



## III CUMBRE SECTORIAL LARRAINVIAL SECTOR BANCARIO

Santiago, 3 de abril de 2012

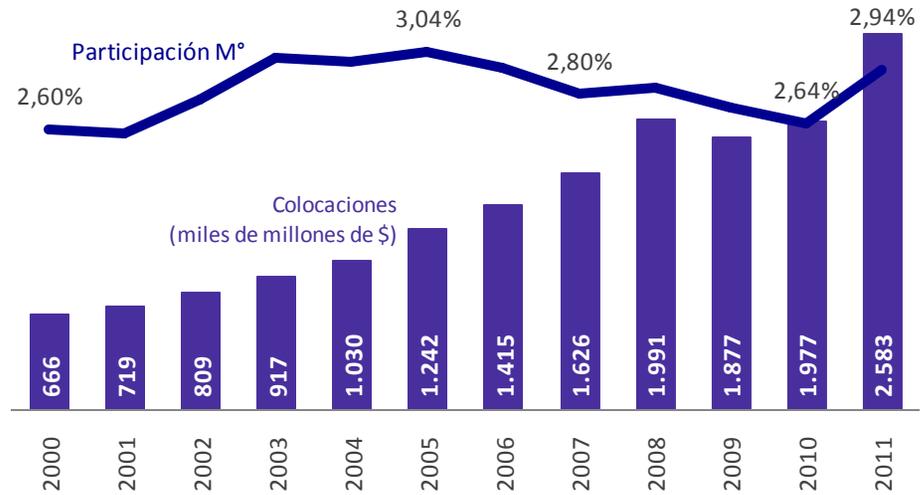
**BANCO** | security

## INDICE

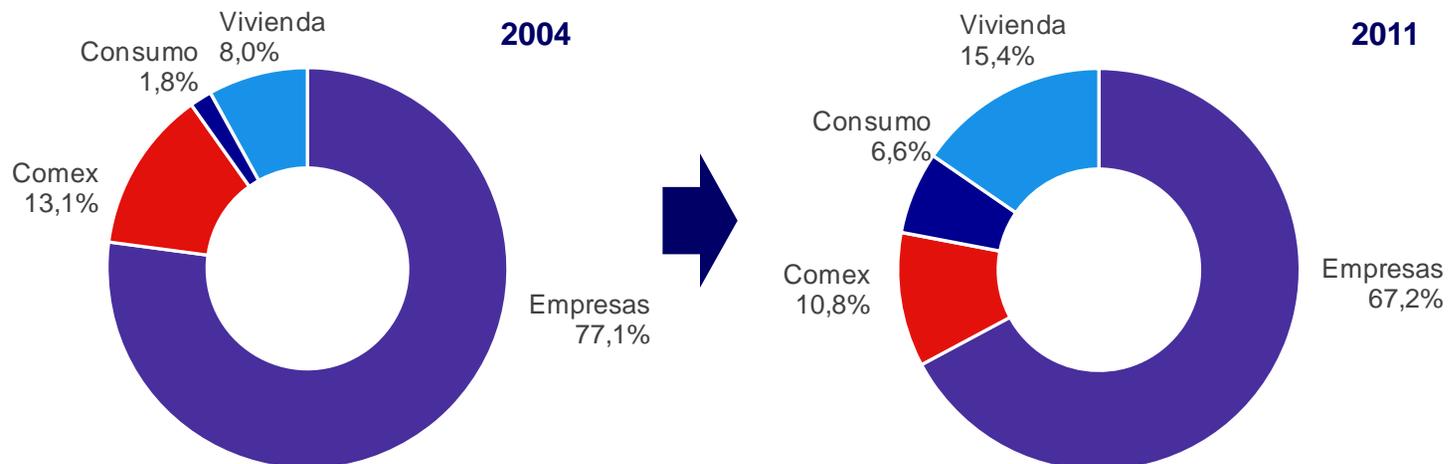
- Resultados
  - ✓ Crecimiento
  - ✓ Resultados
- Estrategia
  - ✓ Pilares estratégicos
  - ✓ Posicionamiento
- Perspectivas 2012-2013
  - ✓ Planes futuros
- Impacto de cambios regulatorios

# RESULTADOS - Evolución Colocaciones

## ● Crecimiento

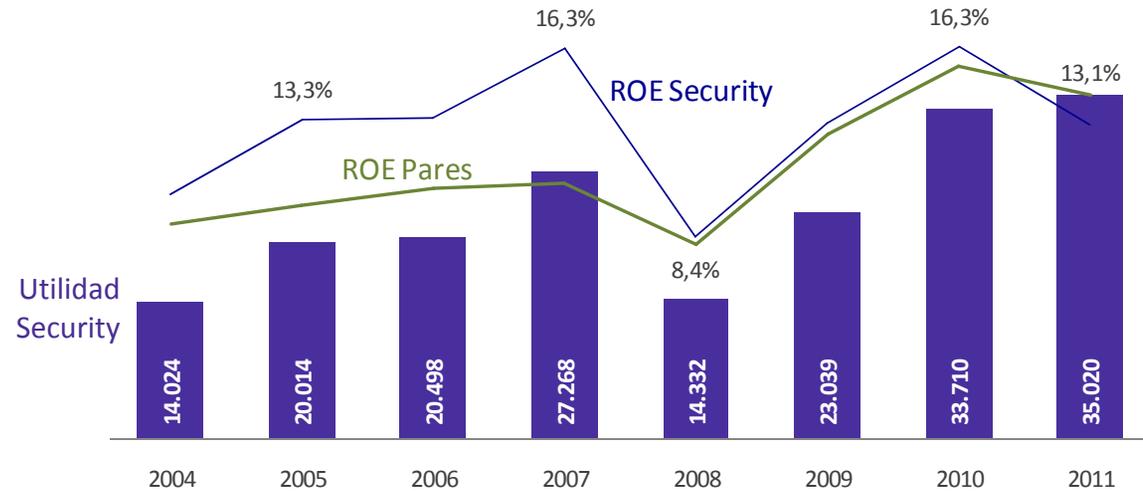


## ● Diversificación

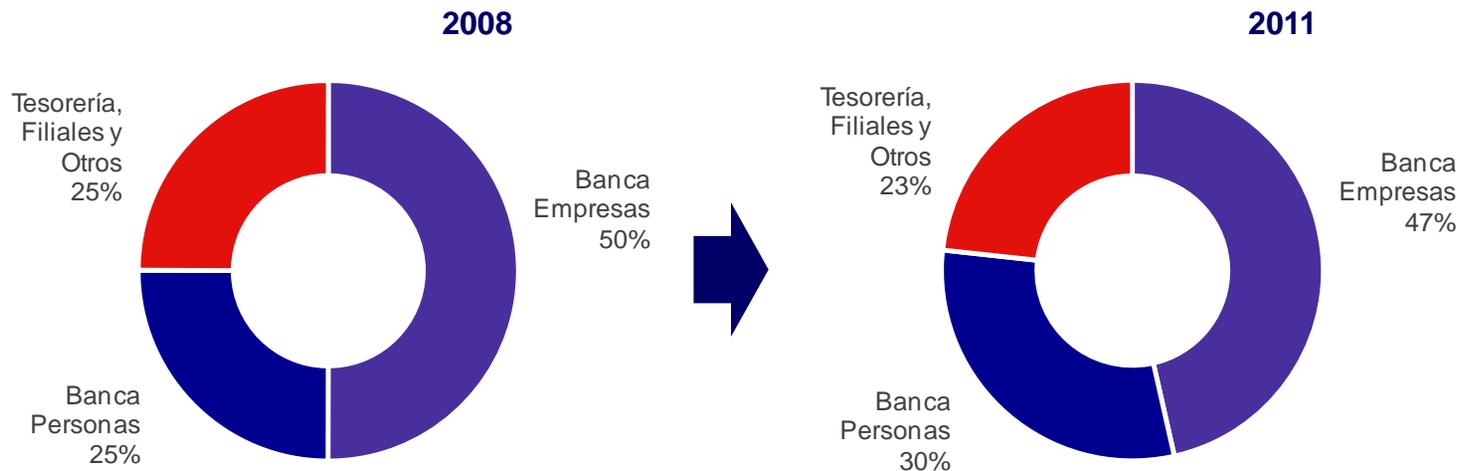


## RESULTADOS - Rentabilidad

- Utilidad y Rentabilidad Patrimonial



- Diversificación Ingresos



## ESTRATEGIA

### MISION

“Satisfacer las necesidades financieras de las empresas grandes y medianas y de las personas de altos ingresos, entregándoles un servicio de excelencia que permita mantener y cultivar con ellas una relación de largo plazo. Con este objetivo, el Banco cuenta con ejecutivos comerciales de excelente nivel profesional, una completa gama de productos y servicios, soporte tecnológico de primer nivel en todos sus canales, y con el apoyo del Grupo Security para lograr la plena satisfacción de sus clientes”

SERVICIO

- En 2011, Banco Security fue reconocido como el banco con mejor calidad de servicio → 1° lugar en satisfacción global de los clientes banca personas (Ipsos PuntoVista 2011)



## ESTRATEGIA

### MISION

“Satisfacer las necesidades financieras de las empresas grandes y medianas y de las personas de altos ingresos, entregándoles un servicio de excelencia que permita mantener y cultivar con ellas una relación de largo plazo. Con este objetivo, el Banco cuenta con ejecutivos comerciales de excelente nivel profesional, una completa gama de productos y servicios, soporte tecnológico de primer nivel en todos sus canales, y con el apoyo del Grupo Security para lograr la plena satisfacción de sus clientes”

SERVICIO

FOCALIZACION

FIDELIZACION

PRODUCTOS

PERSONAS

- Por 11° año consecutivo, Banco Security junto a otras empresas del Grupo Security fue reconocido como una de las **“Mejores Empresas para Trabajar en Chile”** → 15° en el ranking que realiza Great Place to Work Institute junto a Revista Capital.



## ESTRATEGIA



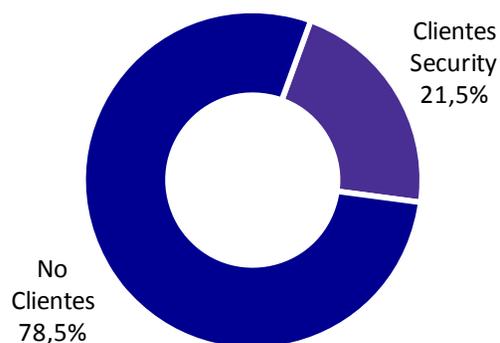
### BANCA EMPRESAS

*“Queremos ser el banco de las empresas del país y el preferido de nuestros clientes”*

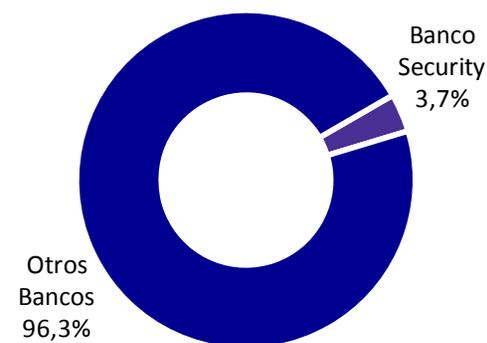
**Mercado Objetivo:** empresas con ventas sobre \$1.000 millones

- Banca Corporativa - 253 clientes
- Banca Grandes Empresas e Inmobiliarias - 2.097 clientes
- Banca Empresas y Sucursales Regionales - 3.564 clientes

Mercado Objetivo: 17.500 deudores



Participación M° en Colocaciones



Fuentes: SBIF, CORFO y Banco Security

## ESTRATEGIA

### BANCA PERSONAS

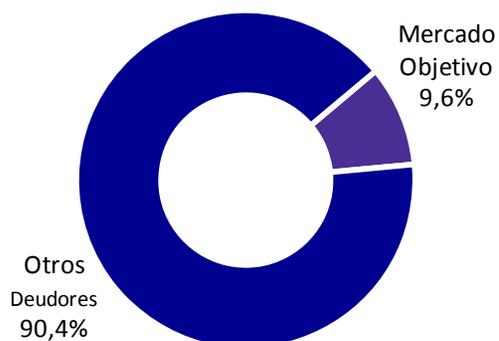
*“Queremos dar una atención preferencial, personalizada y transparente a nuestros clientes, que nos permita diferenciarnos de la competencia”*



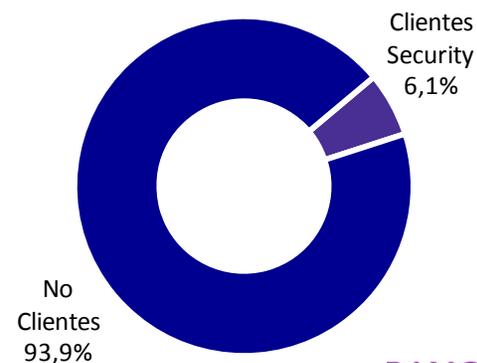
**Mercado Objetivo:** segmento ABC1

- Banca Privada y Banca Premier - 18.826 clientes
  - Banca Preferencial - 28.498 clientes

Mercado Objetivo: 500.000 clientes



Participación M° en Colocaciones



Fuentes: SBIF y Banco Security N° total deudores: 5.250.000

# ESTRATEGIA

## NEGOCIO FINANCIERO

*“El complemento perfecto para el desarrollo de los negocios de nuestros clientes”*

- Distribución
- Balance
- Inversiones
- Trading



## ESTRATEGIA

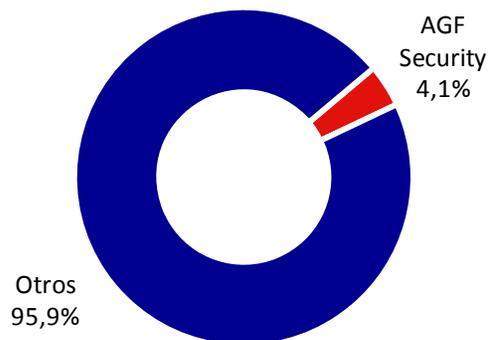


### INVERSIONES | security

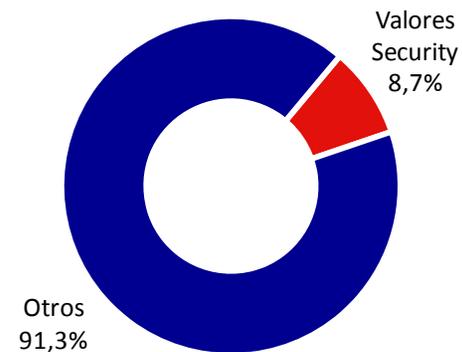
“Queremos dar a cada cliente una asesoría integral en la administración de sus activos”

- Administradora General de Fondos
  - Corredora de Bolsa

Participación Fondos Administrados



Participación Montos Transados en Acciones



Fuentes: BCS, Bolsa Electrónica y AAFM

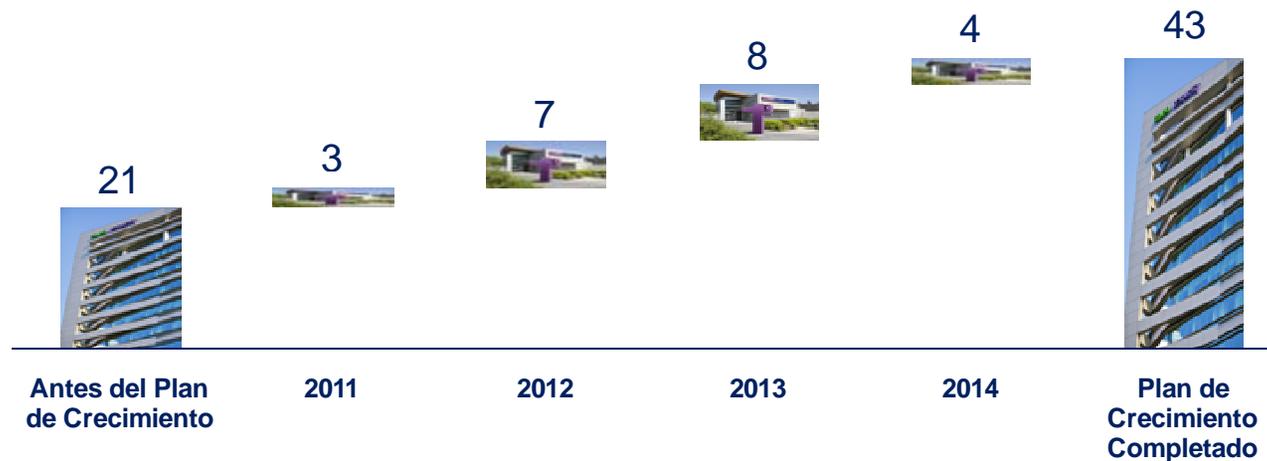
## PERSPECTIVAS - Industria



## PERSPECTIVAS - Plan de Crecimiento Banco

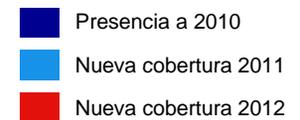
### 1. Expansión red de sucursales

- ✓ Duplicar número de sucursales



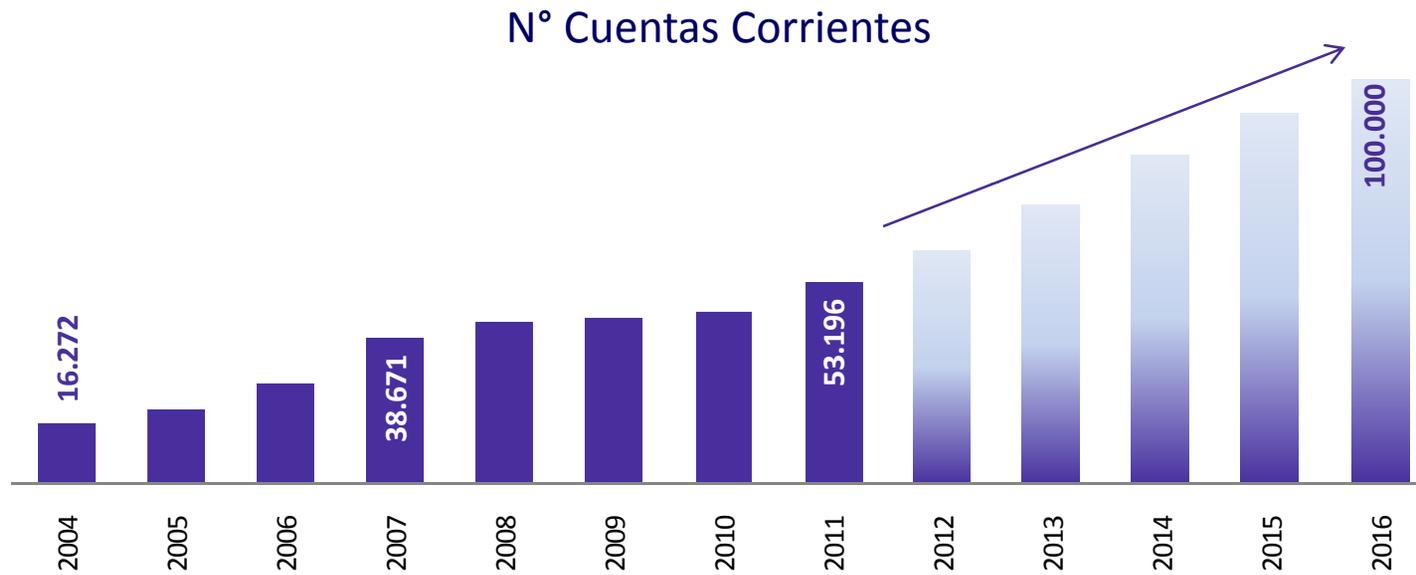
- ✓ Lograr mayor cobertura de regiones y comunas

- Aumento dotación en plataformas comerciales



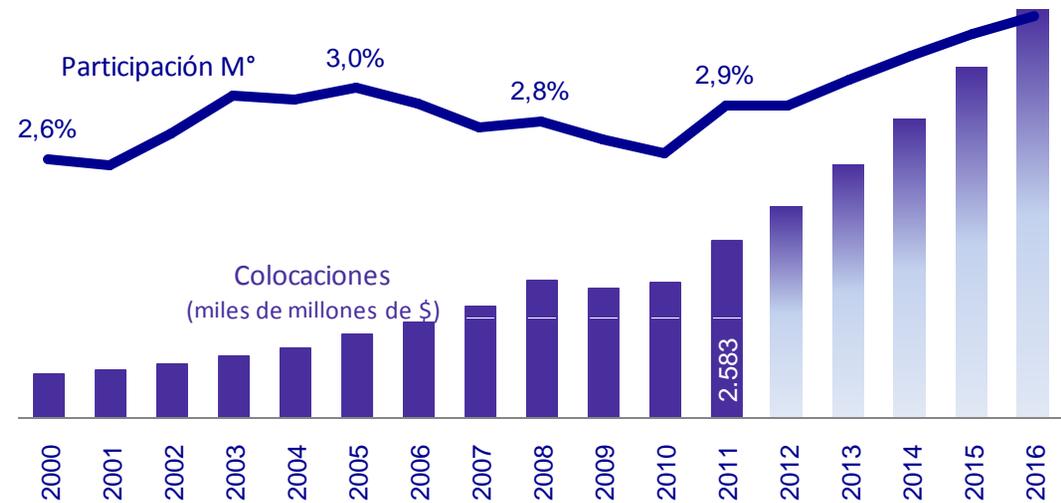
## PERSPECTIVAS - Plan de Crecimiento Banco

### 2. Captación de nuevos clientes → duplicar la cartera

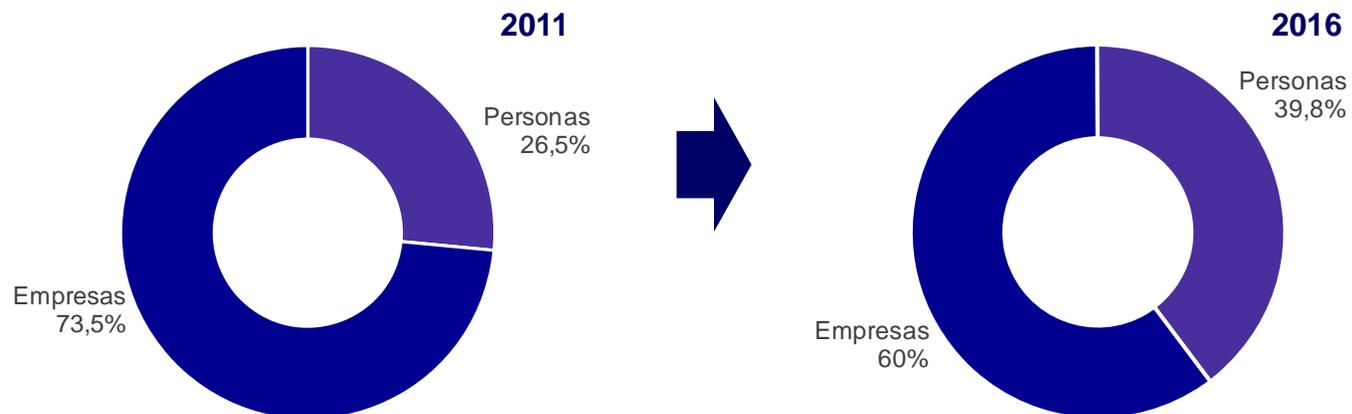


## PERSPECTIVAS - Plan de Crecimiento Banco

3. Crecimiento colocaciones  
 → Captura de nuevos espacios  
 en el mismo segmento



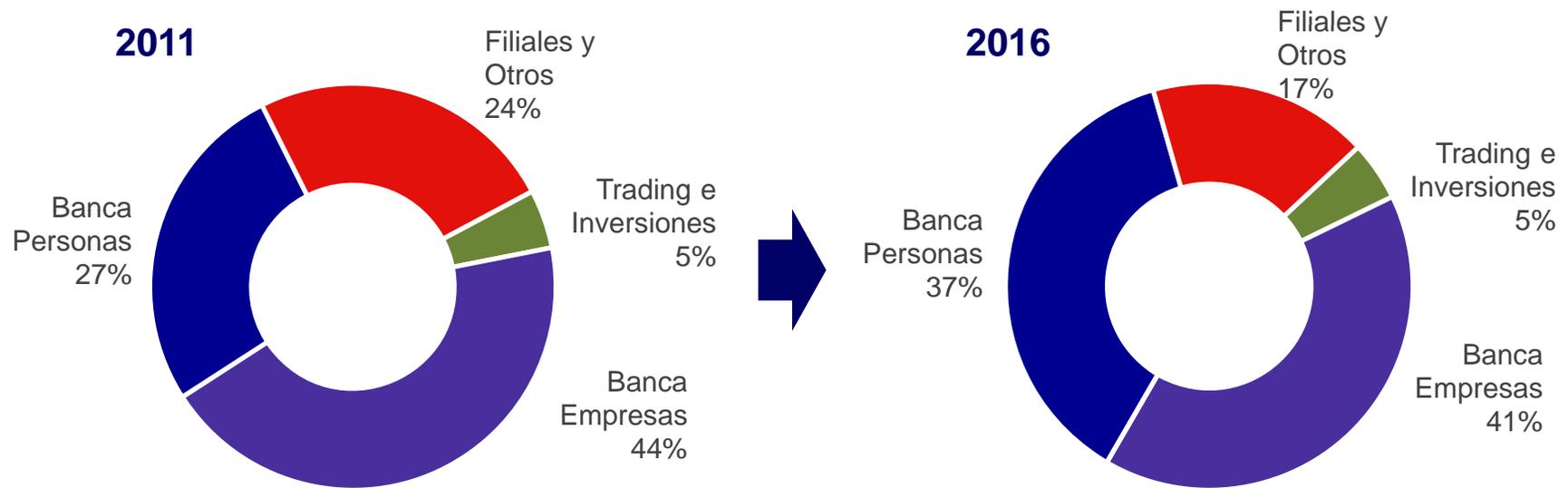
- Diversificando los activos



Fuentes: SBIF y Banco Security

## PERSPECTIVAS - Plan de Crecimiento Banco

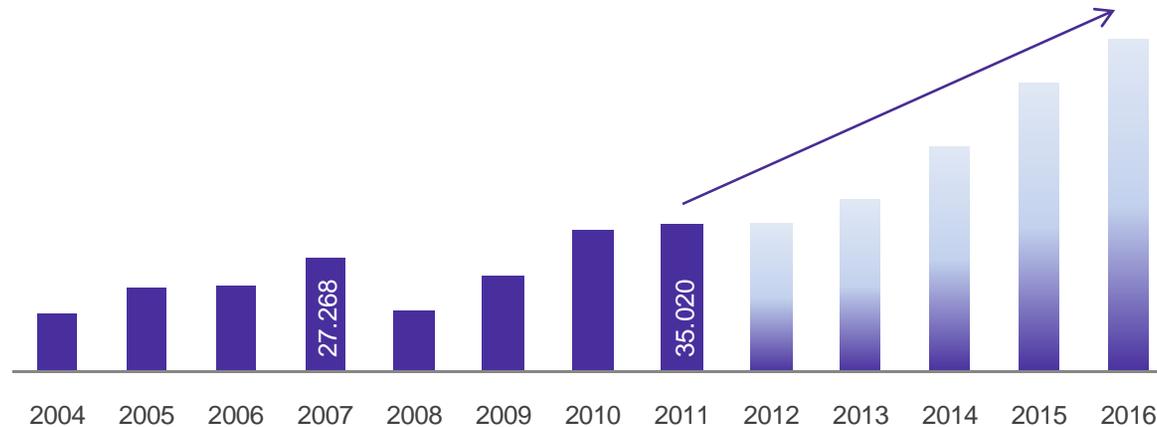
### 4. Diversificación de ingresos



- Diversificación de fuentes de financiamiento
  - ✓ Aumentar financiamiento con clientes
  - ✓ Tender a la composición de la industria → institucionales - empresas - personas

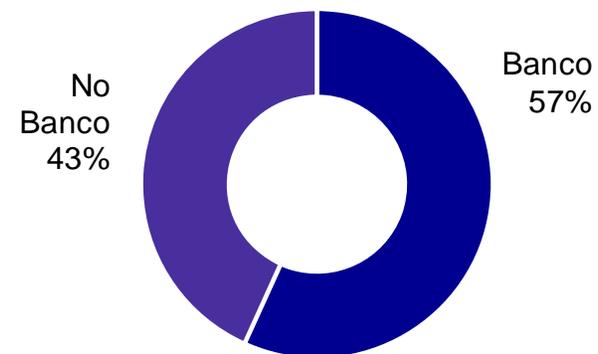
## PERSPECTIVAS - Plan de Crecimiento Banco

### 5. Crecimiento Utilidades Banco Security



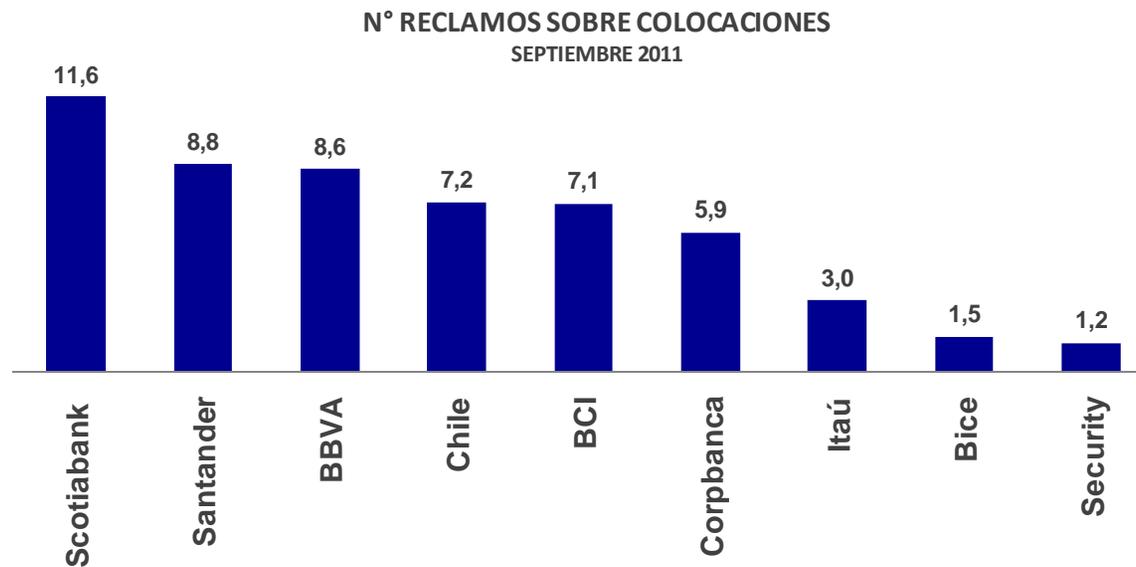
- 57% de ingresos de las filiales provienen de clientes del Banco

- ✓ Duplicar el número de clientes en 5 años
- ✓ Asesoría integral al cliente
- ✓ Aumentar la productividad comercial
- ✓ Fuerte potencial de crecimiento de ingresos para AGF y Valores

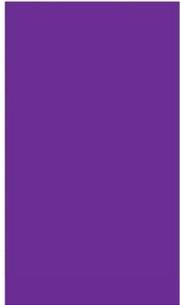
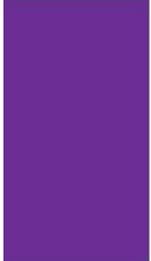


## CAMBIOS REGULATORIOS

- Nuevas normativas: TMC, Sernac Financiero, Licitación de seguros
  - ✓ Mayor transparencia
  - ✓ Mayor competencia
  - ✓ Reducción de subsidios cruzados entre productos
  
- Impactos de la nueva normativa en Banco Security
  - ✓ TMC → menor proporción de créditos con tasa máxima
  - ✓ Sernac Financiero → bajo número de reclamos e impacto operativo acotado



Esta presentación contiene proyecciones basadas en las intenciones, creencias y expectativas de la administración de Banco Security acerca del funcionamiento futuro de las distintas unidades de negocios. Estas proyecciones no son garantías de resultados futuros y están sujetos a riesgos significativos e incertidumbre, es posible que los resultados reales difieran de los proyectados a causa de diversos factores no anticipados como cambios en condiciones económicas globales, cambios en condiciones de mercado, cambios regulatorios, acciones de la competencia, riesgos operativos y financieros inherentes al negocio de servicios financieros.



## III CUMBRE SECTORIAL LARRAINVIAL SECTOR BANCARIO

Santiago, 3 de abril de 2012

**BANCO** | security