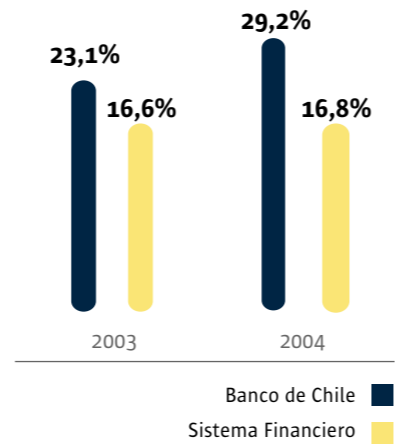


INFORME DE GESTION

RETORNO SOBRE CAPITAL



PRIORIDADES 2004

- ▶ Rentabilizar el portafolio de activos ◀
- ▶ Diversificar las fuentes de ingreso ◀
- ▶ Integrar los productos de filiales a la red del Banco ◀
- ▶ Consolidar el control de gastos ◀
- ▶ Incorporar tecnología de punta en el modelo de negocios ◀

Calidad de Servicio

“Los logros de cada una de nuestras divisiones y filiales, así como el apoyo de nuestros clientes, nos han posicionado como la institución más rentable del sistema financiero”

En el marco de la misión de la corporación Banco de Chile, las metas del plan 2004 que definieron nuestro accionar durante el año, estuvieron dirigidas a consolidarnos como el principal banco para nuestros clientes, a construir el mejor lugar para trabajar y a proporcionar, a nuestros accionistas, la alternativa de inversión más rentable. Con el propósito de alcanzar estos exigentes objetivos, priorizamos nuestros esfuerzos con el compromiso explícito de realizar cada uno de ellos, bajo el denominador común de la calidad en el servicio entregado.

En este contexto, puedo decir con satisfacción que el 2004 ha sido un año de grandes éxitos. Los logros de cada una de nuestras divisiones y filiales, así como la confianza de nuestros clientes, no sólo nos han posicionado como la institución más rentable del sistema financiero, sino que también, nos han permitido obtener el reconocimiento de prestigiosos medios internacionales como “El mejor banco en Chile”.

La focalización de nuestro portafolio de activos en los segmentos de mayor potencial, la diversificación de productos y servicios, así como la integración de los productos de nuestras filiales a la red de distribución del Banco, formaron parte de nuestras prioridades en el ámbito comercial. Estas prioridades, apoyadas por un modelo de gestión que ha permitido consolidar el control de gastos, junto al desarrollo e implementación -aún en proceso- de un ambicioso modelo de negocios intensivo en soluciones tecnológicas, nos permitieron obtener un record histórico de utilidad para Banco de Chile, consolidando así nuestro liderazgo en la industria bancaria chilena.

El lanzamiento de la nueva marca Banco CrediChile, asociada a una completa gama de productos y servicios bancarios anclados en el segmento de personas, así como la alianza estratégica con Standard Chartered Bank que nos permitirá servir a nuestras empresas en su comercio con Asia, son respuestas creativas a las necesidades de nuestros clientes.

Les invito a leer el presente Informe de Gestión, el que incluye, entre otros, el análisis financiero de nuestros resultados, el estado de avance de nuestro plan de transformación tecnológica y la gestión comercial por área de negocios.

Quiero agradecer y felicitar a cada una de las personas que integran nuestra corporación Banco de Chile por su compromiso, dedicación y profesionalismo, cualidades que nos han permitido alcanzar los grandes logros de este año y que, con certeza, se constituirán en nuestra mayor fortaleza para enfrentar con éxito los desafíos del 2005.

Pablo Granifo L.
GERENTE GENERAL



ANALISIS DE RESULTADOS DEL BANCO DE CHILE

Banco de Chile obtuvo una Utilidad Neta histórica en el año 2004, alcanzando un total de \$152.628 millones, equivalente a un incremento de un 14,1% respecto al año 2003, lo que permitió alcanzar un Retorno sobre Capital de 29,2% a diciembre de 2004, el más alto del Sistema Financiero, el cual en promedio fue de 16,8%. La mejora en los resultados se explica principalmente por el aumento del Ingreso Financiero Neto y de las Comisiones Netas, los que registraron un incremento de 7,0% y 17,9% en el periodo respectivamente.

Cabe mencionar los mejores resultados de las filiales del Banco durante el 2004, los que totalizaron \$23.655 millones, lo que representa un incremento de un 26,2%. En particular, destacan los mayores ingresos de la Administradora General de Fondos, Asesoría Financiera y Corredora de Bolsa, las que han consolidado durante este año su posición de liderazgo en el mercado y cuya contribución al resultado del Banco fue de un 13,5%.

El notable desempeño de la Administradora General de Fondos refleja su capacidad para generar comisiones a través de la incorporación de nuevos clientes y el desarrollo de innovadores productos y servicios tales como fondos de rentabilidad mínima garantizada y fondos en dólares. Por su parte, la mejora en los resultados de la Corredora de Bolsa está asociada a mayores volúmenes de acciones transadas, impulsados por el mayor nivel de actividad de la Bolsa de Comercio chilena.

PRINCIPALES ITEMS DE RESULTADOS

(millones de \$ de diciembre de 2004)	2003	2004	% Variación
Ingreso Financiero Neto ⁽¹⁾	323.420	346.132	7,0%
Comisiones Netas	100.313	118.315	17,9%
Margen Bruto	427.480	469.823	9,9%
Gastos de Apoyo Operacional	-229.870	-241.629	5,1%
Gasto Neto por Activos Riesgosos	-38.845	-42.120	8,4%
Utilidad Neta	133.817	152.628	14,1%

(1) Incluye Intereses y Reajustes Netos y Utilidad Neta de Cambio

Cabe destacar que las filiales Administradora General de Fondos y Corredora de Bolsa continúan siendo líderes en el mercado con un 27,1% y 27,0% de participación en términos de fondos administrados y transacciones de acciones respectivamente. Finalmente, el incremento de la utilidad de la filial Asesoría Financiera se asocia a su participación en diversas operaciones, tales como créditos sindicados, reestructuraciones de pasivos y asesorías a importantes empresas del país.

La utilidad de las Sucursales en el Exterior, por su parte, alcanzó los \$3.794 millones, lo que representa una disminución de un 67,5% respecto a la registrada durante el 2003. Lo anterior se relaciona principalmente con los ingresos extraordinarios obtenidos durante el 2003 por la venta de títulos corporativos argentinos (inversiones latinoamericanas) mantenidos en la sucursal Nueva York.

UTILIDAD NETA: BANCO, FILIALES Y SUCURSALES EN EL EXTERIOR

(millones de \$ de diciembre 2004)	2003	2004	% Variación
Banco ⁽¹⁾	103.400	125.179	21,1%
Corredora de Bolsa	9.235	9.803	6,1%
Administradora General de Fondos	5.911	9.081	53,6%
Corredora de Seguros	736	671	-8,8%
Asesoría Financiera	802	1.756	119,1%
Factoring	1.959	2.109	7,7%
Securitizadora	27	59	121,4%
Trade Services Limited	-	-7	-
Promarket	-74	46	-
Socofin	141	137	-3,1%
Sucursales en el Exterior	11.680	3.794	-67,5%
Total Utilidad Neta	133.817	152.628	14,1%

(1) El interés minoritario ha sido deducido de la línea Banco.

Ingreso Financiero Neto

El Banco aumentó sus ingresos financieros netos en un 7,0% respecto a los registrados en el ejercicio anterior, alcanzando los \$346.132 millones. Dicho incremento se debe principalmente al aumento de 18 puntos base en el Margen Financiero Neto y al crecimiento de un 2,2% en el volumen de activos que generan intereses.

INGRESO FINANCIERO NETO

(millones de \$ de diciembre 2004)	2003	2004	% Variación
Ingreso por Intereses y reajustes	439.422	543.372	23,7%
Gasto por intereses y reajustes	-209.339	-214.900	2,7%
Utilidad Neta por Cambio	93.337	17.660	-81,1%
Ingreso Financiero Neto	323.420	346.132	7,0%
Activos Productivos Promedio	8.379.084	8.560.739	2,2%
Margen Financiero Neto	3,86%	4,04%	-

Banco de Chile en el 2004

generó un **23%** de la utilidad neta total del sistema financiero,

un retorno sobre capital superior al **29%**

con **51%** de eficiencia,

reducción de **22%** en la cartera vencida

y **399.000** cuentas corrientes que representan el **24%** de las cuentas del mercado

El margen financiero neto del 2004 fue favorecido por la mayor inflación respecto al ejercicio anterior (1,1% en el 2003 v/s 2,4% en el 2004), lo que implicó que el Banco obtuviera mayores utilidades asociadas a activos que devengan intereses denominados en UF, financiados con pasivos que devengan intereses nominales o por pasivos que no devengan intereses. Adicionalmente, durante el 2004 se registró un aumento de los spreads, como consecuencia de la estrategia del Banco de expandir y potenciar créditos con mayor margen y de fortalecer el crecimiento en el segmento de personas.

Cabe destacar el impacto negativo de los aumentos en la tasa de instancia monetaria durante el 2004 concentrados en el cuarto trimestre del año (25 puntos base en septiembre y 25 puntos base en noviembre) sobre el margen financiero neto, debido a que los pasivos se revalorizan más rápido que los activos que devengan intereses.

Respecto al mayor volumen de activos que generan intereses, el incremento se concentra principalmente en créditos de consumo y en operaciones hipotecarias financiadas con recursos propios.

Comisiones

Durante el 2004, el Banco continuó consolidando su exitosa gestión en la generación de comisiones, las que alcanzaron un nivel histórico de \$118.315 millones. Este monto representa un aumento de un 17,9% respecto al 2003, y se explica principalmente por mayores comisiones ganadas por cuenta corriente y por líneas de crédito, asociadas a su vez al incremento de más de 22.200 cuentas corrientes. Adicionalmente, se obtuvieron mayores comisiones por tarjetas de crédito, cajeros automáticos y otros productos pasivos. Así también, los mayores ingresos por comisiones fueron impulsados por mayores comisiones relacionadas con la Administradora General de Fondos y Corredora de Bolsa. Como resultado, el Índice de Comisiones Ganadas sobre Margen Bruto aumentó de un 29,3% en el 2003 a un 31,0% en el 2004.

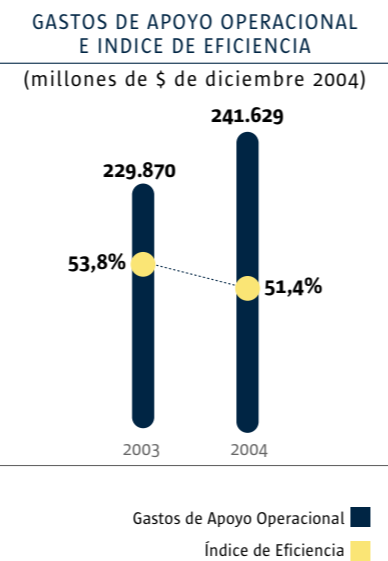
Resultados por Venta de Inversiones Financieras

El resultado por intermediación de inversiones financieras totalizó una pérdida de \$3.150 millones en el año 2004, comparado con la utilidad de \$5.810 millones registrada en el ejercicio 2003. Esta evolución se explica principalmente por las utilidades extraordinarias en el 2003 asociadas a la venta de instrumentos argentinos, a pérdidas registradas en el cuarto trimestre del año 2004 por market de derivados Cross Currency Swaps asociadas a las bajas tasas de interés del periodo, y al efecto negativo en el Margen Bruto de la venta de dos créditos del sector manufacturero y de retail, las cuales se encontraban parcialmente provisionados.

Gastos de Apoyo Operacional

El total de gastos de apoyo operacional alcanzó los \$241.629 millones durante el 2004, equivalente a un crecimiento de un 5,1% respecto al año 2003. No obstante lo anterior, dado el incremento del margen bruto, el índice de eficiencia mejoró de un 53,8% en el 2003 a un 51,4% en el 2004.

El incremento de los gastos de apoyo operacional se explica en parte por un aumento del gasto en remuneraciones como consecuencia de mayores compensaciones variables asociadas a los mejores resultados obtenidos por el Banco y sus filiales durante el 2004. Adicionalmente, la dotación de personal del Banco ha aumentado en 234 empleados con el fin de cubrir la mayor actividad de la banca comercial y de filiales (principalmente Corredora de Bolsa). Así también, durante el mes de diciembre 2004, el Banco pagó a sus empleados una bonificación especial relacionada al cierre de las negociaciones colectivas con los sindicatos, acuerdo que tendrá una vigencia de cuatro años.



Por su parte, los gastos de administración registraron un aumento de 7,2% en el 2004 como resultado principalmente de los mayores gastos en publicidad y mantenimiento de activo fijo.

Finalmente, los gastos por depreciaciones y amortizaciones alcanzaron a \$17.304 millones, lo que implica una disminución de un 12,1% respecto al ejercicio 2003.

Provisiones

El gasto neto por activos riesgosos alcanzó los \$42.120 millones en el 2004, lo que representa un incremento de un 8,4% respecto al 2003. La evolución se atribuye principalmente a la expansión de la cartera de colocaciones, al efecto extraordinario de la implementación de los nuevos lineamientos para provisiones relacionadas a líneas y tarjetas de crédito, y al descenso en la clasificación de riesgo de algunos clientes. Como contrapartida, el monto de recuperaciones de colocaciones previamente castigadas aumentó en un 29,6%, producto principalmente de recuperaciones asociadas a grandes corporaciones. Como resultado, el ratio de gasto neto por activos riesgosos sobre colocaciones promedio aumentó levemente desde un 0,60% en el 2003 a un 0,64% en el 2004, manteniéndose como uno de los niveles más bajos de los últimos siete años. Lo anterior se relaciona a una conservadora política de riesgo de cartera del Banco y a las favorables condiciones económicas del país.

Corrección Monetaria e Impuesto a la Renta

La pérdida por corrección monetaria alcanzó los \$7.466 millones en el 2004, comparada con \$4.137 millones durante el 2003, lo que refleja el aumento de la tasa de inflación usada para propósitos de ajuste (1,0% en el 2003 v/s 2,5% en el 2004).

El impuesto a la renta del Banco llegó a \$18.354 millones en el 2004, comparado con \$14.250 millones del 2003. Este aumento es consecuencia principalmente de una mayor base imponible como resultado del aumento de un 15,5% en la utilidad antes de impuesto.

Cartera de Colocaciones

La cartera de colocaciones del Banco, ascendió a \$6.873.713 millones a diciembre de 2004, lo que representa una expansión de un 7,4% respecto a diciembre de 2003 y equivale a una participación de mercado del 17,8% (base no consolidada).

Consistente con la estrategia del Banco de rentabilizar el portafolio de colocaciones, el mayor volumen de negocios respecto al 2003 tiene su origen principalmente en el segmento personas y en menor medida en el segmento de medianas empresas. El segmento de grandes empresas ha tenido un aumento anual menor debido principalmente a una fuerte competencia en el mercado, con condiciones de plazos y precios en las cuales el Banco no ha estado dispuesto a participar.

En términos de productos, el crecimiento fue impulsado principalmente por colocaciones comerciales, colocaciones contingentes y consumo. Cabe destacar que la reducción de las colocaciones en letras de crédito hipotecario refleja la estrategia del Banco de expandir los préstamos con mutuos, producto del mayor rendimiento respecto de los créditos financiados por letras. Es así como parte importante de los refinanciamientos hipotecarios, como de los nuevos créditos para la vivienda cursados en el periodo, fueron financiados con recursos propios. Esta estrategia se refleja en el 107,1% de incremento de las Otras Colocaciones Vigentes, del cual más de un 77% corresponde a Mutuos Hipotecarios.

COMPOSICION CARTERA DE COLOCACIONES

(millones de \$ de diciembre 2004)

	2003	2004	% Variación
Préstamos Comerciales	2.708.178	2.867.288	5,9%
Préstamos para Comercio Exterior	674.737	599.051	-11,2%
Préstamos de Consumo	603.402	691.851	14,7%
Colocaciones en Letras de Crédito	1.156.230	819.882	-29,1%
Contratos de Leasing	275.680	343.853	24,7%
Colocaciones Contingentes	419.853	530.901	26,4%
Otras Colocaciones Vigentes	452.017	936.202	107,1%
Cartera Vencida	108.141	84.685	-21,7%
Total Colocaciones Netas Interbancarias	6.398.238	6.873.713	7,4%

Las colocaciones de consumo también aumentaron en forma importante durante el 2004, tanto en el segmento de personas de altos a medianos ingresos como en el de bajos ingresos, como consecuencia del esfuerzo del Banco por aumentar su participación en este segmento a través de distintas campañas promocionales, en particular a través de la nueva marca “Banco CrediChile”. Como resultado, la participación de mercado del Banco en productos de consumo aumento desde un 15,1% en el 2003 a un 15,9% en el 2004 (base no consolidada).

En cuanto a las colocaciones contingentes, éstas alcanzaron los \$530.901 millones, lo que representa un crecimiento de un 26,4%, el cual fue impulsado principalmente por las expansiones registradas en los servicios financieros y sectores de retail. Consecuentemente, la contribución de las colocaciones contingentes al total de colocaciones aumentó de un 6,6% en el 2003 a un 7,7% en el 2004.

Por su parte, los préstamos comerciales registraron un crecimiento de un 5,9%, equivalente a \$159.110 millones, liderado principalmente por el segmento de medianas empresas. Cabe destacar que éstos últimos representan uno de los principales productos del Banco, con una participación sobre las colocaciones totales de un 14%.

Las colocaciones vencidas experimentaron una disminución anual de un 21,7%, relacionada principalmente con créditos comerciales y en menor medida con créditos hipotecarios para la vivienda. La disminución de la cartera vencida se explica en parte por los castigos de colocaciones efectuados durante el 2004 y por la mejora en la calidad general de la cartera de colocaciones.

Financiamiento

Los pasivos totales del Banco aumentaron en un 2,4% en el 2004, impulsados principalmente por pasivos que no generan intereses. Este incremento se atribuye principalmente al aumento de las cuentas corrientes y vales vista, producto en parte de las históricas bajas tasas de interés, y al crecimiento de un 20,5% registrado en otros pasivos, principalmente relacionados con obligaciones contingentes.

COMPOSICION Y EVOLUCION DE PASIVOS

(millones de \$ de diciembre 2004)	2003	2004	% Variación
Pasivos que no generan intereses			
Acreedores en Cuenta Corriente	1.258.574	1.424.569	13,2%
Otros depósitos vista	680.037	697.476	2,6%
Otros Pasivos	686.248	826.782	20,5%
Total	2.624.859	2.948.827	12,3%
Pasivos que generan intereses			
Depósitos plazo y ahorro	3.508.098	3.663.682	4,4%
Préstamos del Banco Central	28.578	109.573	283,4%
Pactos	437.410	349.086	-20,2%
Obligaciones en letras de crédito	1.039.813	788.888	-24,1%
Bonos subordinados	277.977	266.304	-4,2%
Otros bonos	3.205	181.515	5.563,5%
Préstamos Instituciones Financieras del país	51.129	26.399	-48,4%
Obligaciones con el exterior	735.918	595.548	-19,1%
Otras obligaciones	61.090	44.847	-26,6%
Total	6.143.218	6.025.842	-1,9%
Total Pasivos	8.768.077	8.974.669	2,4%

Por su parte, el aumento registrado en otros bonos y en acuerdos de recompra, fue compensado por la disminución en obligaciones con el exterior y letras hipotecarias. El aumento registrado en otros bonos responde a la exitosa emisión realizada por el Banco el 1 de septiembre de 2004, de tres series de bonos por un monto total de cerca de 10 millones de Unidades de Fomento, con el propósito de apoyar el crecimiento esperado de colocaciones y reducir la exposición de riesgo de mercado, en línea con las políticas de administración de activos y pasivos del Banco.

La importancia de esta emisión no sólo estuvo relacionada con el gran volumen de transacciones, sino que también con la baja prima por riesgo de la emisión, la menor obtenida en este tipo de instrumento en la industria financiera chilena, un hecho que confirma la confianza otorgada por los inversionistas al Banco de Chile.

Cartera de inversiones financieras

La cartera de inversiones del Banco alcanzó los \$1.580.964 millones, lo que representa una caída de un 18,2%, asociada principalmente a documentos del Banco Central, a inversiones de instituciones financieras chilenas y a inversiones en el exterior. Cabe mencionar que la emisión de bonos antes mencionada implicó la sustitución de pasivos de corto plazo por pasivos de largo plazo, lo que mejoró la liquidez del Banco, permitiéndole reducir sus inversiones de corto plazo y bajo retorno. En términos de composición, y en el contexto del inicio de una tendencia al alza de las tasas de interés, el Banco disminuyó la duración de su cartera de inversiones. A diciembre de 2004, la composición de la cartera de inversiones financieras del Banco era la siguiente:

Documentos del Banco Central y Tesorería	68,5%
Instituciones Financieras Chilenas	13,2%
Inversiones en el Exterior	10,5%
Otras Inversiones Financieras	7,8%

Patrimonio

El patrimonio del Banco alcanzó los \$674.533 millones al cierre del 2004, lo que representa una caída de un 5,4% respecto al cierre del ejercicio anterior, debido principalmente a una baja en el capital y reservas producto de la recompra de acciones (2,5% del capital total). Mientras estas acciones sean mantenidas por el Banco, el valor de las acciones recompradas deberá ser deducido del capital básico.

Por su parte, el Índice de Basilea (patrimonio efectivo / activos ponderados por riesgo) fue de 11,7% a fines del 2004, superior a los requerimientos mínimos aplicables al Banco de Chile de 10%, lo que sustentará parte importante del crecimiento futuro del Banco de Chile.

MODERNIZACIÓN AL SERVICIO DE LOS CLIENTES

Durante el año 2004 continuamos implementando exitosamente el proyecto denominado “Neos”, diseñado para mejorar los estándares de atención a nuestros clientes, agregar valor a nuestra institución y consolidar nuestro liderazgo con renovadas fortalezas competitivas.

Iniciado a mediados del año 2003, el plan involucra a toda la organización considerando nuevos modelos operacionales, tecnológicos y de negocios, destinados a aumentar la capacidad de respuesta a los requerimientos y necesidades de los clientes e incrementar la efectividad de los esfuerzos de venta. Al mismo tiempo, el plan dota a la institución de sistemas, infraestructura tecnológica y procesos internos más eficientes. También considera el desarrollo de modernas herramientas de gestión acordes a las exigencias actuales de un mercado competitivo y globalizado.

La gradual implementación de este proyecto ha introducido cambios e innovaciones -tanto al interior del Banco como de cara a nuestros clientes- lo que ha exigido un importante aprendizaje y perfeccionamiento en todos los niveles de la organización. Durante el año, se implementó la fase de administración del proyecto ERP (“Enterprise Resource Planning”), con nuevas plataformas de gestión para los procesos de administración. Pusimos también en marcha la primera etapa de una nueva aplicación para la atención de clientes, a través de un sistema del tipo CRM (“Customer Relationship Management”). Finalmente, reemplazamos el sistema de contabilidad del Banco, introduciendo una nueva plataforma que administrará los principales productos del Banco y que deberá estar operando en forma completa el año 2006.

SOPORTE OPERACIONAL Y TECNOLÓGICO DE NIVEL SUPERIOR

El año 2004 ha sido un año de consolidación de las soluciones tecnológicas orientadas a brindar servicios de valor agregado a nuestros clientes, logrando importantes tasas de aceptación en nuestros diferentes mercados.

Hemos continuado expandiendo y mejorando nuestra oferta diferenciadora de soluciones de alto valor agregado que, apoyadas en la tecnología, facilitan la interacción entre los clientes y el Banco, focalizados en la búsqueda de conveniencia, ahorro de tiempo, facilidad de uso y comodidad para nuestros clientes, además de ahorro de costos para el Banco.

Entre las innovaciones que requirieron soporte operativo y tecnológico adicional, destacan el nuevo modelo de Administración de la Liquidez, la introducción de la nueva Clasificación de Riesgo de los Clientes, la Cuenta de Ahorro Nominal con Tarjeta, la nueva Tarjeta de Crédito Visa Platinum con chip para Banca Privada, la automatización de los Contratos Leasing, y varios servicios asociados a los canales electrónicos.

Asimismo, la administración de pagos en el sistema LBTR (Liquidación Bruta en Tiempo Real), con la que el Banco Central impulsó la modernización de los pagos de altos montos, los desmaterializa y los incorpora al ámbito de la tecnología en materia transaccional.

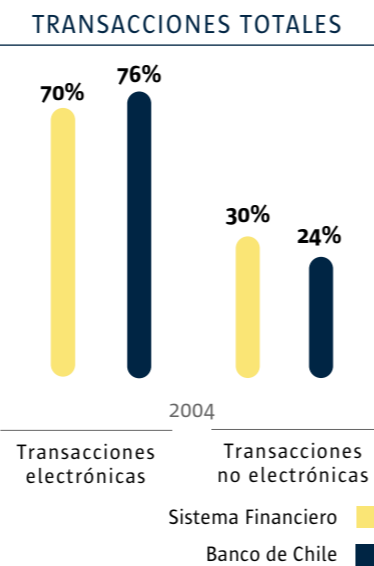
Por su parte, el Servicio Internet del Banco día a día se consolida como uno de los más importantes medios de interacción con nuestros clientes, registrando importantes incrementos tanto en la penetración del servicio como también en el aumento de la intensidad de uso de éste en los distintos segmentos de mercado. Esto, como resultado del continuo desarrollo y renovación, en particular del área transaccional, como también en las páginas principales de los distintos portales de acceso.

La renovación y fortalecimiento del área transaccional permite ofrecer más de 125 servicios habilitados. Entre ellos destaca el nuevo servicio de Alta Seguridad -DigiPass- que, a través de una clave dinámica y personal, otorga robustez y alta confiabilidad al traspaso electrónico de fondos a terceros, situando al Banco como uno de los líderes en temas de seguridad a nivel latinoamericano.

Asimismo, la consolidación del Servicio de E-mail Banking, que sustituye el despacho tradicional y físico de información de Cuentas corrientes, Línea de Crédito, Estados de Cuentas de Tarjetas de Crédito e información promocional (Banco en Línea y Travel News) por vía electrónica, ha continuado creciendo en aceptación, alcanzando a 45.500 inscritos a noviembre 2004.

Es así como los canales electrónicos de distribución han crecido en cercanía y flexibilidad, acumulando, al cierre del 2004 un 76% del total de transacciones -monetarias y no monetarias- cursadas por el Banco, en comparación al 70% que exhibe el sistema financiero como promedio.

Consecuente con este desarrollo de funcionalidades, el Banco continuó liderando el estudio de Imagen de Bancos de Adimark, correspondiente al segundo semestre 2004, donde concentra el mayor porcentaje (26%) de las preferencias de los clientes del mercado para navegar en su página web (bancochile.cl y bancoedwards.cl).



LAS PERSONAS DEL BANCO DE CHILE: CLAVE PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

Entendemos que el éxito de nuestra gestión se fundamenta en la dedicación de nuestros recursos humanos, los que reconocemos y desarrollamos como uno de nuestros principales activos. Por ello, focalizamos nuestros esfuerzos en generar condiciones laborales eficientes, proactivas y flexibles que permitan orientar las acciones de nuestros empleados en función de los objetivos del negocio, creando así una cultura de excelencia en el contexto de relaciones transparentes y de confianza.

De esta manera, el año 2004 estuvo marcado por la implementación y desarrollo de instancias de apoyo integral a la calidad de vida de los empleados y sus familias, entre las cuales destacan diversos programas de salud y actividades recreativas, deportivas y culturales.

Asimismo, la capacitación durante el año se concentró no sólo en apoyar a cada una de las divisiones en el logro de sus objetivos y metas sino, además, en tres programas corporativos fundamentales: Proyecto Cumbres, en el que participaron 3.300 personas y cuyo objetivo fue el potenciar habilidades comerciales; Programa Líderes para el Chile, en el cual 750 jefes reforzaron habilidades directivas de gestión de personas; y, Plan Neos, en el cual participaron más de 4.000 personas apoyando la transformación tecnológica del Banco. En estos tres proyectos, fueron más de 106.000 las horas totales de capacitación.

Nuestros esfuerzos por crear el mejor lugar de trabajo para nuestros empleados se han visto reconocidos en el estudio de la empresa de investigación y consultoría norteamericana A Great Place To Work Institute donde, participando por primera vez este año, nos posicionamos entre las 15 mejores empresas para trabajar en Chile, con más de 500 empleados.

FUERTE PRESENCIA EN NUESTRA COMUNIDAD

La responsabilidad social corporativa es una respuesta a la necesidad de compatibilizar los objetivos inherentes a la empresa y a sus accionistas, con el apoyo al desarrollo del país en ámbitos tales como lo social, la cultura, el arte, el deporte y la educación, entre otros.

Conforme a los valores permanentes que inspiran nuestra gestión, el Banco de Chile entrega cada año su apoyo concreto a diversas actividades en este ámbito de acción, contribuyendo así al desarrollo integral del país y reiterando el compromiso establecido en nuestro mensaje de ser "el Chile que tú quieres".

El año 2004 destacó una vez más por el acercamiento del Banco a las distintas regiones del país. Expresión de ello fue la realización, en diferentes puntos del país, de reuniones y eventos de distinta índole. Desde la sesión de Directorio efectuada en Antofagasta, que constituyó una oportunidad para fortalecer nuestros vínculos comerciales con clientes de la región, el desarrollo de diversos seminarios dictados por destacados profesionales, hasta los extraordinarios conciertos del gran pianista chileno, el maestro Roberto Bravo, y las presentaciones del Ballet de Georgia.

Cabe también destacar este año nuestra participación como organizadores de la VI Reunión de Banqueros Latinoamericanos, conjuntamente con el Institute of International Finance, y nuestro rol de auspiciadores oficiales del APEC CEO Summit 2004.

En el ámbito educacional, entre otras acciones, hemos entregado, desde hace ya doce años, la Beca Banco de Chile al alumno que obtiene el mayor puntaje en la Prueba de Selección Universitaria (PSU), financiando en forma completa su formación profesional. También patrocinamos seminarios de primer nivel y conferencias económicas regionales, con el propósito de apoyar la actualización de nuestros clientes en materias de interés.

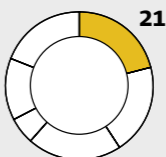
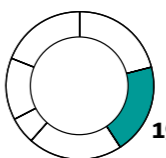
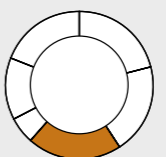
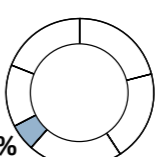
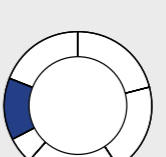
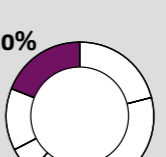
En el contexto de apoyo al deporte, destacan el torneo de golf Adolfo Rojas Gandulfo, el auspicio al Centro de Alto Rendimiento de la Federación de Tenis de Chile y el desarrollo de los "Banco de Chile Open", campeonatos para tenistas juveniles con puntuación para el ranking mundial. Organizamos, también, el séptimo campeonato internacional de tenis para discapacitados "Chilean Open 2004 Copa Banco de Chile".

Adicionalmente a lo señalado, es reconocida nuestra activa participación en las grandes tareas solidarias del país. Es así como el Banco de Chile nuevamente participó en la Teletón 2004, tal como lo ha hecho en todas sus versiones, desde la primera cruzada en 1978. Desde hace 26 años, ponemos a disposición de la Teletón más de 500 puntos de recaudación a lo largo de todo Chile, toda nuestra capacidad tecnológica y la labor destacada de más de 6.000 empleados que trabajaron desinteresadamente para que lográramos, una vez más, alcanzar la meta necesaria para la rehabilitación de muchos niños y adultos discapacitados.

AREAS DE NEGOCIO

Banco de Chile

FILIALES Y SUCURSALES EN EL EXTERIOR

Area de Negocio	Mercado Objetivo	Estrategia	Resultados 2004	Contribución a la Utilidad antes de impuestos
GRANDES CORPORACIONES	Empresas con ventas sobre \$ 12.000 millones anuales, filiales de multinacionales, empresas públicas y del sector financiero, constructoras e inmobiliarias.	Area derivadora de negocios hacia el resto de la organización, en particular, filiales. Focalización en crecimiento de márgenes y venta cruzada.	<ul style="list-style-type: none"> • 39,0% de las colocaciones totales del Banco. • Aumento de saldos vista promedio de un 23% en el año. • 25% del total de saldos vista del Banco. 	 21,0%
MEDIANAS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	Personas jurídicas y naturales con giro comercial: <ul style="list-style-type: none"> • 24%, Medianas Empresas con ventas anuales entre \$300 millones y \$12.000 millones. • 76%, Pequeñas Empresas con ventas anuales entre \$45 millones y \$300 millones. 	Énfasis en la oferta de servicios con valor agregado como banca electrónica, comercio exterior y asesoría financiera. Oferta integral potenciada por una sólida red de distribución.	<ul style="list-style-type: none"> • 24,5% de las colocaciones totales del Banco. • Crecimiento de la cartera de 6% en 2004. • Primer lugar en colocaciones de comercio exterior y factoring en el segmento. 	 19,8%
PERSONAS	Segmento de personas naturales de ingresos medios y altos, con ingreso anual superior a \$5,4 millones.	Fuerte subsegmentación y posicionamiento multimarca. Foco en cruce de productos y calidad de servicio.	<ul style="list-style-type: none"> • 27,3% de las colocaciones del Banco. • Aumento en colocaciones consumo del segmento de 13% en el año. • Incremento de 10% en el número de clientes, en el año. 	 20,7%
CREDICHILE	Personas naturales con ingreso anual entre \$1,8 millones y \$5,4 millones.	Gama de productos que permiten iniciar al cliente en el uso de servicios bancarios. Foco en red de distribución y fuerza de ventas.	<ul style="list-style-type: none"> • 2,8% de las colocaciones del Banco. • Aumento de 15,8% anual en las colocaciones del segmento. • Incremento de 70% en el año en las ventas de créditos de consumo. 	 5,9%
TESORERIA	Grandes y medianas empresas intensivas en el uso de productos altamente transaccionales como derivados e inversiones.	Relación comercial de largo plazo, proporcionando al cliente orientación financiera especializada que agregue valor a su respectivo negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento superior al 30% en el año, en el stock de productos derivados. • Primer banco autorizado a utilizar modelos propios en la optimización de liquidez. 	 13,6%
				 19,0%

- Empresas filiales que ofrecen servicios financieros complementarios a las actividades propias del Banco. Incluyen operaciones de corretaje de valores, de inversión y fondos mutuos, de seguros, asesoría financiera, factoring, cobranzas, securitización y ventas.
- Banchile Corredores de Bolsa, mayor corredora del mercado en montos transados, con una participación de 27%.
- Primer miembro chileno en la Bolsa de Madrid.
- Banchile Administradora General de Fondos, líder en el mercado con un 27,1% de participación, al cierre del año.
- Banchile Asesoría Financiera, única entidad chilena presente en el ranking Bloomberg 2004 de las 20 principales compañías latinoamericanas dedicadas a fusiones y adquisiciones.
- Banchile Factoring, estructuró el negocio de mayor volumen en la industria chilena de factoring (UF 3,9 millones).
- Sucursales operativas en Nueva York y Miami con más de 20 años de presencia en el mercado norteamericano.

BANCO EDWARDS

Banchile

LEASING ANDINO del Banco de Chile

Banco CrediChile

Se ha considerado una Utilidad antes de Impuestos de \$184.367 millones, antes de ajustes y eliminaciones.

AREA DE GRANDES CORPORACIONES

+CERCA DE LAS NECESIDADES ESPECÍFICAS DE LAS GRANDES COMPAÑÍAS

El área de Grandes Empresas forma parte de la Banca Corporativa del Banco de Chile y atiende las necesidades financieras de empresas con ventas superiores a \$12.000 millones al año, comprendiendo empresas públicas, del sector financiero y de filiales de multinacionales. La División Corporativa atiende también las operaciones financieras en el exterior de los clientes del Banco y comprende además el área Inmobiliaria y Construcción, orientada a apoyar las necesidades de aquellas constructoras e inmobiliarias con requerimientos de financiamiento sobre UF50.000. Esta segmentación permite una mayor especialización en los respectivos negocios, detectando oportunidades y estableciendo, tempranamente, alertas en caso de riesgo sistémico.

OFERTA INTEGRAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Durante el 2004, la Banca Corporativa enfatizó aquellos productos no tradicionales tales como coberturas de tasa y moneda, servicios de pagos y venta cruzada en general. De esta forma, esta División ha jugado un importante rol en la derivación de negocios al resto de las unidades del Banco a través de la colocación, entre sus clientes, de una amplia gama de servicios y productos bajo un concepto de oferta integral. En particular, ésta incluye banca de inversión, servicios de pagos de remuneraciones, conexión a redes transaccionales, acceso a ejecutivos especialistas y, en general, productos que agreguen valor a necesidades financieras específicas. Con ejecutivos altamente capacitados, impulsando tanto los negocios propios del banco, como los de las filiales, se ha puesto un fuerte acento en la calidad de servicio para lograr la plena satisfacción de nuestros clientes.

En esta línea, el enfoque hacia soluciones tecnológicas de última generación, ha permitido fortalecer la relación con las empresas de este segmento al proporcionarles una solución efectiva a sus necesidades específicas. Es el caso de la incorporación de firma electrónica con certificados digitales en el Portal Empresas, orientado a apoyar las transacciones de valor agregado para el cliente, tales como las transferencias de fondos a terceros, transferencias de altos montos en tiempo real y los pagos a través de nóminas.

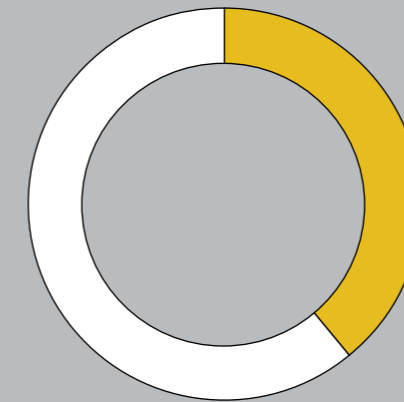
Asimismo, el Pago de Impuestos en Internet mantiene al Banco como líder respecto a la competencia en este servicio, alcanzando una participación promedio de 29,1% durante el año 2004. Así también, los nuevos sitios web de las filiales Banchile, permiten un acceso directo y oportuno a los productos complementarios al giro bancario.

Con esta estrategia, al cierre del año 2004, el segmento de corporaciones y grandes empresas aporta un 39% al volumen total de las colocaciones del Banco. Por su parte, los saldos a la vista generados por grandes corporaciones corresponden al 25% del volumen del Banco, con un incremento de 23% de los saldos promedios anuales en cuentas corrientes.

El enfoque en la venta cruzada de productos tales como leasing, factoring, asesoría financiera, derivados, securitizaciones, comercio exterior, cuentas corrientes en el exterior y servicios corporativos, explica también el aumento del aporte en comisiones y el crecimiento del 64% en el Área Inmobiliaria. Asimismo, el importante crecimiento de 17% durante el año del negocio de leasing originado en las grandes corporaciones, tiene igual fundamento.

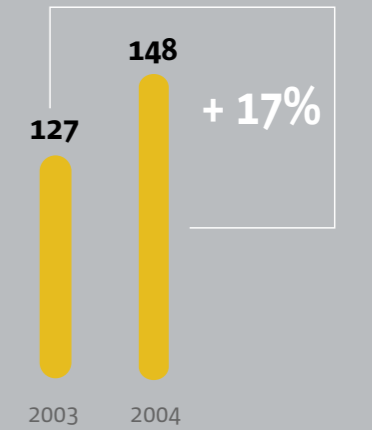
Entre los negocios más importantes realizados durante el periodo, cabe mencionar los financiamientos, refinanciamientos y/o reestructuraciones de importantes proyectos viales, industriales, mineros, de empresas del sector pesquero y de servicios.

COLOCACIONES DE GRANDES CORPORACIONES



39,0%
de las colocaciones totales del Banco

colocaciones de leasing de grandes corporaciones en miles de millones de \$ reales



Composición por línea de negocio

millones de \$	2004	%
Comercial	1.734.212	64,6%
Comercio exterior	349.155	13,0%
Leasing	147.509	5,5%
Hipotecario	45.422	1,7%
Cartera Vencida	25.319	0,9%
Otros	382.688	14,3%
Total Colocaciones Grandes Corporaciones	2.684.305	100,0%

Grandes Corporaciones		millones de \$
RESULTADOS	Margen Bruto	79.712
	Gastos Operacionales	-28.346
	Gasto Bruto por Riesgo	-14.456
	Contribución antes de Impuesto	38.794
	Margen Bruto/Colocaciones	3,0%

AREA DE MEDIANAS Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Banco de Chile es uno de los grandes proveedores de servicios bancarios y financieros en el segmento de empresas medianas y pequeñas en nuestro país, manteniendo relaciones comerciales con aproximadamente el 62% de las medianas empresas y sobre el 40% de las pequeñas empresas.

La incorporación de nuevos clientes con potencial de negocio y la rentabilización de nuestros actuales clientes a través de una mayor vinculación con ellos, generó en 2004 un crecimiento real de 6% en la cartera de colocaciones de esta área de negocios y un aumento de 3,7% en su base de clientes. El desarrollo permanente de estas dos líneas de trabajo, sumado al apoyo de las empresas filiales, con el fin de aprovechar sinergias y ofrecer un servicio integral como corporación, permitirá acrecentar la sólida posición en este mercado, que representa para el Banco un 24,5% de su portafolio total de créditos.

Igualmente, el desarrollo constante de servicios y productos, siempre orientados a detectar y satisfacer las necesidades de los clientes, con propuestas de valor específicas para cada segmento, ha sido otro factor esencial en el éxito de esta gestión. Una oferta de diversas alternativas de financiamiento, a tasas fijas o flotantes y a los plazos que requieren los flujos de los clientes, refleja la amplia flexibilidad que demandan las empresas en este segmento. El permanente respaldo a sus necesidades se evidencia en el liderazgo sostenido en la colocación de créditos acogidos al Fondo de Garantía para el Pequeño Empresario (FOGAPE) en el período enero-septiembre 2004, con una participación de mercado de 24,6% del total de los fondos de esta naturaleza licitados por CORFO para la banca.

Por su parte, apoyados por una amplia red de bancos corresponsales en todo el mundo y por nuestras oficinas en Miami y Nueva York, los clientes cuentan con el apoyo especializado que requieren en todas las operaciones de importación y exportación a precios competitivos. Los esfuerzos en este sentido se ven reflejados en la importante posición alcanzada en el negocio de comercio exterior generado por las empresas de estos segmentos, con una participación de mercado de 22,5% y un aumento de más de 6% durante el año.

Adicionalmente, siempre pensando en agregar valor a nuestro servicio, potenciamos Fonobank Empresas y el Portal de Empresas Internet, con tecnología de última generación que permite acceder a información oportuna y actualizada para realizar operaciones bancarias a toda hora.

En el 2004, la solución Banconexión Web, el canal electrónico para clientes empresas de todos los tamaños, se consolidó como el portal de empresas líder en el sistema financiero nacional, reconocido en el último estudio de satisfacción de clientes. El número de clientes empresas que utilizan los servicios orientados a este segmento alcanzó los 27.194, lo que implica un aumento de un 12% durante el año.

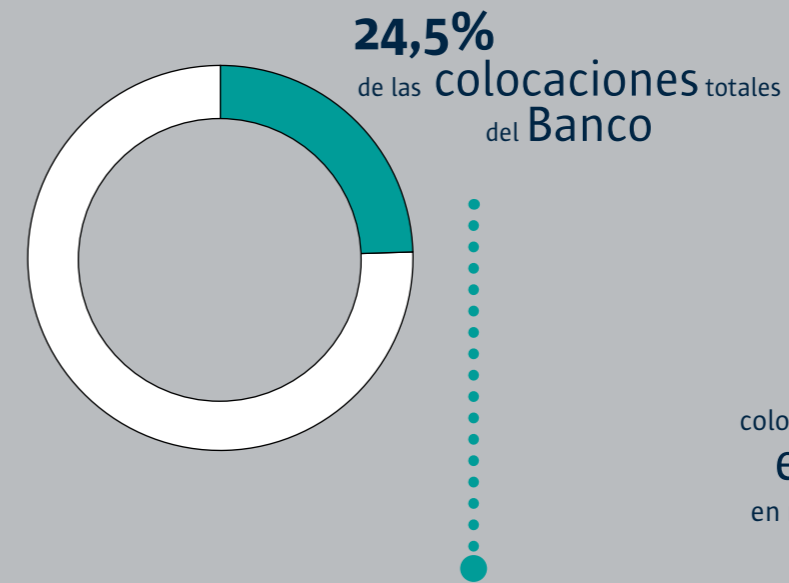
Como parte de nuestra oferta global, hemos invertido en tecnología para permitir que nuestros clientes deleguen funciones administrativas en el Banco y puedan concentrar esfuerzos en sus negocios. Así, fortalecimos significativamente el uso de los servicios de pago y recaudaciones que permiten externalizar, entre otros, el pago de remuneraciones, leyes sociales, proveedores e impuestos.

Nuestro énfasis en la retención de clientes y negocios es permanente. Por ello, a lo largo de todo el país contamos con programas de calidad que buscan la excelencia en el servicio y programas de relaciones públicas tendientes a fidelizar a los clientes. Este año, el 14% de nuestros clientes participó en alguno de estos eventos.

Esta estrategia se ha visto apoyada por una sólida red de distribución en que las sucursales especializadas en empresas medianas son parte fundamental del servicio al cliente. Durante el 2004, hemos fortalecido nuestra red abriendo nuevos puntos de atención y ubicando ejecutivos comerciales de empresas en oficinas antes sólo orientadas a personas. Para atender mejor a las empresas del país, se pondrá énfasis en la expansión de nuevas plazas regionales en las que el Banco aún no está presente, y que constituyen actuales o potenciales polos de desarrollo económico y de negocios.

Todos nuestros esfuerzos por estar más cerca de los clientes, proporcionándoles el servicio más conveniente y completo, se ven reflejados en los resultados de los más prestigiosos servicios de investigación de mercado para la banca, en los que Banco de Chile ocupa el primer lugar en identificación con Pequeñas y Medianas Empresas.

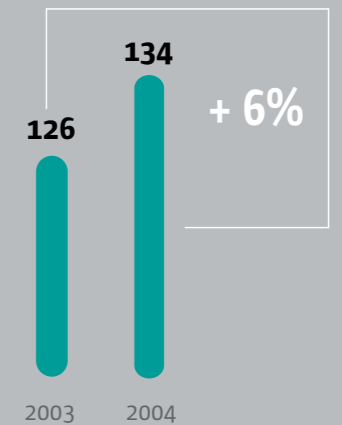
COLOCACIONES DE MEDIANAS Y PEQUEÑAS EMPRESAS



Composición por línea de negocio

millones de \$	2004	%
Comercial	900.628	53,3%
Consumo	31.822	1,9%
Comercio exterior	134.052	7,9%
Leasing	191.487	11,3%
Hipotecario	275.370	16,3%
Cartera Vencida	26.195	1,5%
Otros	131.178	7,8%
Total Colocaciones Empresas	1.690.732	100,0%

colocaciones de comercio exterior de empresas en miles de millones de \$ reales



RESULTADOS	Medianas y Pequeñas Empresas	millones de \$
	Margen Bruto	112.267
	Gastos Operacionales	-55.573
	Gasto Bruto por Riesgo	-22.669
	Construcción antes de Impuesto	36.537
	Margen Bruto/Colocaciones	6,6%

AREA DE PERSONAS

La misión de la División de Personas de Banco de Chile, es servir a las personas naturales de ingresos medios y altos a través de una oferta integral de productos y servicios financieros competitivos, que respondan a sus necesidades específicas. Dentro de este segmento se consideran aquellas personas con ingresos anuales superiores a \$5,4 millones.

Con este fin, se han desarrollado propuestas de valor para cada subsegmento de negocios, las que son puestas a disposición de nuestros clientes a través de una red de distribución con numerosos puntos de venta. Estas propuestas se sustentan, cada vez con más fuerza, en la tecnología, tanto en lo relativo a los procesos, como en el manejo de información detallada que nos permite conocer mejor a los clientes. Adicionalmente, nuestra estrategia multimarca nos aproxima con mayor precisión a los diferentes subsegmentos y permite desarrollar propuestas diferenciadas y, a la vez, específicas.

Para la atención de este segmento de negocio, contamos con 189 sucursales y cajas auxiliares desde Arica a Punta Arenas, a través de las redes de sucursales Banco de Chile y Banco Edwards. Además, los Centros Banca Privada en la Región Metropolitana atienden a las personas naturales con alto nivel de ingresos, las que demandan un especializado portafolio de productos y servicios financieros.

Asimismo, en respuesta a los mayores requerimientos de agilidad y velocidad, el servicio internet se consolida día a día como uno de los principales medios de interacción entre los clientes y el Banco, registrando importantes aumentos tanto en la penetración del servicio como en la intensidad de uso.

En particular, el servicio por internet orientado a los segmentos personas, mostró un incremento anual del 69% en el número de transacciones, alcanzando más de 10,4 millones de transacciones mensuales. A su vez, el número de clientes que prefieren Internet como medio de interacción con el Banco, registró más de 25% de aumento respecto de principio del año 2004, llegando a los 170.692 clientes internautas a diciembre 2004. También es destacable el incremento de 51% experimentado por las transacciones monetarias realizadas por nuestros clientes al mes, las que superaron las 418.000 en diciembre de 2004.

De esta forma, al finalizar el año, el Banco continúa liderando el estudio de Imagen de Bancos de Adimark, donde concentra el 26% de las preferencias de los clientes del mercado para navegar en su página web, la más alta mención del sistema.

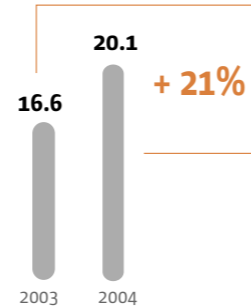
También, durante el año, renovamos la plataforma tecnológica que sustenta a Fonobank, con el fin de aumentar significativamente las facilidades y el potencial de los servicios ofrecidos por este medio. Producto de la renovación y fortalecimiento de la plataforma, hemos consolidado un servicio telefónico de primer nivel que permite el manejo diferenciado por marca y segmento de mercado, con más de 115 servicios habilitados.

Asimismo, con más de 1.000 cajeros automáticos instalados en los principales puntos de afluencia de público, a diciembre de 2004 contamos con la segunda mayor red a nivel nacional. Gracias a una serie de nuevos acuerdos con diversas instituciones, y la

adjudicación de varias licitaciones a lo largo del año, en 2005 esperamos posicionarnos como la red de cajeros más grande del país.

En materia de tarjetas de crédito, logramos una alta participación de mercado de 27,6% en compras totales con tarjetas. Acumulando más de UF 20 millones al año, las compras con tarjetas de crédito emitidas por Banco de Chile aumentaron en 21% durante el 2004, incorporándose a su vez 34.500 nuevos tarjetahabientes.

COMPRAS CON TARJETAS DE CREDITO EMITIDAS POR BANCO DE CHILE (millones de UF)



La preferencia de los clientes también se evidencia en la incorporación de más de 32.500 nuevos cuentacorrentistas durante el 2004, lo que corresponde a un aumento de 7,4% en el número de cuentas corrientes y posiciona al Banco como la mayor institución financiera en esta materia con una participación de mercado de 24% en este producto.

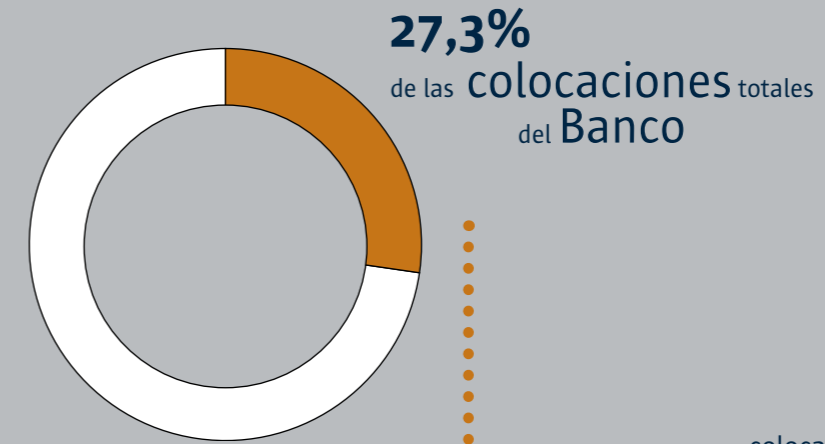
Como resultado de la estrategia de incentivar aquellos negocios de mayor potencial, que generen vinculación y que se apoyen en una alta calidad de servicio, las colocaciones de consumo e hipotecarias han concentrado gran parte de los esfuerzos de esta área de negocios, experimentando crecimientos de 12,9% y 15,2% durante el 2004, respectivamente. Destacan también los elevados volúmenes en saldos a la vista y depósitos a plazo generado por la Banca de Personas, superior a \$400 mil millones y \$857 mil millones, respectivamente.

Es así como, al cierre del ejercicio 2004, la Banca de Personas administraba un volumen de negocios de \$1.881.109 millones en colocaciones totales, lo cual indica un aumento de 16,2% con respecto al año anterior y equivale al 27,3% de las colocaciones totales del Banco.

Con una contribución de 20,7% a la utilidad bruta antes de impuesto del Banco, este segmento de negocios mostró un aumento de 13,4% en margen bruto, que incluye un aumento de 17,6% en ingresos por comisiones.

El compromiso con nuestros clientes de otorgar el mejor y más competitivo servicio del mercado, continuará impulsando a la División Personas del Banco de Chile a la innovación de servicios y productos bajo los más exigentes estándares de calidad.

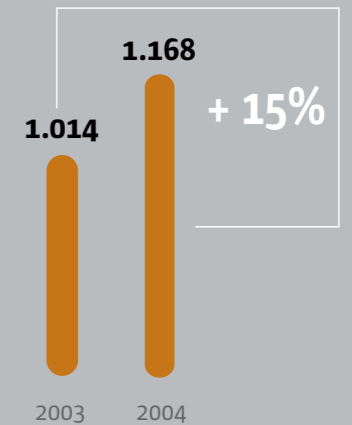
COLOCACIONES DE PERSONAS



Composición por línea de negocio

millones de \$	2004	%
Comercial	146.261	7,8%
Consumo	528.304	28,1%
Hipotecario	1.168.100	62,1%
Cartera Vencida	31.411	1,7%
Otros	7.033	0,4%
Total Colocaciones Personas	1.881.109	100,0%

colocaciones hipotecarias de personas en miles de millones de \$ reales



Personas	millones de \$
Margen Bruto	139.584
Gastos Operacionales	-78.812
Gasto Bruto por Riesgo	-26.843
Contribución antes de Impuesto	38.137
Margen Bruto/Colocaciones	7,4%

RESULTADOS

Esta área de negocios tiene como mercado aquellas personas con ingresos anuales entre \$1,8 millones y \$5,4 millones. La misión es proporcionarles una gama de productos y servicios que les permita iniciarse en sus relaciones bancarias y financieras. En este sentido, durante el segundo trimestre del 2004, se llevó a cabo el lanzamiento de la marca Banco CrediChile, con una nueva y moderna imagen corporativa, cambio que conlleva una nueva forma de enfrentar a este segmento de mercado, con una modalidad de atención diferente y con una más amplia gama de productos. Este proceso involucró el desarrollo de nuevos servicios, productos y canales de venta, entrenamiento adicional del personal, importantes mejoras en el tiempo de respuesta a nuestros clientes y la remodelación y ampliación de la red de distribución de CrediChile, alcanzando a 52 sucursales al cierre del año 2004.

La productividad en el manejo de bases de datos se ha fortalecido a través de la introducción de nuevas tecnologías. Continuas campañas de ventas de productos a través de medios masivos y el desarrollo de nuevos canales de distribución para atención a clientes de empresas, como abono de remuneraciones y descuentos por planilla, reforzaron poderosamente la imagen de marca.

Todos los anteriores esfuerzos permitieron cumplir exitosamente los desafíos comerciales, así como también alcanzar un fuerte crecimiento en el número de clientes.

En este sentido, gracias al aumento de 70% en las ventas de créditos de consumo respecto al año anterior, las colocaciones de consumo del área crecieron un 31%, casi duplicando el crecimiento del mercado. Las colocaciones totales al cierre del período ascendieron a \$190 mil millones, de las cuales el 69% corresponde a colocaciones de consumo. Así también, las comisiones ganadas experimentaron un crecimiento anual de 62%.

Durante el año, aplicamos un estricto programa de control de costos, logrando de esta manera mejoras significativas en el índice de eficiencia. Igualmente, importantes incrementos en la productividad de los ciclos de cobranza han permitido reducir en un 10% la morosidad de la cartera y mejorar el índice de recuperación de cartera castigada. De esta manera, con un 2,8% de las colocaciones totales del Banco, en el 2004 Banco CrediChile contribuyó con un 5,9% de la utilidad total antes de impuestos. A su vez, la utilidad del año superó en 50% los resultados de 2003.

Al cierre del ejercicio, bajo la marca Banco CrediChile, se atendieron las necesidades de financiamiento de 670 mil clientes, tanto en productos de activos como de pasivos, consolidándose como una de las instituciones financieras preferidas por este segmento objetivo.

**BANCO CREDICHILE:
UNA NUEVA PROPUESTA**

Productos

Completa parrilla de productos y servicios estandarizados

Enfasis en Telemarketing

- ▶ Fuerza de venta.
- ▶ Rediseño técnico de sucursales en busca de eficiencia y mayor contacto con el cliente.

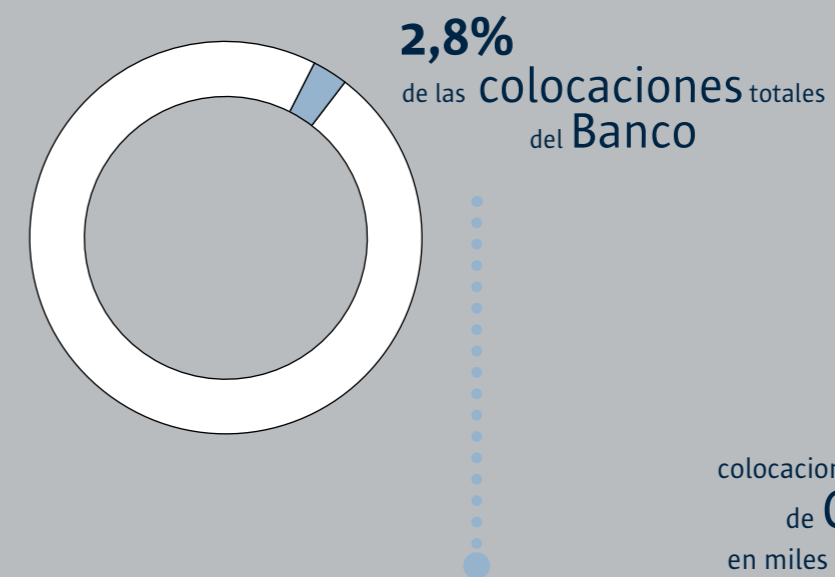
Procesos operacionales simplificados bajo una estructura centralizada.

- ▶ Nuevas herramientas de control de gestión y análisis de riesgo.
- ▶ Fortalecimiento de los procesos de cobranza.

Canales

Procesos

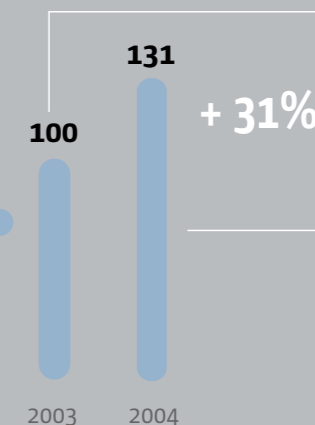
COLOCACIONES DE CREDICHILE



colocaciones de consumo de CrediChile en miles de millones de \$ reales

Composición por línea de negocio

	millones de \$	2004	%
Consumo		131.399	69,2%
Hipotecario		56.368	29,7%
Cartera Vencida		1.760	0,9%
Otros		380	0,2%
Total Colocaciones CrediChile		189.907	100,0%



CrediChile		millones de \$
RESULTADOS	Margen Bruto	27.293
	Gastos Operacionales	-11.569
	Gasto Bruto por Riesgo	-7.105
	Contribución antes de Impuesto	10.871
	Margen Bruto/Colocaciones	14,4%

TESORERÍA

El 2004 fue un buen año para la gestión financiera del Banco de Chile. Las tasas de interés continuaron bajas y el tipo de cambio se comportó con una volatilidad razonable.

La División Financiera del Banco de Chile es la responsable de administrar la liquidez, las posiciones netas sujetas a riesgos de mercado, el portafolio de inversiones y el desarrollo de productos derivados para cobertura propia u ofrecer servicios a clientes. En este rol, esta División intermedia entre las fuentes y usos de fondos por parte de las demás áreas comerciales. En ese contexto, la administración de los descalses de plazos, consistente en financiar activos y pasivos con diferentes plazos, generó, en gran parte del año, márgenes financieros atractivos. En la primera mitad del año 2004, este negocio generó retornos atípicamente altos, ya que se dio en un escenario de política monetaria expansiva con tasas reales mínimas, y en el segundo trimestre con tasas mensuales de inflación relativamente altas.

Las variaciones de la tasa de interés dan lugar a pérdidas o ganancias según las posiciones que en cada momento mantenga el Banco. Durante 2004, la tasa de política monetaria experimentó su última disminución en el mes de enero en 50 puntos base, permaneciendo la mayor parte del año en 1,75% nominal, constituyéndose en la política monetaria más expansiva de los últimos 20 años. Luego, la tasa de interés registró la primera alza después de cinco años de continuas bajas, llegando finalmente al 2%. Posteriormente, en noviembre 2004, se continuó el camino hacia la normalización de la política monetaria. En este escenario el spread generado por los depósitos del Banco fue probablemente el más bajo de los que se tenga registro hoy en día. No obstante, la caída de la tasa de interés en el primer trimestre y las mayores tasas de inflación en el segundo trimestre, fueron propicias para obtener ganancias de las posiciones que maneja el Banco, tanto en lo que respecta a la brecha de plazos de activos y pasivos, como en la posición neta de activos indexados a la unidad de fomento. Hacia fines de año, las alzas en los tipos de interés revertieron en parte las ganancias de comienzos del año.

Las inversiones financieras, equivalentes a un 18,6% de los activos productivos del Banco a diciembre 2004, se mantuvieron en términos de volumen en el transcurso del año, sin embargo, la composición del portafolio se orientó a instrumentos de menor plazo de vencimiento, a medida que avanzaba el año. Esta reestructuración generó importantes utilidades al vender posiciones de largo plazo con apreciaciones significativas. En la generación de utilidades extraordinarias en el portafolio de inversiones fueron relevantes la disminución del spread soberano y la caída de las tasas de interés nominales. Las fuentes de financiamiento también experimentaron una reestructuración. Los volúmenes de depósitos a la vista tuvieron un importante aumento. Por su parte, los depósitos a plazo crecieron, pero con una composición diferente, aumentando la proporción de captaciones de mayor plazo en relación a las

de corto plazo, a medida que se acercaba el fin del periodo de mínimas tasas de interés. La transformación del negocio de créditos hipotecarios impactó a los pasivos, al disminuir las obligaciones por letras hipotecarias. El financiamiento a través de bonos de propia emisión aumentó, al colocar en el mercado una emisión de bonos bancarios. Esta colocación, por el equivalente a más de UF 10 millones en moneda nacional, es la más grande que se ha hecho en Chile en su tipo, y la de menor tasa de interés de colocación para cada uno de los plazos.

Cabe destacar que la recompra de acciones de propia emisión, que se debió refinanciar con otras fuentes de fondos, también modificó los límites normativos, y, en conjunto con el aumento de los pasivos a la vista, exigieron mayores niveles de constitución de reserva técnica.

El mercado de derivados continuó con un alto volumen de operaciones, experimentando crecimientos sobre el 30% durante el año. Es destacable también la mayor diversidad de productos ofrecidos de acuerdo con las crecientes necesidades de cobertura de los clientes y de administración de descalses del Banco.

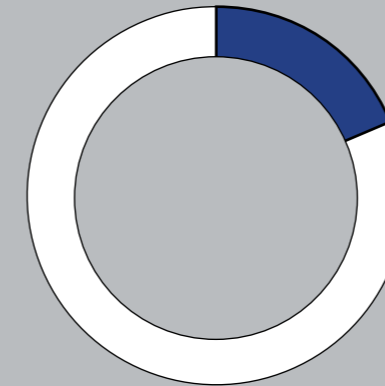
Los volúmenes de negocios de la Mesa de Empresas - unidad encargada de hacer captaciones y préstamos de liquidez con corporaciones no financieras - continuaron creciendo, en especial en colocaciones y forwards. El campo de acción de la Mesa de Empresas se extendió a clientes de tamaño medio, después de dos años de exitoso desempeño con las empresas clientes de la División Corporativa. Se acrecentaron los lazos con los clientes, con un acucioso programa de visitas y conferencias realizadas en el transcurso del año. Esta nueva estrategia se tradujo en una alta calificación obtenida en la calidad de servicio percibida por los clientes.

Por otra parte, el Banco de Chile obtuvo de parte de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, la primera autorización del sistema financiero para medir y controlar la liquidez de acuerdo a sus modelos propios. Esto permitió administrar de forma más eficiente los activos y pasivos de corto plazo y las inversiones de fácil liquidación.

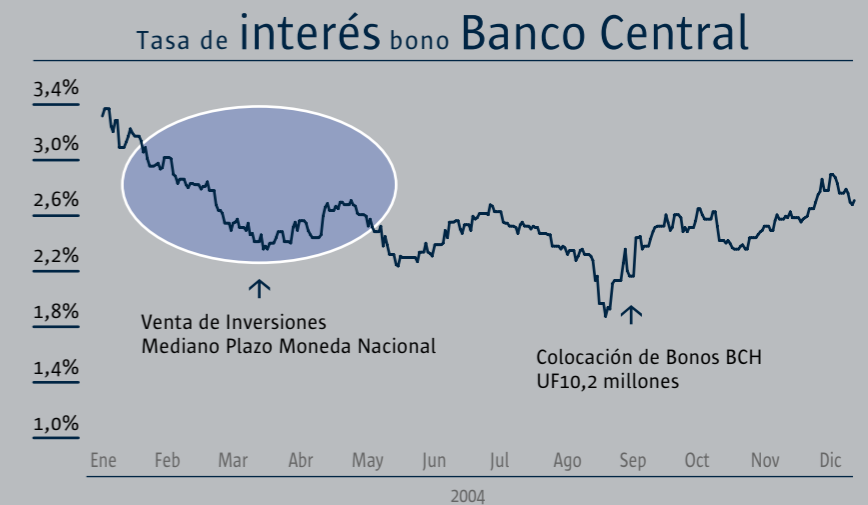
En otro ámbito, el Banco encabezó la modernización del sistema de pagos de altos montos del mercado nacional, al ejercer el liderazgo en el inicio del sistema de Liquidación Bruta en Tiempo Real (LBTR) y en la creación de la empresa de apoyo al giro de compensación bancaria Combanc. Ambas iniciativas constituyen una modernización importante del sistema de pagos entre empresas financieras.

Finalmente, y por segundo año consecutivo, la prestigiosa revista Global Finance eligió al Banco de Chile como "El mejor Banco en Chile en compra y venta de Divisas", donde se reconoce una vez más el desempeño del equipo de trabajo de nuestra Mesa de Dinero.

TESORERÍA



Inversiones financieras representan un **18,6%** del total de **activos** generadores de **intereses** del Banco



Tesorería		millones de \$
RESULTADOS	Margen Bruto ⁽¹⁾	29.081
	Gastos Operacionales	-2.324
	Gasto Bruto por Riesgo	-1.454
	Contribución antes de Impuesto	25.091
	Margen Bruto/Inversiones Financieras	1,5%

(1) Incluye utilidades por compra y venta, devengo y mark to market de inversiones financieras. Incluye también las utilidades por compra y venta de moneda extranjera. Excluye los beneficios por descalses de plazo y moneda, los que han sido incluidos en el margen bruto de cada segmento y distribuidos en función del nivel de colocaciones de cada uno de ellos respectivamente.

FILIALES Y SUCURSALES EN EL EXTERIOR

Las empresas filiales Banchile, así como también la red operativa en el exterior, destacan en sus respectivos mercados, desarrollando y entregando consistentemente soluciones integrales e innovadoras a las necesidades específicas de sus clientes. La gama de servicios y productos que ofrecen incluye operaciones de corretaje de valores, fondos mutuos, seguros, asesoría financiera, factoring y securitización. Adicionalmente, y coherente con el esfuerzo de integrar y aprovechar las sinergias inherentes al negocio, las filiales Socofin (Cobranzas) y Promarket (ventas) proveen servicios a toda la red, optimizando así el rendimiento y desempeño global.

En este contexto, la red de filiales permite proveer una completa gama de productos a los distintos mercados y áreas de negocio, generando al mismo tiempo eficiencias y ahorro de costos. Es así como, durante el 2004, la contribución de las filiales y sucursales en el exterior a la utilidad antes de impuesto del Banco fue de 19%, ascendiendo a \$34.937 millones. A nivel de utilidad neta, esta fuente de negocios aportó el 18% de la utilidad total del Banco y un 38,6% del total de comisiones generadas por toda la organización.

BANCHILE CORREDORES DE BOLSA S.A.

Durante el año 2004, Banchile Corredores de Bolsa mantuvo su posición como la mayor corredora de bolsa del mercado, tanto en volúmenes transados como en nivel de utilidad. Dicho liderazgo se reflejó en un 27% de participación en los montos transados en las Bolsas de Comercio de Santiago y la Bolsa Electrónica, y en utilidades anuales por \$9.803 millones. De esta forma, la Corredora aportó con el 36% y con el 24% de las utilidades y comisiones generadas por el total de filiales y sucursales en el exterior, respectivamente.

La Corredora participó como organizadora y administradora de exitosas colocaciones llevadas a cabo durante el año. Entre ellas destacan la OPA realizada por el Banco de Chile, primera recompra de acciones de emisión propia realizada en el país; la colocación de Telmex, que alcanzó el 99,3% de la propiedad de Chilesat; y la colocación de bonos del Metro a 25 años plazo.

En agosto, se realizó también la primera operación en Latibex, con lo cual finalmente se concretó su ingreso a la Bolsa de Madrid, convirtiéndose en el primer miembro chileno de este mercado. Lo anterior, sumado al hecho de haber efectuado cerca del 50% de las operaciones de arbitraje de ADR chilenos, significó para Banchile Corredores de Bolsa S.A. un importante reconocimiento en dicho mercado.

Por otra parte, a mediados de año se estableció en esta compañía una nueva área de negocios: Investment Banking, orientada principalmente a la generación de negocios del mercado de capitales, tales como apertura y fusiones de empresas,

emisiones de bonos, aumentos de capital y transacciones de compraventa de grandes compañías. Sus operaciones se iniciaron con la adjudicación del 20% de las acciones de una importante compañía multinacional de bebidas (CCU), logrando el mayor remate colocado en el mercado accionario chileno.

BANCHILE ADMINISTRADORA GENERAL DE FONDOS S.A.

Para esta filial del Banco de Chile, el 2004 fue un año de grandes logros, reflejados tanto en el sostenido liderazgo de mercado, el que alcanzó un 27,1% de participación en patrimonios administrados y un 27,0% en número de partícipes a diciembre 2004, como también en el aumento real de 53,6% en las utilidades con respecto al año anterior, alcanzando \$9.081 millones.

Durante el año se concretó el lanzamiento de innovadores productos como el primer fondo garantizado "Banchile Garantizado Plus", y tres nuevos fondos mutuos en dólares, consolidando así la oferta de fondos en moneda extranjera para favorecer la diversificación de portafolios. En diciembre comenzó también la comercialización de otro Fondo Mutuo Garantizado, con inversiones concentradas en el mercado japonés.

Al cierre del ejercicio 2004, la compañía administra 40 fondos, por un monto total de \$ 1.862.834 millones, para atender a 152.709 clientes.

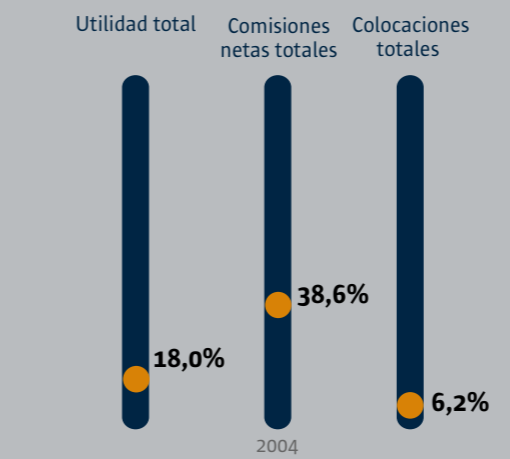
Adicionalmente, se continuó trabajando sobre los niveles de calidad de servicio, como demuestra la alta satisfacción de nuestros clientes, y se realizaron importantes esfuerzos comunicacionales para consolidar el posicionamiento, manteniendo con éxito el plan de fidelización de clientes.

Para alcanzar las metas en materia de base de clientes y calidad de servicio, se ha seguido fortaleciendo el trabajo conjunto con el área de captaciones del Banco de Chile, lo que permitirá obtener aun más beneficios de la red de sucursales a lo largo de todo el país.

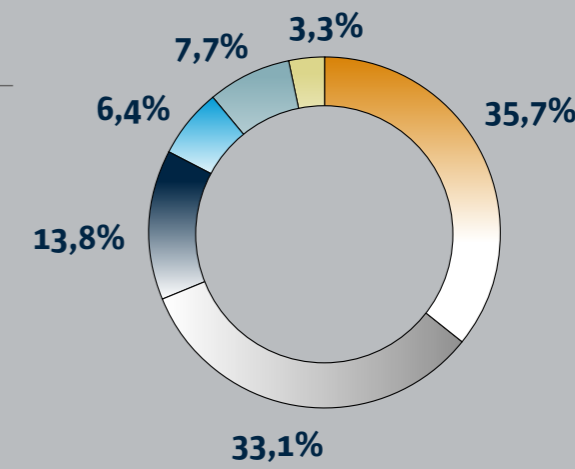
Igualmente, se logró un excelente grado de satisfacción laboral. En este sentido, el esfuerzo de capacitación de ejecutivos, realizado en conjunto con la Universidad Adolfo Ibáñez, permitió concluir exitosamente el programa que certificó a cada ejecutivo como Asesor de Inversiones, cumpliendo con elevados estándares internacionales.

FILIALES Y SUCURSALES EN EL EXTERIOR

Contribución al Banco de filiales y sucursales en el exterior en:



Utilidad total de filiales y sucursales en el exterior: contribución de cada compañía



- Banchile Corredores de Bolsa S.A.
- Sucursales en el Exterior (Nueva York y Miami)
- Banchile Factoring S.A.
- Banchile Administradora General de Fondos S.A.
- Banchile Asesoría Financiera S.A.
- Otras: Banchile Corredores de Seguros S.A., Banchile Securitizadora S.A., Banchile Trade Services Ltda., Promarket S.A., Socofin S.A.

RESULTADOS	Filiales y Sucursales en el Exterior <small>millones de \$</small>	
	Margen Bruto	77,910
	Gastos Operacionales	-40,207
	Gasto Bruto por Riesgo	-1,792
	Contribución antes de Impuesto	34,937

BANCHILE ASESORÍA FINANCIERA S.A.

Para Banchile Asesoría Financiera S.A, el 2004 fue un año de excelentes resultados, apoyados en el compromiso del Banco de Chile y de su equipo. Los ingresos operacionales crecieron en un 80% real con respecto al ejercicio 2003, alcanzando \$2.531 millones. Así también, la utilidad después de impuestos fue de \$1.756 millones, lo que representa un crecimiento real anual de casi un 120%.

Durante el año se cerraron importantes negocios en operaciones de deuda, por un monto total superior a UF10 millones, entre los que destacaron refinanciamientos y reprogramaciones de créditos sindicados de pasivos de grandes empresas. Asimismo, se efectuaron importantes negociaciones y ventas de empresas, entre otras operaciones.

La trayectoria, reconocimiento y confianza de nuestros clientes ha significado que Banchile Asesoría Financiera S.A. alcance una posición de liderazgo en el país, logro también obtenido gracias a la capacidad de otorgar soluciones creativas e innovadoras a los clientes, teniendo como pilares fundamentales la confidencialidad, la experiencia y la capacidad de diagnóstico. Como reconocimiento a su labor, Banchile Asesoría Financiera S.A. es la única entidad nacional que aparece entre las primeras 20 del ranking Bloomberg de asesorías en fusiones y adquisiciones en América Latina.

BANCHILE FACTORING S.A.

Banchile Factoring finalizó el año 2004 con un 26% de participación de mercado, fruto del aumento en el stock de colocaciones de 80%, logrado a través del crecimiento en la base de clientes, del incremento de los niveles de penetración y de la implementación de nuevos productos.

Igualmente, la estrategia de segmentación aplicada a la cartera de clientes empresas del Banco de Chile, significó una mejora en los ingresos operacionales netos de 20% real, con comisiones netas de \$634 millones a diciembre 2004.

La eficiencia y control de costos permitió tener una ventaja competitiva importante en los precios, mientras que el estricto control de riesgo y mora, sumado al énfasis en la cobranza y seguimiento, fueron esenciales en el resultado de la compañía.

Entre los logros de 2004, cabe destacar que Banchile Factoring estructuró el negocio de mayor volumen en la historia de la industria de factoring en Chile por la suma de UF 3.876.706. La empresa se incorporó también a la cadena Factor Chain Internacional que regula las operaciones de Factoring internacional a nivel mundial.

BANCHILE SECURITIZADORA S.A.

En 2004, Banchile Securitizadora S.A. se posicionó como la securitizadora con el mayor número de transacciones colocadas durante el año, manteniendo siete emisiones de bonos vigentes, con sus respectivos fondos de activos, por un total aproximado de US\$280 millones.

Durante el año, se emitieron bonos por un monto cercano a UF2 millones, destacando la colocación de dos emisiones de bonos con activo subyacente de derechos sobre flujos de pago (facturas), siendo la única securitizadora del mercado local que ha realizado este tipo de transacciones.

Cabe mencionar que los servicios de securitización, que permiten a los clientes transformar activos de baja liquidez en instrumentos de deuda con rating crediticio, representan una moderna y satisfactoria solución para las empresas con carteras de activos securitizables, tales como créditos hipotecarios, tarjetas de crédito, contratos de leasing, créditos automotrices y cuentas por cobrar, entre otros.

BANCHILE CORREDORES DE SEGUROS S.A.

En 2004, Banchile Corredora de Seguros obtuvo excelentes resultados, alcanzando un crecimiento sostenido y rentable, a la vez que continuó desarrollando nuevos productos, explotando canales de distribución no tradicionales y también mostrando índices de excelencia en calidad de servicio, clima laboral y trabajo en equipo.

Los ingresos operacionales brutos de la compañía crecieron 10,8% real respecto al 2003, llegando a \$3.351 millones, mientras la utilidad final después de impuestos alcanzó a \$ 671 millones a diciembre 2004.

Esta filial coordina y desarrolla sus negocios con todas las áreas comerciales del Banco. Actualmente, más de 4.200 ejecutivos de todos los canales de distribución del Banco se encuentran en permanente capacitación y entrenamiento para canalizar seguros a través de Banchile Corredora de Seguros.

Entre los productos lanzados este año, el "Seguro de Protección Bancaria" se constituyó en un éxito de ventas. En el transcurso de un año, ya se encuentran vigentes más de 40.000 pólizas. Igualmente, con la conformación de un equipo de profesionales del más alto nivel, el proyecto de Rentas Vitalicias ya ha comenzado a rendir frutos con miras al desafío de convertirse en los primeros actores de la asesoría previsional en Chile. Por otra parte, durante este año se avanzó fuertemente en el desarrollo del primer proyecto de integración bancaria de seguros basado en tecnología internet, el que implica mejorar sustancialmente la velocidad y seguridad de la información para beneficio de nuestros clientes.

PROMARKET

Promarket tiene por objetivo apoyar al Banco en su gestión de ventas de servicios financieros a personas naturales. Para ello cuenta con un equipo de agentes de ventas y de telemarketing, con sus respectivos niveles de supervisión y administración. Adicionalmente, a través de la división Banlegal, Promarket presta el apoyo jurídico necesario en la venta de servicios financieros a personas.

Durante 2004 enfocó su gestión en modernizar y agilizar sus procesos, de acuerdo a los planes corporativos globales del Banco. En este sentido, se realizó un completo programa de racionalización de la empresa para lograr eficiencias en los costos de operación. Asimismo, se reestructuraron las áreas de telemarketing y fuerzas de venta, lo que ha permitido realizar campañas simultáneas que han generado importantes aumentos de productividad, obteniendo mayor venta y variedad, con la misma dotación.

Por su parte, se crearon sistemas de información y procesos de gestión de ventas y campañas, que han resultado en una mayor productividad de la fuerza de venta y en el incremento de los indicadores de venta cruzada. De esta manera, la filial Promarket es parte integral de la estrategia del Banco en el segmento de personas, y contribuye a los exitosos resultados del Banco de Chile en esa área de negocios.

SOCOFIN S.A.

La compañía tiene como misión ser un soporte eficiente y de calidad en el servicio de normalización y cobranza de carteras de Banco de Chile, con el objetivo de transformar este proceso en una ventaja competitiva para el Banco.

En este contexto, durante 2004, se desarrollaron e implementaron innovadores proyectos tecnológicos orientados a maximizar la eficiencia para que cada línea de negocios continúe entregando un servicio acorde con las exigencias del mercado. Se concretó también, la puesta en marcha del nuevo sistema de cobranza judicial "e-lex", se consolidó el proyecto Recaudación Plus y se avanzó en distintos procesos de integración con el Banco, de acuerdo a los objetivos del proyecto corporativo Neos.

De esta manera, la gestión de Socofin generó una importante contribución al Banco de más de \$ 12.000 millones en recuperación de castigos, reduciendo en un 22% el gasto de cartera presupuestado para el periodo, en sus negocios en Banca de Personas, Banca de Empresas y CrediChile.

SOCIEDADES Y SUCURSALES EN EL EXTERIOR

Durante este año, Banco de Chile ha mantenido su liderazgo como un banco local con fuerte presencia en los distintos mercados internacionales, permitiendo posicionar y potenciar los negocios que sus clientes realizan a través de la red internacional que ya opera hace varios años con sucursales en Nueva York y Miami, y oficinas de representación en México, Argentina y Brasil. Adicionalmente, durante el año 2004, se amplió nuestra presencia en el exterior a través de una alianza estratégica entre Banchile Trade Services Limited con el banco inglés Standard Chartered, potenciando y facilitando los negocios que nuestros clientes realizan en el continente asiático.

En los últimos dos años, el número de clientes de las sucursales en el exterior se ha duplicado, aumentando un 40% y 50% durante el 2004 y 2003, respectivamente. Esto responde a una estrategia de focalización en nuevos clientes y de desarrollo de innovadores productos y servicios para ellos.

Así, también, se han realizado importantes inversiones tanto en tecnología como en el área de servicio al cliente, lo que ha permitido tener un servicio más segmentado y focalizado a las distintas necesidades, tanto de la banca de personas como de la banca corporativa. Las innovaciones tecnológicas y de servicio han posibilitado responder en forma satisfactoria al incremento del volumen de operaciones, que alcanzó durante este año a 1,9 millones de transacciones y a más de 1 millón de contactos con nuestros clientes vía Internet.

Como se explica en las notas 17 c) y 25 a) de los Estados Financieros contenidos en esta Memoria, las autoridades supervisoras de las sucursales de Nueva York y Miami, estaban realizando, al cierre del ejercicio, una revisión dirigida orientada al cumplimiento de las normas sobre secreto bancario y prevención de lavado de dinero. No es posible aún, establecer el alcance de las resoluciones de la autoridad a ese respecto.