

BALANCE SOCIAL DE LA BANCA COLOMBIANA 2010



ASOBANCARIA

**Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia,
Asobancaria**

María Mercedes Cuéllar López

Presidente

Daniel Castellanos García

Vicepresidente económico

Elaboración del informe

Dirección de Programas Especiales

Mabel González Pacheco

Directora

Paola Arias Gómez

Profesional Senior

Sayed Suárez Chávez

Profesional Junior

Sergio Rodríguez Quiroga

Estudiante en práctica

Manuela Murillo Ramírez

Estudiante en práctica

Colaboración

Equipo de la Vicepresidencia Económica

Gerencia de Comunicaciones y Eventos

Diagramación

Silva Publicidad

Impresión

Pro - Offset

Junio de 2011

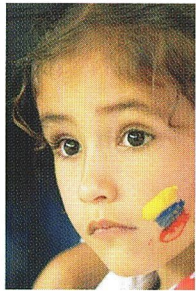
Contacto

Para cualquier comentario relacionado con el contenido del Balance Social,
comuníquese con la Dirección de Programas Especiales de Asobancaria

Teléfono: (571) 3266600 Ext. 1349

Dirección: Cra.9 No. 74-08 P. 9, Bogotá D.C.

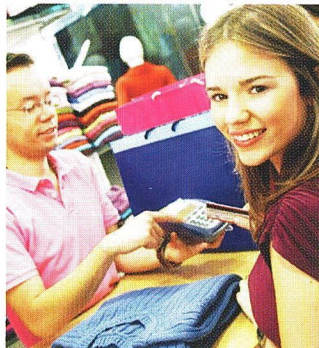
TABLA DE CONTENIDO



CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

- 1.1 MENSAJE DEL PRESIDENTE
- 1.2 QUIÉNES SOMOS
- 1.3 EL SISTEMA BANCARIO COLOMBIANO
- 1.4 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA BANCA

CAPÍTULO 2 LA BANCA Y EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL PAÍS



CAPÍTULO 3 LA BANCA Y SUS GRUPOS DE INTERÉS

- 3.1 LA BANCA Y LOS CONSUMIDORES FINANCIEROS
- 3.2 LA BANCA Y SUS COLABORADORES
- 3.3 LA BANCA Y SUS ACCIONISTAS
- 3.4 LA BANCA Y SUS PROVEEDORES

CAPÍTULO 4 OTRAS ACTIVIDADES DE LA BANCA

- 4.1 APOYO A LAS COMUNIDADES
- 4.2 LA BANCA Y EL MEDIO AMBIENTE
- 4.3 ADHESIÓN A INICIATIVAS GLOBALES



ANEXO 1 INFORMES DE DESEMPEÑO NO FINANCIERO DE LAS ENTIDADES

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN



1.1 MENSAJE DE LA PRESIDENTA

Para la banca colombiana, la responsabilidad social con el país y con los diferentes grupos con los que se relaciona directa e indirectamente es un asunto de la mayor relevancia. Generar canales de comunicación y trabajar con los empleados, accionistas, directivos, proveedores, prestadores de servicios, competencia, gobierno, ONG's, organismos internacionales y la sociedad en conjunto, retroalimenta nuestra labor y nos impulsa a innovar y a desarrollar productos y servicios cada vez más ajustados a las necesidades e intereses de los consumidores financieros.

Sabemos que la labor que desempeñamos nos convierte en un actor clave para la economía y que jugamos un papel central en la vida de las personas, al servir como facilitadores e intermediarios de múltiples actividades que se realizan a diario y que contribuyen al ahorro, la agilización de los pagos y la financiación de actividades productivas y de consumo. De ahí que nuestro compromiso social sea aún mayor.

Es por ello que desde principios de la década de los noventa, el sector ha venido trabajando tanto en incluir la responsabilidad social dentro de sus procesos de gestión como en definir la mejor manera de reportar y divulgar su impacto social, económico y ambiental en el entorno y su aporte al desarrollo.

Para la mayoría de los ciudadanos, la relación entre la banca y el desarrollo pasa desapercibida. Contar con un sistema bancario sólido y organizado como el nuestro ha sido indispensable para propiciar un crecimiento económico sostenido. Asimismo, generar continuamente caminos y

herramientas para aumentar la inclusión financiera y la bancarización, ha sido y será una apuesta de las entidades para aumentar el crecimiento de la economía y la calidad de vida de los colombianos.

Asobancaria y sus entidades afiliadas están convencidas de que no existe un único concepto de lo que significa la responsabilidad social. Para nosotros, supone un compromiso integral que nos exige ejercer bien la actividad bancaria en todo momento y situación. Esto es, trabajar por garantizar y promover el respeto por los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente, la generación de empleo en condiciones laborales dignas, la inversión social y la calidad en la atención y servicio al consumidor, entre otros asuntos.

Somos conscientes de que son muchos los retos que tenemos por delante. Al mismo tiempo, queremos dar a conocer los aportes de nuestro trabajo. Uno de ellos es nuestra contribución a la generación de empleo, pilar esencial de la responsabilidad social de las entidades. Hoy en día continuamos siendo líderes en la creación de puestos de trabajo estables y seguros, contribuyendo de esta manera a superar uno de los mayores desafíos estructurales en materia social que enfrenta el país. De igual forma, la alta inversión en capacitación para nuestros empleados demuestra el compromiso de la banca con la generación de condiciones para que Colombia cuente con talento humano capacitado para llevar a cabo, con altos estándares de transparencia, profesionalismo y honestidad, las tareas a cargo del sector.

En este documento que presentamos el día de hoy, queremos divulgar, de manera objetiva, el aporte que realiza el sector en los diferentes ámbitos económicos, sociales y medioambientales y su desempeño durante 2010. Para nosotros es muy importante compartir con ustedes nuestros logros y desafíos y continuar trabajando por mejorar día a día.

María Mercedes Cuéllar López
Presidenta Asobancaria



ASOBANCARIA

1.2 QUIÉNES SOMOS

La Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia – Asobancaria – es una organización gremial sin ánimo de lucro, creada en 1936, que representa al sector financiero colombiano. Está integrado por los bancos comerciales nacionales y extranjeros, públicos y privados, las más significativas corporaciones financieras e instituciones oficiales especiales presentes en el país. El Banco de la República, banco central de Colombia, ostenta la calidad de miembro honorario.

Con una labor de más de setenta años de servicio en beneficio de sus asociados y de los usuarios del sistema financiero, Asobancaria es reconocida en la actualidad como un punto de referencia en los temas financieros y bancarios en Colombia.

Valores

Asobancaria está comprometida con los siguientes valores:

- Respeto
- Igualdad
- Honestidad
- Compromiso
- Responsabilidad
- Excelencia
- Lealtad
- Actitud de servicio



En marzo de 2009, Asobancaria, en representación de sus afiliados, suscribió la agenda por la igualdad laboral, un compromiso de los gremios y las empresas privadas firmantes para potenciar el papel de las mujeres y concretar acciones específicas que aseguren su inclusión efectiva en el ámbito laboral.

Asobancaria

María Mercedes Cuéllar López
Presidente

Ketty Valbuena Yamhure
Vicepresidente Ejecutivo

Daniel Castellanos García
Vicepresidente Económico

Martha Lasprilla Michaelis
Vicepresidente de Ahorro y Vivienda

José Manuel Gómez Sarmiento
Vicepresidente Jurídico



Objetivos

Son objetivos de Asobancaria:

- Representar a sus miembros frente a las autoridades y demás personas y entidades de carácter público o privado, nacionales e internacionales.
- Promover y mantener la confianza de la población en el sector y ampliar permanentemente el conocimiento público acerca de la naturaleza y función de la actividad financiera a través de la generación de información veraz.
- Contribuir a la modernización de las actividades bancarias y financieras del país.
- Apoyar, promover o desarrollar programas, proyectos o actividades relacionados con la responsabilidad social del sector financiero y del gremio.
- Promover la adopción de estrategias y acciones de alcance sectorial en temas cruciales como la prevención y control del lavado de activos, entre otros.

Nuestro norte común

A nivel gremial, nuestras apuestas son:

- Ser reconocidos como el gremio de mayor incidencia en la industria financiera, gracias a nuestro rigor y objetividad en la toma de decisiones, reforzando nuestro compromiso con el desarrollo económico y social del país.
- Ser sostenibles a través del diseño e implementación de unidades estratégicas de negocio, generando productos y servicios de calidad

superiores a las expectativas de nuestros clientes, con un recurso humano idóneo y en permanente desarrollo.

- Contribuir al fortalecimiento de la gobernabilidad en Colombia, reconociendo e incentivando la gestión pública y el logro de resultados como estrategia de seguimiento y difusión.

Estructura de gobierno

La estructura de gobierno de Asobancaria se encuentra conformada por los siguientes órganos: Asamblea General, Revisoría Fiscal, Junta Directiva, Juntas Sectoriales, el Presidente y los Vicepresidentes que determine la Junta Directiva.

La Asamblea General la conforman todos los miembros de la Asociación. La Junta Directiva está conformada por 20 de las 23 entidades miembro, elegidas por la Asamblea, garantizando con esto una total participación de los afiliados en la toma de decisiones. Es la Junta Directiva quien, mes a mes, canaliza ideas innovadoras dirigidas a fortalecer el desarrollo del sistema financiero colombiano.

Las Juntas Sectoriales se conforman con miembros pertenecientes a los sectores que trabaja la Asociación. En este momento se encuentran activas la Junta Sectorial de Vivienda y la de Bancarización.

El Presidente, elegido por la Junta, actúa como representante legal de la Asociación y tiene a su cargo el gobierno directo de la misma.

El Revisor Fiscal, nombrado por la Asamblea para supervigilar las actividades económicas de la Asociación, sugerir recomendaciones y velar por un desempeño transparente y eficiente.



Junta Directiva Asobancaria 2009-2010

Presidente

Helm Bank - Carmiña Ferro Iriarte

Miembros

Banco Agrario – Francisco Estupiñán Heredia

Banco AV Villas – Juan Camilo Ángel Mejía

Banco Colpatría – Santiago Perdomo Maldonado

BCSC – Carlos Eduardo Upegui Cuartas

Banco de Bogotá – Alejandro Figueroa Jaramillo

Banco Davivienda – Efraín Forero Fonseca

Banco Popular - Hernán Rincón Gómez

Banco Procredit – Manuel Buriticá López

Banco Santander – Román Blanco Reinosá

Bancoldex – Santiago Rojas Arroyo

Bancolombia – Jorge Londoño Saldarriaga

BBVA Colombia – Óscar Cabrera Izquierdo

Citibank – Bernardo Noreña Ocampo

Corporación Financiera Colombiana – José Elías Melo Acosta

Finamérica – Gregorio Mejía Solano

HSBC – Hans Theilkuhl Ochoa

JPMorgan Corporación Financiera – Lisandro Miguens

Scotiabank - Héctor Quiñones Gutiérrez

Titularizadora Colombiana – Alberto Gutiérrez Bernal

Los Comités técnicos permanentes y ocasionales están conformados por representantes de las entidades miembro y coordinados por profesionales de la Asociación.

Estos operan como entes consultivos y se reúnen periódicamente para analizar los temas de interés para el sector. Muchas de las propuestas técnicas, económicas y jurídicas que la Asociación plantea al gobierno, la autoridad monetaria y los organismos de regulación y control, son resultado del trabajo de los comités.

Acciones

A través de la Asociación, las entidades afiliadas han aunado esfuerzos para promover:

- La modernización de la actividad bancaria y financiera del país, entre otros, mediante el mejoramiento de los sistemas de pago con la tecnificación de los procesos de canje; la creación de cámaras de compensación automatizadas; la implantación del truncamiento de cheques; la utilización de los códigos de barras para recaudos y el desarrollo del proceso de intercambio electrónico de datos (EDI).
- La adopción de normas éticas en los negocios y el establecimiento de reglas para estandarizar procedimientos en el sector.
- La adopción de la figura del Defensor del Cliente Financiero, posicionando a la banca colombiana a la vanguardia en Latinoamérica en cuanto a mejores prácticas en atención a los consumidores.
- La cultura de un manejo integral del riesgo. Desde 1992, se viene jugando un papel fundamental en la lucha contra el lavado de activos por vía de la autorregulación. El sector adoptó una serie de principios y acciones que constituyó la base de la primera regulación oficial sobre la materia, que se incluyó en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y que posteriormente se reforzó con un código de conducta que adoptaron las entidades.
- La inclusión financiera y bancarización de la población de menores ingresos, así como la regulación que facilite el acceso a los servicios bancarios.
- La educación financiera de los consumidores, en el convencimiento de que lograr que los ciudadanos cuenten con información y herramientas que les permitan tomar decisiones financieras, ayuda tanto al fortalecimiento del sistema como al desarrollo social y económico del país.

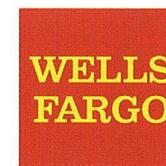
Asociaciones a las que pertenece

En el orden internacional, Asobancaria participa activamente en organizaciones que propenden por el desarrollo de los sistemas financieros en la región, como el caso de la Federación Latinoamericana de Bancos, FELABAN, organismo que agrupa los entes similares de la banca latinoamericana.

Entidades miembro



Entidad afiliada





1.3 EL SISTEMA BANCARIO COLOMBIANO¹

La búsqueda de eficiencia y economías de escala en el mercado internacional ha influenciado al sector financiero colombiano, que desde hace algunos años viene experimentando una transición de un esquema de banca especializada a uno que apunta hacia la multibanca². Durante esta evolución, se han llevado importantes fusiones, desaparición de entidades y cambios regulatorios, factores que han permitido que las entidades accedan a diferentes nichos de mercado y que los agentes que conforman el sistema bancario se reduzcan a 18, hasta noviembre de 2010³.

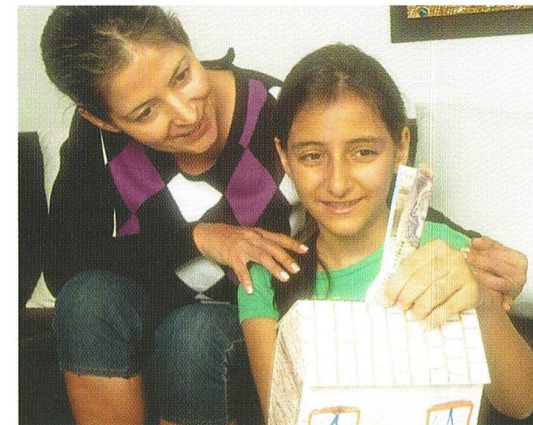
Principales indicadores del sector bancario

Activos totales	\$250 billones
Pasivo total	\$211 billones
Empleados	75.593
Cartera bruta	\$159 billones
Solvencia	14,09%
Municipios atendidos	1.102

Datos a diciembre de 2010.

Las cifras del activo y el crédito incluyen titularizaciones.

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



A pesar de estos acontecimientos, los establecimientos bancarios siguen presentando diferencias importantes en su estructura de negocio. Este comportamiento se debe a las diferencias en estrategia y perfil de riesgo de las entidades, los diferentes nichos de mercado que existen y las antiguas especializaciones que han heredado algunas entidades. Con el ánimo de mostrar la diversidad que existe en el sector, a continuación se analiza la composición de activos y pasivos de las entidades.

Activos

En diciembre de 2010, el activo total de los establecimientos bancarios, incluidas las titularizaciones, era de \$250 billones de pesos, de los cuales el 61% corresponde a cartera crediticia. Lo anterior es una demostración de que el principal negocio de las entidades es la colocación de recursos monetarios, es decir, brindar oportunidades a la población y a la economía a través de los servicios que prestan.

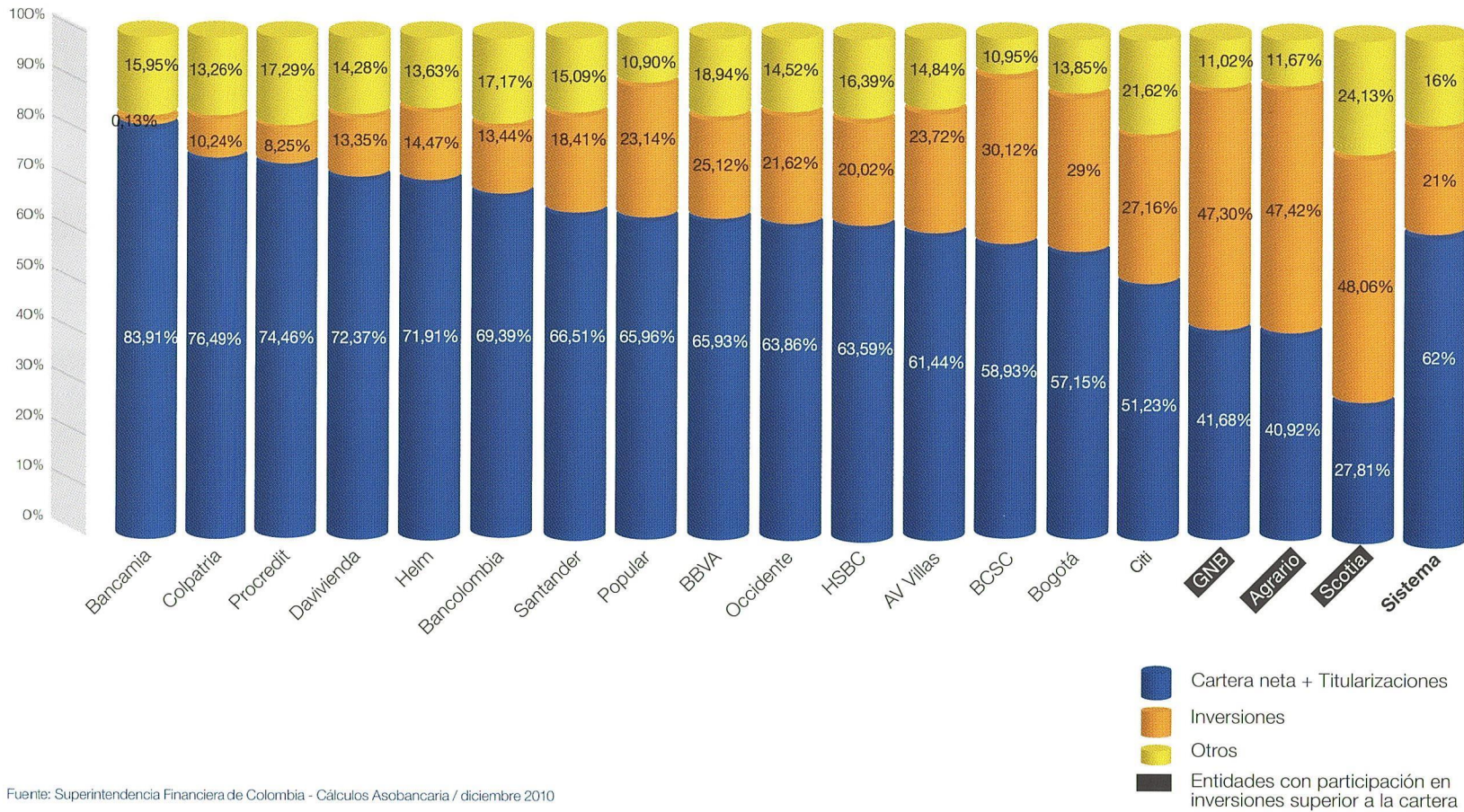
Por entidad, 15 de los 18 bancos registran un comportamiento similar al promedio del sector, esto es, más del 50% de sus activos están dedicados a la cartera de créditos. Las 3 restantes (Banco Agrario, GNB Sudameris y Scotia Bank) tienen mayor participación del portafolio de inversiones que de la colocación de cartera.

1. Este capítulo resume los resultados del documento elaborado por la Dirección de Estudios de Regulación de Asobancaria sobre tipificación del sector bancario colombiano.

2. Clavijo, Sergio, Hacia la Multibanca en Colombia: Retos y 'retazos' financieros, junio de 2000.

3. Aparte de los 18 bancos, pertenecen a Asobancaria las siguientes 6 entidades financieras: Corporación Financiera Colombiana, JPMorgan Corporación Financiera, Titularizadora Colombiana, Bancoldex, Finamérica y Wellsfargo (afiliado). En este capítulo se realizará una breve tipificación de las entidades bancarias.

Composición del activo de los establecimientos bancarios



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia - Cálculos Asobancaria / diciembre 2010



En cuanto a la cartera crediticia, la cartera comercial es la más representativa del sistema con un 60%, seguida por consumo y vivienda con el 26% y 12%, respectivamente. La menos representativa es el microcrédito (2%).

Como se observa en la siguiente tabla, de las 16 entidades cuyo negocio primario es el otorgamiento de créditos, 8 colocan principalmente en

cartera comercial, 2 en consumo (Citibank y Popular) y 1 en microcrédito (Bancamía)⁴. De las 5 restantes, BCSC diversifica su cartera entre todas y 4 (BBVA, Colpatria, Davivienda y AV Villas) lo hacen entre comercial, consumo y vivienda⁵.

Composición de la cartera

Entidad	Comercial	Consumo	Microcrédito	Vivienda
Bogotá	81,3%	17,7%	0,9%	0,1%
Procredit	80,9%	0,0%	19,1%	0,0%
Helm	79,1%	13,5%	0,0%	7,4%
Occidente	78,2%	19,5%	0,0%	2,3%
Bancolombia	68,8%	14,4%	0,7%	16,1%
Santander	68,3%	28,6%	0,0%	3,0%
HSBC	59,4%	39,8%	0,0%	0,7%
Agrario	59,3%	3,9%	36,0%	0,8%
BBVA	49,6%	26,1%	0,0%	24,3%
Colpatria	47,5%	36,0%	0,0%	16,5%
Popular	45,5%	53,6%	0,3%	0,5%
Davivienda	44,4%	32,4%	0,0%	23,2%
AV Villas	40,2%	42,3%	0,5%	16,9%
BCSC	28,8%	25,1%	8,7%	37,5%
Citi	26,0%	74,0%	0,0%	0,0%
Bancamía	1,4%	0,0%	98,6%	0,0%
Sistema	59,8%	25,4%	2,4%	12,3%

● Igual o superior a 50%
◆ Inferior a 50%

Nota: En la cartera de vivienda se incluyó la cartera titularizada y el leasing habitacional (que fue excluido de la cartera comercial).
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia - Cálculos Asobancaria / diciembre 2010

4. Además de los 15 bancos con más del 50% de sus activos concentrados en cartera de créditos, se incluye al Banco Agrario de Colombia. Aunque el portafolio de inversiones de este banco representa la mayoría de sus activos, el tamaño de su cartera tiene una participación importante en el total del sistema.
5. Se considera que una entidad coloca cartera en alguna de las modalidades de crédito siempre que ésta participe con más del 0.5% sobre el total de los préstamos.

La cartera comercial, por sector económico, está colocada principalmente en servicios (34%), producción (32%) y comercio (18%), los cuales representan más del 80% de su total. Ninguna de las entidades presenta más del 50% de los créditos comerciales en alguno de estos sectores; por el contrario, suelen tener composiciones similares a las del sistema con excepción del Banco Agrario que presta volúmenes importantes al sector agrícola (27%) y Colpatria que lo hace a agentes que probablemente son del exterior (50%).

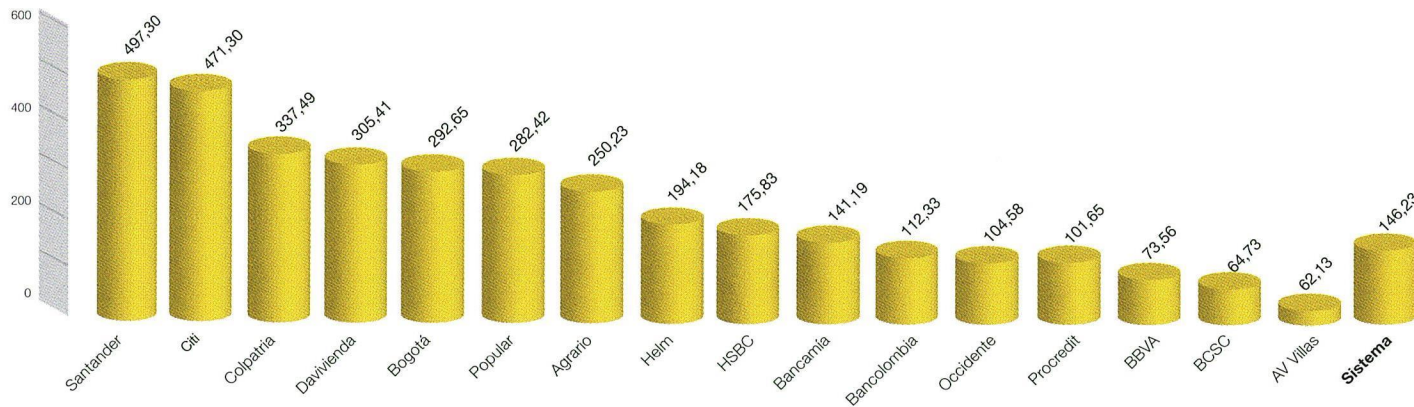
Por parte de la cartera de consumo, a nivel de sistema⁶, esta se ubica en libre inversión, libranza y tarjetas de crédito con participaciones del 29%, 26% y 14%, respectivamente. Sólo 4 entidades presentan concentración en alguna categoría. En relación con la cartera de vivienda, de las entidades que la colocan, ninguna la registra como su nicho de negocio; por el contrario, dedican más del 50% de sus recursos a la colocación de otras carteras. Asimismo, las 2 entidades (Davivienda y AV Villas) que en sus principios eran corporaciones de ahorro y vivienda, hoy en día registran participaciones en esta cartera menores que en las demás modalidades.

Finalmente, en microcrédito son 4 entidades las que prestan este servicio y sólo 1 se especializa en el negocio (Bancamía). Las que prestan microcrédito presentan la mayor proporción de esta cartera en créditos menores a 25 salarios mínimos mensuales a junio de 2009.

Nicho de negocio

Por nicho de negocio, el 56% de la cartera del sector se presta a personas jurídicas y el 44% a personas naturales. Por entidad, 7 presentan un enfoque de banca empresarial⁷, 9 de banca personal y 2 de administración de portafolio de inversión. La única entidad que presenta la totalidad de su cartera en alguna de las dos categorías es Bancamía, por la modalidad del crédito al que presta. En cuanto al monto promedio que prestan a sus clientes, generalmente las entidades más grandes como Bancolombia, Davivienda y Banco de Bogotá no están dentro de las tres que mayor monto prestan en promedio.

Monto promedio de la cartera que se presta a personas jurídicas



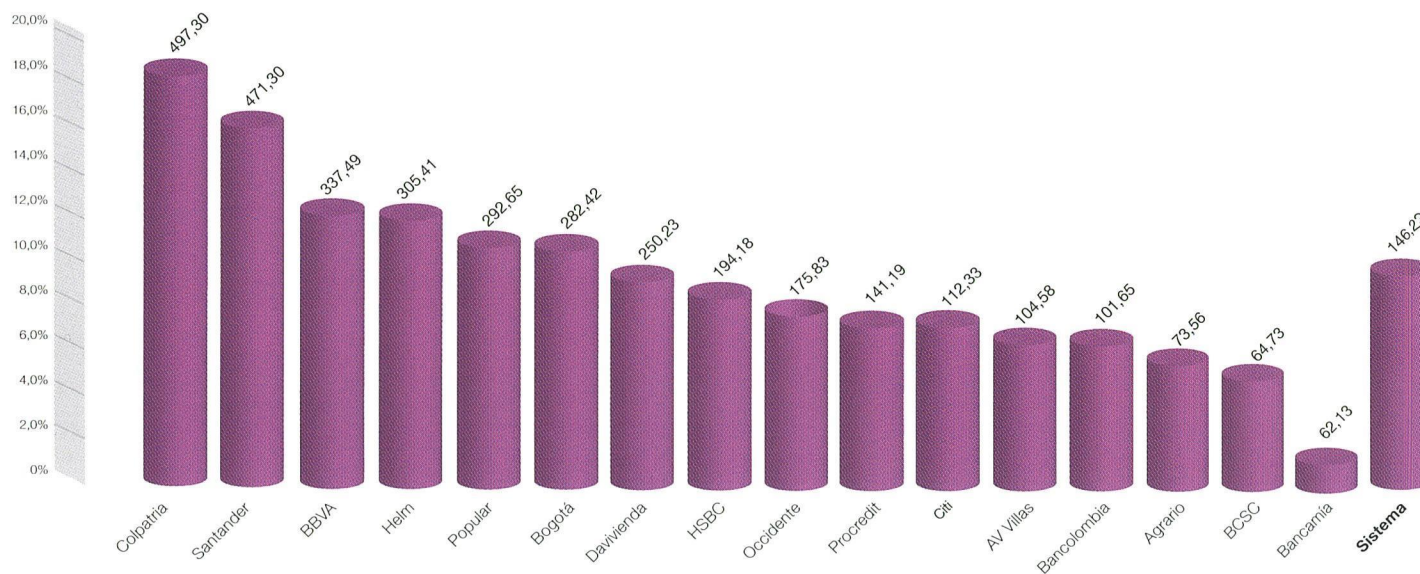
6. Información a junio de 2009

7. Más del 50% de la cartera está concentrada en persona jurídica

Fuente: Cuentas PUC (SFC)- Cálculos Asobancaria / diciembre 2010



Monto promedio de la cartera que se presta a personas naturales



Fuente: Cuentas PUC (SFC)- Cálculos Asobancaria / diciembre 2010

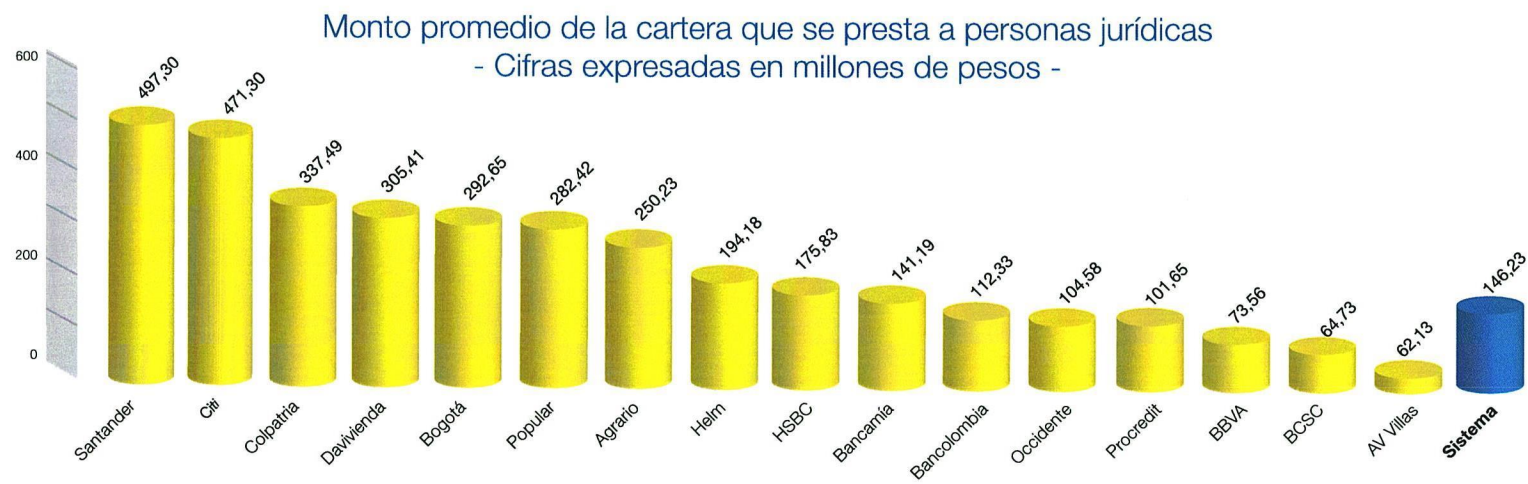
Pasivos

Del total de los pasivos del sector bancario, las captaciones del público son la fuente de financiamiento más importante. A diciembre de 2010, los pasivos alcanzaron un valor de \$211 billones, de los cuales el 71% corresponde a depósitos del público. Éstos últimos se dividen en CDT, cuentas corrientes y cuentas de ahorros, siendo las últimas las más representativas dentro del total de depósitos (51%).

Por entidad, se encuentra que 7 entidades se financian principalmente a través de cuentas de ahorro y 4 a través de CDT; de estas últimas, 2 son entidades relativamente nuevas (Bancamía y Procredit). Las restantes registran en su mayoría mayor dominio de las cuentas de ahorro sobre las demás alternativas.

Fe de erratas

En la gráfica "Monto promedio de la cartera que se presta a personas jurídicas" de la página 15, las cifras están expresadas en millones de pesos.



Fuente: Cuentas PUC (SFC)- Cálculos Asobancaria / diciembre 2010

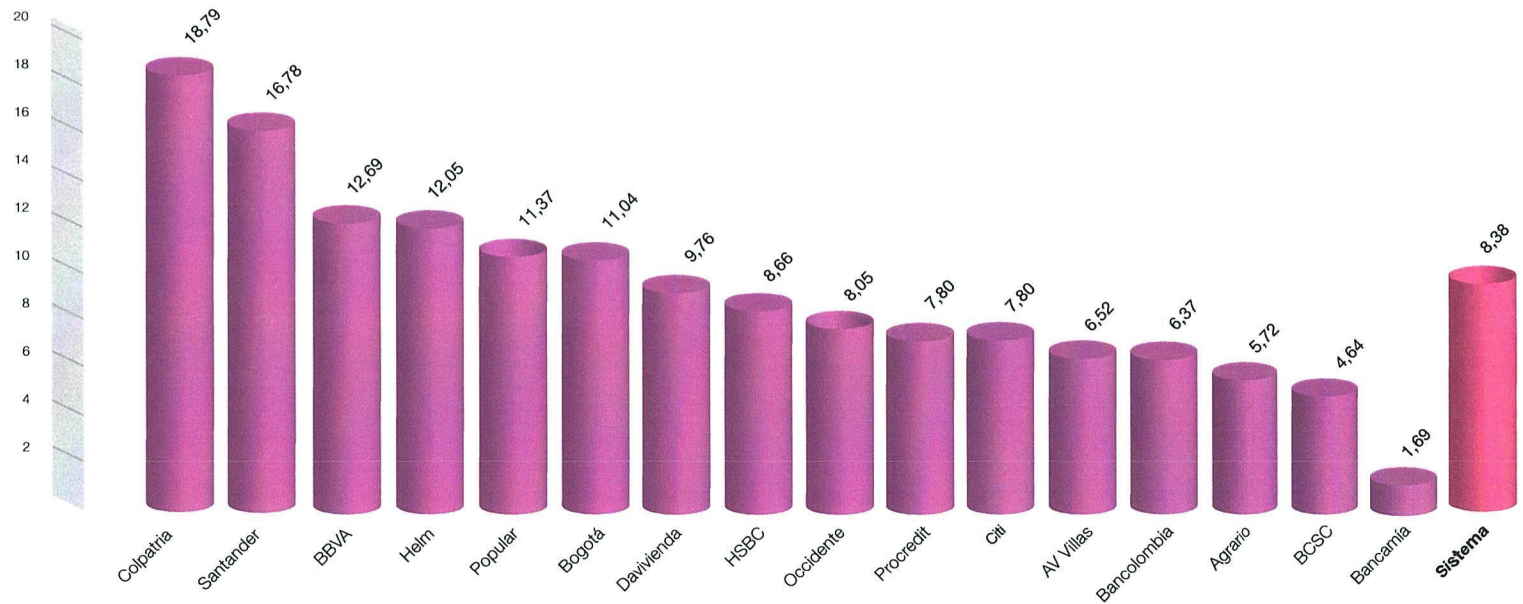




Fe de erratas

La gráfica "Monto promedio de la cartera que se presta a personas naturales" de la página 16, presenta un error en los valores. A continuación, su versión corregida:

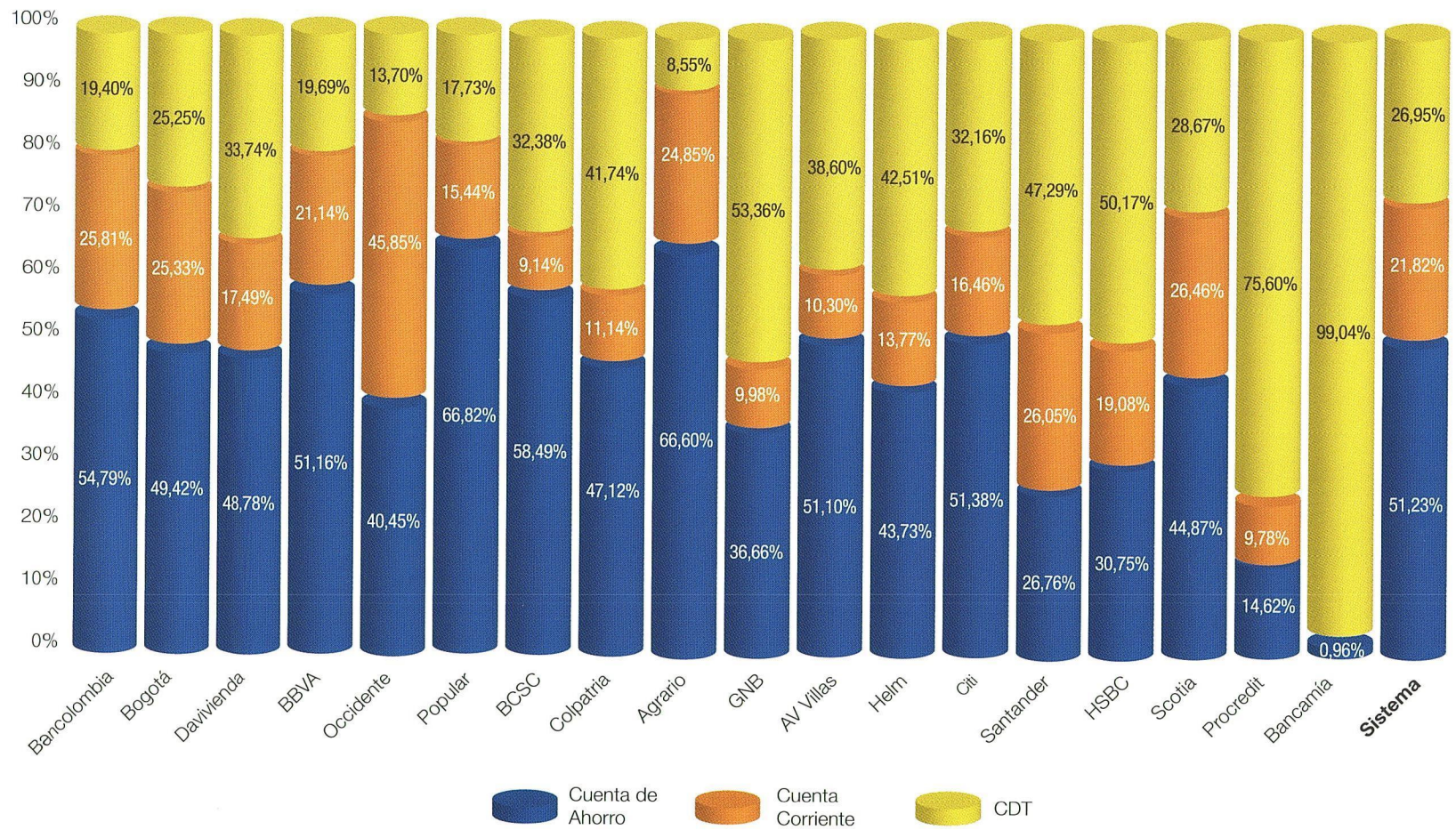
Monto promedio de la cartera que se presta a personas naturales
- Cifras expresadas en millones de pesos -



Fuente: Cuentas PUC (SFC) - Cálculos Asobancaria/diciembre 2010



Composición de los depósitos de las entidades bancarias



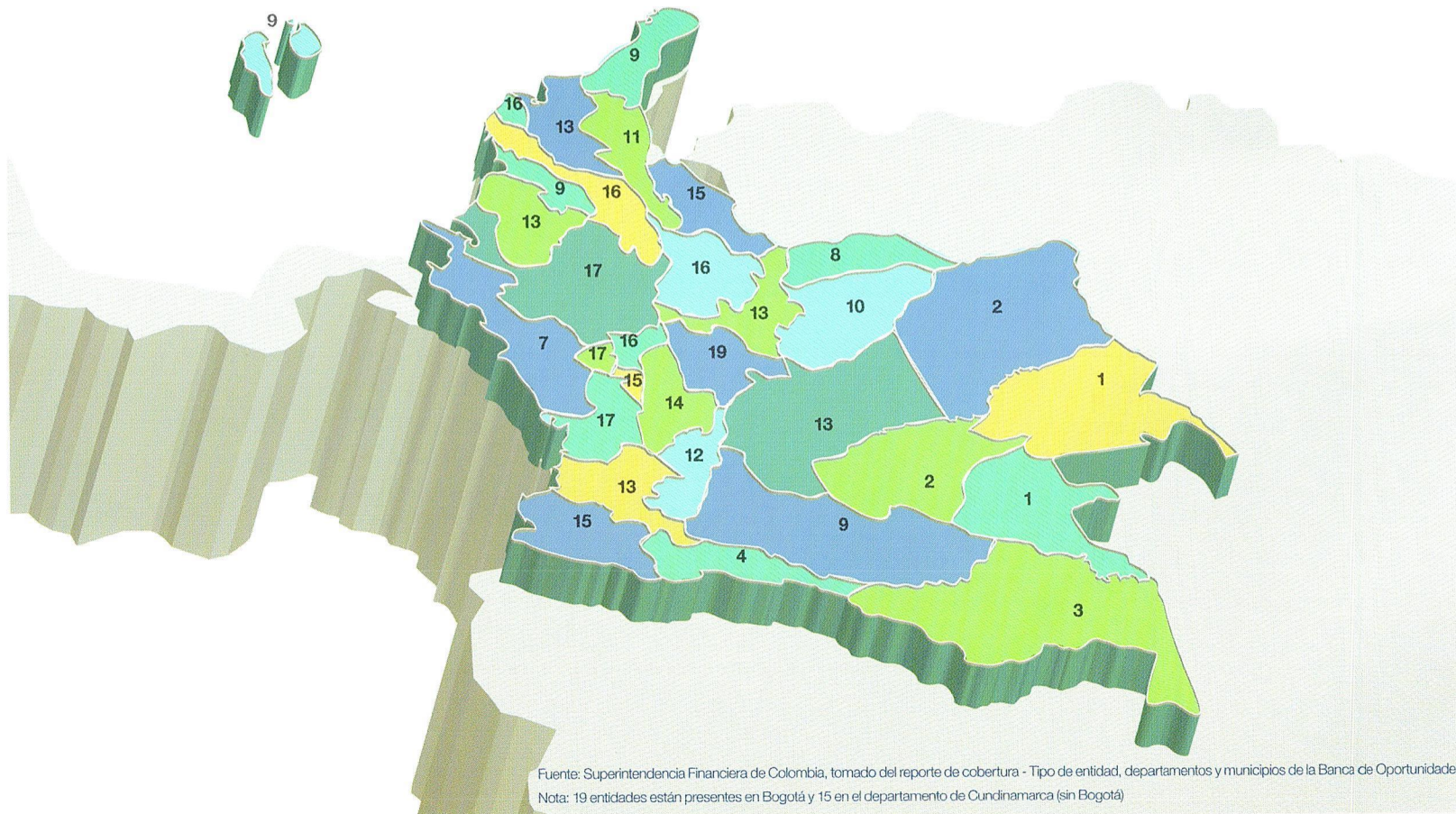
Fuente: Cuentas PUC (SFC)- Cálculos Asobancaria / diciembre 2010



Presencia geográfica

Las entidades bancarias están presentes en todo el territorio nacional. En los 32 departamentos del país hay oficinas de la banca. En la región Andina y Caribe está concentrada la mayor cantidad de bancos.

Número de entidades presentes por departamento



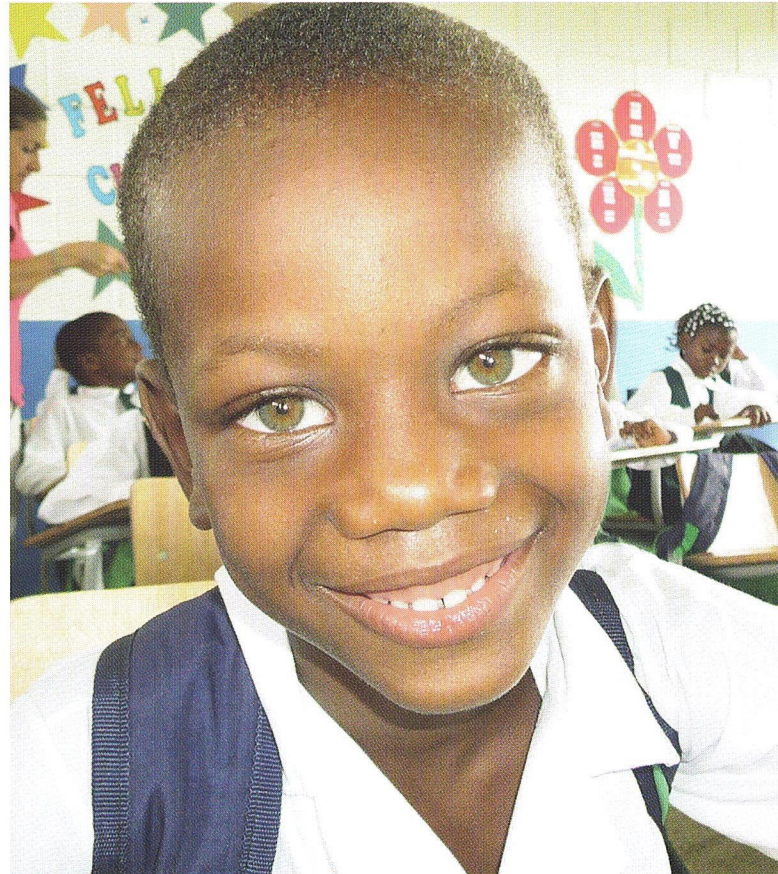
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, tomado del reporte de cobertura - Tipo de entidad, departamentos y municipios de la Banca de Oportunidades
Nota: 19 entidades están presentes en Bogotá y 15 en el departamento de Cundinamarca (sin Bogotá)

1.4 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA BANCA

A nivel mundial, en las últimas décadas se ha venido presentando una tendencia que demanda de la actividad privada responsabilidades que van más allá de lo usual, referidas, sobre todo, a aspectos sociales, ambientales y de gobierno corporativo. Así, se han desarrollado guías e indicadores que buscan orientar a las organizaciones en la consolidación de una gestión responsable, en relación a aspectos centrales de los negocios (Principios del Pacto Global); gestión ética y de gobierno corporativo (Norma SGE21:2008); gestión con los grupos de interés (AA 1000, ISO 26000, Libro Verde de la Unión Europea); gestión frente a los colaboradores (SA 8000); gestión medioambiental (ISO 14001); gestión de la calidad (ISO 9000); sistemas de reporte (GRI, Indicadores Ethos), entre otros.

Para el sector financiero se han desarrollado instrumentos que pretenden guiar hacia una gestión que propenda por el desarrollo sostenible en frentes como la actividad crediticia (Principios del Ecuador), gestión social y ambiental del riesgo (UNEP FI, IFC), inversiones del portafolio (Principios de Inversión Responsable), inclusión y educación financiera (The Smart Campaign, CGAP) entre otros. También se han promovido conceptos como el de consumidor responsable, que promueve la inclusión en las decisiones de compra, elementos distintos al precio y la calidad, como el impacto social y ambiental del producto y la conducta de las empresas que lo elaboran.

El mundo de la responsabilidad social es complejo. Está integrado por una multiplicidad de actores, prácticas, iniciativas, estándares e indicadores. A pesar de no existir unanimidad en el concepto, todas las actividades están guiadas por un objetivo común: construir un mundo más digno en donde habitar. No obstante, la diversidad de contextos en los que nacen y se desarrollan estas iniciativas impide la generalización en su aplicabilidad.





Los enfoques bajo los cuales se construyen muchas de ellas no se adaptan a las condiciones de las economías en desarrollo o a las prioridades de la realidad colombiana.

¿Qué significa para la banca ser socialmente responsable?

Para el sector, ser socialmente responsable significa ejercer bien la actividad bancaria en todas sus dimensiones y en todo momento. Esto implica un alto grado de responsabilidad en primer lugar con sus consumidores, sin quienes finalmente el objeto social de las entidades no podría llevarse a cabo. De ahí que en el presente informe sean ellos el primer grupo sobre el cual se reportan los avances realizados. La banca tiene la obligación de velar por la seguridad de los ahorros de sus clientes; de canalizar recursos para financiar su consumo, vivienda y actividades productivas, gestionando de manera óptima el riesgo inherente a esta actividad; de soportar de manera eficiente el sistema de pagos requerido por la economía y de ofrecerles productos y servicios adecuados a sus necesidades con calidad en la atención.

En segundo lugar, existe una responsabilidad muy fuerte con el bienestar de sus colaboradores y sus familias a través de la generación de empleos de calidad y del cumplimiento de la legislación laboral vigente. En tercer lugar con sus accionistas, sin los cuales las entidades no podrían existir y quienes depositan su confianza en los administradores para generar más valor de forma sostenible; y en cuarto lugar con sus proveedores, socios estratégicos para el negocio y finalmente con la sociedad.

Es por ello que la responsabilidad social supone también un compromiso con:

El desarrollo sostenible

- Apoyando al Estado a través de la canalización de recursos hacia actividades productivas y el fomento de la inversión a largo plazo y del empleo.
- Promoviendo un ambiente de competencia con precios que reflejen los costos y el valor social.

- Atendiendo los intereses de clientes, proveedores, empleados y accionistas.
- Respetando el medio ambiente.

La ética empresarial

- Cumpliendo con la normatividad vigente en todos los aspectos.
- Desarrollando y adoptando buenas prácticas de gobierno corporativo.

El entorno y la comunidad

- Apoyando iniciativas de las organizaciones de la sociedad civil en materias claves para el desarrollo como educación, salud y emprendimiento.
- Trabajando en la protección del medio ambiente en alianza con otras entidades.

En este orden de ideas, la responsabilidad social nace de una decisión individual, propia de cada entidad, que reflejará sus principios y valores y su entendimiento acerca de lo que significa ejercer bien la actividad en todas sus dimensiones y en todo momento.

Es por esto que como gremio, no es posible contar con una única y definitiva acepción de este concepto, pero sí con un trabajo conjunto dirigido a identificar buenas prácticas y compromisos sectoriales frente a temas cruciales.

Este trabajo se lleva a cabo a través de la generación de información e investigaciones sobre el papel de la banca en el desarrollo social y económico, siendo el Balance Social uno de sus instrumentos fundamentales; la promoción del diálogo e interlocución entre el sector y los diferentes grupos de interés; el intercambio de experiencias e identificación de buenas prácticas en RS y la definición de acciones gremiales de alto impacto y alcance en responsabilidad social.

¿Cómo se va a reportar?

El Balance Social es un ejercicio voluntario que Asobancaria ha desarrollado desde principios de los años noventa con el fin de medir y reportar al público el impacto social y económico de las actividades del sector, así como los avances y retos que año tras año se identifican para mejorar las relaciones con sus diferentes grupos de interés.

Para ello, desde 2005 Asobancaria viene realizando una encuesta a sus afiliadas con el fin de poder presentar una visión comprehensiva de los aportes de la actividad bancaria. Esta encuesta fue estructurada con las entidades a partir de la experiencia que han adquirido individualmente a la hora de elaborar informes de desempeño no financiero, de la revisión de las metodologías que existen para reportar y de la definición de los temas que la banca quiere dar a conocer a la sociedad.

Para 2010, se cuenta con información reportada por 20 de las 23 entidades miembro, con lo cual es posible sacar conclusiones a nivel del sector⁸. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los porcentajes reportados en ocasiones pudo verse reducido a 17 ó 18 entidades, según si las preguntas aplicaban para ellas.

Para complementar los datos proporcionados a través de la encuesta, este informe incluye también información sobre el sector que producen entidades como la Superintendencia Financiera de Colombia y el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. En cada caso se menciona si los datos presentados corresponden a información sobre todo el sector, sobre las entidades bancarias o sólo sobre las que reportaron en 2010.

Este ejercicio gremial se complementa con el que realizan algunas de las entidades que año tras año publican reportes no financieros, ya sea integrados a su informe de gestión o por separado, con el ánimo de dar a conocer los impactos de su labor de intermediación.

En 2010, el 90% de las entidades reportaron realizar informes de desempeño no financiero anualmente, así como acciones de difusión de los resultados a nivel interno y/o externo.

Para la elaboración de dichos reportes, un 30% de ellas reportó la incorporación de estándares internacionales, siendo el más utilizado el propuesto por el Global Reporting Initiative para la publicación de memorias de sostenibilidad⁹.



8. Las entidades que diligenciaron la encuesta 2010 fueron: AV Villas, Banagrario, Bancamía, Banco Popular, Bancoldex, Bancolombia, Banco de Bogotá, BBVA, BCSC, Citibank, Corficolombiana, Davivienda, Finamérica, Helm Bank, HSBC, Procredit, Banco Santander, Scotiabank, Sudameris y Titularizadora Colombiana.

9. Esta cifra corresponde al valor declarado por 20 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.



CAPÍTULO 2 LA BANCA Y EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL PAÍS

Un sector bancario moderno y eficiente contribuye al crecimiento y desarrollo económico de los países, en la medida en que posibilita agrupar el ahorro de los hogares y canalizarlo en actividades productivas, así como permitir suavizar los flujos de ingresos de los individuos a lo largo del ciclo de vida. El crecimiento sostenible y responsable del sector permite que las entidades se encuentren en la capacidad de generar valor para distribuir en el desarrollo, crecimiento y bienestar de sus accionistas, clientes, proveedores y la sociedad en su conjunto. En pocas palabras, una banca sólida, profunda y eficiente constituye la base para el desarrollo social y económico de las naciones.

La banca está comprometida con el crecimiento económico de Colombia a través de la generación activa de créditos, de la creación de empleo formal y del cumplimiento responsable de su función de intermediador para el desarrollo de las actividades productivas del país.

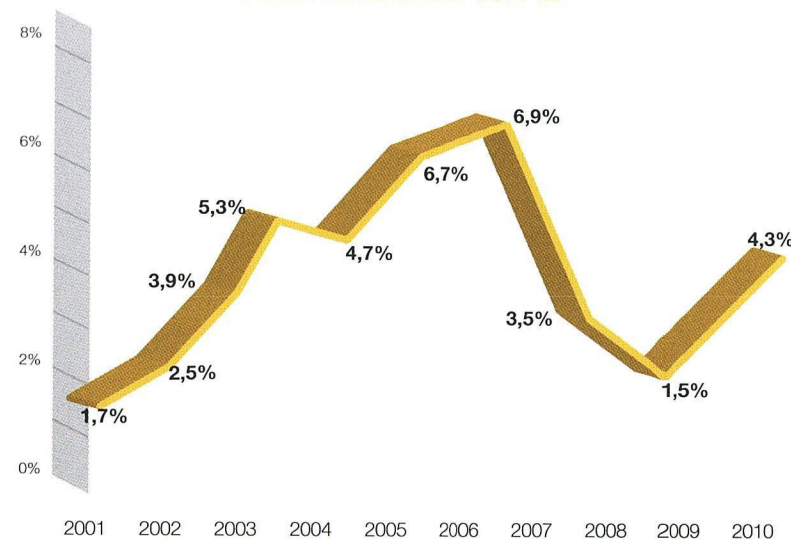
Panorama económico 2010

La economía colombiana creció 4,3% en el año 2010, luego de haber presentado una desaceleración en 2009, cuando el PIB sólo creció 1,5%. Este buen comportamiento se explica principalmente por el incremento en el gasto de los hogares y el crecimiento de la inversión. Desde el lado de la oferta, la reactivación económica estuvo liderada por el repunte registrado por la minería y el comercio en el país.



El sector bancario ha desempeñado un papel fundamental en el crecimiento de la economía. La banca salió bien librada de la crisis financiera internacional que en 2010 golpeó fuertemente a países como Grecia, Irlanda y Portugal, donde los bancos fueron generadores de inestabilidad. De esta manera, en una coyuntura de volatilidad en los mercados globales, las entidades bancarias se convirtieron en las aliadas del gobierno y continuaron de manera ininterrumpida inyectando dinero a la economía a través de la transferencia de recursos hacia el consumo de los hogares y de las empresas.

Crecimiento anual del PIB

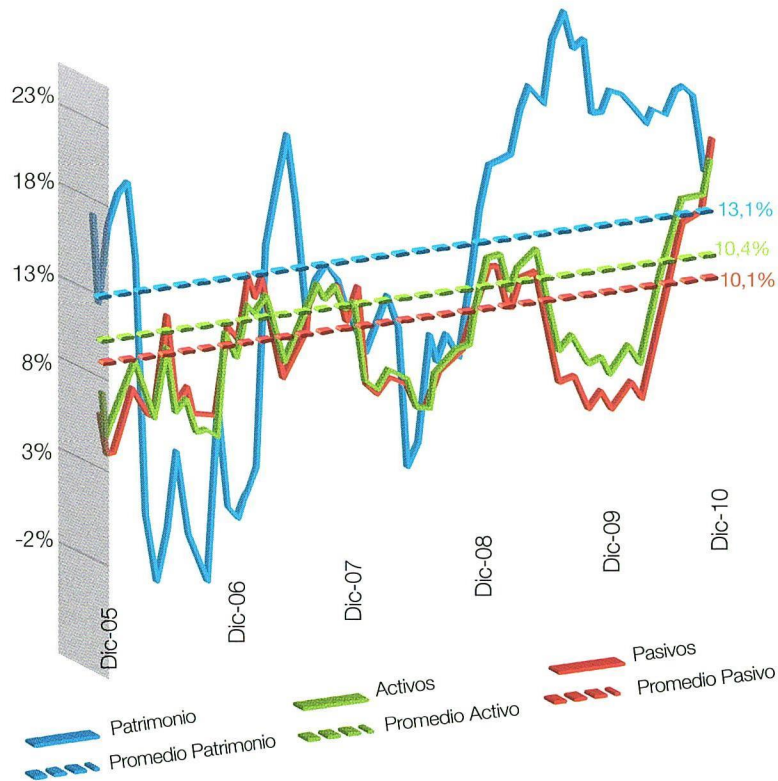


Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas –DANE–.

Evolución de la cartera y los depósitos

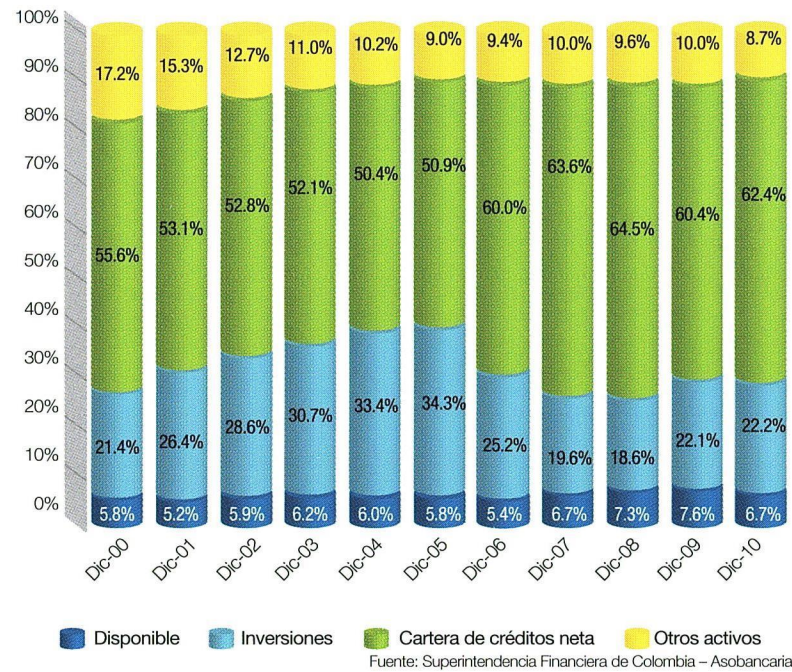
Con el ánimo de garantizar su aporte al crecimiento económico del país, el activo de la banca ha aumentado a una tasa anual promedio de 10,4%. La actividad crediticia tiene la mayor participación en los activos del sistema, al representar el 62,4% de ellos¹⁰.

Variación anual activo, pasivo y patrimonio



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia – Asobancaria

Composición del activo del sector bancario



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia – Asobancaria

10. Cartera neta del sector bancario sobre activos totales.

A diciembre de 2010, los activos del sector bancario eran de \$250 billones (incluidas las titularizaciones), de los cuales gran parte corresponde a la cartera de crédito de las entidades, seguido por las inversiones.

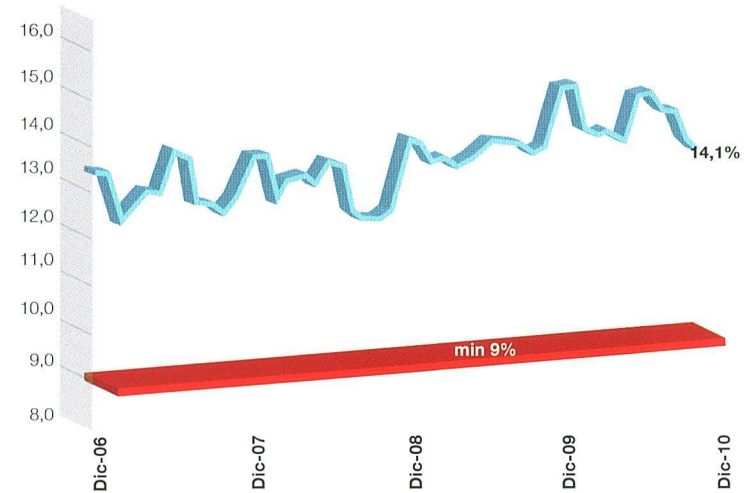
En Colombia, la profundización financiera en el sentido tradicional cartera/ PIB pasó de 25% en 2006 a 31,5% en 2010, mientras que relación depósitos sobre PIB fue de 33% en ese mismo año¹¹. A diciembre de 2010, los pasivos del sector bancario eran de \$211 billones de pesos. El 72% correspondía a depósitos del público, sobresaliendo las cuentas de ahorro y los certificados de depósitos a término.

Eficiencia

La expansión del sector se ha hecho de manera responsable como es tradicional en la banca colombiana, para no comprometer la solvencia. El patrimonio se ha incrementado en promedio al 13,1% real anual, de modo que la solvencia ha permanecido holgada, excediendo cómodamente el requerimiento del regulador (9%).

La eficiencia es un elemento indispensable para el buen desempeño en cualquier actividad. El compromiso del sector con el país se ha concentrado también en trabajar cada día de forma más eficiente. Al calcular el indicador de eficiencia (costos administrativos/margen ordinario) se encuentra que éste ha registrado un importante mejoramiento, ubicándose actualmente en un nivel históricamente bajo.

Indicador de solvencia del sistema bancario



Indicador de eficiencia del sistema bancario



11. Para la profundización financiera se toma el valor de la cartera bruta de los establecimientos de crédito sobre el valor del PIB para cada año.

Tributación

La banca se ha caracterizado por ser uno de los mayores contribuyentes del país. A través de su gran aporte a la tributación, la banca apoya de manera significativa el desarrollo económico y social del país. En 2010 su pago por concepto de impuestos totalizó \$2,357,053 millones de pesos, esto es, \$58,301 millones de pesos por encima del recaudo del año inmediatamente anterior.

A pesar de la disminución de 0.9% en el pago de impuesto a la renta, este continuó siendo el principal tributo pagado por el sector. En 2010, la banca contribuyó con \$1,587,246 millones de pesos por este concepto, mientras que por otros impuestos el pago total fue de \$769,806 millones de pesos. Cabe resaltar el incremento en el pago de impuestos de vehículo (81,8%) y de gravamen a los movimientos financieros (36,6%).

Impuestos a cargo del sector bancario (cifras en millones de pesos)

Pago impuestos	2009	2010	Var anual (%)	Diferencia
Total	2,298,751	2,357,053	2.5%	58,301
Impuesto de renta	1,602,333	1,587,246	-0.9%	-15,087
Otros impuestos	696,419	769,806	10.5%	73,388
Registro y anotación	3,362	2,423	-27.9%	-939
Industria y comercio	226,560	207,432	-8.4%	-19,128
Predial	22,088	25,500	15.4%	3,412
Vehículos	334	607	81.8%	273
Timbre	3,507	2,040	-43.3%	-1,557
GMF	117,667	156,014	32.6%	38,346
Sobre tasas y otros	322,811	375,791	16.4%	52,980

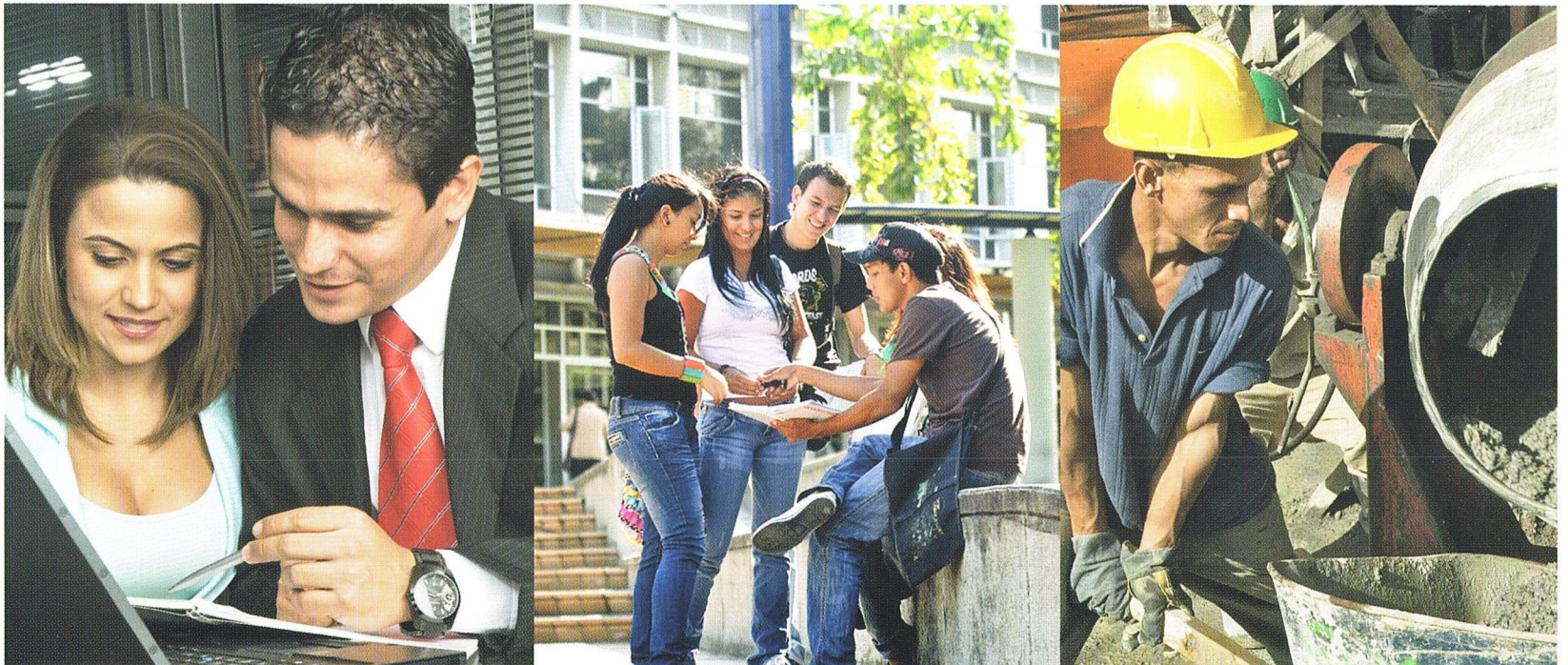
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia - Asobancaria



CAPÍTULO 3 LA BANCA Y SUS GRUPOS DE INTERÉS

Para la banca, la responsabilidad social se materializa en un compromiso permanente con sus grupos de interés. Por la naturaleza del trabajo que realiza, existe una relación directa con sus consumidores, colaboradores,

accionistas, proveedores, comunidad y Estado. En este capítulo, se destacan los principales aspectos en los que el sector viene trabajando para mejorar la relación con cada uno de ellos.



3.1 LA BANCA Y LOS CONSUMIDORES FINANCIEROS



Los consumidores financieros son los clientes, potenciales clientes y usuarios del sistema¹². Los clientes son las personas con quienes el sector tiene algún tipo de relación para el suministro de productos o servicios; los potenciales clientes son aquellos que se encuentran en negociaciones antes de establecer algún tipo de relación y los usuarios, son los que utilizan los servicios bancarios pero no son clientes. Ejemplo de ellos son las personas que se acercan a alguno de los bancos a pagar un servicio público, sin tener necesariamente una cuenta de ahorros con la entidad.

El sector ha asumido como uno de sus compromisos más importantes lograr la satisfacción permanente de sus consumidores, lo que se traduce en la investigación y desarrollo constante de productos, servicios y soluciones innovadoras que se ajusten a las necesidades de los consumidores y faciliten el acceso a créditos y otros servicios.

El sector visto por los clientes

Cada dos años, Asobancaria realiza encuestas a la población general (bancarizados y no bancarizados), empresarios y líderes, para identificar su nivel de conocimiento del sector y su opinión frente a la gestión que se lleva a cabo. Estos insumos permiten definir acciones de mejoramiento en distintos ámbitos.

Entre las conclusiones del último estudio realizado en 2010, se encuentra que:

- El sector bancario colombiano es ampliamente conocido por todos los segmentos encuestados, aunque es importante desarrollar estrategias

para fortalecer la relación con la población no bancarizada, así como la reputación del sector entre los líderes de opinión.

- Existe una brecha de conocimiento del sector entre la población bancarizada y la población no bancarizada, lo cual supone un gran reto: trabajar para que la población que se encuentra por fuera del sistema entienda su rol y las ventajas de acercarse a la banca y dejar la informalidad.
- Las acciones de responsabilidad social del sector son desconocidas para la mayoría de la población encuestada, razón por la cual sus expectativas al respecto parecen no estar cumpliéndose adecuadamente. Se deberán realizar mayores esfuerzos por dar a conocer los diferentes programas en responsabilidad social que se llevan a cabo individual y gremialmente.
- Si bien un gran número de encuestados reconoce el aporte del sector para mejorar la calidad de vida de la gente y la situación social del país, es importante continuar trabajando en este tema. Asimismo, en dar a conocer a la población que la banca se preocupa por enseñarle a los usuarios cómo manejar y qué precauciones debe tener con su dinero.

12. Artículo 2 de la Ley 1328 de 2009.

¿Qué está haciendo la banca para mejorar las relaciones con los consumidores?

Para mejorar la relación con sus consumidores, la banca viene trabajando en promover:

- La inclusión financiera
- La protección al consumidor financiero
- La educación financiera
- La seguridad bancaria

Inclusión financiera

Para el sector es clave implementar estrategias que permitan aumentar el acceso de las comunidades al sistema financiero y con ello apoyar el desarrollo y crecimiento del país. Incentivar la creación de productos y servicios especiales para los diferentes grupos de la población es una tarea que se realiza a diario. En 2010, el 64% de las entidades encuestadas contaba con productos para grupos poblacionales específicos como agricultores, jubilados y microempresas¹³.

Teniendo en cuenta la relevancia de este tema, Asobancaria ha publicado recientemente el Informe de Inclusión Financiera 2006 - 2010 que presenta los avances más importantes en el proceso tanto de aumentar el acceso al sistema financiero a través del ahorro o el crédito, como de aumentar el acceso eficiente a sistemas y herramientas de pago a clientes y usuarios del sistema.

Entre los resultados que se presentan se destaca que el indicador de bancarización¹⁴ registra un incremento sostenido durante los 5 años que analiza el estudio, pasando de 49% a 62% en 2010. En el último año, el

indicador creció 8% con respecto a 2009, es decir que 1,8 millones de nuevas personas mayores de edad ingresaron al sistema financiero en Colombia a través del acceso a cuentas de ahorro, tarjetas de crédito y créditos de consumo principalmente.

Entre 2006 y 2010, por ejemplo, el número de personas con crédito de vivienda creció 28%, registrando un incremento del 8% sólo en el último año, debido tanto al inicio de la recuperación económica como a la entrada en vigencia en 2009 del beneficio de cobertura en tasa de interés puesto en marcha por el Gobierno Nacional para promover la construcción y facilitar la compra de vivienda nueva.

Las entidades están comprometidas con apoyar las iniciativas del Gobierno que como ésta, buscan disminuir el déficit de vivienda que afecta al país. Es por ello que varias de ellas se han comprometido a apoyar a las familias en el proceso de compra de inmueble, regalándoles 8 años más de cobertura, adicionales a los 7 años del subsidio otorgado por el Gobierno.

En el marco de su compromiso con la igualdad de oportunidades, para el sector es importante conocer quiénes son sus consumidores y generar información sobre hábitos de consumo de mujeres y hombres. Para ello, el Informe de Inclusión Financiera 2006 - 2010 realizó un análisis por género que señala, por ejemplo, que son las mujeres quienes registran una mayor demanda de cuentas de ahorro y tarjetas de crédito. En 2010 las mujeres superaron a los hombres en tenencia de cuentas de ahorro en más de 1,4 millones de cuentas, mientras que en el caso de las cuentas corrientes, la participación de los hombres es mayor, alcanzando un 62%.

13. Esta cifra corresponde al valor declarado por 15 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

14. El indicador de bancarización se construye tomando el número de personas adultas con al menos un producto financiero en relación con el total de población adulta en el país.

En el caso de créditos de consumo, entre 2006 y 2010, el número de personas pasó de 2.7 millones a 4 millones, con lo cual a diciembre de 2010 a 1,3 de cada 10 personas se les había otorgado uno de estos créditos. Finalmente, para el mismo periodo, el número de personas con microcrédito creció 119%, pasando de 536 mil a 1.2 millones.

En el segmento de banca empresarial, 30 mil nuevas empresas adquirieron un producto financiero con respecto a 2009, con lo cual el sector sigue siendo motor de desarrollo del país¹⁵.

Acciones y obstáculos para incrementar la bancarización¹⁶

A pesar de los avances reportados y de los esfuerzos por facilitar el acceso de la población de bajos recursos a los servicios financieros, continúan existiendo obstáculos que limitan el incremento de la bancarización en los estratos 1, 2 y 3 de la población. Al respecto, el 57% las entidades que reportaron señalaron que lo más importante a la hora de aumentar el acceso de esta población es lograr un mayor acercamiento a los clientes potenciales y promover el uso de los corresponsales no bancarios. Otro de los aspectos que la banca considera de gran relevancia es el diseño de productos de menor costo y la generación de destreza en el manejo del crédito¹⁷.

La banca también coincide en la necesidad de continuar trabajando en la implementación de programas de educación financiera que brinden a la población las herramientas para acceder con confianza y responsabilidad a los servicios bancarios. La experiencia ha demostrado que por la falta de educación financiera, los clientes presentan problemas al administrar su tarjeta de crédito y débito, solicitar créditos y usar distintas alternativas de inversión.

Desde la perspectiva de la oferta, las entidades mencionaron que los principales obstáculos que limitan el acceso de estos grupos son los altos

costos administrativos de llegar a estos segmentos y el riesgo de crédito que perciben de este tipo de clientes y que no pueden compensarse debido a la existencia de límites a las tasas de interés.

Además, algunos elementos de la regulación financiera encarecen la prestación de servicios y se convierten en obstáculos para la bancarización. Entre los más conflictivos está el gravamen a los movimientos financieros. Frente a este gravamen, Asobancaria viene insistiendo ante el Gobierno en la necesidad de desmontarlo gradualmente debido a su impacto negativo en el proceso de bancarización. En general, la población cree que éste es cobrado por las entidades para su propio beneficio. Pocas personas conocen que el sector actúa sólo como recaudador de este gravamen establecido por el Estado y que existen exenciones que pueden solicitar. Por consiguiente, prefieren utilizar efectivo, generando una menor disponibilidad de recursos para la intermediación financiera.

Desde la perspectiva de los clientes, el principal obstáculo que perciben las entidades es, de nuevo, el gravamen a los movimientos financieros, seguido por el acceso fácil y rápido al mercado informal.

Acceso a servicios y ampliación de cobertura

El compromiso de la banca con la innovación en el desarrollo de productos y servicios para las diferentes poblaciones y necesidades, va de la mano con el trabajo realizado para aumentar su presencia en todo el país. Durante los últimos años, la inversión en desarrollos tecnológicos que han llevado a cabo las entidades, ha permitido un incremento significativo en número de oficinas, cajeros, datáfonos, corresponsales no bancarios, servicios por Internet y banca móvil; de igual forma se refleja en el ingreso de nuevas tecnologías como las tarjetas con chip con las que se busca ofrecer mayor seguridad a los clientes.

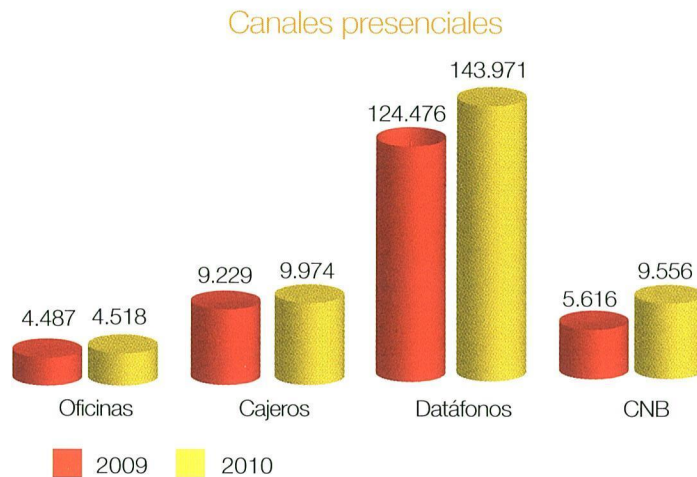
Hoy la banca está más cerca de la mayoría de la población, entregándole soluciones para llevar a cabo las operaciones y transacciones diarias.

15. En el Informe de Inclusión Financiera 2006-2010 se señala que el análisis de banca empresarial se hace a partir de la información del NIT que es reportada a la CIFIN por los bancos, compañías de financiamiento comercial y cooperativas vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia.

16. Resultados basados en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

17. Esta cifra corresponde al valor declarado por 14 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

Para el 2010, el sector había puesto a disposición de los colombianos 4.518 oficinas, 10.082 cajeros automáticos, 143.971 datáfonos y 9.698 corresponsales no bancarios¹⁸, manteniendo durante los últimos 5 años un crecimiento relacionado al tamaño de la población adulta.



Fuente: Informe de Inclusión Financiera 2006-2010, Asobancaria

Los corresponsales no bancarios se han logrado posicionar entre usuarios y entidades financieras como una alternativa eficiente y de fácil acceso que se encuentra presente en gran parte del país. Entre 2006 y 2010, el número de corresponsales se ha triplicado con respecto a la población adulta.

En cuanto a los canales virtuales, son los que mayor dinamismo y potencial de crecimiento han presentado en los últimos años. En 2010, el 95% de las entidades ofrecían a sus usuarios la posibilidad de realizar transacciones a través de Internet. De ellas, 7 disponían de banca móvil a través del celular¹⁹.

Protección al consumidor financiero

Para la banca, garantizar la protección a sus consumidores es un asunto prioritario, más aún teniendo en cuenta que es el único sector de la economía con un régimen especial de protección para sus consumidores. En la tarea de consolidar una cultura alrededor de este tema, la banca está comprometida con acatar de forma diligente las recomendaciones e instrucciones impartidas por la Superintendencia Financiera de Colombia y por consolidar una relación de permanente cooperación con el Supervisor.

Durante 2009 y 2010, las entidades bancarias desarrollaron distintas acciones para dar a conocer a sus consumidores, los derechos y responsabilidades que ambos tienen a la hora de realizar transacciones bancarias o de adquirir productos o servicios. Igualmente, por lograr que las relaciones con sus consumidores se rijan por los siguientes principios:

- Debita diligencia, a través del ofrecimiento de información y/o atención debida y respetuosa.
- Libertad de elección de los consumidores para escoger los productos y servicios y de las entidades para escoger sus clientes
- Transparencia e información cierta, suficiente y oportuna sobre derechos, obligaciones y costos de productos y servicios.
- Responsabilidad en el trámite de las quejas, cumpliendo con los plazos y condiciones previstos en las regulaciones e implementando acciones de mejora.
- Manejo adecuado de los conflictos de interés que surjan con los usuarios o entre dos o más usuarios, de forma transparente e imparcial.
- Educación sobre productos y servicios que se ofrecen, naturaleza de los mercados en los que actúan, instituciones autorizadas para prestarlos y mecanismos de defensa de los consumidores.

18. Informe Inclusión Financiera 2006-2010, pág. 21

19. Informe Inclusión Financiera 2006-2010, pág. 25

¿Qué prácticas debe adoptar un consumidor financiero para proteger sus derechos?

- **Cerciorarse de que la entidad con la que van a contratar o ha escogido para utilizar sus productos, sea una entidad autorizada y vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia. Visite su sitio web www.superfinanciera.gov.co**
- **Informarse sobre los productos y servicios y compararlos entre las entidades para tomar la decisión más adecuada según sus necesidades.**
- **Observar diligentemente las instrucciones y recomendaciones que le haga la entidad sobre el manejo del producto o servicio.**
- **Leer cuidadosamente los términos y condiciones del contrato que vayan a firmar y sus anexos y conservar copias de los documentos.**
- **Informarse sobre los órganos y medios de que dispone la entidad para presentar peticiones, solicitudes, quejas o reclamos.**
- **Exigir con respeto respuesta oportuna.**

El no ejercicio de estas prácticas no implica la pérdida de sus derechos ni exime a las entidades de sus responsabilidades.

Para poner en práctica estos principios, todas las entidades cuentan con:

- Un Defensor del Consumidor Financiero al que se pueden acercar los consumidores para interponer sus quejas y reclamos;
- Un Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC).

Además, trabajan comprometidamente en:

- Abstenerse de incurrir en conductas que conlleven abusos contractuales o de negociar cláusulas que puedan afectar el equilibrio del contrato o tener una posición dominante contractual.
- Elaborar los contratos y anexos que suscriben con sus clientes de forma clara, darles copia de todos los documentos y publicar en su página de Internet el texto de los contratos modelos usados para los distintos productos ofertados.
- No realizar cobros no pactados o no informados previamente al consumidor y tener a disposición de este los comprobantes o soportes de los pagos, transacciones u operaciones realizadas.

Atención al cliente

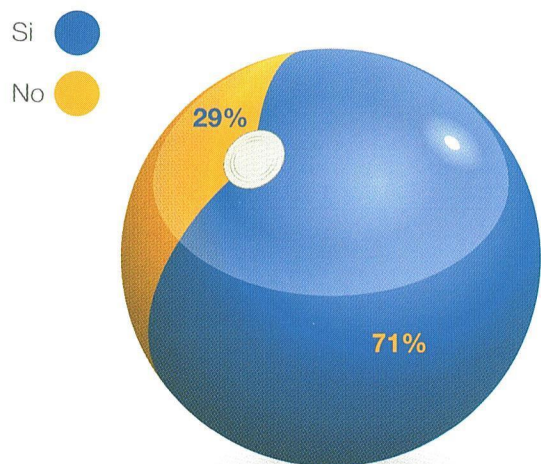
La atención y servicio al cliente requiere de acciones de mejoramiento continuo por parte de las entidades. En 2010, más del 73% de la banca contaba con un sistema de evaluación de servicio al cliente²⁰. A través de las evaluaciones realizadas, cada entidad logró conocer el porcentaje de clientes que consideraba que el servicio prestado había mejorado respecto al 2009. En el 30% de los casos, los clientes sintieron que este había mejorado entre 75% y 100%.

Esta mejora se debe, entre otros, a la inversión que el sector viene realizando para proveer los recursos humanos, físicos y tecnológicos necesarios para atender las solicitudes, quejas o reclamos de los clientes y para que en las sucursales se brinde una atención eficiente y oportuna.

20. Esta cifra corresponde al valor declarado por 15 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

Un ejemplo de ello es que para 2010, 71% de las entidades contaban en sus instalaciones y canales con adaptaciones para personas con limitaciones físicas²¹. De estas, todas reportaron tener rampas en sus oficinas y un 44% contar con otros instrumentos como ascensores adecuados para discapacitados, cajeros automáticos con rampas o con sistema braille para invidentes.

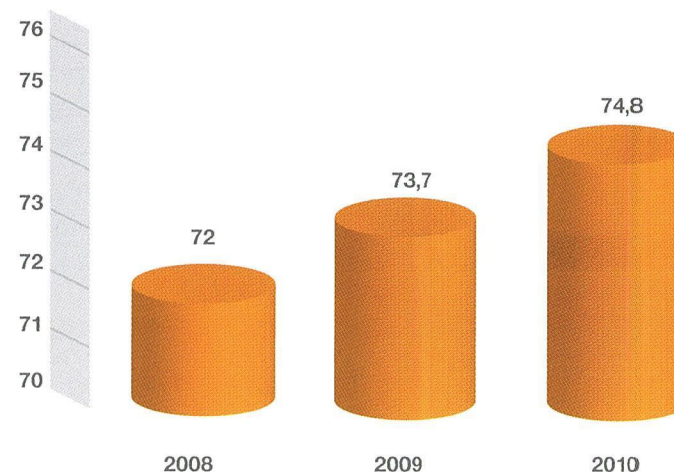
Entidades con instalaciones y canales para personas en condición de discapacidad



Fuente: Encuesta Asobancaria 2010.

Todos estos esfuerzos por mejorar la atención se ven reflejados, por ejemplo en la medición realizada en Colombia en 2010 de la satisfacción de los consumidores por medio del CIV (Customer Index Value) en la que el sector subió un punto en relación con 2009, obteniendo una calificación de satisfacción general de 74,8%, por encima del porcentaje reportado para países como Dinamarca, Noruega y Reino Unido.

Índice CIV de Satisfacción al Cliente Sector bancario



Fuente: Consumer Index Value.

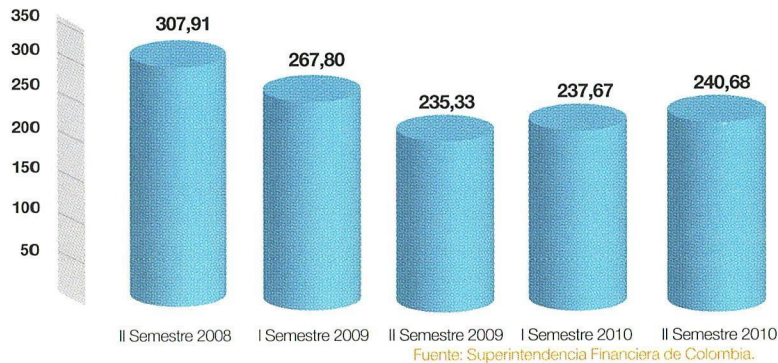
Quejas y reclamos

Según la información reportada por las entidades a la Superintendencia Financiera de Colombia²², las quejas presentadas a los establecimientos bancarios en 2010 disminuyeron en un 19% en comparación con 2007, pasando de 702.848 a 569.504 aproximadamente. En términos relativos, en el último semestre de 2010, por cada millón de transacciones realizadas se presentaron 241 quejas, lo cual equivale al 0,02% del total de transacciones. En el caso del banco que recibió el mayor número de quejas, éstas representaron tan sólo el 0,01% de sus transacciones.

21. Esta cifra corresponde al valor declarado por 17 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

22. La información reportada hace referencia a las quejas presentadas por los clientes y/o usuarios a través de los canales dispuestos por la Superintendencia Financiera de Colombia, los establecimientos bancarios y el Defensor del Consumidor Financiero. Entre los establecimientos bancarios se incluyen los bancos en liquidación contra los cuales se presentaron quejas.

Quejas por millón de transacciones



De las quejas reportadas en 2010, el 91% se hicieron ante los establecimientos bancarios, el 6% ante los defensores y el 3% ante la Superintendencia Financiera. Este comportamiento demuestra que los clientes prefieren acudir a las oficinas de las entidades para presentar sus inquietudes y confían en que ese es el camino adecuado para resolverlas. El continuar fortaleciendo esta confianza es uno de los retos clave del sector para los años que vienen.

En ese orden de ideas, el Sistema de Atención al Consumidor –SAC–, que vienen implementando todas las entidades, apunta a desarrollar políticas, procedimientos y controles que permitan procurar la debida protección del consumidor y propiciar un ambiente de atención y respeto para el mismo. Una vez este proceso de implementación termine, se espera poder evaluar el impacto del mismo en el número de quejas y reclamos presentados y resueltos.

El Defensor del Consumidor Financiero

El Defensor es el vocero de los clientes o usuarios ante la respectiva institución y quien conoce y resuelve las quejas individuales que los clientes o usuarios tienen frente a la entidad bancaria. Entre sus obligaciones está

atender oportuna, objetiva y gratuitamente las quejas que presenten los consumidores sobre el posible incumplimiento de la entidad de las normas que rigen la ejecución de los servicios o productos que ofrecen o prestan o respecto a su calidad. Asimismo, actuar como conciliador entre ellos y la entidad y presentar recomendaciones tendientes a mejorar los servicios, atención y protección del consumidor. En la actualidad, todas las entidades cuentan con un Defensor del Consumidor Financiero.

¿En dónde encontrar a su Defensor del Consumidor Financiero?

Para conocer el Defensor de la entidad con la cual tiene relación, puede consultar la página Web de la Superintendencia Financiera de Colombia www.superfinanciera.gov.co. En la sección de Consumidor Financiero, encontrará un listado con los datos de los defensores de cada entidad. También puede consultar la página Web de su entidad financiera en donde se relación los datos del Defensor del Consumidor.

Transparencia en la información

En materia de transparencia, la banca está comprometida con ofrecerles a los consumidores diversos medios para consultar el estado, condiciones y costos de sus productos y servicios, buscando que puedan comparar e informarse antes de tomar cualquier decisión.

Entre ellos, debe permitirles consultar gratuitamente, al menos una vez al mes, el estado de sus productos y servicios, contar en su Web con un enlace al sitio de la Superintendencia Financiera dedicado al consumidor financiero y reportar periódicamente a la Superintendencia el precio de los productos y servicios.



Protección de los datos personales de los consumidores

Las entidades del sector son responsables de asegurar en todo momento la confidencialidad de los datos personales de sus clientes.

Educación financiera

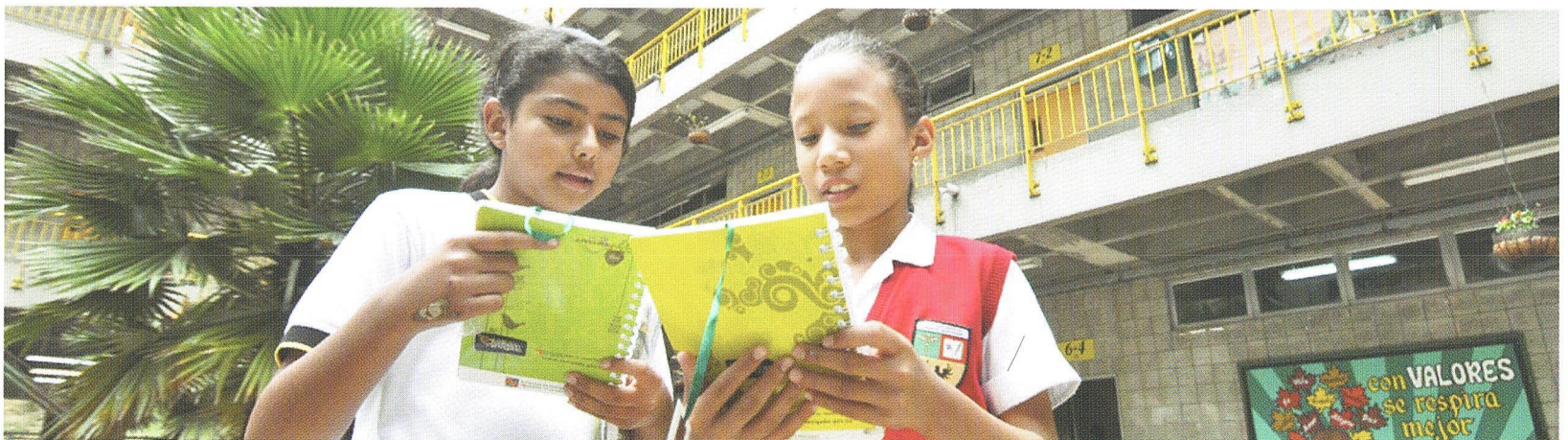
El sector es consciente de la importancia que la educación financiera tiene para la sociedad. El hecho de que las personas estén en capacidad de tomar mejores decisiones de inversión, ahorro y financiamiento contribuye no sólo a la estabilidad del sistema y a aumentar la inclusión financiera, sino también a superar la pobreza y la desigualdad.

Para el sector, la educación financiera es un elemento clave para el desarrollo del país. Brindar a los ciudadanos, desde la infancia, las herramientas y conocimientos necesarios para tomar decisiones financieras responsables, debe convertirse en una prioridad del gobierno y en un proceso que deben apoyar todos.

Con la reforma financiera de 2009, los esfuerzos que se venían haciendo se organizaron y potenciaron, logrando, por ejemplo, que durante el 2010 la educación financiera se incluyera dentro de la planeación estratégica de las entidades como un eje fundamental de trabajo.

En 2010, el 81% de las entidades que reportaron para este informe²³, contaban con programas y/o acciones en su mayoría enfocados a educar en temas de finanzas, economía y, en particular a promover la seguridad bancaria. En general, los programas estaban dirigidos a adultos y jóvenes y para su difusión se utilizaron medios como la página Web, cartillas y cursos en alianzas con instituciones educativas.

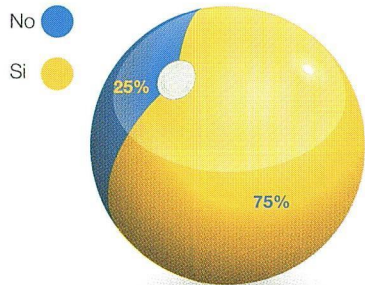
En cuanto a la metodología, la mayoría consideró que la mejor manera de impartir educación financiera era a través del acompañamiento a los clientes en el proceso de capacitación y del desarrollo de una página Web con información suficientemente clara que permita al usuario o cliente financiero tomar decisiones con responsabilidad.



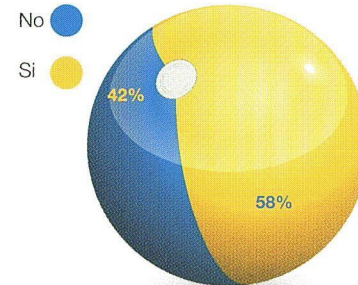
23. Esta cifra corresponde al valor declarado por 16 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

Canales de difusión de programas de educación financiera

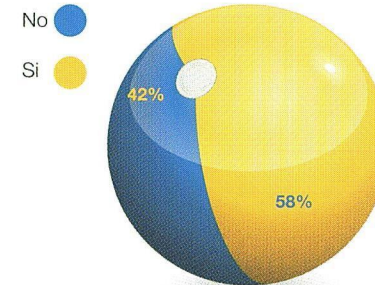
Página web



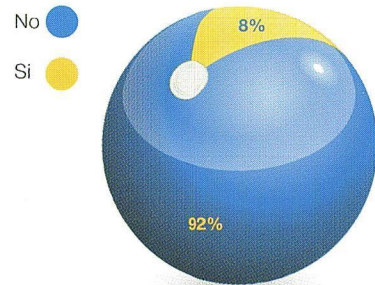
Cartillas



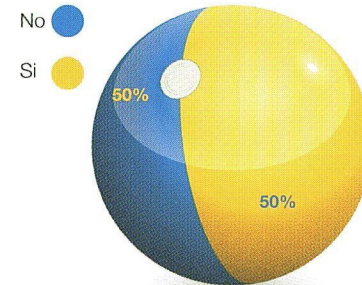
Cursos en Instituciones Educativas



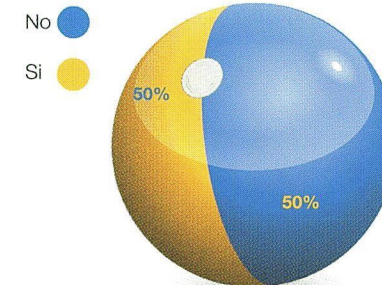
Buses



Volantes en Oficinas



Otros canales



Fuente: Encuesta Asobancaria 2010.

Durante el 2010, los programas de educación financiera que entidades del sector pusieron en marcha para trabajar directamente con las Secretarías de Educación, beneficiaron a más de 75.000 estudiantes y permitieron capacitar a más de 2.000 docentes de diferentes departamentos del país.

La banca está convencida de que en la tarea de informar y educar a los consumidores, la fuerza comercial cumple un rol fundamental al ser ellos los responsables de brindarles en primera instancia información y asesoría. Es por esto que en 2010, el 81% de las entidades contaba con programas dirigidos a capacitar a los empleados en el uso consciente de los productos y servicios financieros, así como en los derechos y obligaciones de consumidores y entidades²⁴.

Por otra parte, también es consciente de que para aumentar los bajos niveles de alfabetización en Colombia, es indispensable incluir la educación financiera dentro de la educación formal que se imparte desde la infancia. Es por ello, que varias de las entidades vienen apoyando desde hace años programas de capacitación a docentes y a estudiantes, dirigidos a lograr que niños y jóvenes adquieran hábitos saludables de ahorro y de consumo desde temprana edad.

Además de las iniciativas que las entidades vienen desarrollando a nivel individual, desde Asobancaria se apoyaron durante 2010 los siguientes proyectos:

ABC Mi Casa



Con el fin de educar financieramente a los deudores hipotecarios, propietarios e interesados en adquirir vivienda, Asobancaria puso en marcha en 2009 el portal web www.ABCmicasa.com, una

herramienta on-line con toda la información necesaria para que las personas puedan tomar decisiones adecuadas en lo relacionado con el crédito hipotecario y con el proceso de compra y mantenimiento de la vivienda. Durante 2010 se trabajó en dar a conocer la herramienta a través de alianzas con entidades públicas y medios de comunicación.

Alianza con la Secretaría del Hábitat

En alianza con la Secretaria Distrital del Hábitat de la Alcaldía Mayor de Bogotá, Asobancaria contribuyó a la formación en finanzas personales de más de 15.000 interesados en adquirir subsidios de vivienda. El programa, que se desarrolló en talleres de tres horas, se centraba en enseñar cuáles son los requisitos para acceder al subsidio distrital de vivienda ofrecido por la Secretaria Distrital del Hábitat, cómo acceder a un crédito hipotecario, cómo manejar el presupuesto para poder pagar la vivienda y cuál es la importancia del ahorro. En 2011, se pretende formar además en temas como funcionamiento del sistema financiero y derechos y obligaciones de los consumidores y de las entidades del sector.

Educación financiera para familias de la Red Juntos

En convenio con Banca de las Oportunidades, la Federación de Aseguradores Colombianos (Fasecolda), el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y la Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación, el gremio apoyó el desarrollo de un programa piloto de educación financiera para familias de la Red Juntos que en su mayoría se encuentran en situación de vulnerabilidad y tienen bajos niveles de conocimiento financiero²⁵.

Para 2011, el reto de la banca es lograr que ABC Mi Casa se convierta en el primer portal de consulta de los ciudadanos antes de decidir adquirir vivienda.

24. Esta cifra corresponde al valor declarado por 16 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

25. Red Juntos – hoy Red Unidos- es la estrategia liderada por el Gobierno Nacional que propone una intervención integral y preferente para 1,5 millones de familias colombianas en situación de pobreza extrema o de desplazamiento, con el propósito de que alcancen 45 logros básicos enmarcados en 9 dimensiones, que representan las condiciones deseables para su desarrollo, en un periodo máximo de 5 años.

El programa contribuye a la dimensión 8 referente a la bancarización y ahorro de la Red Juntos, así como a tres de sus logros y se enfoca en lograr que las familias definan una cuota de ahorro, conozcan las características de los servicios financieros y no estén sujetas a créditos con agiotistas. En 2010, se capacitaron a aproximadamente 2.500 alumnos de hogares de Pereira y Facatativá. Una vez se tengan los resultados de la evaluación del piloto, se espera poder replicar el programa en otras regiones del país.

Resultado nivel de aprendizaje de contenidos II semestre 2010

Pregunta	Antes	Después
¿Conoce qué es un presupuesto?	33%	72%
¿Utilizaría un préstamo para inversión?	11%	26%
Ante un riesgo, ¿pediría un préstamo?	51%	11%
Ante un riesgo, ¿gastaría sus ahorros?	11%	36%
Ante un riesgo, ¿reclamaría un seguro?	2%	23%

Fuente: Programa de educación financiera Red Juntos

Estrategia gremial

En 2010, Asobancaria y sus entidades iniciaron el proceso de construcción de un programa gremial de educación financiera por considerar que se trata de un tema de la mayor importancia que requiere de articulación y coordinación de esfuerzos y recursos para lograr el impacto y la calidad deseados.

Para ello, se creó un comité de educación financiera que cuenta con representación de los responsables del tema al interior de las entidades

afiliadas y cuyo objetivo es “desarrollar una estrategia de alcance nacional que promueva la educación financiera en Colombia, con el fin de mejorar el nivel de bienestar de los individuos y de sus familias, mantener la estabilidad del sistema financiero, impulsar el desarrollo socioeconómico del país y propender por la protección del consumidor financiero”.

La primera fase de este programa gremial se centrará en educar sobre cuatro temas fundamentales: funcionamiento del sistema financiero, presupuesto, cultura del ahorro y manejo de deudas. La apuesta es llegar a un gran número de colombianos, principalmente a través de medios virtuales como página Web y redes sociales, TV, radio y medios impresos.

En 2011, el gremio trabajará por articular estos esfuerzos a la “Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera” que diversas entidades públicas vienen impulsando²⁶ y por promover una alianza público-privada para su implementación. Es el sector el que tiene contacto directo con los consumidores y conoce sus perfiles y hábitos, fortalezas que pueden ayudar al éxito de la estrategia.

Para 2011, el reto es superar las dificultades que se han identificado hasta ahora en la implementación de programas de educación financiera. Se deben desarrollar herramientas que permitan medir y evaluar su impacto y metodologías diferenciadas para los diferentes grupos poblacionales.

Seguridad bancaria²⁷



Durante los últimos años la banca ha realizado importantes esfuerzos para implementar herramientas que coadyuven a la realización de transacciones bancarias más seguras. Es así como las entidades han venido migrando hacia sistemas “inteligentes” de seguridad, mejorando la autenticación de la identidad de los clientes,

26. Hacen parte del grupo promotor de la estrategia las siguientes entidades: Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Ministerio de Educación Nacional, Banco de la República, Superintendencia Financiera de Colombia, Fondo de Garantías de Instituciones Financieras –Fogafin–, Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas –Fogacoop– y Autorregulador del Mercado de Valores –AMV–.

27. Mayor información Dirección de Operación Bancaria, Asobancaria.



En los últimos dos años, el sector ha invertido más de \$150 millones de dólares en la implementación de herramientas que permitan mejorar la seguridad en las transacciones de los clientes, sin contar con los ingentes esfuerzos que en materia de comunicación efectúan las entidades para transmitir recomendaciones de seguridad que los clientes deben seguir a la hora de realizar sus operaciones.

configurando perfiles transaccionales, realizando mayor monitoreo y proporcionando mecanismos para la entrega de información en línea de las operaciones realizadas.

Una de las grandes apuestas es la puesta en operación de la tecnología EMV (European, Master, Visa) en las tarjetas de pago, conocida como tarjeta chip o inteligente. El esfuerzo de las entidades ha sido tan relevante que, a pesar de que tan sólo lleva dos años desde su inicio, en 2010, más del 50% de los bienes de tarjetas débito y 34% de las crédito incorporaban la tecnología EMV y más de dos millones de tarjetas de cuentahabientes contaban con chip.

Además, la banca ha venido colaborando con las autoridades judiciales (Policía y Fiscalía). Durante 2010 se realizó por parte de la Universidad de los Andes, con recursos de Asobancaria en representación del gremio, el primer curso en criminalidad informática dictado a 27 fiscales de Bogotá, experiencia que se espera poder replicar en los años que vienen. En adecuación tecnológica, se estructuraron proyectos de apoyo a las Unidades de Informática Forense de la Policía y la Fiscalía para aumentar su capacidad investigativa, analítica y proactiva en la atención y respuesta de incidentes informáticos financieros.

Los dispositivos de seguridad adoptados por las instituciones financieras generan retos en materia de comunicación, como lograr que los usuarios los conozcan y utilicen efectivamente. En el marco de su compromiso con la educación financiera, Asobancaria y sus entidades llevan cuatro años realizando campañas de sensibilización, enfatizando durante los dos últimos años la importancia de trabajar en equipo, -consumidores y entidades bancarias-, para derrotar a los delincuentes.

Recomendaciones de seguridad

- **Cambie frecuentemente sus claves y no las deje ver cuando las digite.**
- **Para ingresar a la página de su banco siempre digite usted mismo la dirección, nunca lo haga a través de links o correos electrónicos.**
- **Nunca acepte ayuda de extraños al realizar transacciones.**
- **Nunca pierda de vista su tarjeta a la hora de pagar y no permita que la deslicen en dispositivos distintos a datáfonos o Pin Pad.**
- **Nunca preste sus cuentas bancarias para que terceros realicen transacciones.**
- **Considere no válidos los mensajes de texto que llegan a su celular ofreciendo premios o solicitando sus datos personales.**
- **No realice sus transacciones bancarias desde computadores públicos y mantenga su computador actualizado con antivirus.**
- **No permita que personas extrañas paguen sus cuentas.**
- **Registre su número celular o correo electrónico para que su banco le informe inmediatamente sus transacciones.**

3.2 LA BANCA Y SUS COLABORADORES



Para la banca sus empleados son uno de sus activos más importantes. Por eso, se ha caracterizado por ser un sector generador de empleo de calidad, con políticas que promueven la igualdad de oportunidades y la capacitación de su fuerza de trabajo.

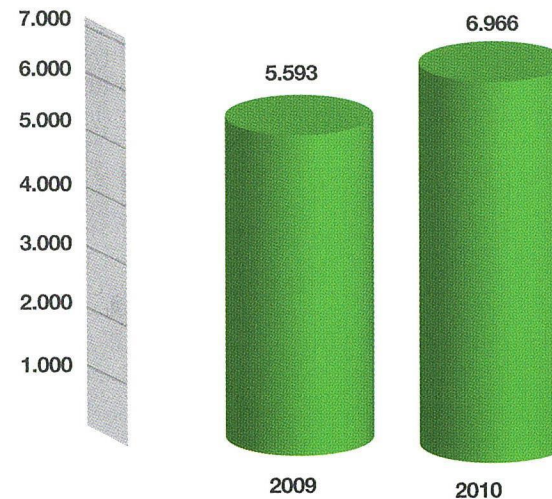
Según el listado realizado por Great Place to Work a más de 1.900 empresas de América Latina con 2,8 millones de empleados, el mejor banco para trabajar en la región es colombiano. Este resultado, más que una sorpresa, es consecuencia del esfuerzo que hace la banca por atraer y retener a sus colaboradores.

Dos de los bancos locales se encuentran entre las diez mejores compañías para trabajar en Colombia, según el estudio *Great Place to Work*. Un reconocimiento que mantiene a la banca motivada a trabajar por generar un buen clima laboral y la satisfacción de sus colaboradores.

Un sector que genera nuevos empleos y apoya la igualdad de género

Para este informe, las entidades encuestadas reportaron haber generado 6.966 nuevos empleos en 2010.

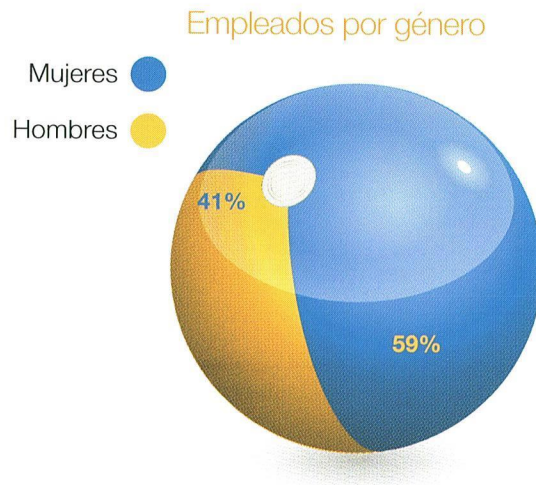
Empleos directos nuevos



Fuente: Encuesta Asobancaria 2010.



Desde la segunda mitad del siglo XX grandes iniciativas se han llevado a cabo en todo el mundo para promover la igualdad de género, y la banca colombiana no ha sido la excepción. Del total de empleados del sector, el 59% son mujeres, lo cual supone un gran esfuerzo por garantizar la igualdad de oportunidades y eliminar las barreras que históricamente ha tenido que enfrentar la mujer para acceder al mercado laboral²⁸.



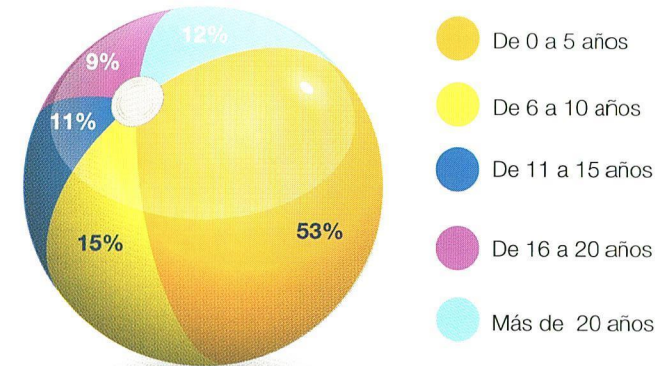
Fuente: Encuesta Asobancaria 2010.

Empleo de calidad y para todas las edades

Uno de los principales elementos que permiten identificar a un empleo de calidad es la estabilidad que este pueda ofrecerle al colaborador. En contravía de la tendencia mundial que apunta a la contratación de tipo ocasional y sin prestaciones laborales, la banca mantiene su compromiso con la generación de contratos laborales a término indefinido que reconozcan todas las prestaciones de ley. Es así como en 2010, el sector incorporó por contrato laboral a término indefinido a más del 88% de sus colaboradores.

De ellas, el 94% trabajan tiempo completo, brindando con esto estabilidad a sus empleados y familias. Al analizar la antigüedad de los funcionarios, se encuentra que el 47% llevan más de 5 años en su entidad.

Tiempo promedio de vinculación



Fuente: Encuesta Asobancaria 2010.

Adicional a esto, y partiendo del hecho que la compensación es un factor clave para fomentar el compromiso, motivación y sentido de pertenencia, las entidades ofrecen como valor agregado a sus colaboradores beneficios extralegales, como bonificaciones y otros incentivos que pueden ser extensivos a sus familias en materia educativa, deportiva y de recreación. En 2010, el 89% de las entidades tenían incluidos este tipo de beneficios para sus colaboradores, invirtiendo en ellos más de \$274 mil millones de pesos²⁹.

Por otro lado, en un país donde la tasa de desempleo de los jóvenes está alrededor del 20%, la banca ha hecho grandes esfuerzos por brindarles oportunidades de inserción laboral. Entre los empleados del sector, el 17% son menores de 25 años y el 43% están entre los 26 y 35 años³⁰.

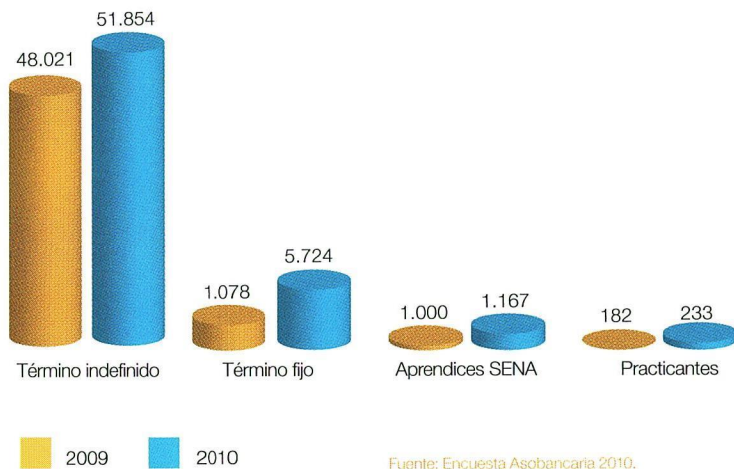
28. Esta cifra corresponde al valor declarado por 18 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

29. El 89% corresponde al valor declarado por 18 entidades y el total de beneficios corresponde al valor declarado por 12 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

30. Esta cifra corresponde al valor declarado por 18 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

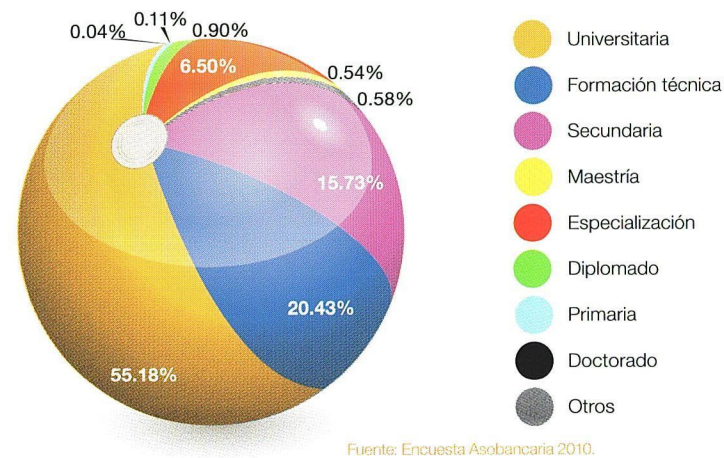
Finalmente, como muestra de su compromiso con la formación e inclusión laboral de los jóvenes, el número de aprendices del SENA en las entidades aumentó 17% y de estudiantes en práctica 28% respecto a 2009³¹.

Empleados por tipo de contrato



Al analizar el nivel educativo de los empleados bancarios, se encuentra que la mayoría ha realizado algún tipo de estudios. Mientras que cerca del 55% tiene estudios de pregrado, el 20% cuenta con formación técnica y el 8% tiene diplomados, maestrías o especializaciones³².

Nivel de educación de empleados del sector



Educación y desarrollo: un sector capacitado al servicio del país

La banca está comprometida con la capacitación de sus trabajadores, lo cual resulta fundamental para el desarrollo. Colaboradores altamente capacitados pueden responder eficientemente a las necesidades de los clientes, a las expectativas generadas por los accionistas y a los requerimientos del país.

En 2010 las entidades otorgaron más de \$21 mil millones de pesos en créditos y subsidios educativos y otras ya tenían instaurado unos subsidios para que sus colaboradores pudieran estudiar³³. Pero el sector no se destaca solo por la búsqueda constante de desarrollo de sus colaboradores. En el 56% de las entidades encuestadas, los colaboradores participaron en algún programa de voluntariado social, apoyando obras en las diferentes fundaciones patrocinadas por sus entidades y demostrando su interés por ayudar a la comunidad y a los grupos más necesitados.

31. Esta cifra corresponde al valor declarado por 16 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

32. Esta cifra corresponde al valor declarado por 14 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

33. Esta cifra corresponde al valor declarado por 11 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.



Comunicación permanente con los colaboradores

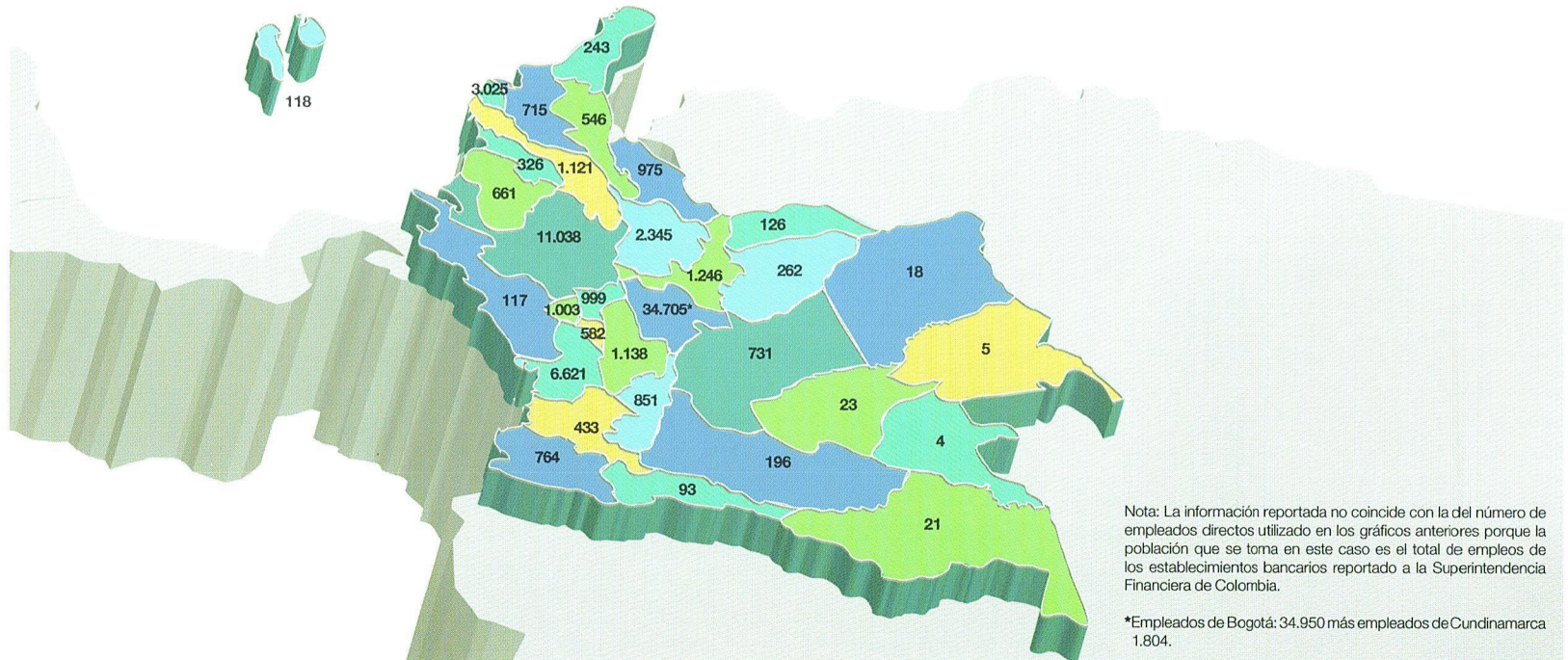
Uno de los factores que más valoran los empleados es la posibilidad de contar con canales abiertos de comunicación internos. En este sentido, la banca ha trabajado fuertemente para difundir la información de manera oportuna y en todos los niveles, promoviendo la integración, información y participación de sus colaboradores. Entre las herramientas más utilizadas se encuentran los correos con comunicaciones corporativas, la Intranet, las carteleras virtuales e incluso las revistas físicas.

La gran mayoría de las entidades cuenta con distintos mecanismos para evaluar la satisfacción de sus empleados, siendo las encuestas estructuradas y reuniones periódicas las que se usan con mayor frecuencia³⁴.

Empleo en todo el país

La distribución de empleo de la banca por regiones muestra la diversidad de origen de sus colaboradores, que se encuentran en los 32 departamentos del país, así:

Distribución empleados del sector bancario (empleados por departamento)



34. Esta cifra corresponde al valor declarado por 18 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

3.3 LA BANCA Y SUS ACCIONISTAS

El compromiso con los accionistas supone la permanente creación de valor y la responsabilidad de preservar la estabilidad y continuidad del negocio, procurando una rentabilidad y solvencia adecuadas, así como una respuesta oportuna ante eventos de interrupción que puedan presentarse.

De acuerdo con las cifras publicadas por la Superintendencia Financiera, la solvencia de la banca ha ido mejorando cada vez más, siendo así que en 2010 fue de 14,09%, nivel muy superior al mínimo requerido por la ley del 9%³⁵.

La rentabilidad del sector se mantuvo estable en el año 2010. El ROA, que mide las utilidades que se generan por cada peso en el activo, fue de 2,18% y el ROE que indica las utilidades por cada peso en el patrimonio, se ubicó en 16,72%.

Lo anterior representa para los accionistas unos buenos resultados, sin desconocer que existen otros sectores más rentables que el bancario, como el minero, el petrolero y el de la construcción.

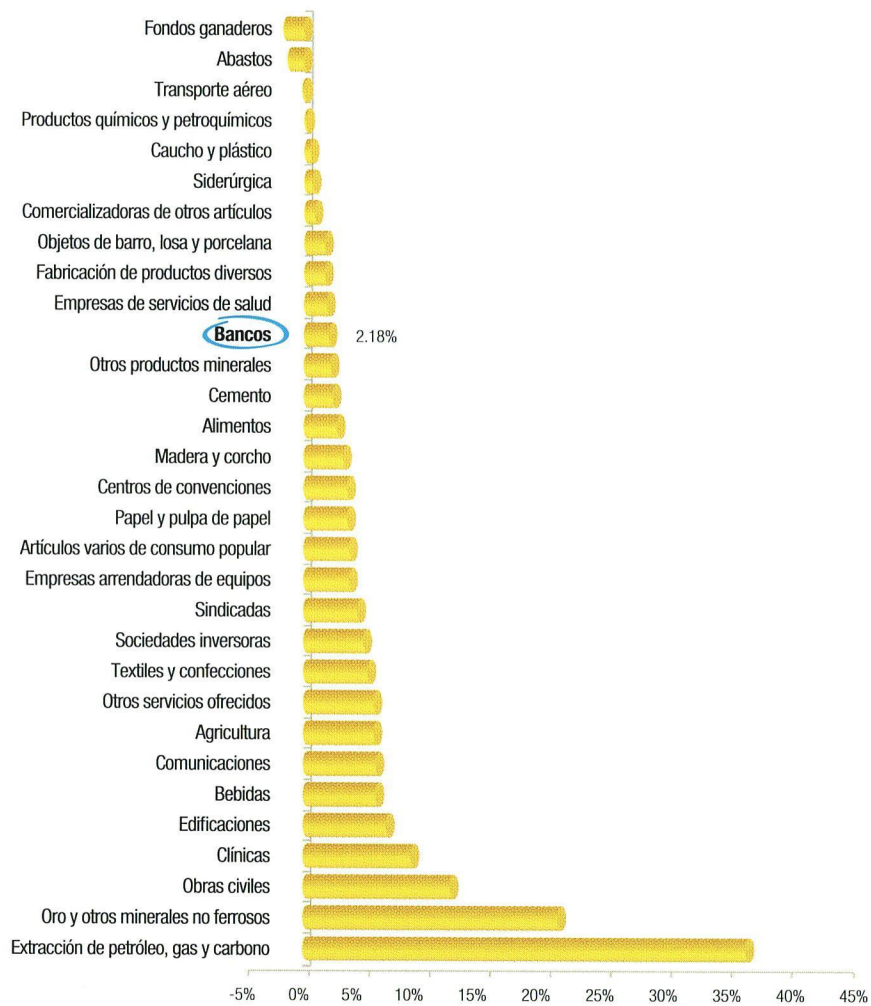
Al hacer la comparación utilizando el ROA, se encuentra que el sector de extracción de petróleo, gas y carbono tuvo una rentabilidad del activo del 38,23%, que es más de 17 veces la que obtuvo el sector bancario, el cual ocupó el puesto 21 entre los 31 sectores de la actividad económica colombiana. En la rentabilidad del patrimonio, la banca ocupó el cuarto puesto.



³⁵.El indicador de solvencia se define como el valor del patrimonio técnico, dividido por el valor de los activos ponderados por nivel de riesgo más el riesgo de mercado.

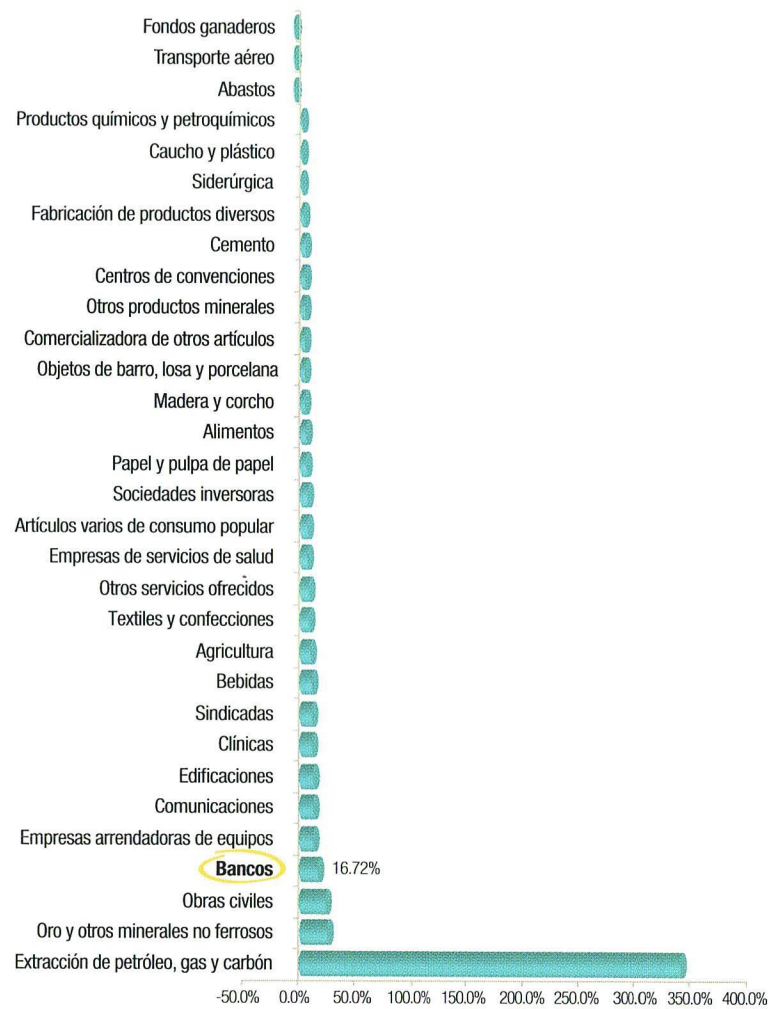


ROA por sectores de actividad 2010



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

ROE por sectores de actividad 2010



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Movimientos estratégicos de la banca generan valor a los accionistas

Los buenos resultados reportados por la banca en 2010 han estado acompañados por anuncios de incursión en la bolsa de compañías del sector, la compra de acciones en compañías internacionales por parte de un grupo financiero local y el fortalecimiento de la participación en la bolsa de Nueva York de un banco nacional.

Uno de los bancos afiliados a Asobancaria llevó a cabo su primer proceso de colocación de acciones, dirigido a abrir las puertas a los colombianos y permitirles beneficiarse de sus resultados. La entrada de este banco al mercado de valores fue un éxito, pues los colombianos acudieron de manera masiva a comprar acciones, superando las ofertas en diez veces el monto estipulado para la emisión.

Por otra parte, uno de los grupos financieros más grandes del país expandió sus operaciones hacia mercados internacionales, a través de la adquisición de una entidad financiera en Centroamérica, lo cual resulta en una ampliación del portafolio de inversión para los accionistas. Además,

la solidez de la banca ha permitido que acciones locales se listen en las bolsas internacionales. Aparte los bancos internacionales, uno de los bancos locales más grandes del país ya lleva 15 años en la bolsa de Nueva York y para 2011 se espera que otros jugadores nacionales entren a cotizar en este mismo mercado accionario.

Estos movimientos estratégicos reflejan que el crecimiento rentable de la banca ha sido beneficioso para los accionistas quienes han obtenido mayores retornos vía valorizaciones en el precio de la acción y distribución de dividendos.

El precio de la acción de las compañías del sector aumentó en 2010, algunas tuvieron crecimientos entre el 70% y el 100% de su valor, mientras que los dividendos pagados por la banca a sus accionistas están entre los más altos del país, si se comparan con otros sectores como el de comercio, de alimentos o industrial.

Rentabilidad del dividendo

Entidad	Dividendo	Precio acción 30 diciembre 2010	Dividendo/precio
BBVA	14,61	300	4,87%
Ecopetrol	145,00	4.071	3,56%
Banco Santander	70,00	2.200	3,18%
Bancolombia	668,64	29.871	2,24%
Banco AVillas	148,00	7.010	2,11%
Banco Popular	11,04	560	1,97%
Banco de Occidente	630,00	37.660	1,67%
Banco de Bogotá	810,00	57.950	1,40%
Éxito	300,00	23.486	1,28%
Nutresa	342,00	27.054	1,26%
Cemargos	132,00	11.496	1,15%
Grupo Aval	19,50	1.714	1,14%
Davivienda	200,00	22.923	0,87%

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia - Cálculos Asobancaria
 Nota: Las entidades resaltadas en negrilla pertenecen a otro sector



Basilea: principios de buen gobierno

1. Los miembros del Consejo de Administración (CA) deberán ser aptos para sus cargos, comprender sus funciones en el gobierno corporativo y ser capaces de aplicar su buen juicio en asuntos que atañen a la entidad.
2. El CA deberá aprobar y vigilar los objetivos estratégicos y valores corporativos del banco que se comunican a toda la organización.
3. El CA deberá establecer y hacer cumplir líneas claras de responsabilidad en la organización.
4. El CA deberá asegurar que la Alta Gerencia (AG) realiza un seguimiento acorde a las políticas.
5. El CA y la AG deberán hacer uso del trabajo realizado por las funciones de auditoría interna, externa y de control interno.
6. El CA deberá garantizar que las políticas y prácticas retributivas del Estado son congruentes con su cultura empresarial, sus objetivos y su estrategia a largo plazo.
7. La Entidad deberá estar dirigida con transparencia.
8. El CA y la AG deberán comprender la estructura operativa de la Entidad y saber si ésta opera en jurisdicciones o mediante estructuras que obstaculizan la transparencia.

Altos estándares de transparencia y gobierno corporativo

Garantizar la sostenibilidad y rentabilidad del negocio implica contar con altos estándares en materia de transparencia y toma de decisiones. Para ello, las entidades han puesto en marcha sistemas de gobierno corporativo que establecen de manera clara la forma como la Junta Directiva y la Alta Gerencia dirigen las actividades y negocios de la entidad y protegen a los distintos grupos de interés.

La encuesta Código País que diligencian anualmente las entidades y presentan ante la Superintendencia Financiera, es el mecanismo por medio del cual se evidencia la forma como cada organización está dando respuesta a las recomendaciones en materia de gobierno corporativo y que, aunque son de adopción voluntaria, se han convertido en un marco de referencia obligatoria para evaluar su compromiso en las distintas líneas temáticas: accionistas, junta directiva y revelación de información financiera y no financiera.



3.4 LA BANCA Y SUS PROVEEDORES



Las entidades bancarias reconocen a sus proveedores como socios estratégicos para el negocio. De ahí que existan acciones dirigidas a lograr que ellos sean partícipes de los beneficios y crecimiento de las entidades a través de la generación de alianzas. El manejo integral de los proveedores implica aspectos relacionados con la implementación de políticas de contratación que eliminen la evasión de contribuciones al sistema de seguridad social, políticas justas de selección y evaluación de los proveedores y seguimiento a los productos y servicios recibidos.

Respecto a los criterios que utilizan las entidades a la hora de seleccionar a sus proveedores se destaca en primer lugar la calidad del bien o servicio, seguida por los costos, la trayectoria del proveedor, las revisiones de riesgo, la existencia de códigos de buen gobierno corporativo y de estándares en materia ambiental, entre otros. Todas las entidades encuestadas revisan la calidad al contratar al proveedor de mensajería y el 92% miran ese mismo factor al escoger la persona que provee los servicios de tecnología, call center y mensajería³⁶.

Dado que para la banca es muy importante conocer el nivel de satisfacción de sus proveedores, en 2010, más del 70% de las entidades contaba con medios para evaluar la satisfacción e identificar acciones a reforzar en temas como capacitación, canales de comunicación y herramientas de atención, quejas y reclamos presentadas por los mismos proveedores³⁷.

De acuerdo con dicha evaluación, en 2010 alrededor del 20% mejoró su prestación de servicios entre un 75% y 100%. Si bien la mayoría de las entidades utilizó como mecanismo de evaluación las reuniones periódicas de evaluación con los proveedores, también se emplearon métodos como el buzón de sugerencias, encuestas, visitas y revisiones del cumplimiento de los servicios contratados y de los acuerdos a nivel de servicios.

Los resultados de las evaluaciones permiten que las entidades identifiquen niveles de satisfacción y aspectos para poder prestar un servicio de mejor calidad año tras año.

36. Esta cifra corresponde al valor declarado por 14 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

37. Esta cifra corresponde al valor declarado por 14 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.



CAPÍTULO 4 OTRAS ACTIVIDADES DE LA BANCA

4.1 Apoyo a las comunidades

Los colombianos, nuestra gran apuesta

Trabajar con y para la comunidad se ha convertido en una actividad fundamental dentro la estrategia de responsabilidad social de la banca. Son múltiples los campos en los que el sector ha decidido invertir para contribuir al desarrollo del país y mejorar la calidad de vida de los colombianos. Cerca del 60% de la banca ha constituido fundaciones propias de carácter social a través de las cuales ha canalizado numerosos recursos para apoyar a las comunidades en las diferentes regiones del país.

La apuesta por la educación desde los primeros años hasta la universidad se ha consolidado. Para 2010, en su conjunto, la banca aportó cerca de \$25 mil millones de pesos que fueron destinados a programas de educación financiera para docentes de instituciones educativas públicas, mejora de las habilidades de lectura y escritura de niños y jóvenes de escuelas rurales y urbanas ubicadas en zonas de alta vulnerabilidad social, entrega de dotaciones escolares en zonas afectadas por la ola invernal, dotación de bibliotecas, implementación de programas educativos en alianza con el sector público y acceso a la educación superior a través de becas, ayudas reintegrables y/o préstamos blandos³⁸.

Otra de las apuestas grandes de la banca se centra en el apoyo al desarrollo social y comunitario a través de proyectos para fortalecer y en



algunos casos reconstruir el tejido social de comunidades afectadas por la violencia. Los puntos de entrada son diversos y van desde el apoyo a proyectos productivos hasta actividades directas con las comunidades en temas de derechos humanos.

Dividendo por Colombia, Solidaridad por Colombia y Computadores para Educar, son algunos de los programas apoyados por la banca.

38. Esta cifra corresponde al valor declarado por 15 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010

La banca, solidaria con los damnificados de la ola invernal

La banca se ha unido para apoyar a los miles de damnificados que resultaron afectados por la fuerte ola invernal que sufrió el país a finales del año 2010. Según estimaciones del Gobierno, más de 2 millones de personas fueron afectadas por este fenómeno.

El sector movilizó en primera instancia a sus propios empleados generando cadenas de solidaridad que han recaudado importantes recursos para donar a Colombia Humanitaria. También se hicieron donaciones orientadas a la restitución del derecho a la educación en zonas afectadas por el invierno a través de dotaciones de kits escolares, carpas, sillas y otros elementos para ayudar a garantizar la continuación del calendario escolar. En la navidad de 2010, algunos bancos realizaron campañas de recolección de mercados y regalos para las miles de familias damnificadas en todo el país.

En la actualidad, la banca está implementando acciones específicas para hacerle frente a la crisis. Entre las medidas se encuentran la creación de líneas de crédito y la activación de tasas de interés especiales para las deudas de personas afectadas directamente por el invierno. En algunos casos, se ha revisado el otorgamiento de estos mismos beneficios a personas o empresas que de forma indirecta se han visto afectadas por la ola invernal. Adicionalmente, el 100% de los municipios más afectados cuenta con presencia bancaria, condición que facilita al gobierno la posibilidad de dispersar subsidios o canalizar las ayudas financieras que considere necesarias para iniciar la reconstrucción de las zonas más deprimidas.

La cultura y el deporte, pilares de la sana convivencia

Preocupada por dar un apoyo integral al desarrollo de la educación más allá de las aulas, la banca ha venido apoyando actividades de carácter cultural y deportivo, pues considera que estos espacios son complementarios y fortalecen las tradiciones, la cultura y la educación del país. En este sentido, en 2010 se invirtió más de \$9 mil millones de pesos en apoyo a eventos y proyectos que rescatan la diversidad cultural, favorecen la integración, el

desarrollo personal, la salud y el bienestar social³⁹. Exposiciones artísticas, festivales, campeonatos deportivos y ferias hacen parte de las actividades patrocinadas.



39. Esta cifra corresponde al valor declarado por 13 entidades en la encuesta de RS de Asobancaria 2010.

Finanzas para Educar: *Un país que aprende es un país que avanza*

Finanzas para Educar, es un programa liderado por Asobancaria y canalizado a través del Plan Padrino de la Presidencia de la República que sigue ejecutándose en la actualidad. A través de este programa, la banca en su conjunto ha llegado a comunidades alejadas en donde, gracias a su aporte financiero, se han logrado construir escuelas para aumentar la cobertura y la calidad educativa en municipios de extrema pobreza, con dificultades de acceso y poca capacidad de gestión de recursos.

Hasta 2010 Asobancaria invirtió más de \$6.700 millones de pesos en el desarrollo de 27 proyectos, distribuidos en 12 departamentos: Amazonas, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Cesar, Chocó, Córdoba, Guainía, Guajira, Guaviare, Nariño y Sucre. Los proyectos entregados hasta ahora han beneficiado a más de 21 mil niños en todo el país, lo que demuestra el compromiso serio y responsable del sector bancario con las necesidades educativas y sociales de Colombia. En 2011, se entregarán nueve construcciones más en los departamentos de Cauca, Chocó, Córdoba y Nariño, con una inversión superior a los \$2.000 millones de pesos.

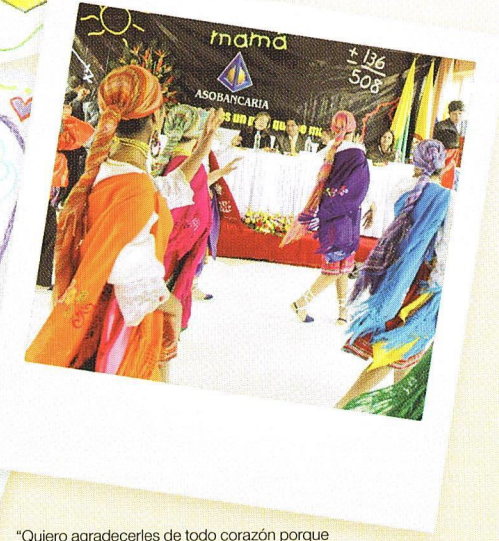


"...Sus obsequios me servirán para mi próximo año escolar, los luciré con orgullo"
-Luz Dary, La Victoria-



Un pupitre para soñar

"Gracias por darnos las cuatro aulas ya que con ellas nos sentimos muy bien"
-Natalia Guerrero, La Victoria-



"Quiero agradecerles de todo corazón porque es una gran ayuda para todos los niños de este colegio."
-Milena Yépez, La Victoria-

Bases firmes para la educación de Colombia



4.2 LA BANCA Y EL MEDIO AMBIENTE

En el ámbito ambiental, las entidades reconocen la importancia de la riqueza natural del país y su responsabilidad con la promoción de un desarrollo sostenible.

En el marco de su compromiso, las entidades vienen adoptando acciones dirigidas a lograr la eficiencia tanto al interior de sus organizaciones como en las relaciones con sus grupos de interés, a partir de la identificación del impacto que sus actividades tienen sobre la cadena de valor. Día a día el sector trabaja por mejorar la administración, análisis y desempeño ambiental. Asimismo, por adoptar las mejores prácticas nacionales e internacionales, entre ellas la implementación de acciones internas que propenden por el ahorro de energía, agua y disminución de emisiones a través del uso de tecnologías limpias.

En la relación con sus clientes, el sector viene trabajando en lograr que la evaluación del riesgo ambiental de las solicitudes de crédito que llegan a las entidades se realice de manera juiciosa, evitando que los recursos desembolsados se utilicen para financiar proyectos que afecten el medio ambiente. Igualmente, promoviendo a través del uso de mecanismos financieros, que sus clientes y usuarios incluyan el uso de tecnologías limpias en sus procesos productivos y cotidianidad contribuyendo así con el desarrollo de su sostenibilidad ambiental. Si bien en esta materia es mucho el trabajo que el sector tiene por delante, hoy existe un gran compromiso de las entidades financieras por contribuir desde diferentes ámbitos a la protección del medio ambiente.



4.3 ADHESIÓN A INICIATIVAS GLOBALES

Para la banca, el crecimiento económico y el mejoramiento del nivel material de vida de los ciudadanos debe ir acompañado de la generación de las condiciones sociales y medioambientales necesarias para garantizar que el desarrollo pueda perdurar en el tiempo. Tal y como sucede a nivel mundial, el sector financiero colombiano está comprometido con el generar un desarrollo sostenible consciente de los costos humanos, naturales y medioambientales que el progreso puede generar.

En las últimas décadas, las distintas problemáticas económicas, sociales y ambientales que han enfrentado los países en mayor o menor grado y los diálogos propiciados principalmente por las Naciones Unidas en escenarios como el Foro Económico Mundial, han permitido el desarrollo de una serie de iniciativas que buscan promover desde la interrelación y el compromiso de los diferentes actores de la sociedad, soluciones a temas cruciales como la pobreza extrema, el deterioro medioambiental, la inequidad comercial y el acceso a la educación. De estas iniciativas, el sector viene trabajando fuertemente en acciones asociadas principalmente a mejorar la ética de los negocios, la protección del medio ambiente, la búsqueda de la sostenibilidad y la consolidación de un mercado eficiente.

El origen de estas iniciativas radica también en la necesidad de establecer unos acuerdos mínimos a partir de los cuales se pueda “avanzar” en la gestión pública y privada. La definición de los mínimos respeta la pluralidad de concepciones en materia de responsabilidad social.

En desarrollo de su estrategia de responsabilidad social, la banca ha encontrado en los diferentes grupos de trabajo, principios y protocolos, la oportunidad de trabajar en el mejoramiento continuo de su gestión. El 47% de las entidades que realizan un reporte sobre el impacto social y ambiental

de su actividad están vinculadas a alguna iniciativa de sostenibilidad empresarial a nivel global o local.

Entre las iniciativas a las que el sector se ha unido, se encuentran las siguientes:

Pacto Global

En el Foro Económico Mundial de Davos (Suiza) del año 1999, el Secretario General propuso un “Pacto Mundial” entre las Naciones Unidas y el mundo de los negocios. El Pacto vincula a más de 500 instituciones y se ha constituido en la iniciativa corporativa más grande del mundo. Para el Secretario General de las Naciones Unidas el Pacto Mundial es “la mayor iniciativa mundial de sostenibilidad empresarial (..) que ha pasado a ser sinónimo de responsabilidad empresarial”.

Las empresas que se adhieren al Pacto se comprometen a cumplir dos objetivos claros: por una parte, alinear su estrategia de negocio con 10 principios básicos, que responden a esfuerzos mundiales relacionados con temas de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción y por otra, llevar a cabo acciones que apoyen los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

En el mundo más de 500 instituciones relacionadas con el sector financiero están adheridas al Pacto. De ellas, el 19% corresponde a entidades con operación principal en Latinoamérica. 6 de las entidades encuestadas se encuentran vinculadas al Pacto. En 2010, algunas de las entidades signatarias presentaron su informe anual a las Naciones Unidas sobre los avances y las acciones desarrolladas en los 10 principios propuestos por el Pacto Global.



Los 10 principios del Pacto Mundial

Derechos humanos:

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

Estándares laborales:

3. Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Medio ambiente:

7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Anticorrupción:

10. Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

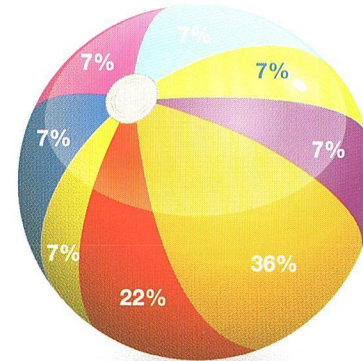
UNEFPFI

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y su Iniciativa para las Instituciones Financieras (UNEFPFI, por sus siglas en inglés) es una alianza en la que participan 196 entidades financieras de 50 países del mundo, que se comprometen a desarrollar y promover la sostenibilidad dentro del desempeño del sector. La misión del UNEFPFI es identificar y promover mejores prácticas en materia de finanzas sostenibles a escala internacional para todo tipo de operaciones financieras.

Del total de miembros de esta iniciativa en el mundo, se destaca que cinco de las 14 entidades de origen latinoamericano son colombianas, esto equivale al 36% de la participación de la región, sin incluir otras entidades cuya casa matriz está en otro país del mundo pero que tienen operación en Colombia.

Miembros UNEFPFI América Latina

Total entidades: 14



Fuente: UNEFPFI

Como una iniciativa del Secretario General de las Naciones Unidas, ejecutada por el UNEPFI y el Pacto Mundial, se crearon los **Principios de Inversión Responsable**. Su aplicación busca que los inversionistas actúen en consonancia con objetivos más amplios de la sociedad. Por lo tanto, los inversionistas institucionales adquieren el deber actuar en procura del mejor interés de largo plazo de sus beneficiarios, teniendo en cuenta que en este tema, las cuestiones ambientales, sociales y de gobierno empresarial pueden afectar el rendimiento de los fondos de inversión. En esta iniciativa, el sector bancario colombiano ha encontrado temas de formación en particular en lo que tiene que ver con el cambio climático y los productos verdes.



Principios del Ecuador

Los Principios del Ecuador fueron creados en 2003 por iniciativa de 10 bancos, con el fin de promover la adopción voluntaria de unas directrices para determinar y evaluar los riesgos socio-ambientales en la financiación de proyectos de desarrollo. Lo que buscan estos principios es que las entidades signatarias sólo financien proyectos desarrollados de forma socialmente responsable y que reflejen prácticas de gestión ambiental sana.

Los principios que están basados en los estándares de inversión establecidos por la Corporación Financiera Internacional, parte del Grupo Banco Mundial, dedicada a la inversión del sector privado, se pueden considerar un estándar del sector financiero para determinar, evaluar y administrar el riesgo socio-ambiental en la financiación de proyectos. En Colombia, 4 entidades se encuentran adheridas a los Principios del Ecuador. Durante 2010, algunas de las entidades adheridas presentaron su reporte de evaluación de riesgos sociales y ambientales en la financiación de proyectos de acuerdo con estos Principios.

Negocios responsables y seguros

Desde 2008, Asobancaria por medio de su Comité de Oficiales de Cumplimiento ha venido apoyando el programa Negocios Responsables y Seguros de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC). Asobancaria se ha convertido en un aliado estratégico para motivar la participación del sector real en la prevención del lavado de activos y financiación del terrorismo. En 2011, entre otras cosas, se colaborará directamente en la implementación de una estrategia de capacitación a funcionarios de la rama judicial (fiscales, jueces y policías judiciales) sobre riesgos de lavado de activos en instrumentos financieros y comerciales.

Cecodes – Wbcasd

El Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD, por sus siglas en inglés) cuenta con la participación de alrededor de 200 empresas de más de 30 países y 20 sectores económicos. El Consejo ofrece una plataforma para que las empresas exploren el tema de desarrollo sostenible, compartan experiencias, conocimientos y mejores prácticas y presenten sus posiciones empresariales en una variedad de foros, en compañía de



gobiernos, organizaciones no gubernamentales y multilaterales. Sus tres pilares son el crecimiento económico, balance ecológico y progreso social.

El capítulo colombiano del WBCSD es el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES), conformado por un grupo de empresas locales que consideran el desarrollo sostenible como una opción para ser más rentables, mejorar la calidad de vida de sus colaboradores y utilizar de manera racional sus recursos. CECODES orienta a las empresas para que desarrollen y pongan en marcha prácticas que les permitan ser mejores. Entre sus afiliados se encuentran 3 bancos colombianos. Uno de ellos, revisó con este Consejo su reporte de sostenibilidad bajo estándares del GRI y su huella de carbono bajo el GHC Protocol.

Global Reporting Initiative GRI

El 89% de las entidades tienen un reporte sobre el impacto social y/o ambiental de su gestión de intermediación que es divulgado anualmente y de esas, la mayoría están utilizando los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI) para la elaboración de sus memorias. Estos lineamientos han permitido que el material que se produzca sea claro y exhaustivo y ha hecho más fácil la comparación de resultados entre distintas entidades al utilizar indicadores estandarizados.

Índice Sostenibilidad Dow Jones

El índice de Sostenibilidad Dow Jones, creado desde 1999, es el primer índice global que hace seguimiento al desempeño de las empresas líderes en sostenibilidad en todo el mundo. Este índice, con cerca de 500 empresas, incluye el top 20 en sostenibilidad de las 2.500 empresas más grandes relacionadas en el Dow Jones Global. Las empresas que se postulan a este índice deben transar sus acciones en la bolsa de Nueva York y como requisito previo una agencia externa e independiente evalúa su gestión en temas como gobierno corporativo, prácticas laborales y responsabilidad social, entre otros. En Colombia, una compañía local y una internacional participan en este índice.

ANEXO 1

INFORMES DE DESEMPEÑO

NO FINANCIERO DE LAS ENTIDADES

En los siguientes links, usted podrá encontrar los informes del desempeño no financiero de las entidades afiliadas a Asobancaria:

BANCOS	LINKS
BANAGRARIO	http://www.bancoagrario.gov.co/Indicadores/Documents/RSocial/IRS_2009.pdf (Informe de 2009)
BANCOLOMBIA	http://www.grupobancolombia.com/contenidoCentralizado/informacionEmpresarial/relacionInversionistas/gobiernoCorporativo/resultadosFinancieros/resultadosAnuales/anuales/2010/InformeResCor_Abril2010.pdf
BBVA	http://bancaparatodos.com/wp-content/uploads/BBVA-Colombia-IARC-2010.pdf
BCSC	https://www.bcsc.com.co/sites/default/files/documentos/Informe_Gestion_II_semestre_2009.pdf (Informe II semestre de 2009) https://www.bcsc.com.co/sites/default/files/documentos/Informe_de_%20gestion_primer%20semestre_2010.pdf (Informe I semestre 2010)
CITIBANK	https://www.latinamerica.citibank.com/colombia/common/pdf/Inf_sost2010.pdf
CORFICOLOMBIANA	http://www.corficolombiana.com.co/WebCorficolombiana/Repositorio/archivos/archivo839.pdf
DAVIVIENDA	https://linea.davivienda.com/opencms/export/sites/default/davivienda/Banner/InformeSostenibilidad.pdf
HELM BANK	https://www.grupohelm.com/comun/accionistas/helm-bank/
HSBC	http://www.hsbc.com.co/1/PA_1_083Q9FFKG80E20RA9Q0000000/content/home/pdf/informe_anual/informe_anual_responsabilidad_socila.pdf
SANTANDER	http://www.santander.com/csgs/StaticBS?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1224971920562&cachecontrol=immediate&ssbinary=true&maxage=3600 https://www.santander.com.co/portal/formas/1252/BALANCE%20SOCIAL.pdf
AV VILLAS	https://www.avillas.com.co/pls/portal/docs/PAGE/E_OFFICE1/IMAGES_HOME/INFORME_VS_2010.PDF
BANCO POPULAR	http://www.bancopopular.es/NR/rdonlyres/70A0BAE2-48F0-4C4F-9F67-67A4DAF2F834/0/IA_RSC_2010_vblanca.pdf
BANCO BOGOTÁ	https://www.grupoaval.com/pls/portal/docs/PAGE/GAVAL/CONTENIDOS/NO_ADMIN/POP_UPS/BBO.pdf (Informe 2009)
BANCAMÍA	http://www.bancamia.com.co/pdf/RSC_Informe_Decreto_3341_v2.pdf
FINAMÉRICA	http://www.finamerica.com.co/doc/Informe_GESTION_SOCIAL2010.pdf
BANCO DE OCCIDENTE	https://www.bancodeoccidente.com.co/pls/portal30/docs/FOLDER/CONT_SITIOOCCIDENTE/PGINTERNAEMPRESARIAL/PGEMPRESARIAL_CONTENIDO/POP_BALANCEGENERAL/BALANCE2009.HTM
BANCOLDEX	http://www.bancoldex.com/contenido/contenido.aspx?catID=357&conID=1966