MEDIOAMBIENTE

Hitos 2020

100%
de créditos otorgados evaluados con criterios ASG

85%
de renta variable latinoamericana con cobertura de análisis ASG en inversiones administradas por AGF

50%
de las inversiones en renta fija de la AGF con análisis ASG

$231.690
millones de pesos en colocaciones para la generación de energía renovable no convencional

92%
en renta variable global con cobertura de análisis ASG en inversiones administradas por AGF

18
informes hídricos en el marco de los análisis de riesgo crediticio

22%
de emisores evaluados con criterios ASG por la AGF recibieron retroalimentación

4.1

EVALUACIÓN DE RIESGOS CREDITICIOS

[201-2]

La política de créditos de Banco BICE es extremadamente consciente y cuidadosa respecto de los impactos reales y potenciales que pueden generar los proyectos que financian, y velan por el equilibrio entre el desarrollo económico, empresarial, social y ambiental. El Banco no financia iniciativas de inversión en sectores sensibles social o ambientalmente, o que puedan potencialmente causar daño a las comunidades o el entorno ambiental.

Su política de créditos también establece que los proyectos agrícolas ubicados entre las regiones de Coquimbo y Maule, para ser evaluados, deben contar con un estudio hídrico independiente. Esto en respuesta a la escasez de agua en dichas regiones (ver recuadro). Además, dependiendo del caso, se exige un análisis de riesgos sociales y ambientales específicos que pueden vincularse a un proyecto determinado; como por ejemplo, los impactos en las comunidades o en el barrio. Cuando se detecta un eventual riesgo de este tipo, se desarrollan estudios socio-ambientales que permiten tomar mejores decisiones y recomendar medidas de mitigación acorde.

El 100% de las evaluaciones de crédito realizadas integran criterios ASG y, a la fecha, ninguno de los proyectos financiados ha sufrido conmociones por estos temas.

Informes hídricos para mejores decisiones

El uso eficiente del agua es un factor relevante para la producción agrícola. Es por esto que el Banco, a través de procedimientos establecidos, encarga la confección de informes hídricos para aquellos clientes que tienen producción agrícola en zonas que se pueden ver afectadas por la escasez hídrica.

El objetivo de los informes hídricos es analizar y proyectar la disponibilidad de agua de los campos para el correcto desarrollo de los huertos frutales plantados, verificando sus fuentes de agua tanto superficiales como subterráneas, infraestructura de riego, obras de acumulación, conducción y manejo agrícola.

En 2020 aumentaron significativamente el número de informes realizados, reafirmando la relevancia que tiene para el Banco este tema. Un 89% de los créditos asociados fueron cursados tras su análisis.

	2019	2020
Informes hídricos realizados	10	18
% de créditos otorgados tras los informes	90	89

4.2

FINANCIAMIENTO ERNC

En línea con su política crediticia, BICECORP viene financiando proyectos de generación y transmisión de energías renovables no convencionales (ERNC) desde hace seis años. Fue pionero en potenciar y promover el financiamiento privado de esta industria, por lo que hoy es una de las instituciones con mayor reconocimiento externo y más experiencia en asesorar financieramente al sector. De este modo, contribuye a la transición energética del país hacia una economía carbono neutral en 2050.

Colocaciones en proyectos de ERNC

	2019	2020
Monto (millones de USD)	271.846	231.690
% respecto del total de colocaciones	5,50%	3,73%

Casos de financiamiento destacados 2020

Central hidroeléctrica San Víctor

La empresa Energía de la Patagonia y Aysén está desarrollando una minicentral hidroeléctrica de pasada de 3 MW de potencia y una generación estimada de 21,7 GWh/año, en la comuna de Aysén. El proyecto tiene una inversión en bienes de capital de USD 14,4 millones y será financiado en un 56% por Banco BICE (USD 8.000.000), mientras que el 44% restante será aportado por sus accionistas.

Adicionalmente, Banco BICE financiará el IVA del proyecto por USD 2.663.000. La central, actualmente en construcción, tiene una fecha de entrada en operación estimada para fines de 2021.

Plantas fotovoltaicas de Oenergy

Oenergy Capital SpA, en conjunto con BEEGO IPP SpA, se encuentran construyendo un portafolio de 12 plantas solares fotovoltaicas de tipo pequeños medios de generación distribuida (PMGD). En conjunto poseen una capacidad instalada de 121,5 MW y una generación aproximada de 221 GWh/año.

Los proyectos están ubicados entre las regiones de Valparaíso y del Biobío. La inversión en bienes de capital de construcción del portafolio es de USD 108 millones, la cual será en parte financiada por el banco multilateral alemán DEG (perteneciente al grupo KfW), que aprobó un financiamiento de hasta USD 85 millones. El IVA asociado a la construcción del portafolio será financiado por Banco BICE por hasta un monto de USD 8 millones con vencimiento en 12 meses desde la puesta en servicio de cada planta o en la fecha de devolución del IVA por parte de la Tesorería General de la República.

4.3

Inversión responsable

Administrar sus recursos con la máxima responsabilidad y cumplir su papel fiduciario es una preocupación constante de BICECORP y supone realizar las acciones necesarias para asegurar que las inversiones sean rentables y seguras.

En los últimos años, la compañía ha implementado una serie de medidas tendientes a fortalecer el análisis de variables no financieras, en el convencimiento de que una cartera de inversión más exigente en términos de ASG logrará mejores resultados en el largo plazo. En 2019, BICE Inversiones Administradora General de Fondos (AGF) creó el Área de Inversión Sostenible y firmó los Principios de Inversión Responsable (PRI, por sus siglas en inglés) de Naciones Unidas, junto con capacitar al equipo en este tipo de asuntos.

En 2020, el principal progreso fue la integración efectiva y metódica de variables ASG en el análisis de la cartera de inversión, para contar con un manejo más riguroso de los riesgos de gobernanza, sociales y ambientales de nuestras inversiones.

No fue un proceso fácil, ya que la información al respecto sigue siendo escasa. El equipo de BICE viene estudiando concienzudamente la realidad chilena y desarrollando modelos propios que se ajusten a ella. De este modo, se evalúan factores como las prácticas de gobierno corporativo, la calidad del equipo ejecutivo, las políticas de sustentabilidad de la estrategia de negocios, la relación con la comunidad y el manejo ambiental. Con todas esas variables se construye una clasificación.

El 2020, BICE se propuso la meta de cubrir al menos un 75% de las inversiones en renta variable de los montos administrados de la AGF y sobre 50% en renta fija de manera directa. Ambas metas se cumplieron con creces.

Relación activa con emisores

¿Cómo generar un mayor impacto con los datos que BICE obtiene? ¿Cómo ir más allá del análisis interno? Fueron preguntas que AGF comenzó a hacerse y que derivaron en el concepto de engagement o relación activa con los emisores.

En 2020 comenzó este ejercicio que implica seleccionar ciertos emisores relevantes y comunicarles las oportunidades de mejora detectadas en materia de sustentabilidad, buscando una mayor creación de valor a largo plazo de las entidades. Con esto, consigue mayor cercanía con ellos y, en algunos casos, avances concretos de acuerdo a sus propuestas.

22% de los emisores evaluados fueron contactados para darles a conocer los resultados del análisis ASG realizado por BICE.

Promoción de la inversión sostenible

BICECORP sueña con una industria que invierta responsablemente. Por eso, en 2020 continuó promoviendo el análisis e integración de aspectos ASG en la industria local, participando de iniciativas colaborativas como la mesa de sustentabilidad de la Asociación Chilena de Administradoras de Fondos de Inversión (Acafi) o los grupos de signatarios de los PRI para Relacionamiento Activo y Divulgación; y comunicando las ventajas de la inversión responsable a través de cápsulas, webinarios y foros.

Actividades de promoción:

- Seminario RankiaPro "Inversión socialmente responsable: protección en momentos de crisis", con la participación de Banchile, BICE Inversiones, Larraín Vial y Santander AM
- Webinar BICE "La inversión responsable: desafíos y oportunidades"
- Cápsula BICE Inversiones "¿Qué es la inversión responsable?"
- Webinar PRI "Avanzando la inversión responsable en LATAM y España, 2", con la participación de Altamar Capital Partners (España), BICE Inversiones (Chile), Grupo Financiero Banorte (México) y Santander AM (España).

COMPROMISO Y EXCELENCIA

CAPÍTULO 5

PERSONAS

Hitos 2020

+100 mil horas
totales de capacitación

88%
de colaboradores afirman que BICE se preocupa por su bienestar y salud, en la encuesta de clima laboral

903
colaboradores capacitados en Transformación Digital

620 en Banco BICE

283 en BICE Vida

97%
de colaboradores con contrato indefinido

50,5%
de la dotación son mujeres

94%
de participación en encuesta de clima laboral en Banco BICE

84% de participación en encuestas Pulso Laboral de BICE Vida

Las personas que trabajan en BICECORP están comprometidas con brindar un servicio de excelencia. Su motivación es ser transparentes e inclusivas, contribuyendo con su trabajo al propósito de hacer la vida más simple a los clientes, entregando soluciones integrales y flexibles, a la vez que cumplen sus propósitos laborales, conciliando el trabajo y la vida personal.

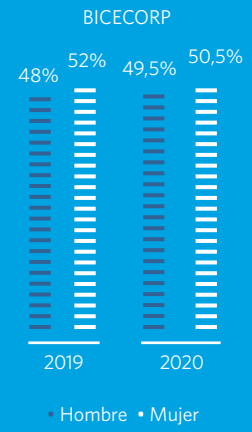
5.1

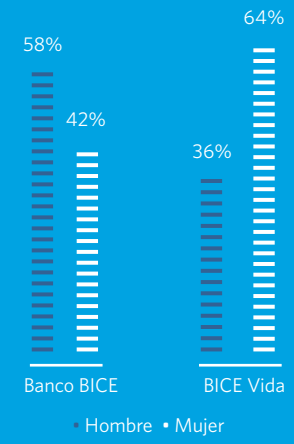
EQUIPO BICECORP

Las dos principales filiales de BICECORP –Banco BICE y BICE Vida– suman 2.289 personas, de las cuales el 97% cuenta con contrato indefinido y un 86,3% se desempeña en la región Metropolitana.

Diversidad en la dotación

[102-8, 405-1]





Distribución de la dotación en Chile

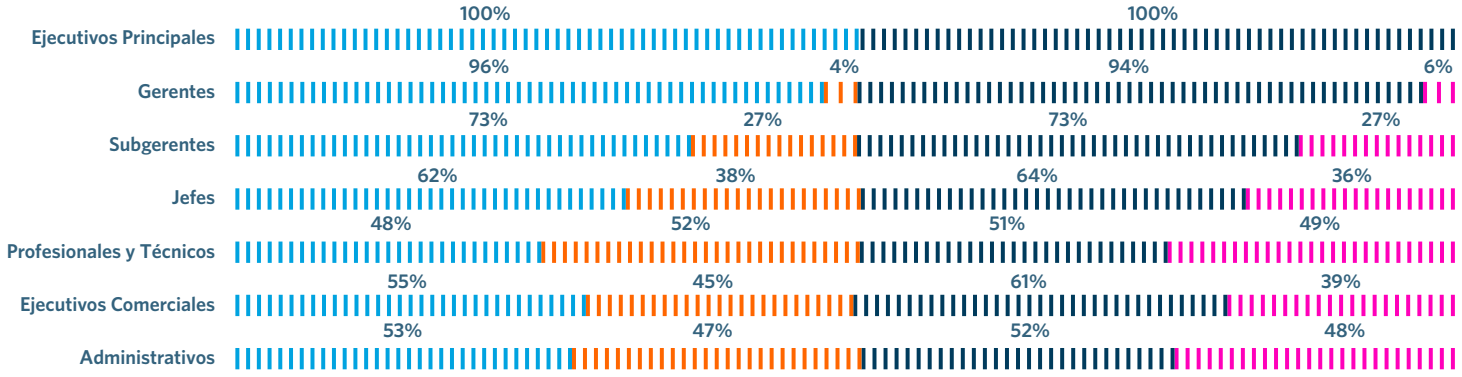
En materia de la ocupación de puestos de trabajo, la compañía tiene desafíos pendientes en cuanto a la representatividad femenina en todos los cargos. En Banco BICE en las categorías de Profesionales y Técnicos, y Administrativos las mujeres comprenden un grupo cercano a la mitad de la dotación –49% y 48%, respectivamente–. Mientras, en BICE Vida las mujeres representan una mayoría de 59% y 75%, respectivamente, en dichas categorías.

Durante el 2020, el número de mujeres en los cargos de Gerentes y Administrativos de Banco BICE aumentó en un 2% y un 1% respectivamente.

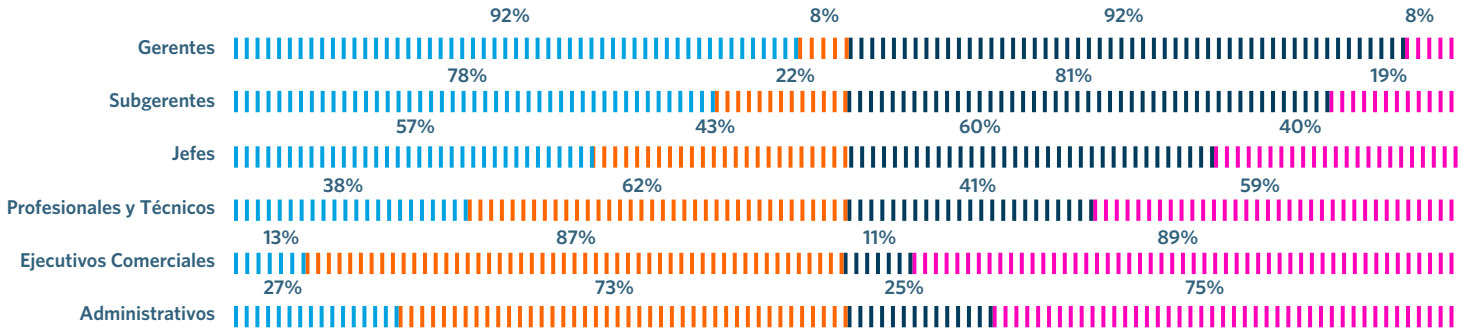
Porcentaje de colaboradores de BICECORP por región

Porcentaje de la dotación según género y estamento

Banco BICE



BICE Vida

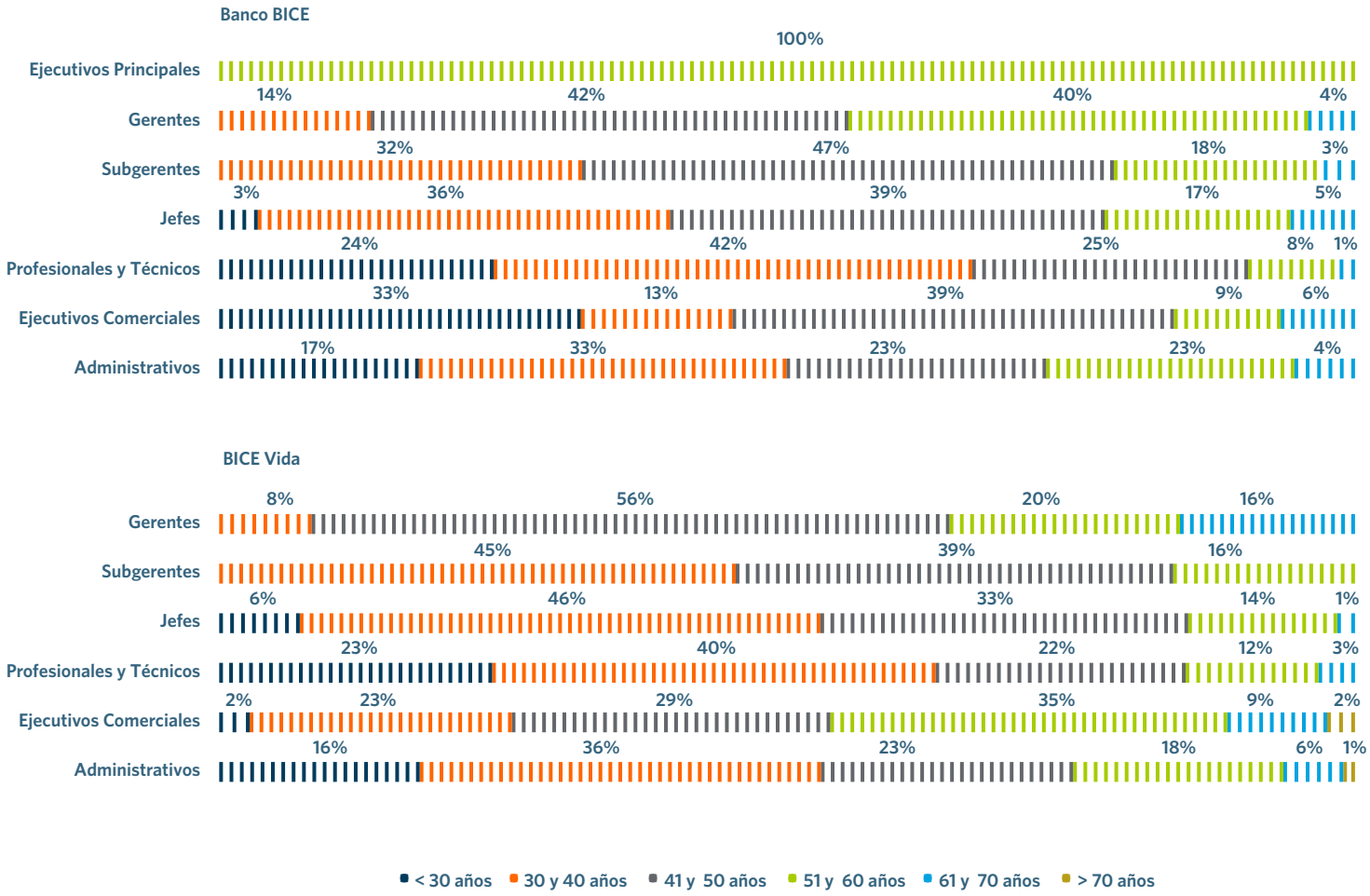


2019 Hombre 2019 Mujer 2020 Hombre 2020 Mujer

Rango etario

Los equipos de BICECORP están compuestos por una mixtura generacional que le aporta dinamismo y múltiples miradas a sus decisiones. En los últimos años se han incorporado talentos jóvenes, que han contribuido con sus ideas nuevas al mejoramiento continuo; a la vez que se ha mantenido y atraído a talentos senior, que con su experiencia aportan a la estabilidad del negocio.

Actualmente, el 100% de los ejecutivos principales de la compañía tiene entre 51 y 60 años, mientras en los cargos de gerencia los dos grupos mayoritarios son entre 41 y 50 años, y 51 y 60 años. La mayor diversidad etaria se da entre los Profesionales y Técnicos, así como en Ejecutivos Comerciales y Administrativos.

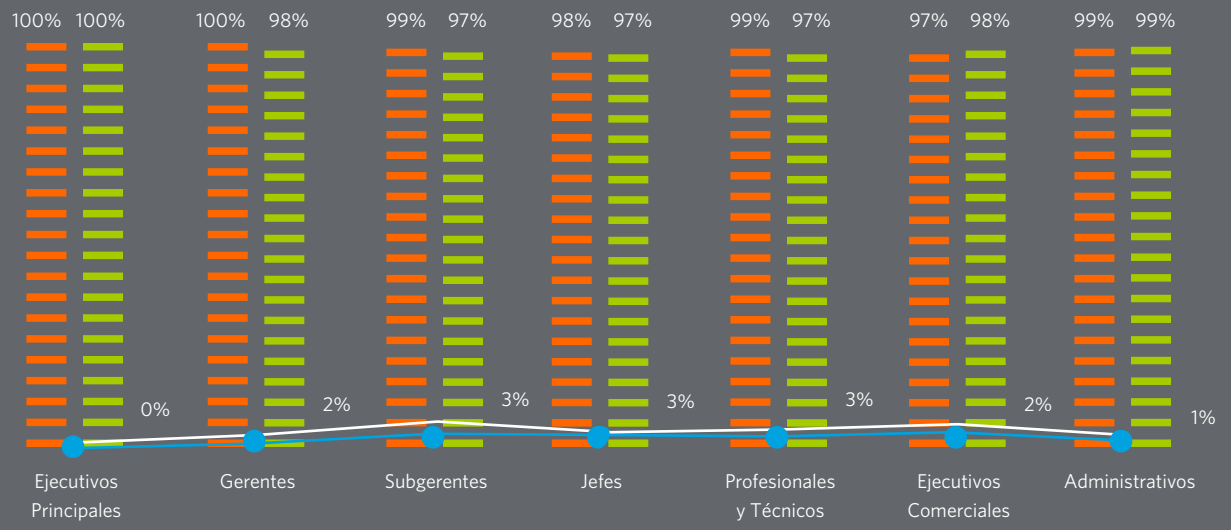


Nacionalidad

BICECORP valora la diversidad en sus equipos de trabajo. Por ello, durante los últimos años ha incorporado crecientemente a profesionales extranjeros. En Banco BICE, entre el 2% y 3% de la dotación de cada categoría laboral es extranjera, con excepción de los Ejecutivos Principales.

Mientras, BICE Vida cuenta con un 9% de extranjeros en las categorías de Profesionales y Técnicos, y en la de Administrativos. En la categoría de Ejecutivos Comerciales alcanza el 6%.

Banco BICE



BICE Vida

2019 Chilena 2020 Chilena 2019 Extranjera 2020 Extranjera

Preparación

El trabajo del área de tecnologías de la información y el compromiso de los equipos permitió, con liderazgo y motivación, mantener un servicio de excelencia, sin comprometer el bienestar laboral de las personas.

5.2

ADAPTACIÓN Y FLEXIBILIDAD EN PANDEMIA

BICECORP comenzó en febrero de 2020 a preparar a sus equipos para operar de manera remota, anticipándose a la crisis sanitaria y los confinamientos. El objetivo principal fue dar continuidad al servicio, resguardar la salud de sus colaboradores y equilibrar la vida personal y laboral.

Liderazgo desde la prevención

En 2020 la gestión estuvo determinada por la contingencia de la pandemia, que obligó a resguardar a los colaboradores presenciales y mantener el espíritu de equipo en aquellos que trabajaron desde sus hogares.

Compromiso

En marzo se implementó un Comité de Crisis para el Banco y BICE Vida, presidido por el Gerente General y parte del Directorio, que puso especial cuidado en supervisar la continuidad operacional del negocio, dado su carácter de empresa esencial, la protección de sus colaboradores con medidas de prevención, la gestión comercial y tecnológica.

La Estrategia de Transformación Digital iniciada en 2019 hizo posible una adaptación rápida a la contingencia por la pandemia, priorizando la salud y bienestar de los colaboradores, a la vez que dio continuidad a la operación y productividad en Banco BICE y BICE Vida. La operación en contingencia consideró tres principios de trabajo: seguridad, liderazgo y empatía.

En esta línea, en Banco BICE desarrollamos la campaña "BICE se viste" que comprende un nuevo código de vestimenta, más flexible, actual y cómodo para todos y todas quienes trabajan desde las oficinas, hogares y sucursales.

Luego, en respuesta a la pandemia y al estado de excepción del país, Banco BICE y BICE Vida dieron facilidades para trabajar desde las casas, lo que permitió disminuir el riesgo de contagios, redujo el ausentismo y mejoró la conciliación de trabajo y vida familiar. Las medidas de flexibilidad tuvieron como foco resguardar la salud de los colaboradores, garantizar la continuidad operacional y conciliar las responsabilidad familiares y laborales.

Con las facilidades para trabajar a distancia, un 80% de los colaboradores pudo cumplir funciones desde sus casas. Para el 20% restante, que continuó trabajando de forma presencial, la compañía implementó una serie de medidas destinadas a la prevención de contagios y salud ocupacional tales como sistemas de turnos, flexibilización de los horarios de ingreso y jornadas reducidas para evitar la sobreexposición en el transporte público y opciones de alimentación segura en los casinos. Todo ello con el fin de evitar los contagios.

Actualmente, se está desarrollando un plan de teletrabajo, el que se implementará durante el segundo semestre de 2021 y será elaborado de acuerdo a la reciente Ley de Teletrabajo.

Adicionalmente, se estableció que aquellos colaboradores que fueran padres o madres de hijos que requirieran cuidado especial o vivieran con personas en situación de riesgo de salud o enfermedades crónicas, podían abstenerse del plan de reintegración a funciones presenciales.

La formalización de las medidas preventivas consistió en:
- Protocolo para trabajo a distancia en pandemia
- Programa de prevención de riesgos y salud ocupacional
- Protocolo de reintegración gradual al trabajo presencial
- Flexibilización de horario para trabajo presencial

En términos de liderazgo, se empoderó a las jefaturas para ser capaces de guiar el trabajo remoto y se capacitó en plataformas tecnológicas. Además, se reforzó la cohesión de equipo a través de comunicados internos, videos de apoyo a líderes e instancias virtuales de retroalimentación y reconocimiento al trabajo.

La empatía permitió a Banco BICE y BICE Vida mantener un equipo motivado y satisfecho. Para ello, se implementaron talleres recreativos en cada filial, se dispuso un canal telefónico de asesoría psicológica y contención emocional y, para quienes trabajaron presencialmente, se generaron una serie de iniciativas de cuidado como horarios diferidos, convenio de estacionamientos, almuerzos a la oficina y distanciamiento de los puestos de trabajo.

Iniciativas de recreación virtual

BICECORP es una empresa esencial en la cadena operativa del país, por lo que se esforzó por mantener la mente fresca y positiva de su personal durante los meses de confinamiento. En esa línea llevó a cabo diversas iniciativas de esparcimiento y contención emocional de manera remota para todos sus colaboradores.

Talleres Banco BICE

Talleres de cocina
Aprendizaje de recetas caseras y posibilidad de participar en familia. Durante 90 minutos, un docente guio paso a paso las preparaciones.
48 Participantes

Taller de parentalidad
Charla sobre los desafíos y buenas prácticas de parentalidad durante la vida cotidiana en medio de la cuarentena y el teletrabajo.
10 Participantes

Taller de maquillaje
Curso orientado al maquillaje social como actividad recreativa.
44 Participantes

Fono Psicólogo
Apoyo y contención emocional para quienes, como consecuencia de la pandemia, pasaran momentos difíciles.
33 Participantes

Pausas activas
Cuatro sesiones de movimiento y flexibilidad en el puesto de trabajo, durante 15 minutos.
65 Participantes

Autogestión emocional
Tuvo como objetivo hacer consciente y gestionar el bienestar emocional, afectado por el aislamiento e incertidumbre durante la pandemia.
22 Participantes

Talleres BICE Vida

Celebración Día de la Madre, Día del Padre, Concurso Día del Niño
Distintos concursos relacionados con el Día de la Madre, Día del Padre, Concurso Día del Niño: se potenció la participación de colaboradores y grupo familiar.
22 Inscritos Celebración Día de la Madre
4 Inscritos Celebración Día del Padre
4 Inscritos Concurso Día del Niño

Campeonato de PlayStation
Competencia de videojuegos orientada a los trabajadores y sus hijos.
20 Inscritos

Kinesiología online
Sesiones en línea en las que un kinesiólogo orientó a los colaboradores sobre el cuidado músculo-esquelético.
22 Inscritos

Taller de cocina saludable
Aprendizaje de recetas para preparar en familia, en sesiones de 90 minutos. Un experto orientó los pasos en una clase en vivo.
10 Inscritos

Taller de maquillaje
Aprendizaje de maquillaje social como actividad lúdica y recreativa.
43 Inscritos

Pausas saludables a distancia
Sesiones de videollamadas para fomentar el movimiento y flexibilidad del cuerpo en la jornada laboral.
128 Inscritos

Zumba y pilates
Talleres orientados a la actividad física de los colaboradores y sus hijos.
27 Inscritos

Misa virtual
Transmisión en vivo por Internet de misas para colaboradores.
26 Inscritos

Yoga
Entrenamiento físico y mental a través de posturas y técnicas de respiración
36 Inscritos

Gimnasio a distancia
Buscó posibilitar el entrenamiento de manera virtual para una buena condición física.
59 Inscritos

Taller HIIT
Entrenamiento físico de alta intensidad basado en sesiones de intervalos cortos y muy intensos que alternan esfuerzo y recuperación.
10 Inscritos

Manualidades
Taller de bordado, tejido y decoupage.
14 Inscritos

En el caso de BICE Vida se reorientó su plan de calidad de vida a la realidad de la crisis sanitaria. 425 personas se inscribieron en distintas actividades y concursos a distancia, como por ejemplo: celebración del Día de la Madre, Día del Padre, concurso Día del Niño en línea, entre otros.

De acuerdo al programa de prevención de riesgos, cada vez que se detectó un contagio en la compañía se tomaron las siguientes medidas:

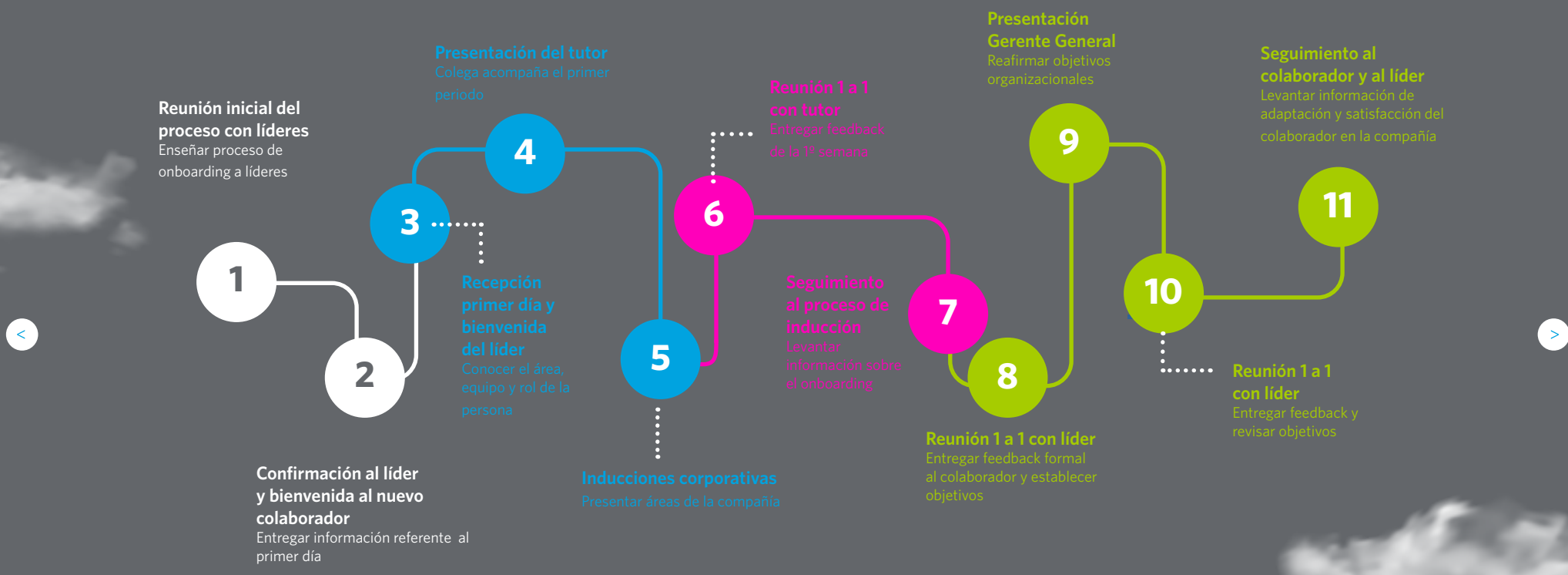
- Contactar a los contactos estrechos para que hagan su cuarentena respectiva
- Coordinar con la comunidad del edificio para la respectiva desinfección de los pisos afectados y áreas comunes
- Enviar nómina al Ministerio de Salud de los contactos estrechos laborales
- Realizar seguimiento a los colaboradores
- Reintegrar al trabajo una vez que se tuviera constancia de un PCR negativo.

Inducción digital
Para todos los colaboradores que se integraron a BICE durante la pandemia se desarrolló un proceso de inducción digital. A través de 11 etapas, que iban desde los días previos al ingreso hasta cinco meses después de su incorporación, se les dio la bienvenida, se les presentó al equipo y se hizo un seguimiento de su desempeño, dando retroalimentación y proponiendo objetivos.

En 2020, 77 hombres y 48 mujeres participaron de la inducción digital en Banco BICE, mientras que en BICE Vida lo hicieron 26 hombres y 16 mujeres. Cabe destacar que este proceso se ejecutó a partir de agosto de 2020.

Etapas Onboarding Digital

(BICE Vida)



Previo a ingreso | Primer día | 1 a 2 semanas | 1 a 5 meses

5.3

DESARROLLO INTEGRAL DE COLABORADORES

BICECORP busca atraer a los mejores talentos y se esfuerza por brindar oportunidades de desarrollo profesional, basadas en la retroalimentación y evaluación del desempeño, así como en una capacitación constante –alineada con nuestros valores– que conjuga la adquisición de conocimiento, la experiencia y las habilidades de liderazgo para un servicio de excelencia.

5.3.1

Capacitación y crecimiento laboral

[404-1, 404-2]

La compañía cuenta con un modelo de desarrollo de carrera basado en el mérito y compromiso de cada colaborador. Se fomenta la retención de talentos y se procura la permanencia en el largo plazo de los colaboradores, a través de un perfeccionamiento constante, movilidad laboral, gestión del clima laboral y bienestar de cada equipo. En esta línea, BICECORP entrega un reconocimiento a un colaborador con desempeño excepcional, cuyo premio consiste en una beca para realizar un magíster en administración de negocios (MBA) en una universidad extranjera.

1 **Evaluación de desempeño.**

2 **Capacitación y perfeccionamiento.**

3 **Movilidad laboral.**

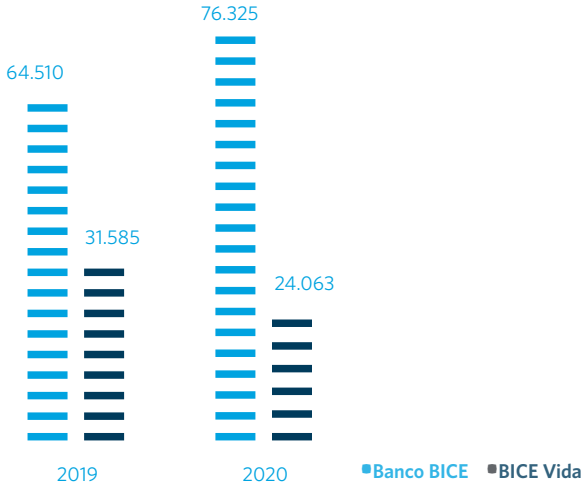
En línea con nuestra visión estamos construyendo la nueva casa matriz de BICECORP, cuya arquitectura responderá al concepto de bienestar integral, favoreciendo una experiencia de trabajo que promueve la salud física y mental, así como el trabajo colaborativo y la comodidad de los equipos.

La infraestructura contará con mobiliarios ergonómicamente diseñados, múltiples espacios de trabajo grupal y de descanso, una oferta alimenticia saludable y áreas diseñadas para bicicletas.

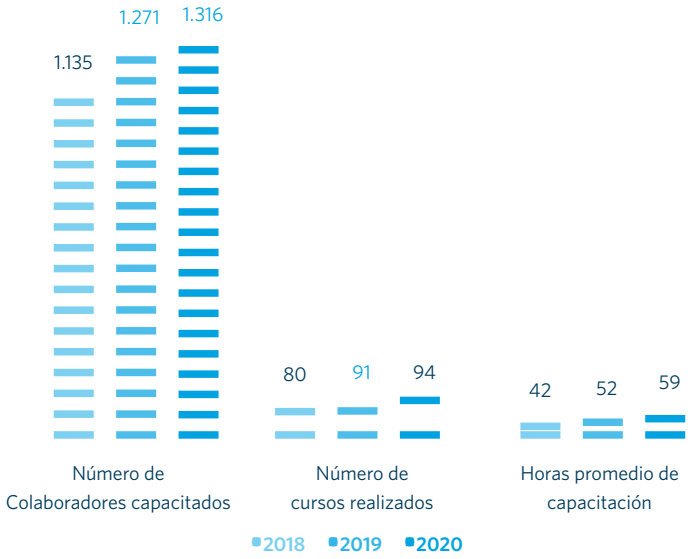
Desde el 2018, la compañía ha incrementado anualmente sus esfuerzos en materia de formación. En 2020 y respecto del año anterior, Banco BICE aumentó en un 18% las horas totales de capacitación, en un 3% el número de cursos y en un 4% los colaboradores capacitados. Mientras en BICE Vida, aunque se aumentó en un 95% los cursos realizados, las horas de capacitación disminuyeron un 24%, así como los colaboradores capacitados en 30% en comparación al año 2019. Esto debido a que la adaptación al trabajo a distancia por contingencia se enfocó en conciliar el trabajo y la familia por lo que los cursos fueron opcionales para los colaboradores.

Horas totales de capacitación BICECORP

Horas totales de capacitación



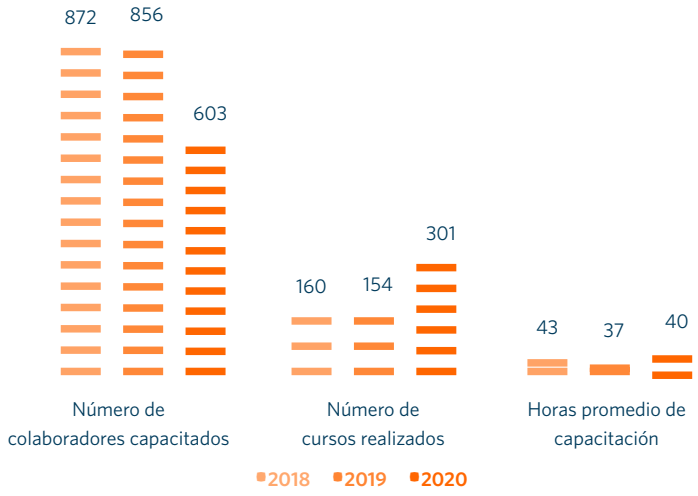
Banco BICE



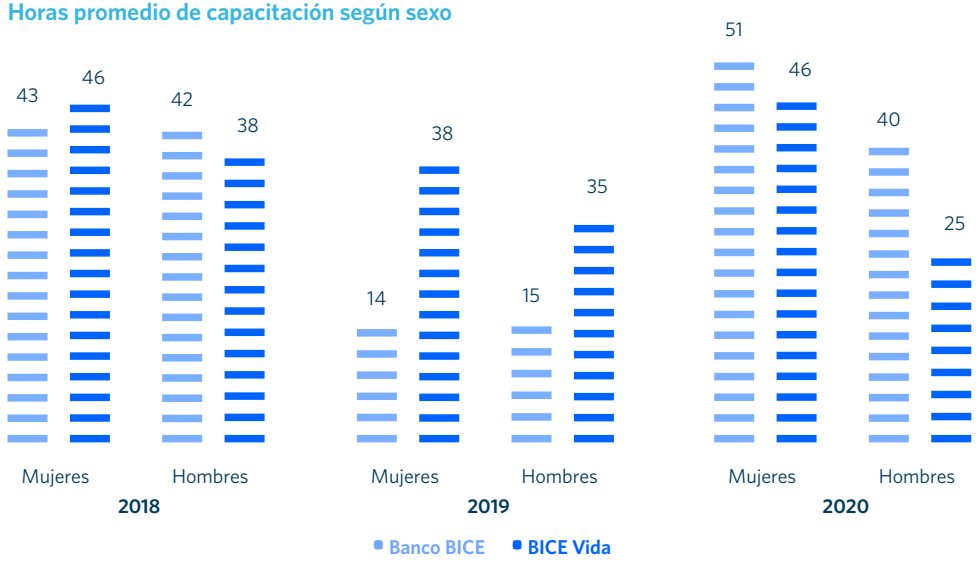
En cuanto al género, las horas de capacitación de los hombres de Banco BICE crecieron en un 167%, mientras que en el caso de las mujeres aumentaron un 264% respecto al año anterior.

En BICE Vida las horas de capacitación a hombres disminuyeron un 29%, mientras que en mujeres aumentaron un 21%, respecto del año anterior.

BICE Vida

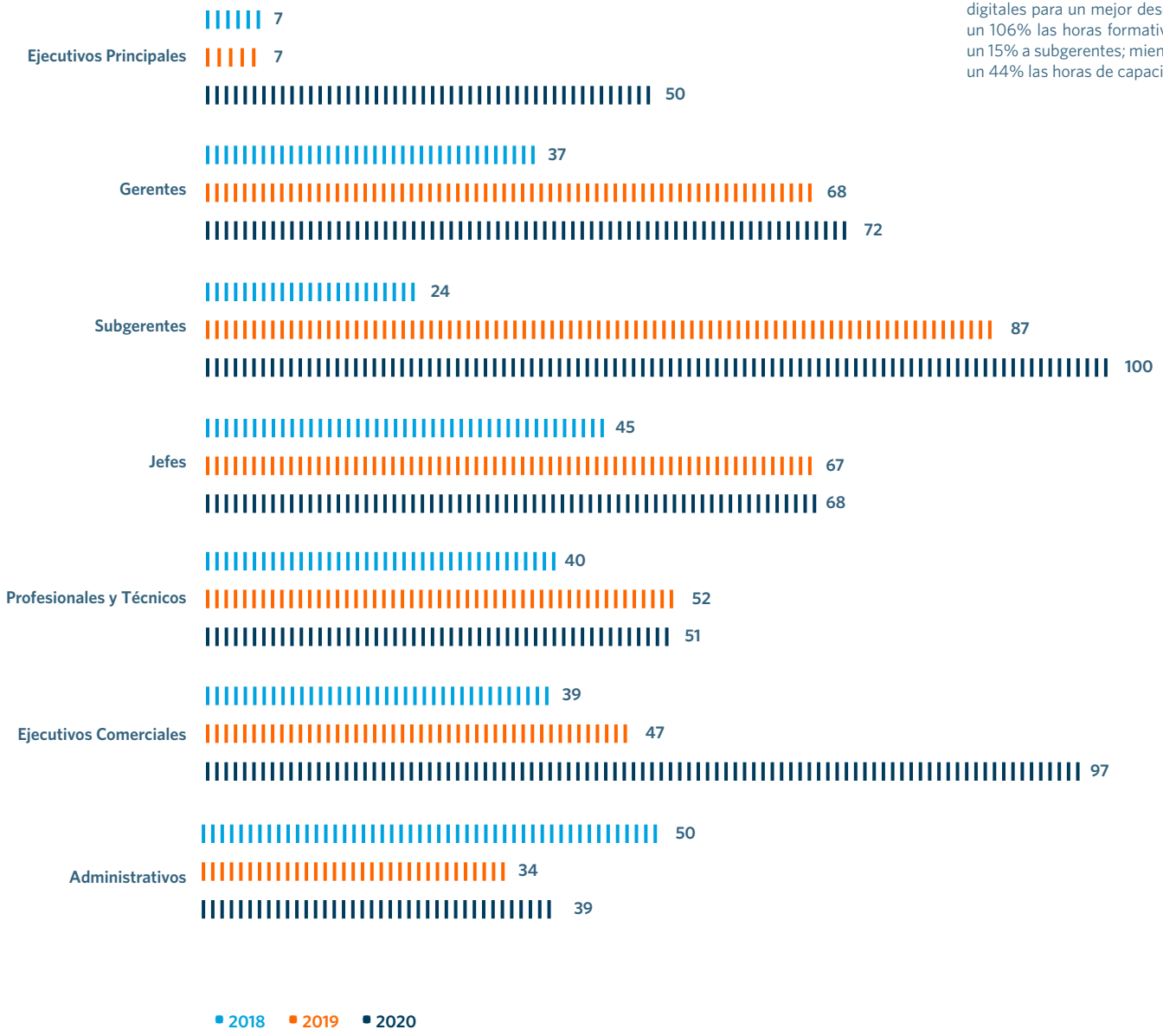


Horas promedio de capacitación según sexo



Horas de capacitación según cargo

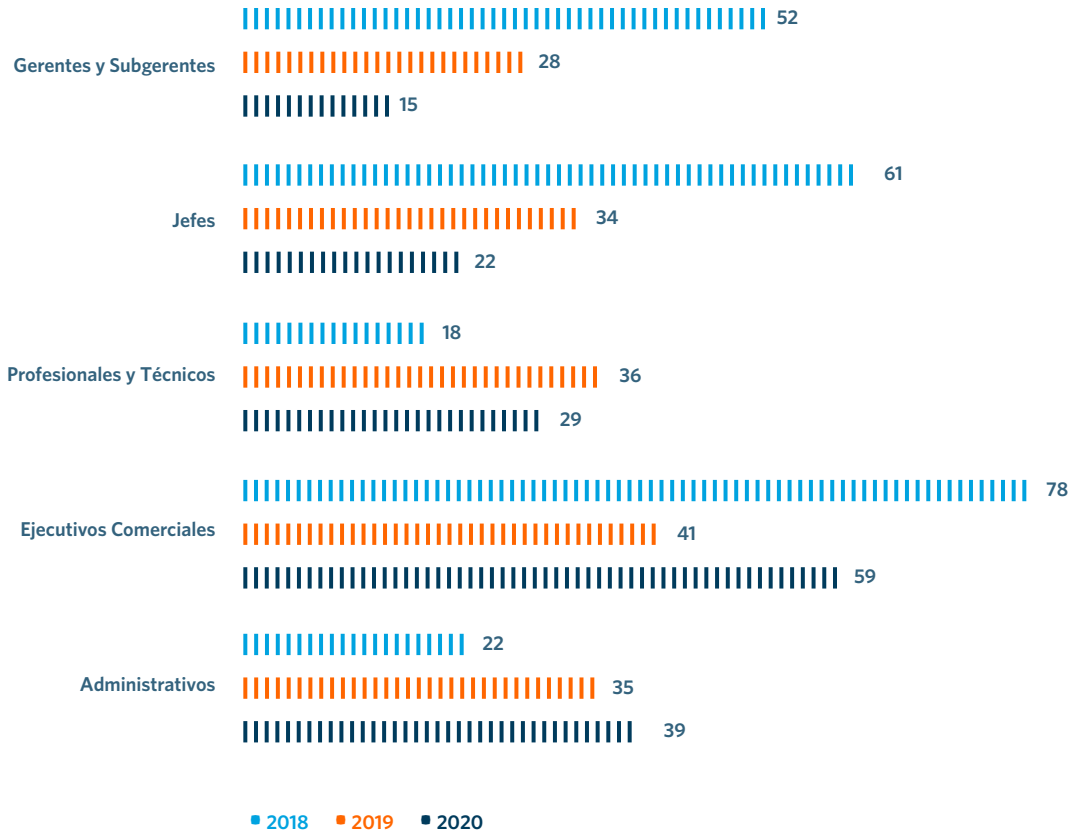
Banco BICE



En 2020, BICECORP puso especial énfasis en dotar a sus equipos comerciales y de jefatura intermedia de herramientas digitales para un mejor desempeño. Banco BICE aumentó en un 106% las horas formativas a ejecutivos comerciales y en un 15% a subgerentes; mientras que BICE Vida incrementó en un 44% las horas de capacitación a ejecutivos comerciales.

Horas de capacitación según cargo

BICE Vida

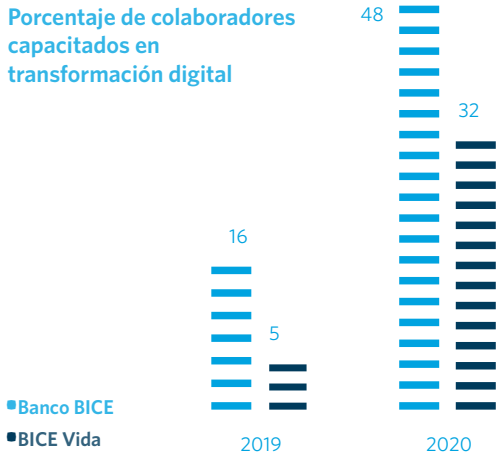


Capacitación en transformación digital

En cuanto a capacitación en transformación digital, Banco BICE capacitó a 620 personas –180 más que el año anterior–, logrando llegar al 48% de la dotación en esta materia. Por su parte, BICE Vida logró capacitar a un total de 283 personas –241 más que en 2019–, lo que suma para llegar al 32% de su dotación total.

Las capacitaciones se enfocaron en conocimientos sobre el concepto y práctica de la transformación digital, metodologías ágiles, así como entrenamiento en el uso de plataformas digitales de venta, comerciales, de atención al cliente y tecnologías de la información. Además, se reforzaron conocimientos en herramientas tecnológicas de comunicación, colaboración, videollamada, almacenamiento en la nube y planificación.

Porcentaje de colaboradores capacitados en transformación digital



Capacitación en liderazgo

BICECORP entiende el liderazgo como la función de movilización de las personas. Un líder es aquel que ayuda a otros a enfrentar desafíos y adaptar sus competencias en pos de la calidad y la excelencia.

Banco BICE cuenta con una academia de liderazgo "Liderando Nuestra Transformación" que entrega herramientas y desarrolla habilidades y competencias, de manera que el sello BICE siga siendo fuente de diferenciación. Su objetivo es fortalecer nuevas prácticas e incorporar comportamientos que impulsen y promuevan la transformación en el contexto de los valores corporativos y el sello cultural de la compañía. Este año lanzó un programa de liderazgo que entrega herramientas para diseñar soluciones a los requerimientos emergentes del entorno, valorar el dinamismo, pensar críticamente y trabajar con los valores corporativos. El programa se estructura en torno a tres ámbitos clave –la función del líder, el liderazgo y la diversidad, y el liderazgo y el entorno–, sobre los cuales se realizan talleres de aplicación, evaluación de competencias de liderazgo en 360°, guías de trabajo y aprendizaje, cápsulas de aprendizaje mediante charlas TED, charlas técnicas en metodologías Lean, Scrum y Kanban, además del manual del líder BICE.

La academia trabaja los siguientes temas:
- El líder como entrenador
- Momento de verdad del liderazgo
- Confianza y liderazgo
- Enemigos de la rendición de cuentas
- Gestión de compromisos
- Liderazgo adaptativo
- Conversaciones cruciales.

Programa de liderazgo Banco BICE 2020

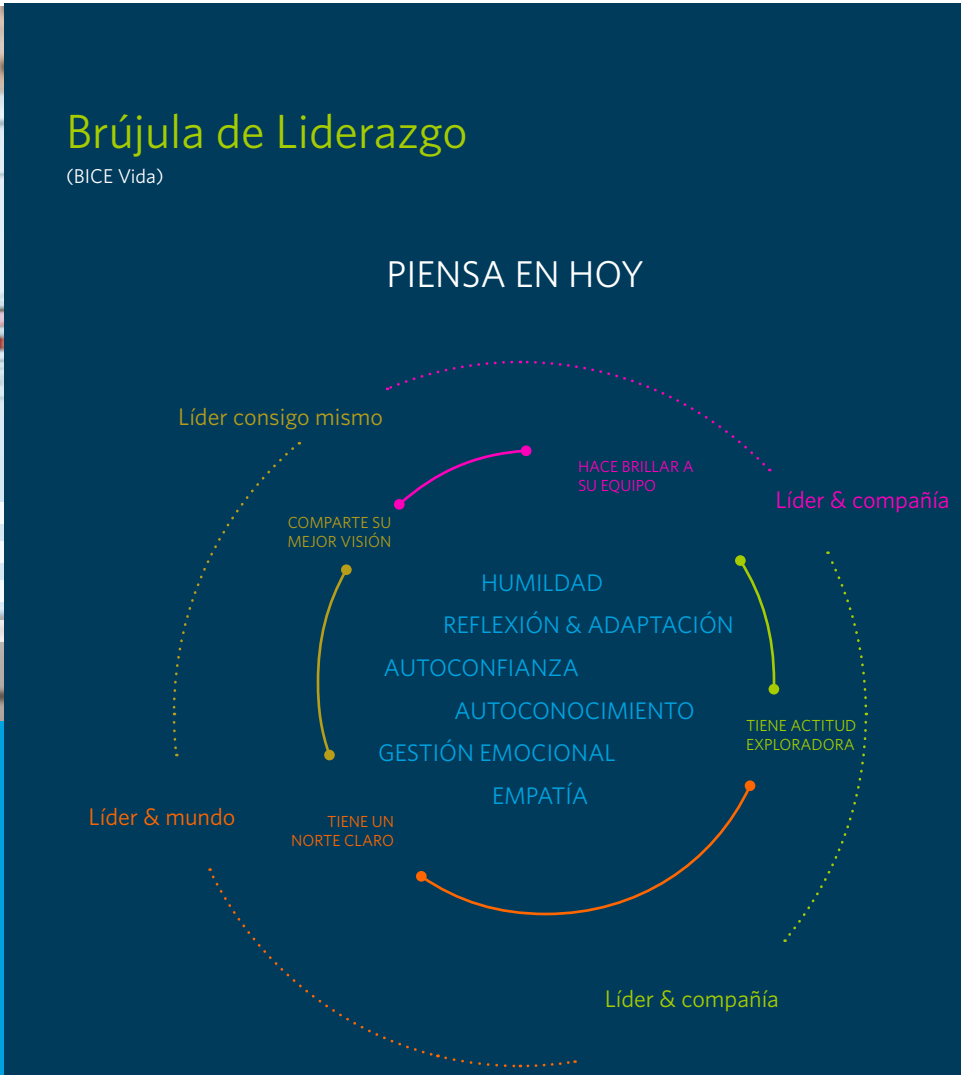
Colaboradores participantes
61 Hombres
15 Mujeres

Sesiones de capacitación
18 presenciales
7 remotas

Horas de capacitación promedio
72 presenciales
14 remotas

Brújula de Liderazgo

(BICE Vida)



Banco BICE
Taller de trabajo remoto 2020

Colaboradores participantes
192 participantes
192 horas

Liderazgo y diversidad
42 participantes

Charla
"Sesgos inconscientes"
47 participantes
70,5 horas

Por su parte, BICE Vida abordó el liderazgo con un doble enfoque: en primer lugar, en el manejo de la contingencia y de los equipos a distancia; y en segundo lugar, en la transformación cultural. En relación con el primero, se apoyó a los líderes mediante guías con buenas prácticas, charlas de capacitación y videos de liderazgo enfocados en la contención de equipos, la comunicación constante y retroalimentación a distancia. En el segundo enfoque, considerando el papel fundamental de los líderes para la transformación cultural, se trabajó con los gerentes, subgerentes y jefes para involucrarlos en la definición e internalización de conductas asociadas a los nuevos principios culturales y propósitos de la compañía.

En 2020 se generaron dos comunidades de práctica con líderes, cuyo objetivo principal fue la apropiación de los principios culturales en equipos multidisciplinarios. Se compartieron experiencias y aprendizajes con foco en la aplicación de prácticas en los equipos de trabajo.

Por último, se redefinió el modelo de líder BICE, de acuerdo a los desafíos propios de la transformación cultural y la Estrategia de Transformación Digital. Para ello, se conformó un equipo de diseño cultural integrado por diez colaboradores de distintas áreas, quienes definieron los principales desafíos y posibles soluciones. Lo anterior permitió conformar un equipo con ejecutivos de distintas gerencias, cuya responsabilidad fue validar que el trabajo realizado fuera atingente a las necesidades de BICE Vida. Para profundizar este trabajo y entender las variables del liderazgo, se desarrollaron encuestas, entrevistas y, finalmente, diez encuentros de trabajo y sesiones de validación en las que, mediante una metodología ágil de innovación, se determinaron las soluciones y se desarrolló la "Brújula del liderazgo", instrumento que contiene cuatro ejes principales, compuestos por conductas y características personales, que facilitan el desarrollo de cada uno de los ejes.

En 2021, se aplicará una medición para evaluar el liderazgo en BICE Vida y desarrollar el plan de formación más adecuado.

5.3.2

Evaluación de desempeño

[404-3]

La retroalimentación constante es clave para mantener equipos de alto desempeño, motivados y actualizados en conocimientos y herramientas. A través de ella, podemos tomar decisiones rápidas en materia de actualización de programas de capacitación, promoción de colaboradores e incentivo de la mejora continua de las competencias y rendimientos laborales, orientando y adaptando las acciones de BICECORP a la consecución de sus objetivos estratégicos.

En Banco BICE la gestión del desempeño comprende tres etapas anuales:

1. Definición de objetivos cuantitativos y cualitativos para el colaborador
2. Diálogo de desempeño: instancia de retroalimentación a la mitad del ciclo anual sobre el desempeño hasta ese momento y alineación de expectativas
3. Evaluación de desempeño a fin de año.

En BICE Vida la gestión del desempeño comprende dos etapas anuales:

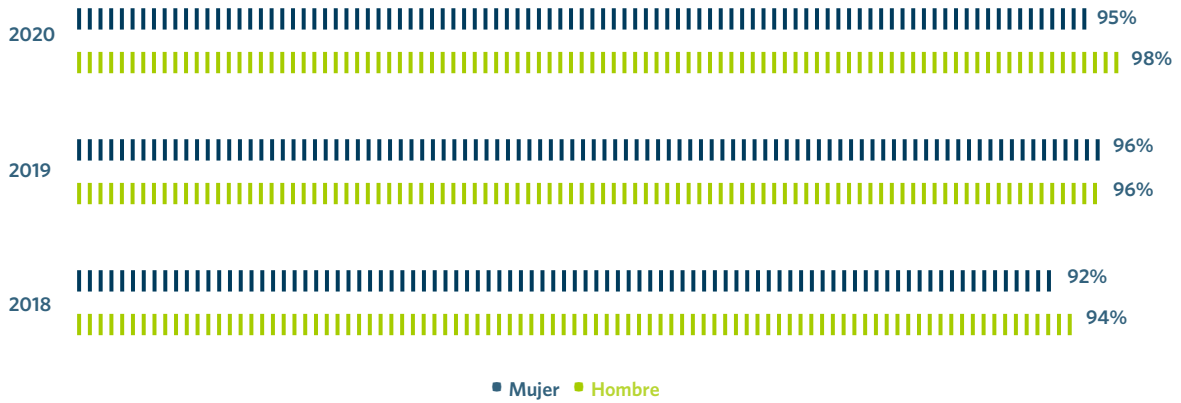
1. Evaluación de desempeño
2. Instancia de definición de objetivos, cuantitativos y cualitativos, que son comunicados al colaborador durante el primer trimestre del año.

Prácticamente la totalidad de la dotación de BICECORP es evaluada en su desempeño y las diferencias entre un año y otro son consecuencia de la variación de colaboradores que están con licencia médica, llevan menos de seis meses en BICE o bien no continúan trabajando en Banco BICE o BICE Vida.

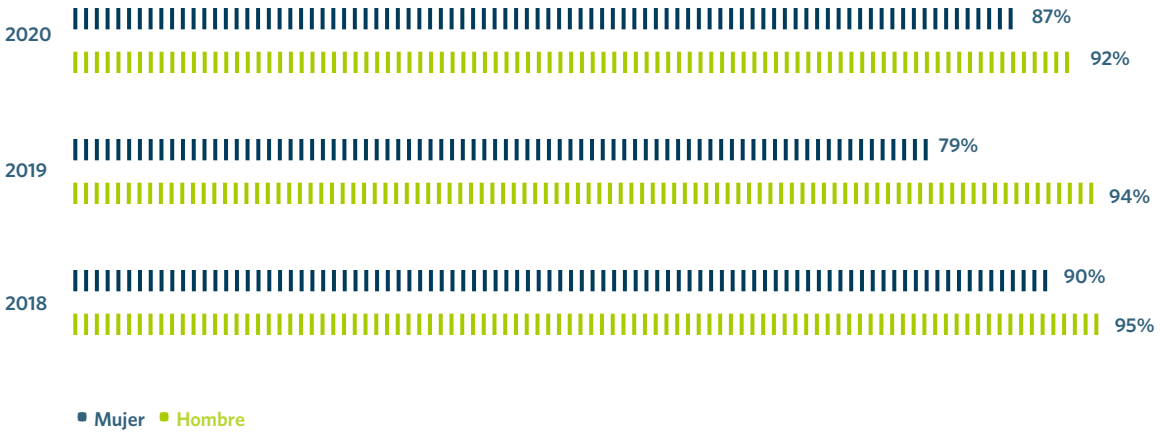
En 2020 Banco BICE aumentó en un 2% la evaluación de desempeño de hombres y un 1% de mujeres, mientras que BICE Vida aumentó un 8% la evaluación de mujeres y disminuyó un 2% la de hombres.

Porcentaje de empleados que reciben evaluación de desempeño, según género

Banco BICE

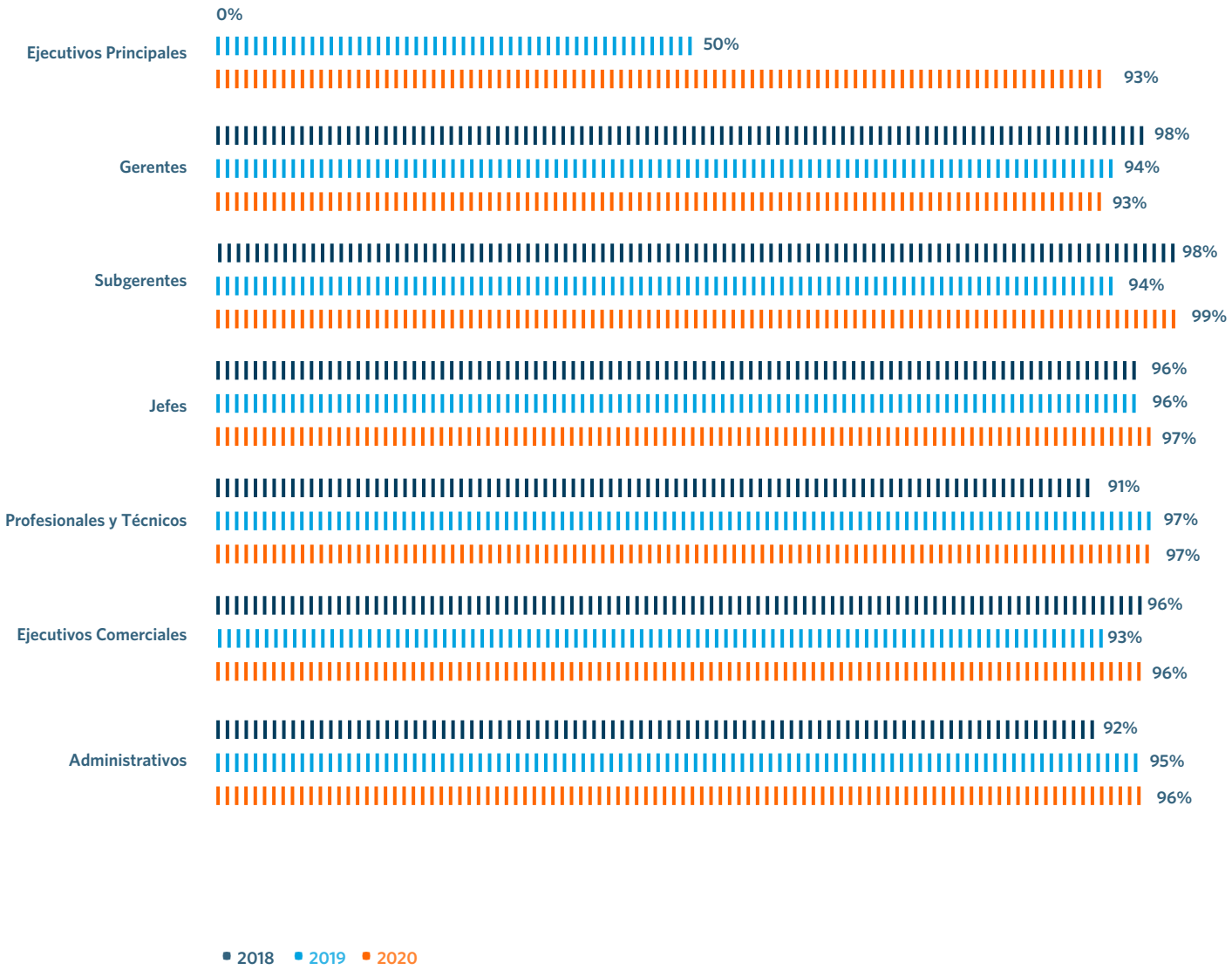


BICE Vida



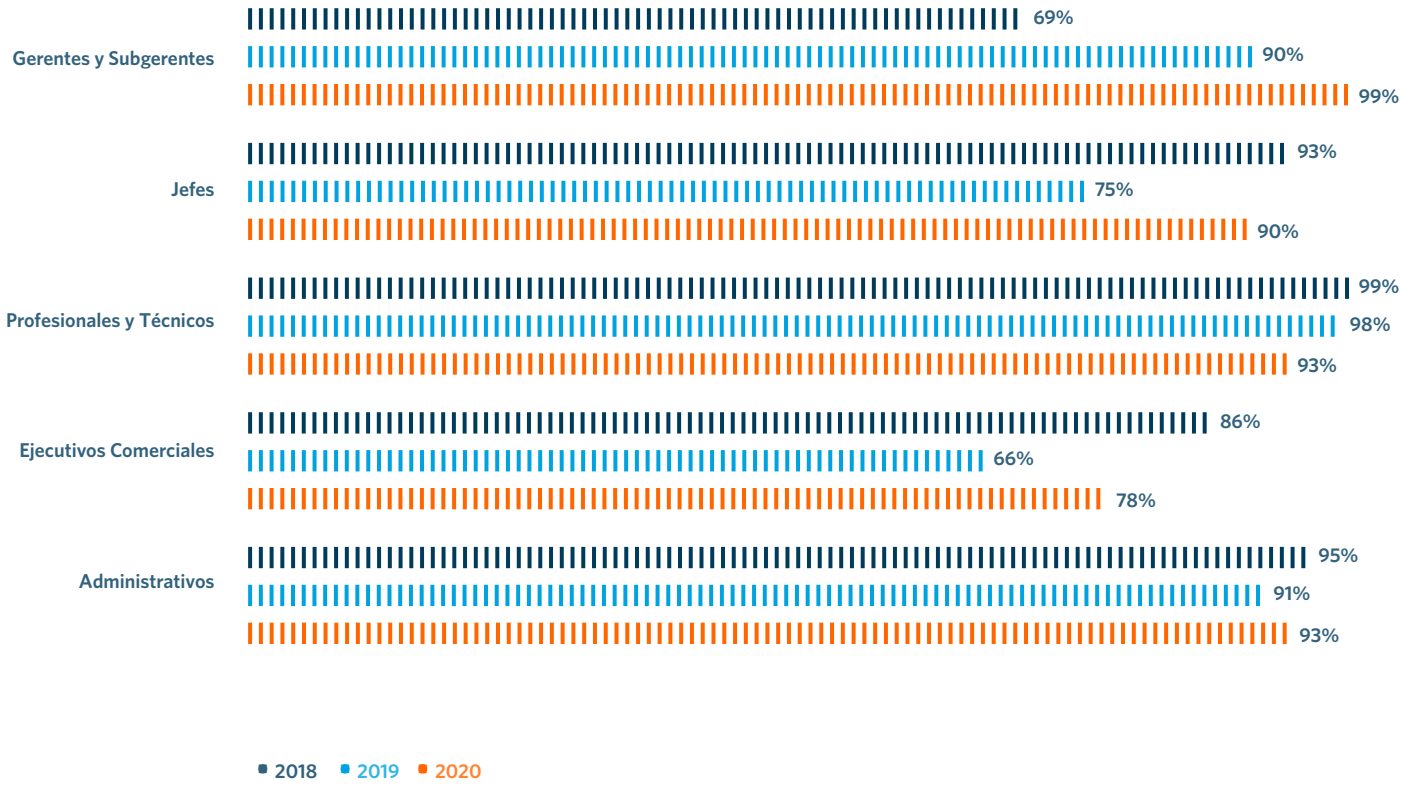
Porcentaje de empleados que reciben evaluación de desempeño, según categoría laboral

Banco BICE



Porcentaje de empleados que reciben evaluación de desempeño, según categoría laboral

BICE Vida



5.3.3

Movilidad laboral

Durante 2020, Banco BICE abrió un total de 270 vacantes, un 4% menos que en 2019, de las cuales el 10% fueron ocupadas por sus propios colaboradores, un 4% más que el año anterior. Por su parte, BICE Vida abrió 134 vacantes, un 9% menos que en 2019, de las cuales un 2,9% fueron ocupadas por colaboradores internos, un 16,1% más que el año anterior.

Por otro lado, Banco BICE promovió en 2020 a 117 colaboradores, un 1% más que en 2019, lo que representó al 9% del total de la dotación. Mientras, BICE Vida lo hizo con 29 colaboradores, un 45% menos que el año anterior, comprendiendo al 3,3% de su dotación total.

5.4

EQUIDAD DE GÉNERO E INCLUSIÓN

BICECORP percibe la diversidad de sus equipos como un componente fundamental para la competitividad, innovación y bienestar de sus colaboradores. La compañía valora los méritos y capacidades de quienes trabajan en ella, sin importar su género, etnia, religión, ideología o cualquier variable personal física o social. Por ello, desde 2015 cuenta con una política de diversidad e inclusión, que garantiza y promueve ambientes de trabajo respetuosos de las diferencias y cuyos principios rectores son la igualdad, dignidad, inclusión y diversidad.

BICE Vida cuenta con un 64% de dotación femenina, principalmente, en las áreas comerciales. Por su parte, el 42% de la dotación de Banco BICE son mujeres –principalmente, en las áreas comerciales– y, a través de su política de diversidad e inclusión, se ha puesto como objetivo incorporar en cada terna finalista de un proceso de selección de colaboradores, al menos, a una persona de cada género.

Inclusión de la discapacidad

BICECORP fomenta la inclusión de personas en situación de discapacidad, a través de sus procesos de selección de colaboradores. BICE Vida se apoya con consultoras externas para la búsqueda y selección de cargos de menor responsabilidad y participa en el programa Avanza, que brinda asesoría a las empresas para mejorar su inclusión laboral, realizando charlas, sensibilizando sobre el tema y entregando guías para la incorporación de prácticas de inclusión. Actualmente, trabajan en BICE Vida ocho colaboradores en situación de discapacidad: cuatro hombres y cuatro mujeres, que se desempeñan como Profesionales y Técnicos, Ejecutivos Comerciales, Administrativos y Personal Externo.

Banco BICE cuenta con siete personas contratadas[4] en situación de discapacidad y contribuye con la Fundación Descúbreme, que promueve y facilita la inclusión de personas con discapacidad en los ambientes laborales. Además, BICECORP participa con tres distintos actores públicos y privados para conectar a personas con la compañía:

- Portal Incluyeme.com, que conecta a personas en situación de discapacidad con empresas y asesora al sector privado en sus estrategias de inclusión laboral
- Oficinas de Intermediación Laboral de distintas municipalidades de la región Metropolitana
- Bolsa Nacional de Empleo.

Brecha salarial

[405-2]

Fomentar la diversidad no es solo un tema de acceso a los puestos de trabajo, sino también de compensaciones. En esta materia, la compañía está comprometida con valorar el esfuerzo y el mérito a través de las remuneraciones, sin distinguir variables personales como el género.

[4] Comprende a Banco BICE y sus filiales.

[5] Cálculo realizado considerando el promedio de remuneraciones de mujeres, dividido por el promedio de retribuciones de hombres, para cada una de las categorías consideradas. Esto significa que, cuando se presentan valores negativos (-), las mujeres perciben un salario menor al de los hombres y, cuando son positivos (+), su salario promedio es mayor al de los hombres. No se incluyeron los cargos de Ejecutivos Principales ya que solo hay un género en ellos.

En 2020, BICECORP aún presenta brechas salariales significativas en algunos cargos y tiene desafíos pendientes, principalmente, en el fomento de la inclusión de mujeres en cargos ejecutivos y de alta responsabilidad. Esto se debe a la estructura educacional chilena y a que las profesiones financieras han sido comúnmente ocupadas por hombres, situación que ha ido cambiando radicalmente en las recientes generaciones de estudiantes.

Brecha salarial según categoría laboral[5]

	2018		2019		2020	
	BICE Vida	Banco BICE	BICE Vida	Banco BICE	BICE Vida	Banco BICE
Gerentes	-33%	8%	-8%	20%	-7%	13%
Subgerentes	-3%	-12%	-7%	-13%	-9%	-11%
Jefes	-15%	1%	-10%	0%	-11%	2%
Profesionales y Técnicos	-38%	-3%	-39%	-8%	-34%	-10%
Ejecutivos Comerciales	0%	11%	0%	2%	0%	-27%
Administrativos	-6%	5%	-8%	4%	8%	4%

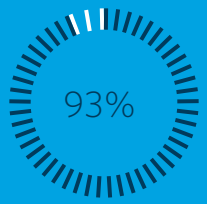
5.5

CLIMA LABORAL

BICECORP cuenta con ambientes de trabajo en los que la confianza y el respeto son pilares constitutivos y busca mantener el compromiso de quienes trabajan día a día con ella, a través de un clima laboral inclusivo y cómodo para todos y todas. Mediante estudios y encuestas de clima laboral, el grupo analiza el grado de satisfacción laboral de sus colaboradores, su nivel de compromiso con el negocio y las oportunidades que existen para gestionar una mejora continua.

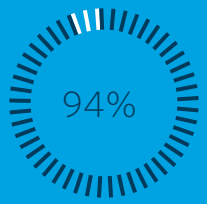
En 2020, la participación en estas mediciones fue dispar: aumentó en Banco BICE, pero disminuyó en BICE Vida.

Banco BICE
Encuesta BICE para Ti*



2019
93%
de participación

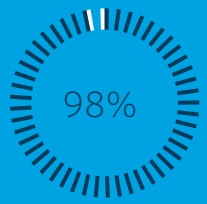
1.241
colaboradores



2020
94%
de participación

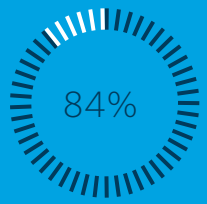
1.369
colaboradores

BICE Vida
Estudio de compromiso y clima**



2019
98%
de participación

808
colaboradores



2020
84%
de participación

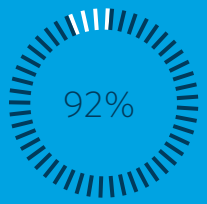
745
colaboradores

* No considera BICECORP, PROFIN y BK.
**Considera a BICE Vida, BICE Hipotecaria y BICE Renta Urbana. Año 2020 corresponde a encuesta de Pulso.

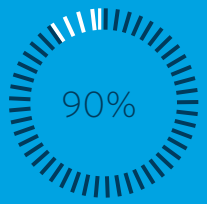
Un 96% de los colaboradores de Banco BICE señaló estar satisfecho de pertenecer a la empresa, un 1% más que el período anterior; mientras que en el índice de compromiso se aumentó en tres puntos porcentuales hasta llegar a un 72%.

"Yo recomendaría esta organización como un muy buen lugar para trabajar"

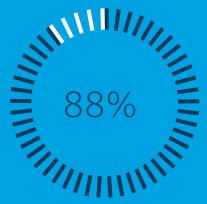
Percepciones sobre Banco BICE



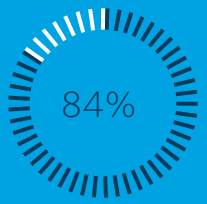
92% señala que tiene empatía en la toma de decisiones frente a situaciones personales



90% declara que BICE ha entregado información clara y oportuna frente a la pandemia



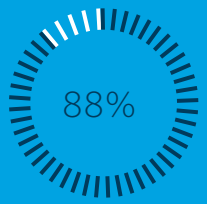
88% menciona que BICE se preocupa por la salud de los colaboradores y promueve el autocuidado



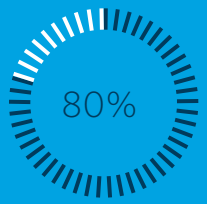
84% señala que ha recibido retroalimentación sobre su productividad

BICE Vida desarrolló las encuestas Pulso, instrumentos de medición breves y frecuentes, para detectar información en tiempo real durante el periodo de pandemia en temas como trabajo a distancia, crisis sanitaria y satisfacción laboral. Esto le permitió evaluar y gestionar eficientemente las variables que influyen en el compromiso laboral, así como también hacer una medición continua de aspectos contingentes que pudieran estar impactando a sus colaboradores.

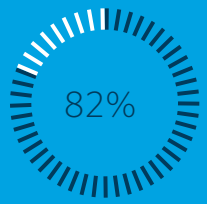
Según la primera encuesta Pulso, realizada en agosto de 2020:



88% declara sentir que BICE Vida se preocupa por su bienestar, seguridad y comodidad



80% señala recibir constante retroalimentación por parte de su líder directo



82% siente que ha tenido el apoyo que necesita de su líder directo, para desarrollarse

Encuesta Pulso BICE Vida

A través de un cuestionario de 18 preguntas –13 fijas y 6 móviles– la encuesta Pulso permite:

- Obtener información más frecuente y contingente
- Desarrollar acciones concretas, en plazos breves y alineadas a los objetivos de BICE
- Tomar decisiones basadas en datos, alineadas al proceso de transformación digital y cultural
- Incentivar la cultura de retroalimentación dentro de BICE

Durante 2020 se tuvo un 84% de participación en agosto y un 71% en diciembre. Sobre la pregunta "¿Qué tan probable es que recomiendes a un colega o amigo trabajar en BICE Vida?" se obtuvo un NPS de 63% en agosto y un 69% en diciembre

CONECTADOS CON EL
ENTORNO

CAPÍTULO 6

ENTORNO

Hitos 2020

Se desarrolló el Programa de Educación Financiera para Adolescentes

44 estudiantes realizaron la práctica profesional

BICECORP tiene el convencimiento que los servicios financieros deben responder a problemas sociales como la educación, el cambio climático y el desarrollo de economías locales. Y buena parte de las iniciativas que lleva a cabo en esta materia son posible gracias al voluntariado corporativo de sus colaboradores.

$824.558.049 de pesos donados a distintas instituciones sin fines de lucro

6.1

EDUCACIÓN FINANCIERA

Para Banco BICE la educación es una herramienta fundamental para el desarrollo de las personas y su movilidad social. Es el camino para que las nuevas generaciones puedan forjar su futuro, fomentando la importancia de ahorrar, invertir y gastar responsablemente, cumpliendo con los compromisos y evaluando las consecuencias de las acciones cotidianas. Como empresa del sector financiero, es una función que debe asumir.

Es por esto, que durante 2020 la empresa desarrolló el Programa de Educación Financiera para Adolescentes, que busca generar competencias y habilidades tempranas de este grupo etario para que puedan desenvolverse de la mejor manera en materia económica.

Asimismo, se continuó el trabajo con la Red de Colegios SIP –compuesta por 21.522 alumnos, distribuidos en 18 colegios presentes en sectores vulnerables de las comunas de San Ramón, Independencia, Quinta Normal, La Granja, San Bernardo, Santiago, Renca, Pedro Aguirre Cerda, Puente Alto, La Pintana, Recoleta y Lo Espejo. El programa utilizó diferentes recursos metodológicos y una serie de cápsulas enfocadas en temas como ahorro, endeudamiento, responsabilidad financiera, inversión, sueldos y pensión, entre otros.

Todo el programa fue trabajado y testeado con alumnos y profesores de los colegios antes mencionados, en un modelo de co-creación, de manera de incorporar aportes, recoger interrogantes y hacer que los contenidos fueran lo más comprensibles y accesibles para todos los estudiantes; y, de este modo, ser un verdadero aporte a la educación financiera de los jóvenes. El desarrollo de contenidos, el testeo con grupos focales de estudiantes y profesores, la gestión de piezas audiovisuales y editoriales y el entrenamiento virtual docente fue realizado en su totalidad por colaboradores de BICE.

Cabe mencionar que este programa fue diseñado de acuerdo a la contingencia, de manera que los alumnos pudieran acceder al material desde cualquier lugar y mediante cualquier plataforma tecnológica que tuvieran a su alcance (computador, portátil, celular, tableta electrónica u otros).

Alcance Red SIP 2020

Más 2.800 alumnos de 1º y 3º medio, pertenecientes a los 18 colegios de la Red SIP

Malla curricular

Integración de los contenidos del programa a la malla académica de los ramos de Historia y Educación Cívica de 1º y 3º medio de colegios de la Red SIP

Capacitación

Capacitación a 41 profesores de la Red SIP y de tres colegios más de la región Metropolitana

Disposición de material vía Mineduc

Trabajo colaborativo con el Ministerio de Educación para disponer y capacitar a la red nacional de colegios y liceos.

Otra de las Iniciativas de Banco BICE en materia de educación financiera fue el encargo de alcancías a artesanos de Pomaire, con el objetivo de transmitir la importancia de ahorrar desde pequeño y gastar responsablemente. Este obsequio buscó, a su vez, promover el cariño por conservar nuestras costumbres, ayudando al mismo tiempo a la colectividad de artesanos de la Junta de Vecinos de Pomaire con sus ventas en este difícil año. En total 1.066 hijos de colaboradores recibieron chanchitos de greda.

Prácticas y pasantías

La alianza con la Red de Colegios SIP permite que año a año alumnos de 3º y 4º medio de la especialidad de Contabilidad del colegio Eliodoro Matte Ossa realicen pasantías y prácticas de verano en Banco BICE. Además, la compañía mantiene convenios y participa en ferias de prácticas en la Universidad de Chile, la Pontificia Universidad Católica de Chile y la Universidad Adolfo Ibáñez.

Sin embargo, la crisis sanitaria de 2020 impidió a BICECORP realizar los programas de práctica, tal como lo hacía en años anteriores, por lo que debieron adecuarse a los periodos en los que los alumnos pudieron estar presencialmente, a fin de velar por un adecuado proceso de aprendizaje y el cuidado de su salud y la de los colaboradores.

Durante 2020, 44 estudiantes realizaron su práctica laboral en Banco BICE, de los cuales cuatro continuaron trabajando después de su práctica (9%).

6.2

ALIANZAS Y DONACIONES

Alianza Fundación Emplea

Con el objetivo de potenciar y desarrollar capital humano asociado a la transformación digital en todos los sectores de la población, así como también contribuir a generar mayor empleabilidad en sectores vulnerables, BICE Vida desarrolla el programa Testing Funcional de Aplicaciones de Software, Hub Testing.

El curso se enfocó en la formación de un grupo de 20 jóvenes de entre 18 y 29 años, de los cuales 10 eran hombres, 10 mujeres y un 25% extranjeros. Una vez concluido, se incorporará a los participantes en los procesos de selección vigentes para brindarles posibilidades de empleo.

Voluntariado corporativo Banco BICE

A diferencia de lo que acostumbraba a hacer, este año Banco BICE enfocó su voluntariado en dos causas. Por un lado, la Teletón que, por motivos de fuerza mayor, no se pudo llevar a cabo en 2019 y que en 2020 se realizó en un escenario muy adverso, debido a la crisis económica que enfrentaron muchos chilenos como consecuencia de la pandemia del coronavirus. Por otra parte, el apoyo a familias que por causa de esa crisis perdieron sus empleos.

El aporte de los colaboradores fue fundamental para la contribución a estas dos causas.

Actividades realizadas

Campaña de apoyo a la Teletón "Jeans Day" de los colaboradores de BICE que logró recaudar un total de $28.759.872 pesos, los cuales fueron complementados por Banco BICE, en un formato 1+1, con un aporte de $57.519.744 pesos.

Apoyo económico a familias del colegio Eliodoro Matte Ossa, de San Bernardo, quienes producto de la pandemia perdieron su fuente de trabajo e ingresos. Por medio de donaciones de colaboradores se logró recaudar $6.189.826 pesos, a los cuales Banco BICE sumó una donación de 1.600 cajas de alimentos.

Inversión total	Colaboradores: $34.949.698 pesos	Banco BICE: $87.159.872 pesos

Donaciones

Año a año BICECORP dona a diversas entidades como una forma de contribuir al crecimiento de la comunidad en la que está inserto. Su aporte es fundamental para el desarrollo de iniciativas que mejoren la calidad de vida de las personas.

Durante 2020 se hizo un esfuerzo adicional, entendiendo que la contingencia lo ameritaba, donando más de 80 millones por sobre lo entregado en 2019.

Donaciones BICECORP a diciembre de 2020 ($)

	Banco BICE	BICE Vida	BICE Inversiones	BICE Hipotecaria	BRUSA	Total
Fundación Juan Pablo II	10.253.264				5.167.422	15.420.686
Hogar de Cristo	4.684.500					4.684.500
Hogar de Cristo (contexto covid-19)	255.000.000					255.000.000
Consejo Chileno para las Relaciones Internaciones	5.000.000	5.000.000				10.000.000
Centro de Estudios Públicos	11.047.383					11.047.383
Fundación Paz Ciudadana	21.508.215	21.268.635				42.776.850
Corporación La Esperanza	20.000.000	25.000.000				45.000.000
Fundación Las Rosas		6.878.630		6.000.000		12.878.630
Red de Alimentos			27.000.000			27.000.000
Fundación Teletón	170.000.000					170.000.000
Pontificia Universidad Católica de Chile	30.000.000					30.000.000
Confederación de la Producción y el Comercio	200.000.000					200.000.000
Fundación Dr. Alfredo Gantz Mann	750.000					750.000
	728.243.362	**58.147.265**	**27.000.000**	**6.000.000**	**5.167.422**	**824.558.049**

6.3

CONSUMO RESPONSABLE DE RECURSOS

[302-1, 302-2, 302-4, 306-2]

BICECORP es consciente de que sus operaciones generan un impacto sobre el medioambiente y trabaja para ser cada vez más eficiente en su desarrollo. El grupo está comprometido con disminuir el impacto del uso de recursos naturales, a través de la reducción y optimización de su consumo de energía, agua, papel y residuos.

Consumo total de energía en kWh

Banco BICE		BICE Vida	
2020	2019	2020	2019
5.332.682	33.246.330	1.063.426	1.278.905

Durante 2020, debido a la modalidad de trabajo remoto y a que el 100% de la iluminación es led, Banco BICE disminuyó en un 84% su consumo eléctrico. En tanto, BICE Vida logró un ahorro estimado de 16,85% en comparación con el año anterior, que se debe a una mezcla entre el teletrabajo, la optimización del consumo eléctrico en su casa matriz y el reemplazo progresivo de los sistemas de iluminación por luces led en todos sus recintos: actualmente, el 85% cuenta, parcial o totalmente, con este tipo de iluminación.

También, debido a la pandemia, el consumo de agua en las instalaciones disminuyó notablemente.

Consumo total de agua (m^3)

[303-5]

	Banco BICE		BICE Vida	
	2020	2019	2020	2019
Casa matriz y sucursales	11.410	24.240	16.933	24.240

Por otro lado, y pese al contexto, BICE Vida continuó con sus alianzas con la empresa Ecológica y con Fundación Chilenter, siguiendo así con su programa de reciclaje.

Consumo total de energía en kWh

	2020
Ecológica	280 kilos en basura reciclada
Fundación Chilenter	100 kilos de equipos de comunicaciones

6.4

GESTIÓN DE PROVEEDORES

[204-1]

Sin sus proveedores, BICECORP no podría desempeñar sus operaciones con normalidad, por lo que entiende su papel como fundamental y por eso procura establecer vínculos responsables con ellos. El grupo cuenta con diversos documentos y políticas que le permiten estandarizar y transparentar las condiciones de contratación con el objetivo de que sean equitativas para todos. Además, implementa constantemente tecnologías para agilizar y organizar su gestión.

	Banco BICE		BICE Vida	
	2020	2019	2020	2019
Gasto total (millones de $)	81.623	71.509	45.777	71.070
Gasto en proveedores locales (millones de $)	77.510	68.081	43.373	67.462
Número total de proveedores	1.165	1.228	2.050	1.551
Número de proveedores locales	1.123	1.203	2.017	1.535

Durante 2020, todos los pagos a proveedores se realizaron en un plazo menor a 30 días, independiente de su tamaño. Además, Banco BICE disminuyó sus plazos para todos los segmentos.

Plazo de pago a proveedores promedio, según tamaño (días promedio)

	Banco BICE		BICE Vida	
	2020	2019	2020	2019
Gran empresa	12	27	30	30
Mediana empresa	15	24	30	30
Pyme	10	24	30	30

Metodología y alcance del reporte

[102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-45, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54]

Este informe corresponde a nuestro 5º ejercicio de reportabilidad anual y comprende las actividades de BICECORP y sus filiales entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del año 2020. En sus páginas se divulga la gestión social, económica y ambiental de Banco BICE y BICE Vida, las empresas más representativas del grupo, considerando el volumen de ingresos y número de colaboradores.

Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción "Esencial" de los Estándares GRI (Global Reporting Initiative), no cuenta con verificación externa y sus contenidos se han definido a través de un proceso de tres etapas:

Identificación de temas materiales

Se desarrolló un análisis contextual y comparativo de la industria financiera, además de identificar temas relevantes para los grupos de interés a partir de noticias, nuevas regulaciones, estándares de sostenibilidad, comparativos de buenas prácticas en sostenibilidad y tendencias de la industria bancaria y de seguros.

Definición de contenidos

Se llevó a cabo una consulta a dos ejecutivos de BICECORP, 11 de Banco BICE y 7 de BICE Vida, en la que se detectaron los temas más importantes para la compañía.

Además, se realizó una encuesta a colaboradores, en la que participaron 404 personas.

Priorización de temas materiales

A partir de las instancias de consulta y el análisis del contexto de sostenibilidad de BICECORP y la industria, se priorizaron 10 temas materiales que, posteriormente, fueron validados con los ejecutivos de BICECORP, quienes también verificaron la correcta disposición de datos, información y fuentes de los contenidos señalados en el Reporte de Sustentabilidad.

Temas materiales

Los temas materiales identificados en 2020 fueron:

- Ética e integridad corporativa
- Gestión de riesgos
- Inversión sostenible
- Contribución a la transición energética
- Transformación digital
- Experiencia y satisfacción de los clientes
- Formación y desarrollo del talento
- Clima y bienestar laboral en pandemia
- Consumo responsable de recursos
- Filantropía corporativa

MATRIZ DE MATERIALIDAD

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

[102-55]

Contenidos generales

Estándar	Contenido	Descripción	Pág.
GRI 101: Fundamentos 2016	101	Principios GRI	59
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-1	Nombre de la organización	Contratapa
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	7
	102-3	Ubicación de la sede	Contratapa
	102-4	Ubicación de las operaciones	9
	102-5	Propiedad y forma jurídica	Contratapa
	102-6	Mercados servidos	7
	102-7	Tamaño de la organización	8
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	8-32
	102-9	Cadena de suministro	8
	102-10	Cambios significativos en la organización y en su cadena de suministro	7
	102-11	Principio o enfoque de precaución	15
	102-12	Iniciativas externas	15
	102-13	Afiliación a asociaciones	15
	102-14	Declaraciones de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4
	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades.	4
	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	7-10
	102-17	Mecanismo de asesoramiento y preocupaciones éticas	13
	102-18	Estructura de gobernanza	10
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	10
	102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	10
	102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	10
	102-40	Lista de grupos de interés	59

Contenidos generales

Estándar	Contenido	Descripción	Pág.
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	En Banco BICE, el 85% de los colaboradores forma parte de los acuerdos de negociación colectiva. En tanto, el 100% de los colaboradores de BICE Vida están cubiertos, ya que la medida es extensiva para todos los colaboradores.
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	59
	102-43	Enfoque para la participación y selección de grupos de interés	59
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	59
	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	59
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	59
	102-47	Lista de temas materiales	59
	102-48	Re-expresiones de la información	59
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	59
	102-50	Período objeto del informe	59
	102-51	Fecha del último informe	59
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	59
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Contratapa
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	59
	102-55	Índice de contenido GRI	60
	102-56	Verificación externa	59

Temas materiales

Estándar	Contenido	Descripción	Pág.
Ética e integridad corporativa			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	59
	103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	13
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	13

Temas materiales

Estándar	Contenido	Descripción	Pág.
Ética e integridad corporativa			
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	13
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	15
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	13
GRI 206: Competencia desleal	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	13
Gestión de riesgos			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	59
	103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	15
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	15
	Propio	Iniciativas tecnológicas aplicadas a la gestión de riesgo	15
Inversión sostenible			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	59
	103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	27
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	27
	Propio	Avances anuales en la incorporación de criterios ESG en las inversiones	27
	Propio	Metas y compromisos en inversión responsable	27
Contribución a la transición energética			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	59
	103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	28
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	28
	Propio	Colocaciones en proyectos de energía renovables no convencionales y porcentaje respecto al total de colocaciones	28
Transformación digital			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	59
	103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	16
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	16
	Propio	Nuevos servicios digitales y porcentaje de servicios totales que pueden ser realizados de manera online	20
	Propio	Número y porcentaje de empleados capacitados en transformación digital	44
	Propio	Avances en la experiencia digital durante 2020	22

Temas materiales

Estándar	Contenido	Descripción	Pág.
Experiencia y satisfacción de clientes			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	59
	103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	20
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	20
	Propio	Mediciones de lealtad de clientes y gestión de inconformidades	24
	Propio	Tasa de cancelación de clientes de BICE Vida	20
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	18
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	18
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y la pérdida de datos del cliente.	18
Formación y desarrollo del talento			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	59
	103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	24
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	24
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	40
	404-2	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	40
	Propio	Porcentaje de vacantes disponibles ocupadas por colaboradores de BICE	50
	Propio	Número de colaboradores que fueron ascendidos	50
Clima y bienestar laboral en pandemia			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	59
	103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	51
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	32
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	50
	Propio	Principales resultados de instrumentos de evaluación del clima laboral	51
	Propio	Iniciativas y talleres para colaboradores	38
		Medidas de cuidado y prevención laboral, en el contexto de la pandemia	36

Temas materiales

Estándar	Contenido	Descripción	Pág.
Consumo responsable de recursos			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	59
	103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	57
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	57
GRI 302: Energía 2016	302-1	Consumo energético dentro de la organización	57
	302-2	Consumo energético fuera de la organización	57
	302-4	Reducción del consumo energético	57
GRI 306: Residuos 2016	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	57
GRI 303: Agua 2018	303-5	Consumo de agua	58
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	58
Filantropía corporativa			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	59
	103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	56
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	56
	Propio	Actividades de voluntariado corporativo	56
	Propio	Listado de donaciones y montos entregado a cada organización	57
	Propio	Iniciativas desarrolladas en el marco de la alianza con Fundación Emplea	56
	Propio	Nº de estudiantes que realizaron su práctica en BICE y porcentaje de estudiantes que continuó trabajando en BICE	56

BICE CORP

VOLVER A LA PORTADA