



ASOBANCARIA

Construyendo
la Confianza y Solidez del sector financiero



**INFORME
DE SOSTENIBILIDAD
2017**

ACERCANDO LA BANCA A LOS COLOMBIANOS



COORDINACIÓN Y ELABORACIÓN DEL INFORME

Santiago Castro Gómez
Presidente

Andres Felipe Rojas Gonzáles
Vicepresidente de Asuntos Corporativos

Isabel Teresa Mantilla Naranjo
Directora de Sostenibilidad y
Educación Financiera

COORDINACIÓN Y ELABORACIÓN DEL INFORME

Yazmin Ramírez Moreno
Jhonatan Gamboa Hidalgo
Alejandro Mesa Esteban

Sostenibilidad Asobancaria

Colaboración de:
COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD DE
ASOBANCARIA

KPMG

Babel Group



**MOMENTO DE TRANSFORMACIÓN,
POR UN ENTORNO SOSTENIBLE.**

**INFORME
DE SOSTENIBILIDAD
2017**

TABLA DE CONTENIDO

Sobre este informe

1. Carta del presidente Asobancaria y carta del presidente de la Junta Directiva

2. Sobre el sector y Asobancaria

- 2.1. Generalidades del sector financiero y Asobancaria
- 2.2. Gobierno corporativo, riesgos y ética

3. La sostenibilidad en el sector financiero

- Grupos de interés
- Asuntos materiales
- Contribución del sector a los ODS desde sus asuntos materiales
- Sobre la encuesta de sostenibilidad
- Generalidades de sostenibilidad y reporte en el sector

4. Gestión de la dimensión económica

- 4.1. Hechos destacados
- 4.2. Rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sistema financiero
- 4.3. Balance del escenario económico del sector
- 4.4. Lucha contra la corrupción
- 4.5. Innovación en canales y productos
- 4.6. Inclusión de comunidades en el sector financiero

- 4.7. Seguridad digital
- 4.8. Gestión del consumidor financiero

5. Gestión de la dimensión social

- 5.1. Hechos destacados
- 5.2. Gestión del talento humano
- 5.3. Inversión en comunidades
- 5.4. Educación financiera
- 5.5. Gestión sostenible de la cadena de abastecimiento

6. Gestión de la dimensión ambiental

- 6.1. Hechos destacados
- 6.2. Protocolo Verde
 - Sistemas de administración del riesgo ambiental y social
 - Productos verdes
 - Ecoeficiencia
 - Cambio climático

7. Retos para el sector en materia de sostenibilidad

8. Directorio de las Compañías afiliadas a Asobancaria

Anexos

Anexo 1: Índice GRI (tabla de referencia)

Anexo 2 Casos del sector financiero



SOBRE ESTE INFORME

Asobancaria y sus entidades afiliadas presentan a sus diferentes grupos de interés el desempeño del sector financiero en Colombia respecto de la triple cuenta de resultados (económico, social y ambiental) para el año 2017 (1 de enero – 31 de diciembre) por medio de este informe de sostenibilidad. Este es elaborado de conformidad con los Estándares GRI para la elaboración de informes de sostenibilidad en su opción “esencial”. No obstante, es importante hacer la salvedad de que algunos contenidos específicos se ajustan para poder reportar con todas las compañías y solo figuran algunos de los contenidos básicos generales que se pueden responder como sector.

Para determinar los temas a desarrollar en el informe se realizó una actualización al análisis de materialidad(2), este permitió identificar aquellos temas que son considerados determinantes para la sostenibilidad del sector financiero. Además, permitió mejorar la forma en cómo estos se presentan a los diferentes grupos de interés.

El desarrollo de este informe fue posible gracias a diversas fuentes de información como datos recopilados por Asobancaria y de la encuesta sostenibilidad diligenciada por las entidades financieras, la que se detalla en la sección **La sostenibilidad en el sector financiero** de este documento, la cual responden las compañías afiliadas a Asobancaria y es consolidada por el gremio con ayuda de un tercero.

ASOBANCARIA Y
SUS ENTIDADES
AFILIADAS
PRESENTAN A SUS
DIFERENTES
GRUPOS DE
INTERÉS EL
DESEMPEÑO DEL
SECTOR
FINANCIERO EN
MATERIA DE
SOSTENIBILIDAD.

Este reporte (3) comprende las siguientes secciones:

- Carta del presidente de Asobancaria y del presidente de la Junta: presenta la declaración de los representantes del gremio frente a la sostenibilidad del sector y su visión.
- Sobre el sector y Asobancaria: entrega algunas generalidades, hechos relevantes y resultados de la industria financiera y del gremio para el año 2017 así mismo muestra los principales componentes del trabajo conjunto realizado entre Asobancaria y sus entidades afiliadas.
- La sostenibilidad en el sector financiero: muestra los grupos de interés, los asuntos materiales del sector, y la contribución de este en el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible. Por otro lado, explica las herramientas utilizadas para recolectar la información a divulgar de los temas materiales.
- Gestión de la dimensión económica, social y ambiental: muestra cómo Asobancaria y sus entidades afiliadas abordan los temas materiales y como se realiza la gestión con visión integrada, que permite tener un enfoque de sostenibilidad en las diferentes estrategias del sector.
- Retos para el sector en materia de sostenibilidad: Resume las principales oportunidades de mejora que se identifican para el sector en los diferentes temas reportados.

Este informe cuenta con una tabla de referencia GRI para que el lector pueda ubicar las secciones de los contenidos al interior del reporte.

En caso de tener dudas e inquietudes sobre el presente informe se puede poner en contacto con la Dirección de Sostenibilidad de Asobancaria, al correo bancasostenible@asobancaria.com

(2t) Para conocer los resultados de la materialidad del sector financiero y bancario en Colombia, así como los grupos de interés y sus mecanismos de relacionamiento consulte la página web www.asobancaria.com/sostenibilidad-2017/

(3) Para conocer el reporte del año 2016 y reportes anteriores que se han venido presentando con un ciclo anual, consulte la página <http://www.asobancaria.com/informe-sostenible/>

"DESDE ASOBANCARIA, HEMOS BUSCADO ALINEARNOS A LAS TENDENCIAS Y NECESIDADES DEL PAÍS, EJERCIENDO UN LIDERAZGO EN EL ANÁLISIS E INNOVACIÓN DE LAS ACTIVIDADES FINANCIERAS."



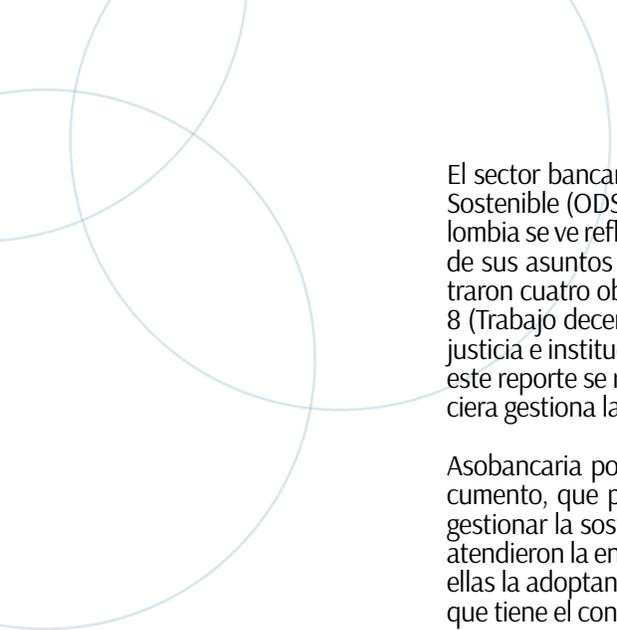
Santiago Castro, Presidente de Asobancaria

Asobancaria y sus entidades afiliadas entienden la importancia del sector financiero en la economía y el desarrollo sostenible del país, lo que se constituye en una oportunidad para incidir en la puesta en marcha de un enfoque de triple cuenta, en el que el mayor reto consiste en propender por el desarrollo sostenible, alcanzando las metas de crecimiento y estabilidad financiera y, al mismo tiempo, llevar a cabo prácticas que contribuyan al progreso social y a la protección de los recursos naturales. De esta forma, se crean pilares estructurales de solidez y resiliencia que permearán a los demás sectores de la economía como estrategias transversales. En este contexto, nos es muy grato presentarles, a través del Informe de Sostenibilidad 2017, los resultados, avances y retos que el sector bancario enfrenta.

Este informe fue elaborado bajo lineamientos reconocidos que permiten unificar el lenguaje de todas las entidades involucradas en el mismo. El gremio reporta de conformidad con la Guía GRI G4 (Global Reporting Initiative). En consecuencia, se realizó un análisis de materialidad⁽¹⁾ mediante el cual se identificaron aquellos asuntos considerados como determinantes en la industria financiera y por consiguiente la base del reporte.

Desde Asobancaria, hemos buscado alinearnos a las tendencias y necesidades del país, ejerciendo un liderazgo en el análisis e innovación de las actividades financieras y en la integración de estas con las políticas económicas definidas por el Gobierno Nacional. Así, de la mano con las entidades agremiadas, se busca impulsar el desarrollo futuro del sector, asumiendo con responsabilidad el papel que le corresponde en la sociedad.

(1) Para conocer los resultados de la materialidad de la industria financiera en Colombia consulte <http://www.asobancaria.com/sostenibilidad-2017/>



El sector bancario ha sido un aliado estratégico en la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el país. El trabajo desarrollado en este tema por las entidades financieras en Colombia se ve reflejado a través de este informe, en el cual se realiza la homologación de los indicadores de sus asuntos materiales con los ODS. Con la realización de la matriz de homologación, se encontraron cuatro objetivos clasificados con relevancia alta y de especial interés para el sector; i) objetivo 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), ii) objetivo 5 (igualdad de género), iii) objetivo 16 (paz, justicia e instituciones sólidas) y objetivo 10 (reducción de las desigualdades). Es así como a través de este reporte se recopila información que hace posible evidenciar la forma en la que la industria financiera gestiona la sostenibilidad de modo agregado.

Asobancaria pone a disposición de sus asociados el ejercicio que se presenta a través de este documento, que permite identificar los temas que son considerados determinantes (materiales) para gestionar la sostenibilidad del sector financiero, reconociendo que casi el 90% de las entidades que atendieron la encuesta cuentan con estrategias o políticas de sostenibilidad; no obstante, un tercio de ellas la adoptan de su casa matriz, asumiendo el riesgo de gestionar temas materiales diferentes a los que tiene el contexto colombiano, o al menos con un alcance diferente.

Así mismo, y bajo el entendido de sostenibilidad, el gremio ha realizado esfuerzos para identificar, divulgar y conocer asuntos, agrupados en tres dimensiones:

Dimensión económica

Esta dimensión se refiere a la gestión de los impactos económicos directos e indirectos que generan las organizaciones a sus grupos de interés, así como a los retornos económicos en el tiempo. Las agendas de desarrollo económico nacional e internacional invitan a alcanzar los objetivos de crecimiento económico con una mayor conciencia de los aspectos ambientales y sociales.

Para que nuestros asociados logren un crecimiento sostenible, necesitan advertir oportunidades de negocio y anticiparse a los riesgos que pueden amenazar el entorno en el que se desenvuelven, así como su permanencia en el tiempo.

Dimensión social

Determina el conjunto de acciones que adelantan las entidades financieras para mitigar los impactos o potenciar los beneficios que produce la operación del negocio en el bienestar de sus colaboradores, sus familias y la comunidad.

En la actualidad, es más frecuente que las organizaciones propendan por aspectos como los derechos humanos, el desarrollo social de las comunidades y el bienestar de sus colaboradores. De esto se deriva, entre otros, la promoción del equilibrio entre la vida familiar, personal y profesional.

Dimensión ambiental

Esta dimensión es entendida como la capacidad de las entidades para gestionar los riesgos provenientes del entorno, así como la manera en que actúan para disminuir su impacto directo e indirecto sobre el medio ambiente.

Los riesgos ambientales son de gran relevancia para el sector financiero debido a que sus operaciones se pueden ver impactadas directamente por las consecuencias que trae el cambio climático, o indirectamente debido a su influencia sobre sectores económicos e industriales que jalonan el desarrollo del país.

Durante el 2018, continuaremos desarrollando, en conjunto con nuestros agremiados, los temas relevantes para los diferentes grupos de interés, promoviendo acciones que impacten de manera positiva a la sociedad y que permitan la proyección efectiva de la banca, un sector fundamental para el desarrollo del país.

Asobancaria, acercando la banca a los colombianos.

CARTA PRESIDENTE JUNTA DIRECTIVA

El sector financiero es de vital importancia para la economía colombiana en la medida que es uno de los principales jalonadores del crecimiento de la actividad productiva y de la estabilidad macroeconómica. Esto se ha logrado gracias a una sana expansión del sector, que ha sabido conjugar una responsable irrigación del crédito, al mismo tiempo que viene adoptando los más altos estándares internacionales en materia de regulación y mejorando en términos de eficiencia.

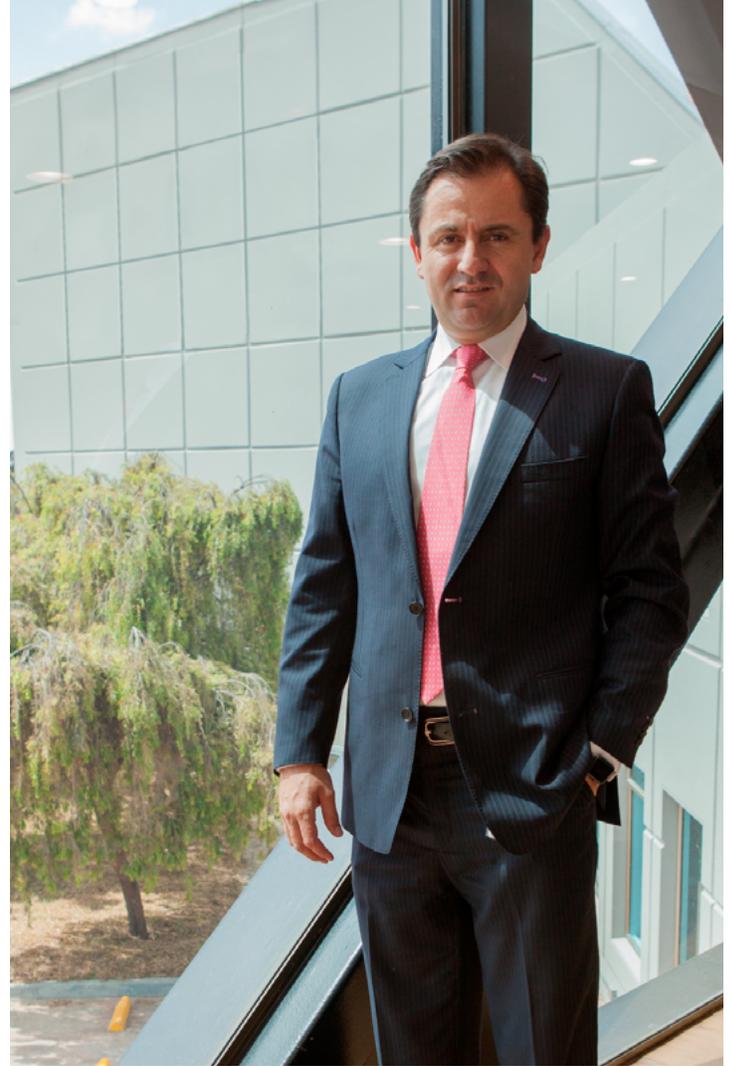
La adecuada gestión de riesgos ha sido una premisa para el sector, pues le ha permitido crecer sin comprometer la estabilidad del sistema. La fortaleza de sus principales indicadores de actividad, rentabilidad y solidez en medio de los fuertes choques a los que se ha visto sometido, dan muestra de la resiliencia del sector, permitiéndole consolidarse como uno de los pilares de la estabilidad macroeconómica.

En 2017, el indicador de bancarización en Colombia fue de 79%, equivalente a 26,6 millones de adultos con al menos un producto financiero. Dada la meta establecida en el Plan Nacional de Desarrollo de lograr que al final del año 2018 el 84% de la población adulta tenga al menos un producto financiero, tenemos todavía como reto, incluir financieramente en este año a 1,9 millones de personas. La característica fundamental de esta población es que en su mayoría pertenecen a los estratos 1 y 2, por lo que se requiere de productos y servicios financieros costo eficientes que las innovaciones tecnológicas vienen trayendo y prometen.

A pesar de los importantes avances en los procesos de inclusión basados en innovación tecnológica, es necesario hacer énfasis en que tomar ventaja del mundo digital y de su contribución a la inclusión financiera, depende de fortalecer la confianza del usuario en las transacciones digitales, mejorar la calidad y cobertura del servicio de internet y la velocidad en las redes. Por ello, es importante optimizar la infraestructura digital del país y mejorar la calidad de los servicios de telecomunicaciones, especialmente en regiones apartadas, lo que permitirá asegurar el acceso del 100% de la población a redes de telecomunicaciones y conectividad móvil. Sin éstas, será difícil llegar a toda la población aun excluida.

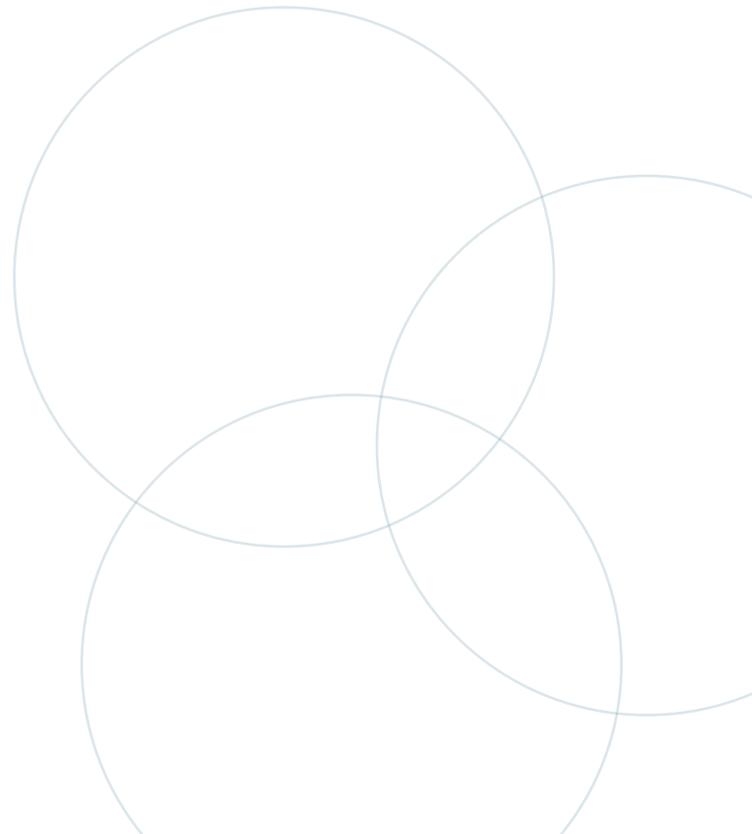
Es de resaltar que, la banca de hoy, aunque mantiene su esencia fundamental, ha experimentado grandes cambios, producto no solo de la evolución histórica, sino de su constante búsqueda de eficiencia y mejoramiento de la oferta de valor. En este sentido, desde el gremio se viene trabajado en diferentes iniciativas con el fin de generar un mayor valor económico, social y ambiental a nuestro país. Algunas de estas iniciativas son:

- Proyecto F, a través del cual, se articulan propuestas que involucran diferentes actores tanto públicos como privados enfocados en eliminar barreras legales, regulatorias, de mercado, culturales y de infraestructura, con el propósito de facilitar y promover la modernización del ecosistema transaccional colombiano y el programa gremial de educación financiera.



Orlando Forero

Presidente Junta Directiva de Asobancaria





CON ESTE INFORME, QUEREMOS VISIBILIZAR LOS AVANCES Y RETOS QUE DEBEN SER ATENDIDOS COMO SECTOR EN EL 2018 PARA PROMOVER UNA **ECONOMÍA SÓLIDA, SANA Y SOSTENIBLE.**

- Saber Más Ser Más, programa de educación financiera, dirigido al consumidor financiero y al público en general que permitan disminuir la vulnerabilidad ocasionada por el desconocimiento en el manejo adecuado de las finanzas personales y los productos y servicios financieros.

- Protocolo verde – “Pilotos de Innovación Financiera” cuyo objetivo se enmarca en generar esquemas innovadores de financiación que puedan atender prioridades específicas de política pública y a la vez aprovechar oportunidades de negocio e inversión, este proyecto puede ser entendido como el camino para materializar el objetivo del Gobierno Nacional de tener una tendencia en inversión sostenible.

- FinLab, la creación del primer laboratorio de innovación financiera liderado por una asociación de bancos en Latinoamérica. Con esta iniciativa se busca diseñar herramientas innovadoras, escalables y de rápida implementación que se ajusten a los requerimientos del sector.

- Fintechgración, esta iniciativa es un espacio de discusión sobre las oportunidades y retos del desarrollo de modelos cooperativos entre las Fintech y los bancos para afrontar juntos los retos de la nueva era digital.

- Protocolo verde – Protocolo verde ampliado, este acuerdo firmado por (Asobancaria, Asobolsa, Asofiduciaria, Asomicrofinanzas, y Fasecolda) tiene como objetivo que todo el sector financiero colombiano trabaje en estrategias claras de desarrollo sostenible y financiamiento climático.

Estos son algunos de los proyectos que se lideran desde el gremio, en conjunto con el Gobierno Nacional, para hacerle frente a todos estos desafíos que como país tenemos, asumiendo desde el sector financiero un rol mucho más protagónico en el impulso de un desarrollo sostenible que nos permita cerrar las brechas sociales y económicas que infortunadamente hoy todavía persisten.

Con este informe, queremos visibilizar los avances y retos que deben ser atendidos como sector en el 2018 para promover una economía sólida, sana y sostenible. Estamos seguros que, con los aportes de la banca, debemos llegar a la meta de un desarrollo integral, aportando al crecimiento sostenible en la economía del país.

Orlando Forero
Presidente Junta Directiva de Asobancaria

2.1 GENERALIDADES DEL SECTOR FINANCIERO Y ASOBANCARIA



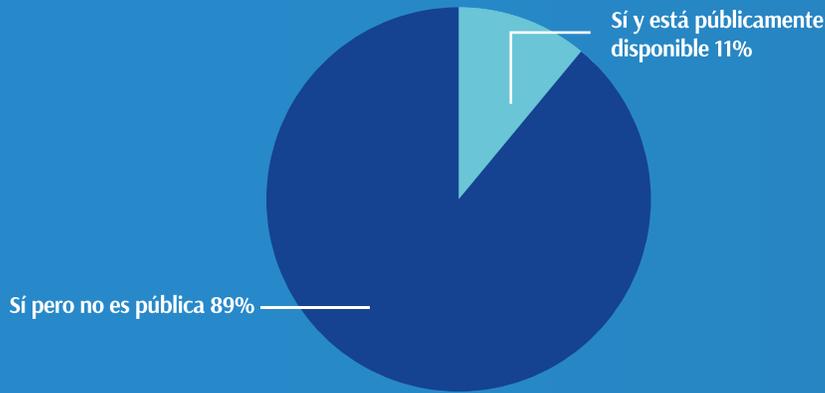


2.2

**GOBIERNO
CORPORATIVO,
RIESGOS Y ÉTICA.**

(1) Un gobierno corporativo eficaz es fundamental para que las organizaciones alcancen sus objetivos. Puesto que el sector financiero no es la excepción, actualmente adelanta una ardua labor para afianzar y garantizar el cumplimiento de sus estatutos.

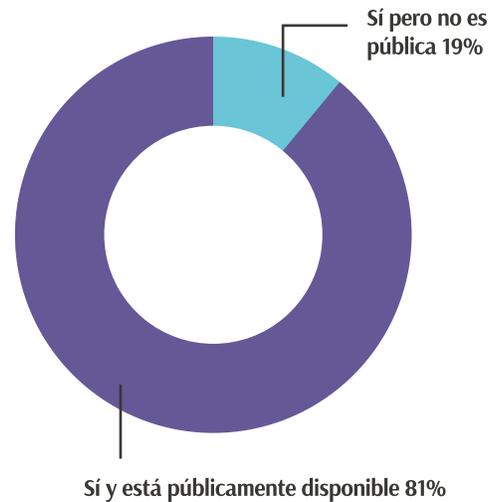
El 100% de las compañías del sector cuenta con un código de gobierno corporativo independiente de si es público o no. Debido a las exigencias normativas esta práctica es fundamental para el sector, los grupos de interés y la gestión de las entidades.



GRÁFICA 1. EXISTENCIA DE CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO (ENTRE 27 ENTIDADES)

1000%
de las compañías del sector
cuenta con un código de gobierno
corporativo.

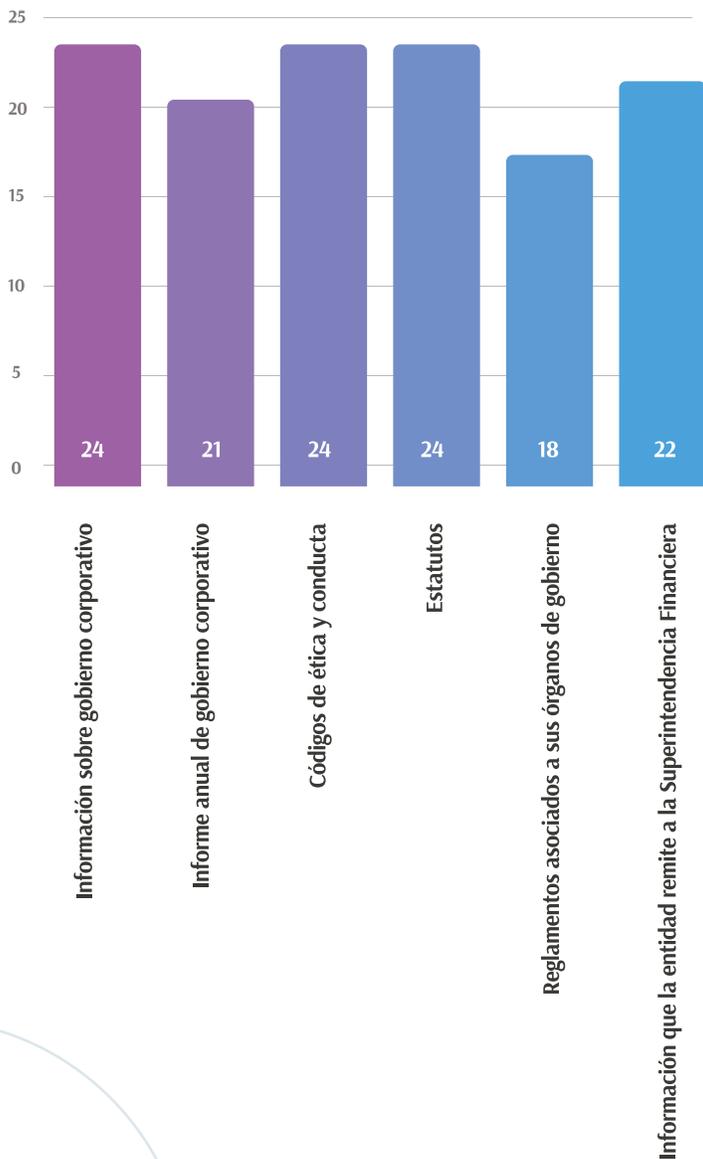
La totalidad de las compañías participantes del sector tiene un código o política de ética, lo que implica que cada una ha definido un referente orientador para sus colaboradores y proveedores en términos de conducta profesional y personal.



Gráfica 2. Código o política de ética, conducta o buenas prácticas corporativas (entre 27 entidades)

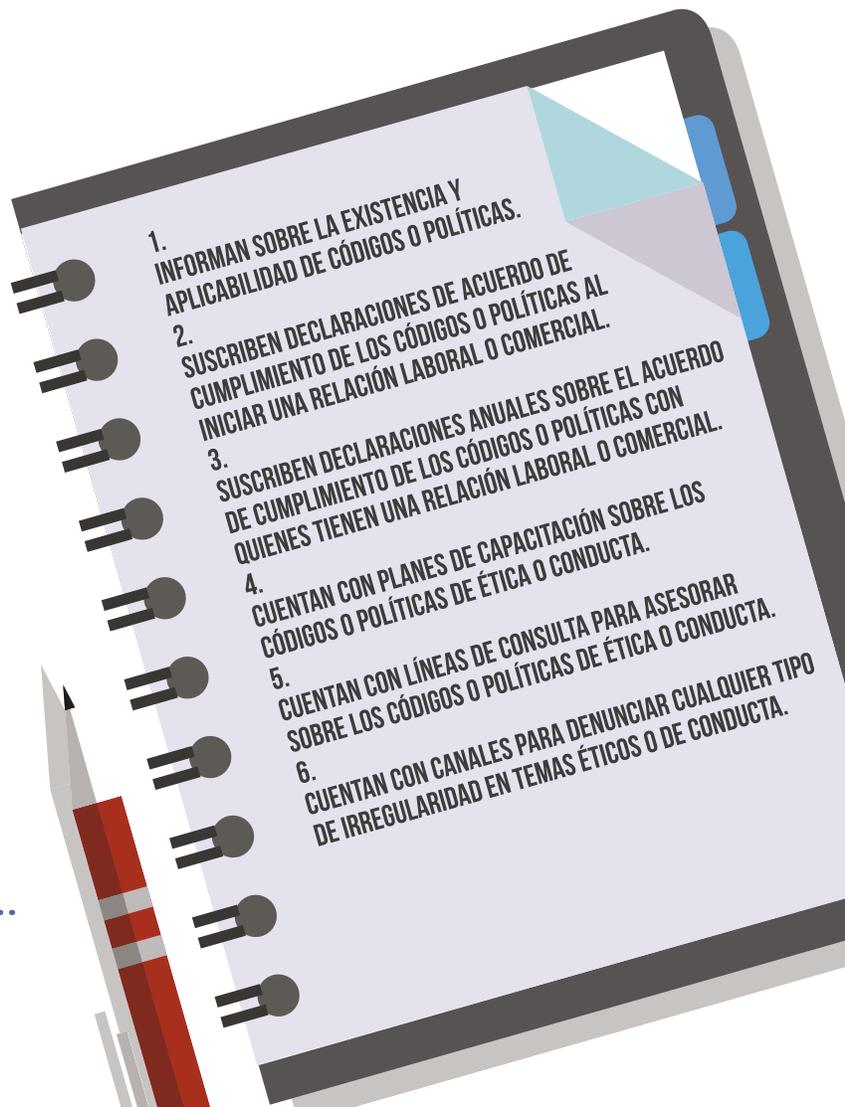
(1) En total, 27 entidades contestaron al menos una pregunta de esta sección.

Una buena práctica adoptada por la mayoría de las compañías del sector es la publicación en sus páginas web de información sobre gobierno corporativo, estatutos y códigos de ética y conducta.

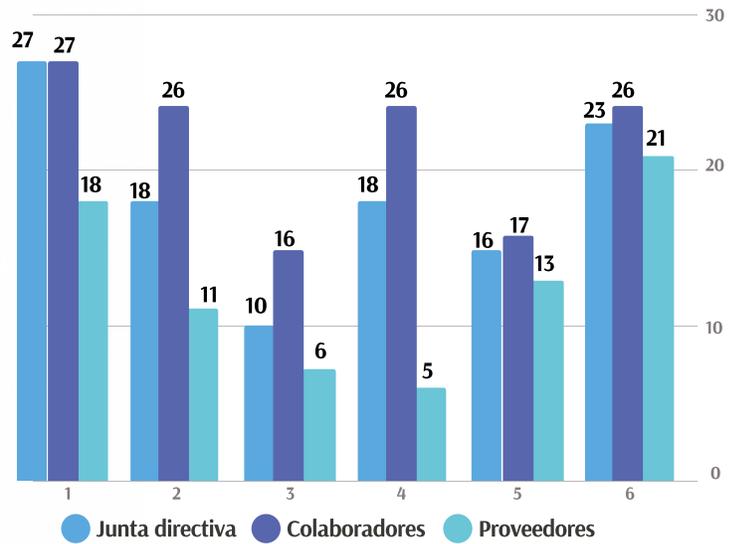


Gráfica 3. Divulgación de contenidos de gobierno corporativo en páginas web (entre 27 entidades)

Por otro lado, las compañías del sector han desarrollado las siguientes estrategias para la divulgación y seguimiento a políticas o códigos de ética. Están dirigidas a los grupos de interés como órganos de gobierno, colaboradores, proveedores y socios empresariales:

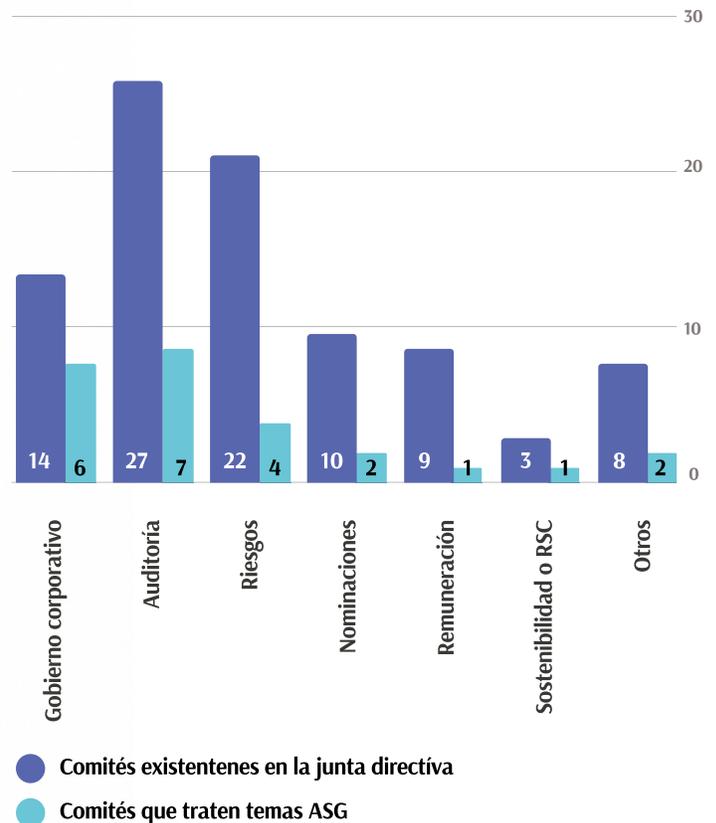


En la siguiente gráfica se puede observar cómo estas seis estrategias son las más divulgadas por las compañías y a las que se les hace un mayor seguimiento.

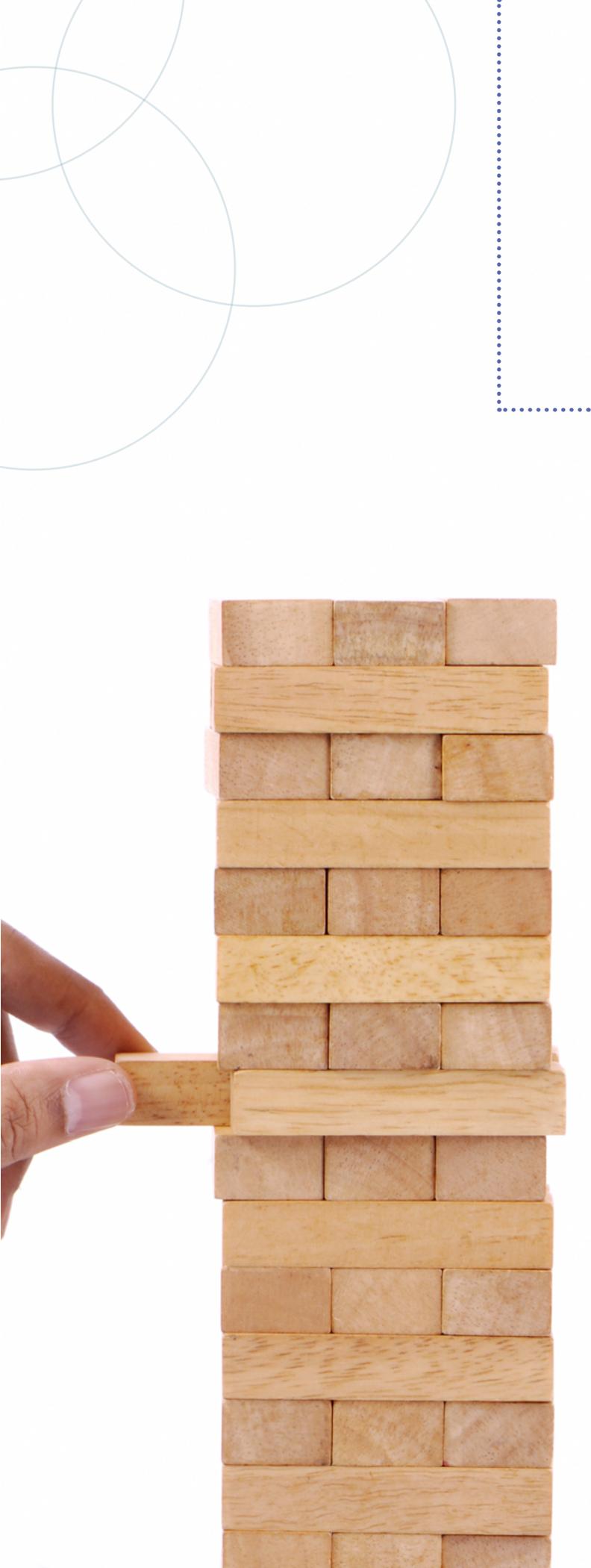


Gráfica 4. Prácticas de divulgación (entre 27 entidades)

Si bien la mayoría de las compañías del sector realizan comités de junta directiva, el reto está en desarrollar y potenciar progresivamente los temas ambientales, sociales y de gobierno (ASG).



Gráfica 5. Comités que integra la junta directiva (entre 27 entidades)



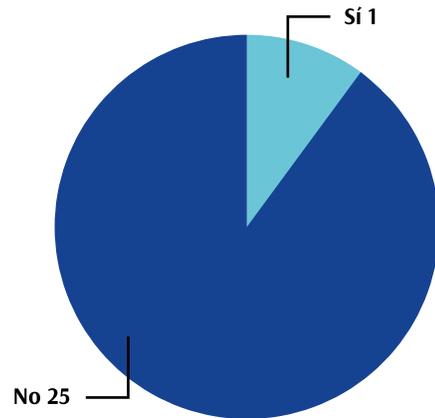
En lo que corresponde a la composición de los órganos de gobierno, se identificaron oportunidades para reducir la brecha de participación entre hombres y mujeres. Por otro lado, es importante resaltar que el 50% de los integrantes de juntas directivas de las compañías del sector son independientes:



GRÁFICA 6 COMPOSICIÓN DE JUNTAS DIRECTIVAS (ENTRE 27 ENTIDADES)

50%
de los integrantes de juntas
directivas de las compañías del
sector son independientes.

Se evidencia que en la mayoría de las compañías del sector, el presidente de la junta directiva no ocupa un cargo ejecutivo en la organización.



Gráfica 7. Presidentes de la junta directiva con un cargo ejecutivo en la organización (entre 26 entidades)



3 | LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR FINANCIERO

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

En esta sección el sector reporta las generalidades de su gestión en materia de sostenibilidad y en aquellos aspectos que son más estratégicos: los grupos de interés identificados, los temas materiales comunes para las entidades, las prácticas por medio de las cuales los gestiona y las contribuciones a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

GRUPOS DE INTERÉS

Para las entidades del sector el listado de grupos de interés identificados y priorizados en 2016 sigue vigente. Este ejercicio realizado por representantes de Asobancaria y de las entidades afiliadas se hizo teniendo en cuenta la guía para el relacionamiento con grupos de interés de AA1000 y permitió conocer aquellos actores que, por su grado de influencia y dependencia de las entidades del sector, deben ser objeto de gestiones sostenibles de relacionamiento.



Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

TABLA 1. CARACTERIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS DEL SECTOR.

GRUPO DE INTERÉS

SUBGRUPOS QUE LO COMPONENTEN

PROMESA DE VALOR

ENTIDADES FINANCIERAS AGREMIADAS

- > Establecimientos bancarios.
- > Banca de redescuento (bancos de segundo piso).
- > Corporaciones financieras.
- > Compañías de financiamiento.
- > Oficinas de representación.
- > Banco central (Banco de la República) como integrante honorario de Asobancaria.

- > Vincular los intereses de la banca con los objetivos a largo plazo del país.
- > Ejercer una vocería que genere respeto y credibilidad.
- > Aumentar la eficiencia y modernización dentro del marco de la libre competencia.
- > Fortalecer la reputación e imagen de la banca.
- > Propender por un entorno normativo adecuado para los negocios.
- > Aumentar la profundización del crédito.



COLABORADORES

- > Colaboradores vinculados (con contrato laboral).
- > Sindicatos.

- > Generar empleos de calidad acordes con el cumplimiento de la legislación laboral vigente.
- > Proporcionar desarrollo y bienestar.
- > Desarrollar programas para fortalecer sus habilidades –especialmente de liderazgo–garantizando su seguridad en el trabajo, diseñando beneficios que mejoren su calidad de vida y la de sus familias.



GOBIERNO Y ENTIDADES REGULADORAS

- > Presidencia de la República.
- > Ministerios.
- > Superintendencias.
- > Alcaldías y gobernaciones.
- > Unidades y departamentos administrativos.
- > Congreso de la República.
- > Cortes, tribunales y juzgados.

- > Preservar altos estándares de cumplimiento de la ley.
- > Trabajar de la mano con el Gobierno Nacional apoyando iniciativas que generen mayor competencia y profundización del sector financiero.
- > Acompañar la labor legislativa, compartiendo la posición del gremio sobre los temas de interés que se discutan en el Congreso de la República.

CONSUMIDOR FINANCIERO

- > Persona natural.
- > Persona jurídica.

- > Aumentar la inclusión y educación financiera.
- > Elevar la satisfacción del consumidor financiero.
- > Promover la libre competencia como deber y derecho.
- > Incentivar prácticas de protección al medio ambiente.
- > Ratificar nuestro compromiso con el futuro del país y apoyando a las familias colombianas en la construcción de su patrimonio.



GREMIOS, ASOCIACIONES Y ENTIDADES MULTILATERALES

- > Gremios, asociaciones
- > Entidades multilaterales: BID, BM, CAF, IFC, UN (UNEP-FI, PNUD).

- > Mantener un diálogo constante con los gremios y asociaciones del país con el fin de conocer sus necesidades y ofrecer servicios financieros coherentes.



PROVEEDORES Y SOCIOS COMERCIALES

- > Proveedores de servicios.
- > Proveedores de bienes.
- > Canales de medios de pago - canales transaccionales (Visa, Master Card).
- > Socios comerciales.

> Propender por una cadena de suministro social y ambientalmente responsable en el sector financiero en Colombia.



COMUNIDAD

- > Grupos poblacionales impactados.
- > Líderes y representantes de la comunidad o de las organizaciones comunitarias.

> Apoyar el desarrollo de proyectos de alto impacto social, ambiental y económico orientados a beneficiar a los colombianos y a la banca en general, promoviendo el desarrollo sostenible del país.



INVERSIONISTAS

- > Inversionistas mayoritarios.
- > Inversionistas minoritarios

> Adelantar una gestión corporativa integral en cada una de las compañías que genere retornos financieros y no financieros para la perdurabilidad de los negocios.



MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- > Empresas de prensa, radio, televisión y medios digitales entre otros.
- > Usuarios de redes sociales.
- > Líderes de opinión

> Apoyar la transparencia en la información generada para aportar a las investigaciones oportunas en medios de comunicación y así facilitar al conocimiento de la comunidad en general sobre el sector bancario en Colombia



ACADEMIA Y ORGANIZACIONES DE INVESTIGACIÓN.

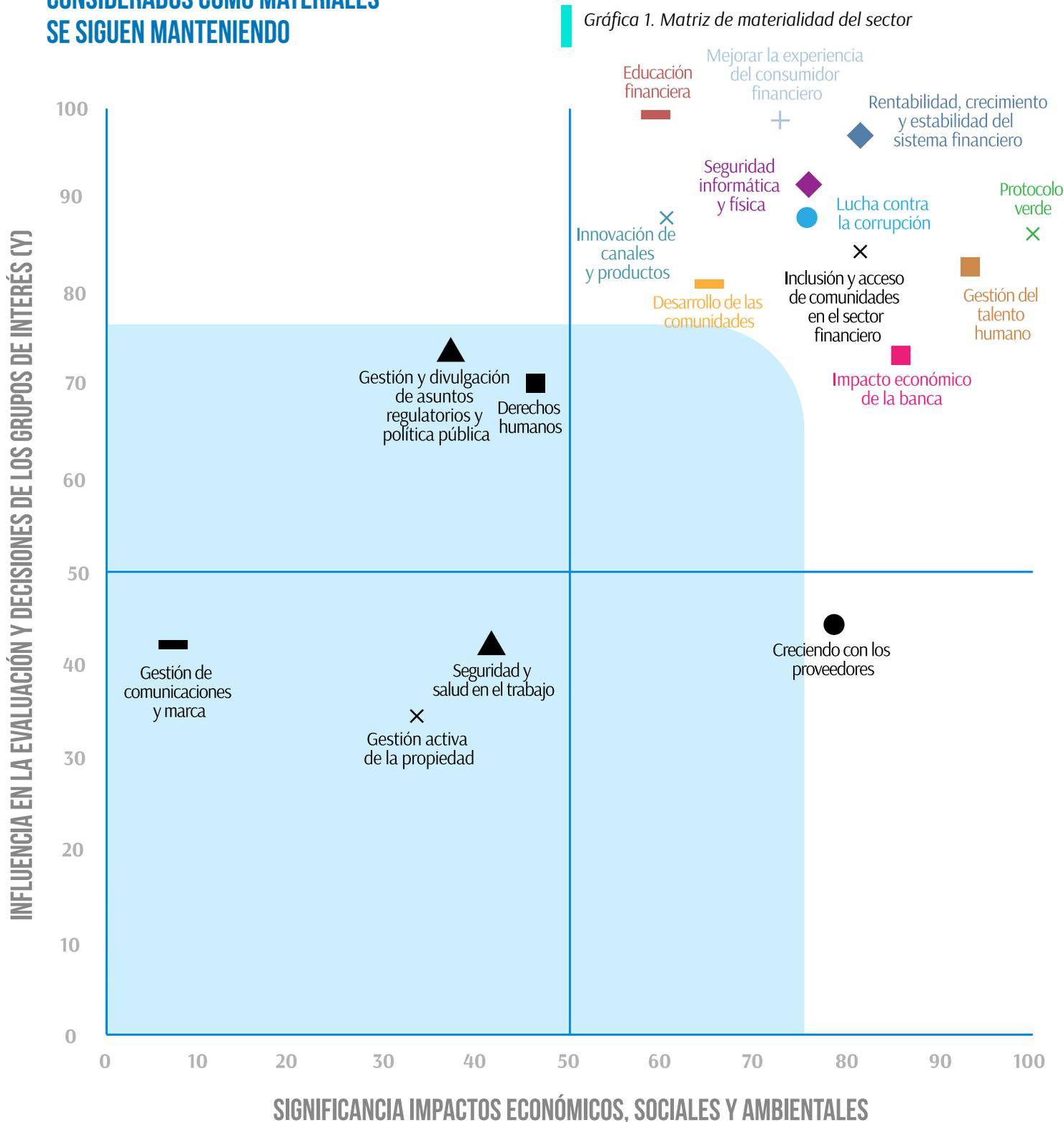
- > Instituciones educativas
- > Organizaciones culturales
- > Centros de pensamiento

> Generar y aportar conocimiento para promover una relación de beneficio mutuo, así como las condiciones apropiadas para el desarrollo de la academia y de su entorno.



ASUNTOS MATERIALES

PARA ESTA VIGENCIA SE ACTUALIZÓ EL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD Y SE OBTUVO COMO RESULTADO QUE, SALVO ALGUNOS MOVIMIENTOS MENORES, LOS TEMAS CONSIDERADOS COMO MATERIALES SE SIGUEN MANTENIENDO



Cada uno de los temas materiales se reporta en una sección de este informe e incluye una definición desde la perspectiva del sector, la explicación de su importancia para la perdurabilidad del negocio bancario y financiero en general y, por último, datos sobre cómo se gestiona y monitorea.

CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR A LOS ODS DESDE SUS ASUNTOS MATERIALES

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son un parámetro de generación de valor fundamental pues condensan las necesidades actuales de la población del mundo y de nuestro planeta. Al ser comparados con las prácticas adelantadas por las organizaciones y con los resultados de las mismas, permiten evidenciar a cuáles de los 17 objetivos y de las 169 metas está contribuyendo.

El sector financiero no es indiferente al desarrollo sostenible, desde el 2016 homologa sus temas materiales con los ODS para identificar el grado de su aporte.

Para este ejercicio sólo se tuvieron en cuenta aquellos asuntos materiales que tenían indicadores GRI (por las siglas en inglés de Global Reporting Initiative) asociados; mediante el SDG Compass (Guía para la gestión empresarial en los ODS) se hizo la relación obteniendo la siguiente matriz.



ODS
TEMA MATERIAL



Rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sistema financiero	●							●	●
Protocolo Verde			●				●	●	●
Lucha contra la corrupción								●	
Gestión del talento humano	●	●	●	●	●			●	
Seguridad digital									
Balance del escenario económico del sector		●			●		●	●	●
Gestión del consumidor financiero	●	●					●		
Inclusión de comunidades en el sector financiero	●	●						●	●
Inversión en comunidades	●	●	●		●		●	●	●
Innovación de canales y productos									
Educación financiera	●	●						●	
Gestión sostenible de la cadena de abastecimiento					●		●	●	

ODS
TEMA MATERIAL



Con la realización de la matriz de homologación, se encontraron los siguientes cuatro grupos de objetivos de especial interés para el sector en el siguiente orden de relevancia:

**RELEVANCIA
ALTA:
OBJETIVOS
NÚMERO 8,
5, 16, 10**

**RELEVANCIA
MEDIA ALTA:
OBJETIVOS
NÚMERO 12,
13, 3, 1**

**RELEVANCIA
MEDIA:
OBJETIVOS
NÚMERO 7,
9, 2, 14, 15**

**RELEVANCIA
MEDIA BAJA:
OBJETIVO
NÚMERO 4,
6, 11, 17**

EL 80% DE LAS ENTIDADES AGREMIADAS A ASOBANCARIA RESPONDIERON UNA DE LAS SECCIONES DE LA ENCUESTA.

Sobre la encuesta de sostenibilidad

Como en años anteriores, este informe busca reportar la gestión de las entidades integrantes de Asobancaria consolidando información que dé cuenta de su desempeño. Para lograrlo se ha empleado una encuesta cuyos resultados han sido agregados por tema e indicador.

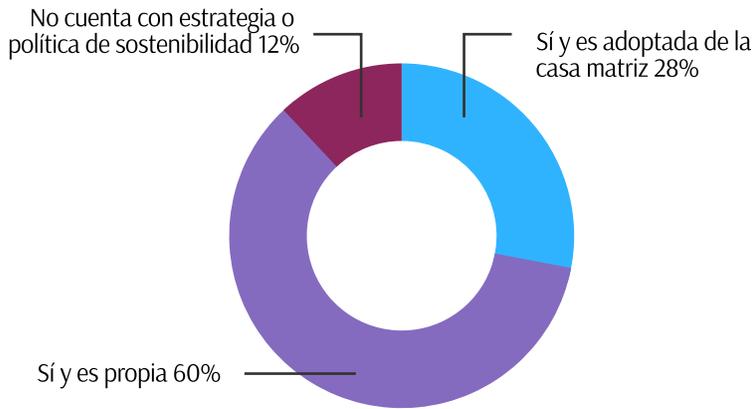
La encuesta permite recopilar información sobre la forma en que el sector gestiona la sostenibilidad. Tuvo en cuenta contenidos del Estándar GRI asociados a cada asunto material que en ocasiones fueron adaptados para responder como gremio.

En total 29 entidades financieras respondieron por lo menos a una de las secciones de la encuesta. Estas compañías corresponden al 80% del total de entidades agremiadas a Asobancaria en diciembre del 2017. Se debe aclarar que no todas las empresas responden a la totalidad de preguntas de la encuesta, por lo que en cada dato graficado se aclarará el porcentaje o número real de entidades que responden. Esta particularidad implica que las comparaciones en el desempeño del sector en este periodo frente a años anteriores, no sea del todo comparables.



Generalidades de sostenibilidad y reporte en el sector

Las prácticas de sostenibilidad en los diferentes sectores productivos son una tendencia creciente alrededor del mundo. El sector financiero no es ajeno a esta tendencia y las compañías que lo componen son muestra de ello. El compromiso del sector se puede observar en la siguiente gráfica que muestra que el 88% de las compañías que participaron en la encuesta, tienen una estrategia o política de sostenibilidad.

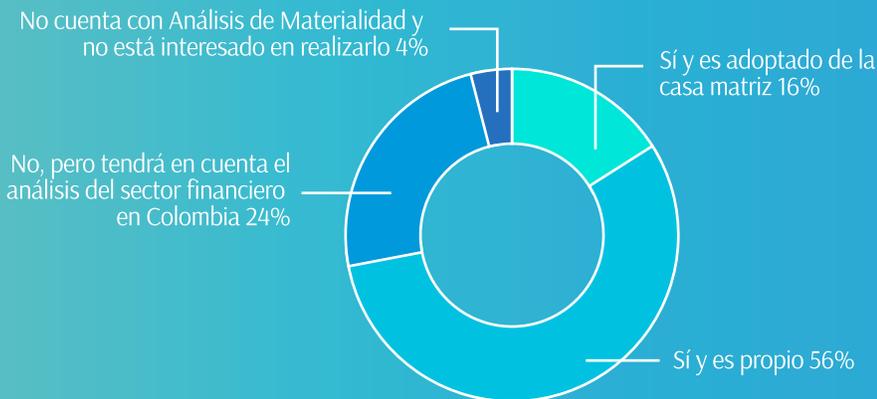


Un aspecto importante en el reporte de las compañías es la transparencia; entre las 25 entidades que tienen una estrategia o política de sostenibilidad, el 59% las publica para que los interesados puedan consultarla.

Las prácticas desarrolladas por las entidades en el marco de sus estrategias o políticas de sostenibilidad, se concretan en diferentes actividades que les permiten direccionar mejor sus acciones. Desde esta perspectiva, una de las fases más importantes es el desarrollo del análisis de materialidad en el marco de la sostenibilidad.

Las compañías del sector presentan resultados positivos demostrando el interés por entender dónde se generan los impactos y así formular las estrategias para gestionarlos:

Gráfica 2. Existencia de estrategia o política de Sostenibilidad (entre 25 entidades)



GRÁFICA 3. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD EN EL MARCO DE LA SOSTENIBILIDAD (ENTRE 25 ENTIDADES)

Por otro lado, las compañías del sector en el proceso de mejora y madurez continua de sus estrategias de sostenibilidad, se adhieren o apoyan diferentes iniciativas de impacto nacional y global, ya sea de forma directa o a través de su casa matriz y a la luz de los distintos sectores a los cuales les rinden cuentas de su gestión.



Protocolo Verde

El **Protocolo Verde** es la iniciativa de mayor representatividad en el sector, pues es una iniciativa propia que le ayuda a trabajar en un mismo camino y con unos objetivos comunes. De las 29 entidades que participan en el proceso de reporte del sector, 23 están adheridas a diversas iniciativas o las consideran en su gestión:

INICIATIVAS O ESTÁNDARES NACIONALES, REGIONALES O INTERNACIONAL ES RELACIONADOS CON TEMAS DE SOSTENIBILIDAD.	ADHERIDO DIRECTAMENTE	ADHERIDO POR MEDIO DE LA CASA MATRIZ
Pacto Global	6	5
Carbon Disclosure Project	2	2
Bussines 4 Peace	1	0
UNEP-FI	3	3
Principios de Inversión Responsable (PRI)	1	0
Dow Jones Sustainability Index	3	1
Protocolo verde	20	1
Principio del Ecuador	2	4
Otros	9	3

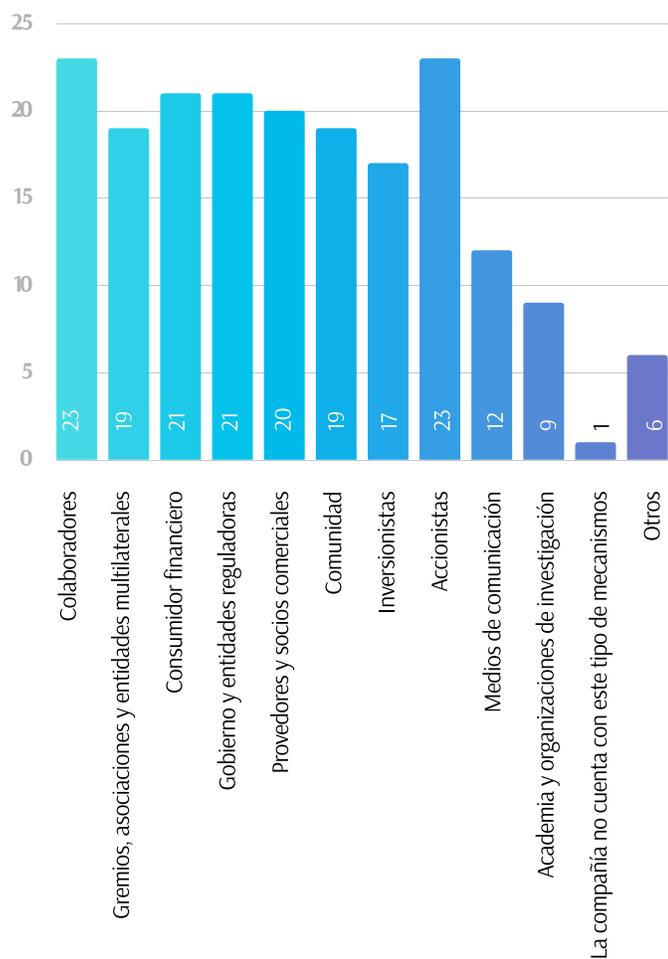
Tabla 2. Adhesiones a iniciativas (entre 23 entidades)

23

entidades adheridas al protocolo verde

En consecuencia, las compañías del sector en el desarrollo de las actividades derivadas de su estrategia de sostenibilidad, tienen mecanismos de relacionamiento con sus grupos de interés, siendo los accionistas y colaboradores los que tienen más canales de comunicación que permiten conocer las motivaciones, formas de trabajo y ámbitos de influencia.

A continuación se describen los diferentes mecanismos de relacionamiento con los que trabajan las compañías del sector:



Gráfica 4. Grupos con los que se tienen mecanismos de relacionamiento para conocer sus expectativas y necesidades (entre 23 entidades)

Es relevante resaltar que de las 29 entidades que participaron en la elaboración del informe, 18 hacen informes anuales de responsabilidad social o informes de sostenibilidad propios para rendir cuentas a sus diferentes grupos de interés.





4. GESTIÓN DE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA

La dimensión económica se refiere a la gestión de los impactos económicos directos e indirectos que generan las organizaciones a sus grupos de interés, así como a los retornos económicos en el tiempo.

Las agendas de desarrollo económico nacional e internacional invitan a alcanzar los objetivos de crecimiento económico con una mayor conciencia de los aspectos ambientales y sociales.

Para que las organizaciones logren un crecimiento sostenible, necesitan advertir oportunidades de negocio y anticiparse a los riesgos que pueden amenazar el entorno en el que se desenvuelven así como su permanencia en el tiempo.

El sector financiero se caracteriza por su capacidad de canalizar recursos, gestionar inversiones y mitigar riesgos, roles fundamentales para contribuir con el crecimiento económico del sector y con el desarrollo sostenible del país. ***Gracias a la conciencia que tiene el sector sobre su responsabilidad como canalizador de recursos***, está comprometido en promover un crecimiento económico que sea incluyente y resiliente.

En esta sección se presentan los siguientes temas materiales: rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sistema financiero; balance del escenario económico del sector; lucha contra la corrupción; innovación en canales y productos; inclusión de comunidades en el sector financiero; seguridad digital y gestión del consumidor financiero.

4.1 HECHOS DESTACADOS DIMENSIÓN ECONÓMICA

PROYECTO F. DIAGNÓSTICO
DEL USO DEL EFECTIVO EN COLOMBIA

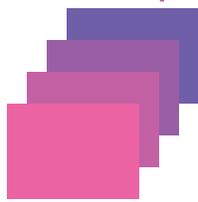
1 PUBLICACIÓN
QUE SE HACE EN EL PAÍS SOBRE ESTA MATERIA,
RECOPILA ESTUDIOS REALIZADOS POR:
**A SOBANCARIA,
BANCO DE LA REPÚBLICA,
UIAF, ANIF, REDEBAN
FEDESARROLLO, CREDIBANCO
CIFRAS Y CONCEPTOS**

EL CRECIMIENTO REAL
ANUAL DE LA CARTERA PARA
2017 FUE DEL



**LA PROFUNDIZACIÓN
FINANCIERA**

MEDIDA COMO LA RELACIÓN ENTRE LA
CARTERA TOTAL Y EL PIB
CONTINUÓ AVANZANDO HASTA ALCANZAR
EL 45,9%



EL SECTOR FINANCIERO CUENTA
CON UNA COBERTURA
EN EL



100%

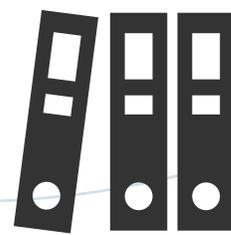
DE LOS MUNICIPIOS DEL PAÍS A
TRAVÉS DE OFICINAS, CAJEROS
Y CORRESPONSALES BANCARIOS

2017

LAS ENTIDADES

ESTUVIERON EN CAPACIDAD DE CUBRIR HASTA

1,34 VECES
EL TOTAL DE LA CARTERA
VENCIDA

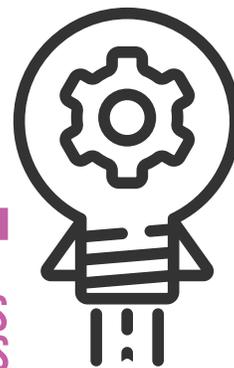


30.300

MILLONES DE PESOS

INVERTIDOS EN INNOVACIÓN POR LAS
ENTIDADES FINANCIERAS

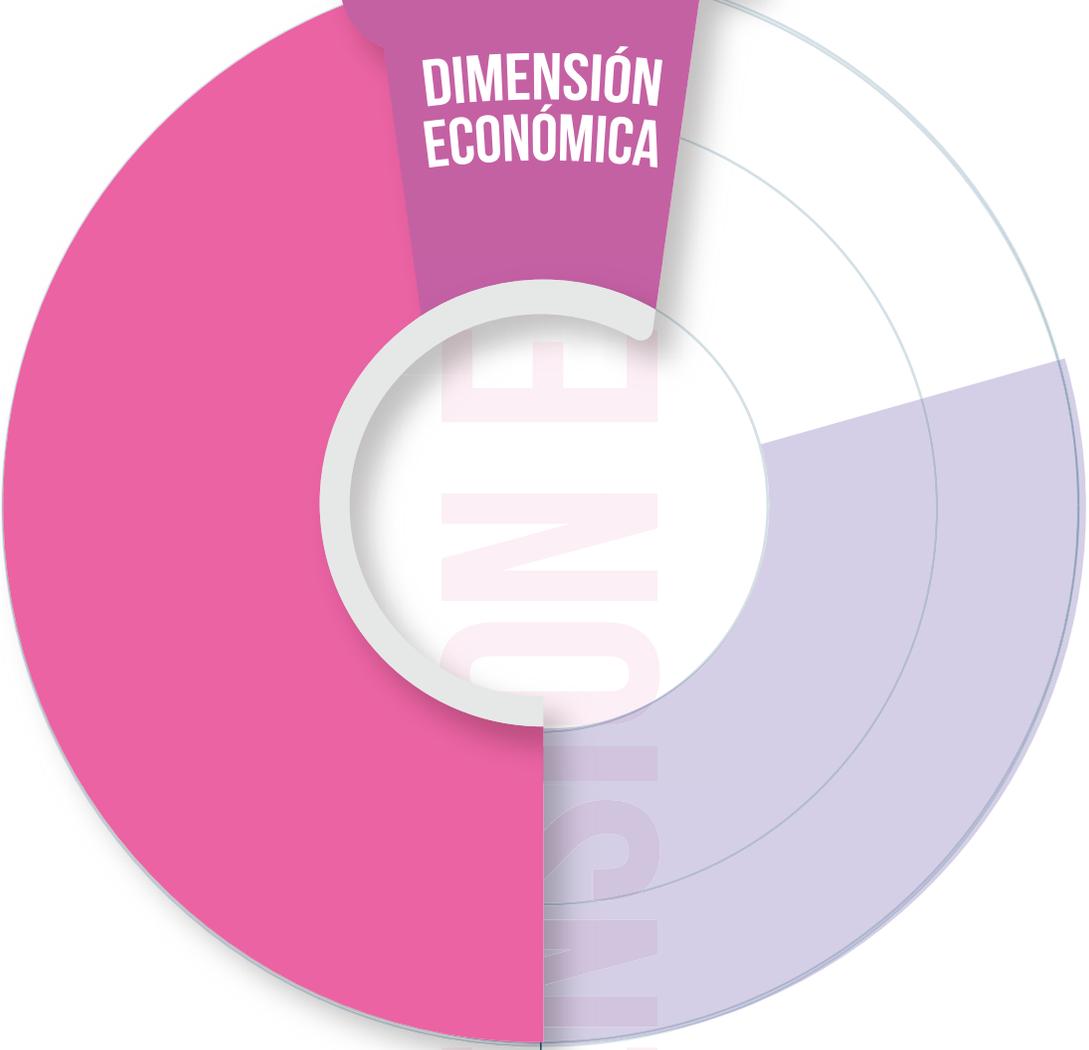
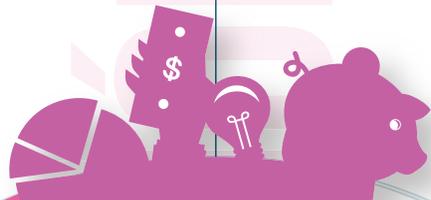
84



INNOVACIONES
PRESENTADAS

POR LAS ENTIDADES FINANCIERAS
ENTRE INCREMENTALES Y DISRUPTIVAS

**DIMENSIÓN
ECONÓMICA**



EL CRECIMIENTO

ANUAL DE LA BANCA MÓVIL EN EL PAÍS FUE DE



ESTUDIOS INTERNACIONALES RECONOCEN A COLOMBIA COMO EL PAÍS CON MAYOR DESARROLLO DE LA BANCA MÓVIL.

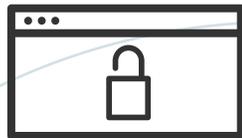
CON UNA CALIFICACIÓN DE 3.8 SOBRE 4

CURSO INFORMÁTICA

JURÍDICA Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

PARA JUECES Y FISCALES

ASOBANCARIA JUNTO A LA U. DE LOS ANDES



BUSCA

MEJORAR LA POLÍTICA PÚBLICA, AL APORTAR CONOCIMIENTO QUE SIRVA PARA REDUCIR LA BRECHA ACTUAL Y PROFESIONALIZAR LA



ACCIÓN CONTRA EL CIBERCRIMEN

15.8

BILLONES DE PESOS DESEMBOLSADOS A TRAVÉS DE LÍNEAS DE

CRÉDITO

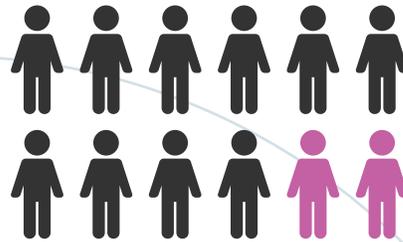
QUE GENERAN BENEFICIO SOCIAL

POR CADA

10.000

OPERACIONES REALIZADAS SOLO SE PRESENTAN

1, 4 QUEJAS



EL 82% DE LOS CONSUMIDORES FINANCIEROS ESTÁN

SATISFECHOS

CON SU BANCO

88% DE LOS CONSUMIDORES CONSIDERAN A SU BANCO EFICIENTE, MIENTRAS EL 90% CONSIDERA QUE ES TRATADO CON RESPETO



4.2 RENTABILIDAD, CRECIMIENTO Y ESTABILIDAD DEL SISTEMA FINANCIERO

LA ADECUADA
GESTIÓN DE
RIESGOS HA SIDO
UNA PREMISA
PARA EL
SECTOR, PUES LE
HA PERMITIDO
CRECER SIN
COMPROMETER LA
ESTABILIDAD
DEL SISTEMA.



Guía sobre la Gestión de Crisis
y Estrategias de Recuperación
del Sector Bancario

103-1

El gremio entiende la rentabilidad, el crecimiento y la estabilidad del sistema financiero como la integración de procesos en las compañías del sector que conlleven al cumplimiento de metas de rentabilidad y eficiencia organizacional, de modo que reflejen un crecimiento general del sector financiero en Colombia.

El sector financiero es de vital importancia para la economía colombiana en la medida que es una de las principales fuentes de crecimiento de la actividad productiva y de la estabilidad macroeconómica. Estas características se han logrado gracias a una sana expansión del sector en el que se ha conjugado una irrigación responsable del crédito, la adopción de los estándares internacionales en materia de regulación y las ganancias en eficiencia.

La adecuada gestión de riesgos ha sido una premisa para el sector, pues le ha permitido crecer sin comprometer la estabilidad del sistema. La fortaleza de sus principales indicadores de actividad, rentabilidad y solidez en medio de los fuertes choques a los que se ha visto sometido, dan muestra de la resiliencia del sector. De hecho, continúa siendo uno de los sectores con mayor rentabilidad en el país, permitiéndole consolidarse como uno de los pilares de la estabilidad macroeconómica.

El monitoreo constante y detallado de la rentabilidad, el crecimiento y la estabilidad del sistema permiten identificar oportuna y acertadamente hacia dónde se dirige el sector, qué riesgos está o podría estar enfrentando en el mediano y largo plazo y qué tipo de barreras existen e impiden una mayor expansión.

103-2

Como institución gremial, Asobancaria se ha preocupado constantemente por generar diagnósticos relevantes, objetivos, integrales y oportunos de la rentabilidad, el crecimiento y la estabilidad del sistema financiero. En este sentido, se caracteriza por tener una actitud propositiva y no reactiva frente a las barreras que representan un riesgo en cualquiera de estos tres ejes.

Las políticas para garantizar la continuidad del negocio ante incidentes que puedan afectar la prestación de sus servicios son fundamentales para mantener la confianza del público y la estabilidad de las instituciones. Los bancos cuentan con planes que permiten identificar posibles fallas internas o externas y diseñar planes para mitigar el impacto en su operación. Estos planes son sometidos constantemente a pruebas que ayudan a anticipar a escenarios probables de ocurrencia de hechos que afecten la prestación de los servicios. También hacen seguimiento periódico a la gestión de continuidad del negocio de sus socios críticos.

Desde el gremio se ha trabajado desde hace años en la elaboración de una guía sobre la Gestión de Crisis y Estrategias de Recuperación del Sector Bancario, cuyo objetivo es establecer una estructura de gobierno para administrar y gestionar crisis conjunta, efectiva y oportunamente en situaciones que afecten la continuidad en la prestación de sus servicios.



Metas de inclusión y profundización del Plan Nacional de Desarrollo

84% Y 58%

Entre otras gestiones, el gremio presenta ante el Banco de la República la Propuesta de ajuste al actual esquema de encaje bancario, en la que argumentó, bajo el contexto regulatorio (gestión del riesgo de liquidez) y económico actual, llevar a cabo una revisión de los fundamentales del encaje (monto, periodo de tenencia remuneración, activos elegibles y penalización, entre otros), con el propósito de generar un impacto positivo sobre la eficiencia de la economía y la intermediación financiera.

También buscó sentar una posición sobre la necesidad de tener discusiones objetivas alrededor de la tasa de usura con un enfoque más estructural, invitando a reconocer que los límites a las tasas de interés se constituyen como un limitante de los procesos de inclusión y profundización financiera aún alejado de las metas del Plan Nacional de Desarrollo (84% y el 58% respectivamente).

Durante el 2017 las entidades trabajaron en la determinación de los ajustes que requieren los procesos y sistemas en el marco de la adopción de la NIIF 9 a partir de enero del 2018, con el fin de lograr una migración exitosa. Las entidades son conscientes de la necesidad de migrar a los estándares internacionales buscando fortalecer la competitividad del sector y la confianza de los mercados extranjeros.

Competitividad

La transformación que ha experimentado la banca en los últimos años ha permitido garantizar una mayor competitividad del sector en el mercado local, lo cual se refleja en una amplia oferta de productos y servicios que se adaptan a las necesidades y preferencias de los usuarios, así como a una mayor innovación tecnológica que ha derivado en una mejor cobertura en todo el territorio nacional que promueve mayores índices de inclusión financiera, una reducción en los costos de los servicios financieros y, en general, en grandes beneficios para todos los participantes del mercado.

El portafolio de productos y servicios que ofrecen las entidades bancarias en el país se encuentra caracterizado por una mayor participación de una cartera comercial que incluye préstamos a pequeñas, medianas y grandes empresas, seguida de la cartera de consumo que comprende créditos de libranza, libre inversión, tarjetas de crédito, vehículos y crédito rotativo. Por último, la cartera de vivienda ocupa el tercer lugar en términos de participación en la cartera bruta del sector bancario, seguida por la cartera de microcrédito. Por otro lado, en el marco de una revisión realizada desde la perspectiva del pasivo, las entidades ofrecieron, entre otros, cuentas de ahorro, corrientes e inversiones en CDT's.

Durante el 2017 se produjeron cambios al interior de algunas entidades bancarias del país. En abril, la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) autorizó la cesión parcial de los activos, pasivos y contratos de Itaú BBA Colombia S.A. Corporación Financiera como cedente, a favor del Banco Corpbanca Colombia S.A. como cesionaria. En mayo del mismo año el Banco Corpbanca Colombia S.A. (sigla Banco Corpbanca "Helm Bank" o "Helm") tuvo un cambio de razón social pasando a ser Itaú Corpbanca Colombia S.A. (siglas Itaú, Banco Corpbanca, o Corpbanca).

En junio, el Banco WWB S.A. cambió su razón social y pasó a ser Banco W S.A.; en septiembre, el Banco Caja Social S.A. (siglas Banco Caja Social BCSC y BCSC S.A.) cambió su razón social a Banco Caja Social S.A. (sigla Banco Caja Social).

El monitoreo de riesgos a este asunto es un imperativo para la Asociación Bancaria y uno de los objetos misionales de la Dirección Económica. De allí que la evaluación y el monitoreo de indicadores de rentabilidad, crecimiento y estabilidad se realicen periódicamente utilizando modelos económicos y matemáticos que incorporan conceptos fundamentales de la teoría macroeconómica y financiera. En los últimos años se han ideado modelos de consistencia y balances de riesgos (el modelo de equilibrio general, el indicador de riesgos macroeconómicos –IRMA–, el Indicador de Alerta Bancaria –IAB– y el Indicador de Condiciones Monetarias –ICM–). Estos modelos, entre otros, le permiten a la Asociación monitorear y alertar sobre los riesgos y futuras dificultades que podría afrontar el sector financiero en materia de crecimiento, calidad crediticia, eficiencia, rentabilidad y solidez.

Indicadores y metas

Dentro de los modelos utilizados por la Dirección Económica para indagar sobre el grado de tensión al cual se ven sometidos la economía y el sector bancario, se siguió implementado el uso del IRMA y el IAB. Por su naturaleza, los resultados de estos indicadores se clasifican en los siguientes rangos según el nivel de riesgo: bajo, medio-bajo, medio-alto y alto. Sus respectivos cálculos y mediciones pretenden emitir señales de alerta anticipadas para que las respectivas entidades tomen las acciones conducentes para gestionar los niveles de riesgo.

Contribución del sector financiero para la vivienda en Colombia

El componente de vivienda es parte fundamental del sector financiero. Inicialmente, a través de las Corporaciones de Ahorro y Vivienda y a partir del año 2000 a través de entidades financieras privadas y públicas de diversa naturaleza (bancos, compañías de financiamiento, etc.), la financiación de vivienda nueva y usada en Colombia se ha desarrollado principalmente mediante la colocación de créditos hipotecarios para adquisición de vivienda y la celebración de contratos de leasing habitacional, ambos expresados en UVR o en pesos.

Aunque al cierre del 2017 el saldo total de la cartera de vivienda de bancos representaba exclusivamente un 14.6% del total de la cartera total bruta, el otorgamiento de financiación para adquisición de vivienda hace parte la política pública de vivienda, bien sea a nivel del Gobierno Nacional y/o en los órdenes departamental y municipal. Es importante tener en cuenta que el impulso a la construcción de vivienda nueva en Colombia es un potente motor para dinamizar la economía debido a su alto impacto en aspectos como el ciclo de producción de materias primas (cemento, ladrillo, etc.) y la generación de empleos directos e indirectos, entre otros aspectos.



Estos programas tienen indicadores de gestión y ejecución medibles objetivamente. Su cumplimiento requiere de la participación del sector financiero a partir de la concesión de la financiación a los hogares y, en algunos casos, a través de la participación directa de las entidades bancarias en el trámite y finalización de gestiones que articulen procesos de aprobación y otorgamiento de crédito, con aquellos procesos referentes a la asignación y giro efectivo de subsidios estatales para la adquisición de vivienda nueva.

Para el 2018 continúan vigentes los programas del Gobierno Nacional Mi Casa Ya - cuota inicial, Subsidio a la tasa de interés - Frech II y el Subsidio a la Tasa de Interés Frech No VIS. El programa **Vivienda de Interés Prioritario para Ahorradores - VIPA** finalizó en materia de desembolsos con cobertura en diciembre del 2017.

En el 2018 el sector hará parte activa de los programas de vivienda del Gobierno Nacional que se detallan a continuación:

PROGRAMAS DE VIVIENDA VIGENTES DURANTE EL 2018

PROGRAMA	TIPO DE VIVIENDA	INGRESO DE LOS HOGARES EN SMMLV	BENEFICIOS	
			SFV EN SMMLV	SUBSIDIO A LA TASA DE INTERÉS
FRECH II	VIP	Hasta 8	N.A.	5 PP
	VIS		N.A.	4 PP
Mi Casa Ya - cuota inicial	VIP o VIS	Menor a 2	30	5 PP para VIP o
		Entre 2 y hasta 4	20	4 PP para VIS
FRECH No VIS	135-435 SMMLV	Sin restricción	N.A.	2.5 PP

En cuanto al **acceso la financiación de vivienda usada**, no es común que existan políticas públicas para el otorgamiento de subsidios con cargo a recursos estatales. Por tal motivo para este segmento existen establecimientos de crédito que compiten en el mercado ofreciendo productos vía crédito hipotecario o leasing habitacional destinados a la adquisición de una vivienda usada por parte de los hogares.

SMMLV: Salario Mínimo Mensual Vigente

SFV: Subsidio Familiar de Vivienda

VIP: Viviendas de Interés Prioritario con valor de hasta 70 SMMLV

VIS: Viviendas de Interés Social con valor mayor a 70 SMMLV y hasta 135 SMMLV

PP: Puntos Porcentuales

CONCEPTO	TIPO	VALOR
Saldo de cartera de vivienda al cierre del 2017 (incluye cartera propia en balance de bancos, operaciones de leasing habitacional y titularizada).	[Miles de millones COP]	61.817
Saldo de cartera de vivienda al cierre del 2016 (incluye cartera propia en balance de bancos, operaciones de leasing habitacional y titularizada).	[Miles de millones COP]	55.381
Participación de la cartera de vivienda en la cartera total de los bancos en el 2017.	[%]	14.6%
Participación de la cartera de vivienda en la cartera total de los bancos en el 2016.	[%]	13.9%
Número de créditos desembolsados en el 2017*.	[Número]	149.244
Número de créditos desembolsados en el 2016*.	[Número]	148.091
Monto total de créditos desembolsados en el 2017.	[Miles de millones COP]	15.012
Monto total de créditos desembolsados en el 2016.	[Miles de millones COP]	13.462
Número de créditos desembolsados con beneficios (subsidios a tasa de interés y cuota inicial) en el 2017**.	[Número]	79.463
Monto desembolsado de créditos con beneficios 2017**.	[Miles de millones COP]	4.518
Número de créditos desembolsados con beneficios (subsidios a tasa de interés y cuota inicial) en el 2016**.	[Número]	76.367
Monto desembolsado de créditos con beneficios en el 2016**.	[Miles de millones COP]	3.792

2,0%
Crecimiento real anual de la
cartera para 2017

La gestión del sector en cifras:

La fuerte y prolongada fase de ajuste que ha venido experimentando la actividad productiva continuó evidenciando efectos en distintos reglones de la actividad sectorial. El lánguido desempeño de la economía colombiana, que completó en 2017 cuatro años de desaceleración consecutiva, junto con la desazón de una recuperación tardía, propició un ambiente caracterizado por una baja dinámica crediticia. A pesar de las reducciones sistemáticas en la tasa de interés del Banco de la República, el año 2017 evidenció el crecimiento más bajo de los últimos ocho años en el volumen de la cartera crediticia, registrando deterioros en materia de calidad por cuenta de la debilidad económica.

La cartera total de los bancos cerró el año con una marcada desaceleración. El crecimiento real anual de la cartera para 2017 fue del 2,0%, muy por debajo del 6,1% registrado en 2016. No obstante, la profundización financiera, medida como la relación entre la cartera total y el PIB, continuó avanzando hasta alcanzar el 45,9%.

*Incluye créditos directos, subrogaciones de constructor a individual y operaciones de leasing habitacional.

**Incluye: Mi Casa Ya ahorradores – VIPA, Mi Casa Ya - cuota Inicial, Mi Casa Ya subsidio a la tasa de interés - Frech II y Frech No VIS.

Si bien esta dinámica de moderación resultó en línea con lo esperado en un contexto de débil desempeño de la actividad productiva, algunos factores puntuales contribuyeron a restarle tracción a la expansión crediticia a lo largo de 2017. En efecto, la sorpresiva contracción de la cartera comercial, que para diciembre pasado fue del orden del 0,5%, en buena parte derivada del acotamiento de los canales de inversión, fue también resultado de (i) la pausa en los desembolsos para financiar los proyectos de infraestructura 4G, a causa de los escándalos de corrupción que dejaron al descubierto vacíos en temas de garantías para los financiadores, y (ii) la normalización de la base estadística de comparación luego de la absorción de una compañía de financiamiento dedicada al leasing por parte de un banco en octubre de 2016. Al final, la cartera comercial se desaceleró 5,8 puntos porcentuales (pp) frente al registro de 2016.

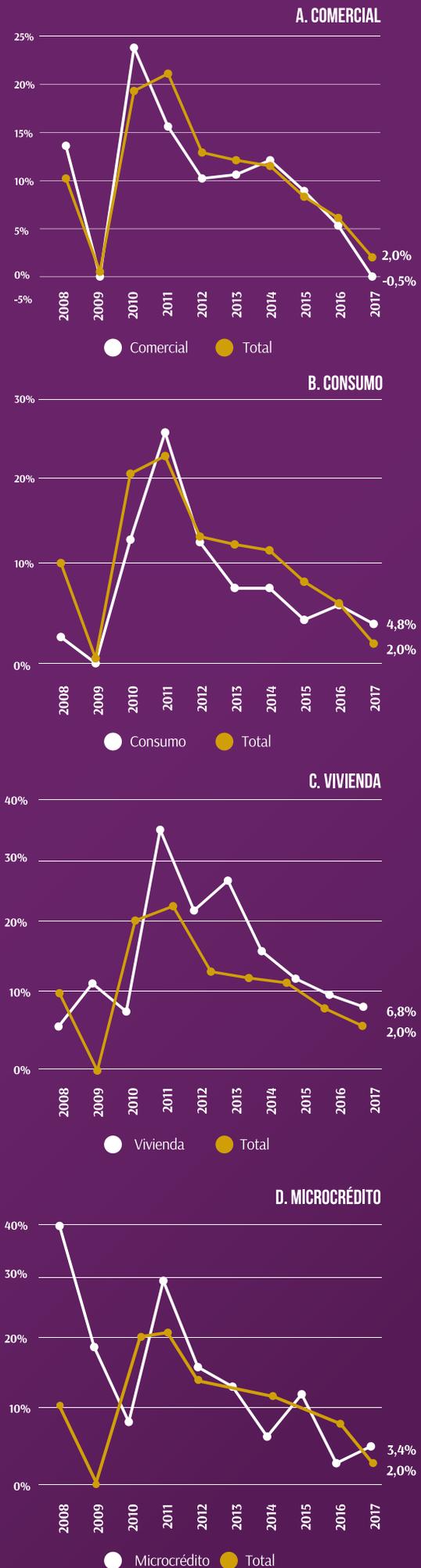
En cuanto a la cartera de consumo, en 2017 tuvo un crecimiento del 4,8% real anual, configurando una desaceleración de 2,3 pp frente a diciembre de 2016. Sobre este comportamiento incidieron las presiones sobre el ingreso disponible de los hogares por cuenta del aumento del IVA con la Reforma Tributaria y el persistente deterioro de la desconfianza de los hogares.

Una tendencia similar se presentó en el segmento de vivienda, con una desaceleración en esta modalidad de crédito cercana a 2,2 pp en 2017, configurándose un crecimiento de 6,8% real anual. Bien hay que señalar que los desembolsos para adquirir vivienda se desaceleraron debido a que, como se mencionó, los hogares atravesaron una situación económica compleja, lo que disminuyó la demanda de los inmuebles habitacionales y, en consecuencia, el crédito para financiar su adquisición. Adicionalmente, el comportamiento del mercado de vivienda nueva llevó a que varios de los desembolsos previstos para el año 2017, por ventas realizadas durante 2016, tuvieran que postergarse como resultado de los ajustes que ha experimentado el mercado de vivienda nueva, en el que los plazos para el pago de la cuota inicial se han ampliado.

Por su parte, la cartera de microcrédito, cuyo crecimiento fue del 3,4% real anual, al final fue la única modalidad que registró una aceleración. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que esta aceleración se explica en mayor medida por la baja base de comparación, pues el crecimiento de este segmento fue prácticamente nulo durante 2016.

GRÁFICO 1. CRECIMIENTO REAL DE LA CARTERA BANCARIA POR MODALIDAD

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (SFC)



Al final, el panorama de desaceleración crediticia, enmarcado por la debilidad en la actividad productiva, no podría haber dejado un escenario distinto al deterioro en el indicador de calidad de la cartera. En efecto, el indicador tradicional de calidad cerró el año en 4,3%, es decir, 1,2 pp más con respecto a diciembre de 2016. Si bien esta cifra resulta superior frente a lo ocurrido durante los últimos años, resulta acorde con la fuerte complejidad del ciclo económico y no se constituye en una cifra que genere alarma ni inestabilidad sistémica.

El resultado del indicador de calidad de la cartera tiene como principal explicación el comportamiento de la cartera comercial, pues fue la modalidad con mayor crecimiento en sus vencimientos durante el 2017. Esto se debió principalmente a la cartera vencida en (i) el sector corporativo, pues la liquidación de Electricaribe en marzo de 2017 llevó a que los bancos reclasificaran toda la cartera de esta entidad como vencida, y (ii) en el sector de infraestructura, donde los hechos de corrupción en el proyecto Ruta del Sol II tuvieron un efecto similar. Es importante anotar que, descontando estos efectos puntuales, el indicador de calidad de la cartera comercial tan sólo hubiera bordeado el 3,0% (muy similar al cierre de 2016) y el de la cartera total alrededor del 4,0%. Asimismo, los indicadores de calidad del resto de modalidades presentaron deterioros frente al cierre de 2016, muestra clara de que las condiciones económicas de los hogares y las empresas se tornaron más difíciles y, en consecuencia, le imprimieron más riesgo, desde la demanda, al mercado crediticio.

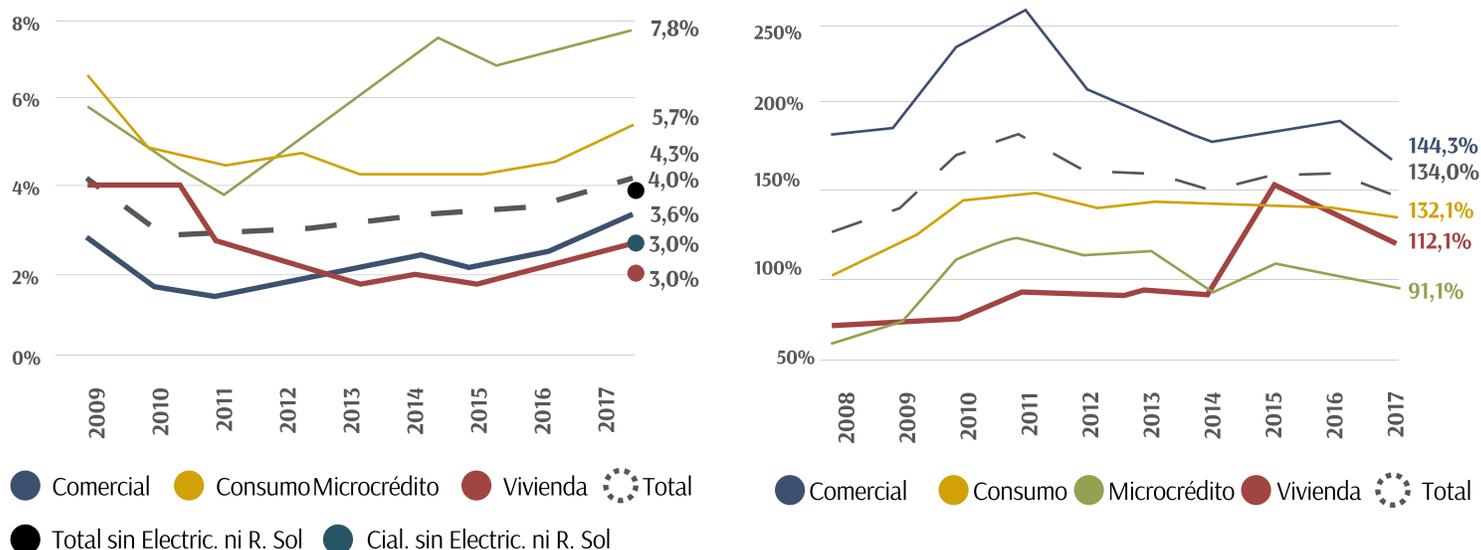


GRÁFICO 5. INDICADORES DE LA CARTERA BANCARIA

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (SFC)

A pesar de esto, la estabilidad del sistema no se ha visto comprometida, pues sin el efecto de Electricaribe y Ruta del Sol II el indicador tradicional de calidad permanece alejado del nivel alcanzado en la Crisis Financiera Internacional de 2009, cuando se elevó hasta el 4,5%, y la adecuada gestión de riesgos por parte de los establecimientos de crédito ha evitado que los deterioros sean mayores y contribuido a que las provisiones de cartera continúen en niveles robustos. De hecho, para el cierre de 2017 las entidades estuvieron en capacidad de cubrir hasta 1,34 veces el total de la cartera vencida.

4.3 BALANCE DEL ESCENARIO ECONÓMICO DEL SECTOR



103-1

El gremio entiende el balance económico del sector como el conjunto de procedimientos desarrollados con las entidades agremiadas y los grupos de interés para conocer y divulgar el impacto económico que tienen sus inversiones, ingresos, gastos, normatividad, contribuciones y partidas financieras especiales.

El balance económico es fundamental para el país y la industria financiera pues a diferencia de otras actividades, en la bancaria concurren distintos factores que inciden sobre la economía y su desempeño. Un ejemplo actual es la prolongada fase de ajuste que viene atravesando la economía desde el 2014 que ha influido en una dinámica crediticia baja y en los indicadores de desempeño del sector. Si bien el proceso ha sido ordenado y se han gestionado oportunamente, ha influido en las decisiones de consumo e inversión de las empresas.

Hay que resaltar que si bien el mercado espera para el 2018 unas condiciones macroeconómicas más benignas en el cambio de **tendencia en el crecimiento del PIB**, el mejor desempeño de los principales socios comerciales del país, la recuperación de los precios del petróleo y unas condiciones monetarias expansivas, el balance de riesgos sigue incorporando elementos de incertidumbre que deben ser considerados para entender correctamente la dinámica de la industria bancaria.

Entre los principales elementos que deben tenerse en cuenta se destacan las presiones al alza en la tasa de desempleo, la moderada o nula recuperación industrial, los posibles obstáculos para agilizar la actividad de obras civiles como las 4G y una moderada recuperación del consumo de los hogares.

En consecuencia y a pesar del actual balance de riesgos, los elementos de análisis señalan que el sector bancario se mantendrá como la actividad de mayor contribución en materia de generación de valor agregado a la economía. La consolidación del sector, pilar de estabilidad macroeconómica y pieza fundamental para canalizar recursos para la inversión productiva y el consumo, continuará materializándose gracias a las acciones que adelantan las entidades con apoyo del gremio para gestionar adecuadamente el riesgo y favorecer el correcto funcionamiento del sector y de la economía.

103-2

El balance económico del sector y sus escenarios de riesgo se actualizan constantemente con el propósito de obtener información oportuna y acertada que permita vislumbrar los desafíos que se le plantean. Estos análisis evalúan los riesgos de corto, mediano y largo plazo; los tipos de barrera que impiden una mayor expansión de su actividad y los mayores efectos de la actividad bancaria en el desarrollo económico y social del país.

Estas actualizaciones les permiten a las direcciones de Asobancaria hacer análisis más acertados de los sistemas de



gestión de riesgo, regulación financiera, operación y seguridad bancaria, inclusión financiera y de productos bancarios y de sostenibilidad del sector. Este análisis se comparte con los agremiados en escenarios como juntas, comités y grupos de trabajo cuya naturaleza permite hacer retroalimentaciones mutuas y continuas sobre el rumbo del sector.

Asobancaria, en tanto institución gremial, se ha preocupado por generar diagnósticos relevantes, así como de formular objetivos integrales y oportunos que aborden los temas tanto de la coyuntura económica como de la actividad propia del sector. Es por esto que en los últimos años ha intensificado su producción académica y de investigación, incrementando las publicaciones de libros, revistas, informes y artículos.

Además de producir y publicar varios libros, hizo tres ediciones de la Revista Banca y Economía. La edición de abril se centró en exponer cómo el aumento del IVA del 16% al 19% afectó los hábitos de consumo de los hogares; el número de junio, analizó la situación del campo colombiano en términos de evolución de la actividad agropecuaria y señaló los principales elementos de la reforma rural integral; la edición de octubre abordó la revolución del comercio electrónico y los elementos clave que deben tener en cuenta las empresas para garantizar el éxito de su negocio en la era digital.

A través de la **Semana Económica** publicó también 47 artículos que abordaron temas relacionados con las perspectivas económicas y financieras de Colombia, el crecimiento potencial, la profundización financiera, los avances en innovación de la banca, prácticas de seguridad y educación financiera, sostenibilidad, posición del gremio en torno a la tasa de usura y retos sectoriales, entre otros.



Revista Banca y Economía | EDICIÓN DE OCTUBRE 2017

103-3

La evaluación y el monitoreo de los escenarios de balance del sector son realizados periódicamente utilizando modelos económicos, matemáticos y estadísticos que incorporan fundamentales de la teoría macroeconómica y financiera.

Específicamente, Asobancaria ha ideado modelos de consistencia y balances de riesgos, como el modelo de equilibrio general, el indicador de riesgos macroeconómicos (IRMA), el indicador de Alerta Bancaria (IAB) y el indicador de condiciones monetarias (ICM). Estos modelos, entre otros, le permiten a la Asociación monitorear y alertar sobre los riesgos y futuras dificultades que podría afrontar el sector financiero en materia de crecimiento, calidad crediticia, eficiencia, rentabilidad y solidez.

INDICADORES Y METAS

Dentro de los modelos utilizados por la Dirección Económica para indagar sobre el grado de tensión que enfrentan la economía y el sector bancario, se siguió implementado el uso del Indicador de Riesgo Macroeconómico de Asobancaria (IRMA) y del Indicador de Alerta Bancaria (IAB). Por su naturaleza, los resultados de estos indicadores se clasifican según su nivel de riesgo en los siguientes rangos: bajo, medio-bajo, medio-alto y alto. Los cálculos y mediciones realizadas sirven para emitir señales de alerta anticipadas que les sirven a las entidades a la hora de tomar acciones específicas para cada nivel de riesgo.

Para tener una mejor percepción sobre lo que ocurre en el balance económico del sector, se usa el Índice de Condiciones Monetarias (ICM), fundamental en el negocio bancario pues permite evaluar lo que ocurre y ocurrirá en los entornos monetario y cambiario. Este indicador sirve para identificar si las condiciones favorecen o no la actividad económica y se clasifican en expansivo, neutro-expansivo, neutro, neutro-contractivo y contractivo.

LA GESTIÓN DEL SECTOR EN CIFRAS:

EL SECTOR FINANCIERO ES CONSCIENTE DE SU IMPACTO ECONÓMICO SOBRE SUS DIFERENTES GRUPOS DE INTERÉS, MOTIVO POR EL CUAL BUSCA COMUNICARLOS A LOS MISMOS. EN LA SIGUIENTE TABLA SE DIVULGA LA GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL VALOR ECONÓMICO EN EL SECTOR FINANCIERO EN COLOMBIA PARA TRES AÑOS:

CIFRAS EN MILES DE MILLONES COP

CONCEPTO	A 31 DIC. 2015	A 31 DIC. 2016	A 31 DIC. 2017
VALOR ECONÓMICO GENERADO			
Ingresos	\$ 140.740,524	\$ 155.916,069	\$ 126.303,529
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO			
Gastos operativos	\$ 128.256,425	\$ 141.373,004	\$ 116.409,449
Beneficios a empleados	\$ 6.438,458	\$ 7.363,365	\$ 7.832,513
Dividendos y participaciones	\$ 449,306	\$ 132,423	\$ 100,647
Pagos a gobiernos por impuestos	\$ 4.542,003	\$ 5.119,262	\$ 4.391,727
Pagos a gobiernos por multas	\$ 75,876	\$ 110,039	\$ 80,881
Inversiones en comunidades*	\$ 28,311	\$ 29,578	\$ 32,576

En la tabla se puede observar una disminución en los ingresos del sector, debido a la coyuntura económica mencionada anteriormente.

Frente a la distribución de la riqueza se encontró que el mayor rubro es destinado a los gastos operativos equivalentes 92% del total de los ingresos, seguido por los beneficios a empleados (sueldos y prestaciones, entre otros), con el 6,2% de los ingresos del sector, finalmente la inversión en comunidades fue del 0,03% de los ingresos, lo que representa un reto para el sector.

*Inversiones en comunidades: incluye las cuentas 519060 / 519070 Donaciones. El balance social de las entidades contiene más información al respecto.

4.4 LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN



**COLOMBIA TIENE
UNA PERCEPCIÓN
DE CORRUPCIÓN
ALTA Y SE UBICA
EN EL PUESTO 96
ENTRE LAS 180
ECONOMÍAS
EVALUADAS.**

El gremio entiende la lucha contra la corrupción como el desarrollo de actividades para prevenir y actuar frente a eventos de corrupción, fraude, lavado de activos y financiación del terrorismo, con el fin de identificar y mitigar oportunamente los riesgos a los que se encuentran expuestas las compañías del sector financiero en esta materia.

La corrupción, entendida como “el abuso de posiciones, poder o confianza, para beneficio particular en detrimento del interés colectivo, realizado a través de ofrecer o solicitar, entregar o recibir, bienes en dinero o en especie, a cambio de acciones, decisiones u omisiones(1)”, se encuentra en el sector público y en el privado. Sus consecuencias en el contexto político son, entre otros, la pérdida de legitimidad de oficinas e instituciones, en el contexto económico obstaculiza el desarrollo de estructuras de mercado justas y distorsiona la competencia impidiendo la inversión, en el ámbito social socava la confianza de las personas y se convierte en un obstáculo más para desafiar la corrupción, en el plano ambiental genera la destrucción generalizada de ecosistemas sin un marco de vigilancia que los proteja.

De acuerdo con el Índice de Percepción de Corrupción del 2017 calculado por Transparencia Internacional, Colombia tiene una percepción de corrupción alta y se ubica en el puesto 96 entre las 180 economías evaluadas. Desde esa perspectiva el sector bancario y en general el financiero, se ven abocados a implementar estándares y mejores prácticas internacionales para luchar contra la corrupción, un delito subyacente al lavado de activos y la financiación del terrorismo, con el ánimo de mitigar riesgos legales, reputacionales, de contagio y operativos existentes.



18° Congreso Panamericano de Riesgo de Lavado de Activos y Financiación de Terrorismo (2018)

(1) Definición general de corrupción por Transparencia por Colombia, un capítulo de Transparencia Internacional.

Aunque en el sector la lucha contra la corrupción no se encuentra regulada o es de obligatorio cumplimiento, las entidades que tienen su base matriz en el exterior han adoptado modelos para mitigar este flagelo. Algunas buenas prácticas, modelos y guías anticorrupción basada en el Estatuto Anticorrupción basada en el Estatuto Anticorrupción de Colombia que impulsa la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito han sido implementadas por algunas de las entidades agremiadas.

El alcance de esta lucha en el sector y su entorno se refleja en:

- Sensibilización, respaldo y compromiso del personal directivo.
- Desarrollo de políticas, manuales y programas anticorrupción actualizados y claros.
- Fortalecimiento de los valores corporativos.
- Desarrollo de esquemas de faltas graves y régimen sancionatorio.
- Robustecimiento en los procesos de selección de personal.
- Mesas de trabajo conjuntas para discutir nuevos modelos, estándares y mejores prácticas anticorrupción para establecer estrategias conjuntas.
- Recursos asignados por el gremio para luchar contra la corrupción como delito fuente del lavado de activos y la financiación del terrorismo.
- Desarrollo por parte de las entidades de Asobancaria de proyectos, programas, iniciativas y cartillas orientadas a alcanzar los objetivos de la lucha contra la corrupción.
- Alianza con entidades nacionales e internacionales que tengan objetivos similares.





ASSESSMENT

103-2

La prevención y el tratamiento de asuntos relacionados con corrupción se aborda desde diferentes ámbitos:

- Definición de aspectos relevantes para que la contratación de proveedores y personal sea transparente
- Establecimiento de los hechos considerados como conflicto de interés
- Identificación del procedimiento a seguir en caso de conflicto de interés.
- Socialización de los procesos y lineamientos a seguir en casos de faltas al código de ética y conducta o de fraude interno.
- Implementación del Estatuto Anticorrupción emitido por el Gobierno Nacional junto con las normas y buenas prácticas establecidas por las diferentes superintendencias.
- Elaboración de códigos y manuales para declarar regalos e invitaciones y relacionarse con proveedores y contratistas.
- Establecimiento de matrices de riesgo.
- Establecimiento de mecanismos de reclamación por parte de algunas entidades de Asobancaria.
- Mesas de trabajo para elaborar la Cartilla Anticorrupción en procesos de licitación pública.

103-3

La evaluación de la gestión para la lucha contra la corrupción se realiza a través de los siguientes mecanismos:



Evaluación de gestión por medio de auditorías, verificaciones externas y opiniones de los grupos de interés, entre otros.



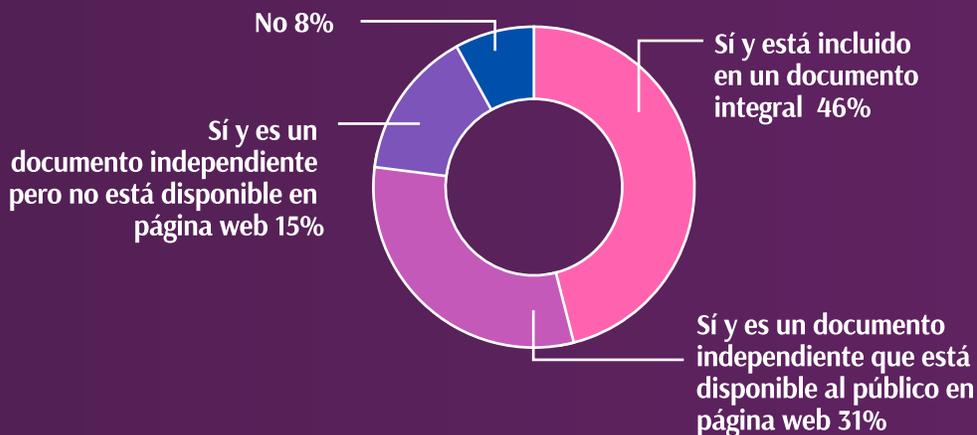
Evaluación de resultados con seguimiento a indicadores específicos del sector y divulgación de los mismos.



Reportes de organizaciones internacionales que verifiquen los índices de percepción de corrupción sobre el país y los sectores.

El sector financiero está comprometido con desarrollar actividades de lucha contra la corrupción, el fraude, el lavado de activos y la financiación del terrorismo, así como con identificar y mitigar oportunamente los principales riesgos a los que están expuestas las compañías en esta materia.

Una evidencia de lo anterior es que el 92 % de las compañías que respondieron esta sección, tienen un código o política de lucha contra la corrupción.

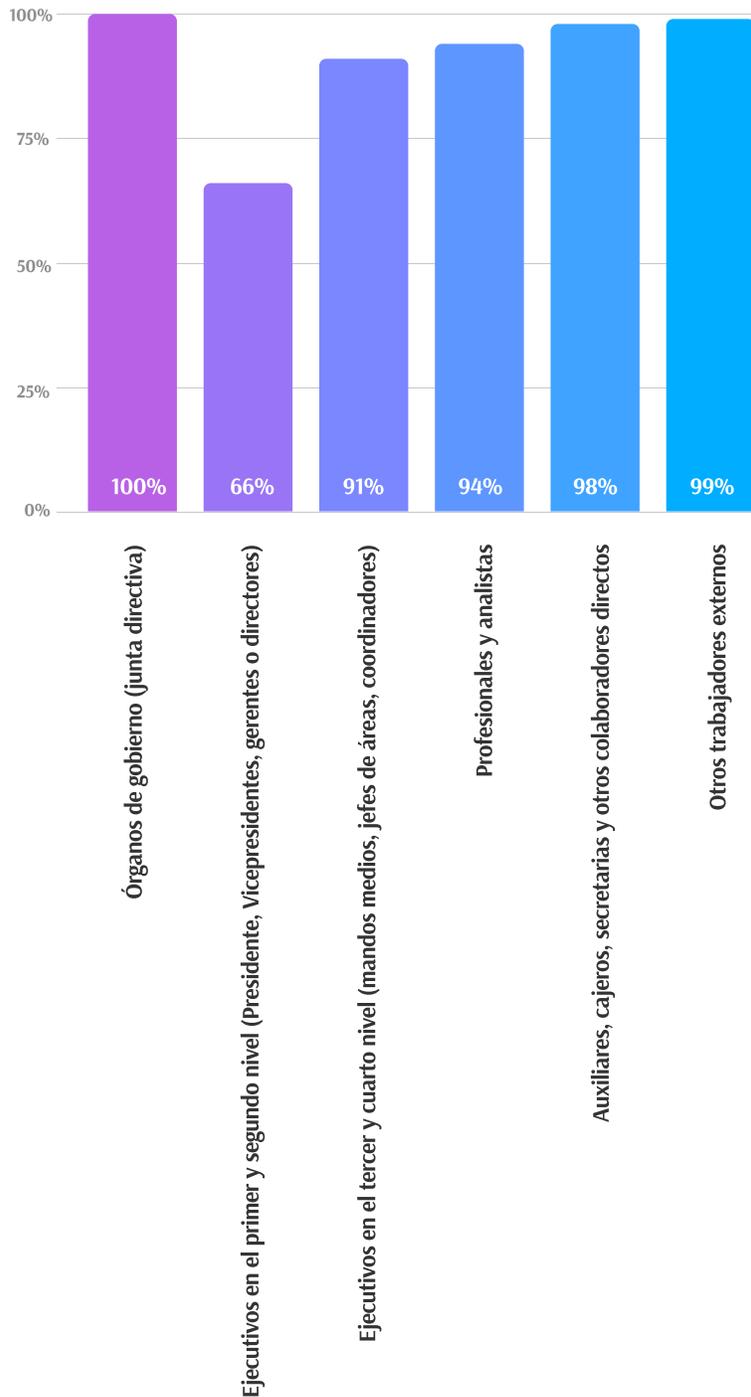


GRÁFICA 1.
EXISTENCIA DE
CÓDIGO O
POLÍTICA DE
LUCHA CONTRA
LA CORRUPCIÓN
(ENTRE 26
ENTIDADES)

LA GESTIÓN DEL SECTOR EN CIFRAS(2)

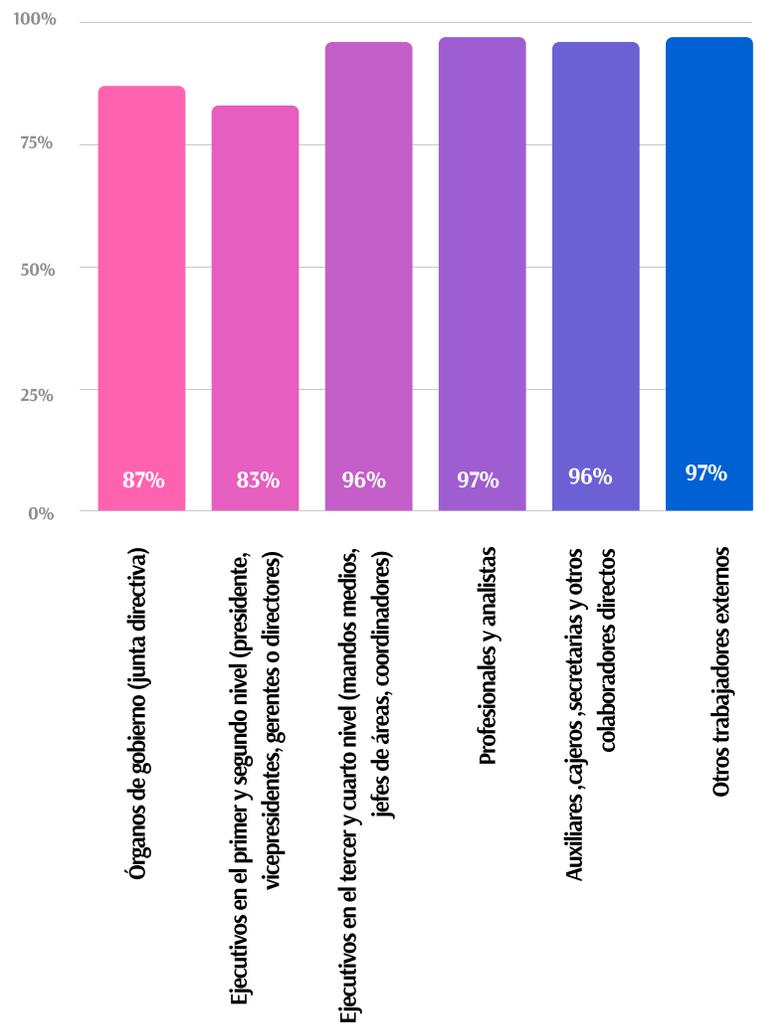
(2) En total, 26 entidades contestaron al menos una pregunta de esta sección.

Este compromiso de luchar contra la corrupción se refuerza por medio de estrategias de información y capacitación dirigidas a los diferentes actores con que se relacionan las entidades. Si bien 19 de ellas han capacitado a la mayoría de sus grupos de interés –principalmente a sus colaboradores–, es evidente que el sector tiene una oportunidad de mejora en que otras entidades del sector implementen también estas buenas prácticas.



Gráfica 2. Porcentaje de grupos de interés de las entidades que han sido informados sobre temas de lucha contra la corrupción (entre 19 entidades).

Gráfica 3. Porcentaje de grupos de interés de las entidades que han sido capacitados sobre temas de lucha contra la corrupción (entre 19 entidades)



De los seis casos relacionados con corrupción confirmados, se identificó que los involucrados habían sido colaboradores; se tomó la determinación de terminar sus contratos laborales.

Las entidades que responden esta sección manifiestan que no se presentaron casos relacionados con corrupción entre los integrantes de juntas directivas, proveedores y socios empresariales.

CASOS DE EXITO

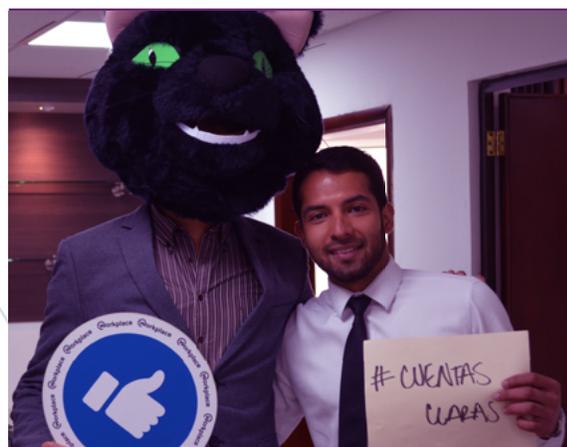
Lucha contra la corrupción.

Campaña "Aquí hay Gato Encerrado".

El banco Colpatria creó una campaña para prevenir el lavado de activos y sus delitos fuente con acciones de información, educación y cambio de hábitos, generando un mensaje que promueva el desarrollo de una cultura de legalidad dentro del marco de estos delitos.

El concepto de la campaña se basó en la frase de uso popular **#AquíHayGatoEncerrado**, utilizada en la mayoría de los casos para referir la suspicacia que despiertan propuestas malintencionadas. Por ello, se creó un personaje que es el gato, con una historia en la que fue víctima del lavado de activos y fue encerrado, él buscará apoyo para salir y luego aconsejará a la gente para evitar los delitos relacionados.

 **COLPATRIA**
MULTIBANCA
del grupo Scotiabank



A hand in silhouette is pointing towards a futuristic, glowing digital interface. The interface features various data visualizations, including a 3D bar chart, a line graph, and a circular gauge. The background is a soft, blue-toned gradient with a circular vignette effect. The overall aesthetic is clean, modern, and high-tech.

4.5 INNOVACIÓN EN CANALES Y PRODUCTOS

LA BANCA DE HOY,
AUNQUE MANTIENE
SU ESENCIA
FUNDAMENTAL, HA
EXPERIMENTADO
GRANDES CAMBIOS



Nueva Imagen de Finnlab.

103-1

Asobancaria entiende por innovación en canales y productos las estrategias implementadas por las compañías del sector financiero para desarrollar nuevos productos y canales innovadores, o para mejorar los existentes de manera que ayuden al consumidor financiero a usar mejor sus recursos y que le faciliten las transacciones.

Los constantes desarrollos tecnológicos y las innovaciones recurrentes han cambiado la forma en que la sociedad interactúa, incidiendo prácticamente en todos los aspectos de la vida diaria. La digitalización se ha posicionado y ha modificado sustancialmente la estructura de diferentes industrias, agilizando procesos, reduciendo costos y generando mayores eficiencias.

Como resulta apenas natural, el sector financiero no ha sido ajeno a este proceso de transformación digital. De hecho, la banca de hoy, aunque mantiene su esencia fundamental, ha experimentado grandes cambios gracias no solo a su evolución histórica sino también a su constante búsqueda de mejoras. La innovación de la industria bancaria se convierte en un eje fundamental para lograr mayores eficiencias y mejoramiento continuo en la oferta de valor de la banca al cliente final.

La transformación digital de la banca busca responder a las necesidades de los consumidores financieros actuales, quienes cada día están demandando nuevos productos y requiriendo mejoras en los procesos existentes.

103-2

La innovación en el sector financiero propende por estar a la vanguardia en estándares internacionales de adopción y uso de nuevas tecnologías en la industria financiera, durante el 2017 se gestionaron las siguientes iniciativas en innovación de canales y productos:

FinnLab:

El Laboratorio de Innovación Financiera (FinnLab) es un proyecto gremial de economía experimental que desarrolla proyectos de rápida implementación para la eficiencia del sistema financiero colombiano. En su primera iniciativa el FinnLab busca, a través de trabajos de campo a lo largo del territorio nacional, dar recomendaciones de política para construir el método de autenticación y crear el estándar de identidad digital del país.

Fintechgración:

www.fintechgracion.com es un portal en el que la banca desarrolla modelos colaborativos en donde las Fintech puedan ser más flexibles y eficientes, con potencial de complementar la estructura de la banca en cualquiera de sus eslabones.

Congreso de acceso a servicios financieros:

En 2017 se realizó la octava versión del congreso de acceso a servicios financieros y medios de pago, espacio académico y de networking que se ha convertido en un aliado para la industria bancaria en términos de capacitación y conocimientos en nuevas tecnologías.

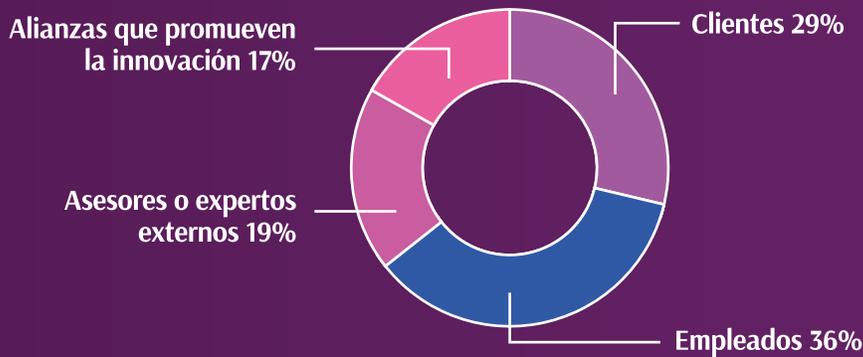
Actualmente, la gestión de la innovación es incluida en la encuesta de reputación como uno de los factores evaluados; el objetivo de esta encuesta es cuantificar la reputación que tiene Asobancaria y el sector bancario entre sus principales grupos de interés a través de un indicador (IGR, Índice Global de Reputación) que muestra la evolución de las diferentes variables asociadas.

La Innovación es uno de los factores que más destacan los grupos de interés –en especial los usuarios bancarios y las empresas–, lo que evidencia que los encuestados dan mayor relevancia a los resultados que a los procesos y esfuerzos.

En cuanto al establecimiento de metas para este tema, Asobancaria se encuentra en la construcción de una línea base de medición que permita establecer indicadores y metas en el futuro.

(1) La gestión del sector en cifras

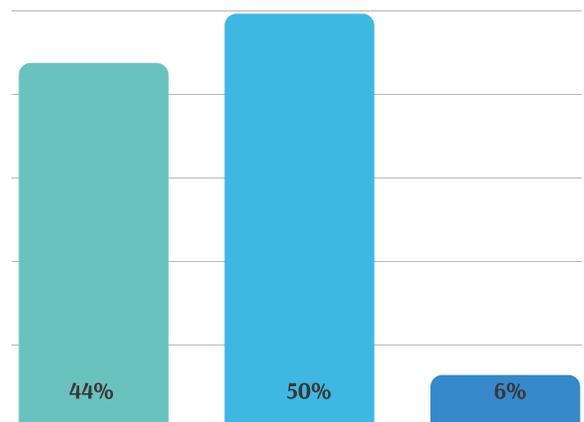
De acuerdo con lo reportado por las compañías del sector, el mayor porcentaje de ideas de innovación provienen de los empleados.



GRÁFICA 1. SECTORES DE LOS CUALES PROVIENEN LAS IDEAS DE INNOVACIÓN (CENTRE 22 ENTIDADES)

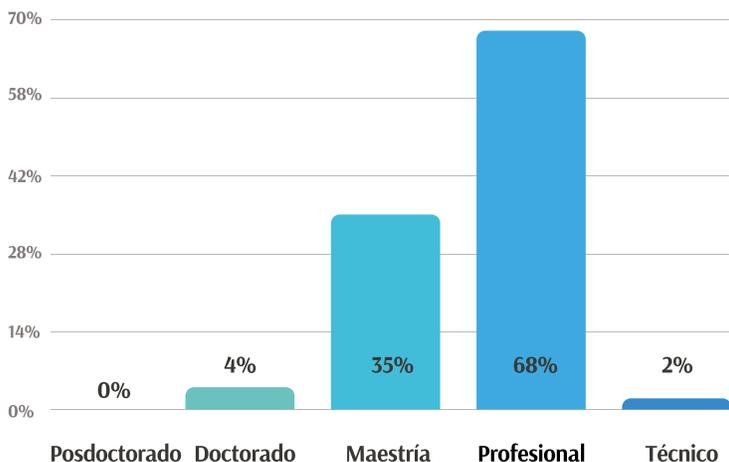
En consecuencia, las ideas de innovación y el área responsable en el sector resultan particularmente relevantes al momento de reportar a presidencia; el mayor porcentaje está a máximo un nivel por debajo de presidencia, lo que representa una ventaja para las áreas durante la toma de decisiones:

Gráfica 2. Niveles a los que reporta el área responsable de los temas de innovación de la presidencia de la entidad (entre 18 entidades)



Reporta a presidencia Reporta a un nivel por debajo de la presidencia Reporta a dos niveles por debajo de la presidencia

(1) En total, 27 entidades contestaron al menos una pregunta de esta sección.

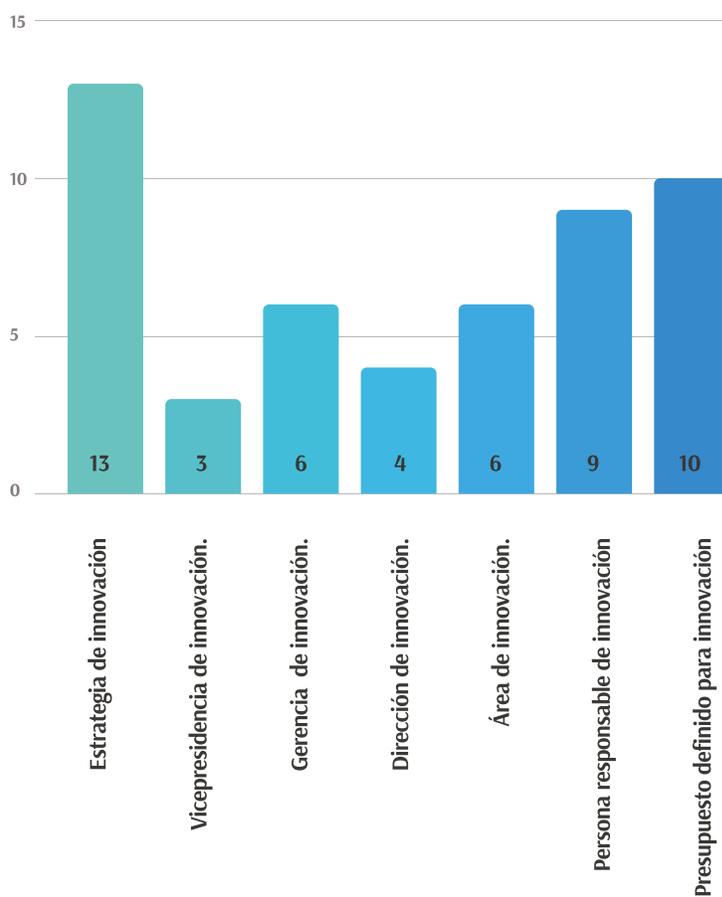


El acelerado desarrollo del mercado y de los avances tecnológicos enfrentan a las compañías del sector y a sus áreas de innovación a retos que necesitan personal altamente calificado que pueda abordarlos exitosamente. Por tal motivo las compañías buscan vincular a sus áreas de innovación profesionales y profesionales con estudios de postgrado.

Gráfica 3. Nivel de formación de las personas que integran espacios de innovación (entre 8 entidades)

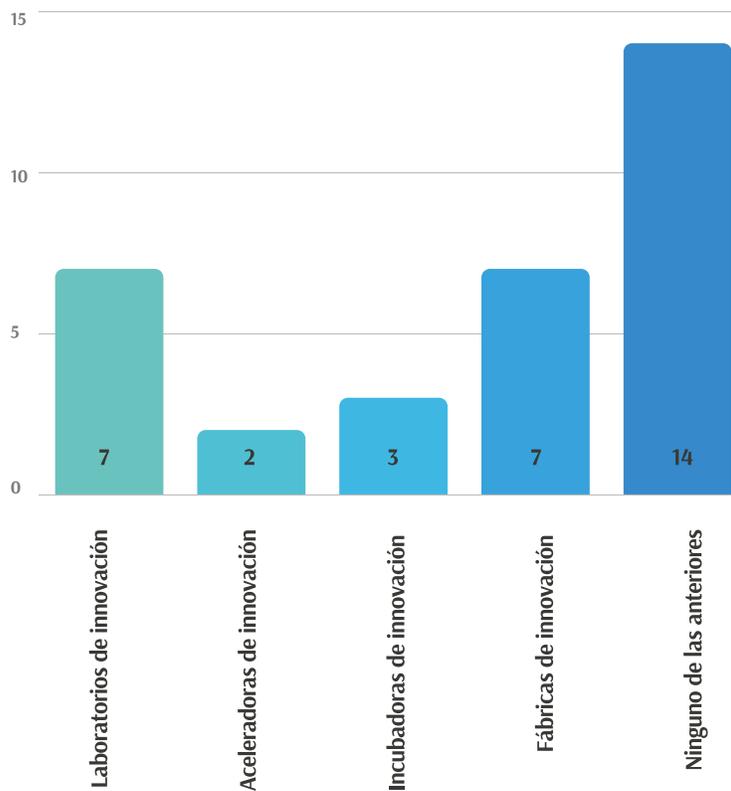
30 MIL
Millones COP Invertidos en Innovación.

Las compañías cuentan con diferentes herramientas para responder a las necesidades de innovación que la sociedad requiere del sector. Resulta relevante destacar que algunas compañías tienen un presupuesto destinado para la innovación que, según los datos obtenidos en la encuesta de sostenibilidad asciende a 30 mil millones COP.



Gráfica 4. Herramientas para la innovación en el sector (entre 17 entidades)

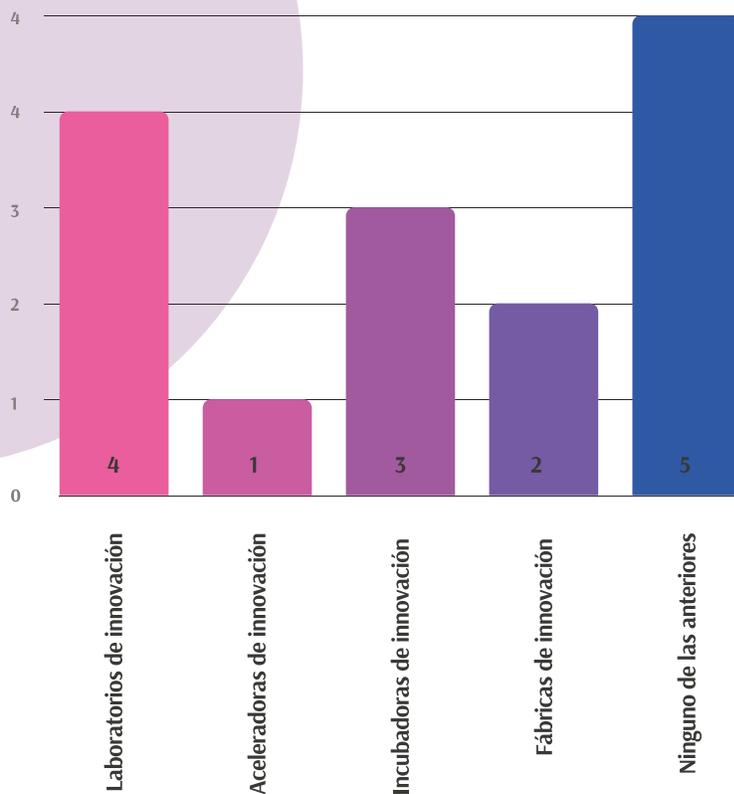
Durante el 2017 la mayoría de las áreas de innovación de las compañías del sector implementaron laboratorios y fábricas de innovación, el resto de entidades desarrollaron otro tipo de estrategias.



Gráfica 5. Espacios de innovación implementados por los bancos (entre 24 entidades)

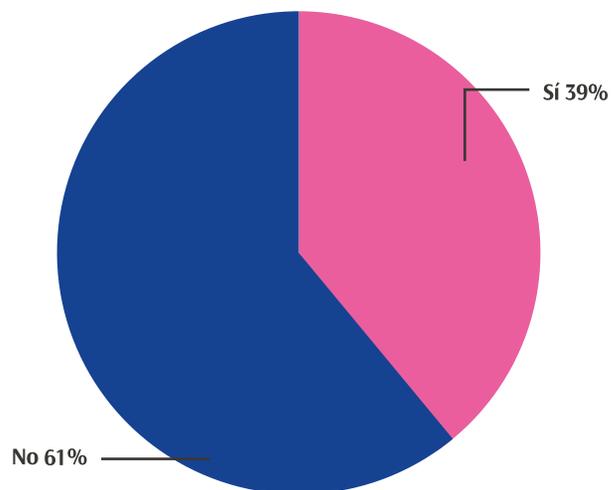


Teniendo en cuenta las necesidades de las compañías y de la sociedad, la mayoría de las entidades que proyectaron implementar a corto plazo estrategias de innovación, lo están haciendo a través de laboratorios e incubadoras:



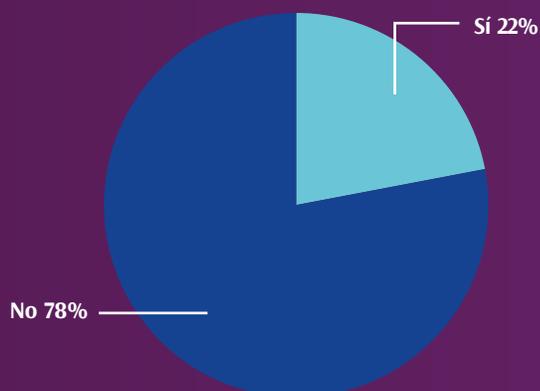
Gráfica 6. Interés de abrir espacios de innovación en el 2018 (entre 13 entidades)

Las estrategias de tecnología financiera (FINTECH) desarrolladas por las compañías del sector empiezan a mostrar una tendencia hacia la creación de nuevos programas o alianzas:



Gráfica 7. Programa o alianza para trabajar conjuntamente con FINTECH (entre 23 entidades)

En el marco de las estrategias de innovación desarrolladas por las compañías del sector, es importante resaltar que únicamente el 22% tiene políticas de incentivos dirigidas a sus empleados.



GRÁFICA 8. ENTIDADES QUE OFRECEN INCENTIVOS POR INNOVACIÓN A SUS EMPLEADOS (ENTRE 21 ENTIDADES)

Durante el 2017 hubo 84 innovaciones en las compañías del sector que se desarrollaron tal y como muestra la siguiente tabla:

	TIPO DE INNOVACIÓN	NÚMERO DE ENTIDADES QUE DESARROLLARON INNOVACIONES
INCREMENTAL*	Medios de pago	24
	Productos de crédito	27
	Productos de ahorro	11
	Productos de inversión	10
DISRUPTIVOS**	Medios de pago	3
	Productos de crédito	6
	Productos de ahorro	3
	Productos de inversión	0

Tabla 1. Tipos de innovación (Sobre 16 entidades)

*Innovación incremental: implementación de pequeños cambios en productos o servicios que han mejorado o cambiado sustancialmente su uso y funcionamiento.

**Innovación disruptiva: creación de nuevos productos, procesos o servicios.

CASOS DE EXITO

Innovación en canales y productos.

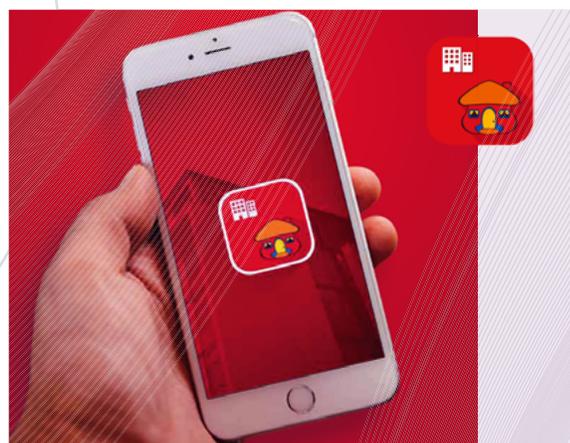
App Edificios Davivienda.

El Banco Davivienda evidenció la necesidad de construir una oferta de valor para el mercado de propiedad horizontal y su comunidad (administradores, residentes, familias, empleados) en el cual se pueda integrar el portafolio Banco con las necesidades reales del segmento.

Es por eso que **Edificios Davivienda es una red social** para los conjuntos residenciales que le permite a los administradores y residentes comunicarse de manera fácil y rápida a través de una aplicación móvil y web con los siguientes beneficios:

- Comunidad de vecinos.
- Manejo cartera del conjunto.
- Amplios canales de pago virtuales.
- Facilidad en la administración.

Esta iniciativa se lanzó como un piloto, y en el primer año se superaron las expectativas vinculando más de mil edificios Davivienda. En 2017 se realizaron más de 560.000 transacciones de recaudo y 50.000 pagos. Logrando integrar en un solo producto la solución de las necesidades de todos los actores de la propiedad horizontal. (Administrador y residentes).



4.6 INCLUSIÓN DE COMUNIDADES EL EN SECTOR FINANCIERO



103-1

El gremio entiende la inclusión de las comunidades en el sector financiero como el esfuerzo realizado por las entidades para ofrecer alternativas de bancarización que permiten el ingreso de personas al sistema financiero, así como el desarrollo de productos que generen un beneficio social.

El acceso a servicios financieros representa la oportunidad de reducir la pobreza y la desigualdad, promoviendo un mayor crecimiento y bienestar económico a través de diferentes estrategias:

- La promoción del ahorro.
- La promoción del crédito enfocado a la atención de emergencias, el acceso a bienes y la inversión en actividades productivas.
- Facilidades transaccionales para reducir los costos de transacción, incrementar la seguridad de los usuarios, promover la formalización de la economía y mejorar la efectividad de la política monetaria del país.
- La administración de riesgos de corto, mediano y largo plazo.

Los retos del sector en cuanto a inclusión financiera están encaminados a cambiar la forma tradicional de generar valor en la industria bancaria, afrontando los cambios en las preferencias de los consumidores y la entrada de nuevas tecnologías para incrementar el acceso a cuentas bancarias, promover el uso efectivo de productos financieros de ahorro y crédito, así como canales transaccionales y seguros que generen mejoras en las otras dos dimensiones de la inclusión financiera: calidad y bienestar.

El alcance de la inclusión financiera puede ser visto a través del acceso de la población a productos financieros y en la profundización del crédito y el uso de servicios financieros.

El análisis de los indicadores de inclusión financiera permite observar los impactos económicos internos de la inclusión a través de la masificación de la oferta de servicios financieros, así como su contribución al desarrollo socioeconómico, diseñando productos como el microcrédito que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

103-2

La gestión de la inclusión financiera, así como la formalización de la economía y la reducción del uso del efectivo mediante la promoción de los medios de pago electrónicos, son objeto de análisis de la Junta Sectorial de Inclusión Financiera, el Comité Consultivo de Innovación y Medios de Pago, el Comité de Productos y Servicios Financieros, el Comité Rural y el Comité de Canales, liderados por Asobancaria.



Tu Ahorrappp la nueva aplicación de asobancaria.

COMO RESULTADO DE ESTOS ESPACIOS DE DISCUSIÓN, ASOBANCARIA SE ENCUENTRA TRABAJANDO EN EL MEJORAMIENTO DE CINCO ASPECTOS RELACIONADOS CON LA INCLUSIÓN FINANCIERA:



Profundización financiera: busca masificar el crédito en consumidores que solo tienen productos de ahorro.



Cobertura: busca densificar los puntos de contacto en zonas con baja presencia del sector y mejorar la cobertura de las cabeceras municipales.



Acceso: diseño de productos que se acoplen a las características de la población que está por fuera del sistema financiero.



Uso: busca dinamizar las transacciones monetarias en canales no presenciales como la banca móvil e internet, e incentivar el uso y la aceptación de medios de pago electrónicos.



Bancarización del crédito: incentiva el mercado de crédito a través de la masificación del crédito de bajo monto.

La banca trabaja conjuntamente con el Estado evaluando el impacto de programas gubernamentales como *Más familias en acción* y *Más jóvenes en acción* mediante los cuales se bancariza masivamente a la población de menores recursos.

103-3

La gestión en inclusión financiera es evaluada a través de la Comisión Intersectorial de Inclusión Financiera. La Estrategia Nacional de Inclusión Financiera del Gobierno Nacional presenta la evolución histórica de los principales indicadores sobre el particular.

Adicionalmente, el gremio establece sus propias mediciones para evaluar su gestión a través de tres indicadores:

- Bancarización= N° de personas con algún producto financiero/ población adulta en Colombia
- Uso de productos= N° de personas con algún producto activo/población adulta.
- Uso del efectivo en la economía= efectivo/M2



INDICADORES Y METAS

NOMBRE	META PARA 2017	META PARA 2018
Indicador de bancarización	79.8%	84%
Indicador de uso de productos	67.2%	69%
Disminución del volumen de efectivo en los medios de pago	11.9%	11.7%



Libro *Cultura Inuyente en el sector bancario*

Inclusión financiera de población con discapacidad

Desde el año 2015 Asobancaria y sus socios han venido trabajando en una hoja de ruta que permita al gremio avanzar rápidamente para subsanar las falencias que existen al momento de garantizar que, independientemente de las circunstancias personales, todos los colombianos tengan las mismas oportunidades para acceder y usar con facilidad los canales de atención de las entidades financieras.

Impulsados por este compromiso, se desarrolló el proyecto Banca para Todos en cuyo marco 72 sucursales bancarias de Bogotá fueron visitadas por personas con discapacidad (metodología cliente incognito) cuya misión era identificar barreras y facilitadores a la hora de interactuar con el sistema.

A partir de los hallazgos se construyó la Guía de Atención Inuyente, un documento con estrategias y actividades que buscan ayudar a las entidades a cerrar las brechas en sus servicios. Adicionalmente Asobancaria puso al servicio del sistema financiero el documento Cultura Inuyente en el Sector Bancario, un compendio práctico con pautas de lenguaje y actitudes de servicio incluyentes.

Zonas marginadas con población vulnerable

Las principales medidas de inclusión financiera en zonas marginadas han estado enfocadas en tres aspectos: i) creación de productos de trámite simplificado como las cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS), los depósitos electrónicos (DE) y las cuentas de ahorro electrónicas (CAE), que cuentan con una regulación diferente en términos de administración de riesgo y de requisito de apertura, y han permitido la masificación de productos financieros en zonas rurales de difícil acceso.

En cuanto a cobertura en las zonas rurales, es importante mencionar que después de que el Gobierno autorizó a los bancos a celebrar contratos de corresponsalía con terceros no financieros (droguerías, supermercados, etc.) para prestar servicios financieros, se crearon los Corresponsales Bancarios, estrategia que permitió una cobertura del 100% de los municipios del país.

Finalmente, la adopción y apropiación de nuevas tecnologías no solamente ha mejorado la experiencia del cliente sino que ha permitido a la banca llegar a segmentos a los que antes no podía, contando con beneficios como reducción de costos, aumento de la seguridad, mayor confianza y oferta de valor más amplia.

Canales de acceso a productos y servicios financieros

Aunque no existen cifras oficiales que permitan determinar la ubicación geográfica de los consumidores financieros a la hora de usar los canales, a continuación presentamos una breve explicación del comportamiento y el uso generalizado de los canales del sistema financiero.

Durante los últimos años hubo un notorio incremento del uso de los canales transaccionales del sistema bancario entre los que se destacan particularmente los canales no presenciales que cada vez ganan mayor participación.

En junio del 2017 los canales transaccionales más usados por los consumidores financieros para realizar operaciones monetarias habían sido las oficinas, con una participación del 43,8%, seguidos de internet (35,2%) y de transferencias interbancarias ACH (14,7%). No obstante, internet es el canal a través del cual se realizaron mayor número de transacciones monetarias y no monetarias.



EL SECTOR HA GESTIONADO LAS CUATRO DIMENSIONES DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA A TRAVÉS DE:

10:10



ACCESO: creando productos y servicios financieros que respondan a necesidades particulares de diferentes segmentos.

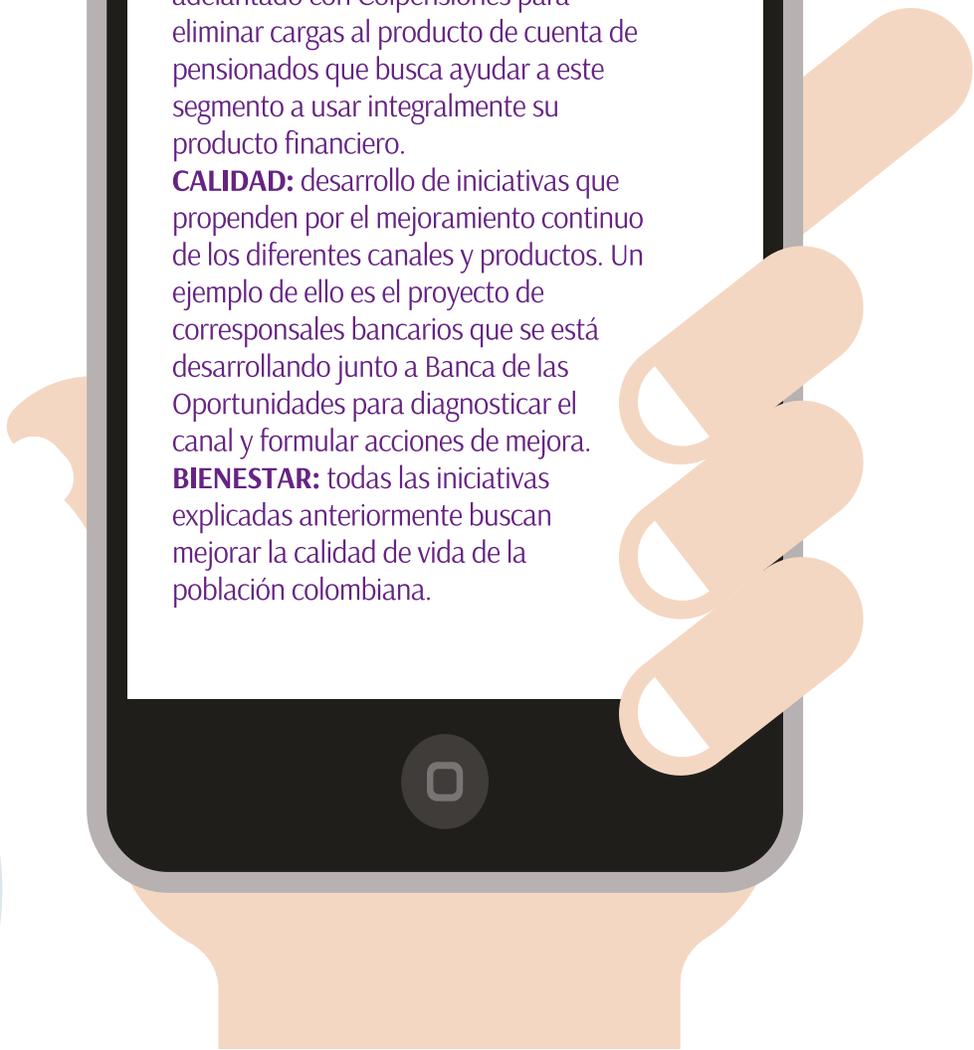
Trabajado directamente con los reguladores para eliminar barreras que impidan la masificación de productos en poblaciones tradicionalmente excluidas.

USO: trabajo con diferentes aliados para reducir las asimetrías que existen en algunos productos, de tal forma que se propenda por aumentar sus niveles de uso.

Un ejemplo de ello es el trabajo adelantado con Colpensiones para eliminar cargas al producto de cuenta de pensionados que busca ayudar a este segmento a usar integralmente su producto financiero.

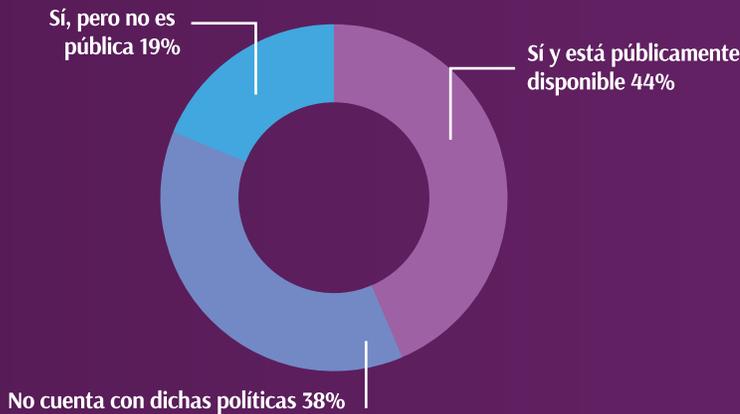
CALIDAD: desarrollo de iniciativas que propenden por el mejoramiento continuo de los diferentes canales y productos. Un ejemplo de ello es el proyecto de corresponsales bancarios que se está desarrollando junto a Banca de las Oportunidades para diagnosticar el canal y formular acciones de mejora.

BIENESTAR: todas las iniciativas explicadas anteriormente buscan mejorar la calidad de vida de la población colombiana.

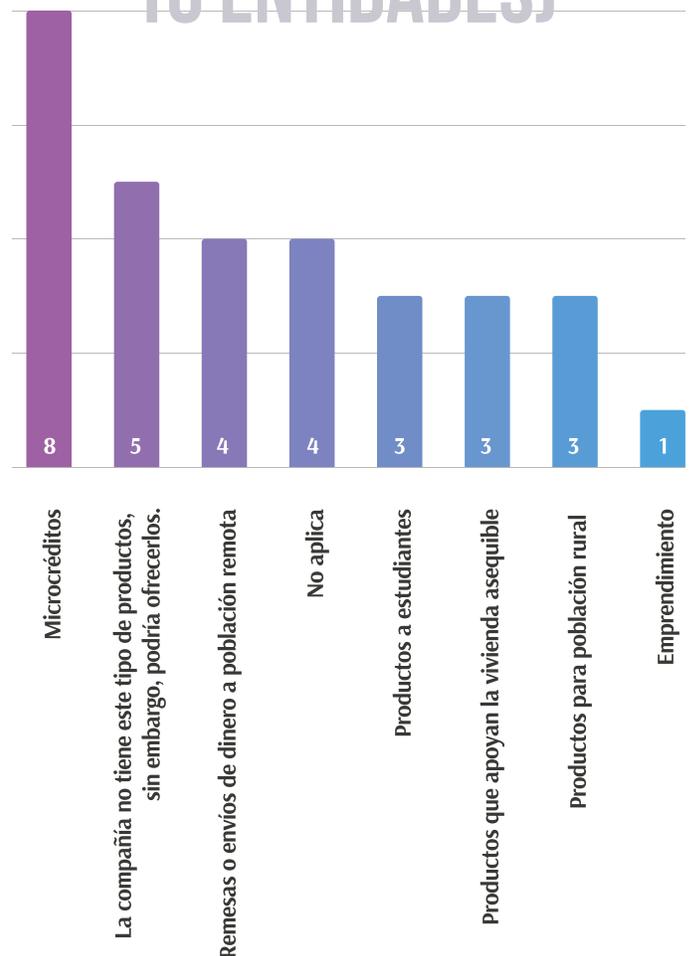


(1) La gestión del sector en cifras

Excluyendo a las seis compañías que manifestaron que no les aplicaba la implementación de una política o lineamientos para el desarrollo de productos que generen beneficios sociales, se observa una tendencia en el sector hacia el desarrollo de este tipo de políticas:



GRÁFICA 1. ENTIDADES CON POLÍTICAS QUE GENERAN BENEFICIOS SOCIALES (ENTRE 16 ENTIDADES)



Los productos financieros que promueven el beneficio social desarrollados por las compañías del sector, se orientan en su mayoría hacia los microcréditos. Es importante resaltar que las compañías que no cuentan actualmente con este tipo de productos estarían interesadas en ofrecerlos:

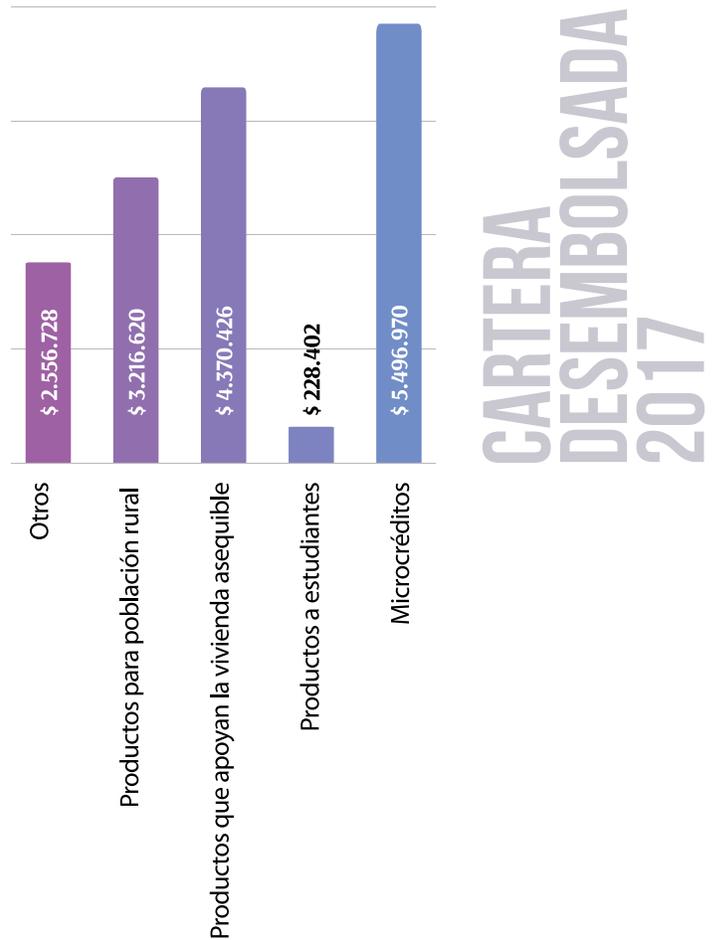
Gráfica 2. Tipo de productos que ofrecen beneficio social (entre 23 entidades)

(1) En total, 26 entidades contestaron al menos una pregunta de esta sección.

15.8

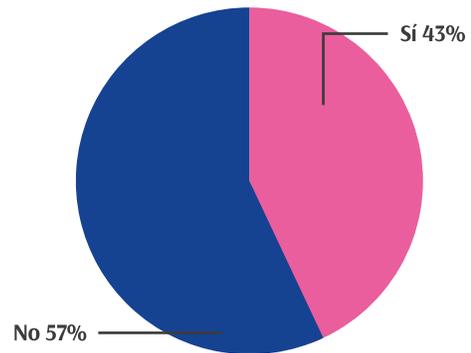
billones de pesos desembolsados en productos que generan beneficio social.

En relación con la cartera propia desembolsada por parte de las compañías del sector, el producto con mayor participación que genera beneficio social es el microcrédito. Es importante destacar que esta cifra asciende a los 15.8 billones de pesos.



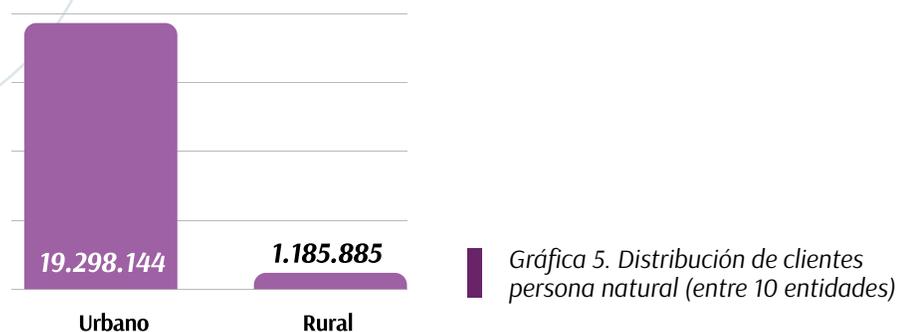
Gráfica 3. Cartera desembolsada de líneas propias, incluye bancos de primer y segundo piso (entre 13 entidades)

En cuanto a los programas de inclusión financiera, la mayoría de las entidades reporta no tener un programa definido. Esto es relevante y se presenta como una oportunidad para las entidades del sector que permite orientar esfuerzos hacia la generación de una estrategia o un programa de inclusión financiera definida:

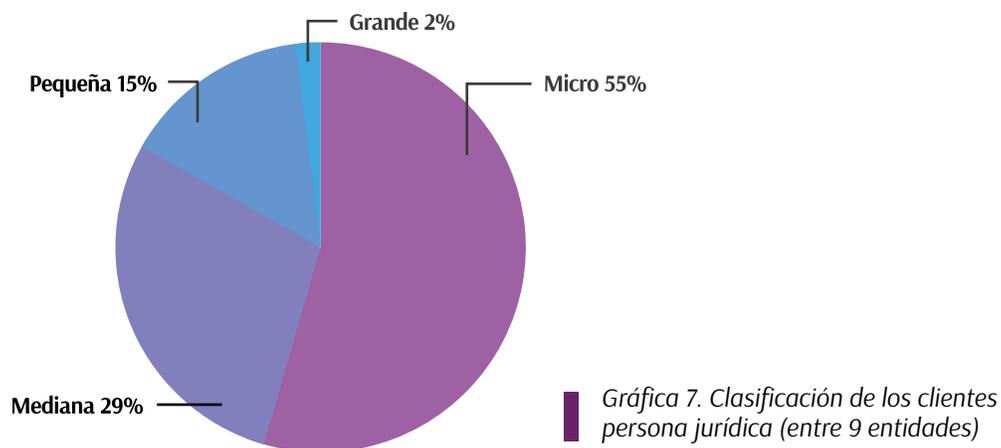
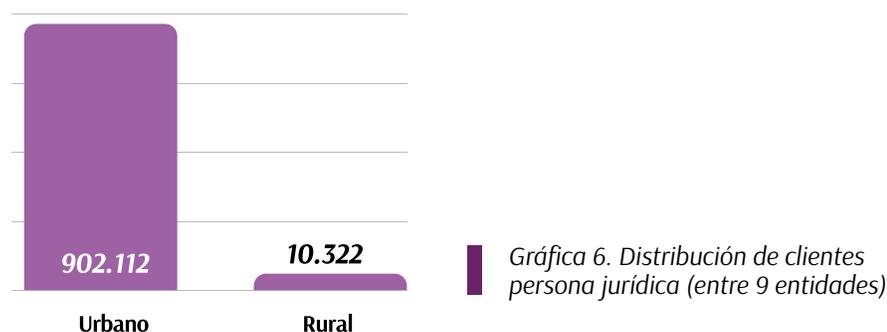


Gráfica 4. Entidades que cuentan con programas o estrategias de inclusión financiera definidos (entre 23 entidades)

La mayor cantidad de clientes persona natural de las compañías del sector se encuentran en las ciudades debido a la mayor presencia de las entidades. La brecha entre el sector rural y el urbano supone un reto para las entidades pues el primero tiene un alto potencial de atraer nuevos clientes.



La mayor parte de los clientes personas jurídicas de las entidades financieras también se concentra en las ciudades; de este tipo de clientes las mipymes son las que mayor participación tienen.



14 de las entidades que reportan esta sección, contribuyen a la ampliación de la oferta de servicios financieros y con esto la inclusión financiera, indicando tener al menos un servicio gratuito para los clientes con ingresos inferiores a 5 SMMLV en los siguientes productos: Cuenta de ahorros, Cuenta corriente, Depósitos Electrónicos (DE), Cuentas de Ahorro de Trámite Simplificado (CATS), Tarjeta de crédito, Crédito de consumo, Crédito de consumo de bajo monto, Microcrédito y Crédito de vivienda.

CASOS DE ÉXITO

Inclusión de comunidades en el sector financiero.

Pago de subsidios Más Familias en Acción y Jóvenes en Acción.

En el 2017 DaviPlata de Davivienda ganó 5 de los 8 grupos licitados para los pagos de subsidios de los programas de Más Familias en Acción y Jóvenes en Acción del Gobierno Nacional. Durante este año se hicieron pagos a más de 800.000 personas donde se realizaron jornadas de bancarización y educación financiera de estos nuevos clientes en 32 ciudades y municipios del país. Con el fin de ofrecer una mejor experiencia al momento de recibir los subsidios, se trabajó en conjunto con las distintas áreas de DaviPlata en la construcción de un portafolio integral de productos y servicios, capacitando a los clientes sobre los distintos beneficios de recibir el dinero en su celular a través de DaviPlata, sin necesidad de sacar todo el dinero, aprendiendo a pagar servicios públicos, hacer recargas o pasar plata, todo desde el celular.

Se realizaron jornadas de bancarización y educación financiera para estos nuevos clientes en 32 ciudades y municipios del país. Con el fin de ofrecer una mejor experiencia al momento de recibir los subsidios, se capacitó a los clientes sobre los distintos beneficios de recibir el dinero en su celular a través de DaviPlata, sin necesidad de sacar todo el dinero, aprendiendo a pagar servicios públicos, hacer recargas o pasar plata, todo desde el celular.



CASOS DE EXITO

Inclusión de comunidades en el sector financiero.

Cédula Cafetera Inteligente.

Al término de 2017, en alianza con la **Federación Nacional de Cafeteros de Colombia**, a través de la Cédula Cafetera Inteligente, han sido bancarizados más de 393.000 caficultores del país, convirtiéndolos en clientes del banco, con la cuenta de ahorros cafetera, la cual está asociada a una tarjeta débito electrón de la franquicia Visa, que además de ser el medio de identificación gremial del caficultor ante la Federación, les brinda la posibilidad de realizar todas las transacciones que tiene habilitadas el Banco y acceder a todos los canales físicos y electrónicos, como lo hacen tradicionalmente los clientes de la banca de personas.

La Cédula Cafetera Inteligente cuenta con beneficios especiales sin costo como cuota de manejo, transacciones en cajeros del Banco de Bogotá, consignaciones y transferencias en las oficinas del banco y pagos de servicios, adicionalmente puede ser exenta del 4X1000 y puede usarse en más de 260.000 establecimientos comerciales de país afiliados a las redes Credibanco y Redeban.



4.7 SEGURIDAD DIGITAL⁽¹⁾

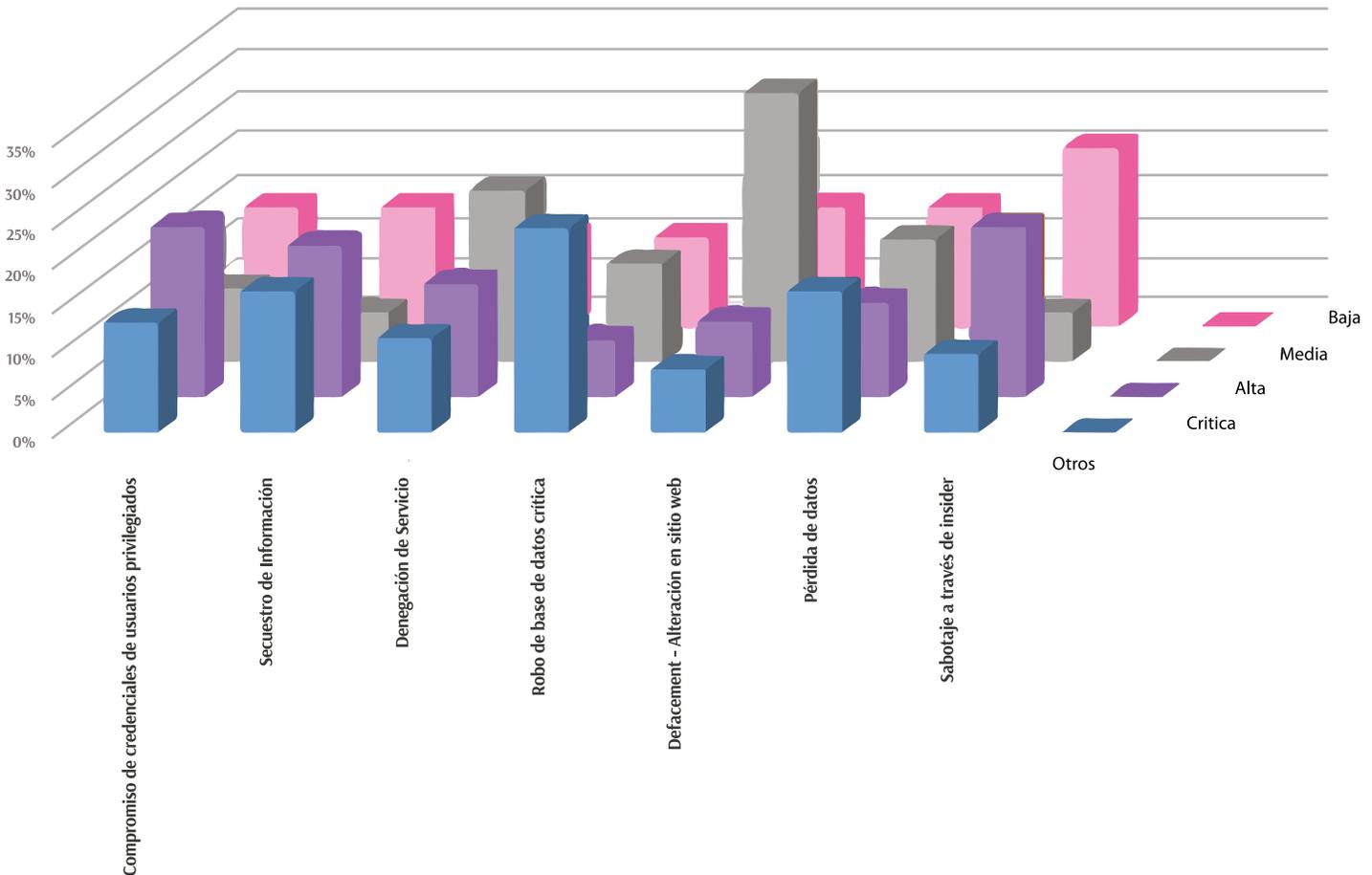


GRÁFICA 1. PERCEPCIÓN DEL NIVEL DE CRITICIDAD DE LOS RIESGOS DE SEGURIDAD DIGITAL EN LAS ENTIDADES (ENTRE 23 ENTIDADES)

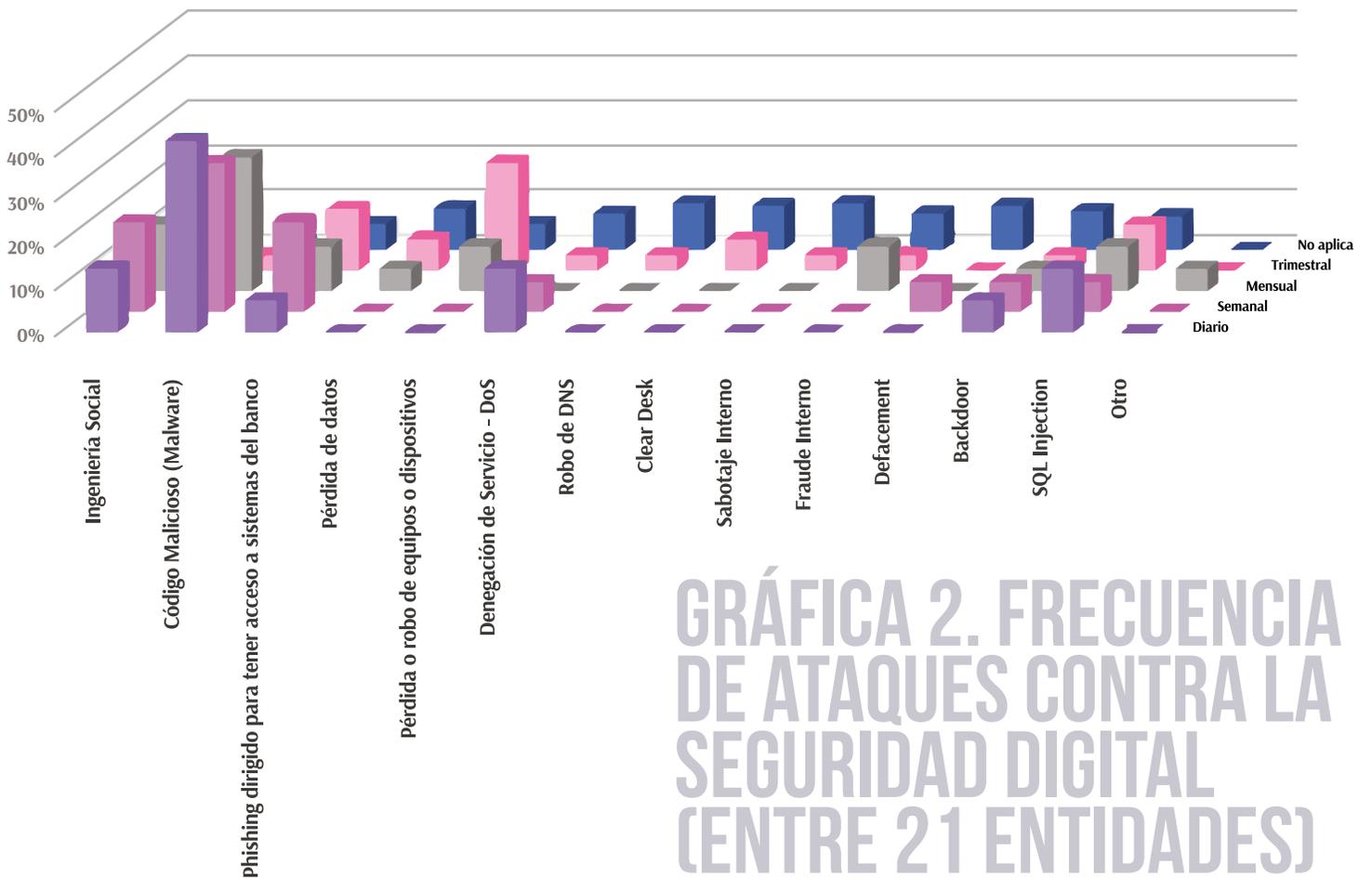
El gremio entiende por seguridad digital el conjunto de políticas y estrategias diseñadas para proteger la información en sus sistemas interconectados, mediante la prevención y tratamiento de amenazas que ponen en riesgo los activos y datos del sector financiero.

En un entorno que demanda cada vez más la utilización de servicios digitales, sumado a un mayor uso de canales electrónicos por parte de los consumidores financieros, la seguridad digital es determinante para garantizar que todas las transacciones y el manejo de información de los clientes se hagan en condiciones apropiadas.

Las fallas en seguridad digital pueden ocasionar diversos riesgos a las entidades financieras y a los grupos de interés. Las amenazas digitales son cada vez más frecuentes y sofisticadas, y podrían tener implicaciones en la pérdida de recursos, afectación a la reputación de las organizaciones, daños a la infraestructura con sus respectivos costos para la restauración y costos legales ocasionados por indemnizaciones.



(1) En total, 24 entidades financieras respondieron al menos una pregunta de esta sección

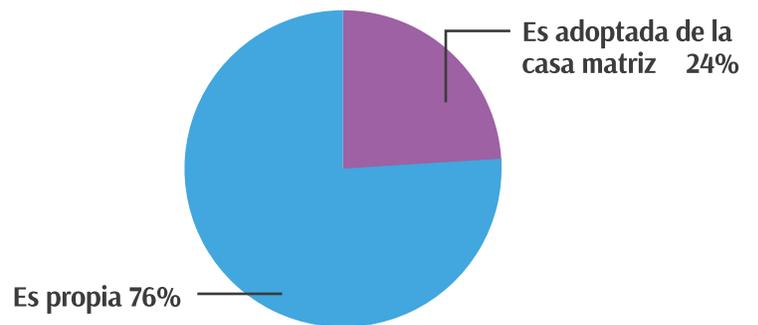


GRÁFICA 2. FRECUENCIA DE ATAQUES CONTRA LA SEGURIDAD DIGITAL (ENTRE 21 ENTIDADES)

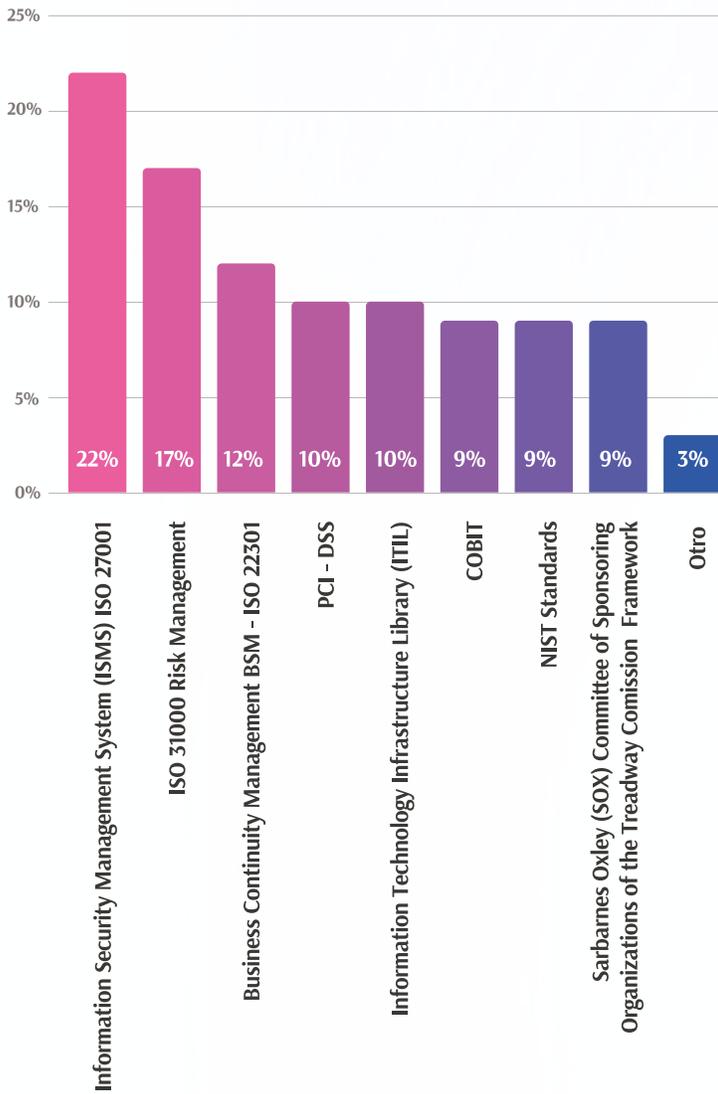
103-2

Los asuntos relacionados con seguridad digital se abordan en dos líneas, una individual que implementan las entidades financieras e implica el diseño de planes, políticas, programas e implementación de medidas y herramientas, y otra que se desarrolla desde el gremio con el seguimiento y la discusión de las principales amenazas y riesgos a los que se ve expuesto el negocio bancario.

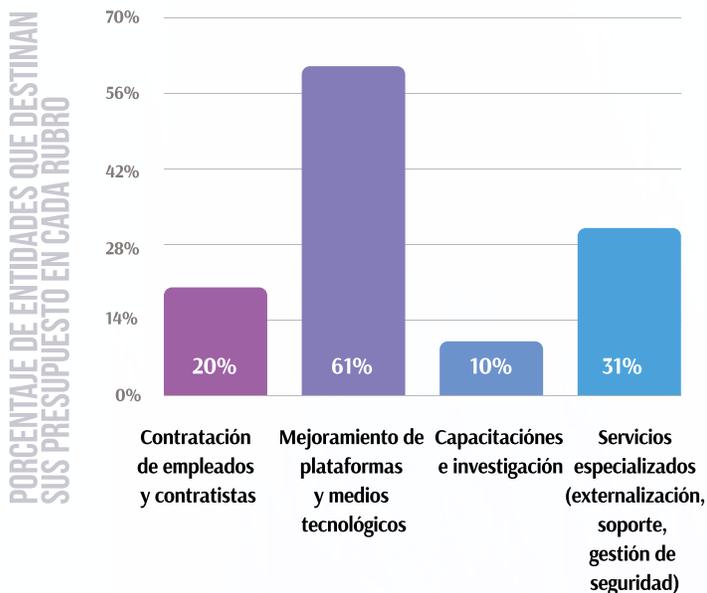
Actualmente todas las compañías cuentan con una política de seguridad digital, teniendo en cuenta que el 24% de las entidades la adoptan de casa matriz.



Gráfica 3. Compañías que cuentan con políticas de seguridad digital (entre 24 entidades)

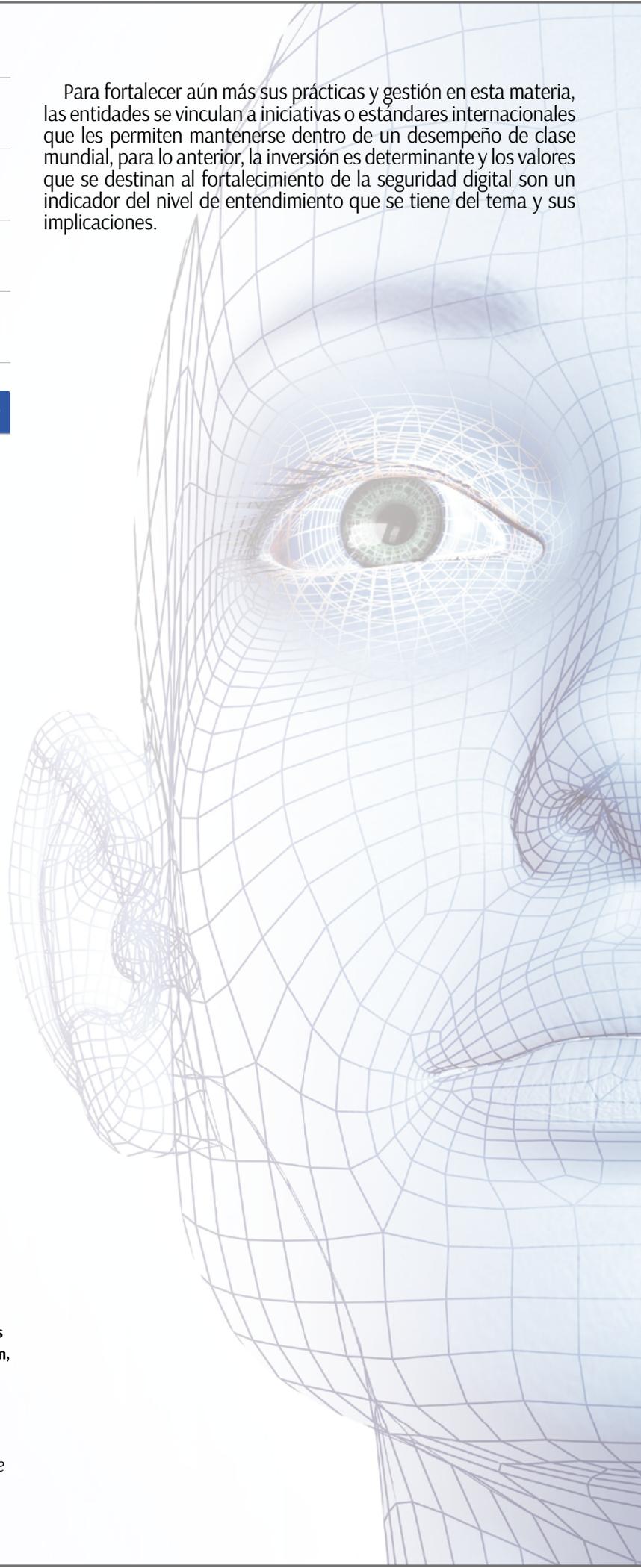


Gráfica 4. Estándares internacionales con que cuentan las entidades (Entre 22 entidades)



Gráfica 5. Destino de las inversiones en seguridad digital (Entre 22 entidades)

Para fortalecer aún más sus prácticas y gestión en esta materia, las entidades se vinculan a iniciativas o estándares internacionales que les permiten mantenerse dentro de un desempeño de clase mundial, para lo anterior, la inversión es determinante y los valores que se destinan al fortalecimiento de la seguridad digital son un indicador del nivel de entendimiento que se tiene del tema y sus implicaciones.

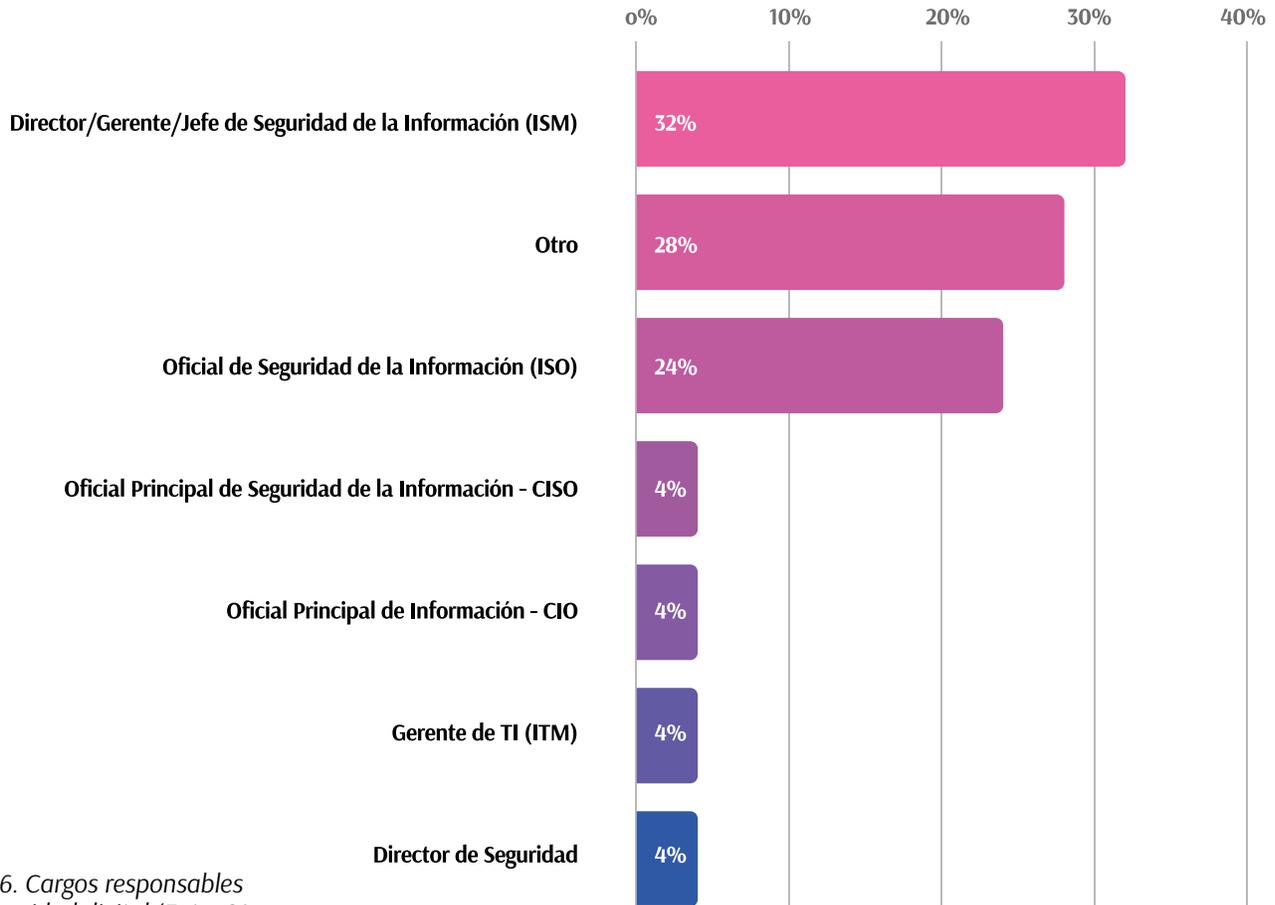


El sector financiero colombiano ha apoyado al Gobierno en la construcción de una Política Nacional de Seguridad Digital, a través de su participación en las instancias que dispone para prevenir, atender, controlar y generar recomendaciones que regulen los incidentes cibernéticos y que estén orientadas a proteger la infraestructura crítica nacional y a responder mejor a las amenazas que enfrenta.

Permanentemente autoridades como la Policía Nacional, el Ejército Nacional, el Ministerio de Defensa y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la Fiscalía General de la Nación y la Superintendencia Financiera, entre otros, discuten sobre asuntos relacionados con la seguridad digital. También se han implementado iniciativas gremiales como campañas dirigidas a los ciudadanos con recomendaciones frente a la seguridad de la información y el manejo de sus datos personales y financieros, así como la promoción y financiación de cursos certificados en informática jurídica y seguridad de la información dirigidos a jueces, fiscales e investigadores que contribuyan a mejorar la judicialización de los delitos informáticos en el país.

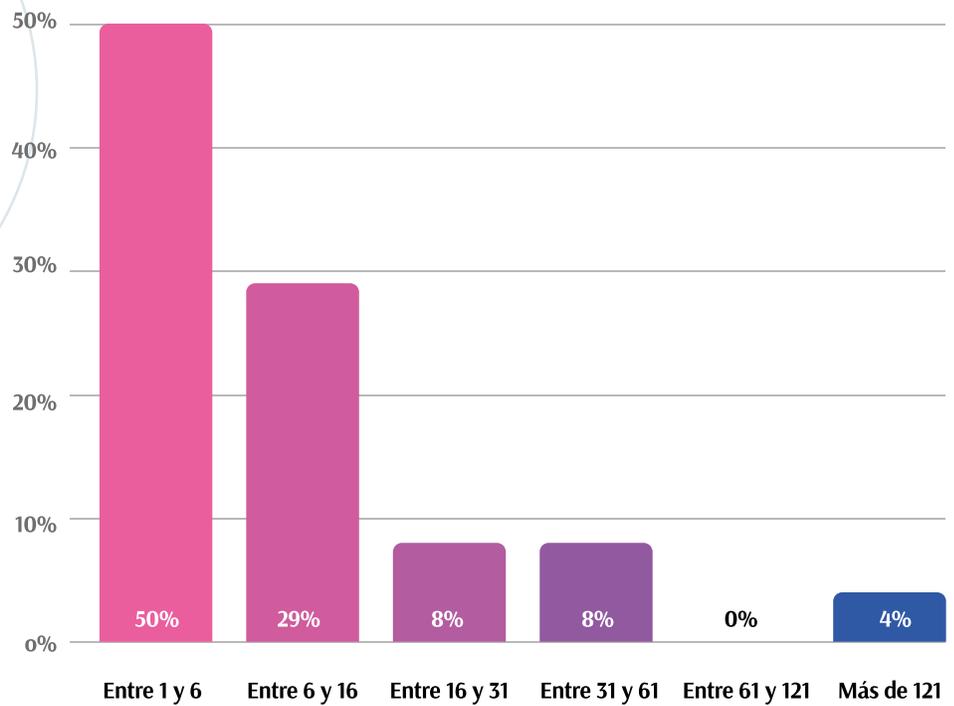
Las entidades cuentan con profesionales designados para la gestión de la seguridad digital como oficiales de seguridad de la información, de ciberseguridad y delegados de protección de datos personales. En Asobancaria el tema se encuentra a cargo de la Dirección de Gestión Operativa y de Seguridad que coordina el Comité de Seguridad del gremio.

LAS ENTIDADES CUENTAN CON PROFESIONALES DESIGNADOS PARA LA GESTIÓN DE LA SEGURIDAD DIGITAL



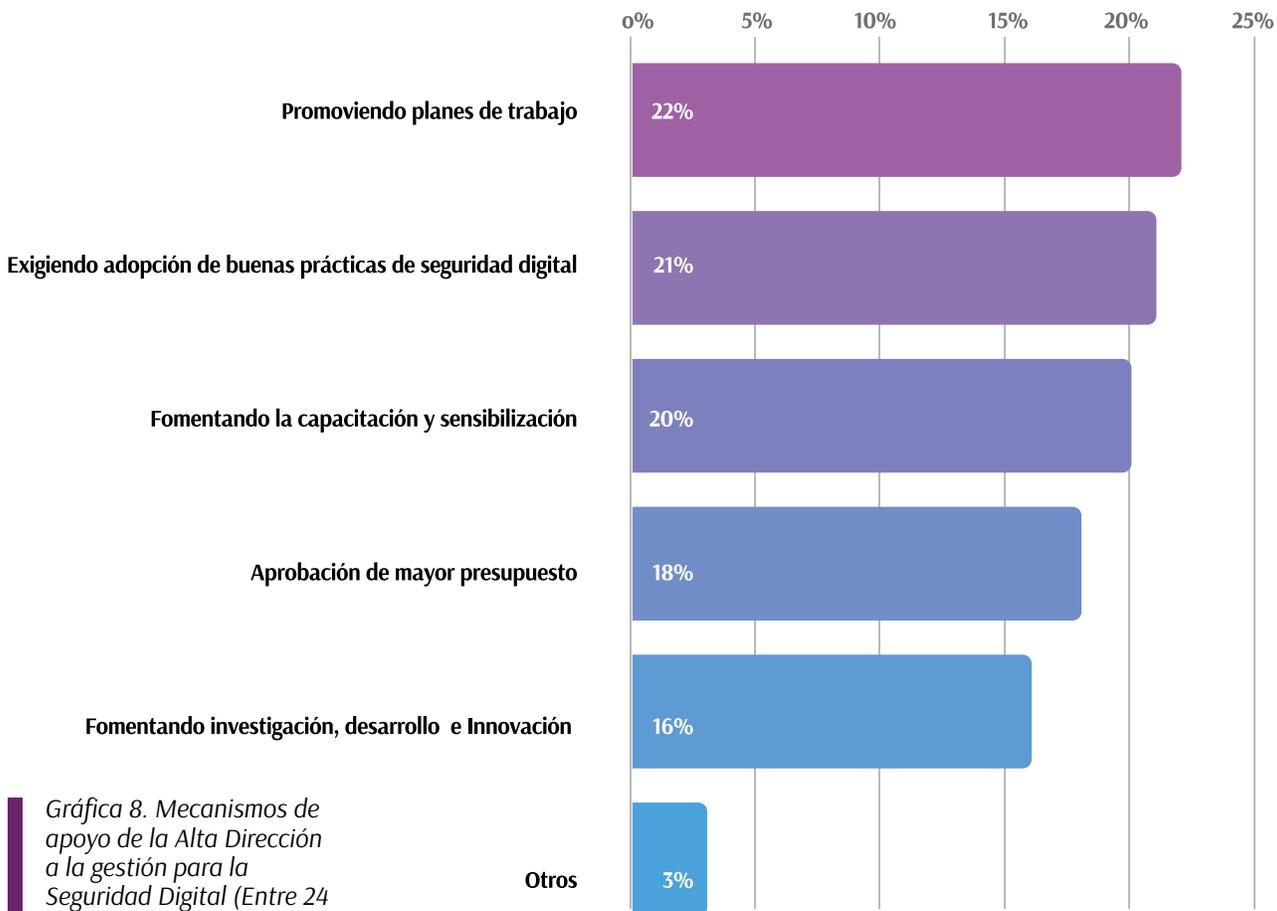
Gráfica 6. Cargos responsables de la seguridad digital (Entre 24 entidades)

Gráfica 7. Número de funcionarios encargados de las actividades de seguridad digital (Entre 24 entidades)



En el 42% de las compañías que respondieron a la sección, la responsabilidad sobre la **seguridad digital** se encuentra dentro de lo que se considera como Alta Dirección, como se muestra en la siguiente gráfica en cuyo rubro de “otros” se tiene la promoción de planes de seguridad digital y buenas prácticas, y la implementación de indicadores de seguimiento a la gestión en esta materia.

Por otro lado, En el 79% de las entidades que respondieron a esta sección, los resultados de indicadores de gestión en riesgos de seguridad digital son presentados a la Junta Directiva.



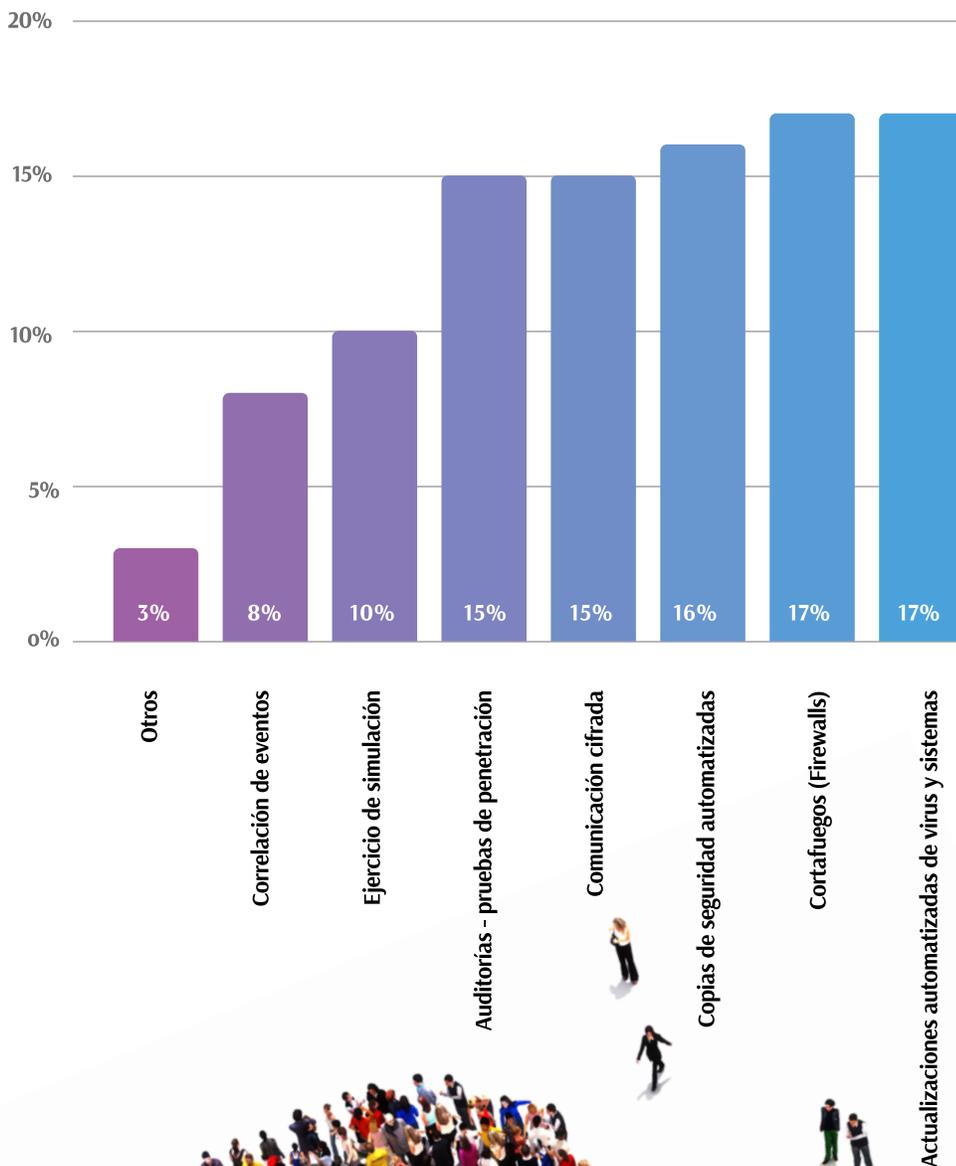
Gráfica 8. Mecanismos de apoyo de la Alta Dirección a la gestión para la Seguridad Digital (Entre 24 entidades)



Gráfica 9. Nivel de reporte del responsable de seguridad de información (Entre 24 entidades)

Prácticas actuales de las entidades del sector

La encuesta indagó sobre las prácticas con que cuentan las entidades en la actualidad, entre las que se encuentran dos frentes principalmente: los mecanismos de protección de los sistemas de información y la implementación de tecnologías emergentes para el mismo fin.

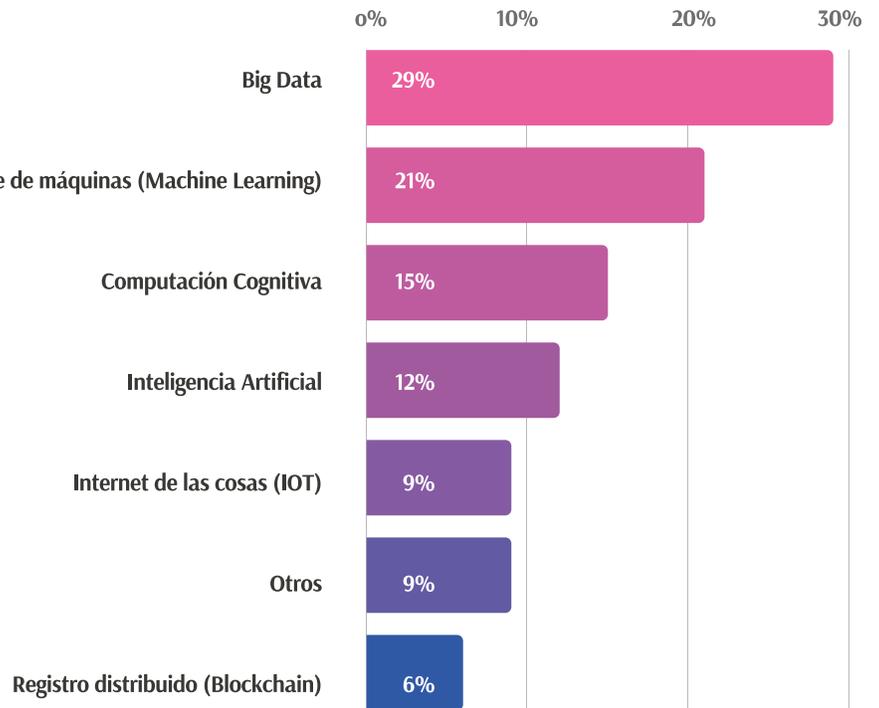


Gráfica 10. Mecanismos de protección de los sistemas de información (sobre 24 entidades)

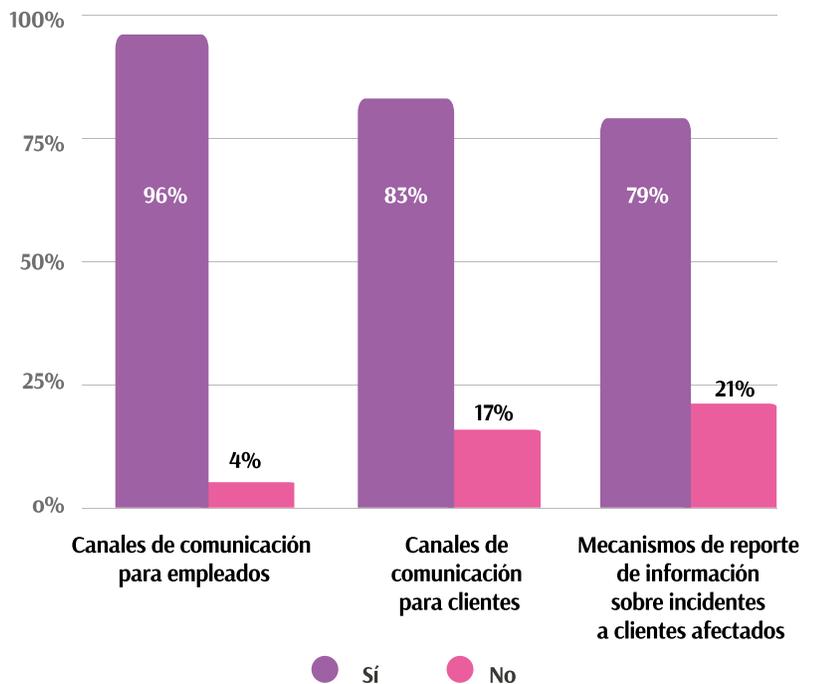


GRÁFICA 11. TECNOLOGÍAS EMERGENTES IMPLEMENTADAS POR LAS ENTIDADES PARA LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN (ENTRE 17 ENTIDADES)

Aprendizaje automático o Aprendizaje de máquinas (Machine Learning)



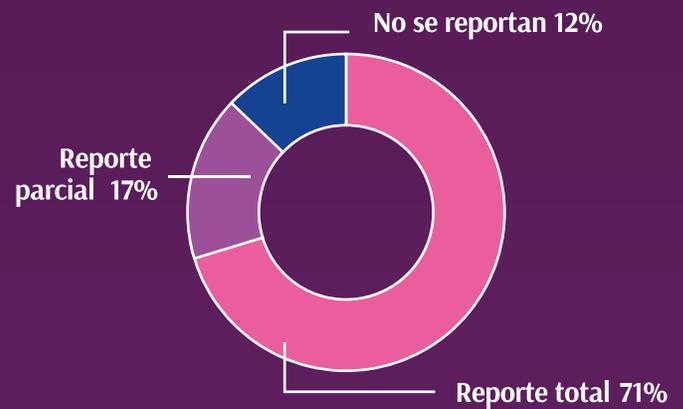
Cada entidad tiene canales propios definidos para atender correctamente cualquier caso de reclamación relacionada con la seguridad de la información. Además, incentivan a los usuarios financieros para denunciar los incidentes a las autoridades pertinentes.



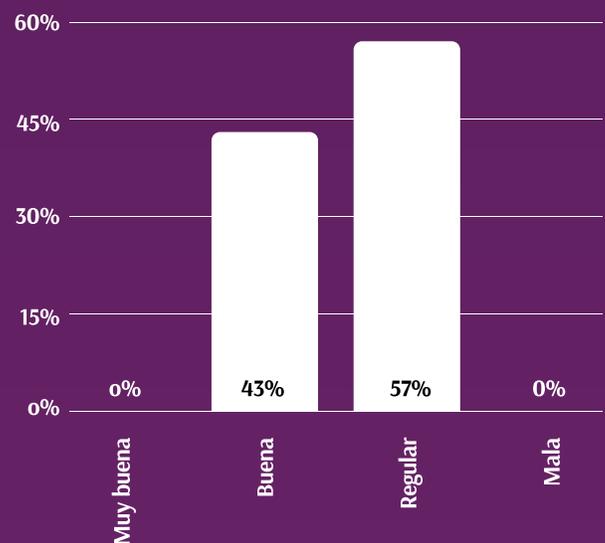
Gráfica 12. Prácticas para la gestión de incidentes (entre 24 entidades)

103-3

Para hacer un monitoreo efectivo y revisar periódicamente la gestión de seguridad digital, las entidades tienen procesos de auditoría interna y de seguimiento a las medidas implementadas.



Gráfica 13. Reporte de incidentes ante autoridades (sobre 23 entidades)



GRÁFICA 14. PERCEPCIÓN SOBRE LA EFECTIVIDAD DE LAS AUTORIDADES EN LA INVESTIGACIÓN Y JUDICIALIZACIÓN DE CIBERDELINCUENTES (ENTRE 24 ENTIDADES)

Asobancaria mantiene un diálogo constante con las autoridades competentes de investigar y judicializar los delitos bancarios. No obstante, se ha identificado que una de las principales brechas para la efectiva judicialización del cibercrimen, consiste en la falta de conocimiento de jueces y fiscales sobre las técnicas del cibercrimen. Con lo cual, es necesario seguir avanzando en la generación de conocimiento de las autoridades para hacer más efectiva su labor y de esta manera aumentar la cantidad de casos judicializados.

RENDICION DE CUENTAS:

38%

de las entidades que respondieron a esta sección cuentan con informes de seguridad digital, y de estos, un 57% está verificado por un auditor independiente.

INDICADORES Y METAS

NOMBRE	META PARA 2017	META PARA 2018	META A CORTO, MEDIANO O LARGO PLAZO
Protocolo para transmitir información.	Diseño e implementación del Protocolo para Transmitir Información con la Fiscalía General de la Nación, que procura la digitalización de los procesos de solicitud de evidencia en el marco de investigaciones judiciales.	Perfeccionamiento del Protocolo para Transmitir información mediante el diseño de vehículos de consulta especializados que permiten agilizar los procedimientos judiciales	Corto: Implementación de los módulos de consulta exprés (0.5 años). Mediano: diseño del plan de control de riesgos digitales y de eficiencias del sistema (1 año). Largo: implementación del protocolo para todas las tipologías de delitos que vulneren a usuarios del sistema financiero (1.5 años).
Política criminal del país.	Mejora de la Política Criminal del país, mediante la capacitación de jueces de la República en materia de delitos informáticos para promover la adecuada judicialización de casos de cibercrimen.	Mejoramiento del conocimiento y las capacidades en materia de delitos informáticos para jueces y fiscales de todo el país, mediante el diseño y aporte de educación profesional sobre informática jurídica, riesgos digitales y técnicas forenses.	Corto: ampliación de cursos de formación profesional a fiscales, jueces y entidades. Mediano: mesas de retroalimentación y apoyo a las investigaciones (1 año). Largo: potencialización del conocimiento y capacidades de jueces y fiscales a través de diferentes mecanismos educativos (1.5 años).
El centro de respuesta a incidentes de seguridad en tecnologías de la información /CSIRT financiero		Implementación del CSIRT Financiero (CSIRT sectorial) coordinado e implementado por Asobancaria.	Mediano: implementación de proyectos (1 a 2 años).
Política pública en materia de ciberdefensa.	Mejora de la Política Criminal del país, mediante la capacitación de jueces de la República en materia de delitos informáticos para promover la adecuada judicialización de casos de cibercrimen.	Articulación con CCOC para la elaboración del documento de política pública en materia de ciberdefensa en el que el sector financiero aporta ejercicios de guerra y documentos de infraestructura crítica cibernética.	Corto: definir la línea de base de los programas a implementar. Mediano: implementación de proyectos (1 años). Largo: evaluación de incorporación medidas de cumplimiento y comités (1.5 años).

CASOS DE EXITO



Seguridad Digital.

Campaña “Juntos Por una Red Más Segura”.

Asobancaria en Alianza con la Policía Nacional e Incócrédito, lanzó su campaña “Juntos Por una Red Más Segura”, en la cual se evidencia la construcción de un caso de fraude mediante phishing, como resultado, se empleó contenido multimedia con la explicación de cada delito informático y las recomendaciones para evitar ser víctima de fraude, además del procedimiento que debe seguir una persona para denunciar ante las autoridades competentes.

Puede encontrar más información en:
www.porunaredsegura.com/

4.8 GESTIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO



LAS INDUSTRIAS
TRADICIONALES
SON CADA VEZ
MÁS
SUSCEPTIBLES A
LOS CAMBIOS
TECNOLÓGICOS.

103-1

El gremio incluye dentro de la gestión de la experiencia del consumidor financiero la generación de políticas, lineamientos y herramientas que garanticen el cumplimiento de las necesidades y expectativas del cliente.

Las industrias tradicionales son cada vez más susceptibles a los cambios tecnológicos. Los bancos tienen el reto de mantenerse a la vanguardia ofreciendo productos y servicios que estén en línea con las tendencias de consumo de las nuevas generaciones. Los clientes satisfechos, leales y activos son la base fundamental de la sostenibilidad del negocio.

Una de las ventajas del gremio respecto de este tema es el marco normativo expedido por el Gobierno Nacional a través de la Ley 1328 del 2009 sobre el **Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC)**. Este documento engloba los principios y reglas que rigen la protección de los consumidores financieros en sus relaciones con las entidades, incluyendo derechos, obligaciones e información que deben proporcionar, restringiendo cláusulas y prácticas abusivas, creando instancias para el consumidor como el Defensor del Consumidor Financiero y, en general, estableciendo un marco legal claro y transparente para el desarrollo de la labor de intermediación.

La influencia del gremio se enfoca en el relacionamiento con los entes de control en cinco frentes: exponiendo las ventajas y posibles consecuencias de distintas iniciativas, detallando el nivel de servicio que se debe prestar a los consumidores, proporcionando información, estableciendo plazos para resoluciones y definiendo prácticas y cláusulas no permitidas.

103-2

Buscando crear un frente común en beneficio del consumidor financiero se institucionalizó el Comité de Servicio cuyo propósito es impulsar acciones encaminadas a mejorar la gestión de la experiencia de los consumidores financieros colombianos, buscando así la total satisfacción de sus expectativas. El marco de acción de este comité comprende la investigación (estructuración de estudios, análisis, documentos), el relacionamiento con los entes de control y los espacios de benchmarking y buenas prácticas.



Asobancaria, asesorado por la firma Ipsos Napoleón Franco, ha diseñado un sistema de evaluación que mide con una muestra representativa de los consumidores, los pilares que se consideran fundamentales para ofrecer una experiencia de servicio diferenciadora que incluya confiabilidad, credibilidad, respeto, solidez, modernidad, eficiencia, imagen y satisfacción. Estas métricas se combinan con informes de terceros como el estudio de satisfacción publicado por la firma Customer Index Value y el análisis de quejas de la Superintendencia Financiera de Colombia.

NOMBRE	META PARA 2017	META PARA 2018	META A CORTO, MEDIANO O LARGO PLAZO
Satisfacción general	N-A	83%	Lograr un índice de satisfacción de los consumidores financieros de más del 85% en 2022
Reducción de las quejas frente al número de operaciones.	1,6	1,4	Reducir el número de quejas presentadas por los consumidores financieros tomando en cuenta el número de operaciones realizadas
Trato con el consumidor financieros	N-A	90%	Mejorar el respeto percibido por el consumidor financiero.

Sistema de Atención al Consumidor Financiero

Durante el 2017 el sector avanzó en la comprensión de un mejor abordaje a la atención al consumidor financiero desde tres proyectos gremiales:



Estudio de mejores prácticas en la satisfacción: factores críticos que afectan la relación de las entidades con sus clientes.



Atención incluyente en el sector bancario: identificación de barreras para la interacción de personas con discapacidad en el sistema y la construcción de la Guía de Atención Incluyente.



Análisis de brechas: identificación de prácticas para mejorar la eficacia y pertinencia en los canales de atención, el desarrollo de habilidades interpersonales de los encargados del servicio al cliente así como su empoderamiento para solucionar situaciones en primer nivel.

Quejas y reclamos

Comparado con el 2016, el nivel de insatisfacción frente a las operaciones realizadas se redujo en un 5% al pasar de 1.5 inconformidades por cada 10.000 operaciones a solo 1.46, lo que implica un índice de eficiencia del 99%.

LOS FALLOS EN CAJEROS AUTOMÁTICOS SE REDUJERON EN UN

7%

LOS ERRORES EN LIQUIDACIONES O REVISIONES SE REDUJERON EN UN

7%

EL COBRO DE SERVICIOS O COMISIONES SE REDUJO EN UN

37%

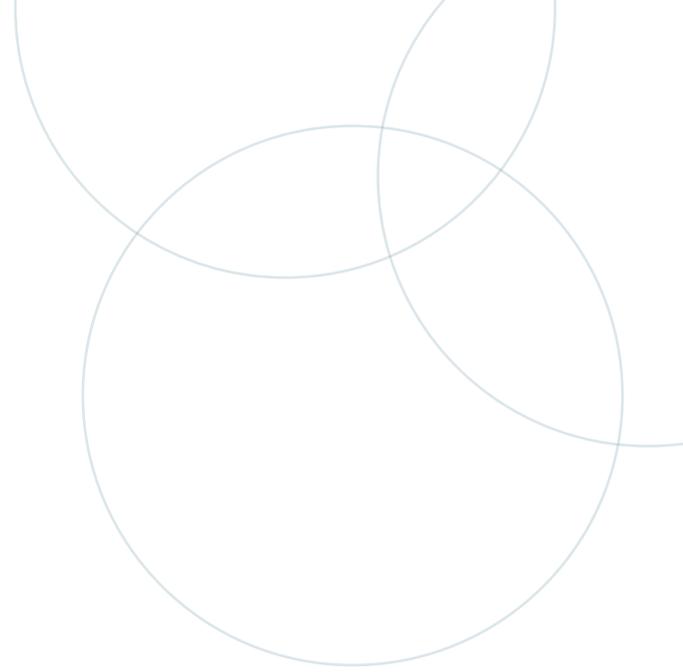
LOS ASPECTOS CONTRACTUALES AUMENTARON EN UN

29%

LA ATENCIÓN INDEBIDA AL CONSUMIDOR FINANCIERO AUMENTÓ EN UN

7%

MOTIVOS DE LAS QUEJAS

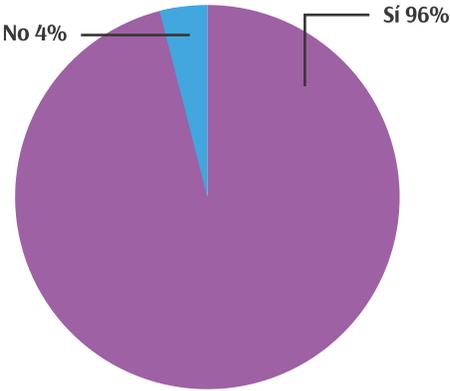


Satisfacción de clientes

Para monitorear la satisfacción de los clientes el Sistema de Atención al Consumidor Financiero evalúa mensualmente seis pilares: personalización, integridad, manejo de expectativas, resolución, tiempo y esfuerzo y empatía. Desde la óptica de los clientes usamos los canales de atención para evaluar también los niveles de lealtad, esfuerzo, recomendación, experiencia, resolución de quejas y reclamos, satisfacción general y eficacia.

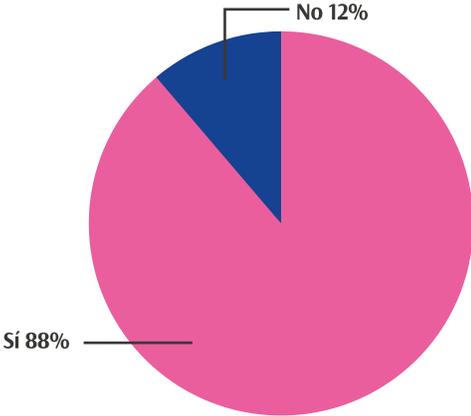
LA GESTIÓN DEL SECTOR EN CIFRAS(1)

Los canales habilitados para que los clientes evalúen el desempeño de los productos y servicios que ofrecen las compañías, son una herramienta de mejora continua para la relación entre el sector y los usuarios, la mayoría de las compañías cuentan con estos canales:



Gráfica 1. Entidades que tienen canales de retroalimentación para sus clientes (entre 26 entidades).

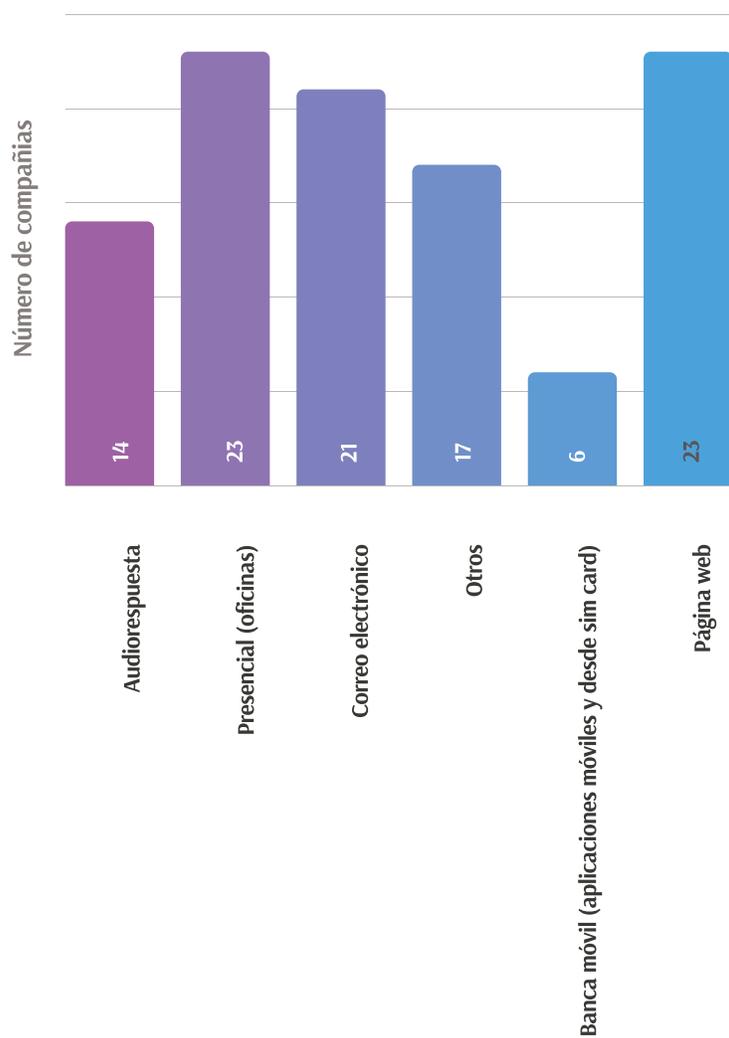
Para el sector es importante entender cuáles son las razones por las que los usuarios terminan su relación comercial con las compañías; las compañías que hacen esta evaluación la toman en cuenta a la hora de mejorar de sus procesos, productos y servicios:



Gráfica 2. Entidades que investigan las razones de salida de sus clientes (entre 26 entidades).

(1) En total, 26 entidades contestaron al menos una pregunta de esta sección.

Los sistemas de atención al consumidor financiero (SAC) de las entidades integran diferentes herramientas o canales para comunicarse con sus usuarios. Las oficinas y las páginas web son los dos canales principales de las entidades.



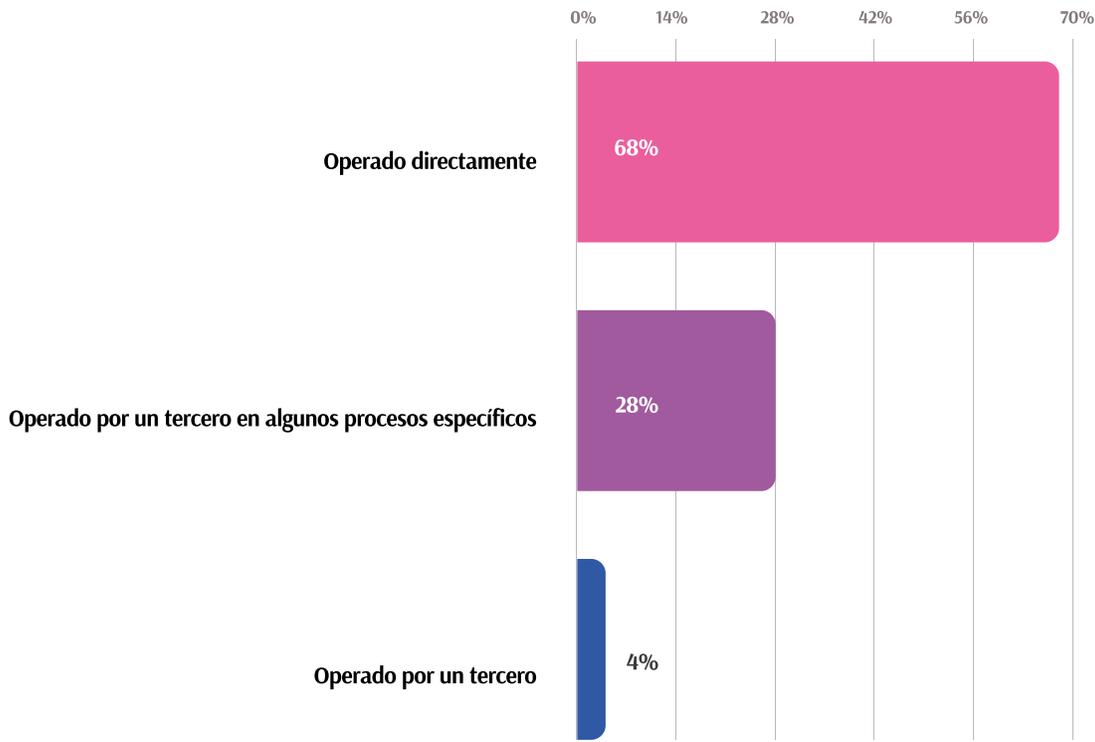
Gráfica 3. Canales con los que cuentan las compañías para su sistema SAC (entre 26 entidades).

Otros canales con los que cuentan las compañías del sector:

Centros de servicio al cliente, defensor del consumidor financiero, gerencia de cumplimiento, revisoría fiscal, buzones para clientes, línea de servicio al cliente, mensajes de texto, redes sociales y whatsApp.



Cabe señalar que el 68% de las compañías del sector opera su SAC directamente, el 4% lo hace mediante un tercero y el 28% restante usa un sistema mixto. Cinco de las compañías han certificado su SAC bajo normas como la Certificación ICONTEC - Norma ISO 9001-2008/2013/2015.

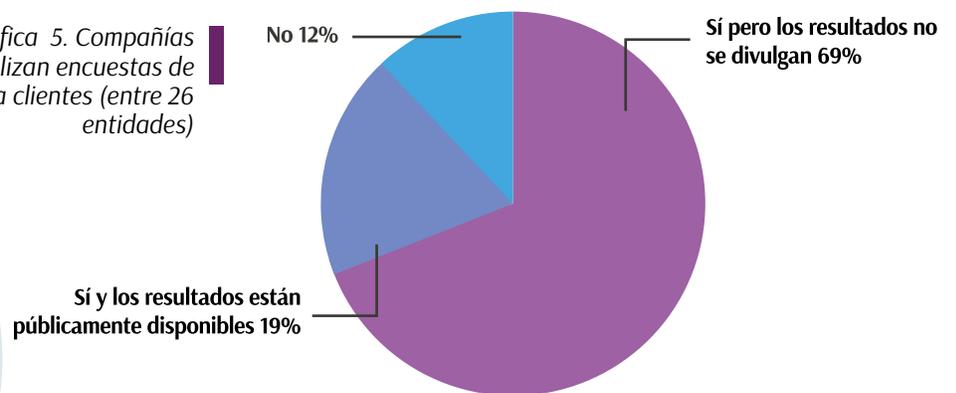


GRÁFICA 4. OPERACIÓN DEL SAC (ENTRE 26 ENTIDADES).

El 70% del personal capacitado en las compañías del sector cursó un plan de capacitación estructurado específicamente para los responsables del SAC, el 30% de las compañías le exige a los terceros que se encargan de apoyar esta labor desarrollar dicho plan de capacitación.

El 88% de las compañías participantes realiza encuestas de satisfacción periódicas a sus clientes para mejorar sus procesos, productos y servicios.

Gráfica 5. Compañías que realizan encuestas de satisfacción a clientes (entre 26 entidades)



CASOS DE EXITO

Gestión del consumidor financiero.

Humanizando Nuestra Banca.

Humanizando Nuestra Banca es un programa enfocado en fortalecer la cultura de servicio en la Banca de Consumo, a través de la concientización e incorporación de hábitos diferenciadores de servicio excepcional en los empleados, resaltando la importancia del rol de cada uno de los integrantes del equipo en su interacción con nuestros Clientes internos y externos, generando experiencias memorables, se soporta en estrategias como gamificación y manejo del cambio.

Los resultados del programa han sido sin precedentes, la percepción de los clientes que fueron encuestados por la medición periódica que realiza el Banco, ha sido de alcanzar la satisfacción del 100% en el servicio recibido en las oficinas e incluso indicando que nos recomendaría con un colega o familiar para adquirir sus productos financieros.

Actualmente Humanizando, hace parte de la cultura de servicio de las oficinas de Citibank a nivel nacional y se han incorporado dinámicas en las que se elogian y resaltan las acciones y comportamientos de los colaboradores que se destacan por su servicio generando experiencias memorables para clientes internos y externos.



A young girl with a cityscape on her head. The cityscape includes skyscrapers, a yellow taxi, and a blue airplane flying in the sky. The girl is wearing a black dress with a red leopard print and a red lace trim. The background is a solid red color with a faint circular graphic element.

5. GESTIÓN DE LA DIMENSIÓN SOCIAL

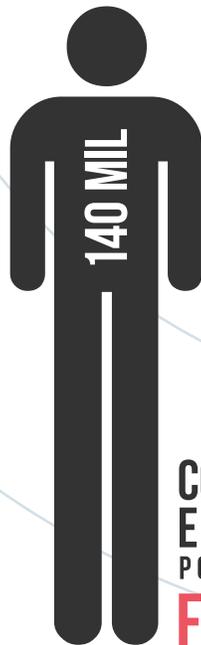
La dimensión social se refiere al conjunto de acciones que adelantan las organizaciones para mitigar los impactos o potenciar los beneficios que produce la operación del negocio en el bienestar de sus colaboradores, sus familias y la comunidad.

Hoy es más frecuente que las empresas propendan por aspectos como los Derechos Humanos, el desarrollo social de las comunidades y el bienestar de sus colaboradores de los que se derivan, entre otros, la promoción del equilibrio entre la vida familiar, personal y profesional.

El sector financiero es consciente de que su efectiva generación de valor depende en gran medida de la gestión de los riesgos y oportunidades que su actividad genera en la sociedad.

Esta sección trata los siguientes temas materiales: gestión del talento humano; inversiones en comunidades; educación financiera y gestión sostenible de la cadena de abastecimiento.

5.1 HECHOS DESTACADOS DIMENSIÓN SOCIAL



COLABORADORES
EMPLEADOS
POR LAS ENTIDADES
FINANCIERAS

54.232 MILLONES DE PESOS
**INVERTIDOS
EN CAPACITACIÓN A
COLABORADORES**

EL SALARIO

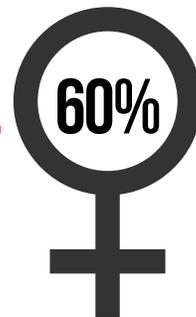


PROMEDIO OFRECIDO POR LAS ENTIDADES
FUE 1,48 VECES
EL SMMLV ESTABLECIDO PARA COLOMBIA

39.184 MILLONES DE PESOS
INVERTIDOS EN
97 PROYECTOS DE EDUCACIÓN,
ARTE Y DEPORTE,
MEDIOAMBIENTE,
SALUD ENTRE OTROS

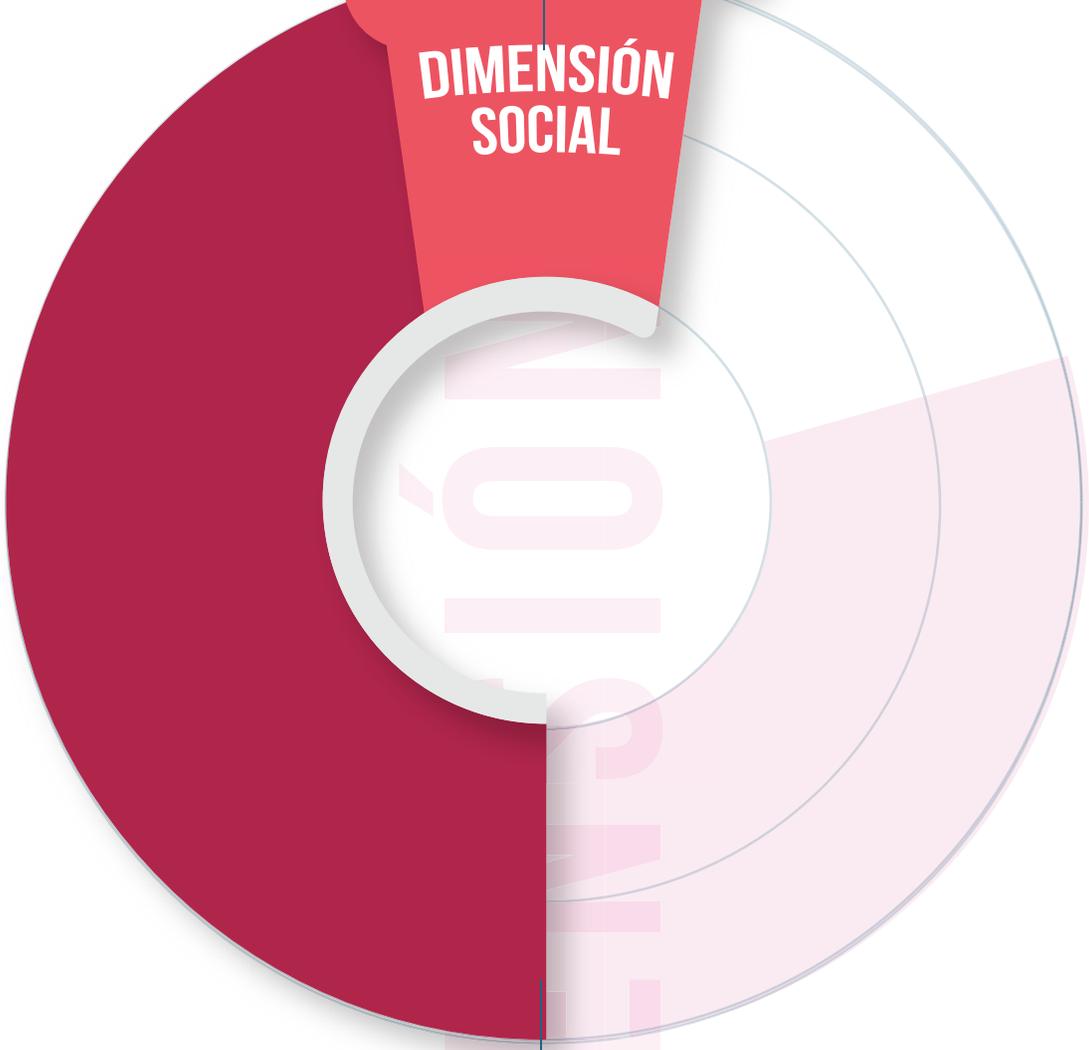
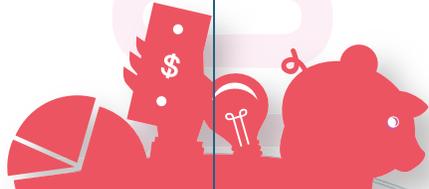
CAPACITACIÓN **4.500** PERSONAS
CON LA METODOLOGÍA
**SABER MÁS
CONTIGO**

CERCA DEL **60%**



DE LOS COLABORADORES
DEL SECTOR SON
MUJERES

DIMENSIÓN SOCIAL



LOS PORTALES WEB
DE EDUCACIÓN FINANCIERA DE
ASOBANCARIA
TIENEN TANTOS USUARIOS COMO PARA LLENAR

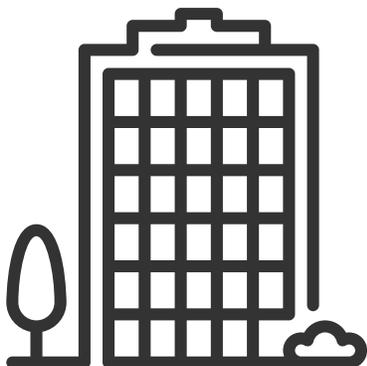
38 VECES



EL ESTADIO EL CAMPÍN

3.816 MILLONES DE PESOS
INVERTIDOS
POR LAS ENTIDADES
PARA EL DESARROLLO DE
PROGRAMAS

DE EDUCACIÓN
FINANCIERA



ASOBANCARIA
CAPACITÓ Y EVALUÓ A

4.800 NIÑOS

DE LA LOCALIDAD DE SAN CRISTÓBAL EN

BOGOTÁ

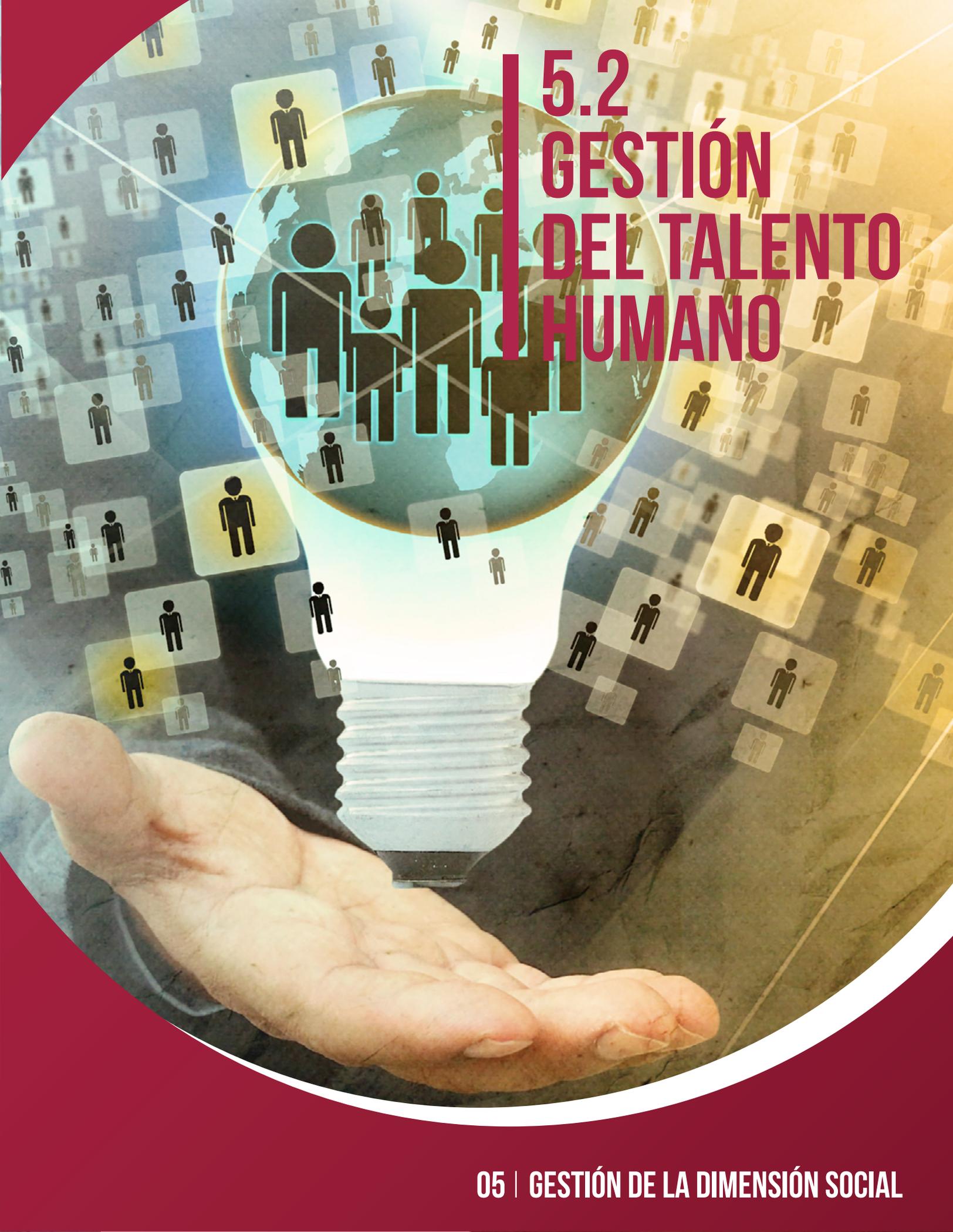
LOS PROGRAMAS DE
**EDUCACIÓN
FINANCIERA**

DE LAS ENTIDADES TIENEN COBERTURA EN LOS

DEPARTAMENTOS DEL
32 PAÍS

6,3 BILLONES DE
PESOS

PAGADOS A PROVEEDORES LOCALES POR LAS
ENTIDADES FINANCIERAS

The image features a hand holding a glowing lightbulb. Inside the lightbulb is a globe with several human icons overlaid on it. The background is a dark, textured surface with a network of human icons connected by lines, suggesting a global or organizational network. The overall color palette is warm, with reds, oranges, and yellows.

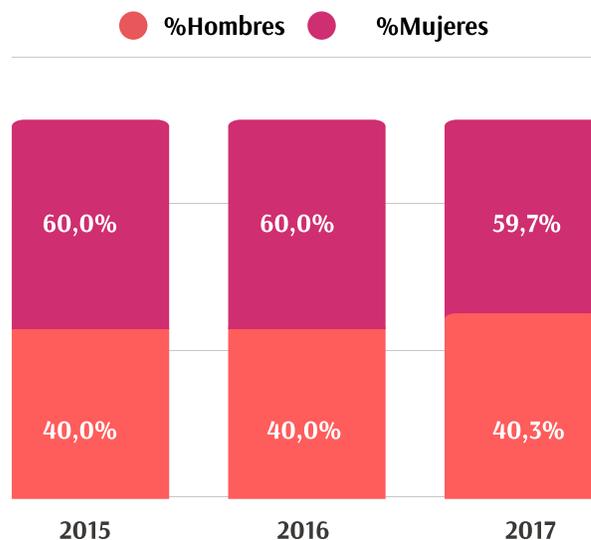
5.2 GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

GESTIONAR EL TALENTO HUMANO TIENE IMPACTOS SIGNIFICATIVOS EN EL DESEMPEÑO FINANCIERO Y PRODUCTIVO DE LAS ENTIDADES, YA QUE UN COLABORADOR EDUCADO Y CAPACITADO MEJORA SU DESEMPEÑO LABORAL, LO QUE SE TRADUCE EN UNA VENTAJA COMPETITIVA EN EL MERCADO.

En este capítulo se abordan temas cruciales como la capacitación y remuneración de los colaboradores en el marco de las necesidades actuales del mercado laboral colombiano, así mismo se presentan los datos poblacionales de los colaboradores en Colombia.

La gestión del sector en cifras (1)

Durante el 2017 las entidades afiliadas a Asobancaria emplearon en el país a más de 106 mil colaboradores directos, de los cuales el 59.7%, un porcentaje que se ha mantenido durante los últimos tres años, son mujeres. Estas cifras ponen en evidencia el importante rol que juega el sector financiero como generador de empleo formal en el país.



Gráfica 1. Total de colaboradores directos por género (entre 27 entidades).

Más del 80 % de los colaboradores ocupan cargos profesionales y auxiliares, mientras el 13 % ocupan jefaturas o tienen coordinaciones a cargo. Alrededor de un 2.4 % integra el nivel ejecutivo de primer y segundo grado del sector (presidente, vicepresidentes y gerencias).

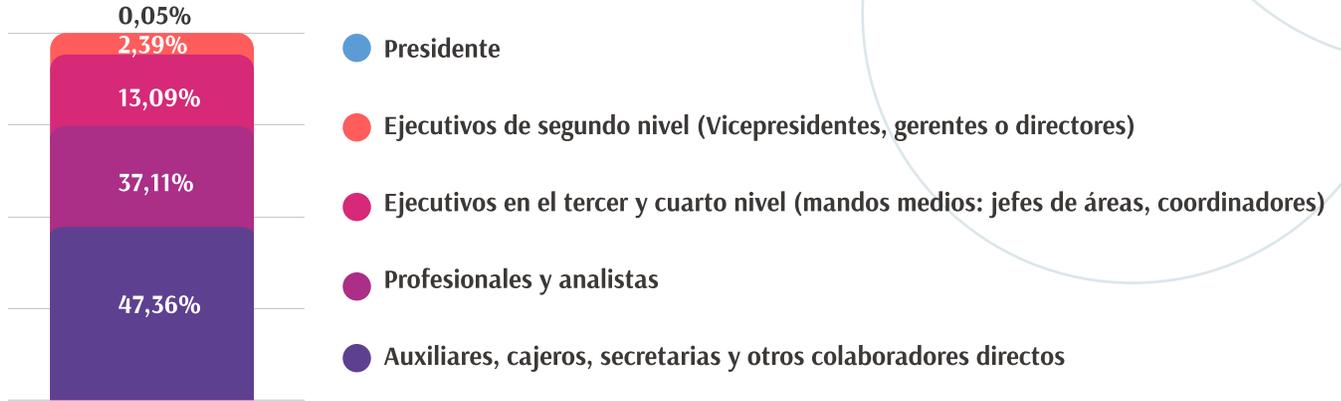


Gráfico 2. Porcentaje de colaboradores por nivel (entre 27 entidades).

Aunque globalmente se observa un mayor porcentaje de personal femenino, en el cargo de presidente de las entidades el comportamiento es opuesto, ya que en este nivel solo un 10.71% son mujeres. Vale la pena resaltar que el 97.65% de los ejecutivos de primer y segundo nivel son colombianos.

97.65%
de los ejecutivos de primer y segundo nivel son colombianos.

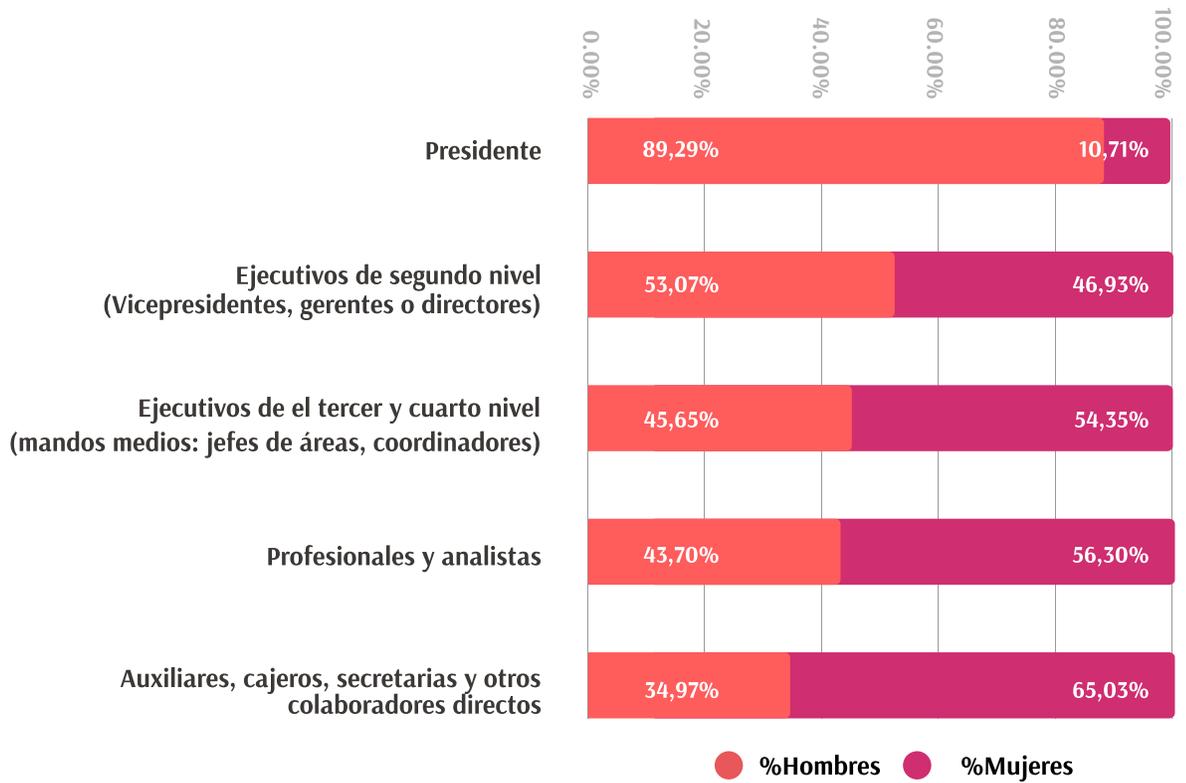


Gráfico 3. Porcentaje de colaboradores por género (entre 28 entidades)

LA MAYORÍA DE LA FUERZA LABORAL DEL SECTOR FINANCIERO TIENE ENTRE 30 Y 50 AÑOS DE EDAD.

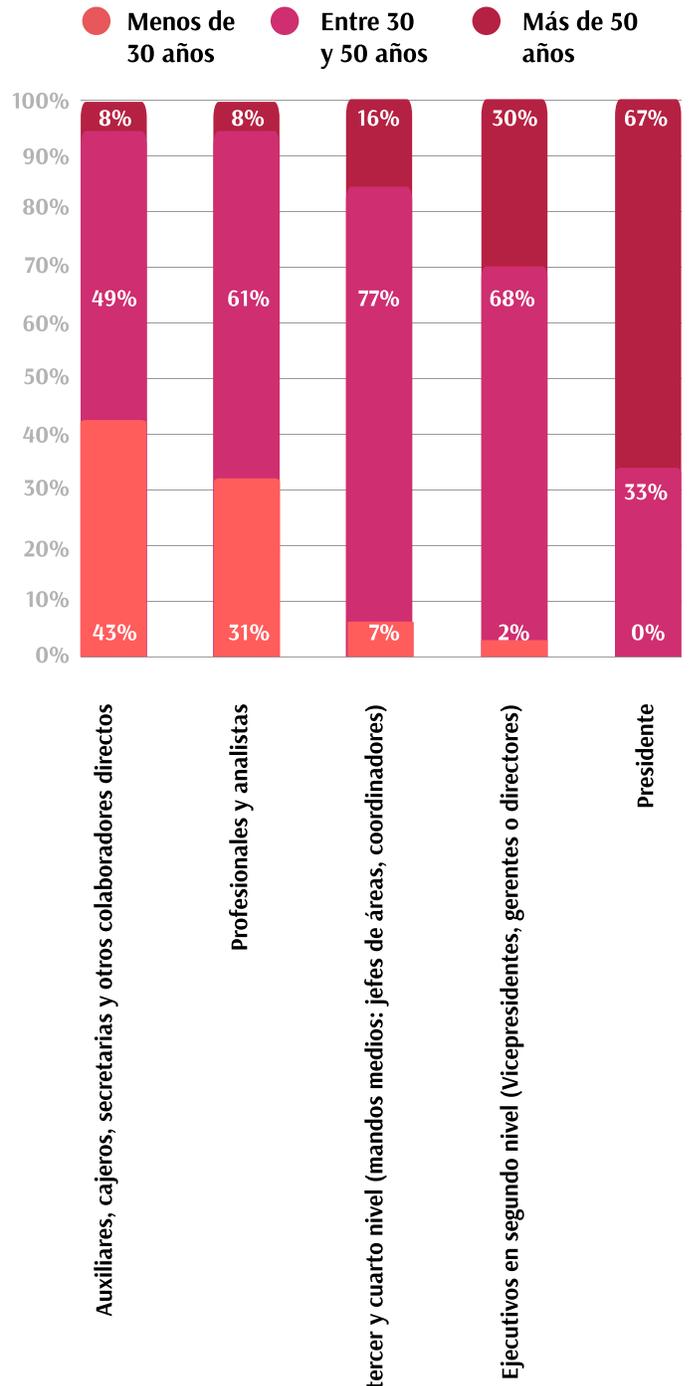
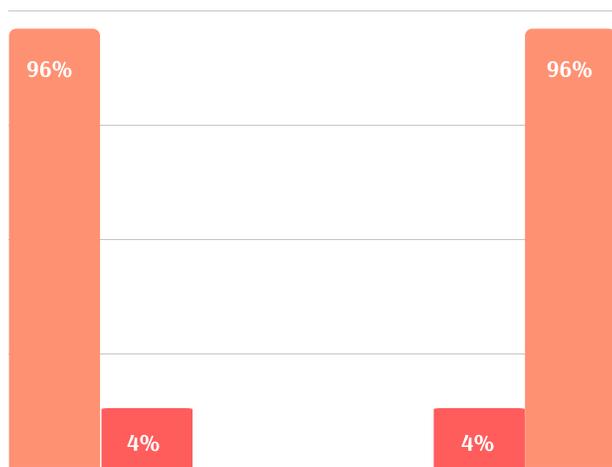


Gráfico 4. Porcentaje de colaboradores por nivel y edad (entre 27 entidades).



También se identificó que el 96% de la fuerza laboral está contratada directamente a término indefinido y el resto a término fijo.



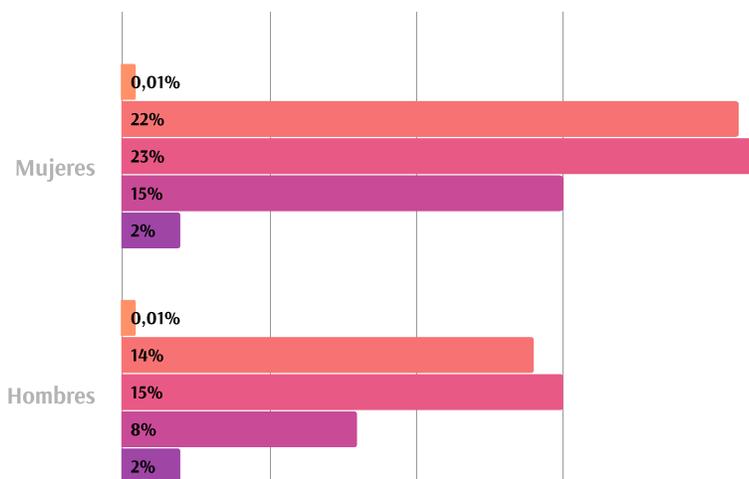
Mujeres

Hombres

- Colaboradores con contrato Directo a término Indefinido
- Colaboradores con contrato Directo a término fijo

Gráfica 5. Colaboradores directos por género (entre 28 entidades).

Además de los 106 mil colaboradores directos, el sector tuvo 33.423 colaboradores que no son directos contratados de la siguiente manera:



Mujeres

Hombres

- Colaboradores con contrato de prestación de servicios
- Colaboradores tercerizados
- Colaboradores con contrato temporal
- Colaboradores con contrato de aprendizaje con el SENA
- Colaboradores con contrato estudiantes en práctica profesional

GRÁFICO 6.
COLABORADORES
NO DIRECTOS
(ENTRE 28
ENTIDADES).

Se identificó que cuatro entidades afiliadas a Asobancaria vincularon a 157 personas en condición de vulnerabilidad que corresponden al 1.82 % de su fuerza laboral. Se observó que esta población fue vinculada en mayor proporción a cargos asistenciales o profesionales.

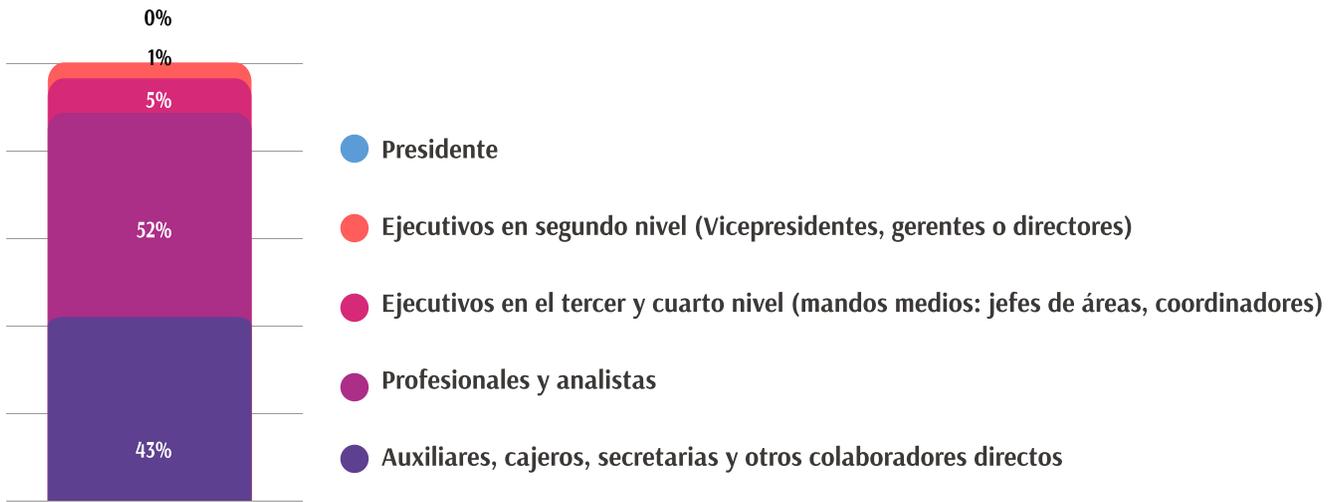


Gráfico 7. Porcentaje de colaboradores en condición de vulnerabilidad vinculados por nivel (entre cuatro entidades).

Geográficamente, alrededor del 33.7 % de la fuerza laboral está concentrada en los departamentos de Cundinamarca y Antioquia. Bogotá cuenta con el 30.5 % de la fuerza laboral del sector.

Independiente de la región geográfica, se puede observar que la proporción entre hombres y mujeres es bastante similar.

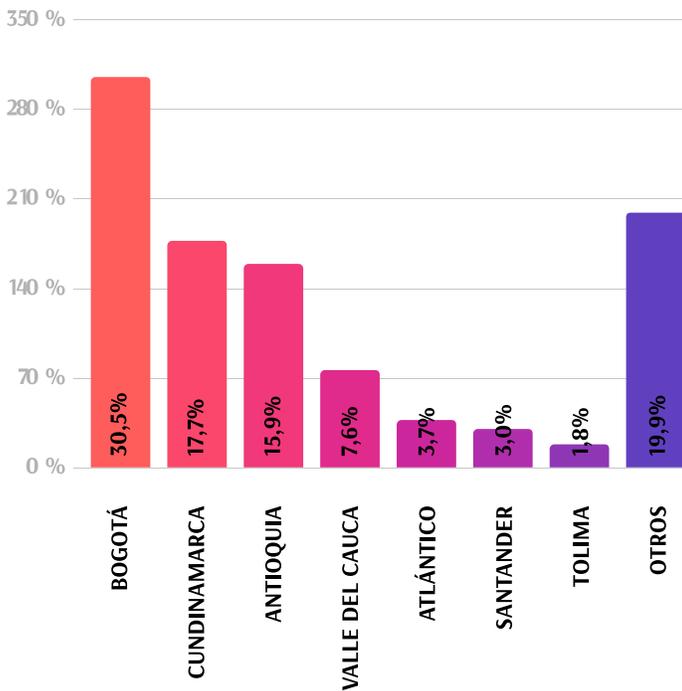


Gráfico 8. Distribución de colaboradores por región (sobre 25 entidades).

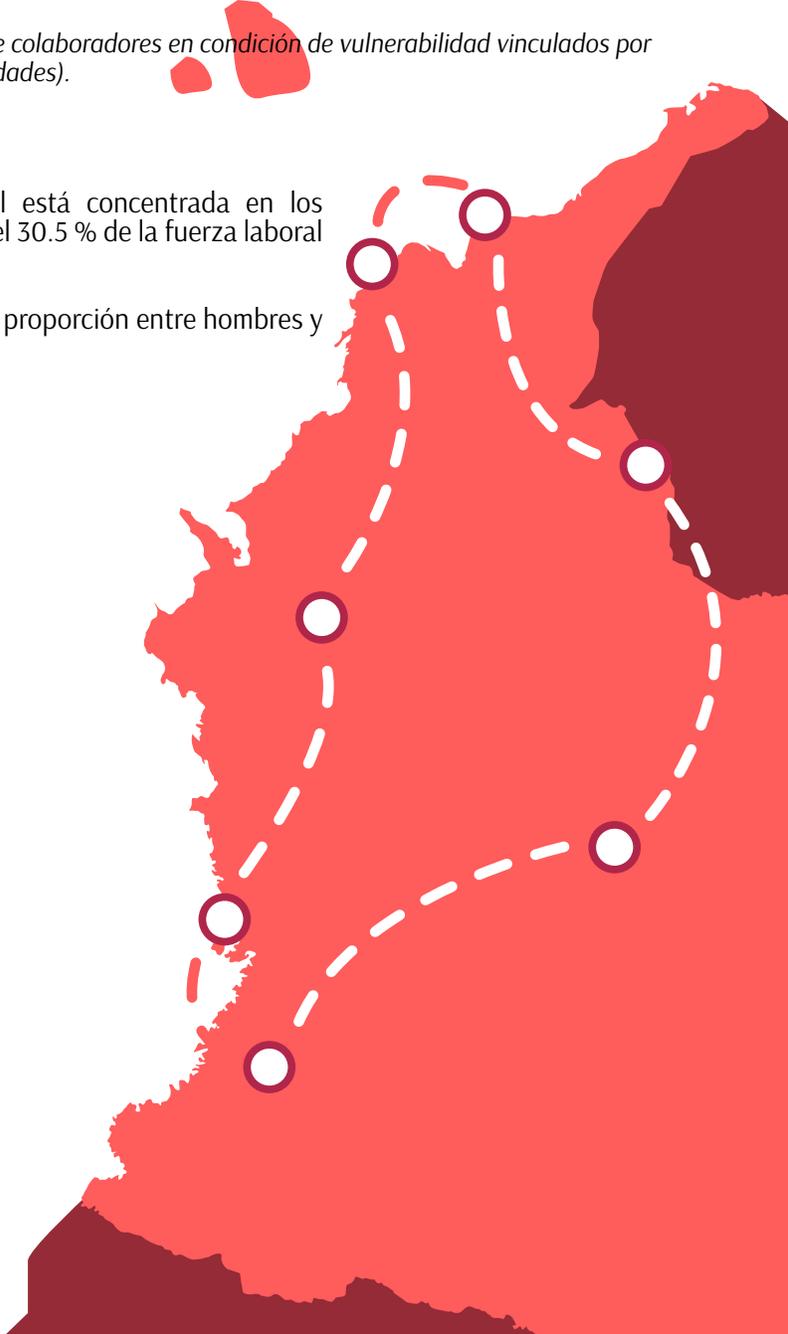
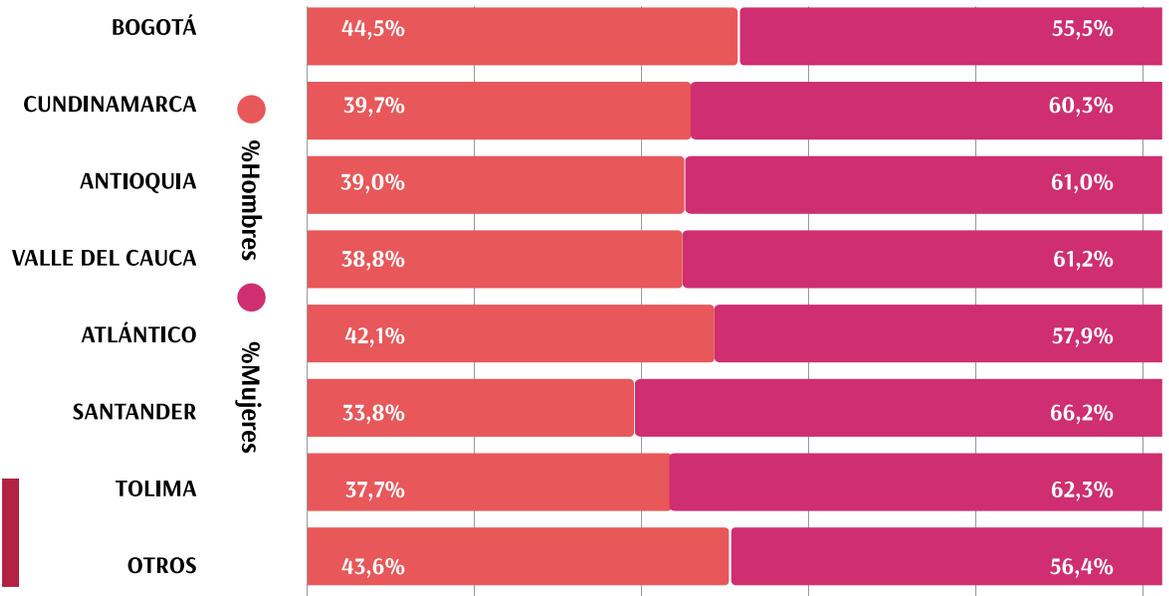
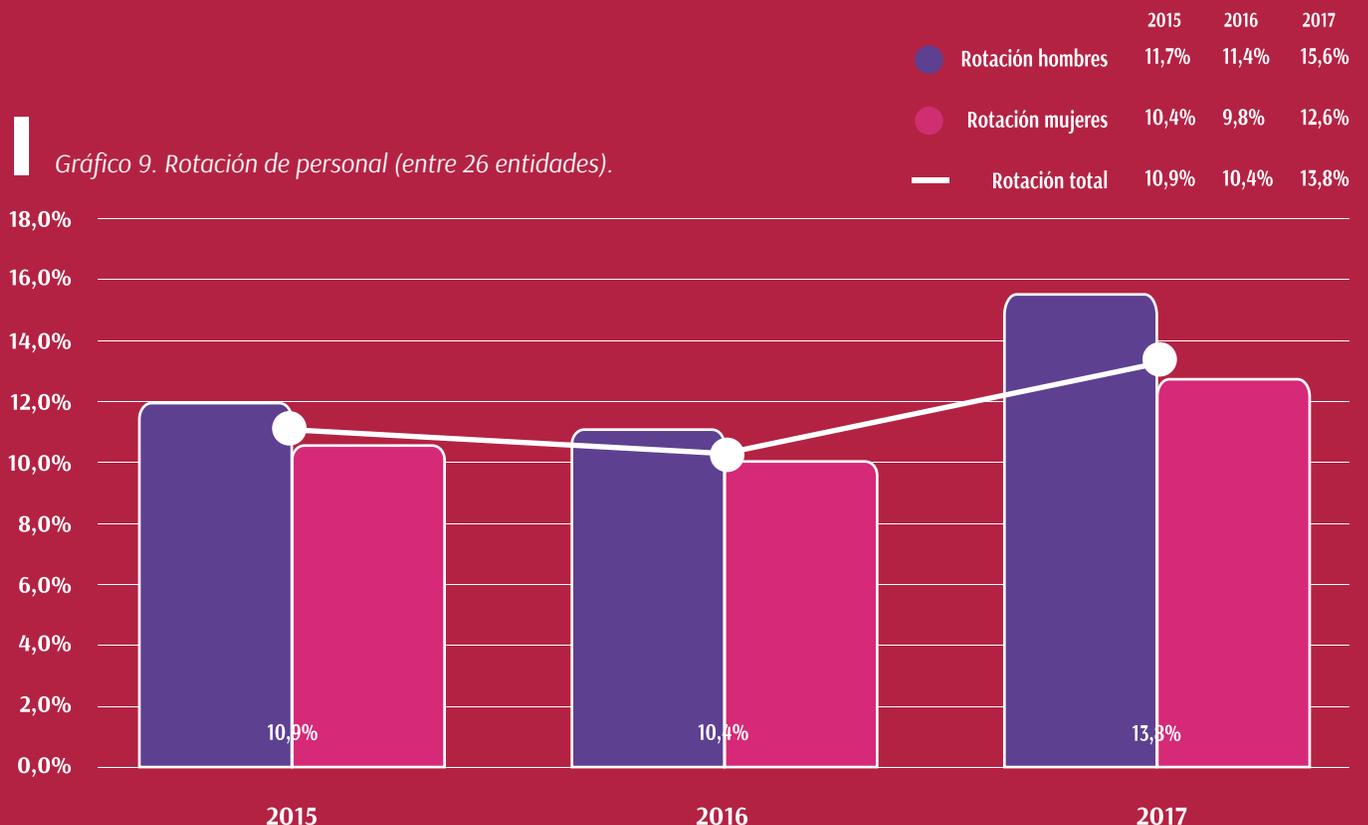


Gráfico 8.1 Distribución de colaboradores por región y género (sobre 25 entidades).



En el 2017 hubo un total de 13.741 nuevas contrataciones de las cuales el 53.37 % fueron mujeres. Actualmente la tasa de rotación de personal se sitúa en el 13.8 %, con un aumento de 3.4% frente al año anterior. Al calcular la rotación por género, se encontró que aunque los valores son similares, hay una mayor rotación en la población masculina.

Por lo general, las causas de rotación se concentran en cinco factores: mejor oferta laboral, reestructuración, estudios en el exterior, traslado de ciudad, independizarse o iniciar un negocio propio.



Retener el talento humano implica realizar esfuerzos que le permita a las entidades ofrecerle a sus colaboradores un valor diferencial. Es importante que estén en capacidad de ofrecer beneficios, reconocimientos y facilidades a sus colaboradores, no solo para mejorar la productividad y el desarrollo profesional, sino para proporcionarles una mejor calidad de vida.

Algunos ejemplos de esos valores diferenciales son la flexibilidad y el respeto por los horarios para atender asuntos personales y el reconocimiento de los logros alcanzados. El sector financiero –consciente de esta realidad– ofrece beneficios como auxilios educativos y de transporte, créditos de vivienda preferenciales y seguros de vida y salud.

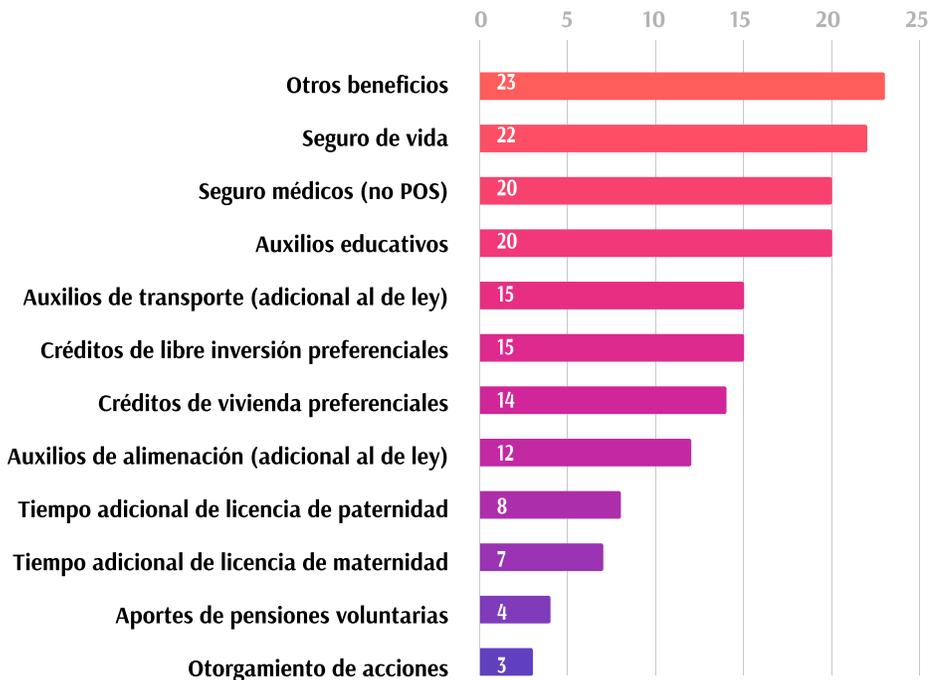


Gráfico 10. Beneficios entregados por las compañías (entre 27 entidades).

Gestión de licencias de maternidad y paternidad

En el 2017 el 3% de los hombres y el 5% de las mujeres tuvieron licencias de paternidad o de maternidad. El 79 % de los hombres y el 83 % de las mujeres que tuvieron estas licencias en el 2016 siguen trabajando hoy con la misma compañía. Para promover la retención de sus colaboradores después de que han nacido sus hijos, las compañías ofrecen alternativas como el teletrabajo, los horarios flexibles y el tiempo adicional en las licencias.

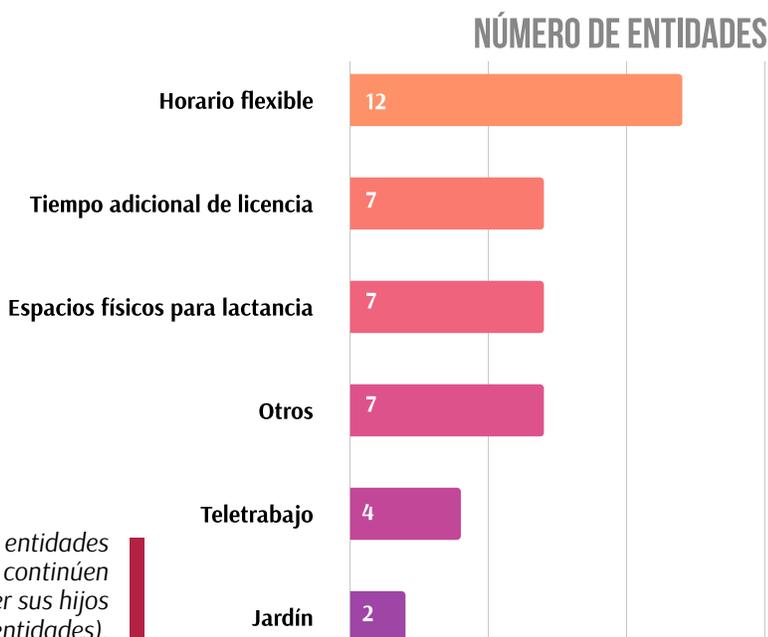
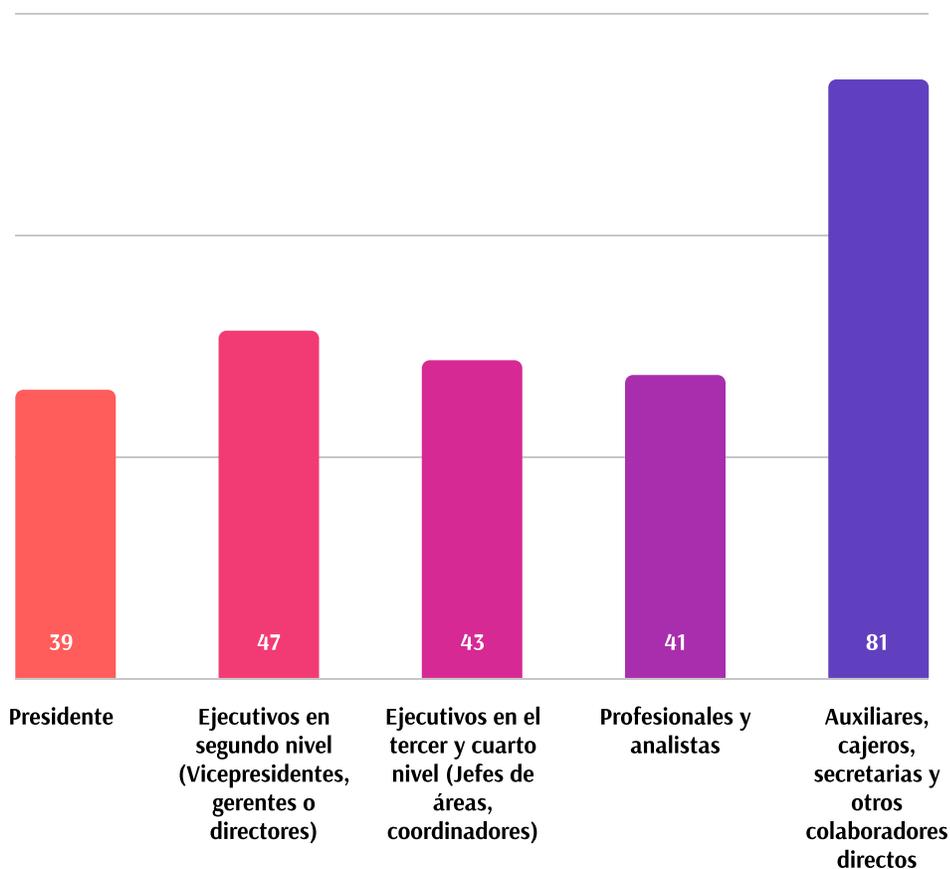


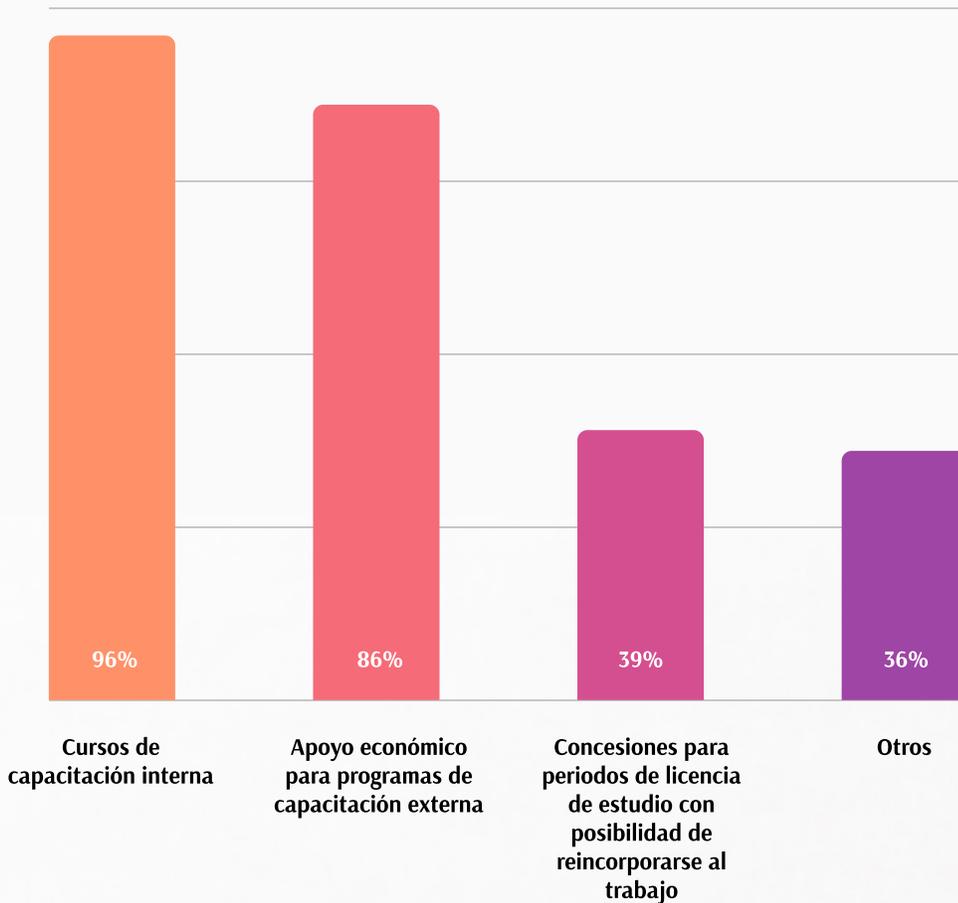
Gráfico 11. Prácticas de las entidades para que sus empleados continúen vinculados después de nacer sus hijos (entre 20 entidades).

Gráfico 12. Horas promedio de formación por colaborador, segregado por nivel (entre 25 entidades).



DURANTE EL 2017 EL SECTOR INVIRTIÓ EN CONJUNTO MÁS DE CINCO MILLONES DE HORAS EN ENTRENAMIENTO Y CAPACITACIÓN DE SUS COLABORADORES, DESTINANDO UN PROMEDIO DE **59 HORAS AL AÑO EN CADA COLABORADOR.** EL MONTO DE LA INVERSIÓN EN LOS ENTRENAMIENTOS FUE DE 54.232 MILLONES COP.

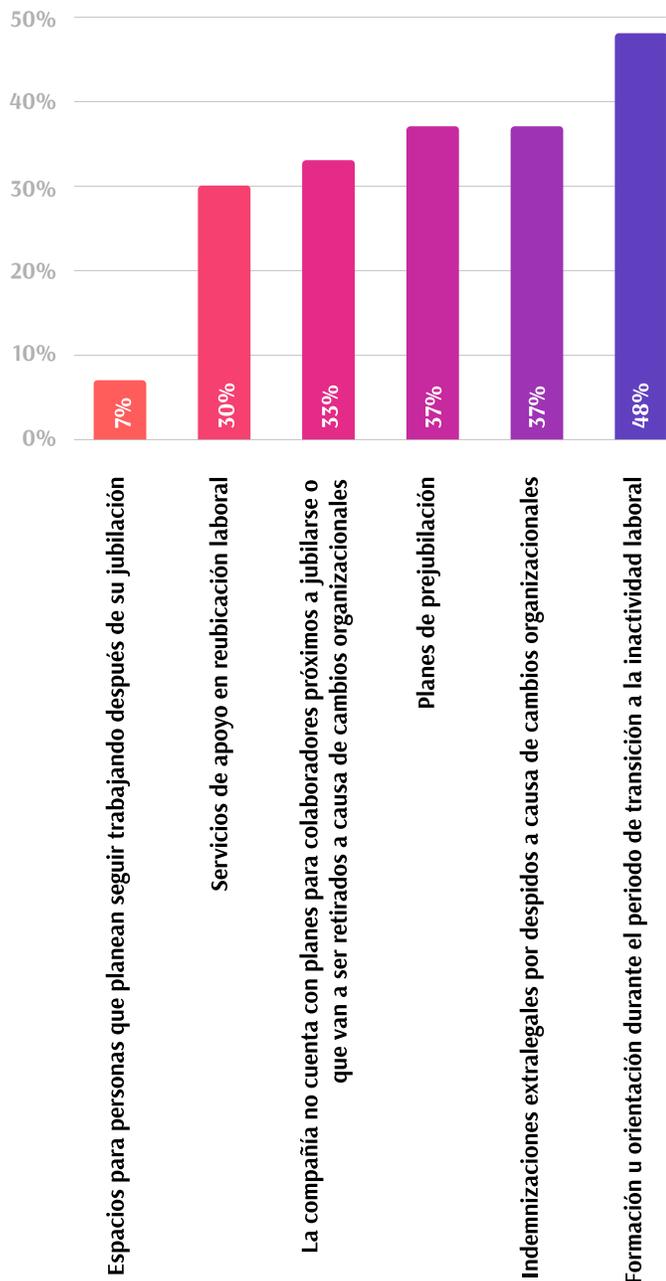
Las prácticas más frecuentes en el sector respecto de las actividades de capacitación son el desarrollo de entrenamientos internos y el apoyo económico a programas de capacitación externa. Hay once compañías que conceden periodos de licencia de estudio con posibilidad de reincorporarse al trabajo y diez que ofrecen alternativas como diplomados, cursos virtuales o estudio de idiomas.



■ Gráfico 13. Prácticas de capacitación entre las compañías del sector (entre 28 entidades)



Es relevante destacar que alrededor del 50% de las entidades del sector han implementado iniciativas para respaldar a sus colaboradores que estén a punto de jubilarse o que vayan a ser retirados debido a cambios organizacionales. Las actividades principales son formación u orientación durante el periodo de transición a la inactividad laboral, otorgamiento de indemnizaciones extralegales por despidos ocasionados por cambios organizacionales.



50%

de las entidades del sector han implementado iniciativas para respaldar a sus colaboradores próximos a jubilarse o retirarse.

Gráfico 14. Planes de las compañías para respaldar a los colaboradores próximos a jubilarse o que vayan a ser retirados de la compañía a causa de cambios organizacionales (entre 27 entidades)



PRESIDENTE
73,7%

**EJECUTIVOS DE SEGUNDO NIVEL (VICEPRESIDENTES,
GERENTES O DIRECTORES)**

49,8%

**EJECUTIVOS DE TERCER Y CUARTO NIVEL
(JEFES DE ÁREAS, COORDINADORES)**

83,7%

**PROFESIONALES Y
ANALISTAS 84,5%**

**AUXILIARES, CAJEROS, SECRETARIAS Y
OTROS COLABORADORES DIRECTOS**

72,7%

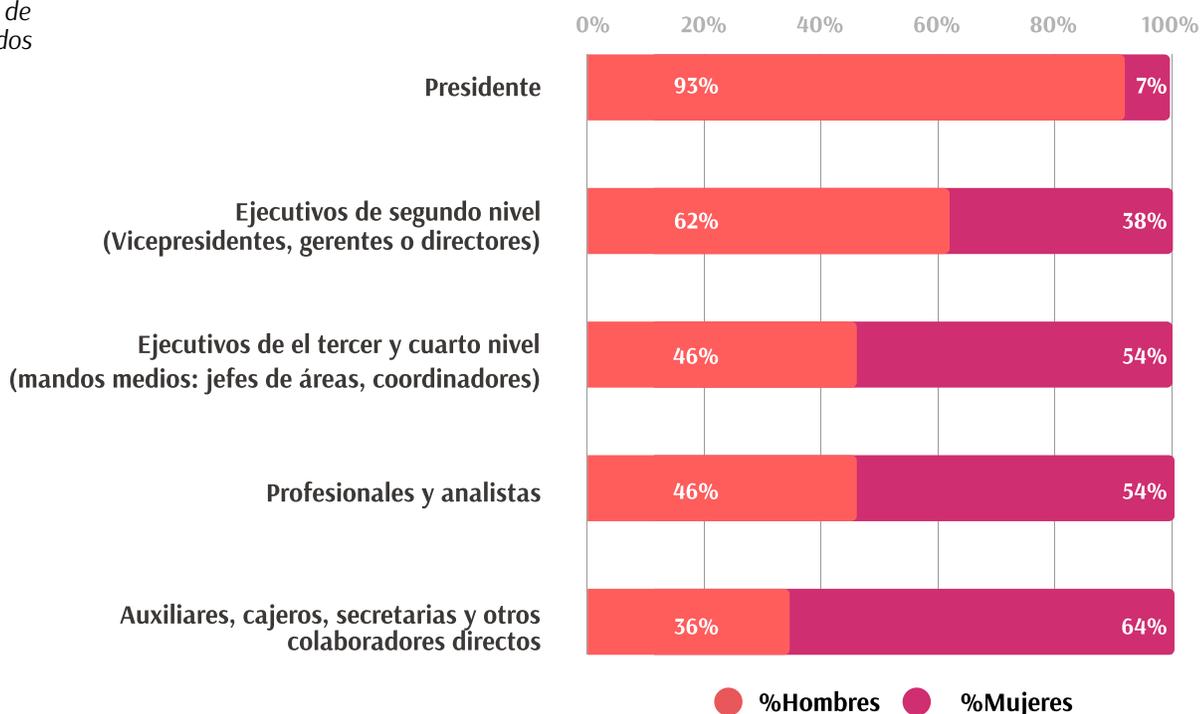
*Gráfica 15. Porcentaje de
colaboradores evaluados
por nivel (entre 22
entidades).*

Con el ánimo de apoyar los procesos de desarrollo profesional de sus colaboradores, el sector mide el nivel de cumplimiento de los objetivos a través de evaluaciones de desempeño individuales. Entre otros objetivos, pretende identificar las capacidades reales de sus colaboradores, así como las expectativas y necesidades de sus cargos.

23 compañías del sector reportaron en el 2017 que hacen evaluaciones de desempeño. El 54% las hacen anualmente, el 21% semestralmente y el 7 % con otra frecuencia. Cinco de las compañías –el 18%– no hicieron evaluaciones de desempeño debido a que estaban actualizando los contenidos y módulos de las evaluaciones o porque los procesos de transición internos no les permitieron llevarlas a cabo.

En promedio un 74 % de la fuerza laboral, desde los auxiliares hasta los presientes de las entidades, fueron evaluados. A continuación se muestra el porcentaje de colaboradores evaluados por nivel y género.

Gráfica 16. Porcentaje de colaboradores evaluados por género (entre 22 entidades).



Remuneración a colaboradores

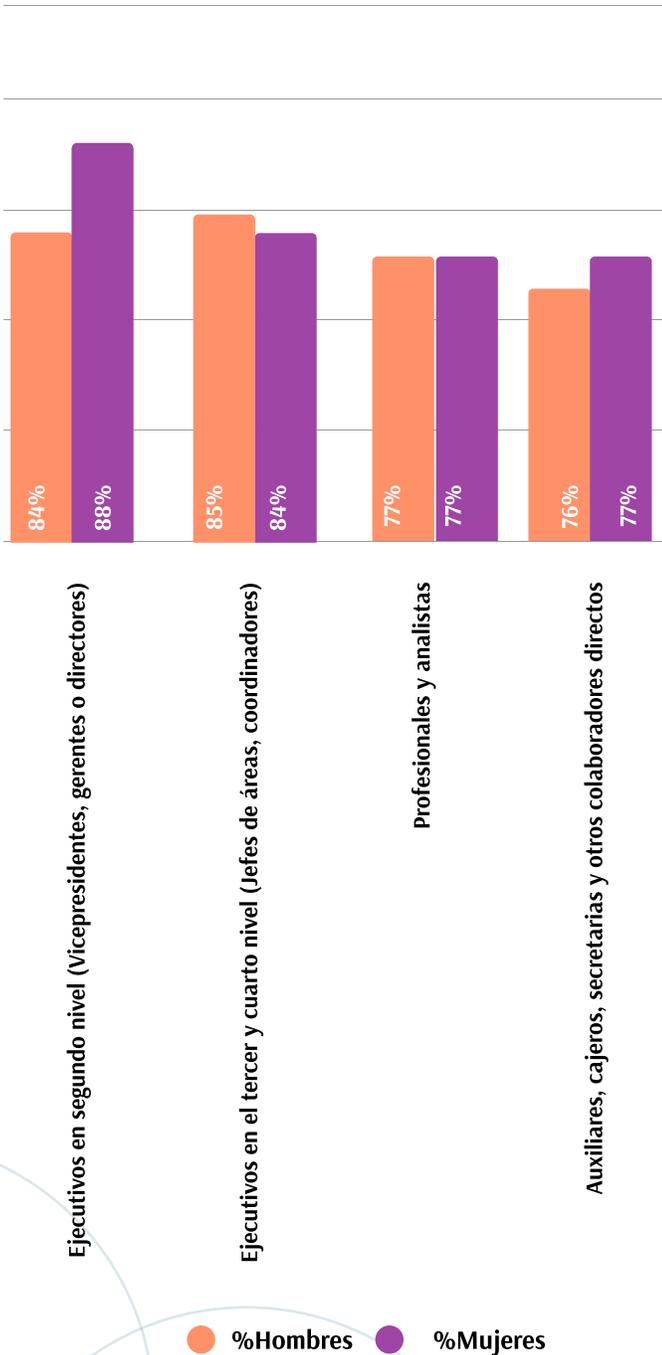
Se evidencia que el sector financiero cuenta en todos los niveles con esquemas de retribución variables; que las entidades tengan esquemas de retribución atractivos y equilibrados para sus colaboradores se traduce en atraer, retener y motivar a un personal idóneo comprometido con su trabajo.

Es de resaltar que la relación entre el salario base⁽²⁾ y la retribución total es superior en los niveles más cercanos a la base de la fuerza laboral. Lo anterior se puede explicar debido a que en estos cargos un alto componente de la compensación corresponde a comisiones.

En la siguiente gráfica se puede leer que el 77 % del salario total de una mujer en posición de auxiliar, cajero o equivalente, corresponde al sueldo base, el 23 % restante corresponde a un componente variable.

(2) Salario base es el valor devengado sin tener en cuenta bonificaciones y la retribución total, bonos y otros beneficios financieros.

% DEL SALARIO BASE EN LA REMUNERACIÓN TOTAL



Gráfica 17. Relación entre el salario base y la retribución total por nivel y género (entre 18 entidades)

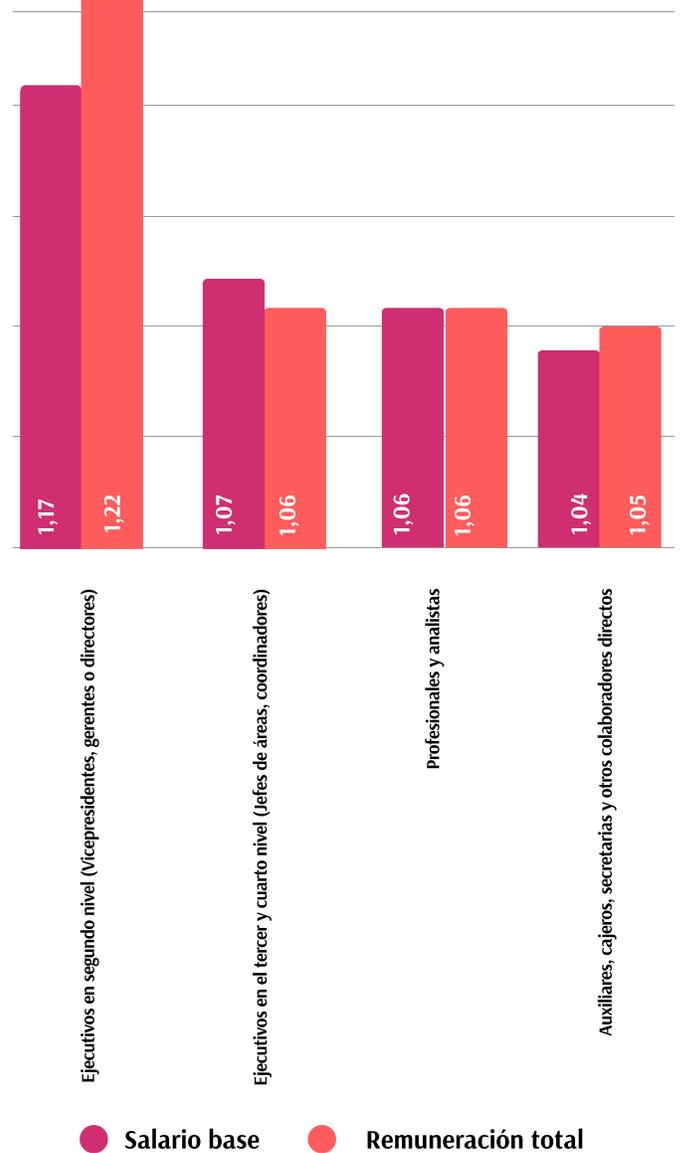
Gráfica 18. Relación del salario base y la retribución total entre hombres y mujeres (entre 18 entidades)

En términos de compensación con criterios de equidad de género, se puede observar que en las categorías de segundo nivel y auxiliares, cajeros y secretarías entre otros, el salario base de los hombres es mayor al de las mujeres y que esta brecha aumenta cuando se analiza frente a la remuneración total.

A diferencia de los dos niveles mencionados anteriormente, la brecha en la remuneración de las mujeres del tercer y cuarto nivel se tiende a cerrar cuando se analiza la remuneración total.

En la siguiente gráfica se puede leer que mientras a una mujer gerente le pagan un peso en remuneración base por su labor, al hombre le pagan 1.17 pesos.

SALARIO HOMBRE / MUJER



El sector ofreció en promedio a sus colaboradores directos durante el 2017 un salario inicial que fue 1.48 veces el SMMLV establecido en Colombia, lo que corresponde a \$1.089.821 COP.

CASOS DE ÉXITO

Gestión del talento humano.

Programa de Desarrollo Acelerado para Mujeres.

Citibank respondiendo a un compromiso con la equidad de género y el desarrollo de las mujeres para que puedan alcanzar posiciones de liderazgo, crea un programa de desarrollo acelerado para las mujeres de gerencia media; el programa está conformado por una serie de módulos en los que se les brinda a las participantes conocimiento técnico del negocio, impacto de influencia, comunicación estratégica y talleres que les permite prepararse para su siguiente paso de carrera.

Como resultado, en el 2017 el **40% de las participantes ha buscado** y concursado en nuevos procesos de selección para asumir nuevas posiciones, acciones que han repercutido para que en los últimos años el 19% de las mujeres del programa hayan asumido nuevos roles o ampliado su responsabilidad.





5.3 INVERSIÓN EN COMUNIDADES

103-1

El sector entiende por inversión en comunidades aquellos aportes de las compañías para promover y mejorar la calidad de vida de la sociedad en las zonas donde desarrolla sus actividades económicas.

Estas inversiones son muy importantes pues contribuyen a mejorar las capacidades de la población para incorporarse en dinámicas productivas que mejoren sus condiciones socioeconómicas individuales y colectivas. Además, les permite a las entidades adquirir y mantener buenos niveles de reconocimiento de marca y ser socialmente responsables.

103-2 103-3

Las entidades del sector cuentan con diversas prácticas para contribuir al desarrollo de las comunidades. Además de la gestión para la educación financiera, tema que se aborda en otra sección de este informe, cuentan con estrategias y programas de ayuda a las comunidades que tienen objetivos, presupuestos asignados y mecanismos de monitoreo de resultados como cifras de inversión, número de beneficiados, cumplimiento de objetivos y, en algunos casos, impactos materializados como resultado de las intervenciones.

103-3

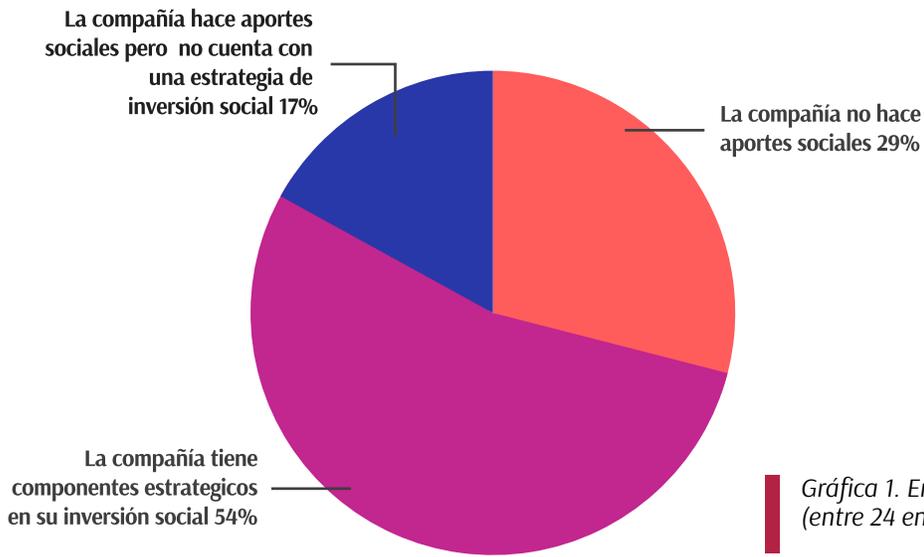
Como resultado de la revisión del análisis de materialidad y con el ánimo de mejorar la estructura de los contenidos relacionados con las comunidades en tanto grupos de interés, este informe presenta la información de inversión en comunidades separada del capítulo que aborda la inclusión de comunidades en el sector financiero.

La gestión del sector en cifras (1)

Conservando la alineación con la agenda establecida en 2015 frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), 25 entidades reportaron una vez más sus prácticas y resultados en esta materia.

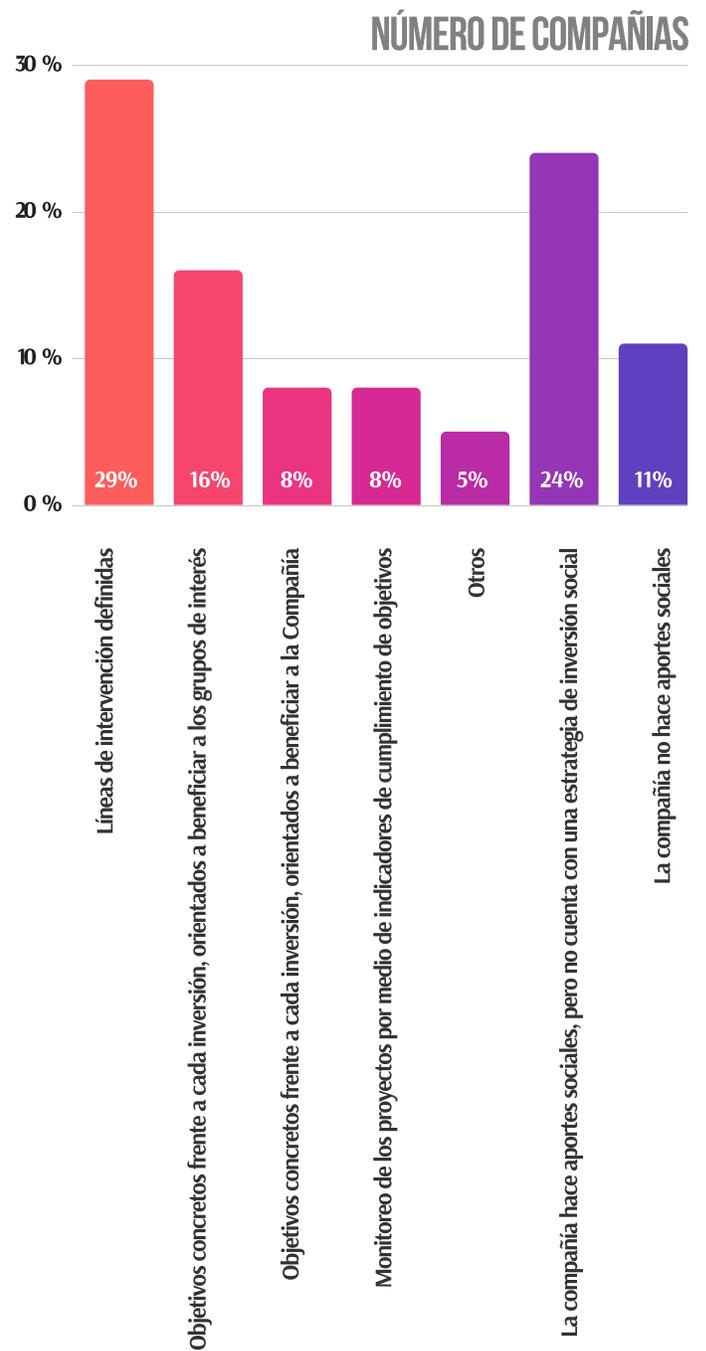


(1) En total, 25 entidades respondieron al menos una pregunta de esta sección



Gráfica 1. Enfoque de la inversión en comunidades (entre 24 entidades)

Algunas compañías cuentan con al menos un componente estratégico entre sus inversiones en comunidades y el más frecuente son las líneas de inversión definidas.



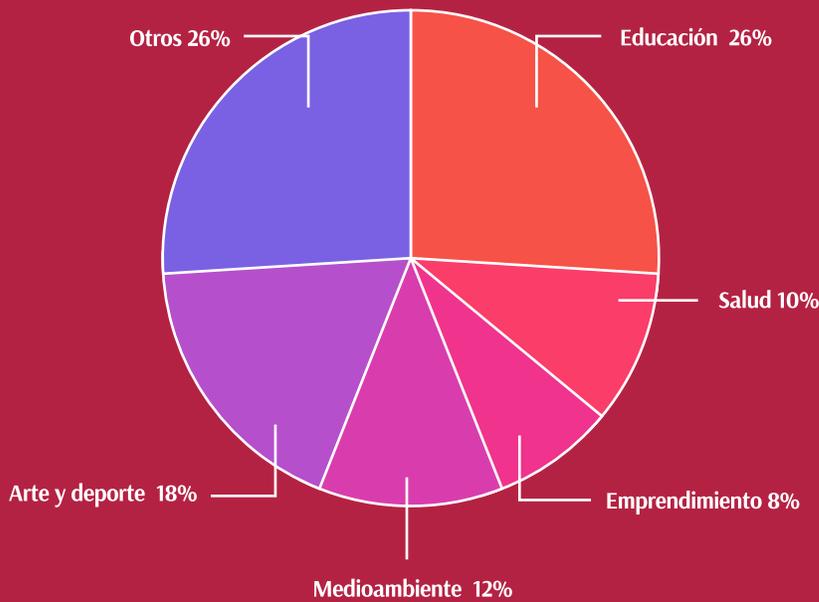
Gráfica 2. Componentes de la estrategia de inversión en comunidades (entre 24 entidades).

En el 2017 las compañías del sector reportaron un total de 39.184 millones COP en 97 proyectos ejecutados en las siguientes líneas reportadas: educación, salud, emprendimiento, arte y deporte, medioambiente y otros.

39.184 MILLONES COP

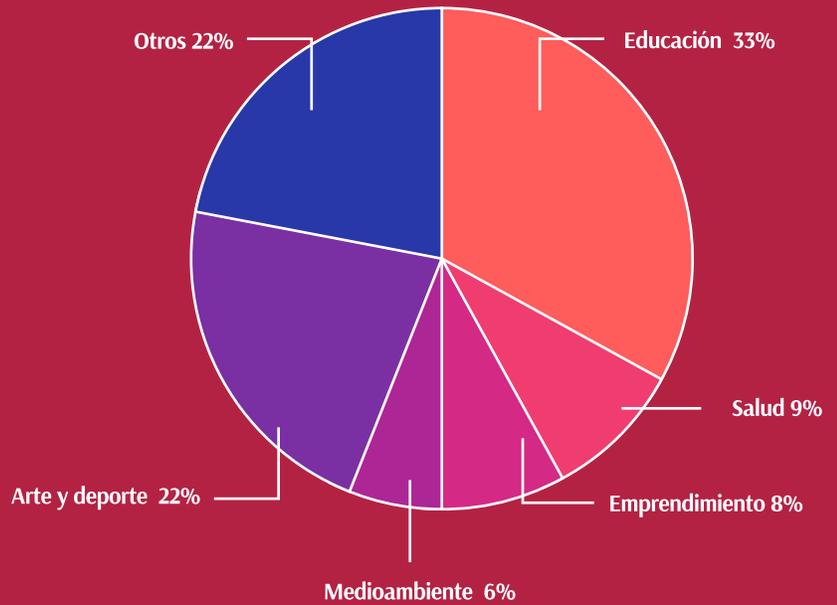
en 97 proyectos ejecutados

NÚMERO DE COMPAÑÍAS



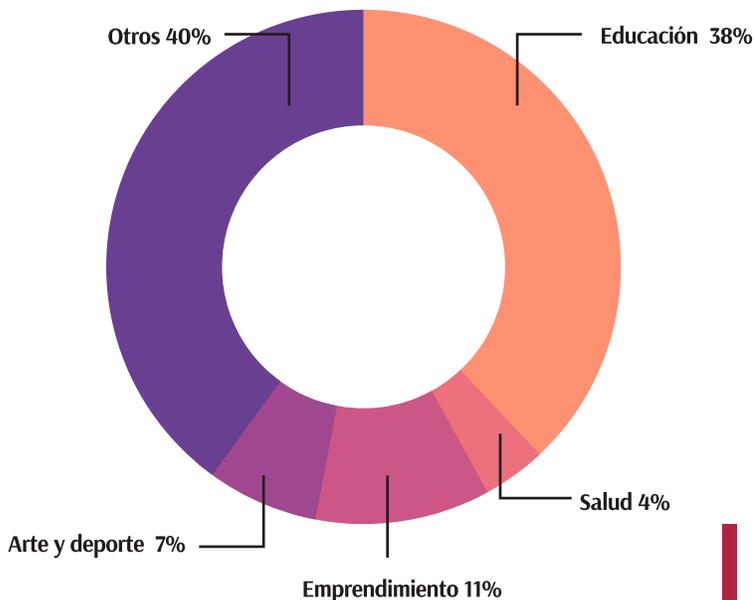
Gráfica 3. Porcentaje de compañías que invierten por cada línea de inversión (sobre 24 entidades)

NÚMERO DE PROYECTOS



Gráfica 4. Porcentaje de compañías que invierten por cada línea de inversión (sobre 24 entidades)

INVERSIÓN (MILLONES DE COP)



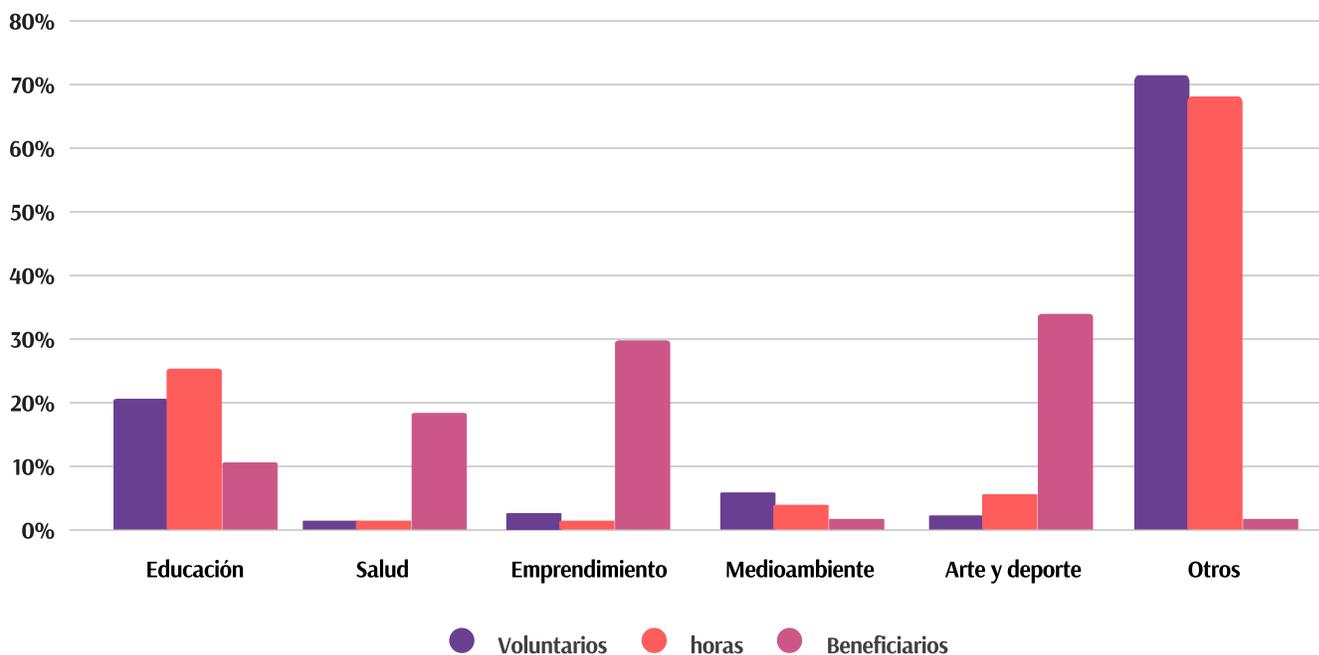
Gráfica 5. Proporción de las inversiones por línea de inversión (entre 24 entidades).

En la categoría otros se incluyen inversiones relacionadas con negocios inclusivos, así como ayudas provisionadas y ejecutadas para situaciones de emergencia como desastres naturales y víctimas de situaciones de conflicto armado y orden público.

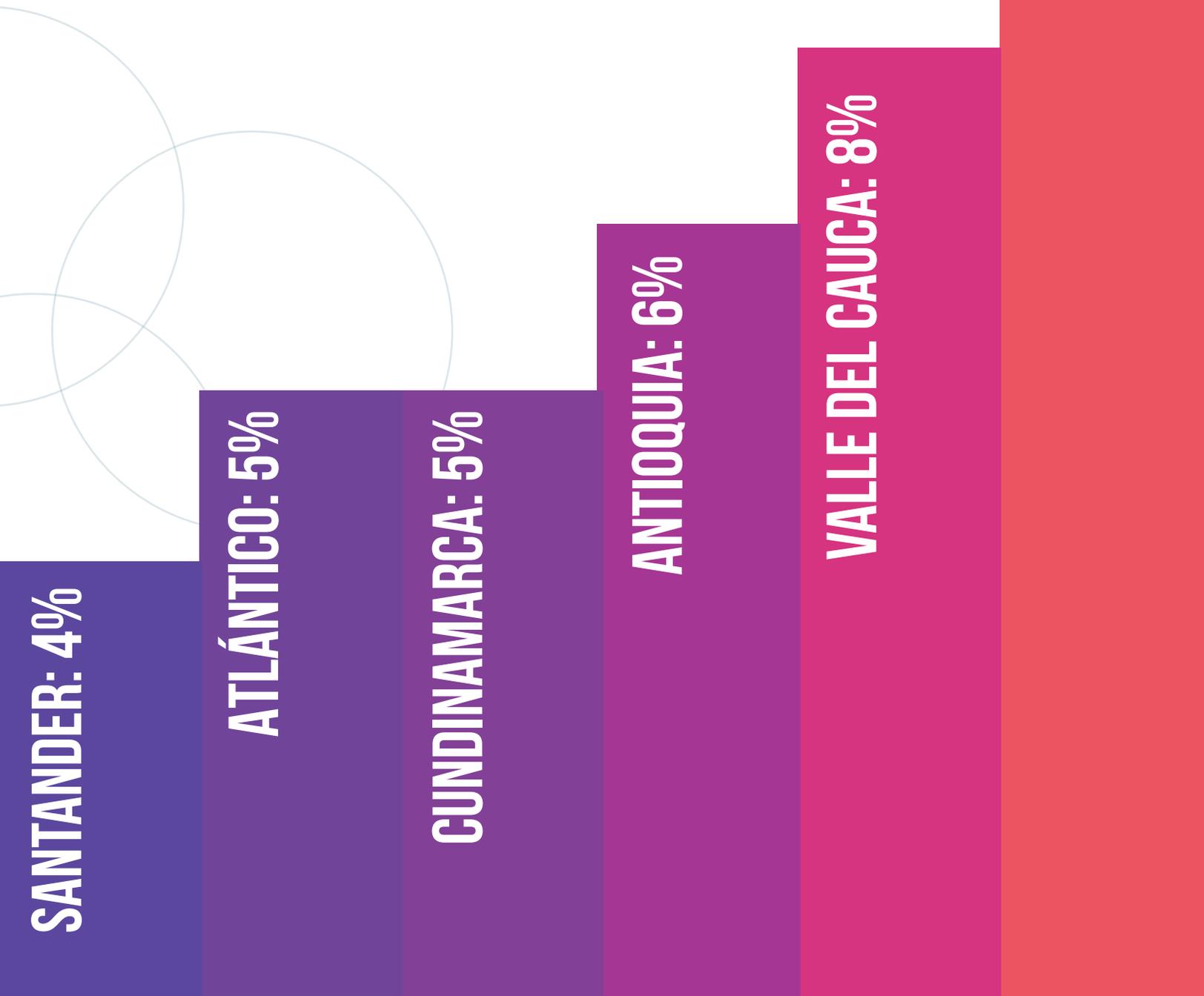
Voluntariado

El 40% de las compañías que hacen inversión social cuentan con programas de voluntariado corporativo. La línea que tiene el mayor interés de los colaboradores es la de arte y deporte, no obstante vale la pena resaltar que las de mayor impacto en términos de población beneficiada son las orientadas al medio ambiente, la salud y la educación.

Gráfica 6. Voluntariado corporativo por línea de inversión.



En cuanto al destino geográfico de las inversiones en comunidades, puede observarse que son relativamente proporcionales a la presencia de las entidades en el país y por lo tanto, a la cercanía de las comunidades en sus áreas de influencia, las más representativas son:



CASOS DE ÉXITO

Inversión en comunidades.

Escuela para el Emprendimiento BBVA.

Es un **proyecto de aula** que se desarrolla de la mano de las Secretarías de Educación de Colombia y que permite integrar la formación de estudiantes y docentes en competencias financieras, emprendedoras y estimular la creación de ideas de negocio que impactan directamente los proyectos de vida de los beneficiados, permitiéndoles ser sostenibles para continuar con sus estudios superiores o técnicos e incluso ser apoyo para sus familias. A la fecha, el proyecto ha llegado a más de 12 departamentos y ha beneficiado a más de 220.000 estudiantes y 1.500 docentes.

BBVA



5.4 EDUCACIÓN FINANCIERA



EL GREMIO ENTIENDE LA EDUCACIÓN FINANCIERA COMO EL ESTABLECIMIENTO DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN DIRIGIDOS AL CONSUMIDOR FINANCIERO Y AL PÚBLICO EN GENERAL QUE PERMITAN DISMINUIR LA VULNERABILIDAD OCASIONADA POR EL DESCONOCIMIENTO DE LOS TEMAS FINANCIEROS.

Los consumidores deben hacer frente a un exigente entorno financiero que demanda decisiones informadas. La adquisición de créditos con condiciones poco favorables o la utilización inadecuada de las tarjetas de crédito obstaculizan la capacidad de los colombianos para emprender proyectos, ahorrar, o mantener sus gastos por debajo de sus ingresos.

El trabajo conjunto entre las entidades financieras y el Gobierno Nacional es determinante para lograr que los consumidores financieros usen adecuadamente sus recursos. Los beneficios de este trabajo trascienden en la **calidad de vida** de las personas en aspectos como:

- Uso eficiente de los recursos y productos financieros.
- Desarrollo de la capacidad para enfrentar contingencias financieras.
- Exigir servicios de mayor calidad.
- Medir adecuadamente los riesgos de las decisiones y hacer uso de los productos financieros adecuados para cada situación.
- Cumplir con las obligaciones programadas.
- Prever y construir un escenario de seguridad financiera de mediano y largo plazo.

*Del mismo modo, existen beneficios para el conjunto de actores del **sistema financiero**:*

- Generar una mayor estabilidad financiera reduciendo la cantidad de morosos del sistema.
- Disminuir los riesgos financieros para el conjunto de los actores del sistema.
- Mejorar los niveles de informalidad y reducir la ilegalidad en la oferta financiera de servicios.
- Alcanzar una mayor inclusión financiera de toda la población que redunde en el mejoramiento de la calidad de vida.



103-2

Asobancaria y sus entidades asociadas, a través de instancias como el Comité de Educación Financiera, han entendido que este debe ser un componente transversal a las estructuras educativas en Colombia y que su principal ejecutor es el Gobierno Nacional.

Con el fin de avanzar en ello, se han diseñado e implementado líneas de formación para generar capacidad en instituciones educativas, docentes y comunidad, así como se ha participado permanentemente en los espacios que el Gobierno Nacional ha dispuesto para tal fin como es el caso de la Comisión Intersectorial de Educación Económica y Financiera.

En esta medida el gremio se encuentra trabajando en:

- Programa de educación financiera para empresarios y emprendedores Saber Más Empresarios.
- Programas de educación financiera para jóvenes y niños.



Programa de educación financiera para población adulta Saber Más, Ser Más www.sabermassermas.com

NOMBRE	META PARA 2017	META PARA 2018	META A CORTO, MEDIANO O LARGO PLAZO
Población adulta – capacitaciones presenciales	4.500	7.500	Capacitar a 10.000 personas con la metodología Saber Más Contigo y evaluar su impacto a 2019.
Población adulta – digital	30%	30%	Aumentar en un 30% el tráfico anual de visitantes únicos al portal www.sabermassermas.com
Población adulta - empresarios	0	2.500	Capacitar a 5.000 empresarios y emprendedores con la estrategia Saber Más Empresarios a 2019.
Niños y jóvenes	4.800	4.800	Capacitar anualmente a 4.800 niños de localidades vulnerables y evaluar su mejora mediante el financiómetro.

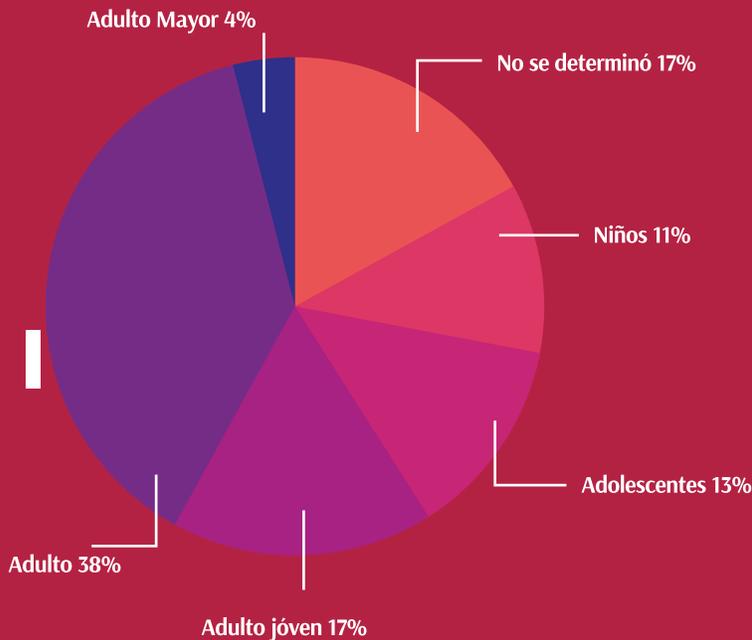
INDICADORES Y METAS

Todos los programas se miden a través de indicadores de resultado que evalúan la cobertura en términos de participantes presenciales y virtuales, presuntos conocimientos y hábitos adquiridos, posibles impactos en el mejoramiento de la calificación crediticia de las personas y volumen de seguidores en las redes sociales.

(1) La gestión del sector en cifras

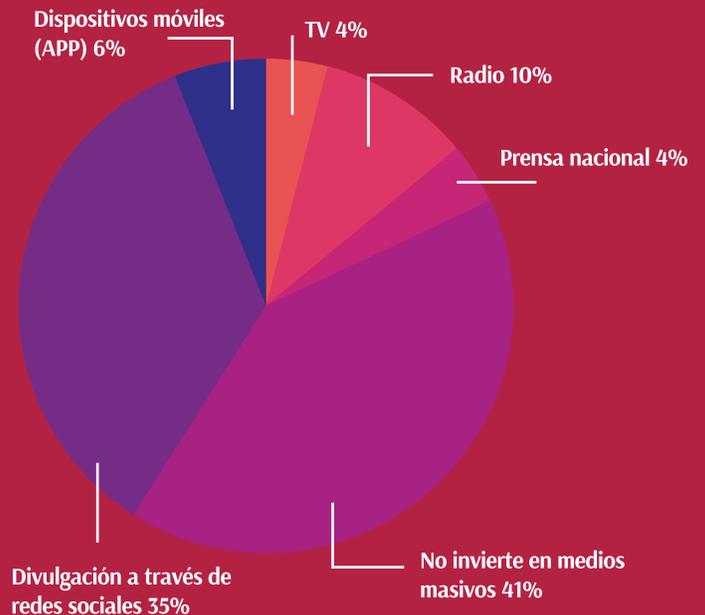
Los programas de educación financiera de las entidades tienen un alto impacto social en todo el país, pues llegan directamente a 1.030 municipios distribuidos en los 32 departamentos del país, beneficiando a más de un millón seiscientos mil usuarios.

Tal y como puede observarse en la siguiente gráfica, la mayoría de los programas de educación financiera fueron desarrollados por las entidades para públicos específicos:



Gráfica 1. Pírculo objetivo de los programas de educación financiera (entre 26 entidades).

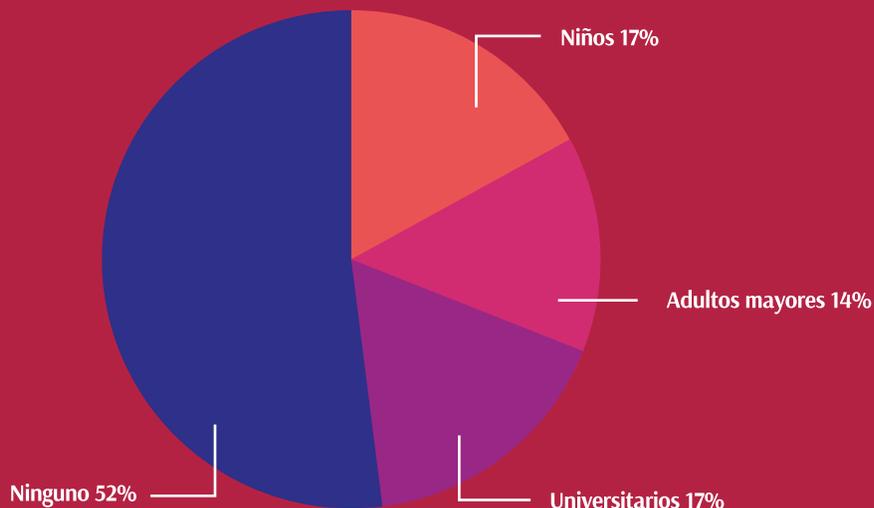
Para dar a conocer sus programas de educación financiera, las entidades invierten en divulgación a través de diferentes canales y medios de comunicación masiva.



Gráfica 2. Medios de divulgación de los programas de educación financiera (entre 26 entidades).

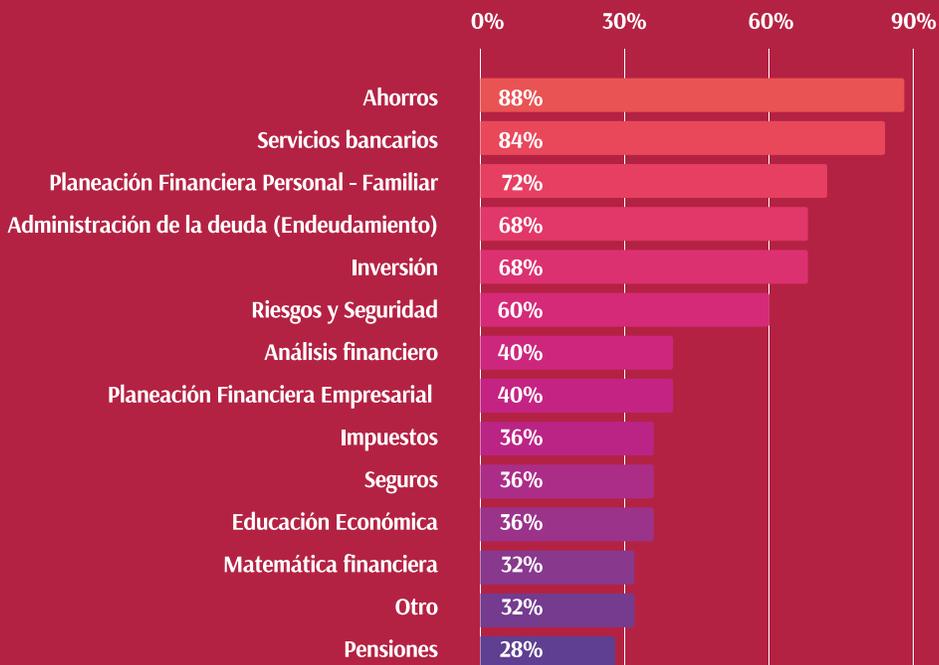
(1) En total, 27 entidades contestaron al menos una pregunta de esta sección.

De las entidades encuestadas, 22 tienen un portal web para desarrollar sus programas de educación financiera, el 52% de dichos portales no segmentan por públicos específicos la información divulgada.



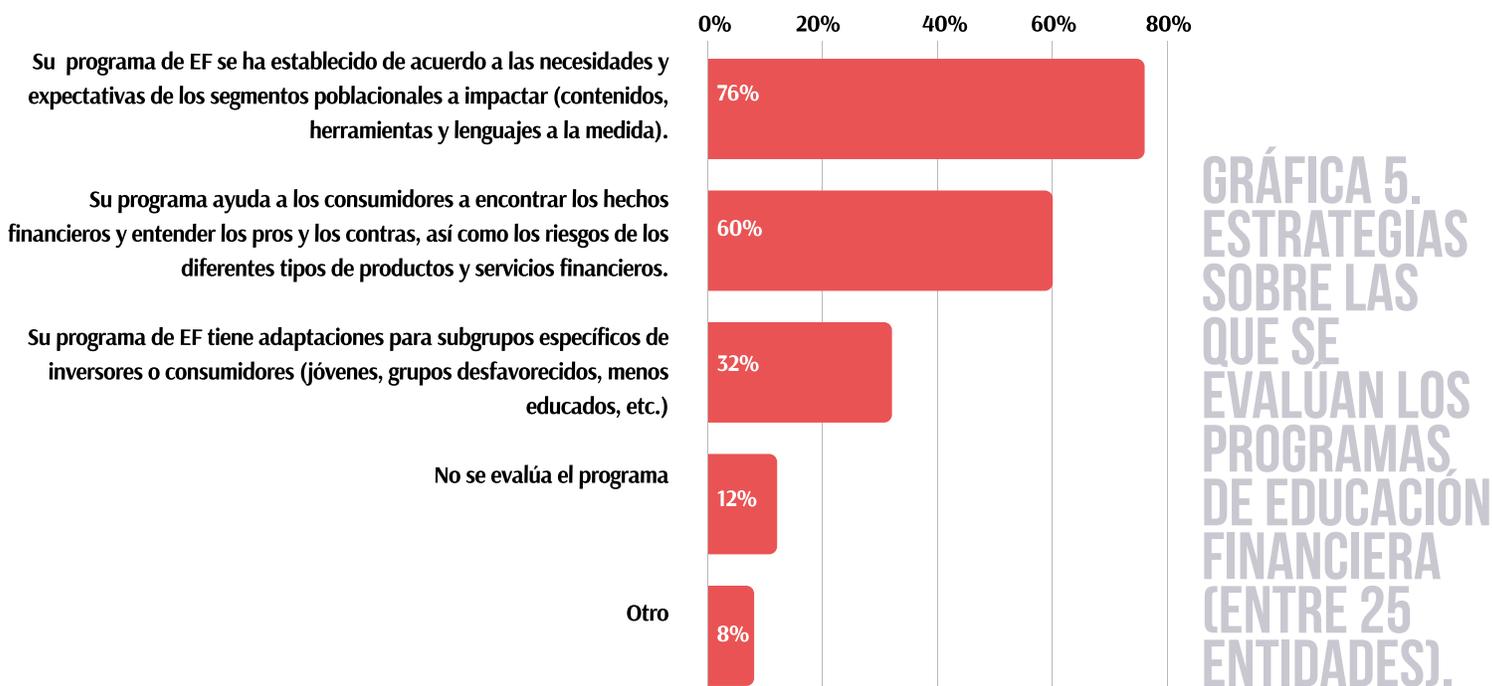
Gráfica 3. Píblico al que se dirigen los portales web de educación financiera (entre 22 entidades).

Las áreas que abordan los programas de educación financiera incluyen temas cruciales para las empresas y para las personas. En general todas están alineadas para ofrecer un mayor entendimiento del sector financiero.

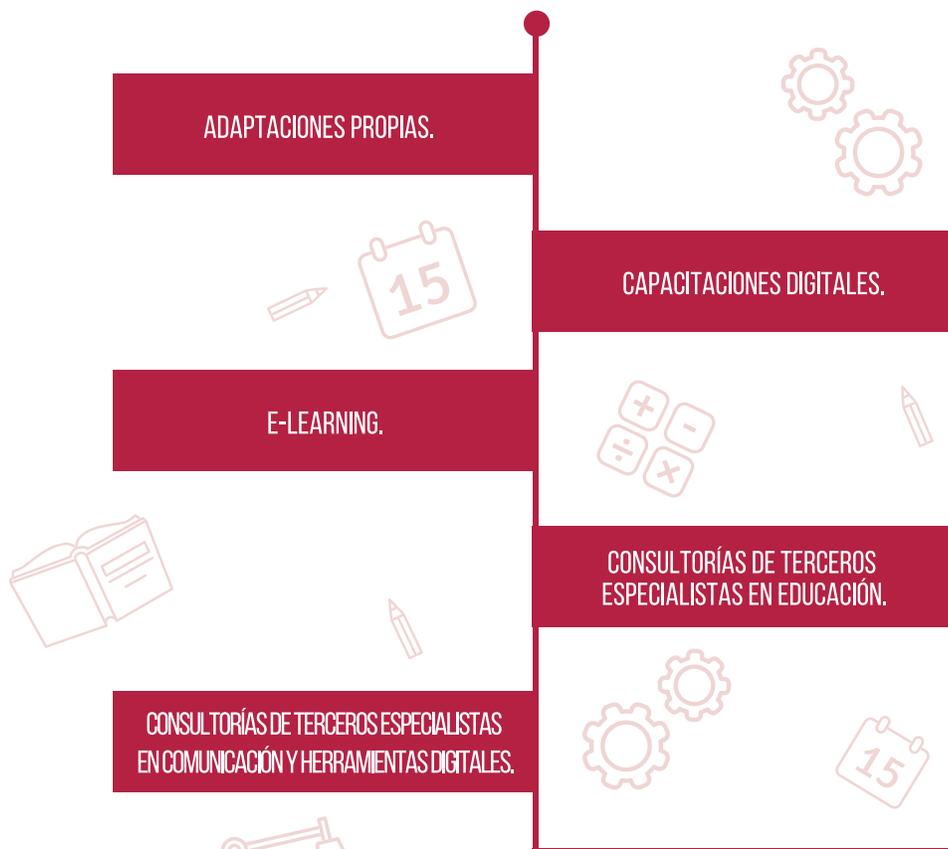


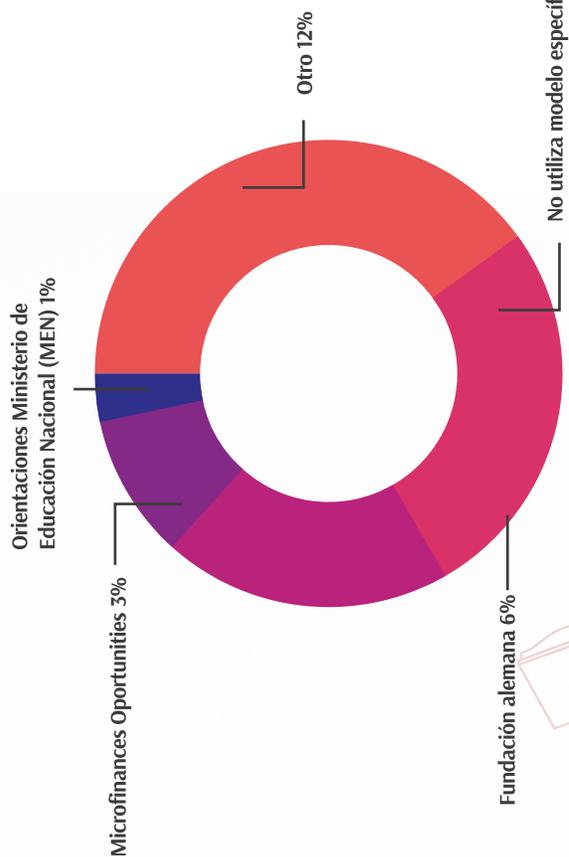
Gráfica 4. Áreas temáticas que cubren los programas de educación financiera (entre 25 entidades).

Las entidades evalúan sus programas de educación financiera para comprender las dinámicas de los grupos que impactan buscando ofrecerles un mayor valor agregado. A continuación, se pueden observar los principales indicadores a la hora de evaluar este tipo de programas:



Una parte de las entidades diseña sus programas de educación financiera con base en modelos ya establecidos y otra acude a métodos alternos, en ambos casos los objetivos principales son suplir las necesidades de su público objetivo y ofrecer una mayor cobertura. Estas son las metodologías implementadas.



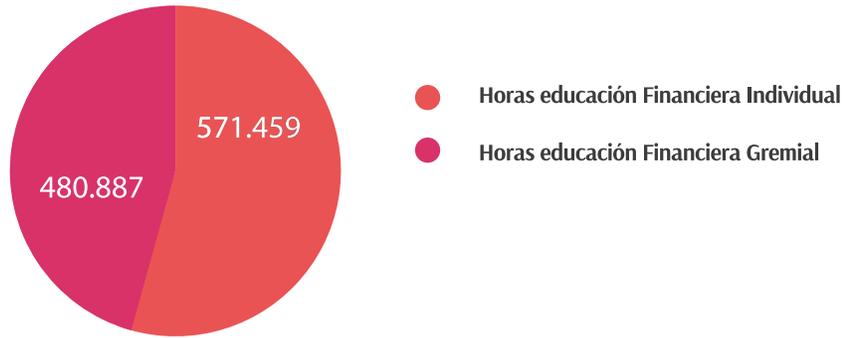


Gráfica 6. Modelos utilizados en educación financiera (entre 23 entidades).



EN EL AÑO 2017 LAS ENTIDADES FINANCIERAS DESTINARON MÁS DE 3.816 MILLONES COP PARA EL DESARROLLO DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA.

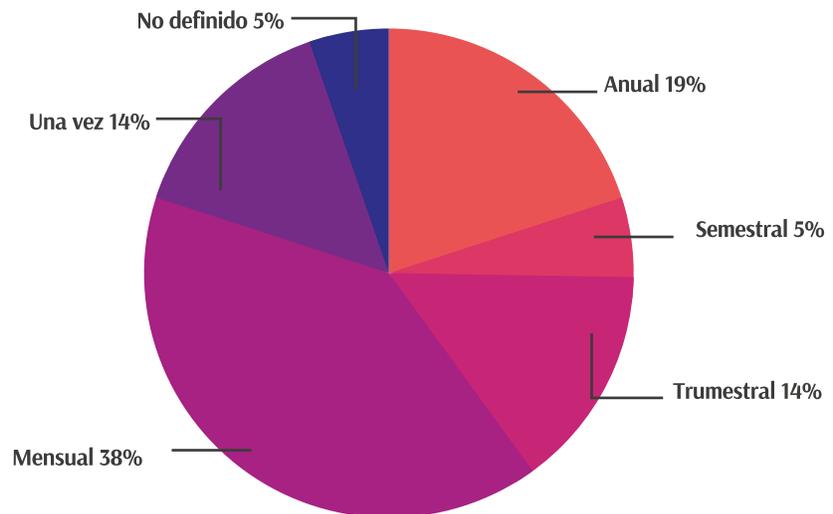
Gracias a la activa gestión de Asobancaria, la participación gremial e individual de los funcionarios en los procesos de educación financiera es bastante amplia, como se muestra a continuación:



Gráfica 7. Distribución de horas en educación financiera (entre 20 entidades).

Se identificó que las 17 entidades que implementan actividades de esta índole, han realizado 48 alianzas para el desarrollo de la educación financiera en el sector, 32 de ellas con entidades privadas y 16 con entidades públicas.

El 77% de las entidades capacita frecuentemente a sus colaboradores por medio de sus programas de educación financiera, solo un pequeño porcentaje debe mejorar la frecuencia de sus capacitaciones.



Gráfica 8. Frecuencia de jornadas de formación en educación financiera para colaboradores (entre 26 entidades).

CASOS DE EXITO

Educación Financiera.

Echemos Números.

Es el programa de Educación Financiera de Bancamía, mediante este programa, brinda a sus grupos de interés conocimiento y herramientas encaminadas a generar habilidades que les permitan **mejorar el manejo de sus finanzas personales y del negocio**, así como facilitar la toma de decisiones informadas y autónomas relacionada con el uso de los productos y servicios financieros, de tal manera que puedan optimizar sus recursos económicos, mitigar el riesgo, incrementar sus ahorros y generar mayores excedentes.

Durante el 2017 se brindó asesoramiento objetivo a 116.717 clientes y 48.035 personas no clientes. Durante el mismo año se realizaron 1.878 talleres con la participación de 14.652 clientes y 22.816 personas no clientes.

Banca**♥**ía



CASOS DE EXITO

Programa de Educación Financiera.

El Banco Agrario ha diseñado su programa de educación financiera cuidadosamente enfocado en desarrollar capacidades en los habitantes rurales, niños y adultos. Considerando que la población rural tiene ubicación dispersa, para ampliar la cobertura del programa se estructuró un esquema de formación de multiplicadores, así se logró pasar de 22 mil a 833 mil habitantes rurales capacitados, superando ampliamente la meta de 600 mil personas en el desarrollo de esta iniciativa. Mediante brigadas especiales el Banco hizo presencia en 799 municipios, y de forma especial llegó a los espacios territoriales de reincorporación, generando canales para tratar con mayor profundidad temas económicos y financieros con la población que se reintegra a la vida civil, así como con personas del programa de erradicación de cultivos ilícitos.



Banco Agrario
de Colombia



5.5 GESTIÓN SOSTENIBLE DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO



Las compañías del sector cuentan con diferentes procesos que son ejecutados completa o parcialmente por aliados estratégicos (proveedores, contratistas o socios comerciales) tal injerencia en las actividades de las entidades genera riesgos e impactos que deben ser conocidos, gestionados y monitoreados desde la fase de selección de un proveedor, durante la relación comercial, la provisión del producto o la prestación del servicio.

Para generar valor e impulsar la competitividad y el desarrollo sostenible del país, una gestión proactiva de la cadena de abastecimiento con enfoque a la sostenibilidad debe alinear los objetivos de la organización con los de sus proveedores. Esto permite a las entidades financieras:



Alcanzar los objetivos ambientales y sociales establecidos por la entidad a nivel interno.



Reducir costos y mejorar la eficiencia de los recursos que maneja la entidad.



Promover buenas prácticas sociales.



Prevenir riesgos operacionales y reputacionales.



Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.



Fortalecer la innovación y las capacidades de los proveedores para hacer frente a las nuevas exigencias en toda la cadena de suministro y de esta manera, poder llegar a nuevos mercados.



Reducir los costos de tratamiento o prevención de la contaminación ambiental, pues en la medida en que se incluyan criterios sostenibles en las compras, se tendrán menos residuos peligrosos, menos vertimientos con sustancias que generen impactos negativos.



Fomentar relaciones de largo plazo con los proveedores, y en general relaciones en las que se genera valor para el proveedor como para la entidad.

103-2

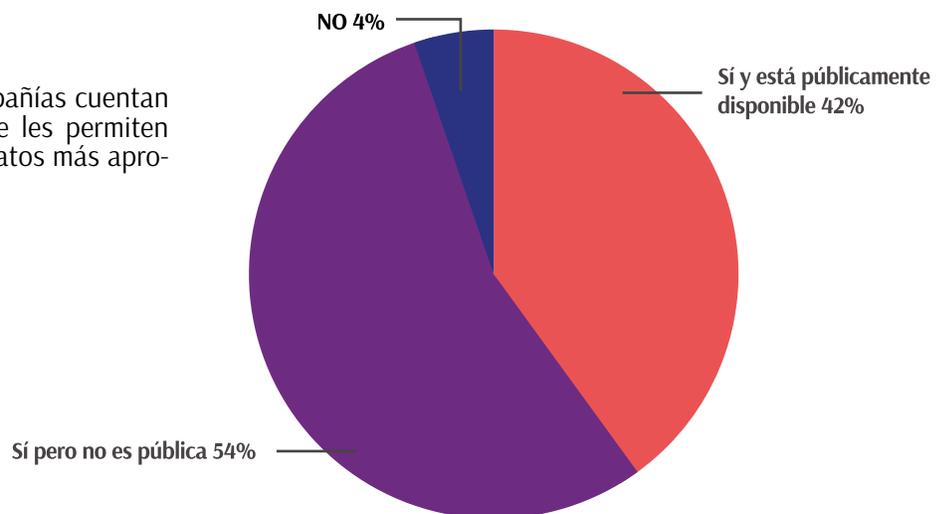
Conscientes de los impactos que los miembros de la cadena de abastecimiento tienen en las entidades, estas aplican prácticas de gestión en todo el ciclo de abastecimiento, desde la fase de selección de proveedores hasta la evaluación de su desempeño y el cierre de brechas a través de la capacitación, todo teniendo en cuenta iniciativas que les permitan estar alineadas con diferentes lineamientos o estándares.

103-2

Por otro lado, el desempeño de las organizaciones es monitoreado a través de los logros en cierre de brechas de sus proveedores y los servicios que prestan, verificando también el valor que les generan las capacitaciones.

LA GESTIÓN DEL SECTOR EN CIFRAS(1)

Para seleccionar a sus proveedores las compañías cuentan con políticas, lineamientos y mecanismos que les permiten establecer los criterios para elegir a los candidatos más apropiados.

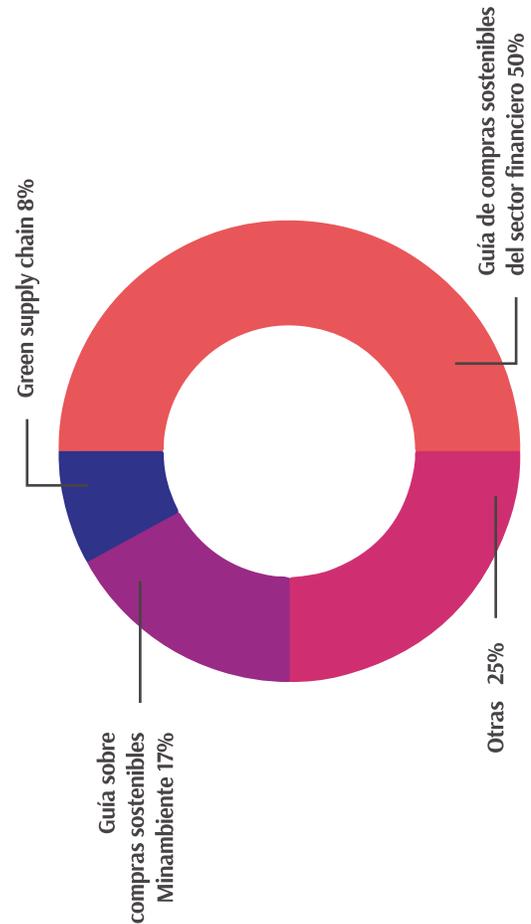
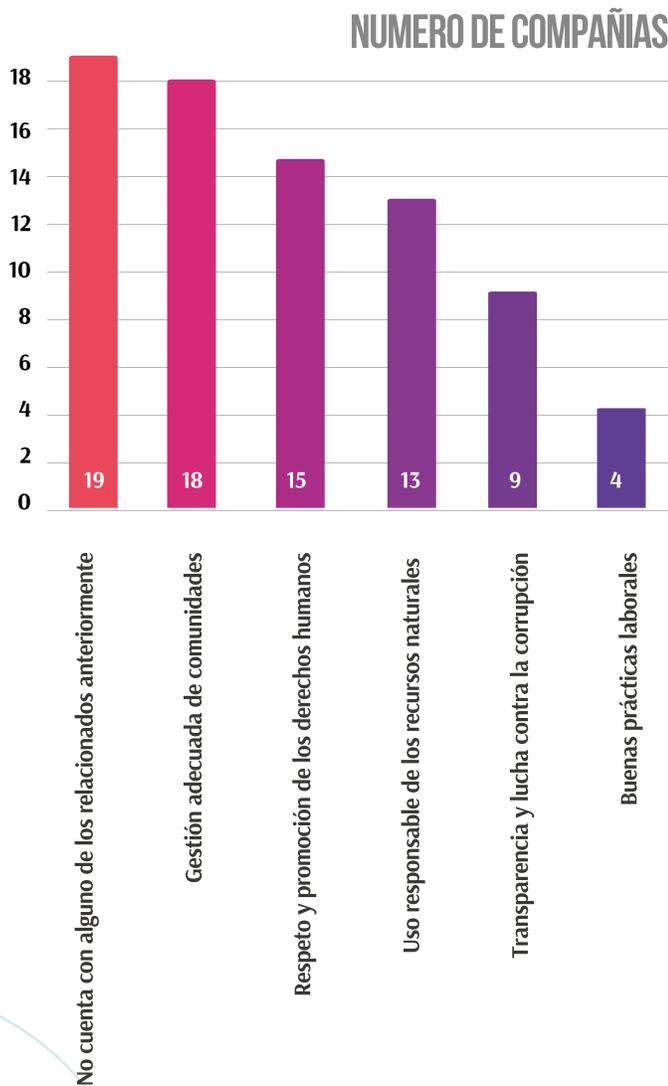


Gráfica 1. Compañías con políticas o lineamientos que establecen criterios en la selección de proveedores (entre 26 entidades).

(1) En total, 26 entidades contestaron al menos una pregunta de esta sección

Para desarrollar sus procesos de contratación de proveedores, las entidades usan criterios específicos de evaluación con los cuales identifican actores íntegros que puedan demostrar una trayectoria que evidencie un equilibrio entre lo profesional, el medio ambiente y la sociedad.

Las entidades usan diferentes modelos para administrar sus cadenas de abastecimiento que les permitan verificar y evaluar el desempeño sostenible de sus proveedores y definir los estándares de contratación de sus productos o servicios, el más utilizado es la guía de compras sostenibles del sector financiero, como se observa en la gráfica:



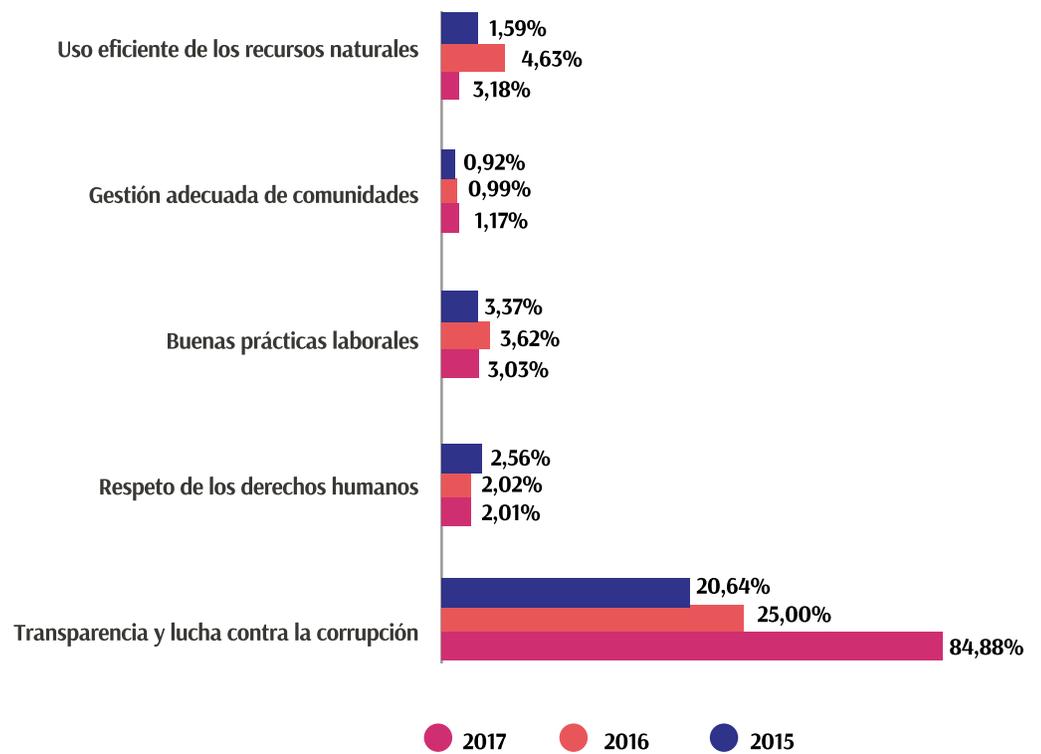
Gráfica 2. Compañías que tienen en cuenta criterios específicos de evaluación en la contratación de proveedores (entre 26 entidades).

GRÁFICA 3. COMPAÑIAS QUE USAN INICIATIVAS MODELO EN LA GESTIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO (ENTRE 20 ENTIDADES).

Entre las otras iniciativas a las que se refiere la **anterior gráfica**, se encuentran las siguientes:

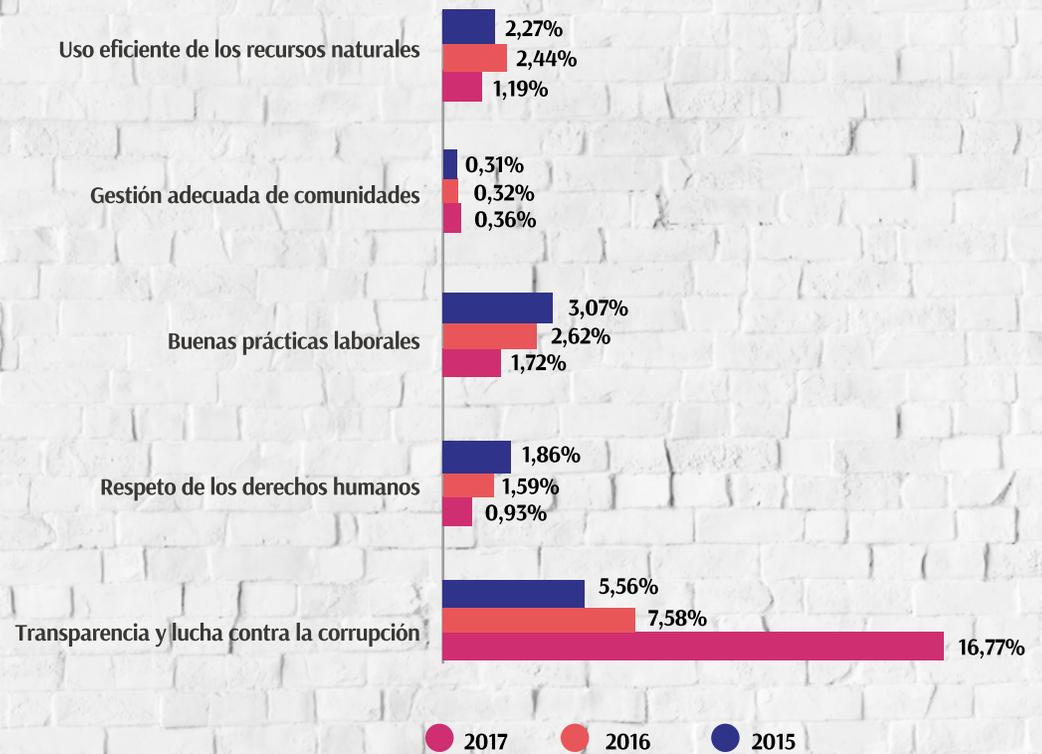
- Red de suministro responsable
- Normas de desempeño de la International Financial Corporation (IFC)
- Carbon Disclosure Project (CDP)
- Global Reporting Initiative (GRI)
- Manual de gestión del gasto corporativo
- Sistema B

Respecto a la evaluación de los proveedores nuevos y de aquellos con quienes ya tienen una relación comercial, las entidades emplean criterios específicos definidos de acuerdo con los lineamientos en sostenibilidad de la entidad.



Revisión exhaustiva de los bancos con sus proveedores

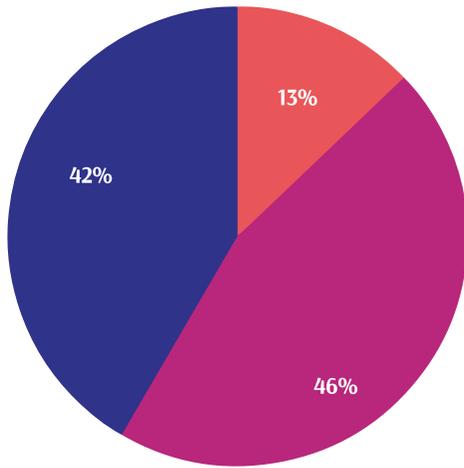
Gráfica 4. Criterios con que fueron evaluados los proveedores nuevos (entre 13 entidades).



Gráfica 5. Criterios con que fueron evaluados los proveedores con una relación comercial existente (entre 13 entidades).

Desde la perspectiva de la contratación de proveedores locales, las compañías cuentan con políticas, lineamientos o mecanismos que les permiten evaluarlos. Una muestra del buen relacionamiento entre las entidades y los proveedores locales, fue el aumento en el número de contrataciones en el 2017.



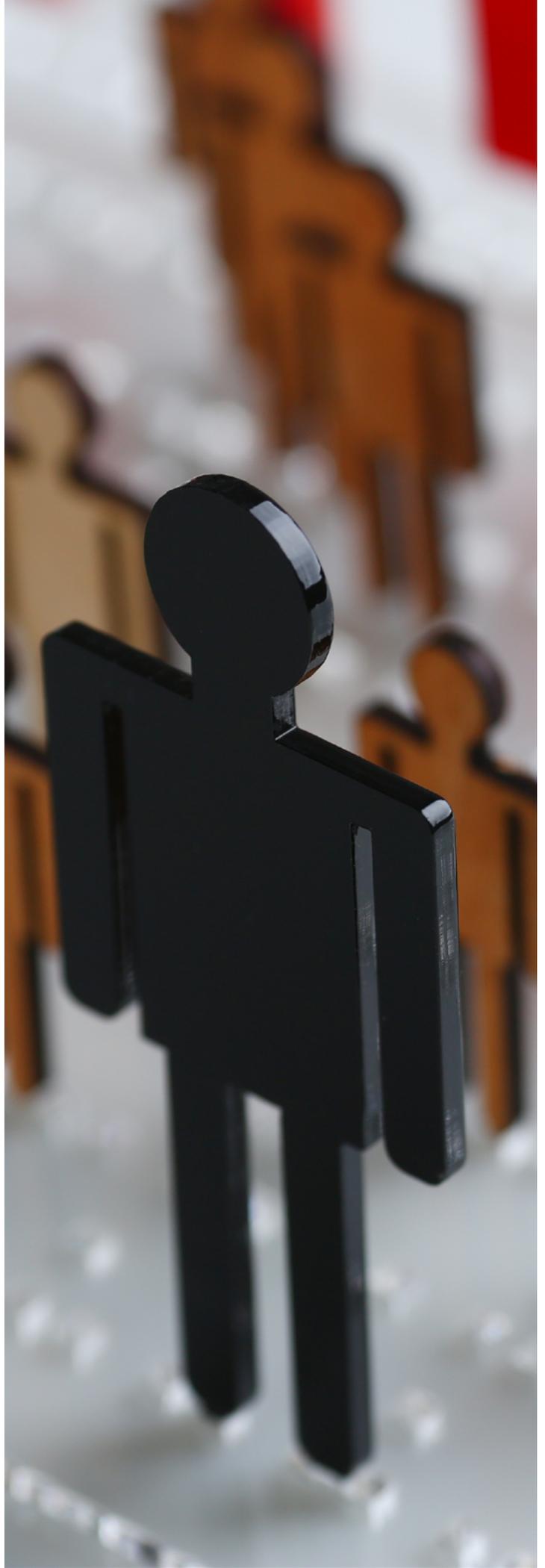


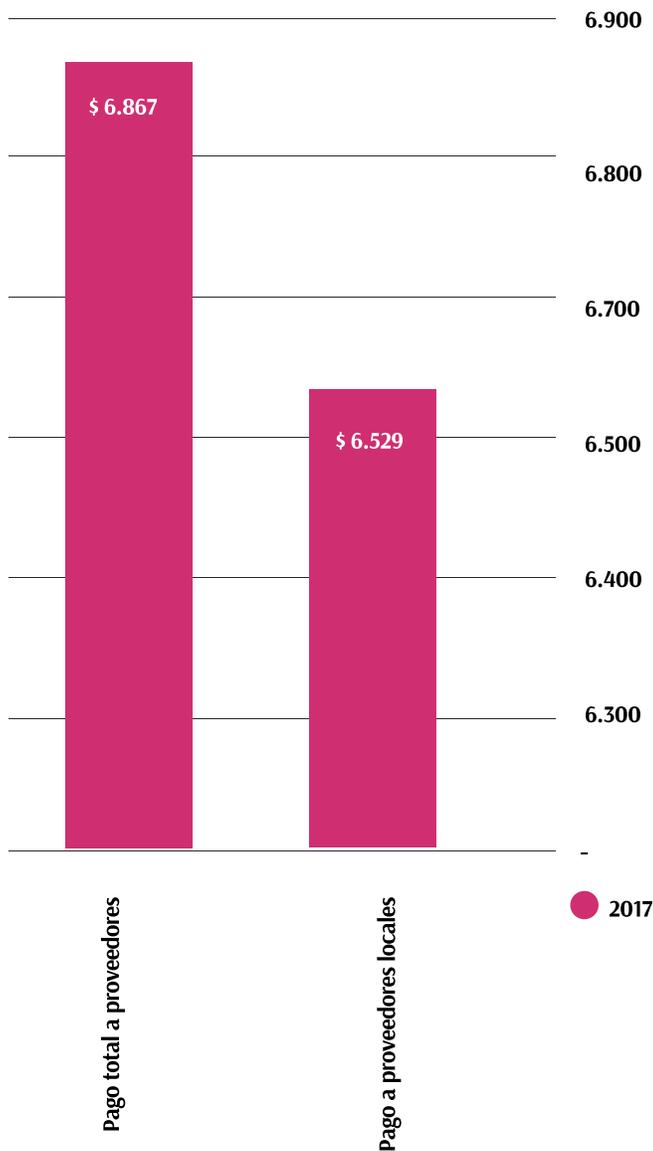
- Si y está públicamente disponible
- Si pero no es pública
- No

Gráfica 6. Compañías con políticas o lineamientos que establecen criterios en la contratación de proveedores locales (entre 24 entidades).



Gráfica 7. Histórico número de proveedores locales contratados por las entidades (entre 21 entidades).

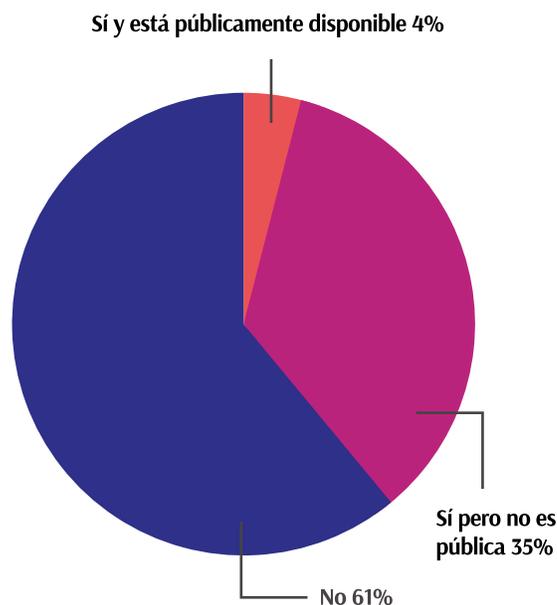




Gráfica 8. Pagos a proveedores en 2017, en miles de millones COP (entre 20 entidades)

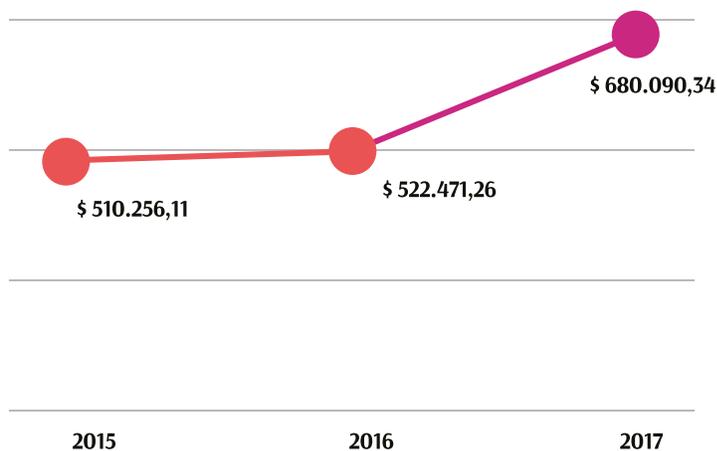
El detalle de la gestión de pagos a proveedores muestra en 2017 una interacción relevante de las entidades con sus proveedores. De los 6.8 billones COP invertidos, la mayoría fue destinado al pago de proveedores locales.

La mayoría de las entidades financieras se ha esforzado por fortalecer los procesos de selección de proveedores en los temas ambientales y sociales, contemplando siempre los riesgos derivados de las contrataciones que puedan llegar a incumplir estas normativas.



Gráfica 9. Compañías con políticas o lineamientos en la selección de proveedores con diferencial social o ambiental (entre 23 entidades).

La conciencia de la responsabilidad social y ambiental incrementó las compras verdes que en 2017 estuvieron ubicadas por encima de los \$680 mil millones COP, lo que pone en evidencia el interés de las entidades por aunar esfuerzos que impacten positiva y efectivamente al entorno.



Gráfica 10. Millones de pesos invertidos en compras verdes (entre 14 entidades).

CASOS DE EXITO

Gestión sostenible de la cadena de abastecimiento.

Proveeduría Incluyente.

El Banco Caja Social, como empresa de la Fundación Social, desde el año 2007, a través de la Agencia para la Reincorporación y la Normalización (ARN), apoya a los participantes de estos procesos, no solo como clientes de la entidad, al brindarles productos de ahorro y crédito, sino fortaleciendo sus unidades de negocio, contratándolos como proveedores y dándoles asesoría en temas clave como homogeneidad y calidad de los productos, logística, administración de sus unidades productivas y formalización de las mismas. Desde el 2012, una vez firmado el convenio con la ARN, el grupo de empresas de la Fundación Social trabaja con más de 10 de estos emprendedores, a quienes apoya con la adquisición de diferentes productos: artesanías, café, artículos promocionales y uniformes. Las compras realizadas alcanzan los \$1.306 millones de pesos.



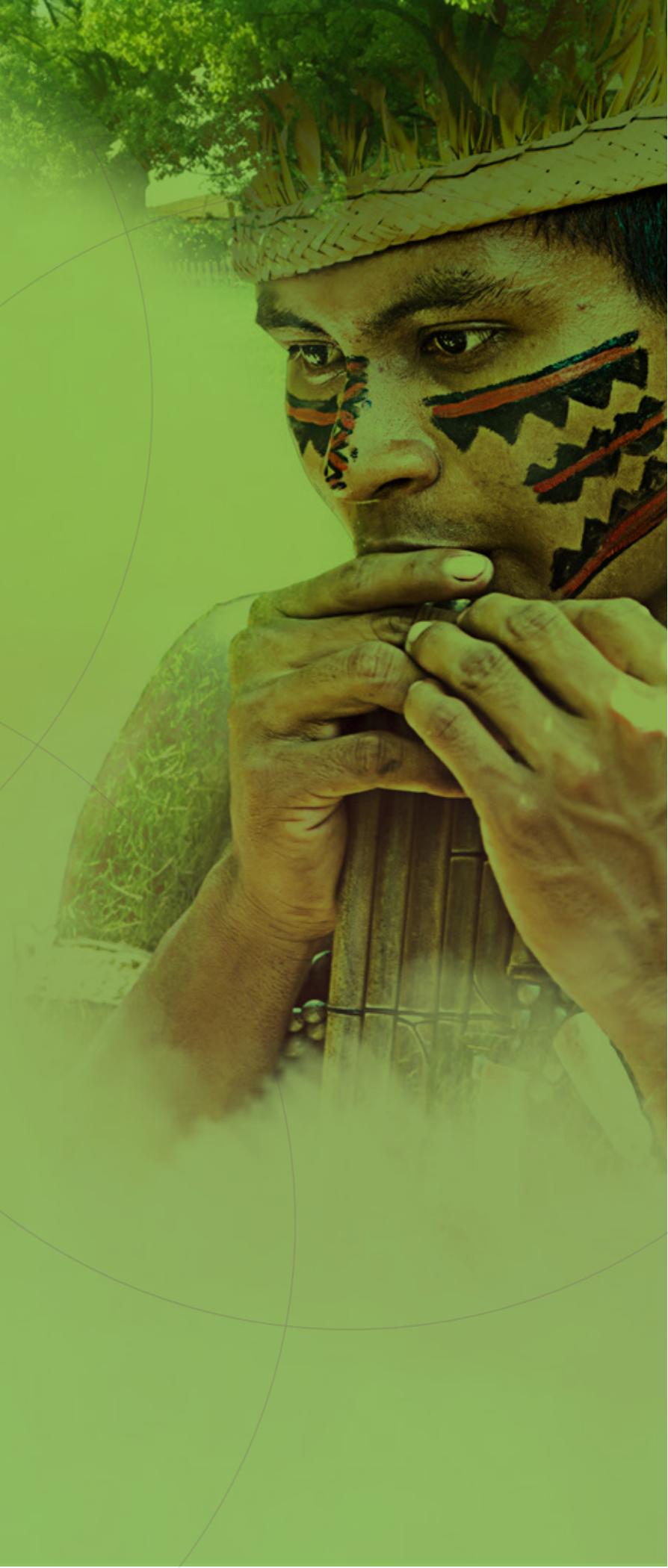
6. GESTIÓN DE LA DIMENSIÓN AMBIENTAL

La dimensión ambiental se entiende como la capacidad de las empresas para gestionar los riesgos provenientes del entorno, así como a la manera en que actúan para disminuir su impacto directo e indirecto sobre el medio ambiente.

Los riesgos ambientales son de gran relevancia para el sector financiero debido a que sus operaciones se pueden ver impactadas directamente por las consecuencias que trae el cambio climático, o indirectamente debido a su influencia sobre sectores económicos e industriales que jalonan el desarrollo del país.

En esta sección se mostrará cómo el sector financiero ha adquirido más fuerza y experiencia gestionando el uso eficiente de los recursos que necesita para llevar a cabo la operación administrativa del negocio, evaluando el impacto social y ambiental que pueden generar sus créditos e inversiones y ofreciendo líneas de productos que promueven el desarrollo sostenible.

En esta sección se aborda el tema material Protocolo Verde que , incluye los asuntos cambio climático, productos verdes, ecoeficiencia y riesgos ambientales y sociales.



6.1 HECHOS DESTACADOS DIMENSIÓN AMBIENTAL

PREMIO ASOCIACIÓN
**BANCARIA
VERDE:**



ASOBANCARIA
COMO REPRESENTANTE
DE COLOMBIA, RECIBIÓ ESTE

PREMIO
DE PARTE DE (FELABAN)
POR SU LABOR CONSEGUIDA CON
PROTOCOLO VERDE

2 MIL

COLABORADORES FORMADOS EN

SARAS



2017

LAS ENTIDADES FINANCIERAS
DESEMBOLSARON UN TOTAL DE

10,7 BILLONES DE PESOS

EN CRÉDITOS QUE CONTARON CON ANÁLISIS DEL

S A R A S

EL TOTAL DE CARTERA QUE GENERA
BENEFICIOS AMBIENTALES FUE DE

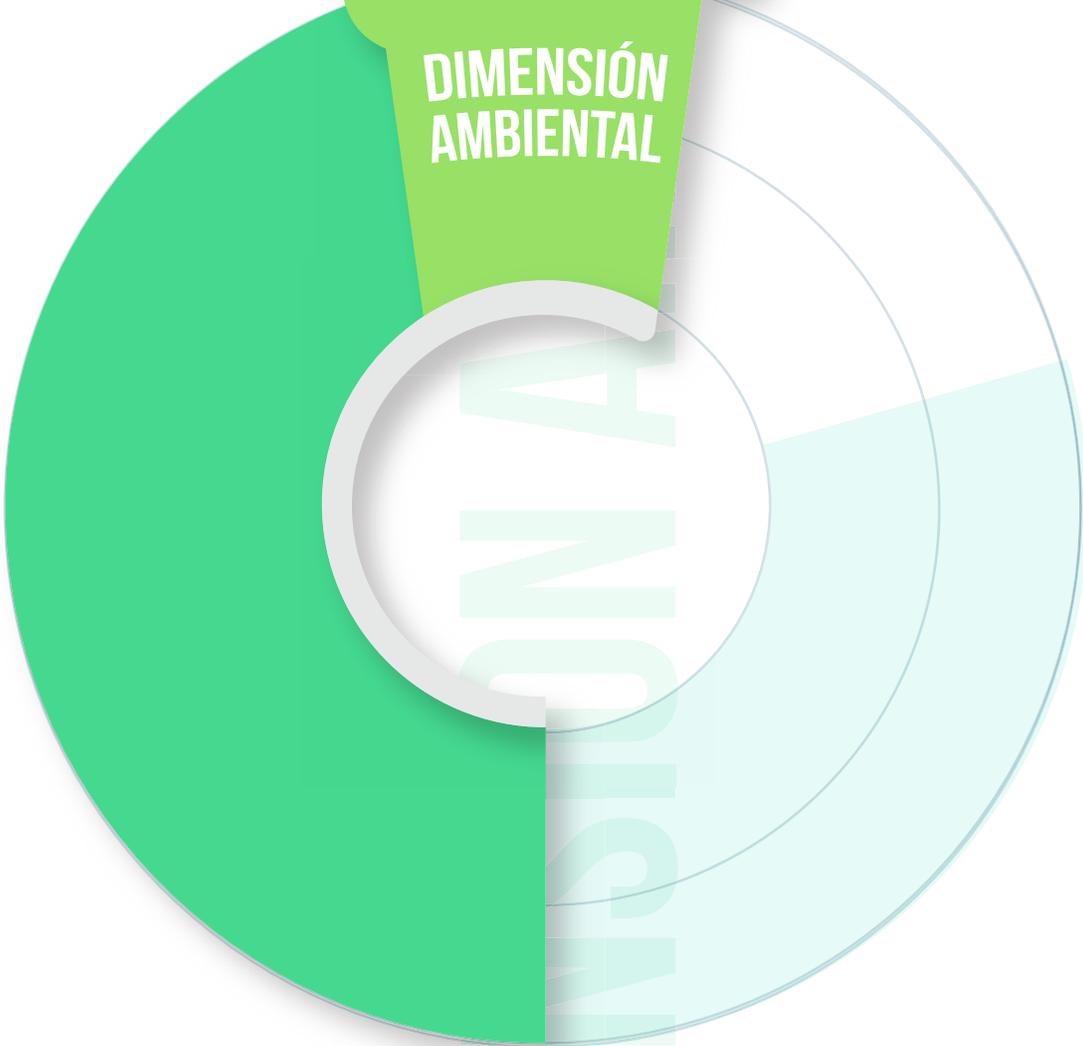
1,67
BILLONES DE PESOS

ASOBANCARIA, ASOMICROFINANZAS, FASECOLDA,
ASOFIDUCIARIAS Y ASOBOLSA,
**FIRMAN EL PROTOCOLO
VERDE AMPLIADO**



680 MILLONES DE PESOS DESTINADOS
A LAS
COMPRAS
VERDES EN LAS ENTIDADES FINANCIERAS

**DIMENSIÓN
AMBIENTAL**



6.2 PROTOCOLO VERDE



103-1

EL GREMIO ENTIENDE ESTE ASUNTO COMO LA RESPUESTA DEL SECTOR FINANCIERO A LA EVIDENTE NECESIDAD NACIONAL DE HACERLE FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO Y COMBATIR SUS EFECTOS EN LOS ASPECTOS ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL.

Los desastres ocasionados por fenómenos meteorológicos extremos asociados al cambio climático como son las sequías e inundaciones, tienen implicaciones en la posibilidad de pago y ahorro de los clientes del gremio, lo que en consecuencia afecta el desempeño económico de las entidades del sector.

Al comprender los impactos asociados al cambio climático y las pérdidas que pudieran materializarse como consecuencia de estos, las entidades financieras han decidido implementar el acuerdo denominado **Protocolo Verde(1)**, un documento que busca contribuir a la prevención y mitigación de los riesgos asociados a sus actividades.

103-2

El Comité de Gestión Financiera (CGF) se estableció oficialmente en el 2013 con la reglamentación del Sistema Nacional de Cambio Climático (SISCLIMA)(2), instancia creada por el documento CONPES 3700 del 2011.

El sector financiero, a través del Protocolo Verde, juega un rol esencial en la consecución de las metas establecidas por el Gobierno Nacional, por lo que asume una posición proactiva frente a las necesidades de financiación, así como a la hora de identificar riesgos ambientales y sociales en los proyectos que dan lugar al crecimiento económico del país.

Esta iniciativa de las compañías del sector busca aunar esfuerzos para promover el desarrollo sostenible del país trabajando por la preservación ambiental y el uso sostenible de los recursos naturales a través de productos con beneficio ambiental. Desde esta perspectiva la coordinación de Asobancaria busca poner en práctica medidas que promuevan el desarrollo sostenible; en el 2017 se renovó el acuerdo por cinco años más involucrando a 22 bancos en el desarrollo de sus líneas de trabajo: productos y servicios verdes; análisis de riesgos ambientales y sociales, ecoeficiencia y por último reporte y divulgación.



El Comité de Gestión Financiera (CGF) se estableció oficialmente en el 2013 con la reglamentación del Sistema Nacional de Cambio Climático (SISCLIMA).

1 Para mayor información, puede consultar: www.asobancaria.com/protocolo-verde/

2 El Decreto 298 de febrero de 2016 estableció la organización y funcionamiento del Sistema Nacional de Cambio Climático (SISCLIMA) cuyo objetivo es coordinar, articular, formular, hacer seguimiento y evaluar las políticas, normas, estrategias, planes, programas, proyectos, acciones y medidas en materia de adaptación al cambio climático y de mitigación de gases efecto invernadero. Dentro del marco de actuación del SISCLIMA se encuentra el Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático (PNACC), la Estrategia Colombiana de Desarrollo Bajo en Carbono (ECDBC), la Estrategia Nacional para la Reducción de las Emisiones debidas a la Deforestación y la Degradación Forestal de Colombia (ENREDD+) y la Estrategia de Protección Financiera ante Desastres, así como las estrategias conexas.

EL GREMIO DEFINE PARA LAS ENTIDADES FINANCIERAS QUE HACEN PARTE DE ESTE ACUERDO, PROYECTOS PARA CADA ESTRATEGIA QUE GENEREN CAPACIDADES INTERNAS. EN EL 2017 OBTUVO LOS SIGUIENTES RESULTADOS:



Protocolo Verde

PRODUCTOS Y SERVICIOS VERDES

- Pilotos de innovación financiera: el objetivo de este proyecto es generar esquemas de colaboración público-privada que atiendan necesidades de inversión sostenible en seis sectores de la economía nacional, definiendo a su vez el plan de implementación para cada sector.
- Green Climate Found: el Fondo Verde del Clima aprobó el desembolso de los recursos de preparación (Readiness) para el desarrollo del proyecto Pilotos de innovación Financiera. Este proceso que inició a comienzos del año 2017 espera apoyar con los recursos obtenidos el desarrollo de pilotos de los sectores de industria, agropecuario y transporte.
- Guía técnica de PCB: esta guía busca orientar a las entidades financieras sobre las generalidades y problemática ambiental de los bifenilos policlorados (PCB), su normativa aplicable, obligaciones, régimen sancionatorio y necesidades de financiación.

ANÁLISIS DE RIESGOS AMBIENTALES Y SOCIALES

- Para desarrollar esta estrategia se llevaron a cabo varios talleres definidos de acuerdo a las necesidades identificadas por las entidades.

ECOEficiencia

- Se realizó el taller Compras sostenibles desarrollado por la Pontificia Universidad Javeriana que estuvo dirigido a los encargados de compras de las entidades financieras, logrando la participación de catorce entidades con una intensidad de 36 horas de capacitación.
- A través de Banco2 se compensó parcialmente la huella de carbono de las entidades que hacen parte del Protocolo Verde. Esta compensación fue de 4.300 ton CO2 e.

El acuerdo Protocolo Verde se evalúa y gestiona a través del comité definido por Asobancaria cuya presidencia en el 2017 estuvo a cargo de Davivienda. Este comité se encarga de definir las líneas de trabajo táctica y estratégica orientadas a que los bancos adheridos al protocolo alcancen los objetivos trazados en el documento de adhesión(3).

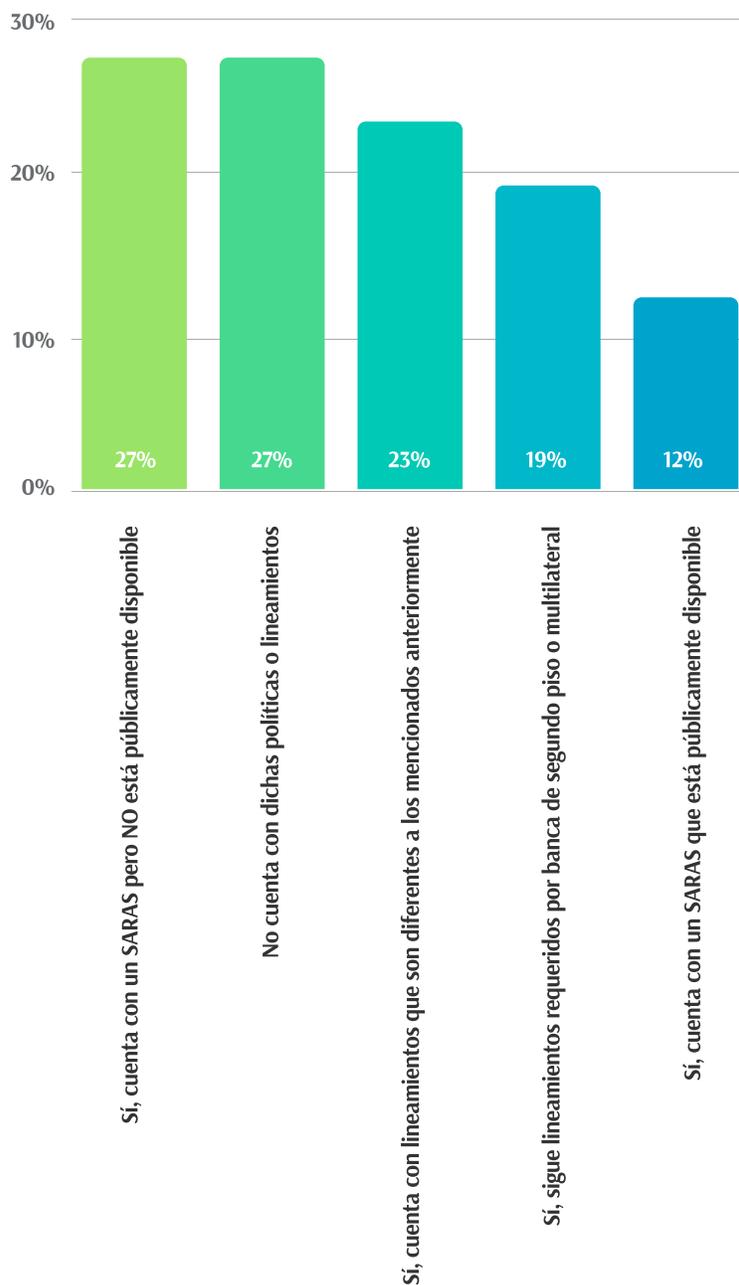
OBJETIVO	META	ESTRATEGIA	INDICADOR	META 2017	META 2018
Incentivar prácticas de protección al medio ambiente	Incrementar en un 13% la cartera frente al 2017 en financiamiento climático por parte de las entidades adheridas al Protocolo Verde .	Mejorar el proceso de identificación de cartera verde colocada. Implementar el proyecto de pilotos de innovación financiera.	Valor de la cartera que atiende necesidades de financiamiento climático (cifra en billones de COP).	1.7	1.9
	Incrementar en un 15% la cartera desembolsada con SARAS frente al 2017 por parte de las entidades adheridas al Protocolo Verde.	Capacitaciones en ARAS a las entidades financieras. Promover la implementación de lineamientos y políticas para el análisis de riesgos ambientales y sociales.	Valor de la cartera desembolsada bajo SARAS (cifra en billones de COP).	12.8	14.7

INDICADORES Y METAS

LA GESTIÓN DEL SECTOR EN CIFRAS

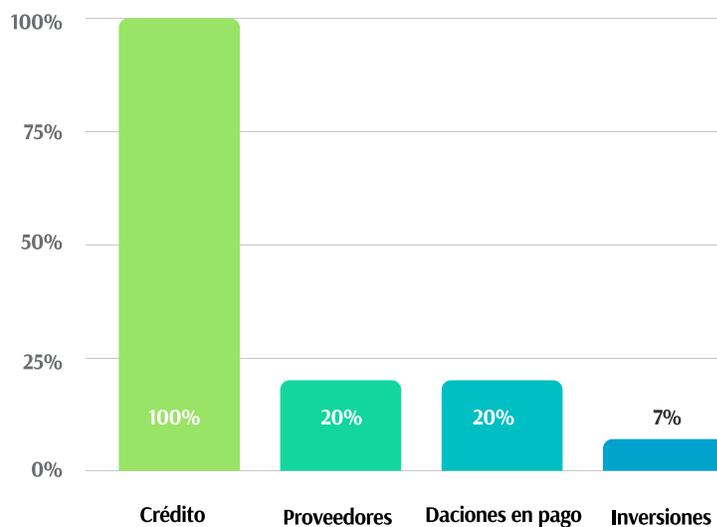
SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS AMBIENTALES Y SOCIALES (SARAS)(4)

El 73% de las compañías del sector ha definido lineamientos para evaluar los créditos y determinar el impacto ambiental y social que pueden generar los proyectos que financian.



GRÁFICA 1. COMPAÑÍAS CON UNA POLÍTICA O LINEAMIENTOS ESPECÍFICOS SARAS (ENTRE 26 ENTIDADES).

Aunque el Sistema de Administración de **Riesgos Ambientales y Sociales (SARAS)** fue desarrollado por las compañías del sector principalmente para hacer análisis de créditos, está empezando a ampliarse para hacer otros análisis en distintas áreas de las compañías.



Gráfica 2. Alcance del SARAS (entre 15 entidades).

(4) En total, 26 entidades contestaron al menos una pregunta de esta sección.

Respecto de las herramientas usadas por las compañías del sector para evaluar los riesgos ambientales y sociales en los análisis de crédito, se destaca el cumplimiento de la normatividad colombiana aplicable:

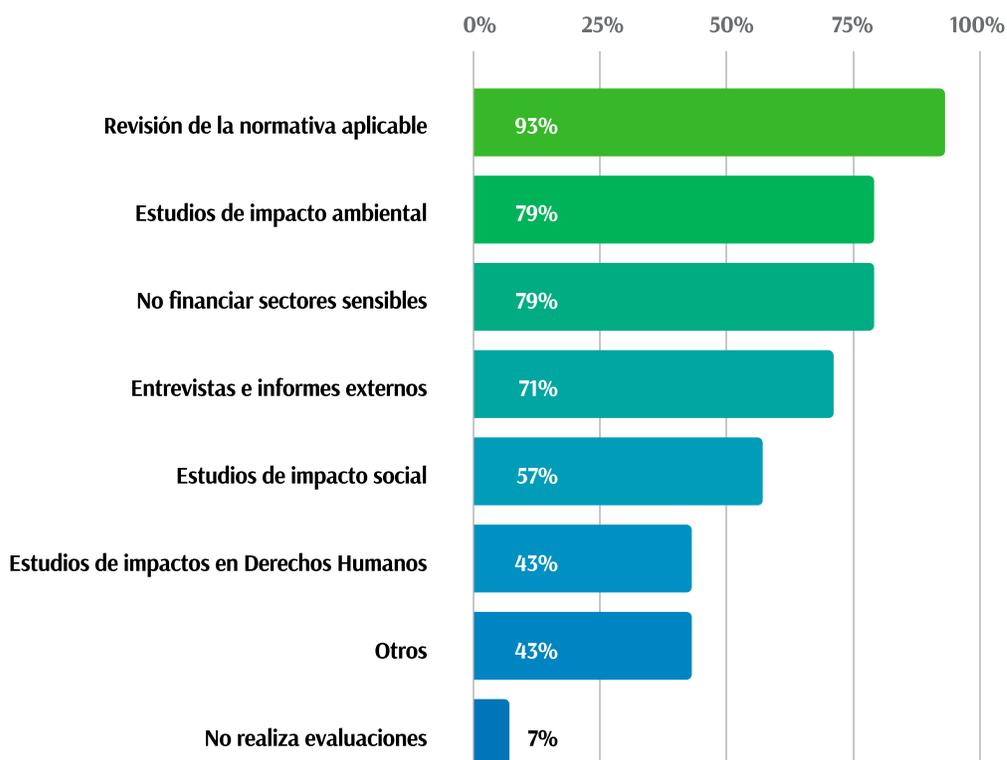


Gráfico 3. Herramientas utilizadas por las compañías para evaluar los riesgos ambientales y sociales en los análisis de créditos (entre 14 entidades).

OTRAS
HERRAMIENTAS
UTILIZADAS POR
LAS COMPAÑÍAS
DEL SECTOR SON:

PRINCIPIOS DE ECUADOR

EVALUACIÓN DE RIESGO AMBIENTAL

CONSULTA DE INFORMACIÓN PÚBLICA

ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO IFC



GUÍAS AMBIENTALES Y SOCIALES

GUÍAS SECTORIALES DE LA INTERNATIONAL
FINANCE CORPORATION (IFC)

INFORMACIÓN AMBIENTAL Y SOCIAL DE
PROYECTOS O ACTIVIDADES

INFORMES DE SOSTENIBILIDAD DE
LOS EMPRESARIOS

INVESTIGACIÓN REPUTACIONAL AMBIENTAL Y
SOCIAL SEGÚN INFORMACIÓN PÚBLICA

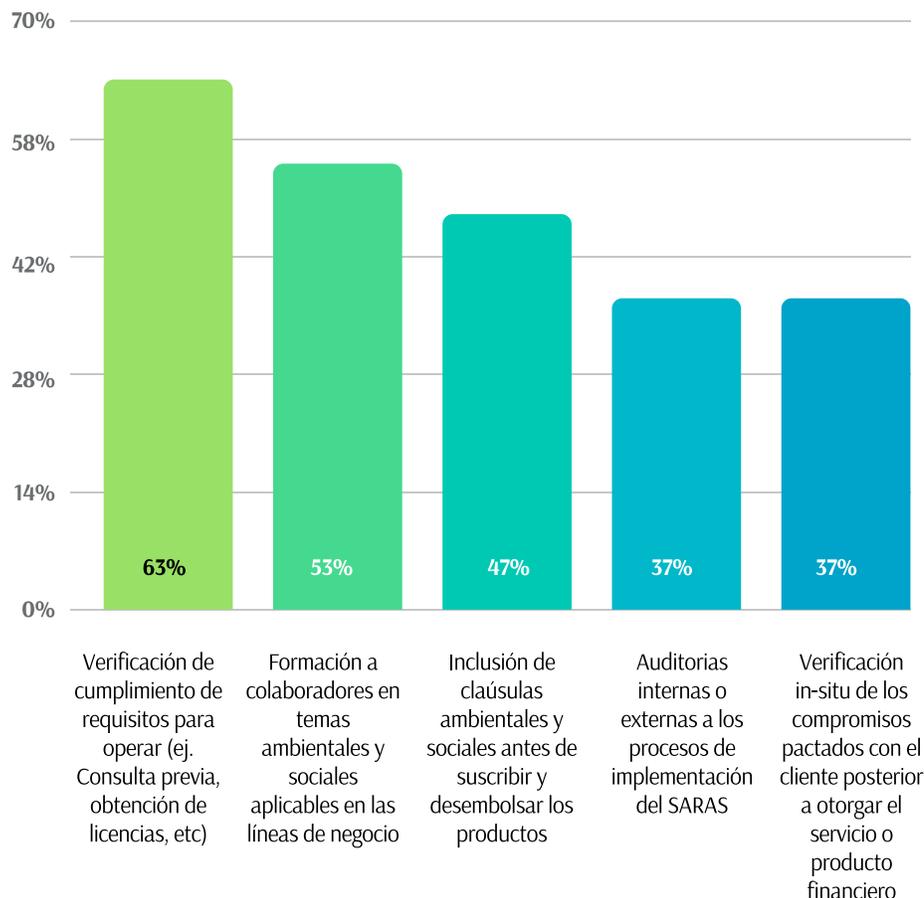
PRE CLASIFICACIÓN DE PROYECTOS
SEGÚN ACTIVIDAD CIU Y SUBSECTOR

GUÍAS SECTORIALES DEL MINISTERIO DE
AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

REGISTRO DE INFRACTORES AMBIENTALES

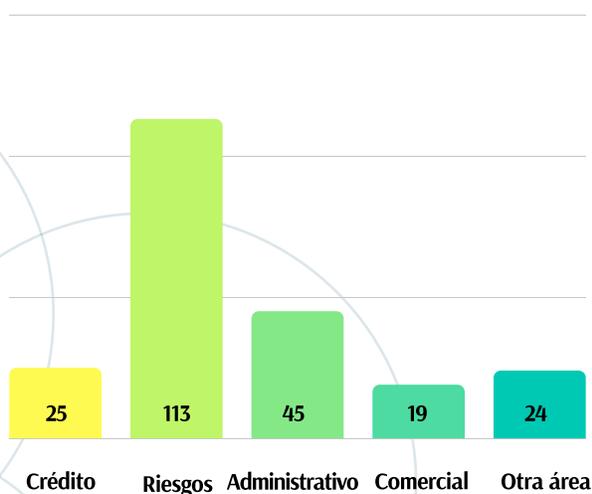
De acuerdo con lo anterior, las compañías que cuentan con políticas o lineamientos para el análisis de riesgos ambientales y sociales se apoyan principalmente en la normatividad colombiana aplicable, adicionalmente utilizan algunos estándares como el modelo de auditoría interna del banco, las guías de la International Finance Corporation (IFC) y los Principios de Ecuador.

Gráfica 4. Actividades realizadas para cumplir las políticas o lineamientos de riesgos en análisis de créditos (entre 19 entidades).

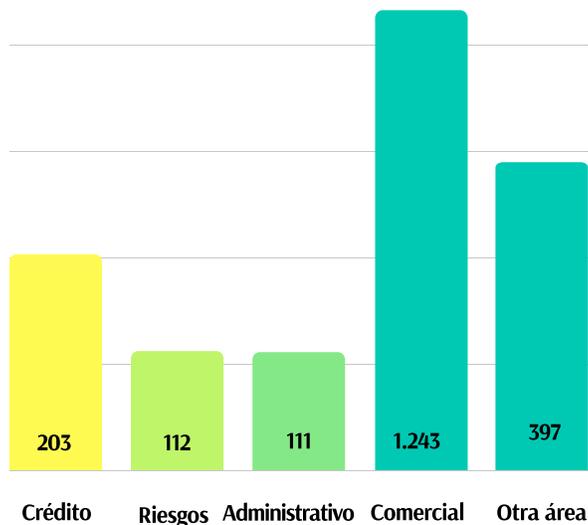


Las horas de formación en temas de riesgos ambientales y sociales están enfocadas principalmente al área de riesgos de las compañías. Se identifica una tendencia creciente en la capacitación de diferentes áreas relacionadas directamente con las actividades derivadas del SARAS que exige una alineación de las áreas administrativas al interior de las compañías.

HORAS DE FORMACIÓN



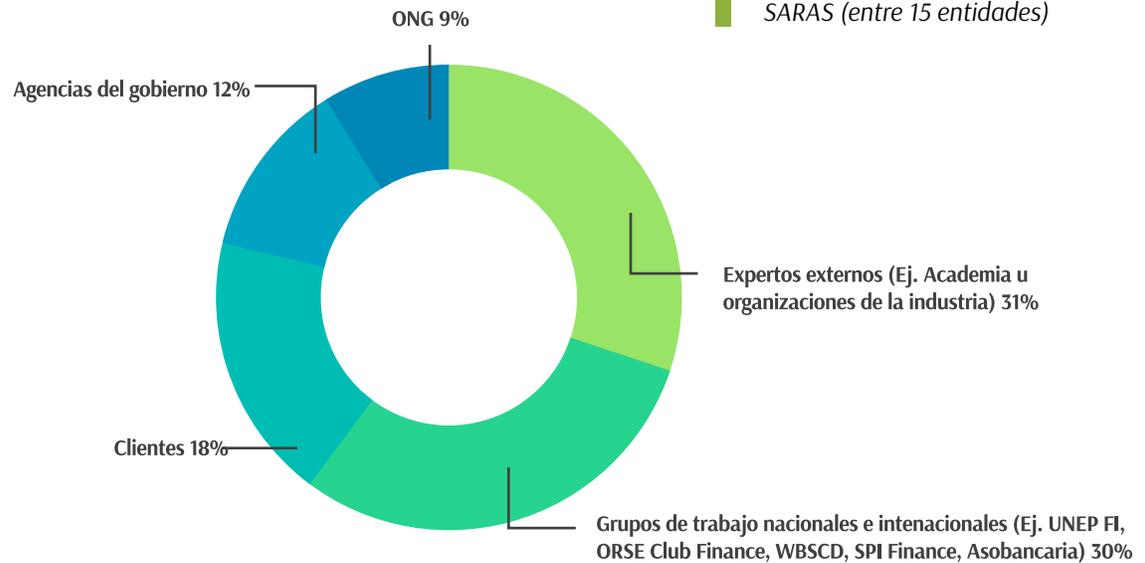
COLABORADORES FORMADOS



GRÁFICA 5. HORAS DE FORMACIÓN Y COLABORADORES FORMADOS POR ÁREA EN TEMAS DE RIESGOS AMBIENTALES Y SOCIALES (ENTRE 14 ENTIDADES).

Los diálogos adelantados por las compañías con sus grupos de interés buscan identificar posibles riesgos u oportunidades ambientales y sociales para fortalecer sus SARAS, más del 60% se realiza con expertos y grupos de trabajo orientados al desarrollo de prácticas y lineamientos del sector.

Gráfico 6. Diálogo con grupos de interés para fortalecer el SARAS (entre 15 entidades)



A CONTINUACIÓN, SE PRESENTAN LOS PRINCIPALES RESULTADOS OBTENIDOS POR LAS COMPAÑÍAS DEL SECTOR DESPUÉS DE DIALOGAR CON SUS GRUPOS DE INTERÉS:



Espacios para dialogar y compartir buenas prácticas.



Diseño e implementación de herramientas de uso común.



Adhesión al protocolo verde y estructuración del plan de trabajo para implementar SARAS en microcréditos.



Talleres de gestión de riesgos ambientales y sociales para los funcionarios de las áreas comerciales y de riesgo de los bancos.



La evaluación SARAS permitió que el 47% de los créditos y el 32% de los proveedores fueron aprobados, así como el 4% de las inversiones:

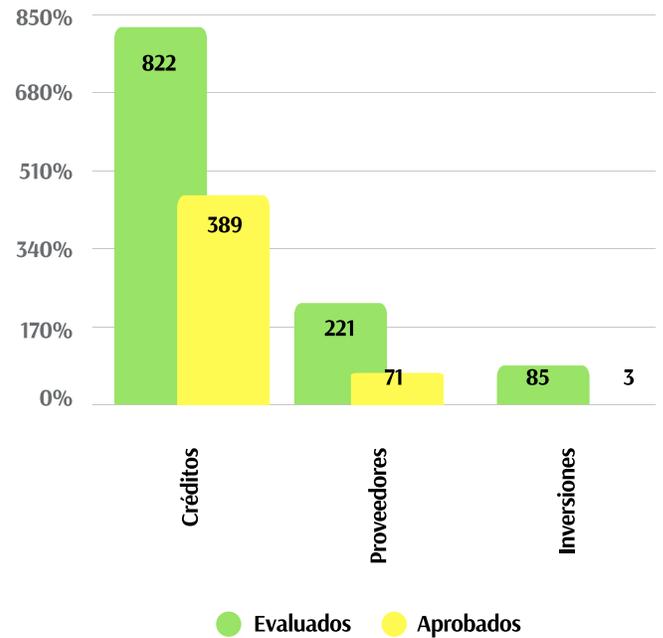


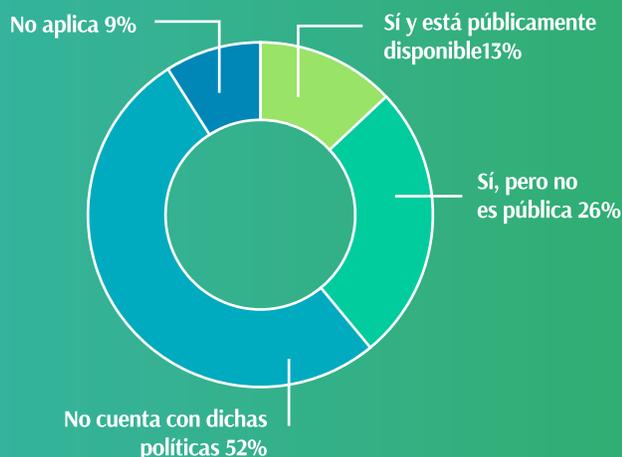
Gráfico 7. Evaluación ambiental y social (entre 13 entidades)

PARA EL AÑO
2017, LAS
ENTIDADES
FINANCIERAS
DESEMBOLSARON UN
TOTAL DE **10,7**
BILLONES DE PESOS
EN CRÉDITOS QUE
CONTARON CON
ANÁLISIS DEL **SARAS.**

PRODUCTOS VERDES(5)

Los productos verdes desarrollados por las compañías del sector financiero cada vez tienen mayor acogida a nivel mundial. Muchos de esos productos se derivan de los compromisos adquiridos globalmente por los países y se orientan hacia el cuidado del medio ambiente. Colombia no es ajena a esta tendencia, las compañías del sector están haciendo una transición para desarrollar este tipo de productos.

Las entidades financieras muestran actualmente una tendencia creciente hacia la formulación de políticas o lineamientos que permitan el desarrollo y puesta en el mercado de productos verdes. Aunque aún queda un camino por recorrer para que todas las compañías desarrollen estas políticas o lineamientos, cerca del 40% las tienen, lo que genera un panorama positivo para el sector.



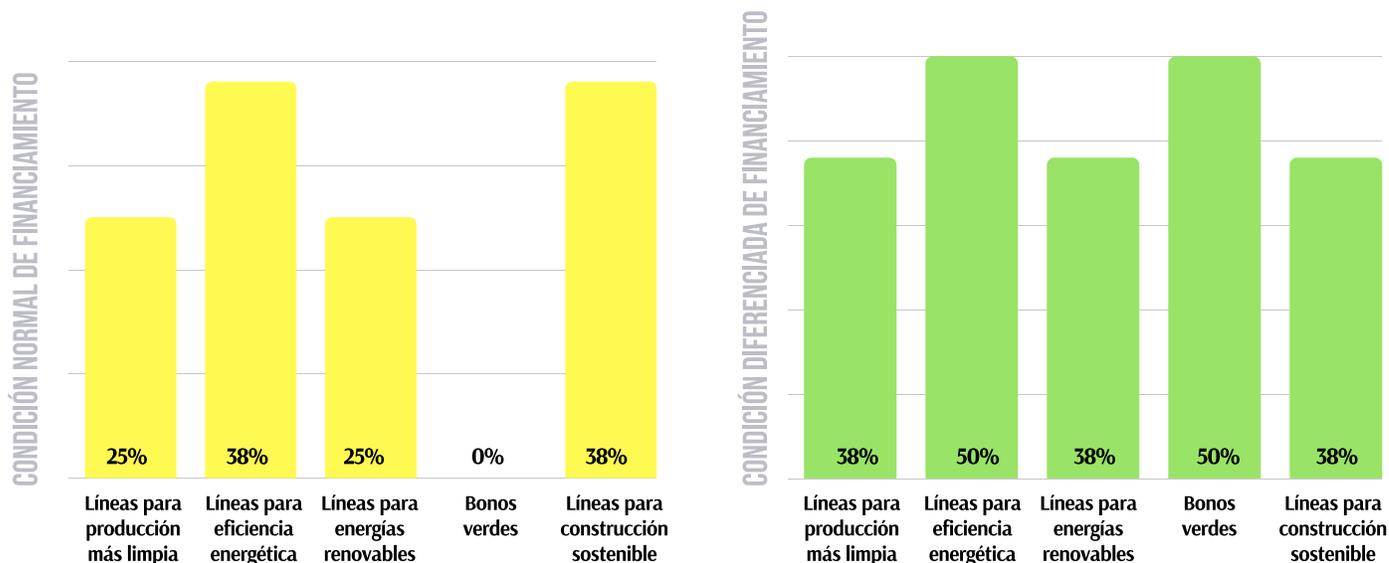
GRÁFICA 8. ENTIDADES CON POLÍTICAS O LINEAMIENTOS PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS

QUE PROMUEVAN
BENEFICIOS
AMBIENTALES
(ENTRE 23
ENTIDADES)

Es importante señalar que la existencia de políticas o lineamientos en las entidades para diseñar productos con beneficios ambientales no implica que tengan uno definido con este fin específico.

Del total de entidades que ofrecieron productos desarrollados para generar beneficio ambiental en el 2017, se puede determinar que la mayoría ofrecen productos con condiciones diferenciadas de financiamiento en tasas, plazos, periodos de gracia y criterios de elegibilidad, entre otros.

Esto es una clara señal de que el sector busca masificar los productos verdes en el mercado ofreciendo a sus clientes diversas opciones y herramientas para el desarrollo de sus proyectos y de que tal desarrollo está alineado con el cumplimiento y cuidado del medio ambiente.



Para el año de reporte, se tiene que las compañías del sector contaron con una cartera que genera beneficios ambientales de 1,67 billones de pesos, entre los montos, las líneas para la construcción sostenible representan el 30% de la cartera reportada.

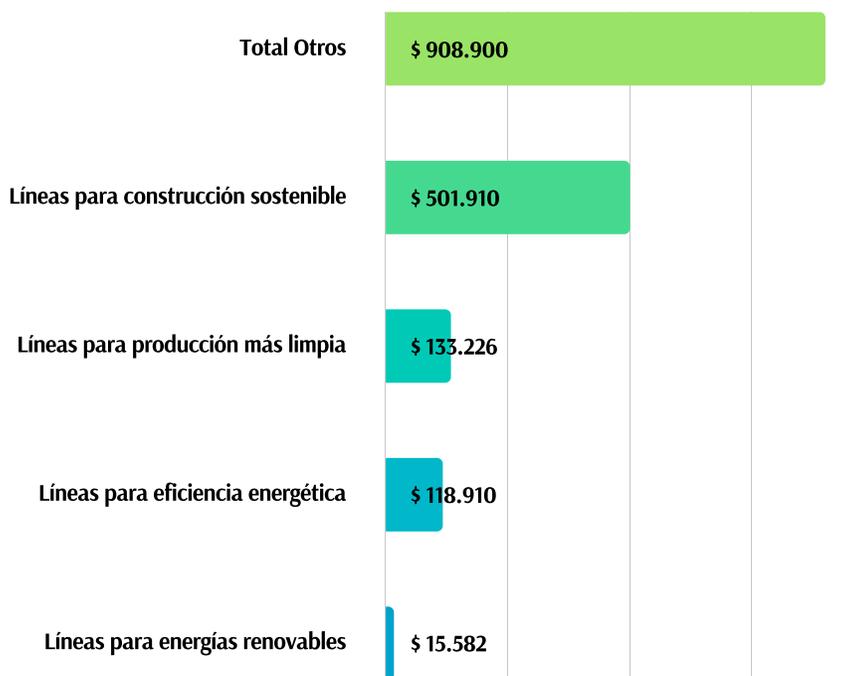
Gráfica 9. Entidades que ofrecieron productos ambientales y sus condiciones de financiamiento (entre 8 entidades)

Cartera que genera beneficios ambientales

\$1,67 BILLONES



CARTERA VERDE EN EL 2017



Gráfica 10. Montos de cartera verde por línea en Millones de COP (entre 7 entidades).

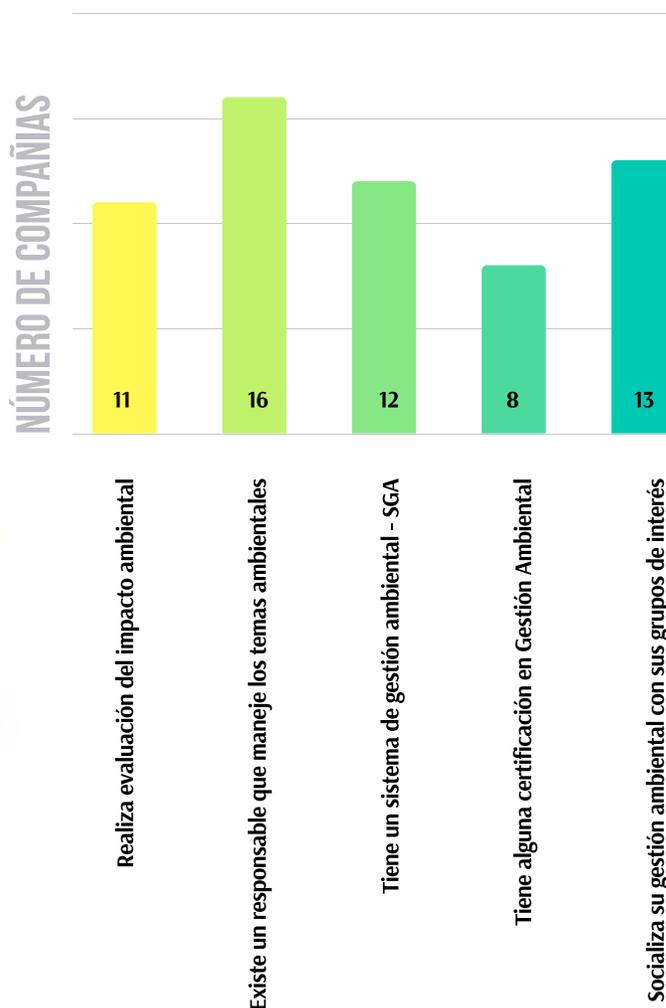
De los montos reportados en líneas verdes se puede observar que tienden a distribuirse en los principales centros económicos del país como son Bogotá, Antioquia, Cundinamarca y el Valle del Cauca.

ECOEficiencia (6)

La gestión ambiental en las compañías consiste en reducir el impacto que ocasionan sus actividades mediante la implementación de estrategias innovadoras. El principal reto consiste en formular estrategias que les permitan a las compañías del sector alcanzar los objetivos trazados hacia la ecoeficiencia.

El aumento que tuvieron en el año 2017 las cifras de ecoeficiencia se pueden explicar por dos motivos principales: el incremento en el consumo de recursos y la madurez adquirido por las compañías del sector con el paso de los años en sus prácticas de reporte. Cada año más compañías reportan sus datos de consumo con una mayor cobertura y mayor precisión.

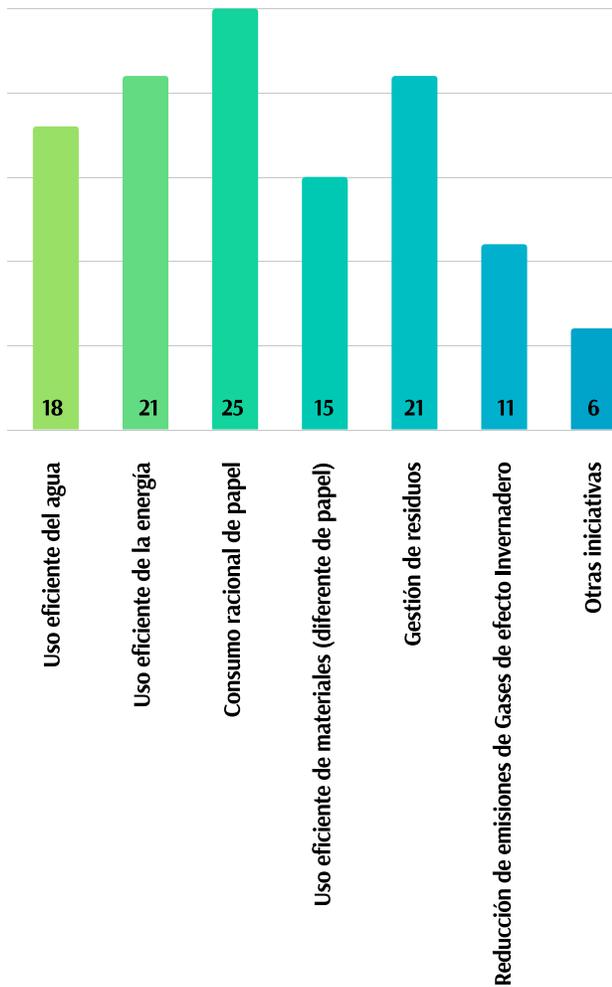
Respecto de los sistemas de gestión ambiental implementados en el sector, se observa que cada vez más compañías tienen a un responsable de esta área en sus organizaciones; por otro lado sigue siendo relevante divulgar a los grupos de interés la gestión que adelantan:



Gráfica 11. Actividades para la gestión ambiental corporativa (entre 25 entidades)

Entre las iniciativas que las compañías del sector desarrollan en el marco de sus estrategias de ecoeficiencia, se identificó que las más implementadas están relacionadas con el consumo de papel y la gestión de residuos, así como con el uso eficiente de energía.

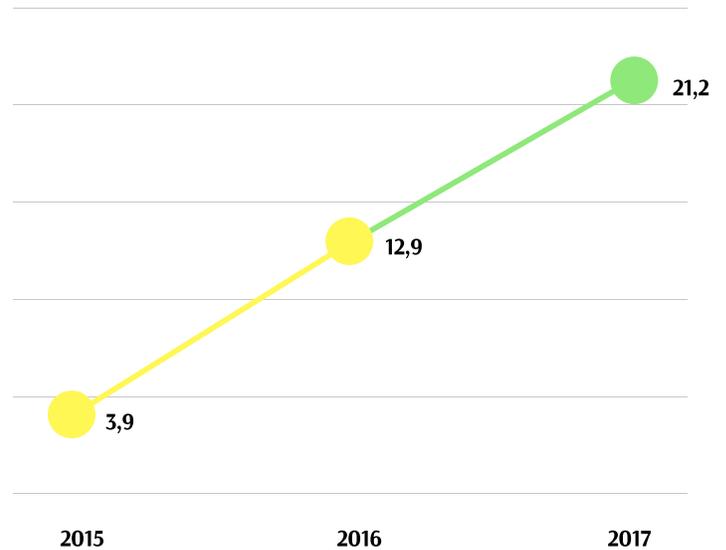
NÚMERO DE COMPAÑÍAS



Gráfica 12. Programas de ecoeficiencia implementados entre (25 entidades)

El incremento en el indicador de consumo de agua per cápita representa para el sector la oportunidad de generar herramientas y estrategias orientadas a mejorar sus programas de uso eficiente de este recurso que les permitan disminuir el consumo entre sus colaboradores directos.

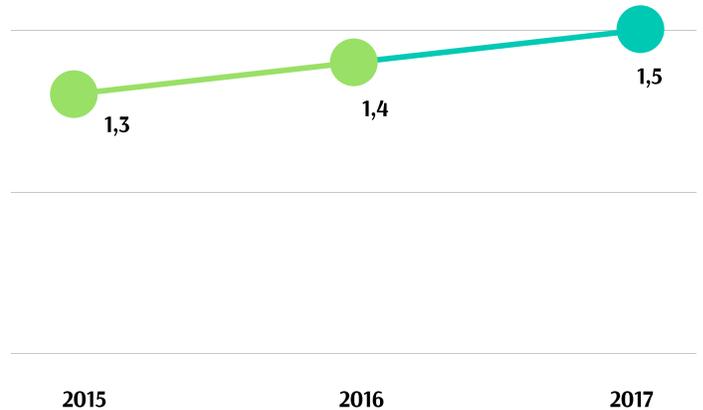
M3 DE AGUA/COLABORADOR DIRECTO



Gráfica 13. Consumo per cápita de agua

El consumo per cápita de energía también presentó un incremento del 6% comparado con 2016 que también representa una oportunidad para las compañías de mejorar y ampliar las estrategias direccionadas a la eficiencia energética en los edificios.

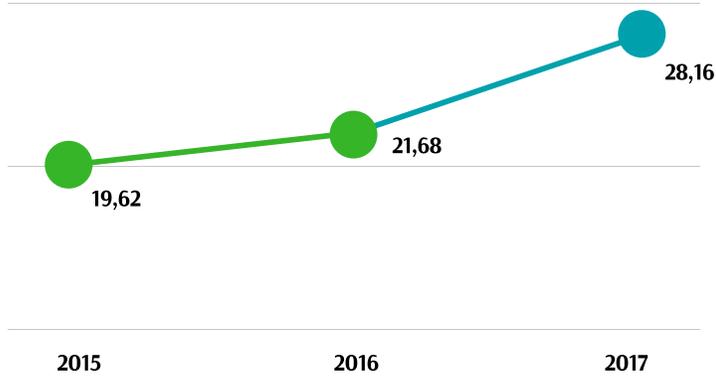
MWH/COLABORADOR DIRECTO



Gráfica 14. Consumo per cápita de energía

En consecuencia, con los aumentos en los consumos reportados por las compañías del sector, el consumo de papel presentó un incremento de 6kg por colaborador, lo que genera una responsabilidad para el sector que debe buscar desincentivar el uso del papel en las actividades cotidianas del gremio:

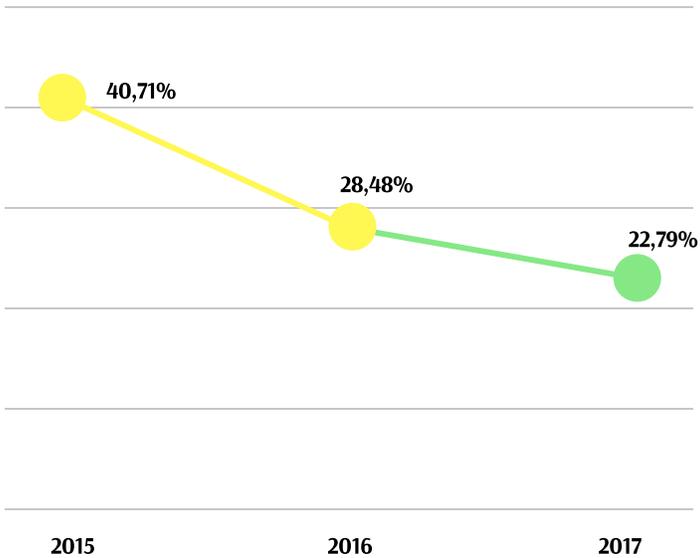
KG PAPEL CONSUMIDO/COLABORADOR DIRECTO



Gráfica 15. Consumo per cápita de papel

Por otro lado, se identificó que la relación de papel reciclado sobre el total del papel consumido, disminuyó.

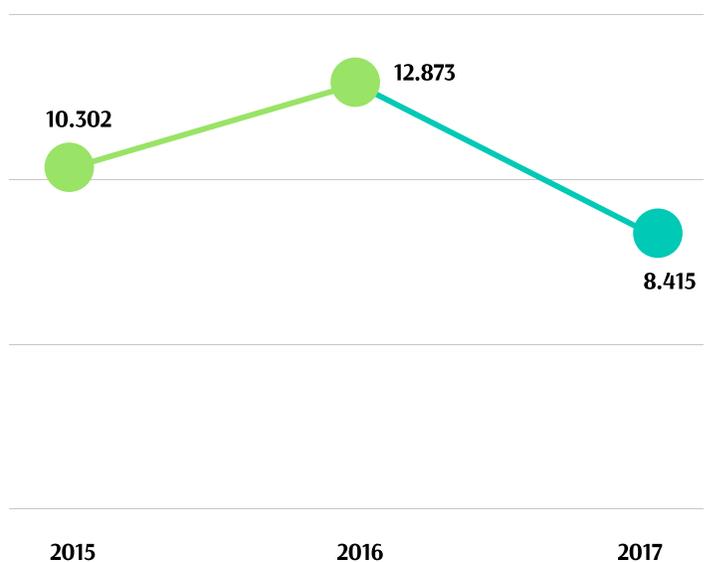
%PAPEL RECICLADO/PAPEL CONSUMIDO



Gráfica 16. Relación entre papel reciclado y papel consumido

En lo relacionado con la generación de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEES) se logró una disminución con respecto a los dos años anteriores que alcanza un 35% con respecto al 2016. Esta disminución demuestra una gestión efectiva por parte de los programas implementados con este objetivo en las compañías del sector.

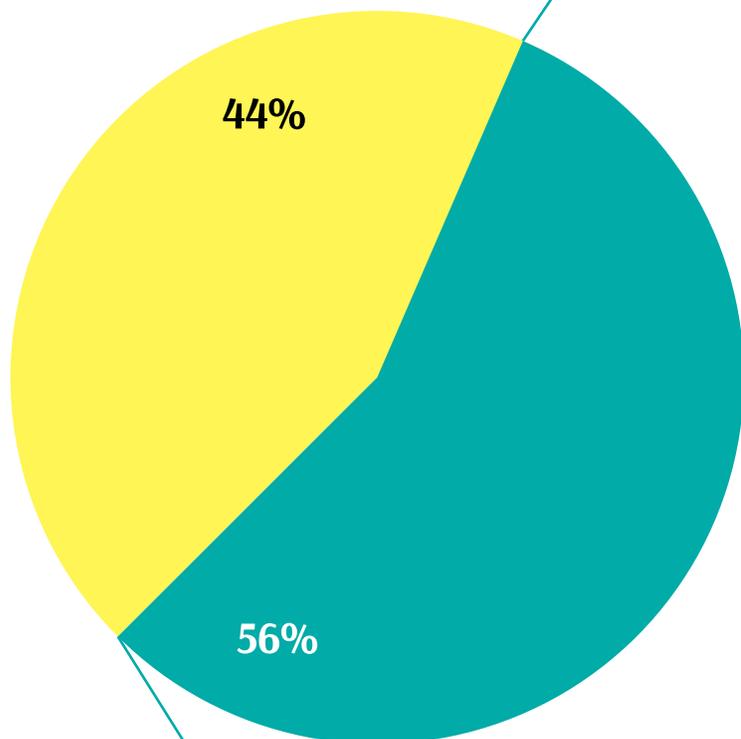
TOTAL DE TONELADAS DE RAEES (RESIDUOS DE LOS APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS) GENERADOS



Gráfica 17. Generación de RAEES

CAMBIO CLIMÁTICO(7)

El 56% de las compañías del sector cuentan con una política o una estrategia frente al cambio climático, varias de ellas tienen categorías específicas como si es propia, si está publicada o si es adoptada de la casa matriz.



- No cuenta con política o estrategia de cambio climático 44%
- Sí y es adoptada de la casa matriz (además es pública) 12%
- Sí y es adoptada de la casa matriz (pero no es pública) 12%
- Sí y es propia (además es pública) 8%
- Sí y es propia (pero no es pública) 12%
- Sí, pero está contenida en otro documento integral 12%

Gráfica 18. Compañías con una política o estrategia frente al cambio climático (entre 22 entidades).

12%

12%

8%

12%

12%

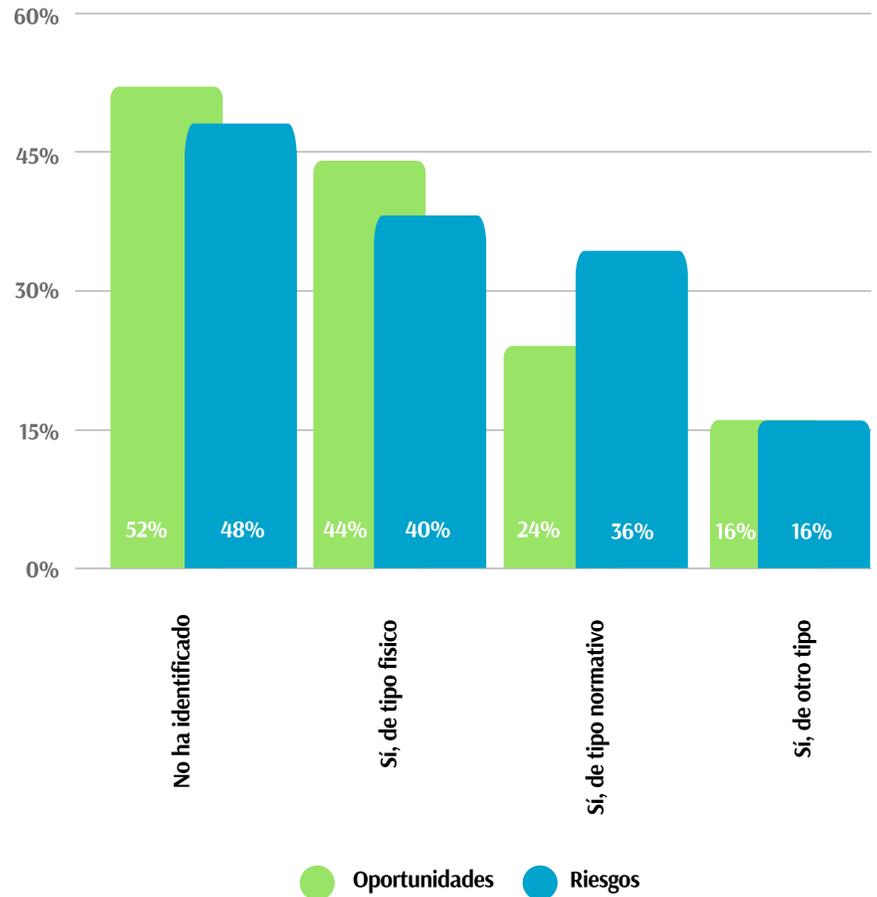
(7) En total, 25 entidades contestaron al menos una pregunta de esta sección.

52%

De las compañías ha identificado riesgos

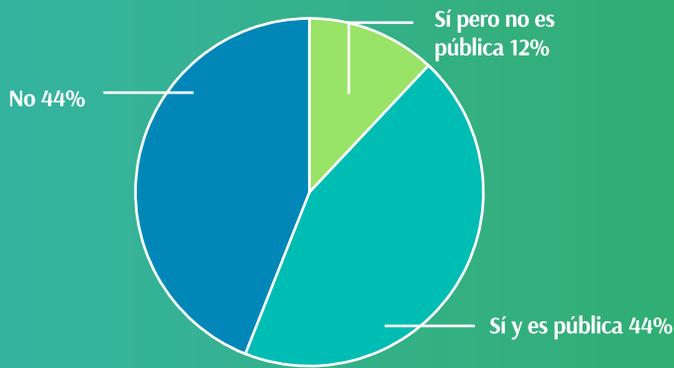
Como resultado de la implementación de políticas o lineamientos frente al cambio climático, la identificación de riesgos y oportunidades resulta fundamental para las compañías del sector a la hora de conocer los impactos que genera este fenómeno.

El 52% de las compañías ha identificado riesgos y el 48% ha identificado oportunidades, los riesgos y oportunidades físicas son las más analizadas:



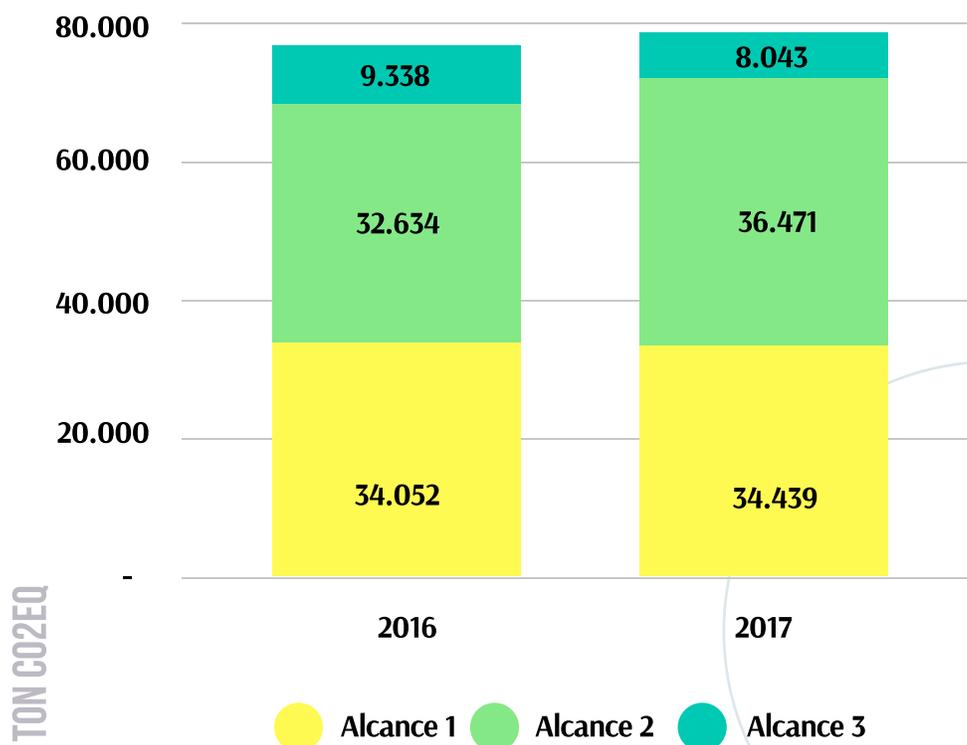
Gráfica 19. Identificación de riesgos y oportunidades derivadas del cambio climático (entre 24 entidades).

Dada la importancia de que las compañías hagan las mediciones de los gases de efecto invernadero, el 44% que no lo hace tiene hoy la oportunidad de empezar a desarrollar estrategias para hacer este tipo de mediciones, permitiéndole al sector ampliar su análisis general.



GRÁFICA 20. PORCENTAJE DE COMPANÍAS QUE MIDEN SU HUELLA DE CARBONO (ENTRE 25 ENTIDADES).

El aumento general en las emisiones de las compañías entre el 2016 y el 2017 se debe a que empezó a reportarse el uso de vehículos para el traslado de personal en el alcance 1 y 2.



Gráfica 21. Emisiones de CO2 por alcance (entre 11 entidades)

Es importante valorar los esfuerzos que realizan las compañías para reducir las emisiones de efecto invernadero que generan sus actividades. Hubo reducciones en viajes de negocio, en el uso de vehículos propios y contratados, en la utilización de equipos de aire acondicionado y extintores, en el uso de luminarias, neveras y hornos microondas, en desplazamientos aéreo para viajes de negocio y servicios contratados, en transporte de títulos valores y correspondencia y, por último, en gestión de residuos.

CASOS DE EXITO

Protocolo Verde.

Protocolo Verde Ampliado.

Asobancaria, Asomicrofinanzas, Fasecolda, Asofiduciarias y Asobolsa, firmaron el acuerdo **Protocolo Verde Ampliado** cuyo objetivo es promover e incentivar, en sus entidades agremiadas, las políticas y prácticas que promuevan un desarrollo sostenible. El marco de acción de este Protocolo abarca la adopción de cuatro estrategias: i) Productos y servicios verdes, ii) Eco-eficiencia, iii) Análisis de riesgos ambientales y sociales, y, por último, iv) Reporte y divulgación de los resultados obtenidos.



ASOFIDUCIARIAS

Asobolsa
Asociación de Comisionistas de Bolsa de Colombia

fasecolda
Federación de Aseguradores Colombianos



ASOMICROFINANZAS



ASOBANCARIA





7 RETOS PARA EL SECTOR EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

Es de reconocer que casi el 90% de las compañías que atendieron a la encuesta cuentan con estrategias o políticas de sostenibilidad; no obstante, un tercio de ellas la adoptan de su casa matriz, asumiendo el riesgo de gestionar temas materiales diferentes a los que tiene el contexto colombiano, o al menos con un alcance diferente. Por otro lado, una porción del sector aún no cuenta con ningún elemento de este tipo.

Alinear las acciones en materia de sostenibilidad con la misión y los objetivos corporativos es determinante para asegurar que los esfuerzos están enfocados en la generación de valor compartido. Por esta razón la recomendación predominante en materia de prácticas generales de sostenibilidad es desarrollar un ejercicio del cual resulte un entendimiento y compromiso formal declarado para este fin, manifestando además los temas que son materiales para la realidad de la organización en su caso particular.

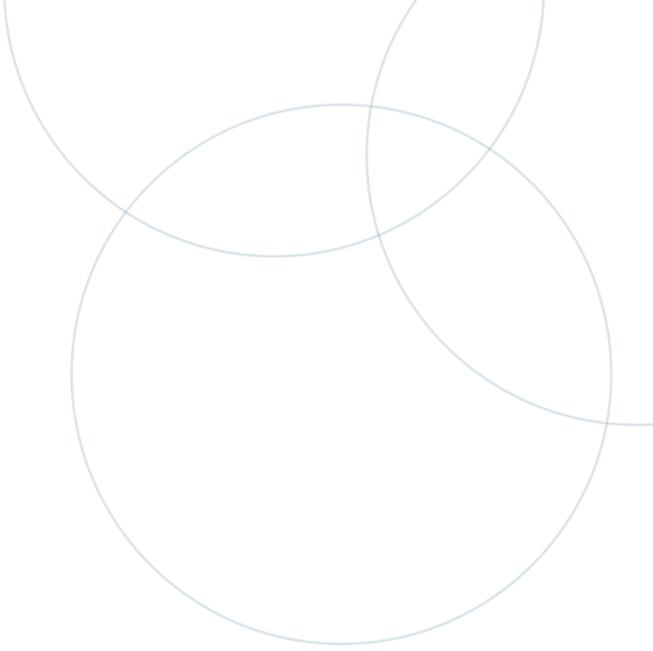
RETOS Y OPORTUNIDADES EN LA DIMENSIÓN ECONÓMICA:

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

- Si bien, el 92 % de las entidades cuentan con un documento, código o política de lucha contra la corrupción, se invita a las entidades a ampliar la cobertura de dicho mecanismo con otros grupos de interés como socios empresariales y proveedores.
- Se observó que 10 entidades han informado a sus grupos de interés sobre temas de lucha contra la corrupción y 12 entidades han realizado capacitaciones sobre el tema, desde la presidencia hasta auxiliar, cajeros, secretarías y otros colaboradores directos. Estas cifras dejan en evidencia la necesidad de fortalecer las estrategias de comunicación y divulgación del tema teniendo en cuenta las diferentes categorías laborales.
- Es importante que las entidades financieras incrementen sus esfuerzos de sistemas de control interno por medio de capacitaciones, sensibilizaciones, reporte de situaciones de incumplimiento y generación de planes de acción. Teniendo en cuenta que los casos que se lograron identificar relacionados con corrupción durante el 2017 estuvieron asociados con colaboradores.

INNOVACIÓN EN CANALES Y PRODUCTOS

- Es de resaltar que las ideas de innovación provienen en mayor porcentaje de los colaboradores y clientes, no obstante, se recomienda fortalecer otras fuentes de información, como asesores o expertos en el tema o a través de alianzas que promuevan la innovación. Frente a este último punto se evidencia que el 39 % de las compañías manifestaron contar con un programa o alianza para desarrollar trabajo conjunto con FINTECH, lo que demuestra que más de la mitad de las entidades del sector tienen la oportunidad de generar este tipo de sinergias para incentivar la innovación al interior de la organización.



90%

***de las compañías que
atendieron a la encuesta
cuentan con estrategias
o políticas de sostenibilidad.***



ES IMPORTANTE
RESALTAR QUE EL
88% DE LAS
ENTIDADES
INVESTIGAN LAS
RAZONES DE
SALIDA DE SUS
CLIENTES Y LAS
TOMAN EN CUENTA
PARA MEJORAR
SUS PROCESOS,
PRODUCTOS Y
SERVICIOS.

- Aunque hay evidencia de productos y servicios innovadores, el sector puede seguir trabajando en promover modelos de investigación para generar un mayor acercamiento a los clientes y personas que aún no están bancarizadas.

- Las compañías han estado involucrando herramientas para gestionar la innovación al interior de la organización e incluso definido responsables para ello; sin embargo se evidencia una oportunidad de mejora en incrementar el número de compañías que desarrollan este tipo de acciones.

INCLUSIÓN DE COMUNIDADES EN EL SECTOR FINANCIERO

- Una oportunidad de mejora para el sector es orientar esfuerzos hacia el desarrollo de una estrategia o programa de inclusión financiera, teniendo en cuenta que solo el 43% de las entidades han desarrollado dichas herramientas.

- En 2017 la banca tuvo una cobertura del 100% de los municipios del país ya sea por medio de oficinas, cajeros o corresponsales bancarios, sin embargo, respecto a brindar un servicio universal el sector continúa trabajando para lograr un estándar que vaya, más allá del establecido por la ley.

SEGURIDAD DIGITAL

- A pesar de que el 79% de las entidades presentan los resultados de indicadores de gestión en riesgos de seguridad digital ante la Junta Directiva, se invita a las compañías que aún no realizan esta práctica a implementarla, con el fin de evidenciar la importancia del tema a la Alta Dirección.

- Si bien, el 38% de las compañías del sector cuentan con informes de seguridad digital, y de estos, un 57% está verificado por un auditor independiente, queda en evidencia que la mayoría de las compañías del sector aún se encuentran en una fase inicial frente a esta práctica, por lo que se invita a las entidades a analizar la posibilidad de construir este tipo de reportes.

GESTIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

- Es importante resaltar que el 88% de las entidades investigan las razones de salida de sus clientes y las toman en cuenta para mejorar sus procesos, productos y servicios, esta cifra deja en evidencia la oportunidad para que las compañías que aún no han incluido esta buena práctica en su gestión analicen las ventajas que les puede traer para mejorar su servicio al consumidor.

- Aunque el 88% de las entidades realizan encuesta de satisfacción a clientes, sería ideal que el 100% lo realizará, con el fin de conocer cuál es la percepción y experiencia del consumidor frente a los servicios y productos ofrecidos por la entidad.

- Se invita a las compañías que no cuentan con su SAC certificado a analizar la posibilidad de obtener esta certificación, con el fin de fortalecer su servicio al consumidor.

RETOS Y OPORTUNIDADES EN LA DIMENSIÓN SOCIAL:

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

- 4 entidades del sector manifestaron haber contratado a 157 personas en condición de vulnerabilidad, cifra que representa el 1,82% de la fuerza laboral de esas entidades. Estos resultados dejan en evidencia, el reto del sector en identificar criterios de inclusión laboral para las personas en condición de vulnerabilidad.

También se identificó que menos de la mitad de las compañías reportaron información relacionada con la contratación de población en condición de vulnerabilidad, por lo anterior se invita a las compañías del sector a que reporten esta información, con el fin de poder evidenciar como el sector contribuye al acceso de estos grupos poblacionales a la vida laboral.

- Es de resaltar que el 69% de las entidades manifestaron que para los empleados que continúan vinculados a la entidad una vez son padres de familia, se brinda la posibilidad de tener horarios flexibles, teletrabajo, jardín, tiempo adicional de licencia, entre otros. No obstante, aún hay un 31% de compañías que tienen la oportunidad de incluir y reportar este tipo de iniciativas.

- Si bien, las entidades del sector han venido realizando un gran esfuerzo en contar con iniciativas para el fortalecimiento de las competencias laborales de colaboradores próximos a retirarse por cambios organizacionales o por jubilación, aun cerca de la mitad de las compañías no cuentan con este tipo de actividades, es por ello que el reto del sector consiste en aumentar el número de entidades financieras que implementen estas prácticas con el fin de contribuir con el desarrollo de sus colaboradores en las diferentes etapas de la vida laboral.

- En los cargos de ejecutivos de tercer nivel y, auxiliares y profesionales se encontró que la brecha salarial entre hombres y mujeres es relativamente baja; no obstante, esta tendencia no se mantiene para el segundo nivel (vicepresidentes y gerentes) pues la brecha es aproximadamente del 22% más para los hombres. Trabajar en iniciativas que permitan un equilibrio entre el ingreso de los hombres y las mujeres a ese nivel es un reto que tiene el sector en materia de equidad de género.



INVERSIÓN EN COMUNIDADES

• 29% de las entidades que respondieron a la encuesta no hacen aportes sociales y un 17% adicional los hace sin un parámetro estratégico para escoger su destino y hacer seguimiento a los mismos. Implementar criterios estratégicos en la selección de aquellas iniciativas en que la organización va a invertir es un reto que, de asumirse, permitirá aumentar el impacto de dichas inversiones.

• Aunque la mayoría de los bancos tienen como práctica estratégica la definición de líneas de intervención, es necesario avanzar en otro tipo de prácticas como el planteamiento de objetivos y metas de los proyectos en los cuales se invierte, el monitoreo al logro de dichos objetivos y metas, y la identificación del retorno que las iniciativas le pueden traer a la organización, todo en el marco de una generación de valor compartido, es decir, incluyendo un beneficio para la empresa.

• Menos de la mitad de las compañías (40%) cuenta con programas de voluntariado corporativo. Siendo esta práctica un factor que beneficia el ambiente laboral por brindar oportunidades a los colaboradores de contribuir de manera directa al bienestar de las personas en el entorno de la organización en que trabajan, las entidades podrían avanzar en disponer de este tipo de iniciativas.

40%
cuenta con programas de voluntariado corporativo.

EDUCACIÓN FINANCIERA

• Si bien el 59% de entidades que ejecutan programas de educación financiera hacen uso de medio masivos de comunicación para divulgar información asociada a los mismos, se evidencia que el 41% restante no utiliza estos medios en sus programas de educación financiera. Lo anterior otorga la oportunidad de fortalecer e incrementar el alcance e impacto de los beneficios de estos programas en la población colombiana, a través del uso de los medios masivos.

• La encuesta permitió identificar que únicamente el 28% de las compañías están desarrollando la temática asociada a las pensiones en sus programas de educación financiera, teniendo en cuenta que en la actualidad este es un tema que genera incertidumbre en el consumidor financiero, este resulta en una oportunidad para que las compañías desarrollen estrategias orientadas a mejorar esta temática en sus programas.

GESTIÓN SOSTENIBLE DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

• El sector debe trabajar en la divulgación de las políticas y lineamientos de selección, principalmente aquellos relacionados con criterios económicos no financieros ni técnicos, criterios ambientales y criterios sociales.

• En cuanto a la evaluación del desempeño de proveedores activos, las entidades dedican importantes esfuerzos a revisar criterios asociados a la transparencia y la lucha contra la corrupción, sin embargo, es necesario fortalecer otros ámbitos como la gestión adecuada de comunidades por parte de aquellos proveedores a quienes aplica.

APOYO A PROCESOS DE POSCONFLICTO

En torno a procesos de posconflicto, el **52% de las entidades manifestó** contar con prácticas o iniciativas relacionadas con este tema, algunas de estas son:



Participación en espacios de discusión y generación de política frente a temas de posconflicto.



Financiación de iniciativas y apoyo a gobiernos.



Participación en iniciativas conjuntas con otras organizaciones.



Diseño de productos o servicios que contribuyen a dinámicas de posconflicto.



Capacitación a empleados en temas de posconflicto

Lo anterior da una oportunidad al sector para que continúe identificando opciones de apoyo que estén orientadas a un mismo objetivo además de continuar trabajando en aquellas que están en marcha.

RETOS Y OPORTUNIDADES EN LA DIMENSIÓN AMBIENTAL:

PROTOCOLO VERDE

Sistemas de administración del riesgo ambiental y social

- El 73% de las compañías cuenta con alguna herramienta que les permiten dar lineamientos para administrar y controlar los riesgos ambientales y sociales que pueden generar los proyectos a financiar, esto deja un 27% de entidades del gremio con el reto de identificar e incluir este tipo de herramientas.
- La encuesta permitió identificar que el 100% de los SARAS reportados por las compañías, están contruidos para evaluar exclusivamente los procesos de crédito. Sin embargo, algunos sistemas están presentando una evolución hacia la evaluación de proveedores, daciones en pago e inversiones, esto presenta al sector una oportunidad para masificar esta herramienta y aumentar el alcance hacia las evaluaciones mencionadas.

Productos verdes

- El sector actualmente tiene 9 compañías que poseen una política o lineamientos específicos para el diseño de productos que promuevan beneficios ambientales, esta situación presenta al gremio un gran reto por generar estrategias que confieran a las compañías herramientas para su desarrollo e implementación.
- Una oportunidad latente para las compañías del sector se refleja en la necesidad de caracterizar la cartera reportada que genera beneficios ambientales con el fin de lograr la identificación de los componentes del rubro “otros”.

Ecoeficiencia

- El 86% de las compañías cuentan con iniciativas orientadas a la gestión ambiental corporativa. Sin embargo, este crecimiento debe mantenerse hasta lograr que el total de las compañías del sector implementen estas iniciativas.
- Entre las diversas estrategias de ecoeficiencia que desarrollan las compañías, la reducción de gases de efecto invernadero es la que mayor oportunidad de implementación presenta, esto genera un reto para el gremio orientado a la búsqueda de mecanismos que permitan a las compañías que aún no cuentan con dicha estrategia, desarrollar acciones exitosas a través de un acompañamiento que permita su adopción.
- Es un reto que las entidades financieras logren diseñar planes de gestión ambiental corporativa que les permitan integrar la ecoeficiencia en sus programas ambientales de modo que estén articulados. A la fecha solo 12 entidades cuentan con un SGA.

Cambio climático

- Las compañías de sector han presentado un crecimiento progresivo al contar con una política o estrategia de cambio climático, actualmente el 56% la tiene. Dada la importancia de este tema al presentar diferentes riesgos y oportunidades para las actividades directas e indirectas de las organizaciones, existe el reto de trabajar como sector para poder aumentar el número de compañías sensibles a este tema.
- El 44% de las entidades reportan su huella de carbono en el informe de sostenibilidad, promover el aumento de entidades que realizan esta medición sigue presentándose como un gran reto para el sector. Lo anterior permitirá desarrollar mejores estrategias de gestión en el gremio para reducir las emisiones.





8 | DIRECTORIO DE LAS COMPAÑÍAS AFILIADAS A ASOBANCARIA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

LOGO	ENTIDAD FINANCIERA (102-5)	DIRECCIÓN OFICINA PRINCIPAL (102-3)	PÁGINA WEB	PÁGINA WEB DE SOSTENIBILIDAD O RESPONSABILIDAD SOCIAL
	ASOBANCARIA	Carrera. 9 No. 74 - 08. P. 9	www.asobancaria.com/	www.asobancaria.com/sostenibilidad-2017/
	BANCAMÍA	Carrera 9 No. 66 – 25 Bogotá D.C.	www.bancamia.com.co/	www.bancamia.com.co/sobre-nosotros/#informe-de-gestion-sostenible
	BANCO AGRARIO DE COLOMBIA	Carrera 8 No. 15 – 42 Bogotá, D.C.	www.bancoagrario.gov.co/	www.bancoagrario.gov.co/RelacionAccionistas/Paginas/RSocial.aspx
	BANCO AV VILLAS	Carrera 13 No. 27- 47 Bogotá D.C.	www.avillas.com.co/	www.avillas.com.co/wps/portal/avillas/banco/acerca-avillas!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfjjo8zifQIszTwsTQx8LAJ8LAWcQz28PMz8XbwMfUz1w_EoMA72MNNWPIka_AQ7gaECcfjwKovAbH64fhccKiA8ImVGQGxoaYZDpCADdZWDn/dz/d5/L2dBISevZ0FBIS9nQSEh/#nuestro-compromiso
	BANCO CAJA SOCIAL	Carrera 7 No. 77- 65 Torre Colmena Bogotá D.C.	www.bancocajasocial.com/	www.fundacionsocial.com/
	BANCO COLPATRIA RED MULTIBANCA COLPATRIA	Carrera 7 No. 24 - 89 Piso 10, Bogotá D.C.	www.banco.colpatria.com.co/	www.colpatria.com/responsabilidad-s.aspx
	BANCOMPARTIR	Calle 16 No. 6 - 66 Edificio Avianca Bogotá D.C.	www.bancompartir.co/	www.bancompartir.co/#!sostenibilidad
	BANCO COOPCENTRAL	Avenida Calle 116 No. 23 - 06 /28 Edificio Business Center 116 Bogotá D.C.	www.coopcentral.com.co/	www.coopcentral.com.co/coopcentral/index.php/responsabilidad-social
	ITAÚ CORPBANCA COLOMBIA S. A.	Carrera 7 No. 27-02	www.itaú.co/index	www.itaú.co/documents/10282/1580571/6.%20Informe%20de%20Gestion%20y%20Sostenibilidad.pdf
	BANCO DAVIVIENDA S.A.	Avenida el Dorado No. 68 C -61 Piso 10 Avenida El Dorado No 68B - 31 Piso 1 Bogotá D.C.	www.davivienda.com/	www.davivienda.com/wps/portal/inversionistasespanol!/ut/p/b0/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfj83Kt8jNTrKLM4sNMDQK9vNONDfw9PdwMPF18QkzMAwONv11N9AuyHRUBoVWvNvQ!!/
	BANCO DE BOGOTÁ	Calle 36 No. 7- 47 Bogotá D.C.	www.bancodebogota.com/	www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/relacion-inversionista/sobre-el-banco/informes-de-responsabilidad-social
	BANCO DE OCCIDENTE	Carrera 4 No. 7- 61 Piso 15 Cali - Valle	www.bancodeoccidente.com.co/	www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-occidente/web/institucional/compromiso-comunidad
	BANCO FALABELLA	Avenida 19 No. 120 - 71 Piso 3 Bogotá D.C.	www.bancofalabella.com.co/	www.bancofalabella.com.co/sostenibilidad.aspx

LOGO	ENTIDAD FINANCIERA (102-5)	DIRECCIÓN OFICINA PRINCIPAL (102-3)	PÁGINA WEB	PÁGINA WEB DE SOSTENIBILIDAD O RESPONSABILIDAD SOCIAL
	BANCO FINANADINA S.A	Kilómetro 17 carretera central del Norte vía a Chía Bogotá D.C.	www.bancofinandina.com/	www.bancofinandina.com/institucional/sobre-nosotros/responsabilidad-social
	BANCO GNB SUDAMERIS	Carrera 7 No 75 - 85/87 Bogotá D.C.	www.gnbsudameris.com.co/	
	BANCO PICHINCHA	Carrera 35 No. 42 – 39 Bucaramanga – Santander Carrera 11 No. 92 - 09, Bogotá D.C	www.bancopichincha.com.co	www.bancopichincha.com.co/web/corporativo/responsabilidad-social
	BANCO MUNDO MUJER	Carrera 11 No. 5 - 56 Popayán - Cauca	www.bmm.com.co/	www.bmm.com.co/pdf/politicaSocial.pdf
	BANCO POPULAR	Calle 17 No. 7- 35/43 Bogotá D.C.	www.bancopopular.com.co/	www.bancopopular.com.co/wps/portal/popular/inicio/su-banco/informacion-institucional/responsabilidad-social
	BANCO PROCREDIT COLOMBIA	Avenida Calle 39 No. 13 A – 16 Bogotá D.C.	www.bancoprocredit.com.co/es/	www.bancoprocredit.com.co/es/acerca-de-nosotros/sostenibilidad/proco-informacion-educativa.html
	BANCO SANTANDER DE NEGOCIOS COLOMBIA S.A.	Calle 93 A No. 13-24 piso 4 oficina 401 Bogotá D.C	www.santander.com.co/	www.santander.com/csgs/Satellite/CFWCSancomQP01/es_ES/Corporativo/Sostenibilidad/Santander-y-la-sostenibilidad/Informes.html
	BANCOLDEX	Calle 28 No. 13A - 15 Pisos 38 al 42 Bogotá D.C.	www.bancoldex.com/	www.bancoldex.com/contenido/categoria.aspx?catID=357
	BANCOLOMBIA	Carrera 48 No. 26 - 85 Avenida Los Industriales Medellín (Antioquia)	www.grupobancolombia.com/	www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/sostenibilidad/
	BANCO COOMEVA S.A.	Casa Principal y Notificación: Calle 13 No. 57 - 50 Piso 2, Cali - Valle	www.bancoomeva.com.co/	www.bancoomeva.com.co/48271
	BANCO W	Avenida 5 Norte No. 16 N - 57 Piso 4 Cali - Valle	www.bancow.com.co/	www.bancow.com.co/wp-content/uploads/2018/03/Informe-Sostenibilidad-2017.pdf
	BBVA COLOMBIA	Carrera 9 No. 72 – 21 Bogotá D.C.	www.bbva.com.co/	www.colombia.bancaresponsable.com/
	CITIBANK COLOMBIA	Carrera 9A No. 99 - 02 Piso 3 Bogotá D.C.	www.citibank.com.co/	www.citibank.com.co/institucional/sostenibilidad/index.htm
	CORPORACION FINANCIERA COLOMBIANA.	Carrera 13 No. 26 - 45 Pisos 3, 7 y 8. Bogotá D.C.	www.corficolombiana.com/	https://goo.gl/q6ZJ5Y



BNP PARIBAS COLOMBIA
CORPORACIÓN
FINANCIERA

Carrera 7 No. 77 - 07 Piso 11
Edificio Torre Siete 77
Bogotá D.C.

www.bnpparibas.com.co/

www.bnpparibascardif.com.co/es/pid1609/rse.html



TITULARIZADORA
COLOMBIANA S.A.

Carrera 9 A No.99-02 Ofic.
701-702 Bogotá D.C.

www.titularizadora.com/

www.titularizadora.com/paginas/ComVivienda/compradores.aspx?id=1&page=154



FINDETER- FINANCIERA
DE DESARROLLO
TERRITORIAL

Calle 103 No. 19 -20
Bogotá D.C.

www.findeter.gov.co/

www.findeter.gov.co/publicaciones/responsabilidad_social_y_ambiental_publicaciones



FINAGRO

Carrera 13 No. 28 - 17 Pisos 2,
3, 4 y 5 Bogotá D.C.

www.finagro.com.co/

www.finagro.com.co/informacion-al-ciudadano/rendimiento-de-cuentas



FINANCIERA DE
DESARROLLO
NACIONAL - FDN

Carrera 7 # 71-52, Torre B,
Piso 6 Bogotá D.C.

www.fdn.com.co/



BANCO DE LA
REPÚBLICA

carrera 7 # 14-78
Bogotá D.C.

www.banrep.gov.co/es

www.banrep.gov.co/es/sostenibilidad



JPMORGAN
CORPORACION
FINANCIERA S.A. – J.P.
MORGAN.

Carrera 11 No. 84 - 09
Oficinas 701, 702 y 703
Bogotá D.C.

www.jpmorgan.com/country/co/es/about

www.jpmorgan.com/country/co/es/corporate-responsibility



GMAC FINANCIERA DE
COLOMBIA SA

Calle 98 No. 22 - 64 Piso 9
Bogotá D.C.

www.chevroletfs.com.co/



CREDIFINANCIERA
COMPAÑIA DE
FINANCIAMIENTO.

Carrera 10 No. 64 – 44
Bogotá D.C.

www.credifinanciera.com.co/

www.credifinanciera.com.co/rse



WELLS FARGO BANK
NATIONAL
ASSOCIATION

Calle 100 No. 8A – 49 Torre B

www.wellsfargo.com/es/internacional-remittances/south-america/



ANEXO 1: ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI (TABLA DE REFERENCIA)

Dada la característica de este informe como gremio, el presente índice de contenidos GRI ofrece información de lo que se adelanta en el sector frente a los diferentes contenidos del estándar, en ningún momento reporta la gestión individual de alguna de las compañías salvo los casos de éxito que corresponden a proyectos puntuales de alguna entidad en particular. También se aclara que el presente informe no ha sido verificado por un tercero independiente.

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

CONTENIDO	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN Y/O COMENTARIO
PERFIL DEL SECTOR BANCARIO Y FINANCIERO		
102-1	Nombre de la organización	Para conocer el nombre de las organizaciones ver el capítulo 8 Directorio de las Compañías afiliadas a Asobancaria
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Ver el capítulo 2 Sobre el Sector y Asobancaria
102-3	Ubicación de la sede central de la organización	Ver el capítulo 8 Directorio de las Compañías afiliadas a Asobancaria
102-4	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas.	Este reporte se enfoca en las operaciones de las entidades en Colombia, por lo que ese es el único país donde se llevan operaciones significativas.
102-5	Describe la Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Ver el capítulo 8 Directorio de las Compañías afiliadas a Asobancaria. Para conocer la forma jurídica de las compañías tenga en cuenta que S.A. hace referencia a Sociedad Anónima.
102-6	Indique de qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y beneficiarios).	Ver el capítulo 2 Sobre el Sector y Asobancaria
102-7	Determine el tamaño de la organización (empleados, operaciones, ventas, capitalización, productos o servicios ofrecidos)	Ver el capítulo 2 Sobre el Sector y sección 5.2 Gestión del talento humano
102-8	Número de empleados por contrato laboral, sexo y región	Ver sección 5.2 de Gestión del talento humano
102-9	Describe la cadena de suministro de la organización incluyendo actividades, marcas principales, productos y servicios de la organización.	Por el tipo de informe, esta cadena no se describe. Puede consultar prácticas de proveedores en la sección 5.5 Gestión sostenible de la cadena de abastecimiento
102-10	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización	Por la naturaleza del informe, los cambios significativos dependen de las entidades agremiadas y del número de ellas que respondan a la encuesta. Ver sección 3. La sostenibilidad en el sector financiero
102-11	Indique cómo aborda el sector, si procede, el principio de precaución.	"Ver sección 6.2 Protocolo Verde
102-12	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que el sector suscribe, respalda o ha adoptado.	Ver sección 3. La sostenibilidad en el sector financiero
102-13	Elabore Lista de las principales afiliaciones a entidades del sector u otras asociaciones y las organizaciones de defensa de intereses a nivel nacional o internacional	
102-14	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	Ver el Capítulo 1 Carta del presidente Asobancaria y carta del presidente Junta Directiva
102-15	Describe los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Ver en el capítulo 4 Gestión de la dimensión económica, todos los enfoques de gestión de los temas materiales que incluyen los riesgos y oportunidades identificados por las compañías del sector bancario.
ÉTICA E INTEGRIDAD		
102-16	Describe los valores, los principios, los estándares y las normas del sector, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	Ver sección 4.4 Lucha contra la corrupción
102-17	Reportar los mecanismos internos y externos para solicitar ayuda en temas sobre comportamiento ético e integridad organizacional y mecanismo para informar preocupaciones relacionadas con conductas no éticas o ilegales	Ver sección 4.4 Lucha contra la corrupción
102-18	Describe la estructura de gobierno del sector, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno	Para conocer la estructura de gobierno de cada entidad consulte sus reportes o página web que se entregan en capítulo 8 Directorio de las compañías afiliadas a Asobancaria
102-20	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno	

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

CONTENIDO

DESCRIPCIÓN

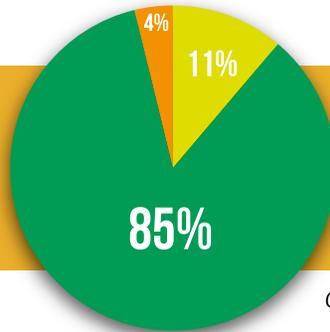
UBICACIÓN Y/O COMENTARIO

ÉTICA E INTEGRIDAD

102-22	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités
102-23	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.
102-26	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización.

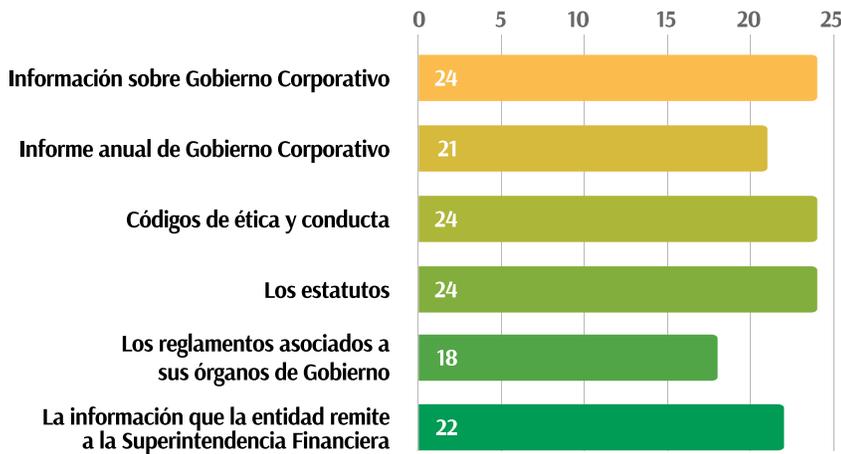
La encuesta realizó preguntas puntuales de gobierno corporativo a las entidades del sector, las cuales fueron respondidas por 27 compañías y a continuación se indica los resultados:

EL PRIMERO DE LOS TEMAS A ABORDAR FUE LA EXISTENCIA DE CÓDIGOS DE GOBIERNO CORPORATIVO Y SOBRE ELLO SE ENCONTRÓ QUE ES UNA PRÁCTICA MADURA EN LAS ENTIDADES.



- Sí y está públicamente disponible
- Sí pero no es pública
- No

Gráfico 1. Código de Gobierno Corporativo



EL SEGUNDO TEMA TIENE QUE VER CON LA DIVULGACIÓN DE ASUNTOS PUNTALES Y RELACIONADOS CON EL GOBIERNO CORPORATIVO EN PÁGINA WEB MOSTRÓ BUENOS ÍNDICES DE TRANSPARENCIA POR PARTE DE LAS COMPAÑÍAS PERO TAMBIÉN PERMITIÓ CONOCER RETOS DEL REPORTE FRENTE A INFORMES ANUALES DE GOBIERNO CORPORATIVO Y REGLAMENTOS.

Gráfico 2. Divulgación de temas de gobierno corporativo en página web

Frente a los integrantes principales de Junta Directiva la encuesta permitió identificar que cerca del 60% son independientes (de acuerdo a los criterios de independencia que existan por ley o al interior de las entidades), el 15% son mujeres, hay un integrante de Junta en condición de vulnerabilidad, hay un integrantes pertenecientes a minorías y finalmente que solo un caso el presidente de la Junta Directiva ocupa un cargo ejecutivo al interior de la organización.

Finalmente se quiso conocer la existencia de comités en las compañías y en cuáles de ellos se trataban temas ESG, para lo que se encontró el reto de llevar estos temas al órgano de gobierno para generar empoderamiento.

COMITÉS DE JUNTA DIRECTIVA	COMITÉS EXISTENTES EN LA JUNTA DIRECTIVA	COMITÉS QUE TRATEN TEMAS ESG
Gobierno corporativo	14	6
Auditoría	27	7
Riesgos	22	4
Nominaciones	10	2
Remuneración	9	1
Sostenibilidad o RSC	3	1
Otros	8	2

* Responden 24 entidades a esta pregunta

** La tabla se lee así: 14 compañías cuentan con comité de Gobierno Corporativo y de ellas 6 trata temas ESG en sus encuentros.

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

CONTENIDO	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN Y/O COMENTARIO
102-40	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados al sector.	Ver sección 3. La sostenibilidad en el sector financiero
102-42	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	Ver sección 3. La sostenibilidad en el sector financiero
102-41	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Por el tipo de informe este contenido no se divulga. Se puede conocer independientemente por compañía es sus respectivos reportes.
102-43	Describa el enfoque del sector sobre la participación de los grupos de interés.	Ver sección 3. La sostenibilidad en el sector financiero / Puede también ser consultada en http://www.asobancaria.com/sostenibilidad-2017/
102-44	Describa los temas y preocupaciones que han sido señalados a través de la participación de los grupos de interés, cómo ha respondido la organización a estos temas y preocupaciones y los grupos de interés que han señalado cada uno de los temas y las preocupaciones clave	Ver sección 3. La sostenibilidad en el sector financiero / Puede también ser consultada en http://www.asobancaria.com/sostenibilidad-2017/
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados de la organización o documentos equivalentes, y cuales no están incluidas dentro del alcance del informe actual.	Esta pregunta no aplica para este tipo de reporte. Sin embargo, en la sub sección Sobre la encuesta de sostenibilidad de la sección 3. La sostenibilidad en el sector financiero se aclara cuáles son las compañías que respondieron a la encuesta con la que se elabora el presente reporte
102-46	Describa el proceso que se ha seguido para definir los contenidos del informe y las coberturas de los temas	Ver sección 3. La sostenibilidad en el sector financiero / Puede también ser consultada en http://www.asobancaria.com/sostenibilidad-2017/
102-47	Elabore una lista de los temas materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	
102-48	Describa los efectos de las reexpresiones de la información de informes anteriores y los motivos para dicha reexpresión.	Por la característica del informe no aplica esta pregunta ya que los históricos se solicitan en la misma encuesta.
102-49	Señale todo cambio significativo con respecto a los periodos objeto del informe anteriores en la lista de temas materiales y coberturas de los temas	<p>Se realizó una actualización en la materialidad que dio como resultado 12 temas materiales para el sector. Los cambios significativos de la materialidad son:</p> <p>Innovación y tecnologías de la información se dividió en dos temas materiales: Innovación de canales y productos Seguridad informática y física</p> <p>Transparencia con el consumidor y educación financiera se dividió en dos temas materiales: Mejorar la experiencia del consumidor financiero Educación financiera</p> <p>El tema material Inclusión y acceso de comunidades en el sector financiero fue resultado de dividir el tema Criterios ambientales y sociales en el portafolio de productos.</p> <p>Los temas materiales de la dimensión ambiental quedaron consignados en un solo tema material llamado Protocolo verde, este incluye: Cambio climático, ARAS, Ecoeficiencia y Productos verdes</p>
102-50	Periodo objeto del informe	Ver capítulo 0 Sobre este informe
102-51	Fecha del último informe	Ver capítulo 0 Sobre este informe
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Ver capítulo 0 Sobre este informe
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Ver capítulo 0 Sobre este informe
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Ver capítulo 0 Sobre este informe
102-55	Índice de contenidos GRI los estándares GRI	Ver anexo 1 índice GRI
102-56	Descripción de la política y las prácticas actuales de la organización acerca de cómo solicitar la verificación externa del informe y referencia del informe de verificación externa, las declaraciones o las opiniones	Este informe no ha sido verificado por un tercero independiente.

LOS CONTENIDOS GRI

SON PRESENTADOS POR TEMA MATERIAL DEL SECTOR.
PARA ELLO TENGA EN CUENTA LA SIGUIENTE TABLA.

TEMA MATERIAL ASOBANCARIA	TEMA MATERIAL GRI O PROPIO	CONTENIDOS E INDICADORES REPORTADOS
Rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sistema financiero	Ninguno	G4-FS6
Balance del escenario económico del sector	Desempeño económico	201-1
Lucha contra la corrupción	Lucha contra la corrupción	205-2, 205-3
Innovación en canales y productos	Innovaciones incrementales Innovaciones disruptivas	ASO-1 ASO-2
Seguridad digital	Seguridad informática y física	ASO-6
Gestión del consumidor financiero	Marketing y etiquetado Diseño y venta de productos y servicios financieros Privacidad del cliente	417-1, 417-2, 417-3 G4-FS15 418-1
Educación financiera	Iniciativas para fomentar la educación financiera	G4-FS16
Gestión sostenible de la cadena de abastecimiento	Evaluación ambiental de los proveedores Evaluación social de los proveedores Prácticas de adquisición Compras verdes Evaluación al banco por parte de proveedores	308-1 414-1 204-1 ASO-3 ASO-4
Gestión del talento humano	Empleo Relación trabajador empresa Formación y enseñanza Diversidad e igualdad de oportunidades No discriminación Presencia en el mercado	401-1, 401-2, 401-3 402-1 404-1, 404-2, 404-3 405-1, 405-2 406-1 202-1, 202-2
Inversión en comunidades	Impactos Comunidades locales	203-1 413-1
Inclusión de comunidades en el sector financiero	Portafolio de productos Comunidades locales	G4-FS1, G4-FS7 G4-FS13, G4-FS14
Protocolo Verde	Portafolio de productos Auditoría Desempeño económico Cambio climático - Emisiones Ecoeficiencia	G4-FS1, G4-FS2, G4-FS3, G4-FS4 G4-FS5, G4-FS8 G4-FS9 201-2 305-1, 305-2, 305-3, 305-4 ASO-5

TABLA DE REFERENCIA GRI DEL SECTOR BANCARIO Y FINANCIERO EN COLOMBIA

CONTENIDOS ESPECÍFICOS

CONTENIDO	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN Y/O COMENTARIO	PÁGINA	OMISIONES
RENTABILIDAD, CRECIMIENTO Y ESTABILIDAD DEL SISTEMA FINANCIERO				
103-1, 103-2, 103-3	Enfoque de gestión del tema material Porcentaje del portafolio de las líneas de negocio por región específica, tamaño (micro / mediana / gran empresa) y sector	Ver sección Rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sistema financiero		
BALANCE DEL ESCENARIO ECONÓMICO DEL SECTOR				
103-1, 103-2, 103-3	Enfoque de gestión del tema material Valor económico directo generado y distribuido	Ver sección Balance del escenario económico del sector		
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN				
103-1, 103-2, 103-3	Enfoque de gestión del tema material Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Ver sección Lucha contra la corrupción		
INNOVACIÓN EN CANALES Y PRODUCTOS				
103-1, 103-2, 103-3	Enfoque de gestión del tema material Número de innovaciones incrementales desglosadas por tipo Número de innovaciones disruptivas desglosadas por tipo	Ver sección Innovación en canales y productos		
SEGURIDAD DIGITAL				
103-1, 103-2, 103-3	Enfoque de gestión del tema material Seguridad informática y física	Ver sección Seguridad digital		
GESTIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO				
103-1, 103-2, 103-3	Enfoque de gestión del tema material Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing Política para el correcto diseño y venta de productos y servicios financieros Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Ver sección Gestión del consumidor financiero		
EDUCACIÓN FINANCIERA				
103-1, 103-2, 103-3	Enfoque de gestión del tema material Iniciativas para fomentar la educación financiera	Ver sección Educación financiera		

CONTENIDO	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN Y/O COMENTARIO	PÁGINA	OMISIONES
GESTIÓN SOSTENIBLE DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO				
103-1, 103-2, 103-3	Enfoque de gestión del tema material	Ver sección Gestión sostenible de la cadena de abastecimiento		En este informe se omiten los datos relacionados con la definición geográfica de "local" ya que las entidades del sector no cuentan con un único entendimiento de este término. Por la misma razón, y porque el dato está siendo reportado para la totalidad de las operaciones de las entidades, no se ofrece una definición de "Operaciones significativas"
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales			
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales			
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales			
ASO-3	Compras verdes			
ASO-4	Evaluación al banco por parte de los proveedores			
GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO				
103-1, 103-2, 103-3 202-1	Enfoque de gestión del tema material Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	Ver sección Gestión del talento humano		Se omite la información relacionada con nuevas contrataciones dado que la información reportada por las compañías no es consistente para mostrar de manera consolidada una representación de la gestión del sector.
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local			
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal			
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales			
401-3	Permiso parental			
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales			
404-1	Media de horas de formación al año por empleado			
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición			
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional			
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados			
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Se omite información de horas de capacitación por género, debido a que la encuesta no recoge la información de este modo por la complejidad que implica para las entidades.		
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas			
INVERSIÓN EN COMUNIDADES				
103-1, 103-2, 103-3 203-1	Enfoque de gestión del tema material Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Ver sección Inversión en comunidades		
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo			

CONTENIDO	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN Y/O COMENTARIO	PÁGINA	OMISIONES	
INCLUSIÓN DE COMUNIDADES EN EL SECTOR FINANCIERO					
103-1, 103-2, 103-3	Enfoque de gestión del tema material				
G4-FS1	Políticas con componentes sociales específicos aplicados a las líneas de negocio	Ver sección Inclusión de comunidades en el sector financiero			
G4-FS7	Valor monetario de productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos				
G4-FS13	Puntos de acceso en áreas de baja densidad poblacional o lugares económicamente desfavorecidos				
G4-FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros para personas desfavorecidas				
PROTOCOLO VERDE					
103-1, 103-2, 103-3	Enfoque de gestión del tema material				
G4-FS1	Políticas con componentes sociales específicos aplicados a las líneas de negocio	Ver sección Gestión sostenible de la cadena de abastecimiento			
G4-FS2	Procedimientos para evaluar y controlar los riesgos medioambientales y sociales en las líneas de negocio				
G4-FS3	Procesos para monitorear la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones				
G4-FS4	Proceso (s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio				
G4-FS5	Interacciones con clientes / sociedades participadas / socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades tanto medioambientales como sociales				
G4-FS8	Valor monetario de productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos				
G4-FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas y procedimientos de evaluación de riesgos ambientales y sociales				
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático				
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1) + Suplemento sectorial, ver hoja Suplemento G4				
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) + Suplemento sectorial, ver hoja Suplemento G4				
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) + Suplemento sectorial, ver hoja Suplemento G4				
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI				
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación				Este contenido se reporta de manera parcial por la naturaleza del informe dado que la información reportada por las compañías no permite mostrar de manera consolidada una representación de la gestión del sector.
ASO-5	Consumo de agua, energía, papel y residuos				



ANEXO 2
**OTROS CASOS
QUE ACERCAN
LA BANCA A LOS
COLOMBIANOS.**

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

GESTIÓN DE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA

INNOVACIÓN
EN CANALES
Y PRODUCTOS



BANCOOMEVA

Banca Móvil

Buscando el desarrollo de los canales digitales y preparándose para los nuevos retos que enfrenta el sector financiero, en cuanto a servicios innovadores, diferentes, auto gestionables y no presenciales, Bancoomeva implementó la banca móvil, la cual proporciona mejores y mayores servicios con seguridad, facilitando la interacción y autogestión del usuario.

Bancoomeva es una organización socialmente responsable con el medio ambiente, es por esto que utilizamos las tecnologías digitales como medio para preservar y cuidar el medio ambiente.

Centro de relacionamiento de clientes

Como parte del proyecto de consolidación del centro de relacionamiento de clientes, a través de la potencialización del centro de contacto, Bancoomeva activó dos nuevos canales de servicio que permiten acercar aún más a sus asociados, clientes y usuarios en general, mediante el uso de la tecnología de internet. Estos nuevos canales son: chatea con nosotros y llámanos web.

7.003

millones transferidos por la tecla.



Chatea con nosotros: este canal de servicio permite a los asociados, clientes y usuarios establecer una sesión de chat en línea desde el lugar donde se encuentren para orientarlos, entregarles información de productos y servicios, y solucionar sus requerimientos e inquietudes. No se requiere la instalación de ningún elemento adicional de software por parte del usuario y no tiene costo. Este servicio permite a los usuarios entablar conversaciones en línea (chat) mediante una conexión a internet a través de portal del Banco: www.bancoomeva.com.co.

Llámanos web: solución que permite a los usuarios desde el portal del Banco establecer una llamada telefónica con uno de los asesores de la línea de atención entregando un acceso gratuito más fácil a los servicios al comunicarse con un solo “clic”. Esta opción permite tener una llamada con la misma calidad de una llamada convencional vía web. De igual forma, a internet a través de portal del banco: www.bancoomeva.com.co.

Para el banco y el grupo empresarial, los beneficios más importantes están en la cercanía con los asociados y clientes, en tener canales a menor costo para interacciones sencillas y rápidas, aprovechar el potencial de desarrollo como canal de servicio y ventas, y tener un canal que soporta información complementaria a la página web y otros canales.

DAVIVIENDA

DaviPlata siempre ha sido una plataforma innovadora y está en constante búsqueda de soluciones digitales que generen valor en los clientes. Por esta razón, y entendiendo las nuevas formas de relacionamiento social y de interacción con la banca por parte de las personas, se lanza al mercado la **“Tecla de la Casita Roja”**. Una solución que permite a los clientes pasar plata a otro colombiano estando en cualquier red social solo usando el teclado de su celular, sin tener que entrar a la aplicación de DaviPlata y sin necesidad que la persona a la que le envía la plata sea cliente de DaviPlata, ofreciendo una **experiencia 100% digital**.

Con el compromiso y trabajo en equipo de diferentes áreas del banco se logró en tiempo record poner en marcha la funcionalidad de la “tecla de la casita roja”. En tan solo 3 meses de trabajo continuo y constante se lograron hacer los desarrollos tecnológicos y de integración entre la plataforma de DaviPlata y la startup internacional, PayKey de Israel. Adicional, se logró ser el primer banco a nivel mundial en lanzar masivamente el concepto de pasar plata estando en redes sociales. Se lograron 1.038.737 nuevas descargas, 582.905 clientes nuevos, 1.461.740 transacciones a través de la Tecla y \$7.003 millones transferidos por la tecla.



BANCO FINANDINA

Este banco ha venido trabajando desde hace varios años en transformar los procesos de colocación de sus productos y de administración de sus clientes, facilitando la interacción de estos con el banco mediante el aprovechamiento de la tecnología y la innovación. Este proceso de transformación contempla procedimientos de autenticación de los consumidores financieros de forma remota y firma de documentos en forma electrónica, en la forma como se ha venido haciendo en una prueba piloto y en una primera fase con clientes del banco, en el que se tramitan y desembolsan créditos de libre inversión de hasta \$20 millones en corto tiempo, logrando de esta forma dar un salto importante en materia de venta a domicilio, en el cual el cliente no tiene que realizar ningún desplazamiento hasta las oficinas del Banco. Hoy en día la firma electrónica del pagaré se hace en pocos minutos a través de Deceval y el desembolso en no más de 24 horas. En fases posteriores la vinculación será completamente digital y a una mayor velocidad de estudio, aprobación y desembolso.

El lanzamiento de este producto en una primera etapa se realizó en junio de 2017 y a cierre de diciembre se han desembolsado 687 Créditos de Consumo por un monto total de \$10.629 millones, superando las expectativas y proyecciones con esta nueva experiencia que facilita la vida de nuestros clientes, sin papel y sin ir a una oficina.



687 CRÉDITOS

*de Consumo por un monto
total de \$10.629 millones*

BANCO DE BOGOTÁ

En 2017, lanzaron la primera **cuenta de ahorro 100% digital auto gestionable ofrecida en Colombia**. Se puso a disposición de clientes y no clientes tanto en oficinas, como en el portal web y en la aplicación de banca móvil, permitiendo a las personas abrir en aproximadamente 5 minutos una cuenta de nómina, una Libreahorro cuya cuota de manejo mensual es gratis, una Flexiahorro que permite retiros ilimitados gratis y una Rentahorro que ofrece mayor rentabilidad. Al cierre de 2017, lograron la apertura de más de 10.000 cuentas de ahorro digitales y una medición de la satisfacción general de los clientes de 4.8/5.



El anterior resultado lo lograron gracias a la construcción del LAB Digital BDB, un espacio abierto diseñado para el trabajo de equipos interdisciplinarios, en el que la visión, ideas, planes y experimentos se desarrollan bajo el marco de una metodología ágil, que permite lograr soluciones enfocadas en las necesidades de los clientes, que se prueban y evolucionan constantemente. Se sacaron al mercado productos mínimos viables en 16 semanas y el trabajo que allí realizado, se hace de la mano de las diferentes áreas del banco, quienes participan activamente en la construcción de la visión de cada solución para lograr productos y servicios de alto impacto y relevancia para los clientes.

INCLUSIÓN DE COMUNIDADES EN EL SECTOR FINANCIERO



BANCO DE BOGOTÁ

Econocuenta

El Banco de Bogotá creó la Econocuenta con el propósito de contar con productos financieros diseñados para apoyar la inclusión financiera y el ahorro en los colombianos, está disponible desde julio de 2017 y desde entonces hemos logrado la apertura de 34.613 cuentas de ahorros con beneficios de acceso a todos los canales, sin cuotas de manejo asociadas al producto.

Con este producto esperamos impulsar las acciones de inclusión financiera que se vienen adelantando en el Banco de Bogotá.

Ruta de la Inclusión Financiera

El Banco de Bogotá lanzó el proyecto Ruta de la Inclusión Financiera "Un viaje por el progreso del país", oficina móvil que facilita el acceso a los servicios financieros, promueve la educación financiera y acerca a la población a los diferentes canales de la entidad en sus recorridos por los diferentes municipios de la geografía nacional.

La Ruta de Inclusión Financiera del Banco de Bogotá, ha recorrido 53 municipios de nueve departamentos del país (Tolima, Huila, Antioquia, Valle del Cauca, Cauca, Caquetá, Meta, Bolívar y Sucre), beneficiando a más de 13.250 colombianos en el último año.



Adicionalmente, para complementar las acciones de inclusión de la entidad financiera en alianza con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), este año fue incorporado un nuevo **vehículo al programa** (tipo furgón), con el cual se busca llegar a zonas de difícil acceso y poblaciones vulnerables.

M Á S D E 1 3 . 2 5 0

COLOMBIANOS

BENEFICIADOS EN EL ÚLTIMO AÑO.



GESTIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO



BANCO W

Este banco se destaca por sus buenos resultados en la encuesta anual de Satisfacción del Cliente: El indicador de satisfacción ACSI es un Modelo econométrico multivariado de causa – efecto, que calcula el impacto de todos los móviles que afectan directa o indirectamente la satisfacción de los clientes. Se enfoca en medir la experiencia del cliente con el Banco, independiente del producto, canal o servicio que haya utilizado y es comparable con el indicador de otras entidades del sector que ya lo manejan.

La encuesta se realizó en el mes de diciembre de 2017 y arrojó los siguientes resultados:

- Índice de valor percibido 83,9 (Evaluación del cliente con la relación Costo - Beneficio con el Banco.)
- Índice de Satisfacción ACSI 88,4 (Índice de experiencia que mide la satisfacción general, confirmación de expectativas y comparación con el ideal)

El NPS del sector bancario está en 28% y el del Banco W quedó en 75%. El NPS es una medición que nace de la estructura de la base de clientes y sus experiencias integrales con la empresa y que se dividen en promotores (calificaciones de 9 y 10), pasivos (calificaciones de 7 y 8) y detractores (calificaciones de 1 a 6). El NPS es el % de clientes que en forma absoluta permanecen con la empresa y están dispuestos firmemente a recomendar sus servicios.

En línea con nuestra cultura de servicio, durante el 2017 trabajamos para mejorar la experiencia de servicio de nuestros clientes y la relación con ellos a través de tres dimensiones estratégicas: confianza, experiencia y pertenencia.

**Reducir las peticiones,
quejas y reclamos
que generan insatisfacción
en los clientes en un**

60%



CITIBANK

El objetivo central de este proyecto es la reducción de Peticiones, Quejas y Reclamos que generan insatisfacción en los clientes en un 60%. Con base en la meta propuesta de reducción en el volumen de peticiones, quejas y reclamos del 60% en 18 meses, pasar al cierre del proyecto de un volumen de 190.000 a 76.000 PQRs.

Por otro lado, también se buscaba mejorar la experiencia del cliente en la resolución de aquellas PQRs que no podemos mitigar mejorando el empoderamiento de los asesores de servicio, acceso a herramientas de proceso e información que les permita ser más eficientes y mejorar los tiempos de respuesta y mitigar el riesgo de escalamientos al regulador.

Al final los resultados de la iniciativa han sido consistentes, hemos recibido reconocimientos del gremio de servicio al cliente y actualmente hace parte de una de las iniciativas bandera de Citi para crear la mejor experiencia de servicio a nuestros clientes.

GESTIÓN DE LA DIMENSIÓN SOCIAL

GESTIÓN
DEL
TALENTO
HUMANO



BANCO W

Como consecuencia al trabajo que viene realizando este banco, a finales del 2017 obtuvieron un **importante reconocimiento de Great Place to Work® Institute Colombia** como una de las 20 mejores empresas para trabajar en Colombia, ubicándose en el puesto # 9 en la categoría de empresas de más de 500 colaboradores, según el ranking que esta organización genera anualmente. Esta noticia llena de alegría al banco al ser una organización donde se sienten orgullosos del aporte social que a través de las microfinanzas se hacen al país, contribuyendo al bienestar y progreso de miles de familias.

El nivel de logro alcanzado en la gestión del ambiente laboral se atribuye en gran medida al liderazgo integral, a través del cual se escuchan y entienden las necesidades y expectativas de los equipos en aspectos sensibles para ellos, tales como su desarrollo personal y profesional, el reconocimiento y el balance de vida personal.

UNA DE LAS 20
MEJORES
EMPRESAS PARA
TRABAJAR EN
COLOMBIA,
UBICÁNDOSE EN EL
PUESTO # 9



CITIBANK

En compañía con otras ocho multinacionales de distintos sectores de la economía, Citibank crea una red de organizaciones incluyentes cuyo objetivo es compartir, fortalecer y fomentar mejores prácticas enfocadas en crear un ambiente laboral incluyente y diverso, generar atracción y retención de talento y resaltar el valor de la diversidad. Promover, desde el nivel directivo, la diversidad e inclusión laboral y sumar esfuerzos y valores de cada organización hacia todos sus empleados, colaboradores, la comunidad LGBT+ y sus aliados.

Como resultado de esta iniciativa, al interior de Citi se han generado espacios de sensibilización en donde los colaboradores están familiarizándose con los conceptos y el sentido de inclusión, por otro lado, se han dado espacios que nunca antes se habían dado como participar en la marcha LGBTI de Bogotá, en donde por primera vez en la historia del país un banco con otras compañías se une para apoyar la diversidad en sus organizaciones.



COLPATRIA

El centro de servicios de bienestar para los colaboradores, Centro Estar Bien, es un centro de bienestar en el que los colaboradores encuentran diferentes servicios encaminados a la promoción de estilos de vida saludable y otros servicios alineados al sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.

Los servicios que ofrece varían de acuerdo a la programación del área de seguridad y salud en el trabajo y son:

- Zona de lactancia (sala amiga de familia lactante).
- Zona de fisioterapia de seguridad y salud en el trabajo
- 1 consultorio de psicología de seguridad y salud en el trabajo
- 4 Consultorios medicina preventiva y del trabajo

Desde su apertura el pasado 7 de noviembre de 2017 se ha dado atención a 1067 colaboradores en los diferentes servicios.





PROCREDIT

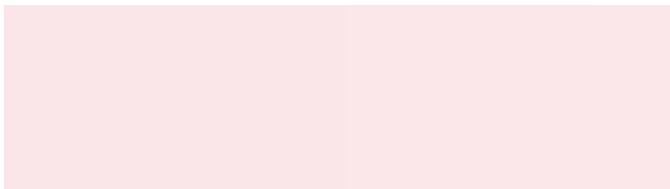
Banco ProCredit Colombia es una organización incluyente cuyo objetivo es el compartir, fortalecer y fomentar no solo en ambientes laborales de la organización; sino también difundir políticas con otras instituciones.

Para lograr este objetivo durante el 2017 y en alianza con la Cámara de Comerciantes LGBT, la RED Seis (Red de seguimiento a egresados de Instituciones Universitarias de Educación Superior) - compuesta por 45 universidades de Bogotá y la región - y la Fundación Sergio Urrego se realizaron actividades de formación y participación en ferias.

Participamos en el patrocinio para el I Encuentro Interinstitucional de Egresados de la Red Seis, el cual se realizó el sábado 28 de octubre de 2017, donde se contó con la participación de 1.140 egresados y 40 universidades de las diferentes IES que conforman la Red Seis.

En este encuentro hablamos de políticas incluyentes del banco y nos acompañó la Fundación Sergio Urrego hablando sobre la prevención de la discriminación y la prevención del suicidio motivado por discriminación en ámbitos educativos.

PARTICIPACIÓN EN EL PATROCINIO PARA EL
1ER ENCUENTRO
INTERINSTITUCIONAL
DE EGRESADOS
DE LAS
RED SEIS



INVERSIÓN EN COMUNIDADES



BBVA

Niños Adelante

Programa de asistencia a niñas, niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad, habitantes de sectores de difíciles condiciones socioeconómicas que entrega a cada uno un morral con útiles escolares como son: **cuadernos, diccionario, cartuchera con lápices, colores, borrador, sacapuntas, regla, pegante y tijeras, una carpeta con papel bond y papel seda, crayones, vinilos y pinceles y un recipiente para líquidos.**

Entre los principales resultados están el ayudar a disminuir la deserción escolar ya que los estudiantes que tienen los útiles escolares, faltan menos. Cumplir con los deberes escolares al tener los materiales para hacerlos, ayudar económicamente a las familias ya se ahorran los gastos de los útiles escolares y en algunos casos aportamos para calzado y uniformes.



Más de

5.000

niñas y niños cada año
se benefician



Escuela Formadores BBVA-Fundación World Coach

BBVA y World Coach han llevado su programa Escuela de Formadores a regiones como el Catatumbo, en donde está en El Tarra y Tibú; a Arauca, en Fortúl, Saravena y Arauquita; a Antioquia; en Briceño, El Bagre; a Nariño; en Tumaco, Cumbal, Ipiales y Barba-coas; a Cauca; en Toribío vereda Tacueyó; y en Argelia, en la vereda El Plateado. También ha llegado al Chocó, en Itzmina y Quidbó; al Meta, en Vistahermosa y Villavicencio; a Tolima, en Planadas y Gaitania; a Huila, en Pitalito y Neiva; y a Caquetá, en Puerto Rico y Florencia.

Desde el inicio de esta alianza en el año 2012, más de 5.000 niñas y niños cada año se benefician de cada uno de los programas como son los de formación a los “profe” a quienes se entrega material técnico como petos, uniformes, guayos, balones, conos y demás implementos para que los entrenadores puedan cumplir con su trabajo.

Entre las enseñanzas podemos mencionar: el alcance dentro de las comunidades de los líderes deportivos a través de los cuales se puede mediar en la resolución de conflictos y en llevar a los partes en conflicto a puntos neutrales como las canchas de fútbol. De otro lado la combinación fútbol, asistencia y rendimiento escolar hace que los jóvenes asistan de manera constante a la escuela a saquen buenas notas. De otro lado se ha logrado en Bahía Portete, Guajira y en Tierrabomba, Bolívar que los niños aprendan y trabajen en la recuperación de sus danzas autóctonas por medios de docentes dedicados a la investigación y al trabajo de recuperación de temas ancestrales.

DAVIVIENDA

Cultivarte es el programa social bandera del Banco Davivienda y sus filiales, con el cual se busca crear espacios para impulsar a niños y adolescentes (entre los 6 y 17 años) a desarrollar su potencial, por medio del uso del tiempo libre en actividades lúdicas, culturales y artísticas. Este programa es posible gracias a una alianza público-privada entre las diferentes Alcaldías y Davivienda, la cual garantiza la sostenibilidad del programa y la apropiación del mismo por parte de las comunidades.

A lo largo de estos 6 años de operación hemos atendido más de 154 mil niños, niñas y jóvenes. **Durante 2017 tuvimos más de 73 mil visitantes, con un promedio de 71 asistentes diarios por sede.** Dichos asistentes disfrutaron de actividades lúdicas, recreativas y jornadas académicas. De ellos, 12 mil participaron activamente en programas de promoción de lectura, música, arte y educación financiera.

Nuestro objetivo es continuar mejorando la calidad de nuestro programa, seguir abriendo nuevas sedes, e impactar a cada vez más niños en las comunidades donde tiene presencia el banco. Para 2018 hemos proyectado 10 aperturas Colombia y 4 más en Centroamérica.



EDUCACIÓN FINANCIERA



FALABELLA

El Programa Eddu Te Ayuda, es una iniciativa corporativa que impulsa el conocimiento en temas financieros a estudiantes de colegios públicos, de escolaridad entre noveno y onceavo grado, del programa Haciendo Escuela que apadrina tiendas Falabella. Para el desarrollo de este proyecto, voluntarios de Banco Falabella visitan los colegios y desarrollan talleres lúdicos y formativos sobre el ahorro y presupuesto; y enseñan a través de un juego de mesa sobre tips financieros. Esta iniciativa está representada por el personaje Eddu, quien es la imagen corporativa de esta campaña.



Como logro, el programa propone entregarles a los jóvenes, herramientas que les permita tomar de manera acertada decisiones financieras. Los resultados esperados frente a los finales son evidenciados en el Torneo de Educación Financiera, resultado final del programa, donde participan los 100 mejores estudiantes, que durante todo el programa se destacarán en el desarrollo de las actividades y el juego de mesa. Superando así brechas financieras y donde se evidencia en los jóvenes en el reconocer que los ingresos, gastos, y responsabilidades a nivel financiero, para el caso de un hogar son muy importantes.



BBVA

Educación Financiera es una iniciativa de BBVA que tiene como objetivo ayudar a las personas a tomar decisiones financieras informadas, en este sentido BBVA por medio de una aula móvil que recorre el país, ha formado a más de 150.000 colombianos en finanzas personales a través de 500.000 talleres de tarjeta de crédito, ahorro, seguridad transaccional y salud crediticia.

El programa ha visitado más de 125 ciudades y municipios del país, ha capacitado a cerca de 150.000 personas, ha dictado 500.000 talleres en 250 empresas e instituciones públicas y privadas, de Colombia.



DAVIVIENDA

Davivienda creó el portal Mis Finanzas Para Invertir, www.misfinanzasparainvertir.com, que rompe el paradigma acerca de que estos temas son únicamente para personas preparadas y conocedoras del tema de inversiones. El objetivo principal es brindar conocimientos y criterios a personas no expertas en inversiones para que los orienten a tomar mejores decisiones de manera informada para alcanzar sus metas de inversión.

Este portal se desarrolló entre las áreas de Educación Financiera, Banco Patrimonial y aliados expertos en inversiones y educación. Está compuesto por 7 cursos virtuales así: Ahorrar e invertir para alcanzar sus metas, Cómo invertir en las principales empresas del país, Invertir en los Fondos Voluntarios de Pensiones, Invertir en Multiportafolios, Invertir para Construir Patrimonio, Invertir para el Retiro y Planes Institucionales, además de una sección de noticias que se actualiza a diario (blog) y vocabulario financiero. Mis Finanzas para Invertir se encuentra al aire desde el 11 de abril de 2017 y al 31 de diciembre del mismo año reportó importantes cifras como: 15.628 visitas, 499 cursos terminados. El blog, a diciembre de 2017 había publicado 140 artículos, 1 video y 43 infografías. Este blog finalizó con 16.049 visitas, 11.586 usuarios y 61.975 visitas a páginas dentro del mismo. El promedio de navegación del portal fue de 4,15 minutos. Adicionalmente cuenta con una sección de atención en línea llamada Contáctenos que les permite a las personas comunicarse con expertos calificados para recibir una asesoría adecuada, conocer más sobre productos de inversión y qué beneficios tienen.





COLPATRIA

Scotiabank en alianza con la fundación Junior Achievement se encuentra trabajando en el programa “Economía para el Éxito”, el cual busca en seis sesiones integrar educación financiera y construcción de proyecto de vida en jóvenes entre los 13 y 16 años, pertenecientes a noveno y décimo grado de instituciones educativas públicas de Bogotá. En este programa, se abordan temas como: presupuesto, ingresos netos e ingresos brutos, créditos, usos y desventajas de usar una tarjeta de crédito, etc; como también temas relacionados con intereses y valores de los jóvenes y todo lo que lo que tiene que ver con la importancia de la educación y el éxito.

Durante el segundo semestre de 2017, se inició la segunda fase de este proyecto, y hasta la fecha se han capacitado 580 jóvenes de 7 instituciones educativas, gracias al apoyo de 15 de nuestros voluntarios Colpatria, para un total de 90 horas de voluntariado. Este programa además cuenta con un espacio llamado Innovation Camp, donde los jóvenes que participan del programa, utilizan las herramientas ofrecidas en las sesiones, para plantear soluciones innovadoras a una problemática financiera determinada. Allí, nuestros voluntarios cumplen una importante tarea al ser mentores de los jóvenes en este desafío.

ECONOMÍA PARA EL ÉXITO



GESTIÓN DE LA DIMENSIÓN AMBIENTAL



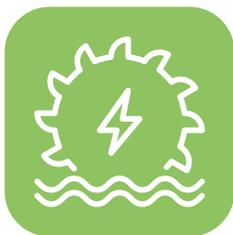
DAVIVIENDA

En 2017 Davivienda realizó su primera emisión de Bonos verdes por un monto total de 433 mil Millones de pesos, la más grande en Colombia, y un plazo de 10 años; la Corporación Financiera Internacional (IFC), parte del Grupo Banco Mundial, y que es considerada una de las principales promotoras de inversión verde a nivel global adquirió la totalidad de la emisión.

La emisión de Bonos Verdes por parte de Davivienda permite el financiamiento de proyectos de:

- Energías Renovables: desarrollo de proyectos de generación de energía incluida energía solar, eólica, hidráulica, biomasa, geotérmica y marea.
- Eficiencia Energética: proyectos para la implementación de medidas que permitan disminuir el consumo de energía, uso de energías residuales, equipos o productos que permitan hacer uso eficiente de energía, sustitución de combustibles o reemplazo de vehículos y en general proyectos que permitan la reducción de emisiones de GEI
- Eficiencia hídrica: proyectos para la reducción de uso de agua, modernización de instalaciones, reutilización de aguas, entre otros.
- Construcciones Sostenibles: Edificios con certificaciones ambientales locales o internacionales reconocidas.

Para dinamizar el mercado y atraer nuevos clientes, el Banco ha acompañado esta estrategia con tasa preferenciales y acompañamiento técnico a clientes para desarrollar proyectos que incorporen la Construcción Sostenible. Esta estrategia mantiene por 10 años recursos específicos para el financiamiento de proyectos que contribuyen a la mitigación del cambio climático.



EMISIÓN DE BONOS VERDES POR
MILLONES DE PESOS
433 MIL