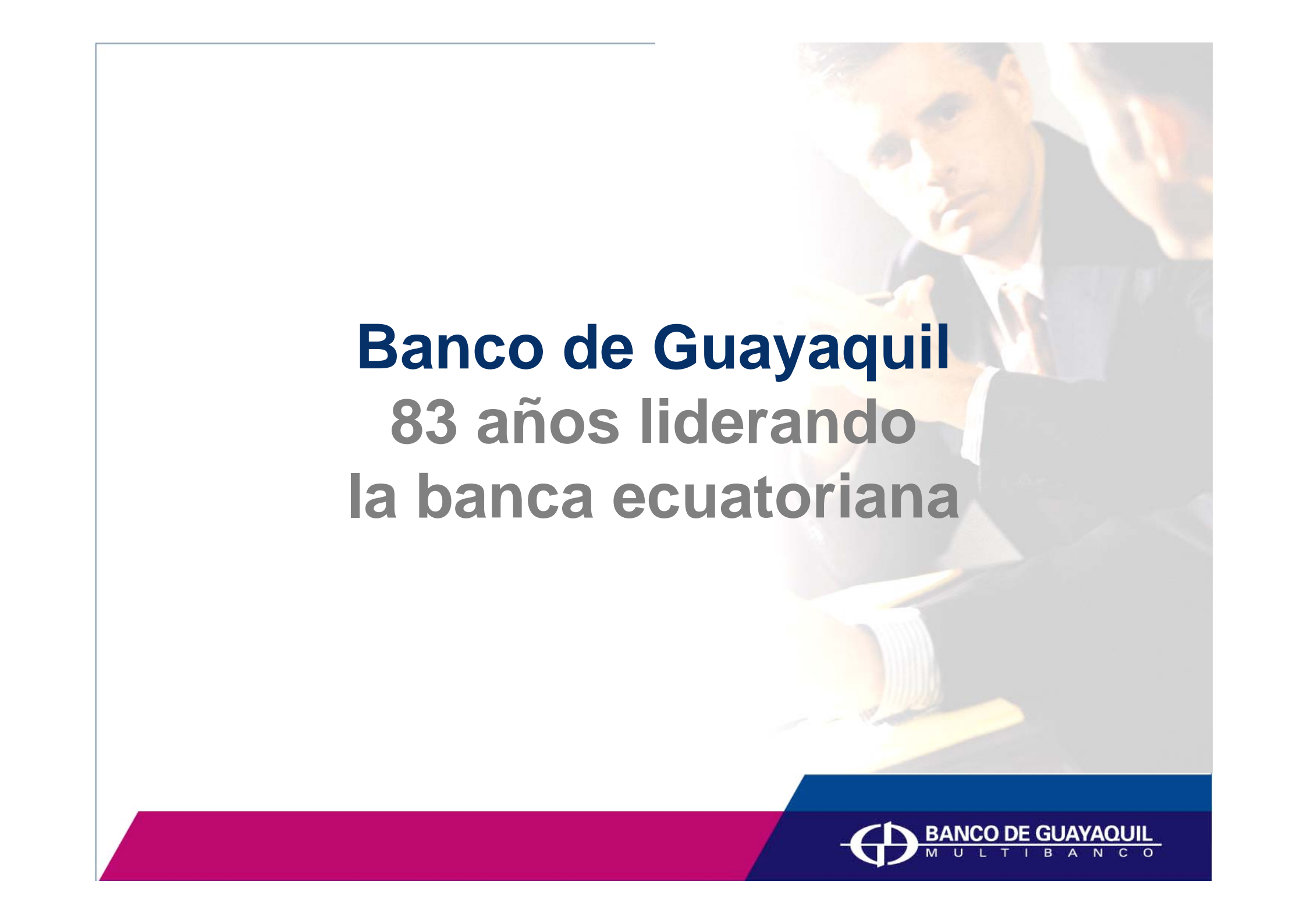




FELABAN 2007

**Triplicando el crecimiento del mercado
con una estrategia y sistemas basados
en el cliente**

A background image showing two men in business suits sitting at a table, looking at documents. The image is faded and serves as a backdrop for the text.

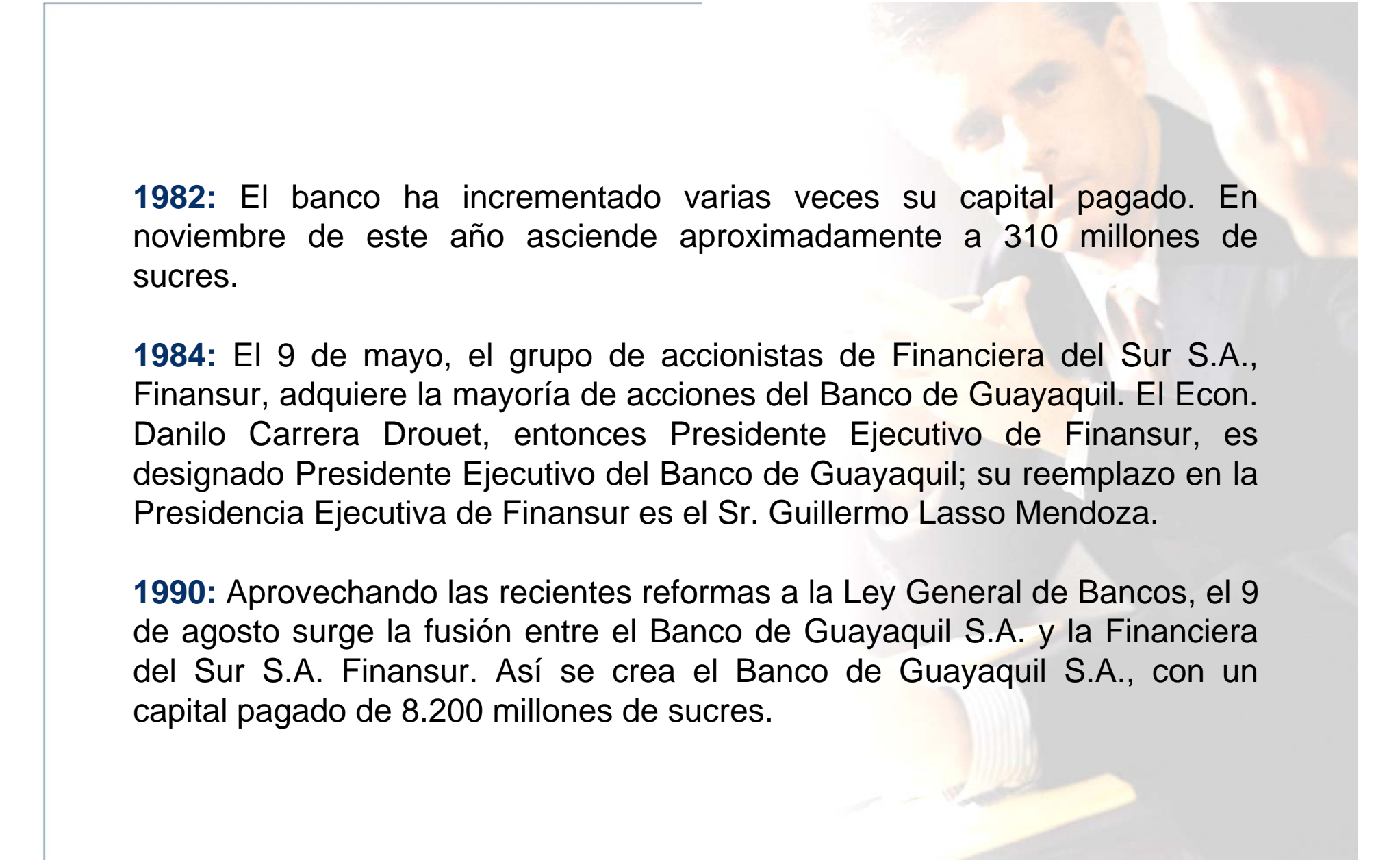
Banco de Guayaquil
83 años liderando
la banca ecuatoriana

HISTORIA

1923: El Banco de Guayaquil inició sus actividades el 20 de diciembre de este año, bajo el nombre de Sociedad Anónima Banco Italiano, un banco extranjero con S/.2'000.000 de capital inicial.

1941: Italia se convierte en parte del Eje durante la Segunda Guerra Mundial e intenta nacionalizar el banco, que operaba con capital y administradores italianos. Una reforma del 14 de agosto cambia los estatutos y la denominación por Banco Nacional del Ecuador.

1941: El 24 de septiembre, una nueva escritura pública lo denomina como lo conocemos hoy: Banco de Guayaquil.



1982: El banco ha incrementado varias veces su capital pagado. En noviembre de este año asciende aproximadamente a 310 millones de sucres.

1984: El 9 de mayo, el grupo de accionistas de Financiera del Sur S.A., Finansur, adquiere la mayoría de acciones del Banco de Guayaquil. El Econ. Danilo Carrera Drouet, entonces Presidente Ejecutivo de Finansur, es designado Presidente Ejecutivo del Banco de Guayaquil; su reemplazo en la Presidencia Ejecutiva de Finansur es el Sr. Guillermo Lasso Mendoza.

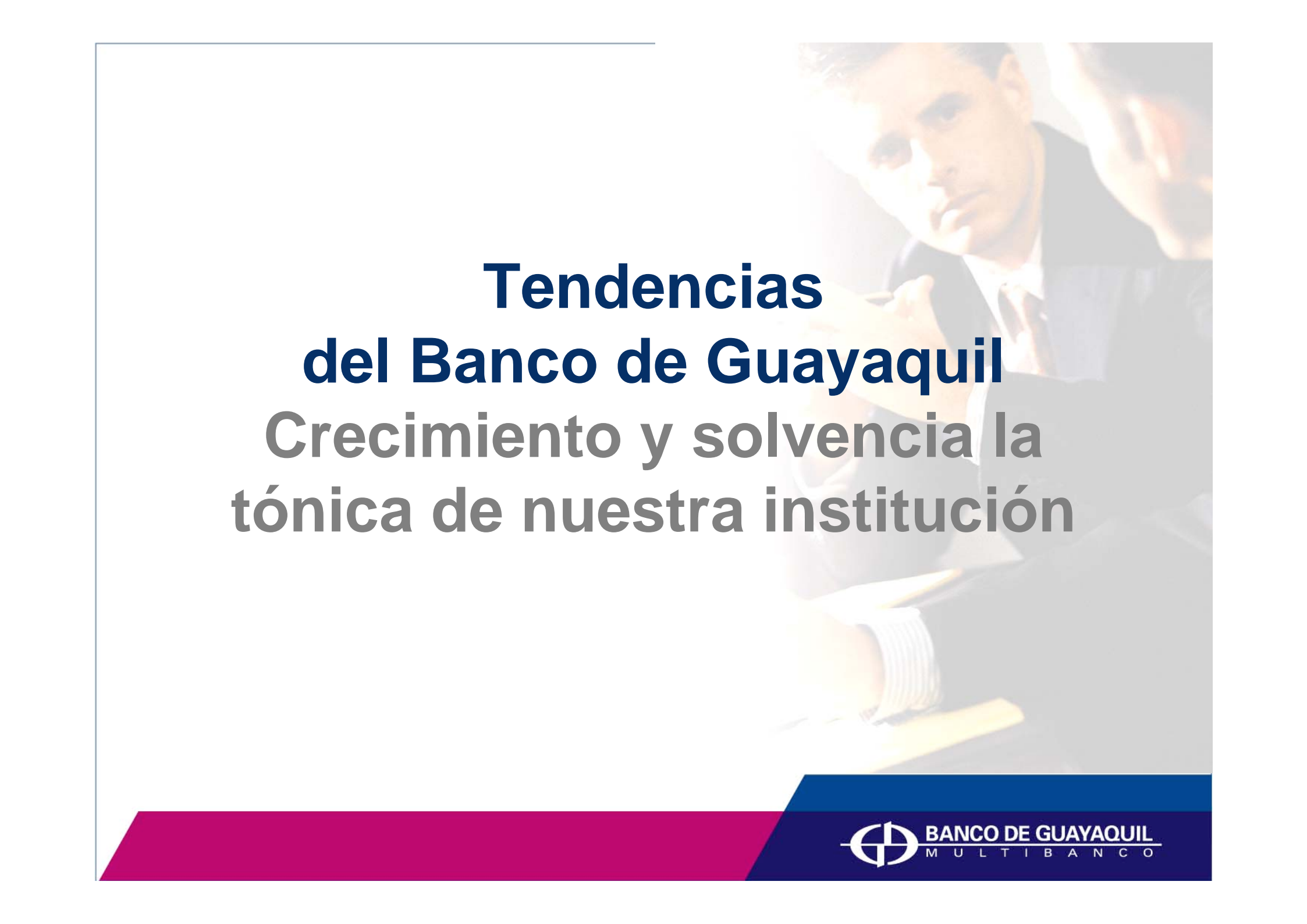
1990: Aprovechando las recientes reformas a la Ley General de Bancos, el 9 de agosto surge la fusión entre el Banco de Guayaquil S.A. y la Financiera del Sur S.A. Finansur. Así se crea el Banco de Guayaquil S.A., con un capital pagado de 8.200 millones de sucres.

1995: El 29 de marzo, la Junta de Accionistas del Banco de Guayaquil S.A., aprueba suscribir un convenio de responsabilidad con las compañías subsidiarias: Guayaquil Bank, Administradora de Fondos BG, Casa de Valores Multivalores BG y Río Guayas Cía. de Seguros y Reaseguros. Este convenio compromete el respaldo de las operaciones de dichas compañías hasta por el valor de sus propios activos, con el banco como propietario del 100% de las acciones y con derecho a voto en cada una de las subsidiarias.

1997: El Banco de Guayaquil se fusiona con el Banco Sociedad General y se convierte en uno de los bancos más grandes del país.

2006: EL Banco de Guayaquil es el Primer Banco Ecuatoriano en sobrepasar su calificación de riesgo AA+ a AAA-, logrando un reconocimiento al esfuerzo institucional reflejado por su solidez, liquidez y rentabilidad

2007: El Banco de Guayaquil abre su primera Oficina de Representación en Madrid, España.

A background image showing a group of business professionals in a meeting, with one man in the foreground looking intently at a document. The image is semi-transparent and serves as a backdrop for the text.

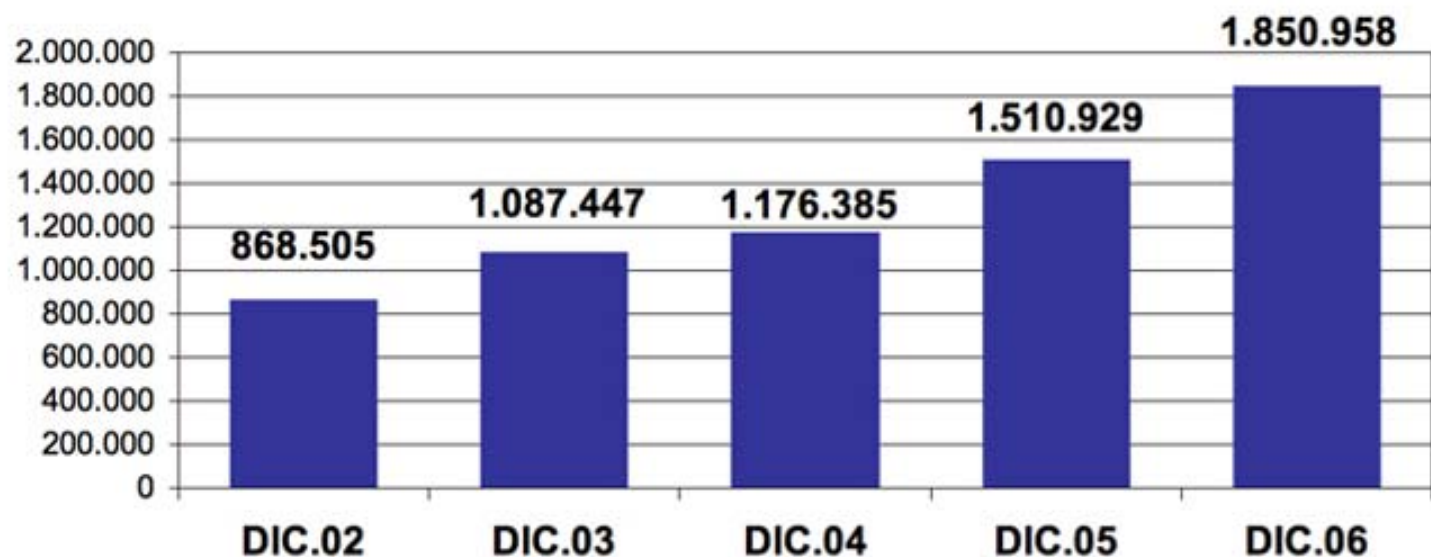
Tendencias del Banco de Guayaquil

Crecimiento y solvencia la tónica de nuestra institución

ACTIVOS + CONTINGENTES

EVOLUCION

(en miles de dólares)

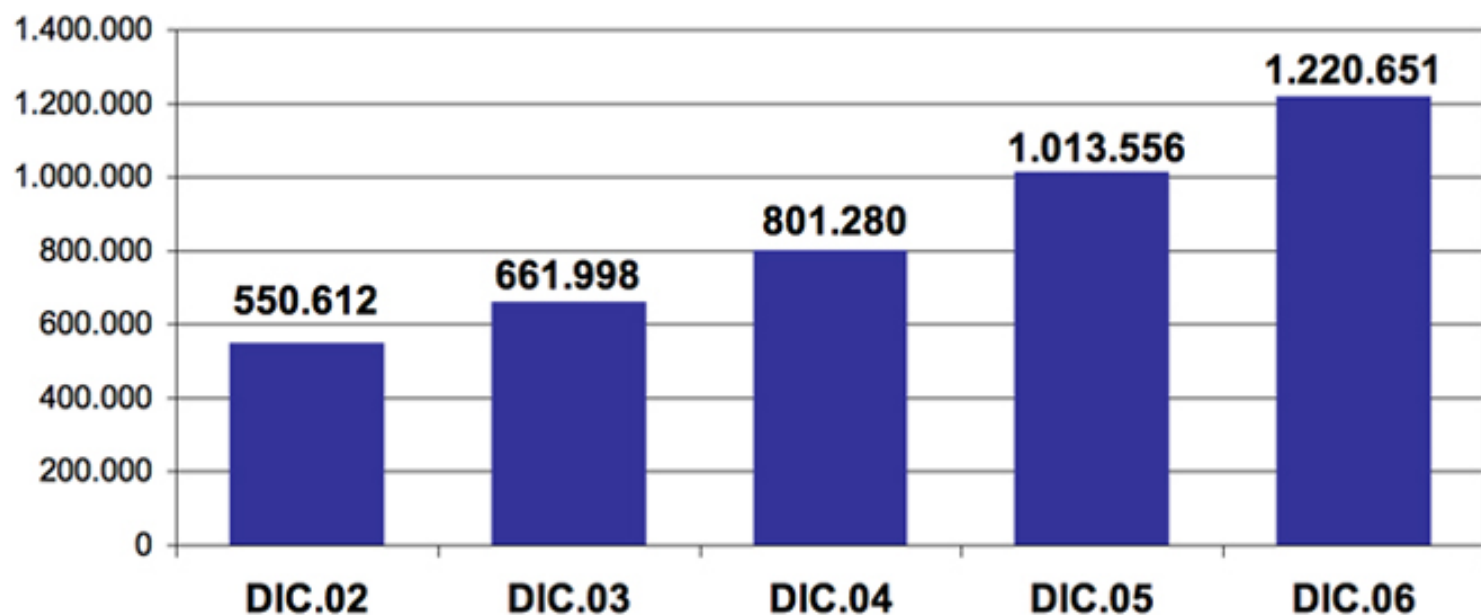


Doblando nuestras posiciones de activo en los últimos 4 años

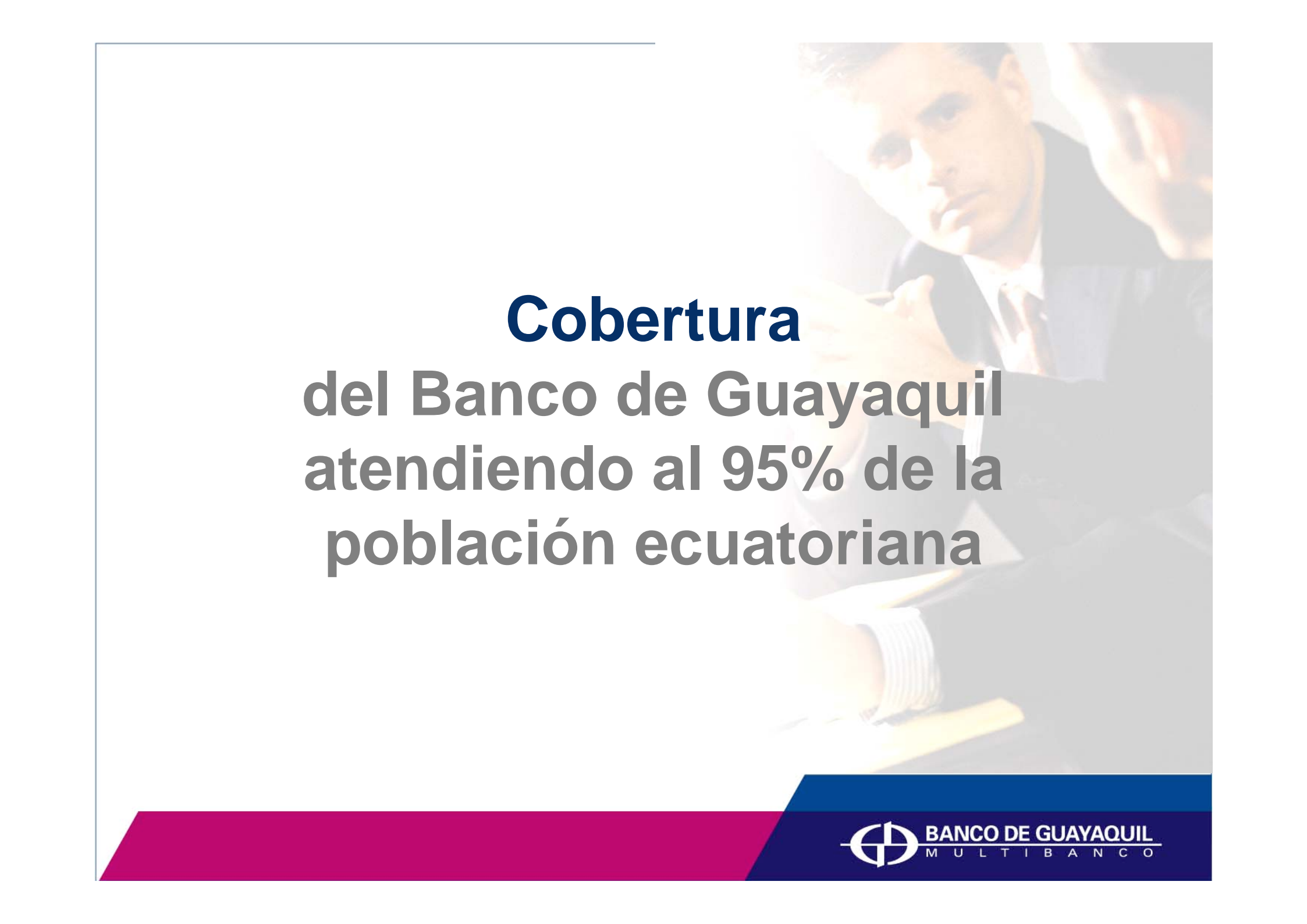
DEPOSITOS DEL PUBLICO

EVOLUCION

(en miles de dólares)



Doblando nuestras posiciones de depósitos en los últimos 4 años

A background image showing a group of business professionals in a meeting, with one man in the foreground looking intently at a document. The image is semi-transparent and serves as a backdrop for the text.

Cobertura
del Banco de Guayaquil
atendiendo al 95% de la
población ecuatoriana



COBERTURA BANCO DE GUAYAQUIL



124 Oficinas

+500 Cajeros

10,5% de las Agencias del Mercado

12,5% de los Recursos e Inversión de los clientes del Mercado

2055 empleados



**Posicionamiento
del Banco de Guayaquil.
Estar sólidamente al lado
de nuestros clientes**

AAA-



Un proyecto de innovación y reenfoque estratégico
hacia el cliente.

Uniendo a todas las subsidiarias en una atención
centralizada.

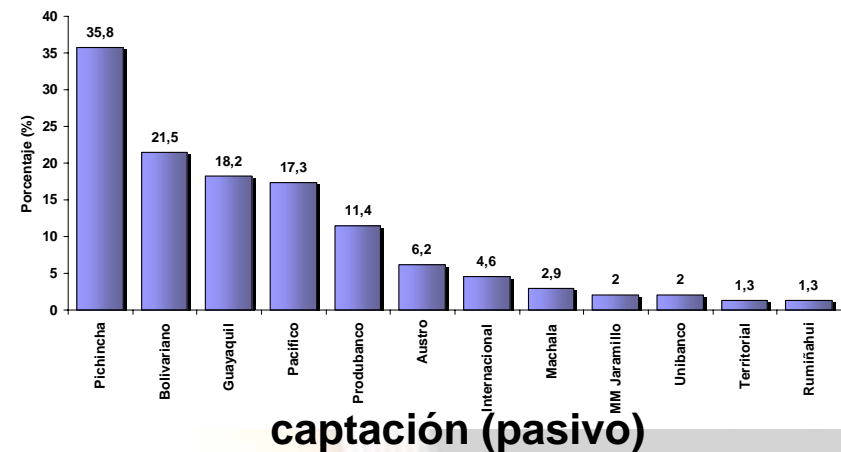
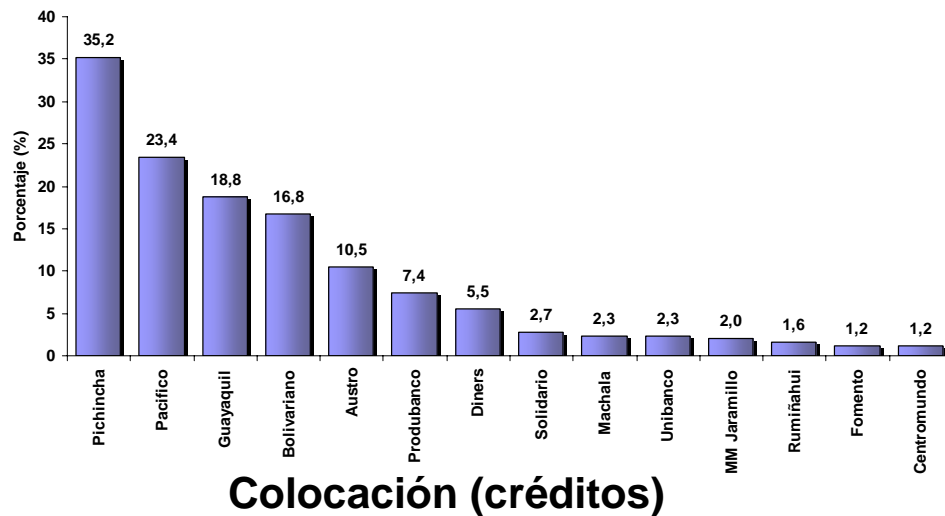
Cambiando la visión de producto a cliente.

Estructura de concentración de negocio para el GBG (Análisis previo 2006)



La compartición de clientes (Análisis previo 2006)

- Aún siendo el segundo Banco del país, nuestros clientes están compartidos de forma muy importante.
- La media usan menos del 30% de su relación financiera con el Banco de Guayaquil, aunque esto es común en Ecuador para los Bancos líderes del país.



Análisis de compartición de clientes entre Bancos
(Analizando clientes de entidad propia y con que otros Bancos
comparten su relación financiera)

**Basado en los análisis
anteriores**

**Los retos para
Banco Guayaquil**

Retos de mercado y competencia

- **Competencia:** Cantidad de Bancos (25), Oficinas 1000 para 4.000.000 clientes bancarios.
- **Compartición:** Mercado muy concentrado y compartido 51% en 3 Bancos
- **Competitividad:** Reducción de márgenes y ley que restringe el mercado financiero

Retos de clientes

- **Retener el negocio principal**, en los clientes que lo mantienen hoy.
- **Expectativas de los clientes:** Márgenes negociados, reducción de coste en servicios y exigencias de calidad.
- Capacidad de **incrementar la relación con clientes compartidos** y que tienen capacidad adicional de relación.
- **Poca diferenciación de servicio al cliente**, competencia por productos
- **Capacidad de posicionarse como un Banco de Clientes** en lugar de productos
- Posibilidad de **mejorar la eficiencia** (Costes/Ventas)

A background image showing a group of business professionals in a meeting, with one man in the foreground looking intently at a document. The image is semi-transparent and serves as a backdrop for the text.

Estrategias definidas por el Banco frente a estos retos y oportunidades

Estrategias definidas para el periodo 2006-2011

- **Convertirnos en líder de calidad para el cliente**
- **Reducir el nivel de compartición de nuestros clientes**
- **Optimizar nuestros recursos descubriendo y aprovechándonos del 100% de conocimiento de las oportunidades (Priorizar nuestros recursos)**
- **Crecer más que la media del sector financiero**

El camino recorrido

El camino recorrido

2005

- Enfoque producto
- Se vende al cliente desde diferentes subsidiarias
- Información distribuida en múltiples sistemas
- Sin conocimiento de rentabilidad por cliente
- Venta indiscriminada(no diferenciación de clientes)
- Objetivos sobre productos y saldos finales.

El camino recorrido

2006



- **Construcción de visión por clientes**
 - Sistemas de apoyo
 - Negocio por cliente
 - Rentabilidad por cliente
- **Diferenciación**
 - Procesos de segmentación e identificación de valor del cliente.
 - Inteligencia de clientes.
- **Diseño de sistemas de apoyo comercial.**
- **Determinación de estructura comercial/ marketing necesaria para abordar la estrategia.**
 - Estructura comercial
- **Selección/formación de fuerza comercial piloto.**
- **Prueba de concepto y evaluación de resultados.**

El camino recorrido

2007 

- **Presentación en sociedad de Sinergia (Implantación)**
- **Nuevos sistemas de apoyo estratégico-comercial.**
- **Selección/Formación de Fuerza de ventas.**
- **Planificación del negocio bajo la nueva estrategia.**
- **Creación de carteras de clientes y Gestores.**
- **Diseño de nuevos procedimientos comerciales.**
- **Asunción paulatina de la nueva cultura.**

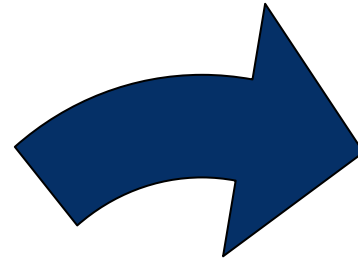
Mayo: 100% estructura, sistemas y procesos para año 2007.

Estrategias e inteligencia de cliente: Itineribus
Sistema de interacción con clientes: MS CRM
Sistema de Información de Gestión: Itineribus/Banco de Guayaquil

Los ejes clave del éxito

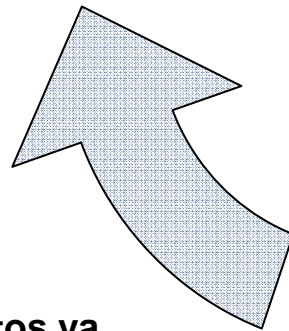
Hemos hecho un camino.
se hace día a día.
Hace falta tiempo y
consistencia.

Cultura



Es una tarea compleja y
hay una larga historia y
tradición, estamos en ello.

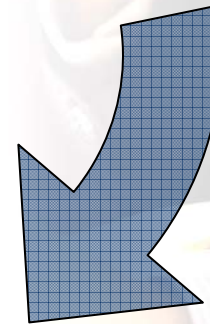
Procesos



Listos ya.
99%

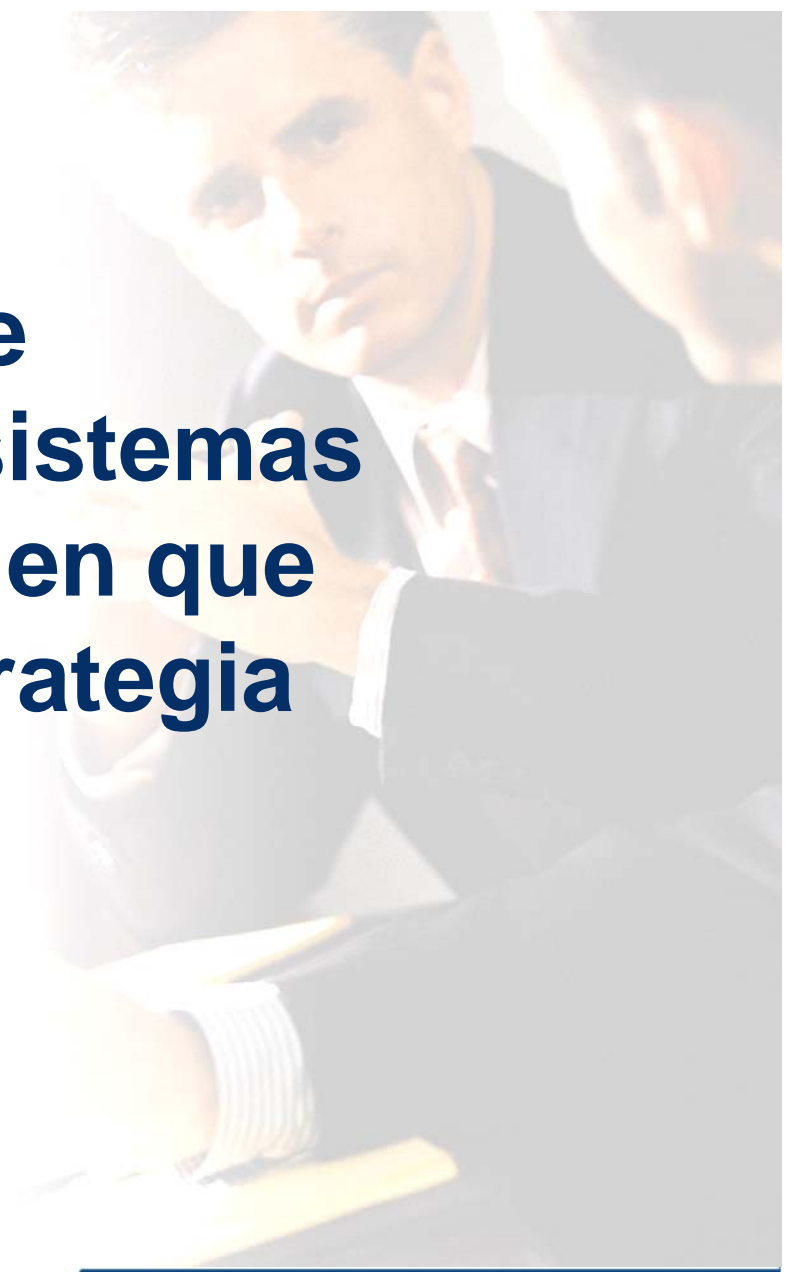
Son siempre evolucionables
más aún en el mundo de
inteligencia de cliente

Sistemas



La organización enfocada al cliente





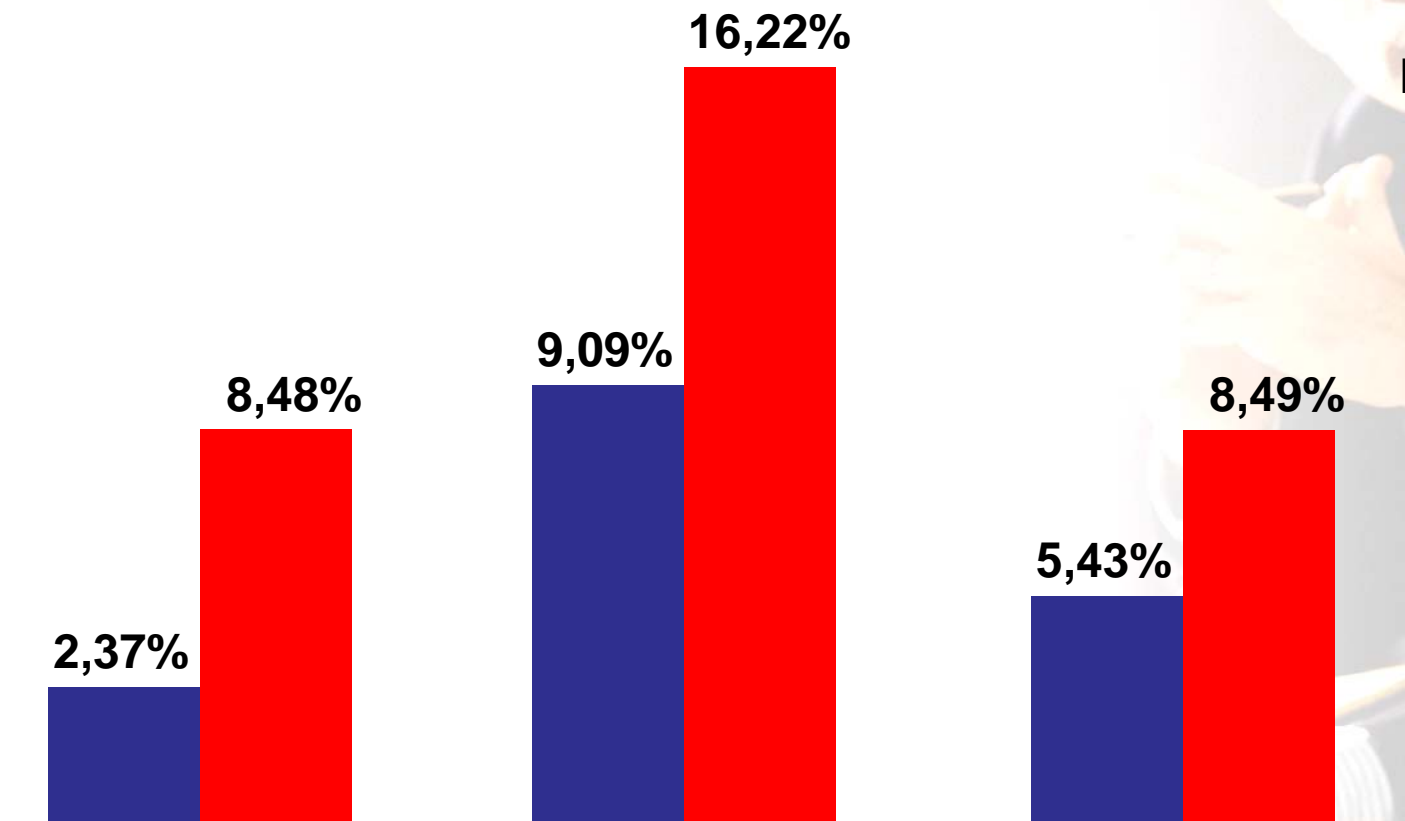
Permítanos una breve presentación de los sistemas diseñados y la forma en que apoyan a nuestra estrategia

**Jesús Cirera
Director de Proyecto
Itineribus**

Algunos resultados obtenidos desde el comienzo de este proyecto

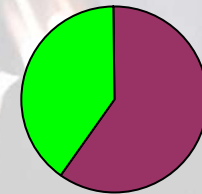
- **Marzo 2006-Enero 2007**
 - Integración de 100% de nuestro negocio, análisis del mismo y generación de la inteligencia de negocio necesaria para abordar la nueva estrategia
- **Octubre 2006- Febrero 2007**
 - Desarrollo de nuestro sistema de apoyo estratégico, Sistemas SINERGIA, SIMULADOR DE RENTABILIDAD y de la integración de ambos con MS CRM
- **Enero 2007-Abril 2007**
 - Contratación, formación y puesta en marcha de una fuerza comercial especializada de 250 Gestores.
 - Formación de 300 responsables funcionales clave para la nueva estrategia
 - Planificación del negocio por segmentos de clientes
- **Marzo 2007- Julio 2007**
 - Primero resultados de la nueva estructura (Aunque estos ya fueron probados con la fase piloto realizada a finales del 2006)

Algunos resultados obtenidos desde el comienzo de este proyecto

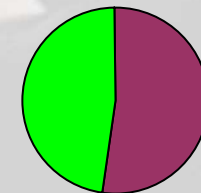


Ratio de eficiencia

59,70%



52,34%



Crecimiento
Pasivo+Activo

Ventas
(Ingresos)

Costos

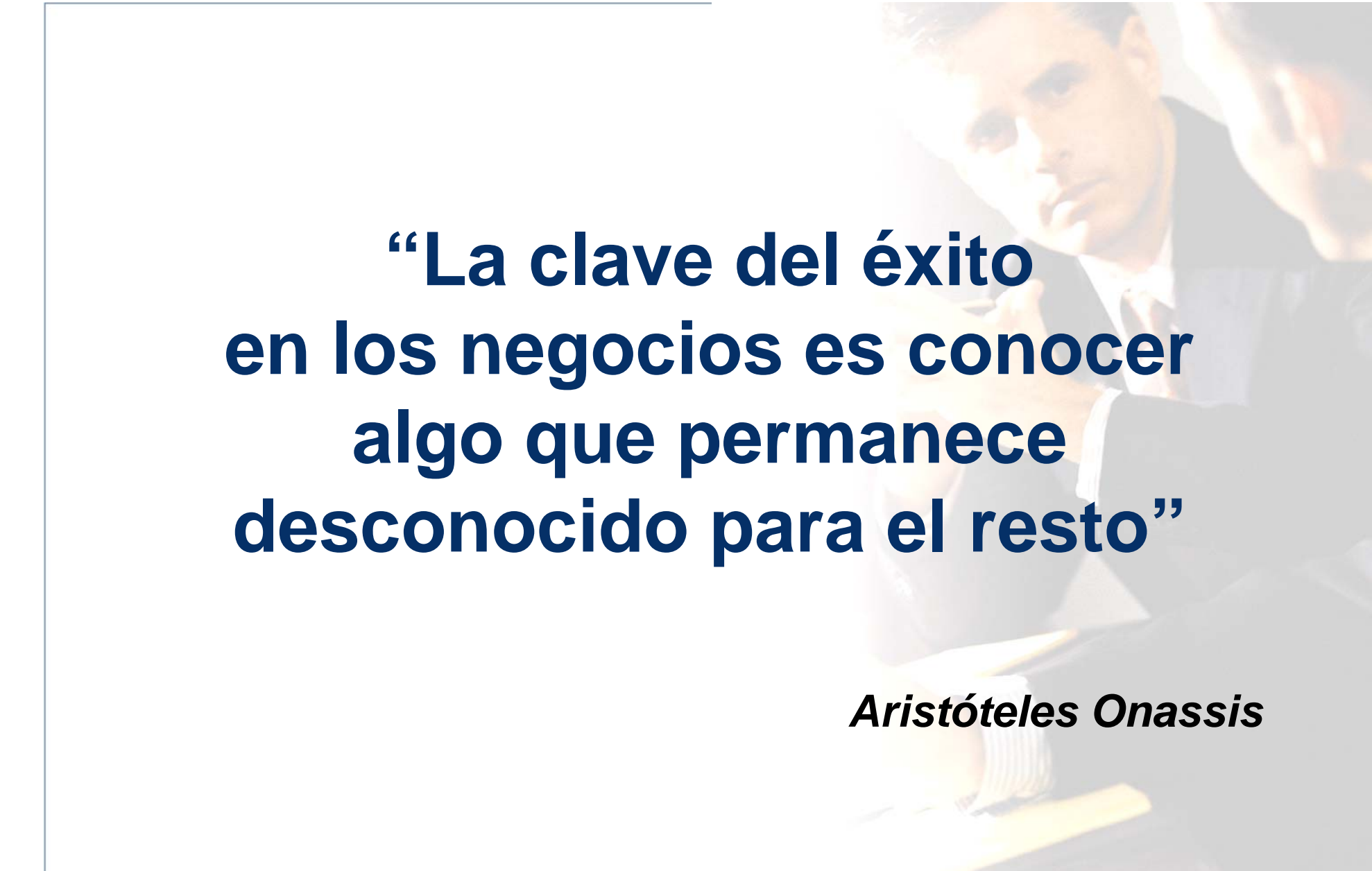
 Mercado

 Banco de Guayaquil

Enero-Junio 2007

Los nuevos retos de 2007-2008

- **2007 enfoque a optimizar nuestro potencial interno en los clientes actuales**
- **2008 enfoque interno-externo, priorizando nuestros recursos**
- **Consolidar la cultura al cliente al 100% del grupo**
- **Incrementar cantidad de clientes en gestión personalizada**
- **Planificación 2008 desde el potencial del Cliente y una estrategia segmentada y priorizada.**
- **Alinear los procesos comerciales**



**“La clave del éxito
en los negocios es conocer
algo que permanece
desconocido para el resto”**

Aristóteles Onassis

Banco de Guayaquil.

Sólidamente al lado de nuestros clientes



Cuidemos de nuestros clientes,
ellos cuidarán de nosotros.

GRACIAS