



ASOBANCARIA

Acercando la banca a los colombianos

# INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2018



## 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

---

PricewaterhouseCoopers (PwC)

---

Babel Group

—  
**Acercando  
la banca  
a los  
colombianos**

”



# 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

Generalidades del sector financiero y Asobancaria

Sobre la encuesta de sostenibilidad

Grupos de interés

La sostenibilidad en el sector financiero

Contribución del sector a los ODS desde sus asuntos materiales

Cómo leer este informe

### 3. Competitividad

3.1 Hechos destacados

3.2 Rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sistema financiero

3.3 Innovación de canales y productos

3.4 Seguridad digital

3.5 Inclusión de comunidades en el sector financiero

3.6 Gestión del consumidor financiero

### 4. Confianza

4.1 Hechos destacados

4.2 Gobierno corporativo riesgos y ética

4.3 Lucha contra la corrupción

4.4 Balance del escenario económico del sector

4.5 Gestión del talento humano

4.6 Inversión en comunidades

4.7 Educación financiera

### 5. Sostenibilidad

5.1 Protocolo verde

5.2 Gestión sostenible de la cadena de abastecimiento

### 6. Retos para el sector

### 7. Directorio de compañías afiliadas a Asobancaria

### 8. Anexos

### GRI 102-46; 102-52; 102-50

Asobancaria y sus entidades afiliadas presentan a sus diferentes grupos de interés el desempeño del sector financiero en Colombia en materia de sostenibilidad. Este se construyó siguiendo los lineamientos de *The Global Reporting Initiative* (GRI) para dar a conocer los resultados que se obtuvieron en materia económica, social y ambiental durante el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del 2018. Por medio de este informe se presentan los retos asumidos en 2018, la gestión realizada en torno a los asuntos relevantes que resultaron del ejercicio de identificación y priorización y las metas propuestas para el 2019 y los años por venir.

### GRI 102-48; 102-49

No se reportan cambios significativos con respecto a los periodos objeto del informe en la lista de temas materiales o en su cobertura. En caso de presentarse algún cambio sobre la fórmula o base de cálculo de los indicadores presentados en informes anteriores, o alguna variación significativa, será incluida una explicación en la sección correspondiente.



## GRI 102-54

SE HA ELABORADO ESTE INFORME DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES

# GRI

( *GLOBAL REPORTING INITIATIVE* ) BAJO LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL<sup>1</sup>

Asesoría externa:  
PricewaterhouseCoopers A.G. - PwC.



## GRI 102-53

PARA INFORMACIÓN ADICIONAL, INQUIETUDES O SUGERENCIAS, CONTACTARSE CON [BANCASOSTENIBLE@ASOBANCARIA.COM](mailto:BANCASOSTENIBLE@ASOBANCARIA.COM)

<sup>1</sup> GRI 102-51 El último informe fue realizado en el 2017.

<sup>2</sup> GRI 102-56 Este informe no cuenta con validación externa.

## Carta Presidente Asobancaria



**SANTIAGO CASTRO GÓMEZ**  
PRESIDENTE ASOBANCARIA

En Asobancaria, conscientes que trabajar en la materialización de los objetivos de desarrollo sostenible no solo es una responsabilidad del Gobierno Nacional, reconocemos la necesidad de que el sector privado, en especial el sector financiero, mantenga un rol activo dada su importancia como vehículo y motor de inversión en el país. Consecuentemente, 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, buscamos impulsar el desarrollo futuro del sector, asumiendo con responsabilidad el papel que le corresponde en la sociedad.

A partir del año 2014, a través de nuestro informe de sostenibilidad “acercando la banca a los colombianos”, hemos evidenciado el avance que ha tenido el sector en los temas de desarrollo sostenible, priorizado los asuntos relevantes para nuestros grupos de interés, destacando que a partir del año 2015 iniciamos un ejercicio de homologación de los indicadores de los asuntos materiales con los ODS, (objetivos de desarrollo sostenible) con el fin de definir cuáles de los objetivos representan un mayor riesgo y en cuales una mayor oportunidad.

Este ejercicio, sin duda, sirve como direccionador para que el sector determine sus estrategias de sostenibilidad de forma que estas contribuyan en mayor medida al logro de la Agenda 2030.

El informe de sostenibilidad reporta la gestión que durante el 2018 realizaron las entidades que hacen parte de Asobancaria. Dicha gestión se analiza mediante la información recopilada en una encuesta, la cual presenta sus resultados agrupados por temas e indicadores y tiene en cuenta contenidos del Estándar GRI (Global Reporting Initiative) asociados a cada asunto material. Así mismo, permite integrar información relacionada con la gestión social, ambiental y de gobierno corporativo de las entidades participantes.

Hemos definido como gremio que los contenidos propuestos en la estructura del informe 2018 estén alineados con nuestros objetivos misionales: competitividad, confianza y sostenibilidad. Cada uno de ellos responde a una dimensión de la sostenibilidad: la económica, la social y la ambiental, de tal manera que se integran al aporte de la agenda 2030, fortaleciendo así nuestra estrategia de sostenibilidad.



Desde la dimensión económica y de competitividad, trabajamos por hacer cada vez más competitiva la industria financiera en Colombia. El propósito principal en esta dimensión es llevar a cabo actividades económicas que permitan lograr un crecimiento que se traduzca en mayores ingresos para la sociedad y en una mejor calidad de vida. Para alcanzar este objetivo de manera sostenible, es necesario ser eficientes, competitivos y mejorar la productividad.

Es así como la gestión de las entidades financieras se orienta a que su actividad sea rentable, crezca y tenga estabilidad, lo cual se logra al aplicar elementos como (i) la innovación, creando productos o procesos nuevos o mejorados, (ii) la tecnología, para hacer seguras las operaciones, y (iii) el establecimiento de canales de atención que satisfagan las necesidades de los consumidores.

Aunado a esto, se promueve la inclusión de distintas comunidades en el sector financiero mediante productos que generan beneficio social, tales como microcréditos, productos a estudiantes, productos para población rural, productos que apoyan la vivienda asequible, productos preferenciales para organizaciones benéficas o grupos comunitarios y productos para población con discapacidad. De esta forma, se hace efectiva la intención de extender a los grupos de interés los beneficios del crecimiento económico.

La siguiente dimensión es la social, la cual se relaciona con la confianza. Esto implica para Asobancaria y sus entidades el objetivo de construir y mantener la confianza del sector bancario por parte del público, los reguladores, legisladores, jueces y supervisores, y la comunidad financiera internacional.

En esta dimensión, y como resultado del proceso de homologación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se involucran, además de los objetivos señalados en la dimensión económica, algunos relacionados con salud y bienestar, educación de calidad, igualdad de género y ciudades y comunidades sostenibles.

Si bien la combinación ideal de factores para lograr el éxito en los negocios se atribuye generalmente a aspectos de desempeño y estrategias de mercado, la confianza es un componente fundamental para que las organizaciones realmente se mantengan en el tiempo.

En efecto, hoy la confianza se constituye como un elemento crucial a la hora de adquirir cualquier producto o servicio. El sector, entendiendo esta realidad, busca fortalecer los lineamientos que guían su gobierno corporativo y las reglas que evitan riesgos de incumplimiento y faltas a la ética, de forma similar, se emprenden estrategias para combatir la corrupción en todas sus formas.

Somos también conscientes de que el capital humano es un valioso recurso para crecer y mejorar el desempeño de las entidades, y de allí que se invierta en su capacitación, retroalimentación y beneficios,



así mismo, y como parte de nuestro esfuerzo para extender los beneficios del crecimiento económico en las comunidades, se invierte en programas que propenden por mejorar su calidad de vida, muchos asociados a emprendimiento, salud, medio ambiente, arte y deporte. A esto se suman programas de capacitación financiera dirigidos a diversos grupos, niños, adultos y jóvenes, aportando así las herramientas para que sus decisiones sean informadas.

Desde la dimensión ambiental, Asobancaria y sus agremiados vienen promoviendo acciones que impacten positivamente en la sociedad y que permitan una proyección efectiva de la banca como sector fundamental para el desarrollo del país en el mediano y largo plazo.

Los esfuerzos para implementar acciones sostenibles ofrecen una gran oportunidad para que las entidades demuestren su compromiso de operar de manera responsable y tener un impacto positivo.

Un modelo de negocios sostenible también resulta beneficioso para las entidades al adoptar prácticas que generan ahorros y oportunidades de negocio, como es el caso de las estrategias de ecoeficiencia y líneas verdes respectivamente. Además, nos permite prepararnos frente a riesgos en temas ambientales, sociales y de cambio climático.

Adicionalmente, el sector tiene el potencial para crear efectos multiplicadores en toda su cadena de abastecimiento al evaluar a sus proveedores e impulsar buenas prácticas de compras sostenibles.

Asobancaria pone a disposición de sus asociados el ejercicio que se presenta a través de este informe el cual permite identificar aquellos temas que son considerados determinantes (materiales<sup>1</sup>) para gestionar la sostenibilidad del sector financiero.

Durante el 2019, 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.

## **Santiago Castro Gómez.**

Presidente de Asobancaria.

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

## Carta Presidente Junta Directiva

El sector financiero y en particular el bancario, juega un papel fundamental en el funcionamiento de la economía colombiana en tanto que constituye un canal idóneo para irrigar el ahorro hacia el total de actividades productivas. En este sentido, propender por su sano crecimiento, combinando rentabilidad y estabilidad, significa la generación de un entorno económico favorable para el desarrollo de los hogares y las empresas.

El enfoque hacia la sostenibilidad de este sector nace de la necesidad de enfrentar las situaciones cambiantes que demandan instituciones capaces de crecer económicamente a la vez que contribuyen al desarrollo de los países en aspectos de carácter social y ambiental.

Como parte de la actividad económica, el sector tiene el potencial de generar efectos multiplicadores al adoptar y difundir prácticas responsables y transparentes en toda su cadena de valor. Sus decisiones pueden impactar positivamente diversos escenarios como la contribución al mejoramiento de la normativa en el país, la educación financiera de las comunidades y la implementación de nuevas tecnologías, entre otras.

La transformación que ha experimentado la banca en los últimos años y los esfuerzos que ha realizado por llegar cada vez a más colombianos, han sido reflejo de un sector cuya competencia promueve la eficiencia, la calidad del servicio, la inclusión y la modernización. Lo anterior, gracias a factores como: (i) la reducción del costo de los servicios financieros, (ii) las herramientas tecnológicas que han permitido ampliar la cobertura de los servicios financieros a nivel nacional, y (iii) una amplia oferta de productos acordes con las necesidades de todos los usuarios. Además, el crecimiento del sector ha permitido la expansión de la cobertura de nichos del mercado importantes para el desarrollo económico como son el microcrédito y los créditos para las pequeñas y medianas empresas (Pyme).

A pesar de los importantes avances en los diferentes asuntos materiales que presenta nuestro informe de sostenibilidad “Acercando la Banca a los colombianos” es necesario hacer énfasis en los retos y oportunidades que tiene el sector para cada dimensión de la sostenibilidad

Desde la dimensión económica y de competitividad, trabajamos por hacer cada vez más competitiva la industria de la banca en Colombia, con retos importantes en los temas que representan la materialidad en esta dimensión:

### Innovación de canales y productos

- La implementación de espacios de innovación es una oportunidad para el 43% de las entidades financieras que aún no cuenta con espacios de este tipo (ej. fábricas, incubadoras, laboratorios o aceleradores). Estos espacios permiten y facilitan el desarrollo de la innovación para generar soluciones de corto, mediano y largo plazo.



**JUAN CARLOS MORA**  
PRESIDENTE JUNTA DIRECTIVA  
DE ASOBANCARIA

**A pesar de los importantes avances en los diferentes asuntos materiales que presenta nuestro informe de sostenibilidad “Acercando la Banca a los colombianos” es necesario hacer énfasis en los retos y oportunidades.**

## Seguridad digital

- En 2019 se espera que más entidades financieras implementen estrategias de ciberseguridad para poder aumentar el alcance de los proyectos y propuestas desarrolladas a lo largo del 2018 en materia de talleres y simulaciones que impulsan la ciberseguridad.

- Fortalecer las capacidades del sector y la gestión de las amenazas informáticas y lograr ser el principal centro de respuesta y gestión de incidentes de seguridad de la industria bancaria con en CSIRT Financiero.

### **Inclusión de comunidades en el sector financiero:**

- Lograr un indicador de bancarización del 82,2% y 69,3% de uso, con respecto al resultado en 2018.

- Disminuir en 0,5 puntos porcentuales el volumen de efectivo en los medios de pago.

- Dado a que cerca del 6% del total de clientes (personas naturales y personas jurídicas) pertenece a un área rural, las entidades deben trabajar en la ampliación de la cobertura en estas zonas, a través de nuevos canales y productos, empleando la tecnología como el principal apalancador.

- Ampliar los puntos de atención que cuentan con facilidades de acceso para personas con discapacidad física, visual o auditiva.

En la dimensión social, se relaciona la confianza. Esto implica para Asobancaria y sus entidades el objetivo de construir y mantener la confianza del sector bancario por parte del público, los reguladores, legisladores, jueces y supervisores, y la comunidad financiera internacional.

### **Gobierno corporativo, riesgos y ética**

- Continuar diversificando la composición de las juntas directivas en cuanto al nivel de dependencia, edad y género de sus integrantes, considerando que el 81% de estos son hombres.

### **Gestión del talento humano**

- En relación a la remuneración salarial, se resalta el hecho de que en los niveles de cargo no existen grandes brechas en términos de igualdad de género, al ser en algunos casos mayor salario para mujeres y en otros para hombres. Sin embargo, en la gerencia media y alta, (vicepresidentes, gerentes o directores) la brecha es más alta, por lo que se identifica como una oportunidad para las entidades, continuar trabajando en pro de la equidad.

- El 100% de las entidades financieras han establecido programas para brindar beneficios a sus colaboradores directos, Sin embargo, tan solo 4 entidades ofrecen programas de beneficios para sus colaboradores indirectos. Por tal motivo, extender los programas de beneficios en mayor proporción a los colaboradores indirectos es una oportunidad para las entidades que aún no lo hacen.



## **Inversión en comunidades**

Ya que a nivel nacional los departamentos con ciudades principales concentran el mayor porcentaje de ejecución de los programas de inversión en comunidades, se considera importante que estos se ofrezcan en mayor medida en las demás regiones del país.

## **Educación financiera**

- La mayoría de las entidades han establecido un programa de educación financiera para sus colaboradores (93% de las que reportan sobre el tema), sin embargo, se considera importante que aquellas que no han extendido su programa a este grupo, lo incluyan. De esta forma se aprovecharían los conocimientos del sector para mejorar las capacidades de los colaboradores en las diferentes temáticas de educación financiera.

Desde la dimensión ambiental, Asobancaria y sus entidades vienen promoviendo acciones que impacten positivamente en la sociedad y que permitan una proyección efectiva de la banca como sector fundamental para el desarrollo del país en el mediano y largo plazo.

## **Productos verdes**

- El sector financiero en Colombia tiene actualmente 9 entidades que están implementando una política o lineamientos específicos para el diseño de productos que promuevan beneficios ambientales. Además, 12 compañías cuentan con productos o servicios asociados a promover proyectos o actividades que generan impactos ambientales positivos. Es un reto para el gremio que cada vez más entidades implementen estrategias que contribuyan al desarrollo sostenible.

- El 27% de las entidades están en proceso o tienen esquemas de medición de impacto de sus líneas verdes. Para el sector financiero, es un reto que el 73% de las demás entidades logren integrar este tipo de esquemas para controlar y evaluar riesgos de una manera objetiva, con el fin de que las líneas verdes tengan mayor alcance.

- Las compañías realizaron inversiones en cartera que genera beneficios ambientales por 1,69 billones de pesos. Es una oportunidad para las entidades implementar nuevas líneas de inversión innovadoras que permitan aportar al desarrollo sostenible del país en varios tipos de industria. Asimismo, para el gremio es un reto hacer mayores inversiones en cartera que genera beneficios ambientales.

## **Sistemas de administración del riesgo ambiental y social**

- El 64% de las instituciones financieras cuenta con una política o lineamientos específicos que permiten determinar los riesgos ambientales y sociales que pueden generar los proyectos financiados. Es un reto para el gremio a partir de la evaluación de este tipo de riesgos, que haya mayor trazabilidad de los recursos suministrados. Por consiguiente, que el 36% de las entidades restantes involucren estas herramientas en su estrategia.

- 1.543 colaboradores de las entidades mejoraron sus competencias en implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio. Es un reto para las instituciones financieras que mayor parte de sus recursos humanos tengan capacidad de analizar los riesgos ambientales y sociales de los productos y servicios ofrecidos.

## **Ecoeficiencia**

- En 2018, 25 entidades desarrollaron iniciativas de ecoeficiencia, tales como gestión de energía, papel, agua y residuos. El reto para el gremio es ampliar el alcance de estas iniciativas con el fin de disminuir sus impactos ambientales y mejorar su rentabilidad.

- El 72% de las compañías tienen algún tipo de seguimiento a sus indicadores ambientales. Es una oportunidad tanto para las compañías que lo hacen, analizar su desempeño y establecer estrategias para mejorarlo, incrementando el uso de tecnología en sus operaciones y para aquellas que no en iniciar el monitoreo, con el fin de establecer líneas base que les permitan establecer estrategias para mejorar su desempeño ambiental.

---

**Las compañías realizaron inversiones en cartera que genera beneficios ambientales por 1,69 billones de pesos.**

### **Cambio climático**

• Las compañías del gremio en su totalidad identificaron riesgos relacionados con el cambio climático. En primer lugar, un reto para el sector consiste en que todas las entidades continúen identificando y compartiendo con las demás asociadas del gremio este tipo de riesgos. Por otra parte, más allá de la identificación, se deben implementar estrategias para mitigar los riesgos ambientales y sociales del cambio climático.

• El 56% de las instituciones financieras hacen medición de su huella de carbono. Es un reto para el gremio que todas las entidades puedan monitorear sus emisiones e implementar estrategias específicas que contribuyan a la mitigación del cambio climático.

### **Cadena de suministro**

• Es un reto para el sector incrementar los proveedores que son evaluados en el proceso de selección con respecto a su uso responsable de los recursos naturales o del impacto ambiental negativo que generan, ya que la proporción aún es mínima respecto de la totalidad de los proveedores evaluados.

• La evaluación de los proveedores es fundamental para tener mayores impactos ambientales positivos. Por esa razón, es un reto para el sector disminuir la brecha entre el número de proveedores con relación comercial vigente que fueron evaluados y aquellos que no.

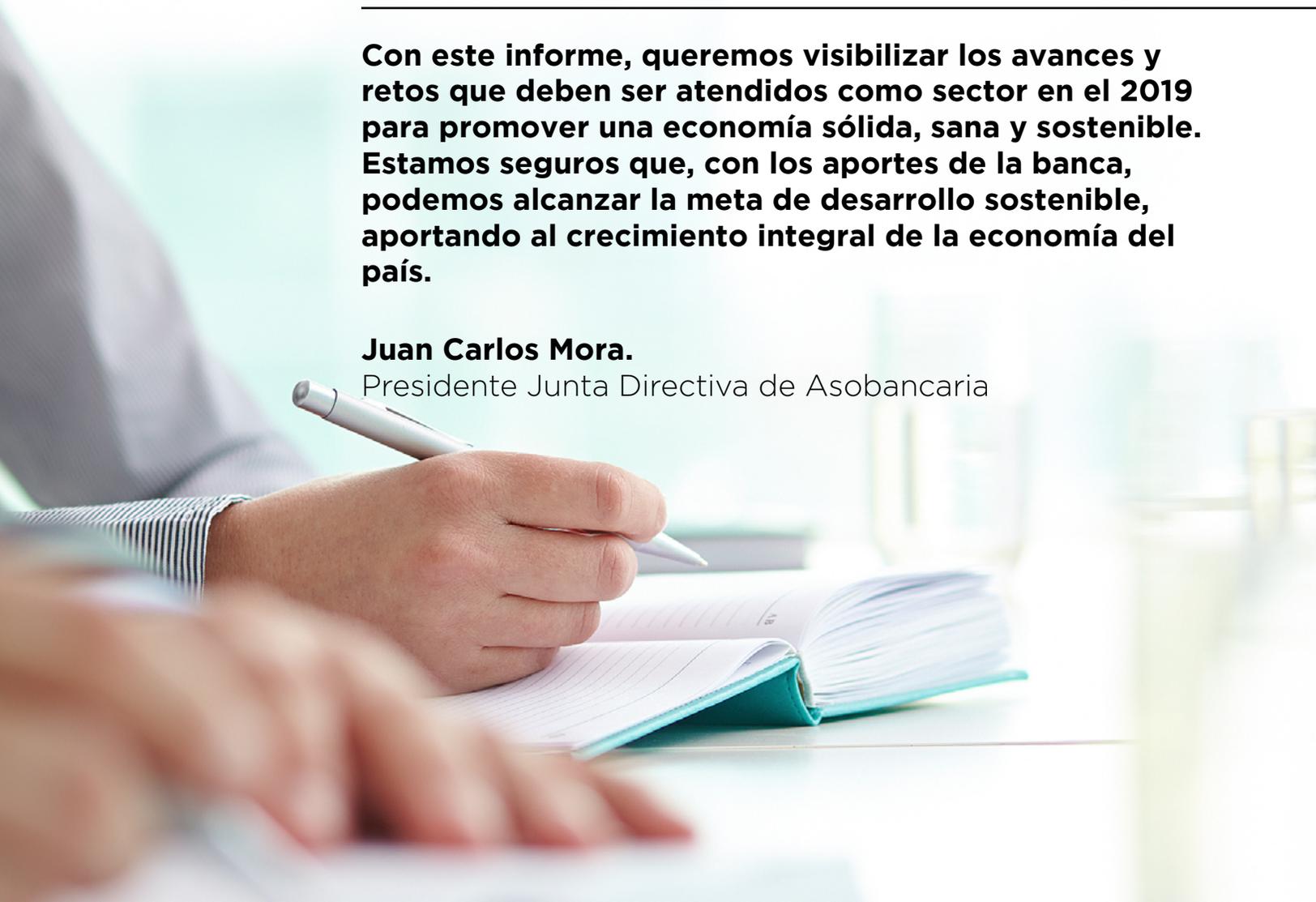
• Las compras verdes son un instrumento que contribuye al desarrollo sostenible de un país, por eso durante el año, 14 compañías trabajaron con sus proveedores y contratistas para que, desde la demanda de bienes y servicios hasta la disposición final de los mismos, se garantice el logro de los objetivos sociales y ambientales que se han propuesto. Es importante resaltar el incremento en el valor pagado sobre dichas compras, reflejando un crecimiento del 52% con respecto al 2017. Es un reto para el sector aumentar el número de Compañías que implementan esta iniciativa con el fin de lograr un mayor alcance e impacto.

---

**Con este informe, queremos visibilizar los avances y retos que deben ser atendidos como sector en el 2019 para promover una economía sólida, sana y sostenible. Estamos seguros que, con los aportes de la banca, podemos alcanzar la meta de desarrollo sostenible, aportando al crecimiento integral de la economía del país.**

**Juan Carlos Mora.**

Presidente Junta Directiva de Asobancaria





2

# **SOBRE EL SECTOR Y ASOBANCARIA**

**Informe de sostenibilidad**

## 2.1 Generalidades del sector financiero y Asobancaria

### GRI 102-1; 102-5; 102-6

La Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia Asobancaria, es una entidad sin ánimo de lucro constituida el 31 de agosto de 1936 y es el gremio representativo del sector financiero colombiano. Fue creada con el objetivo de servir a los bancos para defender los intereses del sector, así como para tener un vínculo permanente con las instituciones del Estado.

La entidad trabaja constantemente por el desarrollo del sector financiero en Colombia. Partiendo de tres ejes (confianza, sostenibilidad y competitividad) es referente entre los gremios por su liderazgo y credibilidad. En primer lugar, Asobancaria vela por la construcción y el mantenimiento de la confianza en el sector ban-

cario, incluyendo al público, reguladores, legisladores, jueces y a la comunidad financiera internacional. Por otra parte, la entidad promueve incesantemente acciones que impactan positivamente a la sociedad y permiten una proyección eficaz de la banca como base fundamental del desarrollo en Colombia. Finalmente, Asobancaria propende por hacer cada vez más competitiva la industria de la banca en Colombia.

Asobancaria cuenta con juntas sectoriales/estratégicas, además de comités técnicos que actúan como organismos consultivos y subgrupos de trabajo.

El sistema financiero en Colombia está constituido por instituciones financieras y autoridades de intervención. Asobancaria está conformada por las siguientes entidades:



Por otra parte, las siguientes instituciones del Estado son **autoridades de intervención** que ejercen la inspección, control y vigilancia de las entidades financieras:



Banco de la República



Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)



Ministerio de Hacienda y Crédito Público



Superintendencia de Industria y Comercio



Superintendencia Financiera de Colombia



Unidad de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera (URF)



Congreso de la República de Colombia

**Para conocer en detalle la gestión gremial realizada por Asobancaria consulte este enlace: [www.asobancaria.com/sostenibilidad/](http://www.asobancaria.com/sostenibilidad/)**

## **2.2 Sobre la encuesta de sostenibilidad**

### **GRI 102- 45**

Este informe reporta la gestión que durante el 2018 realizaron las entidades que hacen parte de Asobancaria. Dicha gestión se analiza mediante la información recopilada en la *Encuesta de Sostenibilidad 2018* que presenta sus resultados agrupados por temas e indicadores y tiene en cuenta contenidos del Estándar GRI asociados a cada asunto material. Esta encuesta permite integrar información relacionada con la gestión económica, social y ambiental de las entidades agremiadas.

Para la recolección de la información se parametrizó la encuesta en una plataforma virtual, con el fin de facilitar el acceso y el reporte de la información, a través de 18 formularios entre los cuales se encuentran indicadores GRI e indicadores propios del sector definidos por Asobancaria.

La encuesta fue respondida por 30 entidades financieras que representan el 88% del total de entidades de Asobancaria. Cada una de las entidades reportó ciertas secciones de la encuesta, por tal razón, la presentación de cada una de las gráficas analizadas incluye el número de entidades que respondieron.





## 2.3 Grupos de interés

### GRI 102- 40; 102- 41; 102- 42; 102- 43; 102- 44.

Para las entidades del sector, el listado de grupos de interés identificados y priorizados para el reporte 2015 sigue vigente después de su revisión en el reporte 2017. 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 una gestión sostenible en su relacionamiento.



### TABLA 1. CARACTERIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS DEL SECTOR.<sup>5</sup>

#### GRUPO DE INTERÉS



Entidades financieras agremiadas

#### SUBGRUPOS QUE LO COMPONENTEN

- > 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.

#### PROMESA DE VALOR

- > Vincular los intereses de la banca con los objetivos a largo plazo del país para aportar a la construcción de una nación próspera, incluyente y sostenible.
- > 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 apoyados en una visión próspera, sostenible e incluyente para el sector y sus agremiados.
- > 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.
- > Vincularnos con las autoridades nacionales y regionales para sumarnos a la agenda país.

## GRUPO DE INTERÉS

## SUBGRUPOS QUE LO COMPONEN

# PROMESA DE VALOR



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 de sostenibilidad económica, social y ambiental, así como su comunicación permanente.
- > Ratificar nuestro compromiso con el futuro del país y apoyando a las familias colombianas en la construcción de su patrimonio.
- > Crear alternativas innovadoras y sostenibles para mejorar la experiencia con los consumidores del sector.



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. Así mismo, generar sinergias encaminadas a fortalecer el desarrollo del país.



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 próspero, incluyente y sostenible del país.

## GRUPO DE INTERÉS

## SUBGRUPOS QUE LO COMPONENTEN

# PROMESA DE VALOR



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 entrega de información transparente, oportuna y de contexto para líderes de opinión análogos y digitales con quienes sea posible mantener una relación de pedagogía e información abierta y permanente, que les permita transmitir una imagen balanceada sobre el sector financiero colombiano.



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.

En cuanto a las entidades bancarias, estas han fijado mecanismos y estrategias para identificar sus grupos de interés estableciendo relaciones de largo plazo con los mismos. La siguiente gráfica representa el número de entidades que mencionaron a cada grupo de interés, siendo los colaboradores y accionistas los principales actores con los que se tienen mecanismos de relacionamiento.

## GRÁFICA 1. GRUPOS DE INTERÉS CON LOS CUALES SE TIENEN MECANISMOS DE RELACIONAMIENTO PARA CONOCER SUS EXPECTATIVAS Y NECESIDADES (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

Grupos de interés con los cuales tiene mecanismos de relacionamiento para conocer sus expectativas y necesidades



Número de entidades

## 2.4 La sostenibilidad en el sector financiero

El enfoque hacia la sostenibilidad del sector financiero nace de la necesidad de enfrentar las situaciones cambiantes que demandan instituciones capaces de crecer económicamente a la vez que contribuyen al desarrollo de los países en aspectos de carácter social y ambiental.

Para el sector es fundamental un enfoque integral hacia la sostenibilidad con el cual se satisfagan las expectativas del público en general y del consumidor financiero. Por lo tanto, la complejidad del tema requiere un enfoque multidimensional que aborde, entre otros, cuestiones éticas, problemas ambientales, consideraciones de responsabilidad social, políticas públicas y requisitos de gestión sobre riesgos financieros.

Como parte de la actividad económica, el sector tiene el potencial de generar efectos multiplicadores al adoptar y difundir prácticas responsables y transparentes en toda su cadena de valor. Sus decisiones pueden impactar positivamente diversos escenarios como la contribución al mejoramiento de la normativa en el país, la educación financiera de las comunidades y la implementación de nuevas tecnologías, entre otras.

### **Análisis de materialidad**

### **GRI 102-46; 102-47**

El análisis de materialidad del sector fue actualizado para el reporte 2017. Teniendo en cuenta la continuidad y alineación de los asuntos materiales en la ejecución de las actividades del sector financiero, en el reporte 2018 se mantuvieron estos temas.

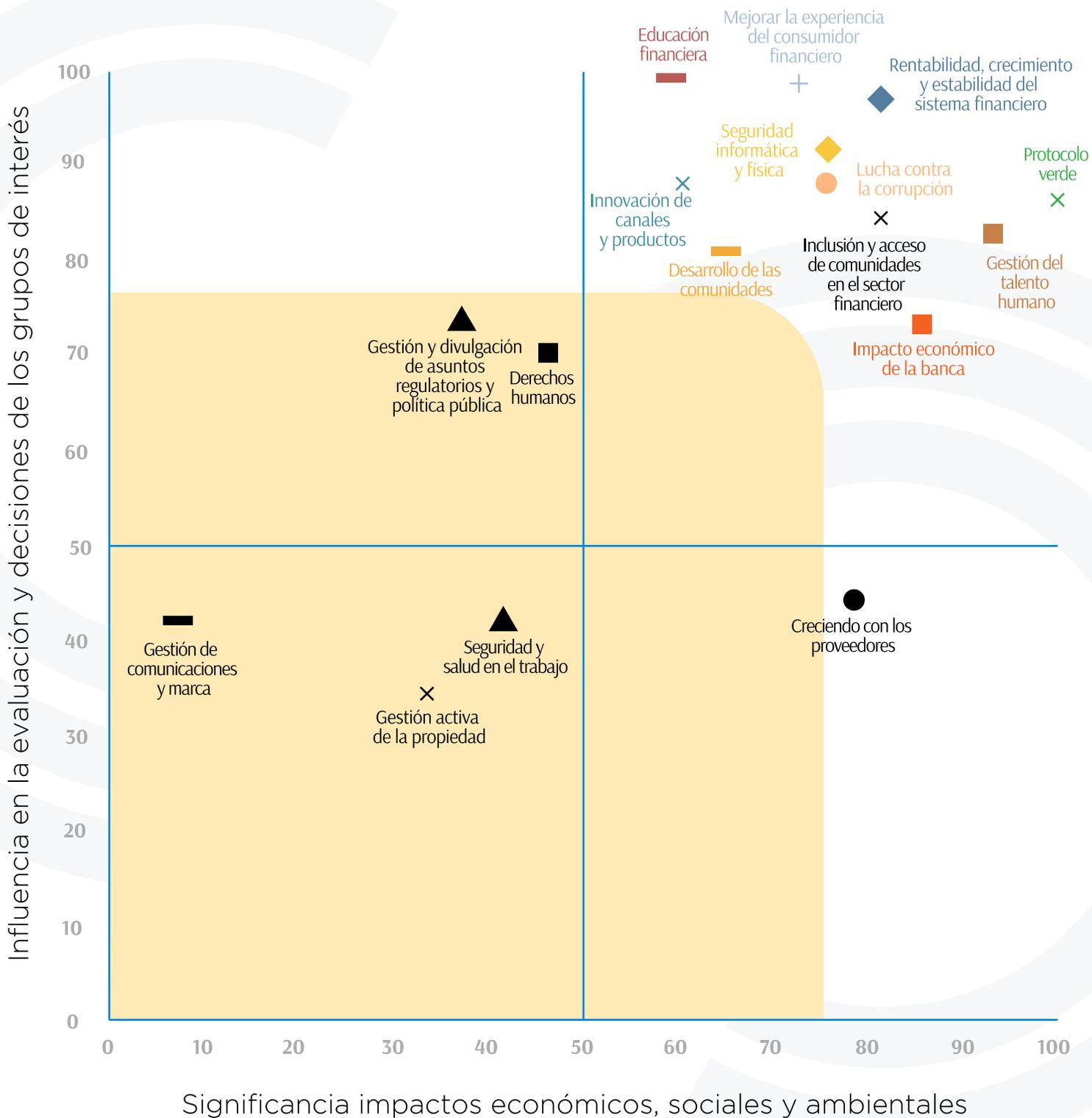
Cada tema material es abordado en las distintas secciones de este informe mencionando la gestión del gremio en cada uno de ellos.

A continuación se relaciona el análisis de materialidad vigente para el sector en Colombia.





## GRÁFICA 2. MATRIZ DE MATERIALIDAD DEL SECTOR.



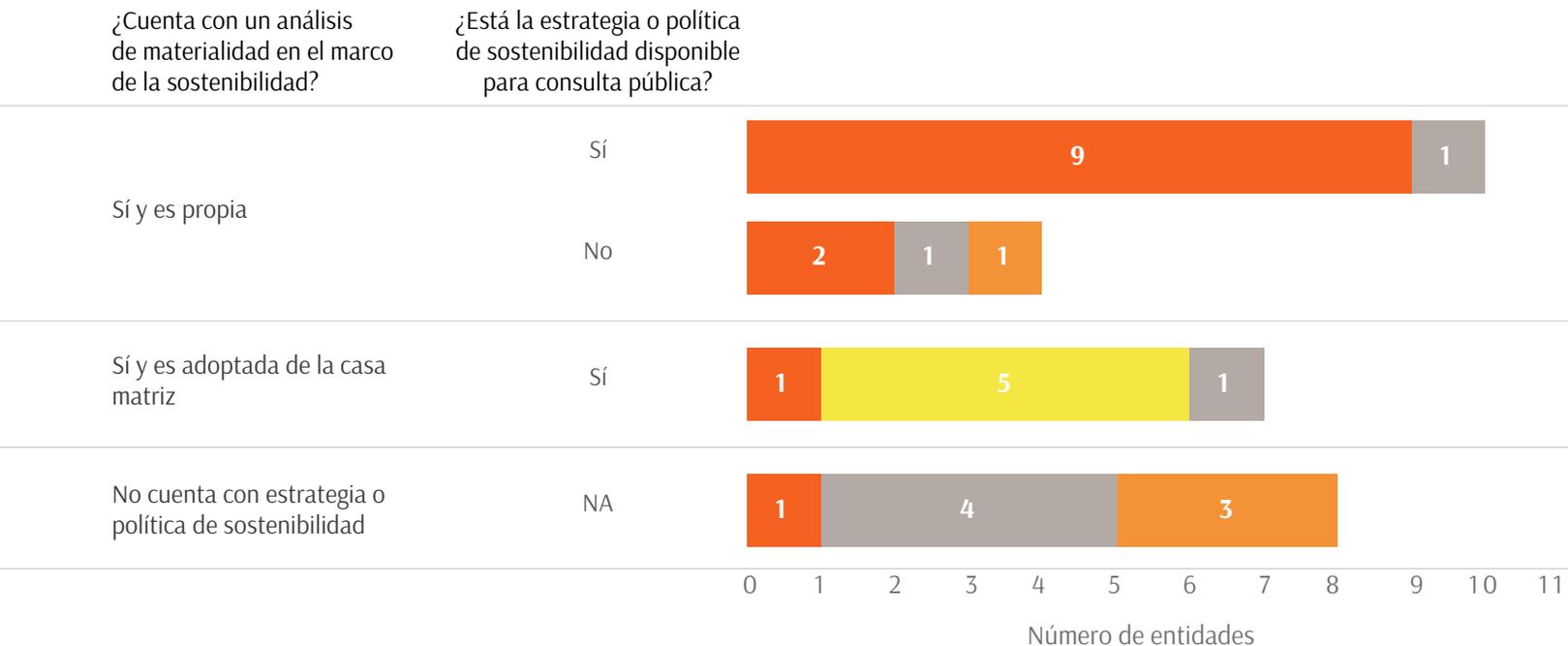
En cuanto al ejercicio de materialidad que realizan las entidades bancarias, se resalta que el 62% cuenta con un análisis de materialidad propio o adoptado de la casa matriz. Adicionalmente, el 72% cuenta con una estrategia o política de sostenibilidad, lo que muestra el compromiso del sector con la sostenibilidad y la tendencia de las entidades de alinear cada vez más su estrategia corporativa con la sostenibilidad.



**62%**

DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS ENCUESTADAS, CUENTA CON UN ANÁLISIS DE MATERIALIDAD PROPIO O ADOPTADO DE LA CASA MATRIZ.

**GRÁFICA 3. ESTRATEGIA O POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD DISPONIBLE PARA CONSULTA Y ANÁLISIS DE MATERIALIDAD**  
(INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES). NA: NO APLICA.



**¿Cuenta con un análisis de materialidad en el marco de la sostenibilidad?**

- No cuenta con análisis de materialidad pero realizará uno propio
- No, pero tendrá en cuenta el análisis del sector financiero en Colombia
- Sí y es adoptado de la casa matriz
- Sí y es propio

# El 72% de las entidades cuenta con una estrategia o política de sostenibilidad propia o adoptada de la casa matriz.

**Iniciativas o estándares relacionados con temas de sostenibilidad**

## **GRI 102-12; 102-13**

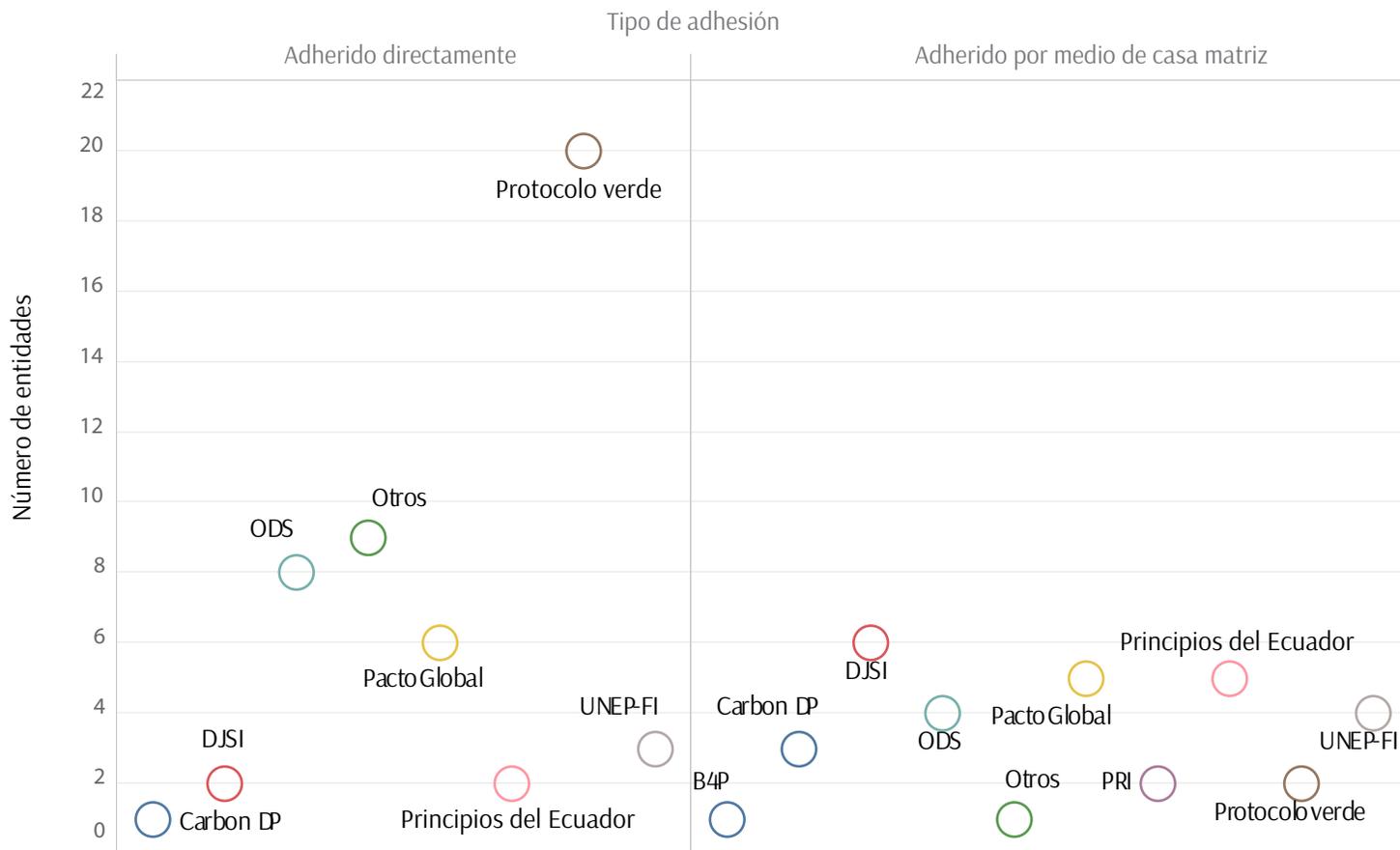
El sector bancario se ha adherido a iniciativas globales como CDP, ODS, PRI, B4P, DJSI y Principios del Ecuador, entre otros, lo que muestra la integración de buenas prácticas en su gestión sostenible. Se resalta la adhesión al Protocolo Verde del 77% de las entidades que reportaron.





## GRÁFICA 4. INICIATIVAS O ESTÁNDARES RELACIONADOS CON TEMAS DE SOSTENIBILIDAD APOYADAS POR LAS ENTIDADES O EN LOS CUALES SE ENCUENTRAN ACEPTADAS

(INFORMACIÓN DE 26 ENTIDADES).



- Business for Peace (B4P)
- Carbon Disclosure Project (Carbon DP).
- Dow Jones Sustainability Index (DJSI).
- Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Otros
- Pacto Global.
- Principios de Inversión Responsable (PRI).
- Principios del Ecuador.
- Protocolo Verde.
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI).



**Informe anual de responsabilidad social o informe de sostenibilidad**

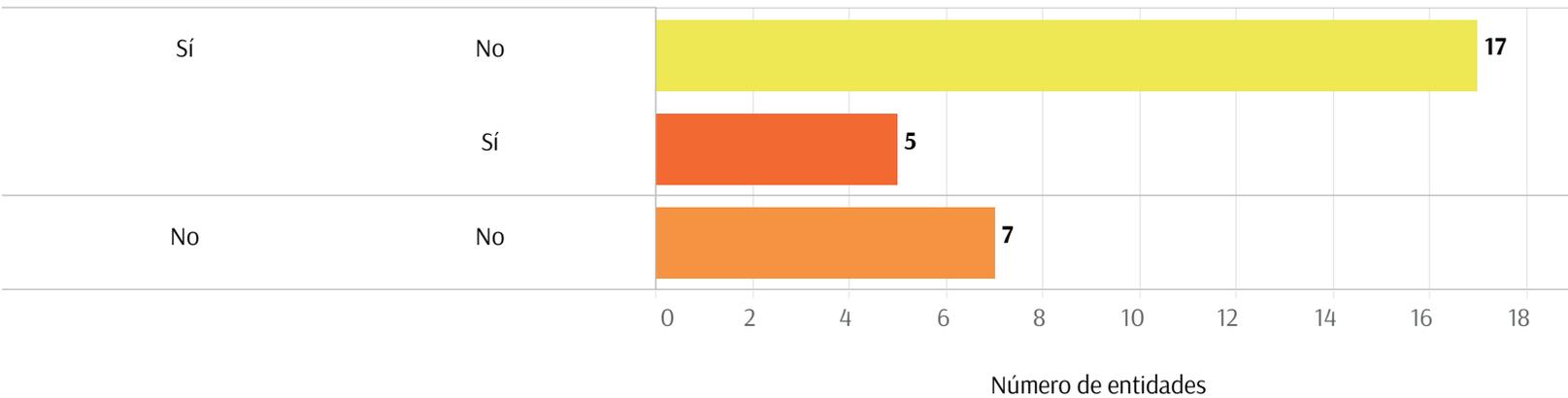
Como parte de su ejercicio de transparencia y comunicación con los grupos de interés, 22 de las 29 entidades reportan su gestión social, ambiental y económica a través de un informe de sostenibilidad propio.



**GRÁFICA 5. ENTIDADES QUE CUENTAN CON INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL O SOSTENIBILIDAD VS. ENTIDADES CUYO INFORME ESTÁ VERIFICADO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE** (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

¿Cuenta con un informe anual de responsabilidad social o informe de sostenibilidad propio?

En caso de tener informe, ¿es verificado por un auditor independiente?



**El 76% de las entidades cuenta con un informe anual de responsabilidad social o informe de sostenibilidad propio.**

## **2.5 Contribución del sector a los ODS desde sus asuntos materiales**

### **Priorización de los ODS**

Con el objetivo de integrar el aporte del sector a la agenda 2030 y con la intención de fortalecer la estrategia de sostenibilidad del gremio, se realizó un proceso de priorización de los ODS para definir cuáles de los objetivos representan mayores retos y oportunidades para el sector en su contribución al desarrollo sostenible.

El análisis fue realizado a través de la herramienta *Global Business Navigator*® de PricewaterhouseCoopers (PwC), que cuenta con el análisis de más de 200 fuentes de datos en donde se evaluó el desempeño de los países comparados con cada meta de los ODS.

Los ODS han sido priorizados con base en los siguientes criterios:



## **SDG SELECTOR**

- ODS EN LOS QUE EL SECTOR FINANCIERO GENERA UN MAYOR IMPACTO.
- ODS QUE SE CONSIDERAN UNA OPORTUNIDAD POR PARTE DEL SECTOR FINANCIERO.
- OBJETIVOS PRIORITARIOS PARA EL PAÍS.



## **CONPES**

- OBJETIVOS ASOCIADOS A FINANCIAMIENTO POR EL CONPES 3918 DE 2018.

Como resultado de este proceso se obtuvo la siguiente pirámide que muestra de manera descendente la relevancia de los ODS para el sector financiero en Colombia. Esta priorización servirá para que el sector determine estrategias de sostenibilidad que contribuyan en mayor medida al logro de la Agenda 2030.

En el primer escalafón se clasifican los objetivos prioritarios en mínimo tres de los cuatro criterios; en el segundo escalafón, aquellos que son prioritarios en dos de los criterios; por último, en el tercer escalafón, se ubican los objetivos asociados a uno solo de los cuatro criterios.



## GRÁFICA 6. PRIORIZACIÓN DE LOS ODS



### Alineación de los temas materiales con los ODS

La alineación de los temas materiales con los ODS se llevó a cabo utilizando la guía de *An Analysis Of The Goals And Targets* desarrollada por Global Compact, Global Reporting Initiative (GRI) y PricewaterhouseCoopers, tomando como referencia las actividades, iniciativas y gestiones del gremio en el marco de la generación de valor económico, social y ambiental orientados a contribuir al progreso de los ODS.

El ODS 17 *Alianzas para lograr los objetivos*, se considera alineado de forma general a las actividades de Asobancaria ya que el eje de su gestión es la creación de alianzas entre entidades financieras y como parte de estas, se busca promover la consecución de los ODS.

En la siguiente imagen se muestra la relación entre los temas materiales y los ODS a los que contribuyen:



## GRÁFICA 7. ALINEACIÓN DE LOS TEMAS MATERIALES CON LOS ODS.

	1 FIN DE LA POBREZA	3 SALUD Y BIENESTAR	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	5 IGUALDAD DE GÉNERO	6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO	7 ENERGÍA ASOMABLE Y NO CONTAMINANTE	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES	13 ACCIÓN POR EL CLIMA	14 VIDA SUBMARINA	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS
Rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sistema financiero	🎯						🎯	🎯							
Innovación de canales y productos								🎯							
Inclusión de comunidades en el sector financiero	🎯						🎯		🎯						
Gestión del consumidor financiero									🎯						🎯
Lucha contra la corrupción															🎯
Balance del escenario económico del sector							🎯								
Gestión del talento humano	🎯		🎯	🎯			🎯		🎯						
Inversión en comunidades				🎯				🎯		🎯					
Educación financiera	🎯								🎯						
Protocolo Verde		🎯			🎯	🎯	🎯			🎯	🎯	🎯	🎯	🎯	
Gestión sostenible de la cadena de abastecimiento				🎯			🎯								🎯



## 2.6 Cómo leer este informe

Se han alineado los objetivos misionales de Asobancaria con las dimensiones social, económica y ambiental para mostrar la articulación entre la estrategia del gremio y el desempeño de las entidades bancarias durante el 2018 en cada una de estas dimensiones.

### GRÁFICA 8. OBJETIVOS MISIONALES DE ASOBANCARIA.





**Cada uno de los objetivos misionales contiene una de las dimensiones abordadas por el informe, acoge los temas materiales y los desarrolla por capítulos.**

**Al cierre de este informe se presentan los retos para el sector, el directorio de compañías afiliadas a Asobancaria, el índice GRI y los casos de éxito del sector financiero desarrollados durante el 2018.**



### **Asobancaria y sus entidades tienen el objetivo de hacer cada vez más competitiva la industria de la banca en Colombia.**

El propósito principal de llevar a cabo actividades económicas en los países es lograr un crecimiento que se traduzca en mayores ingresos para la sociedad y en una mejor calidad de vida. Para alcanzar este objetivo de manera sostenible es necesario ser competitivos, o en otras palabras, lograr productividad y eficiencia.

Es así como la gestión de las entidades financieras se orienta para que sea rentable, crezca y tenga estabilidad, lo cual se logra al aplicar elementos como la innovación al crear productos o procesos nuevos o mejorados, la tecnología para hacer seguras las operaciones y al establecer canales de atención que satisfagan las necesidades de los consumidores.

Sumado a esto, se promueve la inclusión de las comunidades en el sector financiero mediante productos que generan beneficio social. De esta forma se hace efectiva la intención de extender a los grupos de interés los beneficios del crecimiento económico.

Este objetivo misional aborda los temas de la dimensión económica del sector financiero.

**3.1**

**HECHOS  
DESTACADOS -  
DIMENSIÓN  
COMPETITIVIDAD**

**Informe de sostenibilidad**

# 3.1 HECHOS DESTACADOS DIMENSIÓN COMPETITIVIDAD

DURANTE EL

# 2018

LAS ENTIDADES ESTUVIERON  
**EN CAPACIDAD DE CUBRIR**

HASTA  
**1.4**  
VECES

EL TOTAL DE  
**LA CARTERA**  
VENCIDA



MÁS DE

\$ **127.000** MI  
LLO  
NES

INVERTIDOS EN INNOVACIÓN  
POR LAS ENTIDADES  
**FINANCIERAS**

# 197

INNOVACIONES  
PRESENTADAS

POR LAS  
**ENTIDADES**  
FINANCIERAS

INCREMENTALES Y DISRUPTIVAS



EL PRESUPUESTO  
**ANUAL**

PARA LA  
SEGURIDAD  
DIGITAL

DE LAS COMPAÑÍAS  
DEL SECTOR FUE DE

\$ **88** MIL  
MILLONES

EL SECTOR FINANCIERO  
CUENTA CON UNA COBERTURA

DEL **100** %

DE LOS MUNICIPIOS DEL PAÍS

A TRAVÉS DE OFICINAS, CAJEROS Y  
CORRESPONSALES BANCARIOS

\$ **9.9** BI  
LLO  
NES

DESEMBOLSADOS  
POR LA BANCA DE

**PRIMER**  
PISO EN PROYECTOS  
QUE GENERAN  
BENEFICIO SOCIAL

POR CADA

# 10.000

OPERACIONES REALIZADAS

SOLO SE PRESENTAN  
**1,4 QUEJAS**

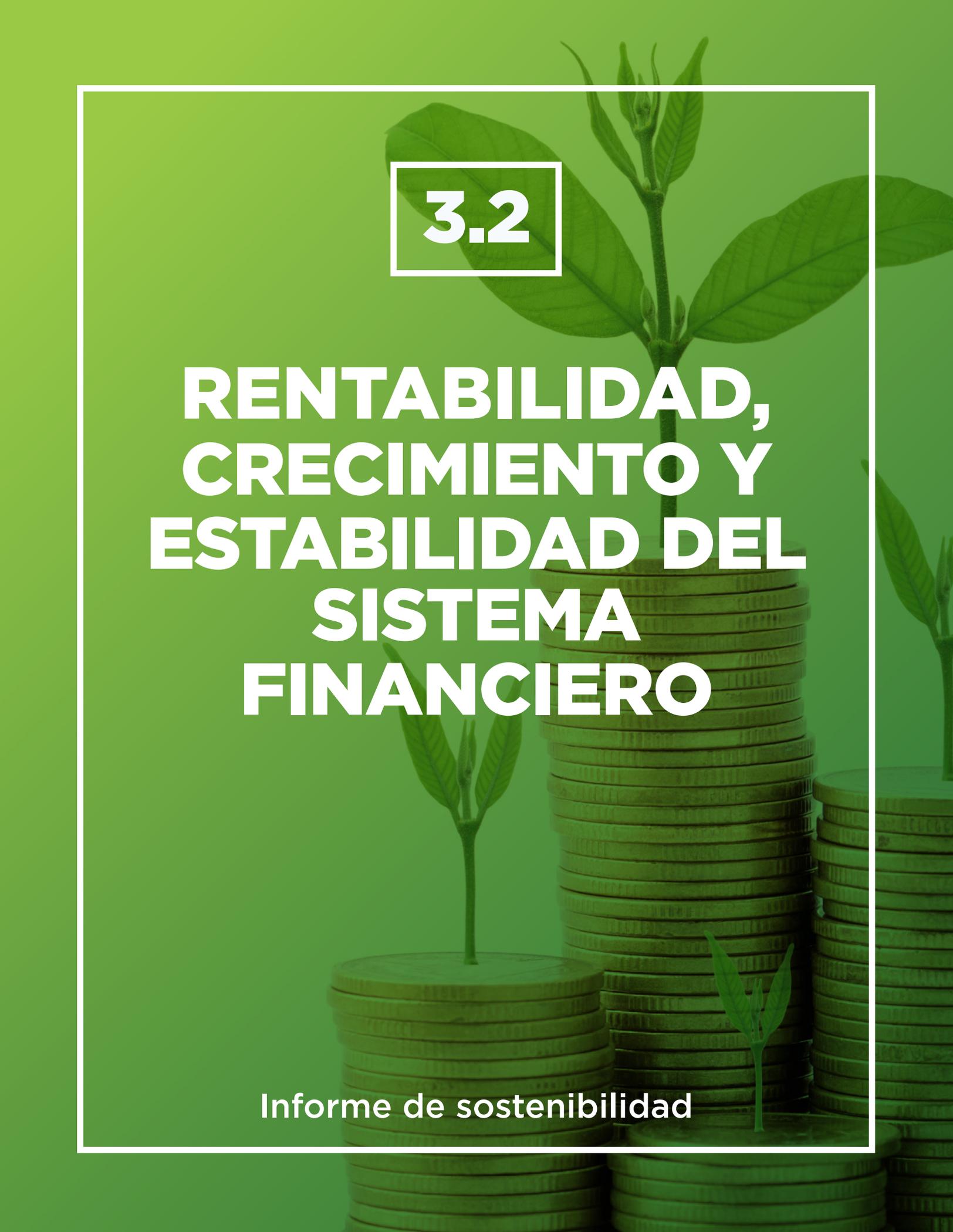
# 82

 %  
DE LOS

CONSUMIDORES  
FINANCIEROS

ESTÁN SATISFECHOS  
CON SU BANCO





**3.2**

# **RENTABILIDAD, CRECIMIENTO Y ESTABILIDAD DEL SISTEMA FINANCIERO**

**Informe de sostenibilidad**

## ODS relacionados

---



**1.4** Para 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos, así como acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de las tierras y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías apropiadas y los servicios financieros, incluida la microfinanciación.

---



**8.3** Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.

**8.10** Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para fomentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todos.

---



**9.3** Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados.

# Lograr la rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sector financiero que favorece el desarrollo de la economía del país, a la vez que promueve el progreso de las comunidades.

## GRI 103-1

El sector financiero y en particular el bancario, juega un papel fundamental en el funcionamiento de la economía colombiana en tanto que constituye un canal idóneo para irrigar el ahorro hacia el total de actividades productivas. En este sentido, propender por su sano crecimiento, combinando rentabilidad y estabilidad, significa la generación de un entorno económico favorable para el desarrollo de los hogares y las empresas.

Implementar las prácticas regulatorias idóneas, así como adoptar los mejores estándares y prácticas internacionales en gestión de riesgos, ha sido una prioridad para el sector, lo que se refleja en indicadores adecuados de actividad, rentabilidad y solidez aún en medio de choques económicos adversos.

La expectativa de la consolidación de la recuperación económica constituye una oportunidad para la expansión crediticia y la profundización de la inversión, lo que se traduce también en mayores niveles de inclusión financiera y en una mayor contribución al desarrollo de segmentos menos favorecidos.

El seguimiento frecuente a los indicadores de rentabilidad, crecimiento y estabilidad de las entidades del sector financiero, permite tener un diagnóstico actualizado de la evolución del sector, así

como de las amenazas y riesgos latentes tanto en el corto como en el mediano plazo.

Esta actividad es un valioso insumo para las distintas direcciones de Asobancaria, lo que permite la generación de alertas y la adopción de estrategias de desarrollo en temas relacionados con la gestión de riesgo, crédito en vivienda y *leasing*, operación y seguridad bancaria, educación e inclusión financiera.

Los análisis se difunden a los agremiados en diversas juntas, comités y mesas de trabajo, lo que permite una visión amplia del sector y de la coyuntura de las entidades bancarias. Determinar el rumbo del sector implica entender y complementar los análisis individuales de cada asociado para obtener una visión conjunta que proporcione soluciones transversales al gremio.

## GRI 103-2

Asobancaria continúa generando diagnósticos relevantes, objetivos, integrales y oportunos de la rentabilidad, el crecimiento y la estabilidad del sistema financiero. La actitud propositiva, y no reactiva, frente a las barreras que representan un riesgo en cualquiera de estos tres ejes, continúa siendo un imperativo para la Asociación.

Es el caso de una propuesta alternativa a la eliminación de los tres ceros en la familia de billetes presentada a la opinión pública en la que se argumentó que en el contexto económico actual la medida de modificar la moneda no es necesaria, se señaló que en un ambiente de estabilidad macroeconómica, dicha medida resultaría costosa e ineficiente, más aún cuando el país se encuentra en el proceso del cambio de la familia de billetes. La mejor alternativa para dejar sin valor dineros ilegales sería culminar la actual transición lo antes posible y, mediante un proyecto de ley, quitar el poder liberatorio a la antigua familia de billetes.

También se entregó al presidente Iván Duque la *Agenda Financiera*, un documento con propuestas para que el nuevo gobierno incorpore políticas que procuren el fortalecimiento del sector, pues su desarrollo resulta fundamental para el continuo avance económico y social del país.

---

## Asobancaria propuso avanzar en cuatro grandes pilares: (i) inclusión financiera y transformación digital, (ii) profundización financiera, (iii) competitividad y solidez y (iv) educación financiera y sostenibilidad.

Adicionalmente, la Asociación realiza informes periódicos que permiten conocer de primera mano la gestión en materia de rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sistema financiero. Entre ellos se encuentra la *Semana Económica* y el *Informe de Tipificación del Sector Bancario*.

Otro de los temas abordados desde la Asociación son los Planes de Continuidad del Negocio (PCN) que consisten en implementar estrategias para recuperar las funciones interrumpidas de forma no deseada. Buscan robustecer los sistemas de las diferentes entidades del sector financiero ante algún evento de crisis que afecte la prestación de servicios y estabilidad de las instituciones.

En este sentido, el gremio se ha enfocado principalmente en incentivar políticas de gestión de crisis. Asobancaria y los bancos han desarrollado planes orientados a la reducción y manejo de crisis como la creación de cartillas que incluyen recomendaciones gremiales para el sector financiero antes, durante y después de una situación catastrófica como sería un escenario de terremoto en Bogotá.



### Competitividad del sector bancario

La transformación que ha experimentado la banca en los últimos años y los esfuerzos que ha realizado por llegar cada vez a más colombianos, han sido reflejo de un sector cuya competencia promueve la eficiencia, la calidad del servicio, la inclusión y la modernización. Lo anterior, gracias a factores como: (i) la reducción del costo de los servicios financieros, (ii) las herramientas tecnológicas que han permitido ampliar la cobertura de los servicios financieros a nivel nacional, y (iii) una amplia oferta de productos acordes con las necesidades de todos los usuarios. Además, el crecimiento del sector ha permitido la expansión de la cobertura de nichos del mercado importantes para el desarrollo económico como son el microcrédito y los créditos para las pequeñas y medianas empresas (Pyme).

En cuanto al portafolio de productos y servicios que ofrecen las entidades bancarias en el país, se observa una mayor participación de la cartera comercial dentro de la cual encontramos los préstamos a las grandes empresas y a las Pymes, 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 dentro de la cartera bruta del sector bancario, seguida por la cartera de microcrédito.

Adicionalmente, desde la perspectiva del pasivo, las entidades ofrecen cuentas de ahorro, cuentas corrientes e inversiones en CDT, entre otros.

Durante el 2018 se presentaron ciertos cambios al interior de algunas entidades. En junio, el Banco Colpatria Multibanca Colpatria S.A. cambió su razón social a Scotiabank Colpatria S.A.E.

Adicionalmente, en ese mismo mes la Superintendencia Financiera de Colombia autorizó la cesión parcial de los activos, pasivos y contratos de Citibank Colombia S.A. como cedente, a favor del Banco Colpatria Multibanca Colpatria S.A. como cesionaria.

### GRI 103-3

El análisis del balance de riesgos externos y locales sobre la dinámica del sector continúa siendo uno de los objetos misionales de la Dirección Económica. Los modelos de equilibrio general, así como los diversos modelos estadístico-matemáticos que sirven como insumo en nuestros análisis y proyecciones están en constante calibración y monitoreo.

En el último año se han fortalecido los modelos de consistencia y balance de riesgos: el modelo de equilibrio general (Pegaso 2.0), el Indicador de Riesgos Macroeconómicos (IRMA), el Indicador de Alerta Bancaria (IAB) y el Indicador de Condiciones Monetarias (ICM), modelos que 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.

Adicionalmente, los modelos económicos y los estudios técnicos realizados permiten realizar comparaciones del estado de la rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sector, respecto de los niveles potenciales del país dado su desarrollo económico. Asimismo, per-



**Informe de tipificación**  
“La banca económica 2017”

miten conocer los rezagos o ventajas frente a los pares internacionales, un hecho que permite identificar las oportunidades de avance local.

# G4-FS6 Porcentaje del portafolio de las líneas de negocio por región específica, tamaño (micro / mediana / gran empresa) y sector.

## Contribución del sector financiero para la vivienda en Colombia

Asobancaria es vocera de sus afiliados en la búsqueda de condiciones óptimas para el desarrollo de la financiación de vivienda en Colombia, para lo cual cuenta con la Dirección de Vivienda que se encarga de estudiar e investigar todos los asuntos económicos, técnicos, operativos, jurídicos y sociales del sector. En este sentido, la Asociación participa permanentemente en la reglamentación de los temas relacionados con la construcción y financiación de vivienda y en el diseño de los distintos programas gubernamentales para el sector, con el objeto de facilitar la participación de la banca en estos.

La financiación de vivienda es una parte fundamental para el sector financiero y cuenta con productos especializados para este fin como son el crédito hipotecario y el *leasing* habitacional, que a su vez cuentan con una variedad de sistemas de amortización tanto en UVR (Unidad de Valor Real) como en pesos, con la particularidad de tener las tasas reales más bajas del sistema financiero, entre otros beneficios para los deudores.

Adicionalmente, la financiación para adquisición de vivienda es el canal natural para que los hogares puedan adquirir vivienda propia, por lo tanto, es un complemento indispensable en la ejecución de las políticas públicas de vivienda que involucran financiación. Durante el 2018 estuvieron disponibles los programas *Mi Casa Ya*, *Mi Casa Ya Subsidio a la tasa de interés (FRECH II)* y el subsidio a la tasa de interés para viviendas No VIS (FRECH No VIS), en los cuales hubo acompañamiento permanente de la Asociación y en cuya ejecución las entidades agremiadas tuvieron la mayor participación.

Asimismo, en el 2018 se estructuró e implementó el subsidio complementario del Distrito de Bogotá al programa *Mi Casa Ya*, el cual contó con la participación de Asobancaria y sus entidades agremiadas logrando una rápida articulación del subsidio distrital y nacional en el marco de este exitoso programa mediante el Resolución 654 del 2018 de la Secretaria Distrital del Hábitat, y la Resolución 1917 de 2018 de Fonvivienda. La Dirección de Vivienda también participó en las reuniones convocadas por el Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio para discutir los planteamientos del programa *Semillero de Propietarios* normado en el Decreto 2413 del 2018.

En conjunto con el desarrollo de los programas que venían de años anteriores, el nuevo gobierno (electo para el periodo 2018-2022) inició su gestión con el lanzamiento de dos nuevos programas para el sector: *Semillero de propietarios* y *Casa digna, Vida Digna*, para los cuales se han anunciado 200 mil y 600 mil cupos a ejecutarse respectivamente en el cuatrienio.

Para el 2019 continúan vigentes los programas del Gobierno Nacional *Mi Casa Ya* y *Mi Casa ya - Subsidio a la Tasa de Interés (Frech II)* y comenzará la ejecución del *Semillero de propietarios* y *Casa Digna, Vida Digna*. El programa FRECH No VIS finalizó en octubre del 2018. Los cupos asignados por cada programa en el 2019 son:



**TABLA 1. PROGRAMAS DE VIVIENDA VIGENTES EN 2019**

Programa	Tipo de Vivienda	Ingreso hogares	Beneficios		Cupos asignados en 2019
			SFV	Subsidio tasa de interés	
<b>Mi Casa Ya FRECH II</b>	VIP	Hasta 8 SMMLV	No aplica	5 pp	4.500
	VIS no VIP			4 pp	20.500
<b>Mi Casa Ya</b>	VIS	Hasta a 2 SMMLV	30 SMMLV	5 pp para VIP y 4 pp para VIS no VIP	5.629 para VIP y 28.179 para VIS no VIP
		Mayor a 2 y hasta 4 SMMLV	20 SMMLV		
<b>Semillero de Propietarios</b>	VIS	Hasta 2 SMMLV	Hasta 0.6 SMMLV	No aplica	40.000
<b>Casa Digna, Vida Digna</b>	No cumplen estándar es mínimos de calidad	Hasta 2 SMMLV	La Meta de Minvivienda son 20 mil mejoramientos y 14 mil titulaciones en 2019.		

\***SFV**: Subsidio Familiar de Vivienda. **VIP**: Viviendas de Interés Prioritario con valor de hasta 70 SML. **VIS no VIP**: Viviendas de Interés Social con valor entre 70 y 135 SML. **VIS no VIP**: Viviendas de Interés Social con valor de hasta 135 SML. **SML**: Salario Mínimo Legal, Mensual Vigente. **PP**: Puntos Porcentuales.



TABLA 2. SALDOS DE CARTERA DE VIVIENDA

Concepto	Tipo	Valor
Saldo de cartera de vivienda al cierre del 2018*	[miles de millones COP]	67.984
Saldo de cartera de vivienda al cierre del 2017	[miles de millones COP]	61.817
Participación de la cartera de vivienda en la cartera total de los bancos en el 2018*	[%]	15,1%
Participación de la cartera de vivienda en la cartera total de los bancos en el 2017	[%]	14,5%
Número de créditos desembolsados en el 2018	[Número]	147.114
Número de créditos desembolsados en el 2017	[Número]	149.244
Monto total de créditos desembolsados en el 2018	[miles de millones COP]	16.756
Monto total de créditos desembolsados en el 2017	[miles de millones COP]	15.012
Número de créditos desembolsados con beneficios (subsídios a tasa de interés) en el 2018	[Número]	72.538
Monto desembolsado de créditos con beneficios en el 2018	[miles de millones COP]	5.039
Número de créditos desembolsados con beneficios (subsídios a tasa de interés) en el 2017	[Número]	79.460
Monto desembolsado de créditos con beneficios en el 2017	[miles de millones COP]	4.518

\*Datos a noviembre del 2018. El saldo de cartera incluye crédito hipotecario, *leasing* habitacional y cartera titularizada. Los desembolsos incluyen crédito hipotecario y operaciones de *leasing* habitacional.

## Leasing en Colombia

En febrero de 2018 Asobancaria asumió la gestión gremial y los oficios que anteriormente lideraba Fedeleasing. Se determinó crear al interior de la Asociación Bancaria la Dirección de Leasing. El gremio entiende que el *leasing* es una alternativa ideal para financiar la adquisición (mediante *leasing* financiero) y facilitar el uso y goce (mediante arrendamiento operativo) de activos fijos productivos a mediano y largo plazo, pues su rol estratégico radica en permitir la consolidación y fortalecimiento de todos los sectores de la economía que requieren inversiones en activos de capital para el desarrollo de su actividad productiva.

Esto es así gracias a la flexibilidad en la estructuración de los planes de inversión mediante el *leasing*, la cual es única en su clase, pues le permite ajustarse a las necesidades y características de cada empresa que a su vez se traduce en acceso a periodos de anticipos y modalidades de amortización que se ajusten al modelo financiero y a los flujos de caja de cada compañía. Es así como en el análisis de riesgo de las operaciones de *leasing* generalmente se configuran como materia de estudio tanto el nivel de riesgo inherente del cliente como el del activo, lo que implica una mitigación del riesgo y menor costo financiero en este tipo de operaciones de cara al cliente y a la entidad financiera.

En el 2018 el *leasing* tuvo un comportamiento sobresaliente y superior al presentado en el 2017. Según las cifras reportadas a la Superintendencia Financiera de Colombia y a Asobancaria, la cartera total de *leasing*, incluyendo los anticipos, fue de 50.55 billones de pesos, 3.66 billones de pesos más que en el 2017, y tuvo un crecimiento real anual del 4.49%, superior en 0.74 pp. al crecimiento del 2017. Cabe resaltar que este crecimiento fue superior al observado en la cartera de crédito total del sector financiero (sin *leasing*) de 2.36% y al de la economía colombiana de 2.7%.



**La gestión del sector en cifras:**

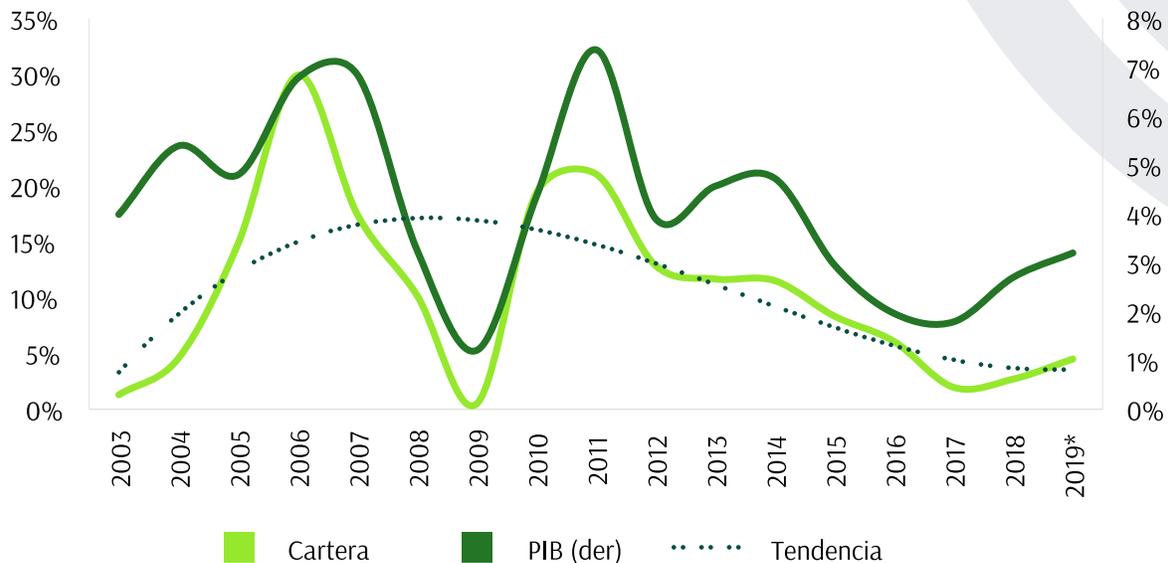
El positivo desempeño de la actividad productiva terminó reflejándose en una mejor dinámica crediticia, todo ello en un contexto de convergencia de la inflación al rango meta del Banco de la República (BR). En efecto, la inflación cerró en 3.2%, muy cerca al punto medio de la meta del BR. La normalización de las expectativas sobre esta variable, así como la ausencia de fenómenos externos que pudieran generar presiones alcistas significativas en los precios, le permitió al BR continuar su política monetaria expansiva a lo largo del 2018, reduciendo en 50 puntos básicos (pb) la tasa de política monetaria (TPM), lo que permitió completar 350 pb de disminución en la tasa de intervención desde diciembre del 2016, cuando empezaron los recortes.

Esta postura monetaria, aún expansiva, siguió su curso normal de transmisión hacia las tasas de interés del mercado, por lo que el crédito se abarató en las distintas modalidades. De hecho, las

tasas de interés del segmento comercial cerraron el año con una reducción superior a la de la TPM (467 pb vs. 350 pb), comportamiento que también se observó en las tarjetas de crédito (414 pb vs. 350 pb). En los segmentos de consumo, microcrédito y vivienda, la transmisión se dio con menor celeridad. En efecto, en medio del escenario de mayores riesgos y deterioro de la morosidad, la transmisión bajista en las tasas perdió tracción, un resultado natural en este entorno. Cabe resaltar que la transmisión de tasas durante el periodo alcista del BR, durante el periodo 2015-2016, tampoco se materializó en su totalidad en estos grupos gracias a un escenario de riesgos e incertidumbre acotada.



**GRÁFICO 1. CRECIMIENTO REAL DE LA CARTERA Y DEL PIB.**



Fuente: DANE y Superintendencia Financiera de Colombia (SFC).  
\*Proyección Asobancaria.

El mencionado entorno de fortalecimiento en la actividad económica y la reducción en las tasas de los créditos significaron condiciones más favorables al crédito que las observadas en el 2017, lo que habría permitido que la cartera presentara una recuperación gradual. El crecimiento real de la cartera bruta de los bancos cerró en 2.7% en el 2018, 0.7 pp por encima del cierre del 2017. Si bien estos ritmos de crecimiento se mantuvieron en línea con el ciclo de actividad (Gráfico 1), el mayor dinamismo observado en el 2018 se configura en todo caso como punto de inflexión luego de un lustro de continuas desaceleraciones que amenazaban, en una eventual profundización del ciclo, con llevar los ritmos de crecimiento de la cartera a niveles que podrían comprometer la irrigación de recursos a los sectores productivos y los avances en materia de profundización financiera.

Por segmentos, la cartera de consumo que presentó un importante dinamismo, se expandió a un ritmo del 5.5% real (0.7 pp por encima del registro del 2017, Gráfico 2.b). La recuperación de la confianza privada, a pesar del deterioro al cierre del año, sumada al impulso de la demanda interna, contribuyeron a este mejor desempeño y a que la calidad de la cartera en este segmento mejorara a lo largo del segundo semestre. Estos factores, en conjunto, contribuyeron a que las colocaciones de diciembre se incrementaran cerca del 25% real anual, la cifra más alta desde el 2014.

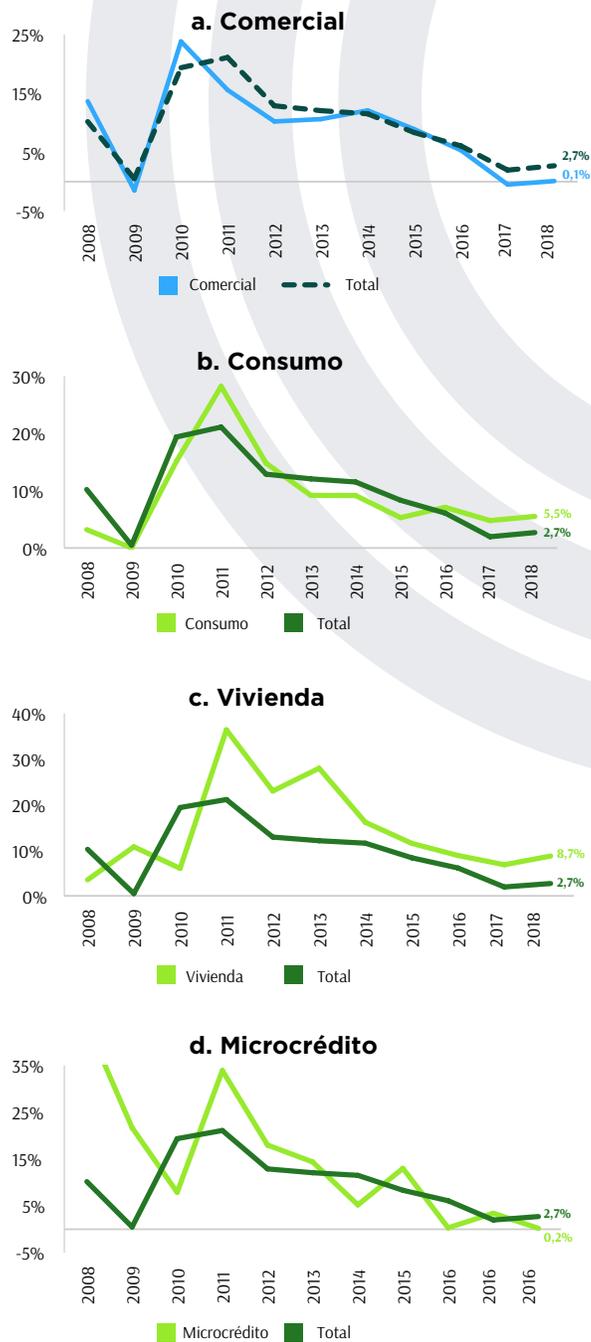
La cartera de vivienda, que exhibió un desempeño igualmente favorable, creció al 8.7% real (Gráfico 2.c), un repunte de casi 2 pp por encima del cierre del 2017. Este mejor desempeño obedeció a dos situaciones en particular: en primer lugar, los desembolsos para adquirir vivienda crecieron al 6% real a pesar de que las ventas de unidades cayeron. Esta situación se materializó en buena parte como resultado de que los constructores empezaran a incorporar en sus estrategias de venta, la ampliación de los plazos para el pago de la cuota inicial hasta en dos años, lo que permitió que la dinámica de las preventas del 2016 todavía impulsara la cartera durante buena parte del 2018. En segundo lugar, es de resaltar que los bancos han percibido una reducción en los prepagos de cartera de vivienda, por lo que el saldo de cartera no ha sufrido las disminuciones anticipadas observadas en el pasado.

Por su parte, la cartera comercial presentó un panorama distinto. Si bien el crecimiento de esta modalidad alcanzó el 0.1% real (Gráfico 2.a), un resultado positivo frente a la contracción del 0.5% registrado en el 2017, su débil dinamismo continúa materializándose en crecimientos reales cercanos a cero, algo que no se presentaba desde inicios de siglo. Cabe destacar que desde el segundo semestre del 2018 se percibió un repunte del sector industrial que al estar acompañado de tasas de interés bajas y una inversión fortalecida, habrían impedido que el crecimiento de la cartera hubiera cerrado en terreno negativo.

La cartera de las Mi Pyme, un segmento altamente sensible al ciclo económico, cerró el 2018 con un significativo decrecimiento del orden del 19% real como resultado del lastre en materia de actividad del periodo 2016-2017, jalonando a la baja la cartera comercial y de microcrédito. En efecto, la cartera de microcrédito registró en el 2018 un crecimiento nulo (0.2% real), lo que constituye una desaceleración importante respecto de los ritmos de crecimiento promedio en torno al 3.0% - 4.0% de los últimos años (Gráfico 2.d).



## GRÁFICO 2. CRECIMIENTO REAL ANUAL DE LA CARTERA BANCARIA POR MODALIDAD.

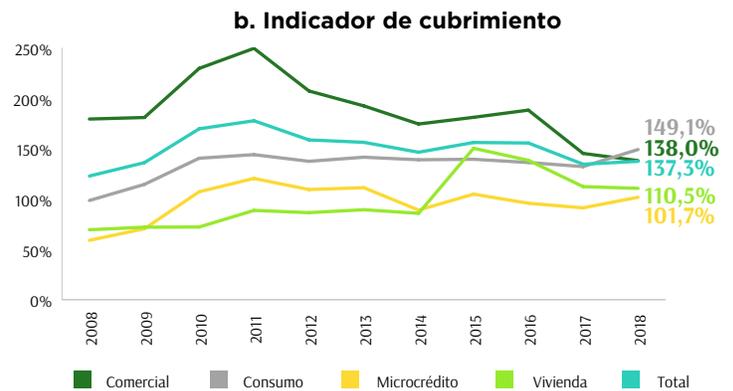
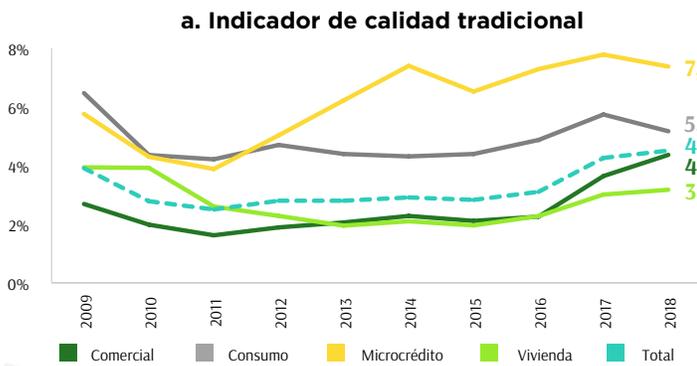


En materia de calidad de cartera, esta se ubicó en 4.5% (Gráfico 3.a), 0.2 pp por encima del indicador del 2017. Este incremento estuvo asociado particularmente al deterioro de la calidad de la cartera comercial, especialmente en los segmentos de construcción de edificaciones y corporativo, así como al leve deterioro en la calidad de la cartera de vivienda.

Es importante mencionar que el sector bancario continúa robusteciendo sus modelos de gestión de riesgos y monitoreando la dinámica de sectores donde ha habido desembolsos importantes y se han presentado problemas puntuales, como ocurre en algunos proyectos de infraestructura (4G y Ruta del Sol 2) y en el transporte masivo de pasajeros en algunas ciudades. Una adecuada solución es estos rubros podría representar una mejoría adicional para el indicador en el 2019.



### GRÁFICO 3. INDICADORES DE LA CARTERA BANCARIA



Fuente: SFC.  
Cálculos: Asobancaria.

En todo caso, si bien el indicador de calidad para el total de la cartera se encuentra en su valor más alto desde el 2003, esta cifra no constituye una señal de alerta ni compromete la estabilidad del sistema, pues resulta acorde con la complejidad del ciclo económico del último lustro. Adicionalmente, a diferencia de lo ocurrido a inicios de siglo, no hay señales de riesgo sistémico; la adecuada gestión de riesgos por parte de las entidades financieras permite mantener niveles de provisiones holgados. De hecho, durante el 2018 las entidades estuvieron en capacidad de cubrir hasta 1.4 veces el total de la cartera vencida (Gráfico 3.b).





**3.3**

# **INNOVACIÓN DE CANALES Y PRODUCTOS**

**Informe de sostenibilidad**

## ODS relacionados



**Meta 9.4** De aquí a 2030, modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles, utilizando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países tomen medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas.



# La innovación en el sector financiero busca responder a las tendencias de los clientes que demandan productos cada vez más modernos y funcionales.

## GRI 103-1

La innovación de las finanzas digitales ofrece a las instituciones financieras nuevas oportunidades de crecimiento, por el contrario, no implementarlas trae desventajas competitivas que no les permiten mantenerse en línea con las exigencias del mercado.

En ocasiones las nuevas tecnologías son consideradas por las empresas como riesgosas en términos de seguridad de la información y fraude financiero, entre otras. Es de aclarar que cuando se gestionan rigurosamente y de acuerdo con las necesidades del cliente se convierten en oportunidades de crecimiento y eficiencia para el sector financiero.

Para Asobancaria la innovación en canales y productos es una herramienta fundamental, pues gracias a ella puede cubrir nuevos segmentos a los que no podía acceder por falta de capacidad o de cobertura con canales físicos. La evolución de los canales digitales ha permitido una mayor descentralización de los servicios financieros, mejorando para los clientes aspectos como la ampliación en el número de trámites, la reducción de desplazamientos y el acceso a servicios las 24 horas del día y los siete días de la semana con mayores niveles de seguridad transaccional.

En esta medida, todos los procesos que pretendan modernizar los productos y canales de la banca, tienen un impacto directo en términos de mejoramiento en la calidad de los servicios ofrecidos y generan una mejor experiencia al cliente financiero.

## GRI 103-2

Con el fin de implementar la gestión de la innovación a la par de las tendencias en el mundo, se toman en cuenta diferentes estándares y tecnologías aplicadas al sector financiero. Durante el 2018 se gestionaron las siguientes iniciativas en innovación de canales y productos:

### **FinnLab:**

El Laboratorio de Innovación Financiera (FinnLab) es un proyecto gremial que pretende diseñar un espacio en donde se puedan probar estrategias y herramientas innovadoras, escalables y de rápida implementación que propendan por la eficiencia del sistema financiero colombiano. En el último año se hicieron avances importantes en lo correspondiente a la elaboración de documentos de Política

Pública, encaminados a fomentar la implementación de un modelo de identidad digital en el país.

#### **Fintechgración:**

Es un espacio de discusión y generación de conocimiento sobre el impacto de las nuevas tecnologías en el sistema financiero, en coordinación con la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones. Dicho espacio ha favorecido el desarrollo de documentos y convenios que facilitan una mayor integración entre las empresas del segmento Fintech y la industria bancaria<sup>1</sup>.

#### **Congreso de acceso a servicios financieros:**

En 2018 se realizó la novena 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 que tienen un impacto en el negocio bancario, particularmente en el portafolio de banca personal. Este espacio busca crear capacidades en los altos directivos de las entidades bancarias, con el fin de lograr el desarrollo e innovación de toda la industria.

#### **Estudio de regulación Fintech**

Durante el segundo semestre del 2018 se contrató a la firma Flórez & Asociados para que realizara un análisis comparativo del marco regulatorio global aplicable a las FinTech, haciendo énfasis en la regulación de países similares a Colombia. Esto servirá como herramienta para efectuar recomendaciones de política en materia de supervisión y regulación del segmento Fintech, tomando como referencia la experiencia internacional en la materia.

#### **GRI 103-3**

Dada la importancia de contar con canales y productos innovadores en el sector, se evalúan a nivel gremial las tendencias de implementación de iniciativas y espacios, así como los medios disponibles para innovar como es el caso del talento humano formado e incentivado para aportar ideas o las alianzas estratégicas entre entidades.

Adicionalmente, la gestión de la innovación es uno de los factores evaluados en una encuesta de reputación que cuantifica a Asobancaria y al sector bancario mediante el Índice Global de Reputación (IGR) entre sus principales grupos de interés.



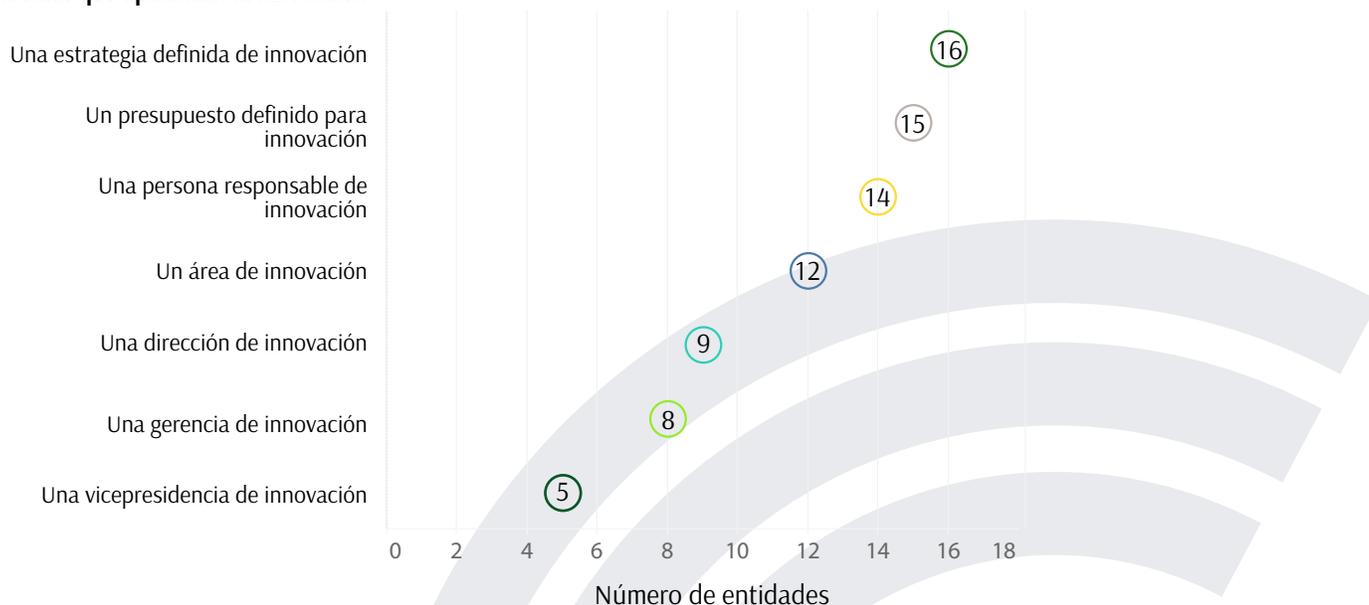
EN  
**2018**  
SE REALIZÓ LA  
NOVENA VERSIÓN  
DEL CONGRESO DE  
ACCESO A  
SERVICIOS  
FINANCIEROS Y  
MEDIOS DE PAGO,  
ESPACIO  
ACADÉMICO Y DE  
NETWORKING  
QUE SE HA  
CONVERTIDO EN  
UN ALIADO PARA  
LA INDUSTRIA  
BANCARIA

<sup>1</sup> Para más información ingrese a [www.fintechgracion.com](http://www.fintechgracion.com)

**Medidas para la innovación**

Responder a los cambios de consumo de los clientes y buscar alternativas para ampliar la cobertura de los servicios requiere de estrategias de innovación que permitan al sector bancario mantenerse en el mercado y reinventar su manera de hacer negocios, motivo por el que las entidades han implementado diferentes medidas para apalancar sus procesos de innovación.

## GRÁFICA 1. MEDIDAS QUE APALANCAN LA INNOVACIÓN (INFORMACIÓN DE 27 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE.

**Medidas que apalancan la innovación**

El 59% de las entidades estableció al menos una estrategia para gestionar procesos de innovación en sus organizaciones, 56% definió un presupuesto para innovación, 52% asignó cargos de responsabilidad entre los que se resaltan vicepresidencias, direcciones y gerencias de innovación, dada la relevancia estratégica de este tema.

**INN-1****Presupuesto para innovación**

**EN EL 2018 LAS ENTIDADES DESTINARON UN PRESUPUESTO DE 127.477 MIL MILLONES DE PESOS PARA INNOVACIÓN.<sup>2</sup>**

<sup>2</sup> Información de 9 entidades.

**Fuentes de innovación**

El sector bancario ha comprendido que las ideas innovadoras pueden provenir de diversos actores o grupos, así que ha dispuesto diferentes mecanismos para capturar estas ideas entre las que se destacan los empleados.

## GRÁFICA 2. FUENTES DE IDEAS INNOVADORAS DE LAS ENTIDADES

(INFORMACIÓN DE 27 ENTIDADES)

**¿De dónde provienen las ideas innovadoras de su entidad financiera?**



Cerca del 60% de las entidades mencionaron a los empleados como el principal grupo de donde provienen las ideas innovadoras. Por su parte, las alianzas que promueven la innovación y los clientes son considerados por la mayoría de las entidades como los grupos de donde menos provienen las ideas de innovación.

## Incentivos por innovación para empleados

Debido a que la principal fuente de ideas innovadoras son los empleados, el 40% de las entidades les ofrecen incentivos por innovación.

### ¿Su banco tiene políticas de incentivo a los empleados para la innovación?



**GRÁFICA 3. POLÍTICAS E INCENTIVOS POR INNOVACIÓN PARA EMPLEADOS**  
(INFORMACIÓN DE 30 ENTIDADES PARA LA PRIMERA PREGUNTA Y DE 12 PARA LA CATEGORÍA INCENTIVOS OFRECIDOS).

### Incentivos para empleados

Reconocimiento al interior de la organización

Premios a la innovación

Recompensa de dinero

Otro



9



7



4



3

Número de entidades

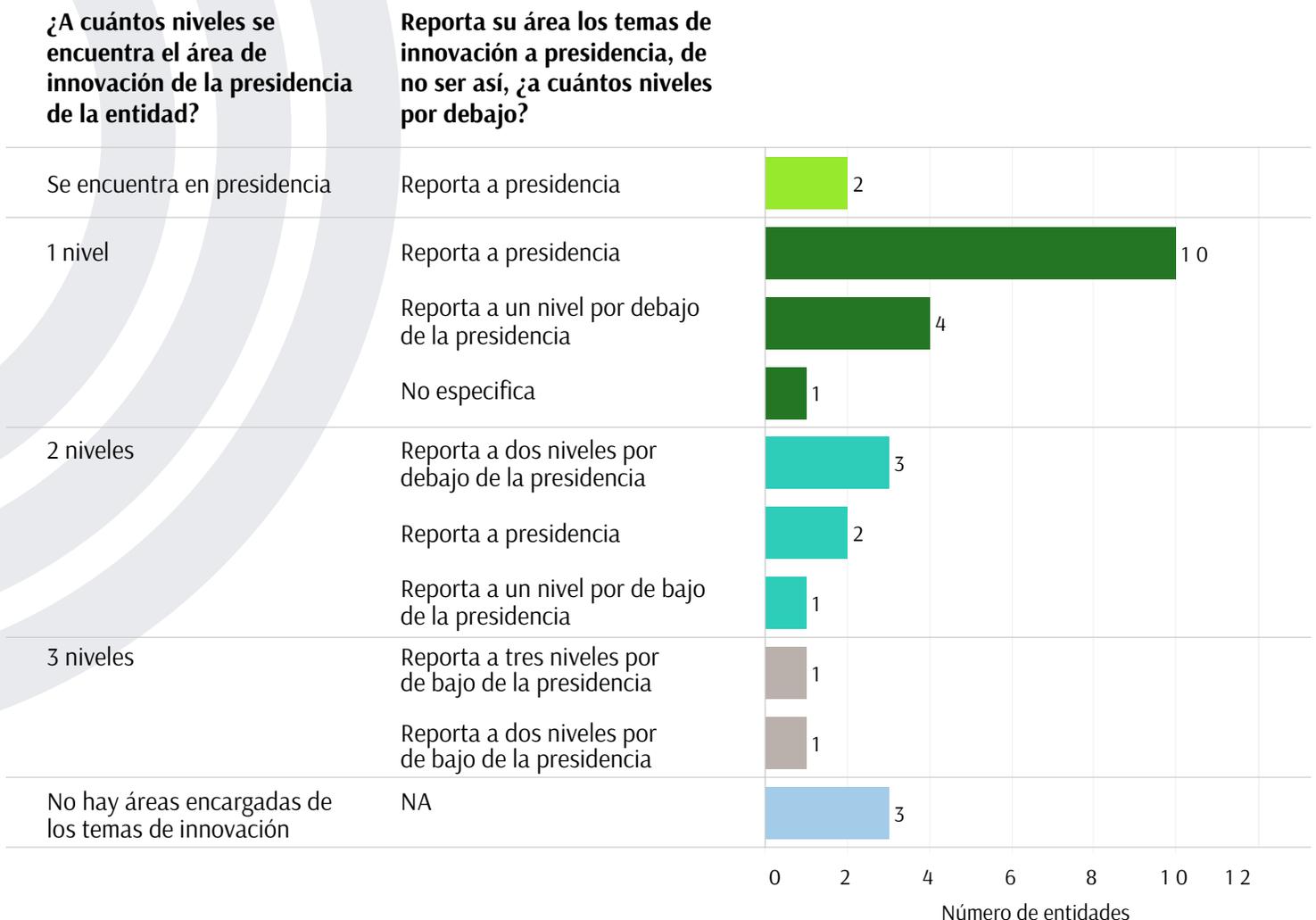
El reconocimiento al interior de la organización es el mecanismo más utilizado para destacar a aquellos empleados que contribuyen con ideas innovadoras.

Otras formas de incentivo mencionadas por las entidades tienen que ver con dar la oportunidad a los empleados para que además de aportar una idea, puedan hacer parte de su implementación. Ofrecen también reconocimientos a nivel de comités directivos y oportunidades para participar en premios a la innovación organizados por terceros.

### Estructura y nivel de reporte de la innovación

En la estructura organizacional de las entidades, el área de innovación puede encontrarse en diferentes niveles respecto de la presidencia. Aunque la presidencia puede recibir o no directamente los reportes de innovación, en el 82% de las entidades lo recibe la alta gerencia, lo que pone en evidencia la importancia estratégica de la innovación en la toma de decisiones.

**GRÁFICA 4. NIVEL DEL ÁREA DE INNOVACIÓN VS. REPORTE DE TEMAS DE INNOVACIÓN**  
(INFORMACIÓN DE 28 ENTIDADES).



En dos de las entidades encuestadas, el área de innovación está en la presidencia y, por supuesto, el reporte es directo. En el 54% de las entidades el área de innovación está solo un nivel por debajo de la presidencia.

### Espacios para la innovación

Las entidades han desarrollado aceleradores, fábricas, incubadoras y laboratorios de innovación en el marco de sus estrategias de transformación.



## GRÁFICA 5. ESPACIOS DE INNOVACIÓN VS. APERTURA DE ESPACIOS DE INNOVACIÓN PARA 2019 (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA DE AMBAS PREGUNTAS ES MÚLTIPLE.

Como estrategia ¿contempla para el 2019 la apertura de algún espacio para la innovación?

Su entidad ha implementado algunos de los siguientes espacios de innovación	Aceleradoras de innovación	Fábricas de innovación	Incubadoras de innovación	Laboratorios de innovación	Ninguno de los anteriores	No menciona
Aceleradoras de innovación	1			1		1
Fábricas de innovación		2		1	1	2
Incubadoras de innovación				1		1
Laboratorios de innovación				3	3	8
Ninguno de los anteriores	2	3	2	3	2	1

Nº Rtas. 1  8

El espacio más usado por las entidades para la innovación son los laboratorios de innovación.

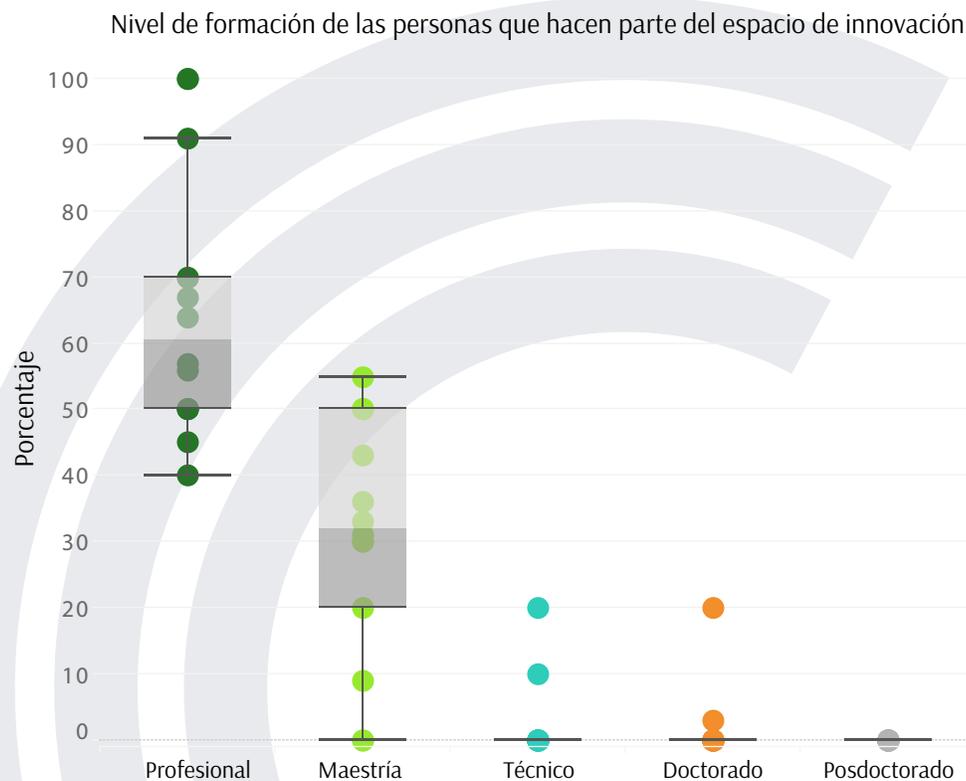
Si bien se identificó que la apertura de espacios para la innovación aún no es muy frecuente, aquellas entidades que no los tienen contemplan abrir fábricas y laboratorios de innovación.

### Nivel de formación de las personas en espacios de innovación

El nivel de formación académica de las personas vinculadas a los espacios de innovación es principalmente profesional (entre el 50% y 70% para la mayoría de los casos de los colaboradores en las entidades); seguido por los niveles de maestría, técnico y doctorado.

## GRÁFICA 6. NIVEL DE FORMACIÓN DE LAS PERSONAS QUE HACEN PARTE DE LOS ESPACIOS DE INNOVACIÓN

(INFORMACIÓN DE 14 ENTIDADES). LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE EN CADA UNO DE LOS NIVELES DE FORMACIÓN A LOS QUE SE LES ASIGNÓ UN PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE PERSONAS VINCULADAS. UNA ENTIDAD, POR EJEMPLO, PUDO RESPONDER QUE EL 60% DE LAS PERSONAS SON PROFESIONALES Y QUE 40% TIENEN FORMACIÓN DE MAESTRÍA.

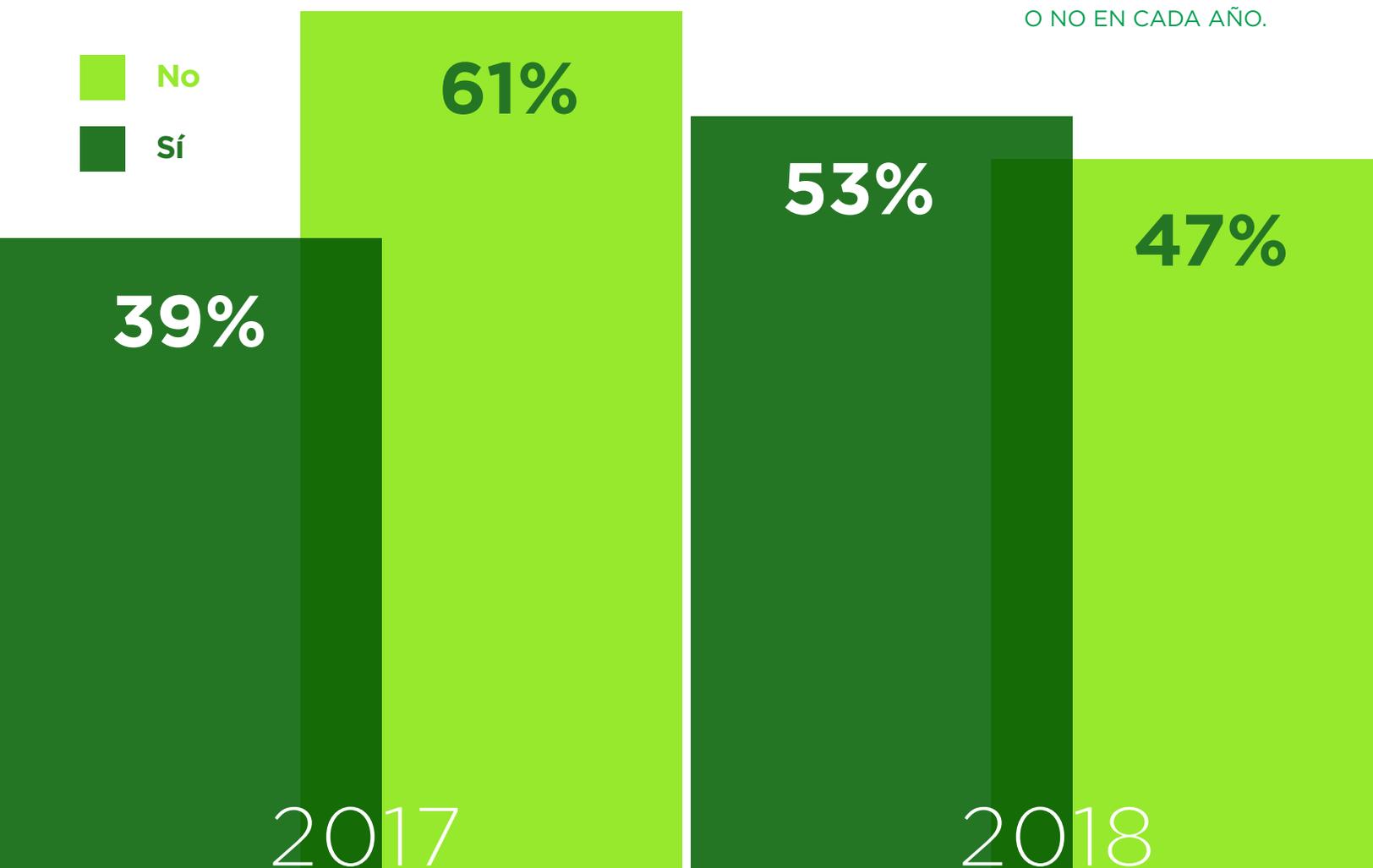


**Programas o alianzas con Fintech**

Teniendo en cuenta que los programas o alianzas Fintech propenden por la utilización de las tecnologías más recientes para ofrecer productos y servicios financieros innovadores, este ha sido un aspecto cada vez más considerado por las entidades del sector.

**Entidades que cuentan con programas o alianzas fintech desde el año 2017 al año 2018**

 No  
 Sí


**GRÁFICA 7.  
PROGRAMAS  
O ALIANZAS  
CON FINTECH  
EN 2017 Y 2018**

(INFORMACIÓN DE 23 ENTIDADES EN EL 2017 Y DE 30 EN EL 2018).  
\*EL PORCENTAJE SE ESTABLECE SOBRE EL TOTAL DE ENTIDADES QUE RESPONDIERON SÍ O NO EN CADA AÑO.

Comparativamente, se destaca en el 2018 que las alianzas con Fintech pasaron del 39% al 53%, lo que demuestra el interés de las entidades por transformar su forma de gestión y cambiar los modelos de negocio tradicionales por otros más digitales que atiendan a los requerimientos cambiantes de los clientes.

### **Mecanismos de *Open Banking* y otras iniciativas desarrolladas para la innovación**

Los mecanismos o modelos de *Open Banking* son aquellos que les permiten a las organizaciones aliarse entre ellas para ofrecer productos que faciliten una mejor experiencia del cliente.

Este mecanismo atiende a la transformación digital que se vive en todos los negocios, para el sector financiero es fundamental que distintas iniciativas aporten al manejo de datos, a la personalización de los servicios financieros a medida del usuario y a la agilidad en las transacciones.

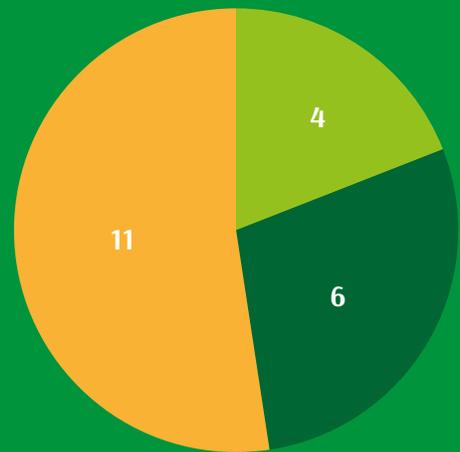
A continuación se presentan las consideraciones de las entidades sobre el *Open Banking* y otras iniciativas tecnológicas:



**GRÁFICA 8. OPEN BANKING Y OTRAS INICIATIVAS TECNOLÓGICAS IMPLEMENTADAS O CONSIDERADAS POR IMPLEMENTAR**  
(INFORMACIÓN DE 21 ENTIDADES).

## ¿En el último año ha tomado alguna medida para promover la implementación de *Open Banking*?

- No, pero ha contemplado hacerlo
- No
- Si



### HA DESARROLLADO ALGÚN TIPO DE INICIATIVA QUE INVOLUCRE

- 8 Inteligencia Artificial (IA)
- 7 Blockchain
- 6 No ha desarrollado estas iniciativas, pero planea desarrollarlas
- 5 No ha desarrollado estas iniciativas
- 4 Internet de las cosas (IOT)

NÚMERO DE ENTIDADES 21

29% de las entidades han tomado medidas para implementar mecanismos de *open banking*, además el 19% están considerando su implementación.

Se observa una alta disposición de las entidades tanto para la implementación de mecanismos de *Open Banking* como de otras iniciativas innovadoras de tecnología. Dentro de estas últimas la más considerada es la inteligencia artificial.

**29%** DE LAS ENTIDADES  
HAN TOMADO MEDIDAS  
PARA IMPLEMENTAR  
MECANISMOS DE  
*OPEN BANKING*

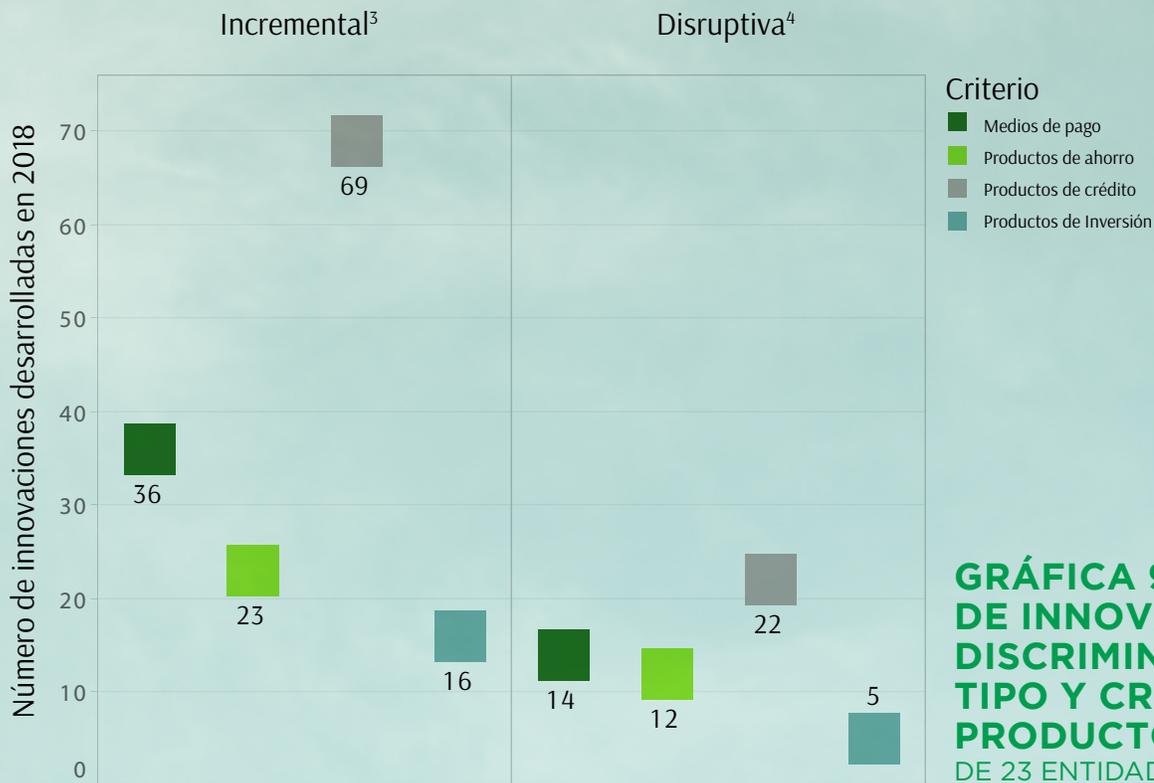


## **INN-2**

### **Número de innovaciones discriminadas por tipo y criterio**

Como resultado de la implementación de sus estrategias y programas de innovación, durante el 2018 las entidades desarrollaron innovaciones tanto incrementales como disruptivas orientadas a mejorar sus medios de pago, productos de ahorro, crédito e inversión.

### Tipo de innovación



**GRÁFICA 9. NÚMERO DE INNOVACIONES DISCRIMINADAS POR TIPO Y CRITERIOS DE PRODUCTO** (INFORMACIÓN DE 23 ENTIDADES).

Los productos de crédito fueron objeto del mayor número de innovaciones tanto incrementales como disruptivas. Por el contrario, los productos de inversión fueron los menos considerados en cuanto al número de innovaciones desarrolladas en el 2018.



³ Innovación incremental: implementación de pequeños cambios en productos o servicios que han mejorado o cambiado sustancialmente su uso y funcionamiento.

⁴ Innovación disruptiva: creación de nuevos productos, procesos o servicios.



# BBVA

## Fast Track

El proceso *Fast Track* se ha realizado dos veces en Colombia, ambas durante el año 2018, buscando promover la industria Fintech y satisfacer, al mismo tiempo, las necesidades de las unidades de negocio del banco con las soluciones ofrecidas por estas compañías.

En las ejecuciones realizadas hasta ahora han participado seis unidades de negocio (Retail, ciberseguridad, Payments, Enterprises, Seguros e Innovación) y diez Startups (tres colombianas y siete extranjeras). Esta iniciativa es liderada local y globalmente por el equipo de Open innovation y apoyada por la vicepresidencia de Client Solutions y el presidente de BBVA Colombia.

## Tendencias globales

Las entidades financieras que se atreven a innovar y a crear alianzas están ganando fuerza en el mercado.

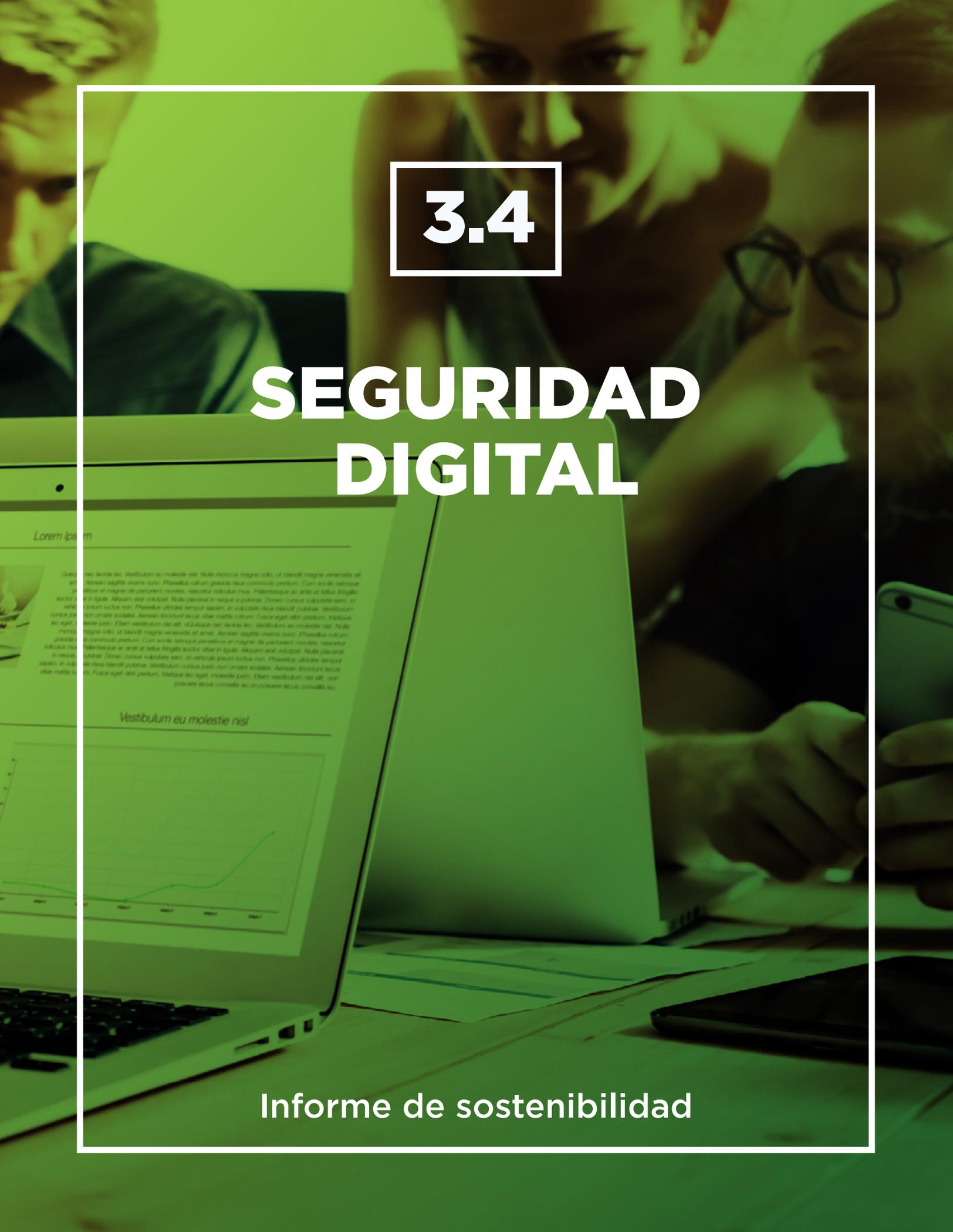
De acuerdo con el World Retail Banking Report 2017, la correlación entre mayores actividades Fintech o de bancos digitales y la experiencia positiva de los clientes está emergiendo. Los cinco países más destacados en experiencias positivas (Estados Unidos, India, Emiratos Árabes Unidos, China y los Países Bajos) son centros de tecnologías financieras (Fintech).<sup>5</sup>

Los bancos tradicionales tienen una amplia presencia entre clientes que acostumbran a usar los canales clásicos. Aquellos que innovan en canales tecnológicos empiezan a ganar ventaja al cumplir con la funcionalidad que buscan los usuarios. Los estándares son cada vez más altos y se requiere de alianzas e implementación de nuevas tecnologías, tanto en la entrega al cliente, como en la protección de su información.

Asobancaria se ajusta a las necesidades de cooperación y de promoción de ideas innovadoras, promueve alianzas e implementa tecnologías innovadoras que contribuyan al crecimiento del sector financiero.



<sup>5</sup> World Retail Banking Report (WRBR 2017). Disponible en: <https://worldretailbankingreport.com/>.



**3.4**

# SEGURIDAD DIGITAL

Informe de sostenibilidad

# Proteger la información, así como prevenir y tratar las amenazas es un reto constante que se aborda para amparar las operaciones financieras y garantizar la seguridad en el manejo de la información de los clientes.

## GRI 103-1

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 las transacciones y el manejo de información de los clientes se hagan en condiciones apropiadas.

El sistema financiero está altamente interconectado con empresas de sectores como los proveedores de servicios públicos, sistemas de comercio electrónico y cámaras de compensación. Su infraestructura se basa en el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) para hacer transacciones y pagos, moti-

vos por los que es preciso que la seguridad digital de entidades bancarias sea óptima para enfrentar ataques cibernéticos o incidentes digitales.

Los asuntos de seguridad digital que se abordan desde hace varios años son gestionados individualmente por las entidades financieras mediante planes, políticas y programas de implementación de medidas y herramientas. Las entidades les hacen seguimiento a estos temas y discuten periódicamente sobre las principales amenazas a las que se enfrentan.

El sector financiero colombiano ha apoyado al Gobierno en la construcción de una Política Nacional de Seguridad Digital participando en los espacios que se disponen para formular recomendaciones que prevengan, atiendan, controlen y regulen los incidentes cibernéticos y protejan la infraestructura nacional.

Por otra parte, desde el gremio se trabaja constantemente en la articulación e interlocución con otras instancias públicas y privadas que tratan estos temas. Es así como se ha tenido la oportunidad de discutir asuntos de seguridad digital con autoridades como la Policía Nacional, el Ejército Nacional, el Ministerio de Defensa, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la Fiscalía General y la Superintendencia Financiera, entre otras.

El gremio ha desarrollado iniciativas de diversa índole: campañas dirigidas a los ciudadanos con recomendaciones sobre seguridad de la información y manejo de datos personales y financieros; promoción y financiación de cursos certificados en Informática Jurídica y Seguridad de la Información dirigidos a jueces, fiscales e investigadores, orientados al mejoramiento en la judicialización de los delitos informáticos y a la revisión constante de amenazas que puedan atentar contra las entidades financieras.

## GRI 103-2

Durante el 2018 Asobancaria llevó a cabo diferentes actividades en el marco de su compromiso con la seguridad digital:

- En alianza con la universidad de Los Andes realizó el primer *Programa Profesionales en Ciberseguridad*, dirigido a 30 fiscales de la república e investigadores destacados en delitos informáticos.

- Realizó el *Ejercicio de Simulación de Amenazas Cibernéticas de la Industria Bancaria en Colombia* gracias al cual se ampliaron los conocimientos sobre riesgos y problemas de seguridad asociados a la ejecución de sistemas computarizados.

- Comunicó a los ciudadanos la importancia que tienen presentar quejas a las entidades financieras sobre casos de fraude y denunciarlos ante las autoridades.

## GRI 103-3

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

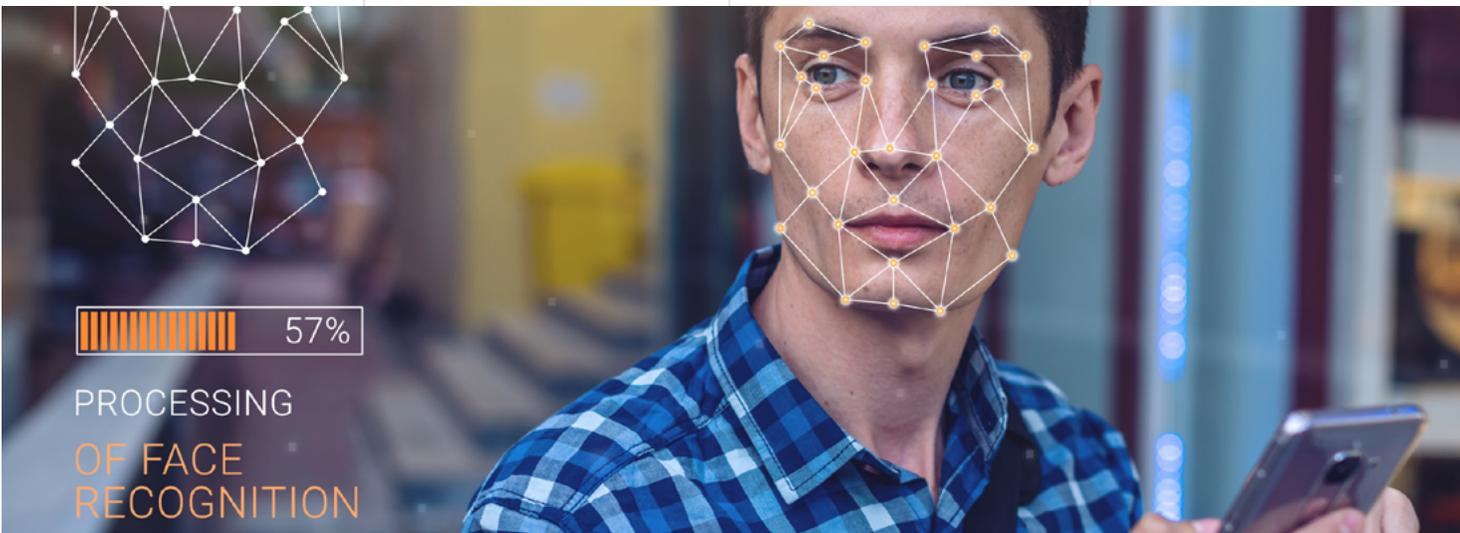
Asobancaria hace un seguimiento a las iniciativas de las entidades a través de evaluaciones realizadas por el Comité de Ciberseguridad y Prevención del Fraude.



## TABLA 1. INDICADORES Y METAS SEGURIDAD DIGITAL DE ASOBANCARIA.<sup>1</sup>

Meta para el 2018	Cumplimiento 2018	Meta para el 2019	Meta a corto, mediano o largo plazo
<p><b>Mejorar el 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.</b></p> <p><b>Paralelamente realizar una campaña masiva de generación de conocimiento por medios digitales.</b></p>	<p>En alianza con la Universidad de Los Andes realizó el primer <i>Programa Profesionales en Ciberseguridad</i>, dirigido a 30 fiscales de la república e investigadores destacados en delitos informáticos.</p>	<p>Promover la capacitación a fiscales de la república en materia de delitos informáticos para mejorar la política criminal del país y la judicialización de estos delitos.</p>	<p><b>Corto:</b> establecer mesas de retroalimentación y apoyo a las investigaciones (6 meses).</p> <p><b>Mediano:</b> seguir fortaleciendo los conocimientos y capacidades de los fiscales (1 año).</p> <p><b>Largo:</b> coordinar con la Fiscalía la creación de una propuesta de política sobre delitos informáticos (1.5 años).</p>
<p><b>Apoyar al diseño estratégico de contramedidas en materia de ciberseguridad, seguridad de la información y protección de datos personales.</b></p>	<p>Realizó el <i>Ejercicio de Simulación de Amenazas Cibernéticas de la Industria Bancaria en Colombia</i> gracias al cual se ampliaron los conocimientos sobre riesgos y problemas de seguridad asociados a la ejecución de sistemas computarizados.</p> <p>Hizo el primer <i>Taller de diseño y análisis de escenarios de ciberseguridad del sector financiero colombiano</i> e identificó variables clave, datos, indicadores y medidas de mitigación.</p>	<p>Promover la implementación de estrategias de ciberseguridad en todas las entidades financieras.</p>	<p><b>Corto:</b> asistir con el Comité de Ciberseguridad a las instalaciones de la OEA en Washington y al SOC de Citibank en Nueva York con el fin de adoptar buenas prácticas.</p> <p><b>Mediano:</b> llevar a cabo un segundo <i>Ejercicio de Simulación de Amenazas Cibernéticas de la Industria Bancaria Colombiana</i> (1 año).</p>

<sup>1</sup> Asobancaria decide cambiar el enfoque de las metas de este asunto material, modificando el presentado en el informe de sostenibilidad del 2017.

Meta para el 2018	Cumplimiento 2018	Meta para el 2019	Meta a corto, mediano o largo plazo
<p><b>Implementar el CSIRT<sup>2</sup> Financiero (CSIRT sectorial) coordinado e implementado por Asobancaria.</b></p>	<p>Foro de Ciberseguridad con todas las entidades del sector financiero y presentación del CSIRT.</p>	<p>Ser el principal centro de respuesta y gestión de incidentes de seguridad de la industria bancaria.</p>	<p><b>Mediano:</b> fortalecer las capacidades del sector y la gestión de las amenazas informáticas.</p>
 <p>57% PROCESSING OF FACE RECOGNITION</p>			
<p><b>Articular con el CCOC (Comando Conjunto Cibernético) para la elaboración del documento de política pública en materia de ciberdefensa y aportar con ejercicios de guerra y documentos de Infraestructura Crítica Cibernética (ICC).</b></p>	<p>Asobancaria lideró la elaboración del <i>Plan Sectorial de Protección y Defensa para la ICC del Sector Financiero</i> que establece una serie de objetivos asociados a la resiliencia sectorial ante incidentes de ciberseguridad, mediante mecanismos de cooperación, protocolos de comunicación y divulgación.</p>	<p>Apoyar al CCOC en las iniciativas relacionadas con el fortalecimiento de la protección y defensa de la ICC.</p>	<p><b>Corto:</b> participar en las mesas de trabajo del Comando Conjunto Cibernético.</p> <p><b>Mediano:</b> promover la participación de otras entidades del sector financiero en las mesas de trabajo sectoriales de protección y defensa de la ICC.</p> <p><b>Largo:</b> elaborar un nuevo plan sectorial de ICC.</p>

<sup>2</sup> CSIRT (Computer Security Incident Response Team) en español Equipo de Respuesta ante Incidencias de Seguridad Informáticas.

## Política de seguridad digital

### SIF-1

#### Seguridad informática y física

Todas las entidades que reportan tienen una política de seguridad digital adoptada de la casa matriz o propia, siendo esta última la práctica más frecuente.

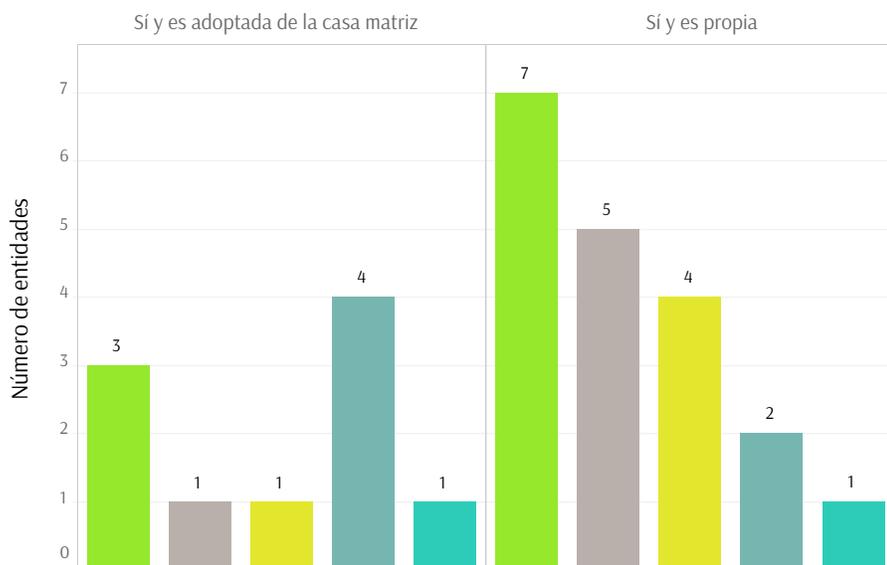
En el 34% de las entidades, los equipos dedicados a la gestión de la seguridad digital están conformados por entre una y cinco personas.

La diferencia en el número de responsables de seguridad digital se explica al notar que solo el 55% de las entidades tienen una única área de seguridad digital<sup>3</sup>. El resto tienen varias áreas responsables y, en consecuencia, el número personas involucradas aumenta.

EN EL **34%** DE LAS ENTIDADES, LOS EQUIPOS DEDICADOS A LA GESTIÓN DE LA SEGURIDAD DIGITAL ESTÁN CONFORMADOS POR ENTRE UNA Y CINCO PERSONAS.



¿Cuenta con una política de seguridad digital para identificar amenazas cibernéticas?



**GRÁFICA 1. POLÍTICA DE SEGURIDAD DIGITAL VS. NÚMERO DE FUNCIONARIOS ENCARGADOS DE LA SEGURIDAD DIGITAL (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).**

¿Cuántos funcionarios se encargan de realizar actividades asociadas con la seguridad digital?

- Entre 1 y 5
- Entre 6 y 15
- Entre 16 y 30
- Entre 31 y 60
- Más de 120

<sup>3</sup> Información de 28 entidades frente a la pregunta sobre si cuentan con una única área responsable de la seguridad digital.

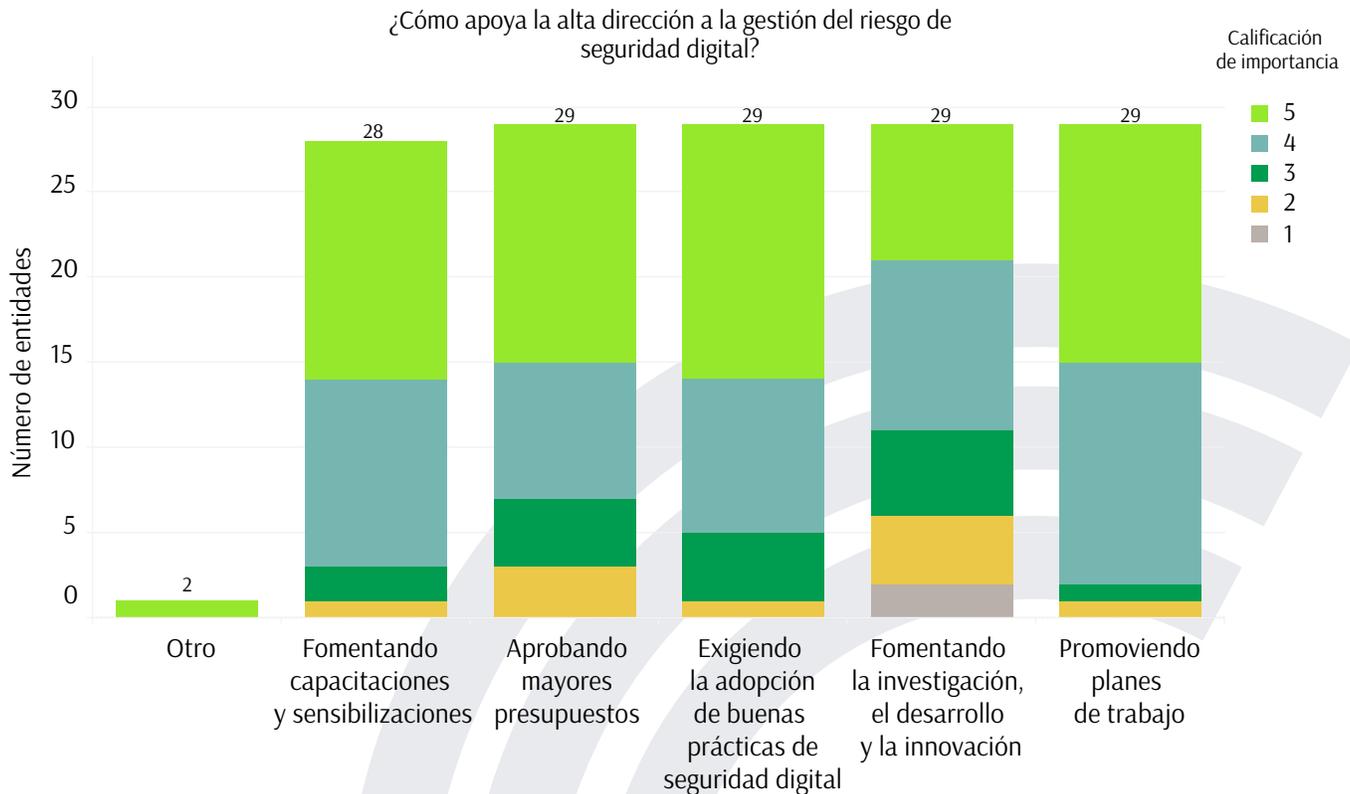
**Compromiso de la alta dirección**

La seguridad digital es uno de los elementos que ha cobrado mayor relevancia en los últimos años debido al alto riesgo que tiene asociado. La alta dirección de las entidades apoya la gestión del riesgo digital adoptando buenas prácticas, promoviendo planes de

trabajo, capacitaciones y procesos de sensibilización, aprobando mayores presupuestos y fomentando la investigación y el desarrollo de mejores prácticas.



## GRÁFICA 2. APOYO DE LA ALTA DIRECCIÓN A LA GESTIÓN DEL RIESGO DE SEGURIDAD DIGITAL Y SU CALIFICACIÓN DE IMPORTANCIA (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).



Las calificaciones de importancia por entidad se realizaron en una escala comparativa de 1 a 5, siendo 5 la mayor importancia y 1 la menos relevante.

Se observa que la calificación de las decisiones frente a la gestión de seguridad digital es muy similar, es decir, son estimadas con la misma importancia por parte de todas las entidades. Cada una de las decisiones recibió una calificación alta (entre 4 y 5). Los valores agregados de importancia se ponen en evidencia a través de la adopción de buenas prácticas y planes de trabajo con los que la alta dirección gestiona la seguridad digital.

En otras medidas relacionadas se mencionaron políticas, estrategias, proyectos y toma de decisiones sobre controles asociados a eventos de ciberseguridad y seguridad de la información.

**Evaluación del nivel de criticidad de los riesgos cibernéticos**

En la siguiente gráfica se ve cómo los riesgos cibernéticos más evaluados y más críticos son los de robo de bases de datos críticas, la denegación del servicio y la vulneración de credenciales de usuarios privilegiados. A estos riesgos se suman el secuestro de información, la pérdida de datos y el sabotaje a través de *insider*. Cada uno de los riesgos es calificado por las entidades en diferentes categorías de criticidad.



**GRÁFICA 3. NIVEL DE CRITICIDAD QUE CONSIDERAN LAS ENTIDADES PARA CIERTOS TIPOS DE RIESGOS CIBERNÉTICOS** (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES). LOS VALORES CORRESPONDEN AL NÚMERO DE ENTIDADES QUE CATALOGARON CADA TIPO DE RIESGO CIBERNÉTICO EN LAS CATEGORÍAS DE NIVEL DE CRITICIDAD.

Riesgos cibernéticos	Crítica	Alta	Media	Baja	Ninguna
Compromiso de credenciales de usuarios privilegiados	12	11	1	5	
Defacement - Alteración en sitio web	7	6	7	7	1
Denegación de servicio	12	3	9	4	1
Pérdida de datos	9	10	7	2	1
Robo de base de datos crítica	18	5	1	4	1
Sabotaje a través de insider	8	10	5	4	1
Secuestro de información	10	12	4	3	
Otros		2			

**Nivel de criticidad**

- Crítica
- Alta
- Media
- Baja
- Ninguna

**Nivel de criticidad y número de entidades correspondiente**

## Medidas implementadas

A partir de los riesgos identificados las entidades han implementado diferentes acciones y medidas técnicas para la protección de sus sistemas de seguridad como son las auditorías o pruebas de penetración y cortafuegos o firewall.

### GRÁFICA 4. ACCIONES Y MEDIDAS DE SEGURIDAD DIGITAL IMPLEMENTADAS PARA PROTEGER LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN

(INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES). \*LOS VALORES CORRESPONDEN AL NÚMERO DE ENTIDADES QUE MENCIONARON CADA OPCIÓN.

¿Cuáles acciones y medidas técnicas tiene implementadas para proteger los sistemas de información?

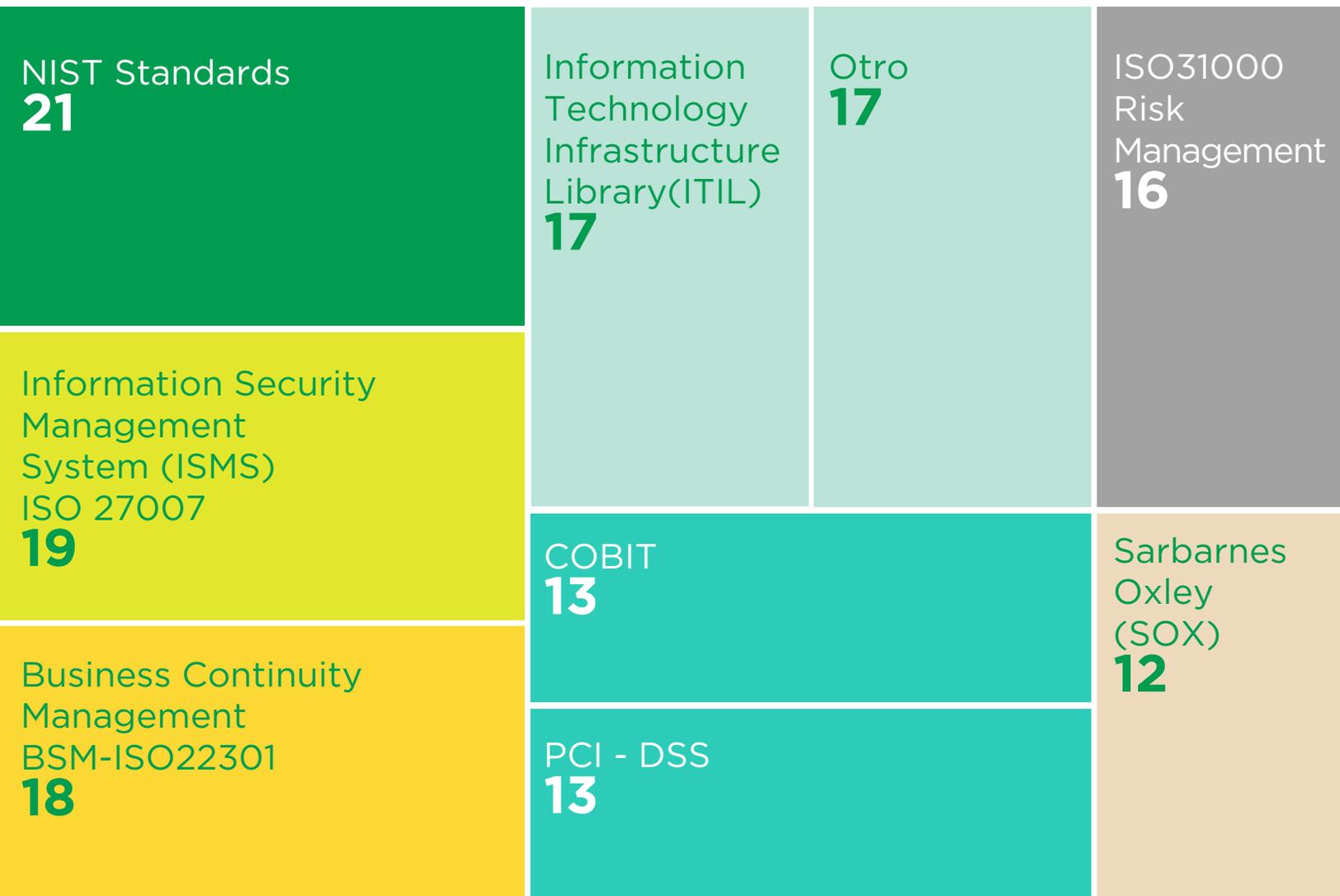
Número de entidades



En la categoría otros se mencionaron medidas como antipishing, antivirus, monitoreo, administración de identidades y accesos, escaneo de vulnerabilidades de los servidores, inspecciones de paquetes de red, análisis de comportamiento y restricciones de navegación.

**Estándares internacionales implementados**

La implementación de estándares internacionales es una práctica común de las entidades que llegan a adoptar más de un modelo para la gestión de sus propios sistemas. NIST Standards<sup>4</sup> es el estándar de mayor implementación en 21 de las 28 entidades; cada uno de los estándares es implementado al menos por 12 entidades.

**GRÁFICA 5. ESTÁNDARES INTERNACIONALES EN SEGURIDAD ADOPTADOS POR LAS ENTIDADES** (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).


<sup>4</sup> Estándares del Instituto Nacional de Patrones y Tecnología de Estados Unidos.

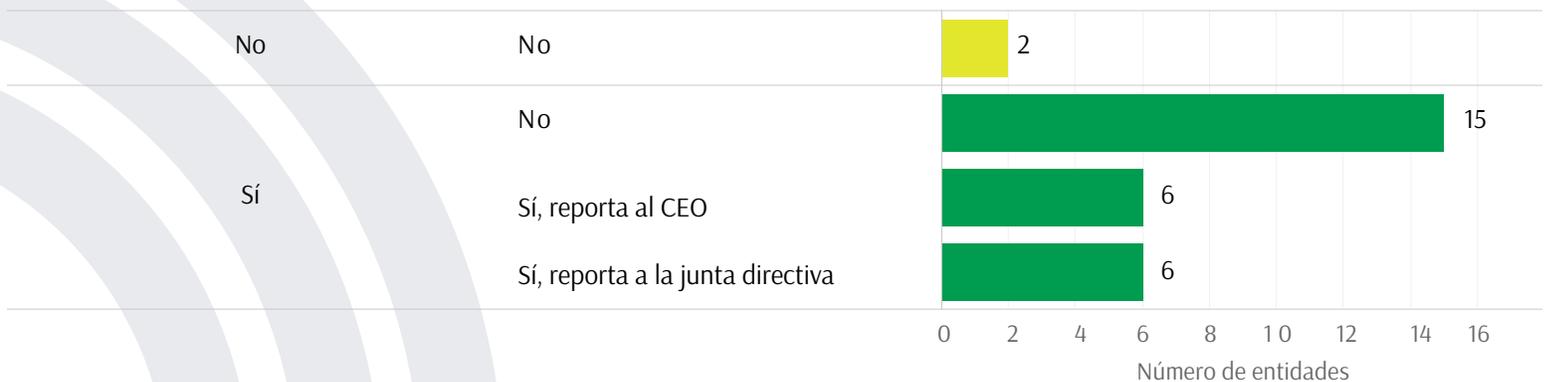
## Reportes al interior de las entidades



### GRÁFICA 6. REPORTES PERIÓDICOS A LA JUNTA DIRECTIVA VS. SI EL RESPONSABLE REPORTA AL CEO O A LA JUNTA DIRECTIVA (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES)<sup>5</sup>.

¿La junta directiva recibe reportes periódicos sobre indicadores y gestión de riesgos de seguridad digital?

¿El responsable de la seguridad reporta al CEO o a la junta directiva?



27 de las 29 entidades (el 93%) reportan periódicamente a la junta directiva sobre la gestión de riesgos en materia de seguridad digital. No obstante, solo en 12 entidades el responsable de la gestión le reporta directamente al CEO y/o a la junta directiva. Según la encuesta esto ocurre en procesos de reporte más complejos a través de canales de comunicación que pasan por varios niveles.



# 93%

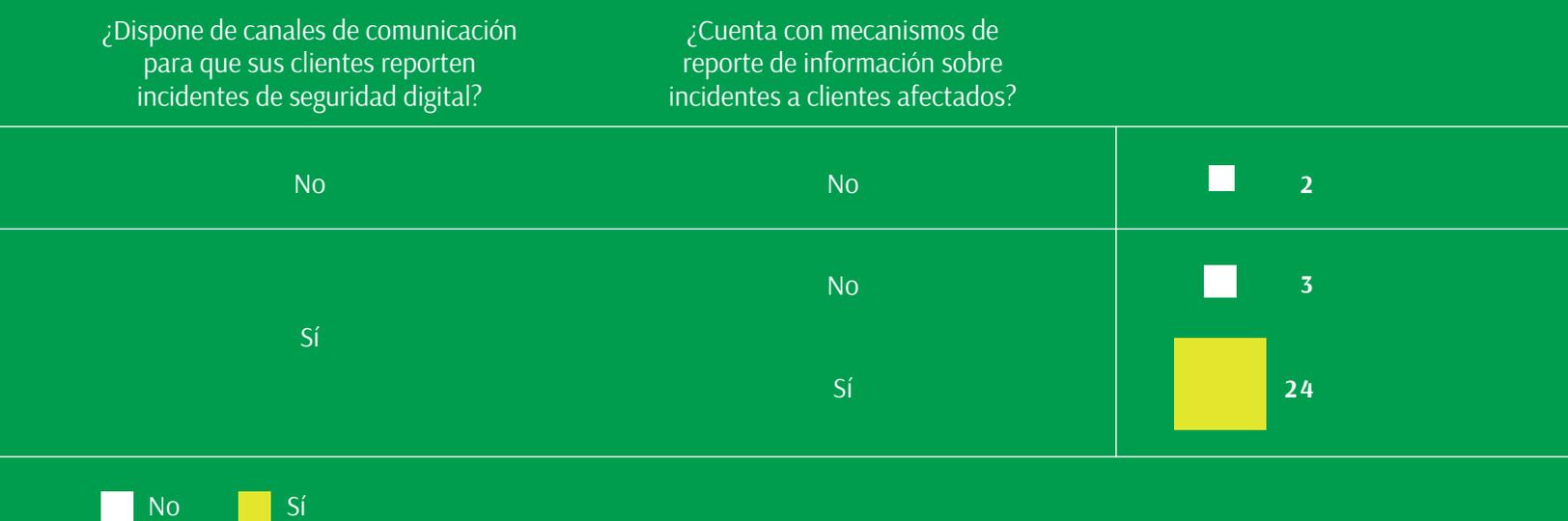
REPORTAN PERIÓDICAMENTE A LA JUNTA DIRECTIVA SOBRE LA GESTIÓN DE RIESGOS EN MATERIA DE SEGURIDAD DIGITAL.

<sup>5</sup> En el caso de dos entidades se aclara que el responsable de seguridad digital reportar tanto a la junta directiva como al CEO.

# El 100% de las entidades manifiesta contar con canales de comunicación para que sus empleados reporten incidentes de seguridad digital.<sup>6</sup>

Reportes de los clientes y plan de comunicaciones.

**GRÁFICA 7. CANALES DE COMUNICACIÓN DE INCIDENTES PARA CLIENTES VS. PLAN DE COMUNICACIONES PARA CLIENTES SOBRE SU INFORMACIÓN COMPROMETIDA** (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES). \*LOS VALORES CORRESPONDEN AL NÚMERO DE ENTIDADES EN CADA OPCIÓN.



<sup>6</sup> Información de 29 entidades.

## El 83% de entidades dispone canales de comunicación para que sus clientes reporten incidentes de seguridad digital, además tienen planes de comunicaciones para informar sobre los incidentes a clientes afectados.

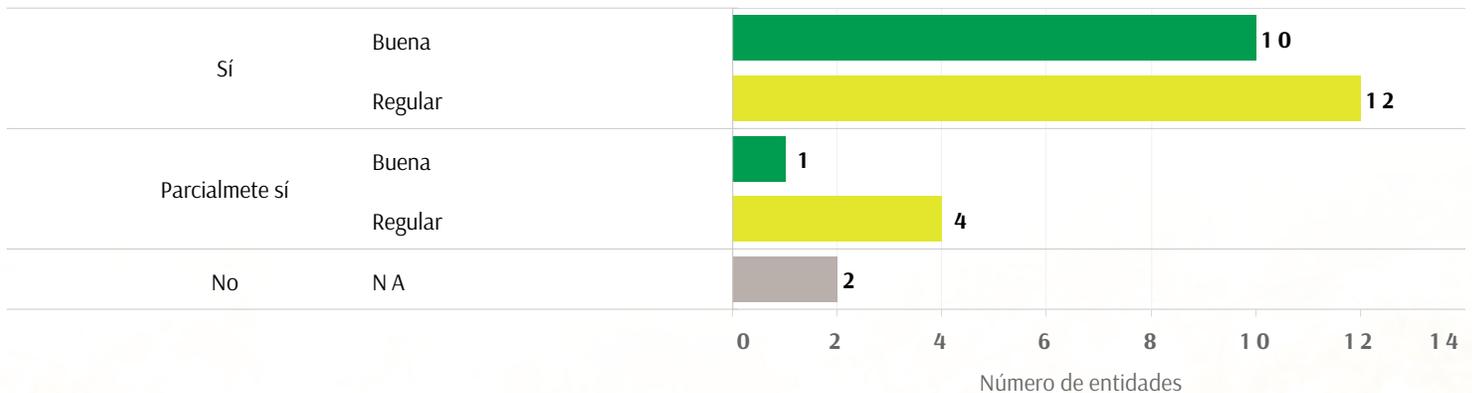
### Reportes a las autoridades

El 76% de las entidades reporta los incidentes de seguridad con las autoridades, el 17% hace un reporte parcial y el 7% no hace reportes.

El 55% de las entidades calificó la efectividad de las autoridades en la investigación y judicialización de ciberdelinquentes como regular, el 38% dijo que era buena. Ninguna de las entidades calificó esta gestión como muy buena o mala.

¿Reporta los incidentes de seguridad digital sufridos ante una autoridad?

¿Cómo califica la efectividad de las autoridades de ley en cargadas de la investigación y judicialización de los ciberdelinquentes?



**GRÁFICA 8.**  
**REPORTE DE INCIDENTES ANTE AUTORIDADES VS. CALIFICACIÓN**  
 (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

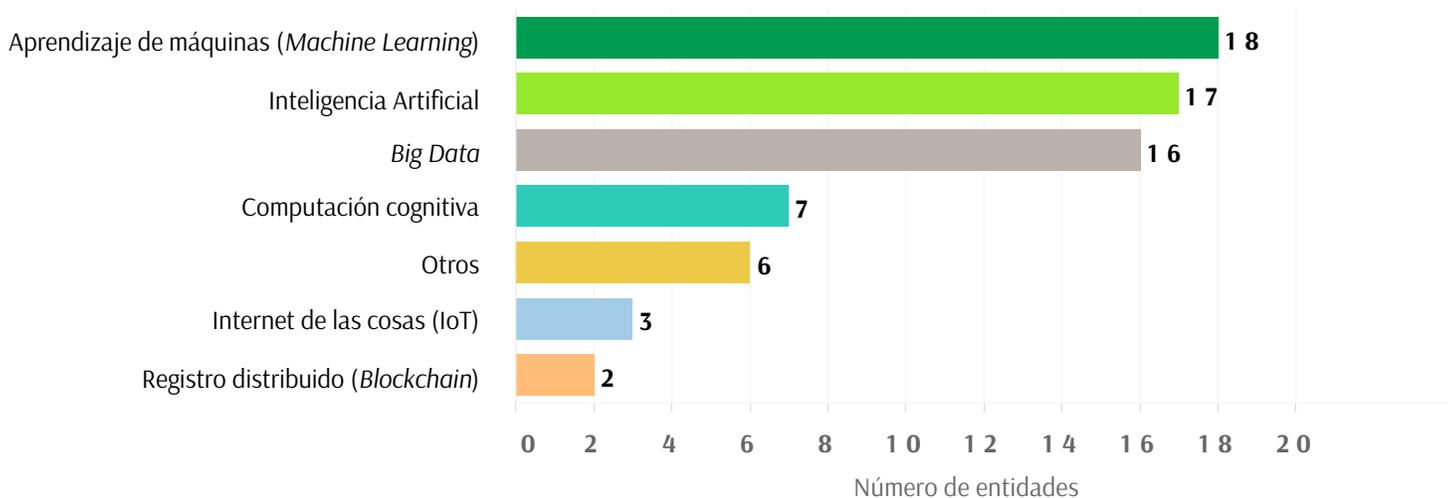


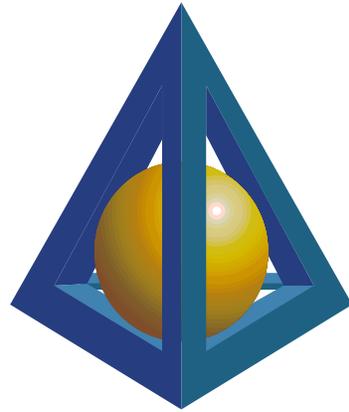
### Tecnologías emergentes de seguridad digital

Manteniéndose a la vanguardia, el sector financiero considera implementar distintas tecnologías para optimizar sus sistemas de seguridad digital. Las categorías más mencionadas de la encuesta son el aprendizaje de máquinas y la inteligencia artificial. Cabe resaltar que en el 2017 la opción mejor considerada fue el Big Data, lo que muestra que las entidades evalúan permanentemente las opciones que más les conviene implementar.



**GRÁFICA 9. TECNOLOGÍAS DIGITALES EMERGENTES PARA OPTIMIZAR CONTROLES O PROCESOS DE SEGURIDAD DIGITAL QUE SE ESTÁN IMPLEMENTANDO O SE PLANEA IMPLEMENTAR (INFORMACIÓN DE 26 ENTIDADES).**





# ASOBANCARIA

## CSIRT

Asobancaria puso en marcha el primer Equipo de Respuesta a Incidentes Cibernético (CSIRT – por sus siglas en inglés) financiero en Latinoamérica. Un grupo de trabajo especializado, encargado de brindar pronta respuesta a amenazas en el ciberespacio.

El CSIRT financiero ha logrado construir diferentes alianzas colaborativas, entre las que se destaca la hecha con la Organización de Estados Americanos (OEA), a partir de la firma de un memorando para contar con el apoyo técnico de este organismo internacional.

## Tendencias globales

### El factor de seguridad digital es determinante para la toma de decisión de los clientes

A nivel mundial los bancos han estado discutiendo los temas de privacidad y seguridad como determinantes que pueden desalentar a los clientes al elegir entidades con altos estándares en tecnología, sin embargo, cada vez son más las personas que están confiando en ellas basados en experiencias positivas evidenciadas<sup>7</sup>

Asobancaria promueve en el sector la implementación de tecnologías para la prestación de los servicios. También se ocupa rigurosamente de gestionar los aspectos de seguridad que garantizan la protección de la información de las entidades y de sus clientes a través de diversos planes, alianzas, eventos y campañas de educación.

*“Los avances en el procesamiento de datos y la generación de conocimientos harán que los bancos del futuro sean más ágiles, eficientes y estén listos para enfrentar las condiciones que cambian rápidamente”<sup>7</sup>*



<sup>7</sup> World Retail Banking Report (WRBR 2018). Disponible en: <https://worldretailbankingreport.com/>.

3.5

# INCLUSIÓN DE COMUNIDADES EN EL SECTOR FINANCIERO

Informe de sostenibilidad

## ODS relacionados



**Meta 1.4** Para 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos, así como acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de las tierras y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías apropiadas y los servicios financieros, incluida la microfinanciación.



**Meta 8.10** Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para fomentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todos.



**Meta 10.2** De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.



# Como parte de la misión de las entidades, se considera indispensable fomentar una banca cada vez más inclusiva para la sociedad colombiana.

## GRI 103-1

Asobancaria considera fundamental facilitar un mayor acceso de la población colombiana al sistema financiero y para tal fin, cuenta con un área encargada de fomentar la inclusión financiera y la transformación digital. Dicha área busca coordinar los esfuerzos y programas que en materia de innovación financiera vienen adelantando las entidades afiliadas, además de liderar iniciativas con otros agentes de la economía nacional.

El ingreso al sistema financiero resulta beneficioso para la población, ya que garantiza que los consumidores estén menos expuestos al financiamiento informal que tiende a ser costoso e inseguro. Además, la posibilidad de acceder a productos bancarios facilita el desarrollo de un historial crediticio por parte de los consumidores, incrementando así las opciones de adquirir en el futuro mayores montos de financiación que pueden usarse para finalidades productivas, de consumo o de vivienda.

La Asociación ha venido liderando iniciativas que contribuyen a aumentar la inclusión financiera y la promoción de los medios electrónicos de pago. En el último año, por ejemplo, se adelantaron acciones concretas que favorecen el acceso de la población rural al sistema financiero. Con esta intención, se suscribió un acuerdo con la Sociedad de Agricultores Colombianos a través del cual se buscaba obtener información sobre las preferencias de los consumidores financieros en este sector. Dicha información fue socializada con las entidades afiliadas, con el propósito de que se convierta en un insumo para favorecer el mejoramiento en los procesos de diseño de productos y en la implementación de instrumentos de transformación digital en el sector.

La Asociación realiza un ejercicio constante de coordinación con entidades del Gobierno Nacional y con agentes del sector privado, con el fin de garantizar que las estrategias interinstitucionales y de política pública favorezcan un mayor acceso y uso de los productos financieros. Lo anterior, teniendo en cuenta la experiencia y conocimiento del negocio que tienen las entidades afiliadas en materia de intermediación financiera, manejo de los riesgos operativos, transformación digital e innovación.

## GRI 103-2

La Asociación define su hoja de ruta de inclusión financiera en la Junta Sectorial de Inclusión Financiera y trabaja los temas específicos en el Comité Consultivo de Innovación y Medios de Pago, el Comité de Productos y Servicios Financieros, el Comité Rural y el Comité de Canales.

Como resultado de estos espacios de discusión, Asobancaria se encuentra trabajando en el mejoramiento de los siguientes factores relacionados con la inclusión financiera:

## IMAGEN 1. FACTORES RELACIONADOS CON LA INCLUSIÓN FINANCIERA.



Asobancaria pretende ampliar su participación en la Subcomisión rural y en la Comisión Nacional de Crédito Agropecuario (CNCA), instancias que tratan temas concernientes al seguro agropecuario, el sistema de información rural y la gestión del riesgo, condiciones necesarias para promover el financiamiento rural. Por otro lado, la Asociación ha venido trabajando con entidades del Gobierno Nacional en el diseño de estrategias para favorecer la financiación de las zonas más afectadas por el Conflicto Armado.

## GRI 103-3

A nivel de fuentes de información, la Asociación hace seguimiento a los informes de la Banca de las Oportunidades, tanto de la oferta de productos financieros (informe trimestral de inclusión financiera), como en lo referente a las preferencias de demanda de los consumidores financieros (estudio de demanda por inclusión financiera). Adicionalmente tiene información complementaria del Banco Mundial, de la Superintendencia Financiera de Colombia y el Banco de la República, en materia de uso de efectivo y medios de pago electrónicos.

Algunos de los principales indicadores de seguimiento para medir el alcance de nuestras iniciativas son:

- **Bancarización** = número de personas con algún producto financiero/población adulta en Colombia.
- **Uso de productos** = número de personas con algún producto activo/población adulta.
- **Número y monto de transacciones** a través de canales digitales.
- **Bancarización rural** = número de personas con algún producto financiero en el sector rural/ población adulta en Colombia en áreas rurales.



**Iniciativas de inclusión financiera**

Desde el 2015 se ha trabajado en una hoja de ruta que permita al gremio avanzar rápidamente para subsanar las posibles falencias que existen al momento de garantizar que todos los colombianos tengan las mismas oportunidades para acceder y usar los canales de atención de las entidades financieras. Impulsados por este compromiso se desarrolló el proyecto *Banca para Todos*, el cual consistió en la visita a 72 sucursales bancarias de la ciudad de Bogotá por parte de personas con discapacidad (metodología cliente incognito), buscando identificar de primera mano barreras y facilitadores a la hora de interactuar con el sistema. A partir de los hallazgos se construyó la *Guía de Atención Incluyente*, un documento con estrategias y actividades que pueden ayudar a las entidades a cerrar brechas en servicio. Adicionalmente, Asobancaria puso al servicio de todo el sistema financiero el documento *Cultura Incluyente en el Sector Bancario*, un compendio práctico con pautas de lenguaje y actitudes de servicio incluyentes.

Entre las medidas adoptadas desde el sector bancario se han gestionado las cuatro dimensiones de la inclusión financiera de la siguiente manera:

## 01 Acceso

Desarrollo de productos y servicios financieros que se ajustan a las necesidades particulares de diferentes segmentos, y que en muchos casos reducen la tramitología a la hora de apertura.

Trabajo directo con las entidades de supervisión para eliminar barreras regulatorias que impiden masificar productos en poblaciones tradicionalmente excluidas.

Uso de tecnologías modernas para lograr una mayor cobertura en los servicios prestados y procurar vincular a poblaciones que no han accedido al sistema financiero.

## 02 Uso

Trabajo conjunto entre las entidades agremiadas y la Asociación sobre iniciativas que favorezcan la interoperabilidad de las diferentes billeteras electrónicas que actualmente existen en el mercado.

Coordinación de Asobancaria a través del Finnlab para la elaboración de documentos de política pública que contribuyan a la adopción de modelos de identidad digital en el país.

## 03 Calidad

Gestión de iniciativas que propenden por el mejoramiento continuo de canales y productos existentes en el mercado, como el proyecto para habilitar el uso de celulares en las oficinas para brindar una mejor calidad en el servicio prestado a los consumidores financieros.

## IMAGEN 2. LAS CUATRO DIMENSIONES DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA.

## 04 Bienestar

Implementación de las anteriores iniciativas buscando mejorar la calidad de vida de la población colombiana.

En cuanto al comportamiento y uso generalizado de los canales del sistema financiero, durante los últimos años se ha presentado un incremento notorio del uso de los canales transaccionales y, particularmente, de los canales digitales que ganan cada vez más participación respecto de los canales tradicionales o presenciales.

A junio del 2018 los canales transaccionales más usados por los consumidores financieros para realizar operaciones monetarias en Colombia fueron los cajeros automáticos (25.6%), seguido de los datafonos (20.4%) y oficinas (17.9%). No obstante, en cuanto al número de transacciones totales realizadas, es decir incluyendo transacciones monetarias y no monetarias, el internet es el canal preferido con el 48.5% del total de transacciones.

## TABLA 1. INDICADORES Y METAS DE ASOBANCARIA EN INCLUSIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

**Indicador de bancarización** ● 82.2%

**Indicador de uso** ● 69.3%

**Disminución del volumen de efectivo en los medios de pago** ● 12%

**Indicador de bancarización** ● 85% a cierre de 2022

**Indicador de uso** ● 72% a cierre de 2022

**Disminución del volumen de efectivo en los medios de pago** ● 8.5% al cierre de 2022

### META 2018

- **Indicador de bancarización**  
84%
- **Indicador de uso**  
69%
- **Disminución del volumen de efectivo en los medios de pago**  
11.9%

### RESULTADO 2018

- **Indicador de bancarización**  
81.3% (a septiembre del 2018)
- **Indicador de uso**  
68.4% (a septiembre del 2018)
- **Disminución del volumen de efectivo en los medios de pago**  
12.5%

### META 2019

### META A CORTO, MEDIANO O LARGO PLAZO

# G4-FS1 Políticas con componentes sociales específicos aplicados a las líneas de negocios.

Las entidades han establecido políticas, estrategias y programas de inclusión financiera con los cuales busca llegar a las comunidades mediante productos que generan beneficio social.



**GRÁFICA 1. POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, ESTRATEGIAS O PROGRAMAS DEFINIDOS SOBRE INCLUSIÓN FINANCIERA** (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES). \*NR: NO RESPONDE A ESTA PREGUNTA.

¿Cuenta con una política o lineamientos específicos para el desarrollo de productos que generen beneficios sociales?



¿Su banco tiene una estrategia o programa de inclusión financiera definida?

- Sí
- No
- NR

**El 52% de las entidades han establecido una política o lineamientos para el desarrollo de productos que generen beneficio social.**

Las políticas o lineamientos con las que cuentan las entidades abordan consideraciones como financiación de las necesidades de capital de trabajo y modernización de las microempresas, modelos de finanzas productivas responsables, beneficios para el microcrédito y para la vivienda (especialmente para estratos sociales bajos), productos para estudiantes y cupos de microcrédito con cobertura en regiones del país donde no existe una amplia oferta de intermediarios financieros.

Se destaca que además de contar con políticas en el tema, hay diez entidades que han definido estrategias o programas de inclusión financiera. Teniendo en cuenta lo anterior, se considera importante que las entidades financieras no solo enfocan su actividad económica en productos comerciales dirigidos a la población de más fácil acceso, sino que también hacen esfuerzos por contribuir al desarrollo social mediante programas de inclusión en las diferentes comunidades.

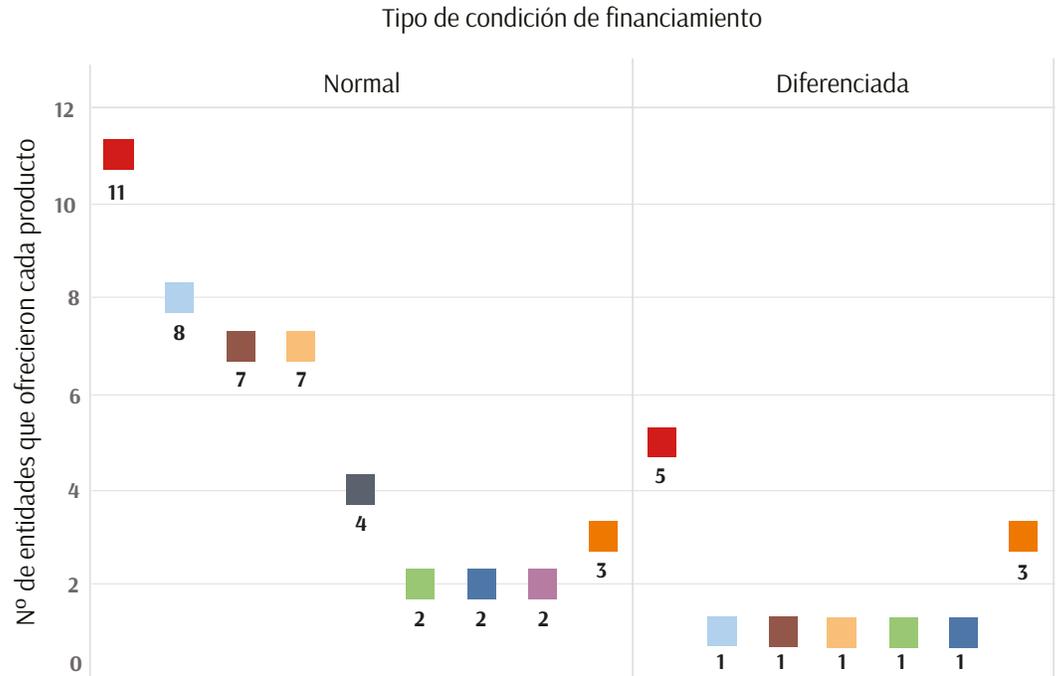
## **G4-FS7 Valor monetario de los productos y servicios creados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio, divididos por finalidad.**

### **Productos que promueven el beneficio social.**

A continuación se presentan los productos que promueven el beneficio social y que fueron ofrecidos por las entidades durante el 2018 en condiciones normales de financiamiento, así como en condiciones diferenciadas (tasa, plazo, periodo de gracia, criterios de elegibilidad, entre otros).



## GRÁFICA 2. PRODUCTOS QUE PROMUEVEN EL BENEFICIO SOCIAL, OFRECIDOS POR LAS ENTIDADES DURANTE EL 2018 (INFORMACIÓN DE 18 ENTIDADES). \*LA OPCIÓN DE RESPUESTA A LA PREGUNTA ES MÚLTIPLE.



### Productos que promueven el beneficio social

- Microcréditos
- Productos que apoyan la vivienda asequible
- Productos a estudiantes
- Productos para población rural
- Remesas o envíos de dinero a población remota
- Emprendimiento
- Productos para población con discapacidad
- Productos preferenciales para organizaciones benéficas / grupos comunitarios
- Otro

El producto que más se ofreció en condiciones de financiamiento normal y diferenciada fue el microcrédito. Dentro de los productos que también se mencionaron con condición diferenciada de financiamiento están los que apoyan la vivienda asequible, los productos para estudiantes y para la población rural, remesas o envíos de dinero a poblaciones remotas y productos para el emprendimiento.

Adicionalmente las entidades mencionaron tener líneas de productos para ahorro, servicios públicos, desarrollo urbano y de transporte, y otros de apoyo a mujeres, hospitales, víctimas del conflicto armado y empresas ubicadas en zonas de frontera.

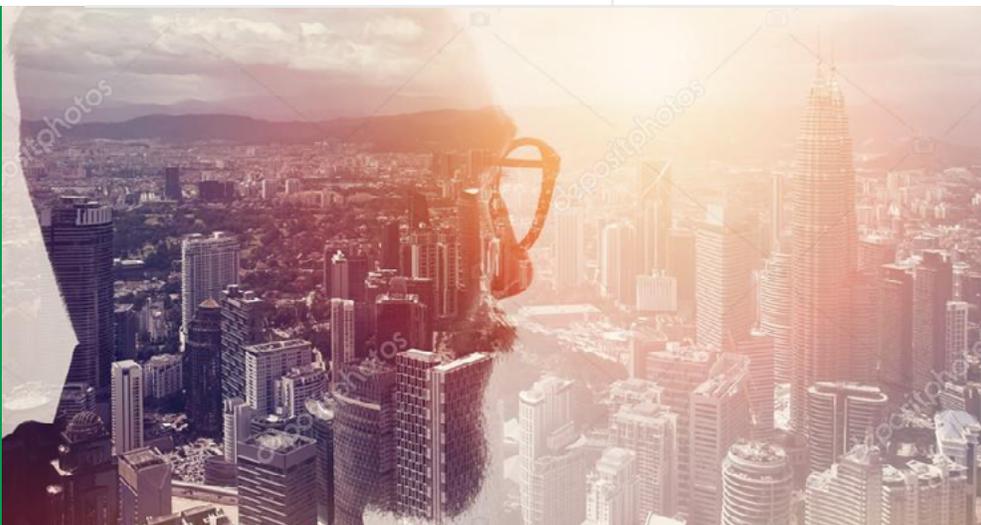
En las siguientes tablas se presentan los datos de los montos de la cartera en 2018 para productos que generan beneficio social.

**TABLA 2. MONTO DE LA CARTERA EN MILLONES DE PESOS PARA PRODUCTOS QUE GENERAN BENEFICIO SOCIAL**

(INFORMACIÓN DE 10 ENTIDADES). DATOS DE BANCOS DE PRIMER PISO (BANCOS COMERCIALES). \*CIFRAS EN MILLONES DE COP.

Productos que generan beneficio social banca primer piso	Cartera 2018*
Productos que apoyan la vivienda asequible	\$ 6.376.911
Productos a estudiantes	\$ 30.232
Productos para población rural	\$ 16.191
Microcréditos	\$ 3.497.267
Otro	\$ 12.911
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.933.512</b>

La banca de primer piso desembolsó 9.9 billones de pesos para proyectos que generaran beneficio social.



**TABLA 3. MONTO DE LA CARTERA EN MILLONES DE PESOS PARA PRODUCTOS QUE GENERAN BENEFICIO SOCIAL**

(INFORMACIÓN DE 2 ENTIDADES). DATOS DE BANCOS DE SEGUNDO PISO (BANCOS DE DESARROLLO). \*CIFRAS EN MILLONES DE COP.

Productos que generan beneficio social banca segundo piso	Cartera 2018*
Otro	\$2.265.617
Microcréditos	\$ 880.354
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.145.971</b>

Los proyectos que durante el 2018 financiaron los bancos de segundo piso se enfocaron en temas como salud, desarrollo urbano y vivienda, educación, TIC, desarrollo energético, agua potable, turismo, recreación y deporte, medio ambiente y líneas para empresas de víctimas del conflicto armado, entre otros.

#### Medios y canales para los usuarios.

Una parte fundamental para promover la inclusión financiera de las comunidades es facilitar los espacios para realizar transacciones, por tal motivo las entidades han dispuesto varios canales a través de medios físicos y virtuales.

**TABLA 4. NÚMERO DE TRANSACCIONES POR MEDIO Y CANAL EN EL 2018** (ELABORACIÓN DE ASOBANCARIA CON INFORMACIÓN DE LA SUPERINTENDENCIA FINANCIERA).

# 2018

Canal	Número de operaciones monetarias	Número de operaciones no monetarias	Número total de operaciones	Monto de operaciones (miles de millones de COP)
Oficinas	507.130.551	43.411.660	550.542.211	2.690.714.914
Cajeros automáticos	726.176.418	90.804.618	816.981.036	253.869.524
Datáfonos	592.823.535	43.024.447	635.847.982	101.733.206
Internet	453.334.103	2.698.385.554	3.151.719.657	2.798.322.863
Corresponsales bancarios	324.255.815	0	324.255.815	113.375.575
ACH	112.062.952	0	112.062.952	1.046.489.564
Pagos automáticos	122.426.097	0	122.426.097	67.121.982
Telefonía móvil	56.652.412	475.922.838	532.575.250	19.586.790
Audio respuesta	3.196.221	83.211.010	86.407.231	2.096.860
<b>TOTAL</b>	<b>2.898.058.104</b>	<b>3.434.760.127</b>	<b>6.332.818.231</b>	<b>7.093.311.278</b>

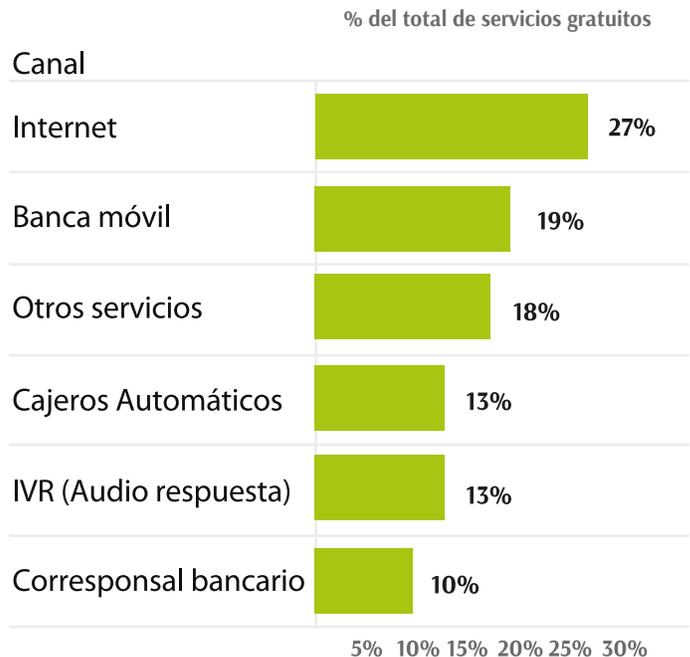
Como es de esperarse, las tendencias de consumo se inclinan cada vez más hacia la banca virtual, durante el 2018 el canal Internet presentó el mayor número de operaciones totales respecto de los otros canales ofrecidos a sus clientes por la banca.

#### Servicios gratuitos para clientes

18 de las entidades que reportan esta sección contribuyen a la ampliación de la oferta de servicios financieros y con esto a la inclusión financiera, indicando tener al menos un servicio gratuito para los clientes con ingresos inferiores a 5 SMMLV entre 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.



### GRÁFICA 3. PORCENTAJE DEL TOTAL DE SERVICIOS GRATUITOS POR CANAL (INFORMACIÓN DE 18 ENTIDADES).



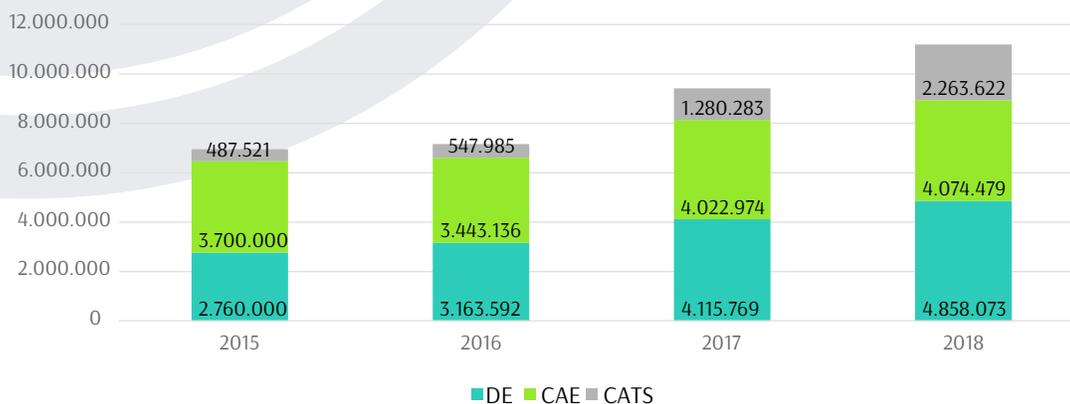
**El 86% de las entidades ofrecen al menos un servicio de diferentes productos de forma gratuita para clientes con ingresos inferiores a 5 SMMLV.**

Sobre el total de servicios gratuitos ofrecidos se destaca que la mayoría de ellos (27%) pertenecen al canal de Internet, lo cual se espera teniendo en cuenta que este es uno de los canales más utilizado por los clientes. Para Internet se ofrecen servicios gratuitos como consulta de saldo, pagos, recaudos y transferencias propias.

Por otro lado, el canal que ofrece el menor porcentaje de servicios gratuitos (10%) para clientes con ingresos inferiores a 5 SMMLV es el de corresponsales bancarios. Entre los servicios gratuitos en este canal se encuentran consignaciones, pagos y recaudos.



### GRÁFICA 4. TOTAL PRODUCTOS DE TRÁMITE SIMPLIFICADO OFRECIDOS POR LAS ENTIDADES.

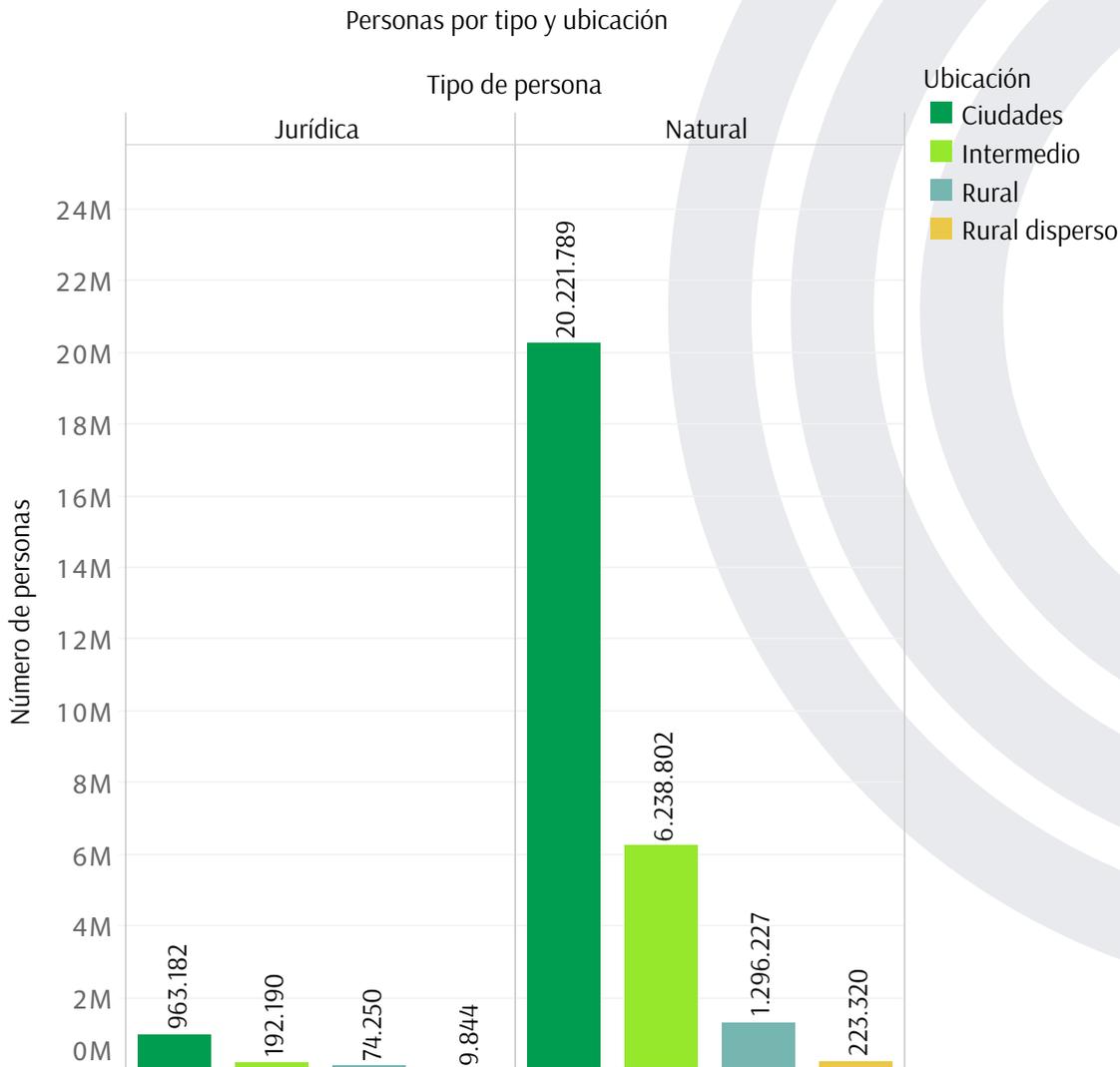


#### Productos de trámite simplificado.

Las entidades financieras ofrecen productos que pretenden facilitar los trámites para su obtención, y, por lo tanto, dan la oportunidad para que más personas cuenten con servicios financieros, entre estos se encuentran los depósitos electrónicos (DE) y las cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS Y CAES). En la gráfica 4 se observa como el número total de estos productos presentan una tendencia de crecimiento en los últimos años.

**IFC-1**

Puntos de acceso en áreas de baja densidad poblacional o lugares económicamente desfavorecidos


**GRÁFICA 5. CATEGORÍAS DE  
LOS CLIENTES Y SU UBICACIÓN**  
 (INFORMACIÓN DE 17 ENTIDADES).


El número de clientes clasificados como persona natural es considerablemente mayor al de persona jurídica y son los clientes a los que más se atendió en el 2018. Para ambos tipos de persona se observa que la ubicación en la que más presencia hay es en las ciudades, seguido de las poblaciones intermedias. El número de clientes en áreas rurales corresponde al 5.4% del total de clientes, por lo que para las entidades sigue siendo un reto ampliar la cobertura en zonas rurales.

Los tipos de personas jurídicas atendidas por el sector en el 2018 fueron microempresas (55%), medianas empresas (25%), empresas pequeñas (14%) y grandes empresas (6%).<sup>1</sup>

### Clientes nuevos en el 2018

El ingreso de clientes al sector financiero tuvo un buen desempeño durante todo el año, manteniéndose en un promedio de 60 mil clientes nuevos por trimestre. Es importante aclarar que debido a la forma de recopilar la información, puede existir una doble contabilidad de clientes que hayan abierto nuevos productos ya que una misma persona pudo abrir un nuevo producto financiero en diferentes entidades bancarias.



**GRÁFICA 6.  
PROMEDIO  
TRIMESTRAL DE  
CLIENTES NUEVOS  
EN EL 2018**  
(INFORMACIÓN DE 18  
ENTIDADES).



<sup>1</sup> Información de 16 entidades.

# Banco de Bogotá

*Un Banco hecho entre dos*



## Garantía DCA

Esta iniciativa tiene el objetivo de entregar soluciones financieras a las pequeñas y medianas empresas que operan en zonas rurales y a personas que por sus condiciones económicas no tienen posibilidad de financiación para sus proyectos productivos.

La Garantía DCA ampara el 50% de las operaciones de crédito en municipios que fueron víctimas del conflicto armado del país. En

el 2018, a través de la Ruta de Inclusión Financiera *Un Viaje por el Progreso del País*, se otorgaron en 17 departamentos de país cerca de 6.690 créditos por un monto de \$56.416 millones con Garantía DCA, brindando a las personas la oportunidad de acceder al sistema financiero y de materializar sus proyectos.

## Tendencias globales

Las iniciativas de inclusión financiera son necesarias para lograr el objetivo común de prosperidad en toda la población.

De acuerdo con el **World Bank**,<sup>2</sup> desde el 2010 más de 55 países se han comprometido con la inclusión financiera y más de 60 países han lanzado o están desarrollando una estrategia nacional. Complementariamente, destacan que los países que instituyen una estrategia nacional de inclusión financiera aumentan el ritmo y el impacto de las reformas.

En este sentido, el gremio y Asobancaria se han coordinado con entidades del Gobierno Nacional para afianzar la política pública en la materia. Además han establecido rutas para alcanzar una mayor inclusión de las comunidades en el sector considerando aspectos de cobertura, acceso, uso y fomento de medios electrónicos. En este marco se desarrollan productos que generan beneficio social, se abre la oferta de productos gratuitos o de trámite simplificado y se crean espacios para facilitar el uso y el acceso a los servicios financieros.



<sup>2</sup> Financial Inclusion (World Bank, Oct 02, 2018) Disponible en: <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/overview>



**3.6**

# **GESTIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO**

**Informe de sostenibilidad**

## ODS relacionados



**10.2** De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.



**16.3** Promover el estado de derecho en los planos nacional e internacional y garantizar la igualdad de acceso a la justicia para todos.

**16.10** Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales.



# El gremio busca garantizar la mejor experiencia al consumidor financiero estableciendo políticas, lineamientos y canales que cumplan con sus necesidades y expectativas.

## GRI 103-1

Los cambios en la economía y la tecnología demandan que las industrias tradicionales se renueven para estar a la vanguardia. Tal es el caso de las entidades financieras que deben alinearse con los cambios en las preferencias de consumo actuales y futuras para garantizar su sostenibilidad.

La normatividad que rige al sector financiero en Colombia comprende, entre otras, la Ley 1328 de 2009 sobre el Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC). Esta Ley presenta un marco legal claro con reglas de protección para el consumidor financiero frente a las entidades. Incluye derechos, obligaciones e información que deben proporcionar, restringiendo cláusulas y prácticas abusivas y creando instancias como el Defensor del Consumidor Financiero, entre otras.

El gremio tiene influencia en dos frentes. En primer lugar, en el relacionamiento con entes de control para exponer opiniones sobre

iniciativas consideradas en el mejoramiento del marco normativo. Dicho marco es fundamental para Asobancaria, ya que detalla el nivel de servicio que se debe prestar a los consumidores, la información que debe suministrarse, los plazos para las resoluciones, las prácticas y cláusulas no permitidas, la obligatoriedad de reportar cada una de las inconformidades recibidas y la investigación de causas para prevenir riesgos.

En segundo lugar, el gremio propende por las buenas prácticas a través de foros y espacios de relacionamiento y al hacer estudios sobre temas de alto impacto en la experiencia de los clientes.

## GRI 103-2

El comité de satisfacción al consumidor de Asobancaria, cuyo propósito es impulsar acciones encaminadas a mejorar la gestión de la experiencia de los consumidores, así como lograr la satisfacción de sus expectativas, ha operado durante 2018 con el fin de generar un marco común en favor del consumidor financiero.

### Las medidas específicas de cada entidad buscan ir más allá de los requisitos normativos y se definen de acuerdo con el perfil de sus consumidores.

El marco de acción del comité de satisfacción al consumidor sobre los proyectos en curso a nivel gremial comprende la investigación (estructuración de estudios, análisis y documentos), el relacionamiento con entes de control, la creación de espacios de evaluación comparativa y la implementación de buenas prácticas.

A nivel de políticas públicas en materia financiera, Colombia tiene un marco normativo muy completo, ya que es uno de los sectores más regulados a nivel nacional. Este marco está condensado principalmente en la *Circular Básica Jurídica de la Superintendencia Financiera* y en la Ley 1328 del 2009. En esta Ley se definen los canales a través de los cuales los consumidores tienen acceso a las entidades en caso de inconformidad, entre ellos se destacan:



LA ENTIDAD OBJETO DE LA QUEJA.



EL DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO.



LA SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA.

## GRI 103-3

Asobancaria, asesorada por la firma Ipsos Napoleón Franco, diseñó un sistema de evaluación que con una muestra representativa de los consumidores mide los pilares que se consideran fundamentales para ofrecer una experiencia de servicio diferenciadora. 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. Este proceso se realiza reconociendo que cada entidad financiera tiene indicadores y evaluaciones propias de calidad en el servicio.

La gestión de Asobancaria frente al Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC) se evidencia en los avances de varios proyectos gremiales representativos:

**A partir de este estudio, se identificó que la satisfacción promedio de los colombianos frente a los bancos es del 82%.**



### **Estudio de mejores prácticas en la satisfacción – Ipsos.**

En el 2018 se expusieron los resultados del análisis cuyo objetivo fue identificar *los puntos de dolor del cliente* a la hora de interactuar con su entidad financiera, de esta manera se ayudó en la construcción de procesos SAC más eficientes. De igual forma se estructuraron análisis gremiales específicos para aquellos aspectos en los cuales los consumidores sienten que se puede mejorar.

### **Análisis en la implementación de buenas prácticas en experiencia del cliente.**

Junto con expertos internacionales en buenas prácticas del *Customer Operations Performance Center (COPC)* se inició una consultoría en cuyo marco se hicieron visitas a los *Call Center* (algunos de diez entidades afiliadas), buscando identificar oportunidades de mejora y procesos que funcionaran adecuadamente. Como resultado de la investigación se constató que la satisfacción en el canal telefónico podía fortalecerse. Cada entidad financiera recibió un informe personalizado, mientras que Asobancaria recopiló acciones de mejora generales sobre las cuales trabajará en el 2019.

### **Encuesta de reputación.**

Por sexta ocasión se realizó el estudio *Índice Global de Reputación de Asobancaria y el Sector Bancario* que permite entender el reconocimiento que los grupos de interés hacen de su comportamiento corporativo y la satisfacción percibida frente a compromisos adquiridos como visión, misión, valores y modelos de comunicación establecidos por las entidades. Este estudio constituye un trabajo

intenso que ahonda en los factores críticos que afianzan la relación entre las entidades y sus grupos de interés, por otra parte, es un paso definitivo hacia una medición de 360 del entorno que incluye factores de reputación internos y externos.

### **Foro de servicio.**

Buscando un espacio de buenas prácticas, el comité de satisfacción al consumidor realizó el *Primer foro de servicio al cliente de Asobancaria* al que asistieron conferencistas nacionales e internaciones para hablar exclusivamente de experiencia y gestión de clientes. En esta primera edición los temas claves fueron: *Big Data*, efectos de la automatización en oficinas y modelos predictivos de inconformidades. La convocatoria superó ampliamente las expectativas, contó con la asistencia de 22 entidades y obtuvo una calificación de satisfacción percibida de 4.7 puntos en una escala de 1 a 5. Con base en estos resultados se decidió realizar una segunda edición del evento en 2019.

Nombre	Meta para el 2018	Cumplimiento en el 2018	Meta para el 2019	Meta a corto, mediano o largo plazo
<b>Satisfacción general.</b>	 <b>82%</b>	 <b>82%</b>	 <b>83%</b>	Lograr un índice de satisfacción de los consumidores financieros de más del 85% en 2022.
<b>Reducción de las quejas frente al número de operaciones.</b>	 <b>1.4</b>	 <b>1.4</b>	 <b>1.3</b>	Reducir el número de quejas presentadas por los consumidores financieros tomando en cuenta el número de operaciones realizadas.
<b>Índice de recomendación.</b>	 <b>7.0</b>	 <b>7.1</b>	 <b>7.2</b>	Promover activamente el sistema financiero.

**TABLA 1.  
INDICADORES Y METAS EN GESTIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO DE ASOBANCARIA.**

**GRI 417-2 Y 417-31****Quejas y reclamos**

Al evaluar el desempeño de la banca en el 2018 respecto del 2017, destacamos que el número de insatisfacciones tuvo un comportamiento estable al mantenerse en 1.4 por cada 10.000 operaciones<sup>2</sup>. Se destaca la gestión de las entidades financieras al sostener la meta a pesar del aumento de las operaciones en los últimos años, las cuales han pasado de mil millones en 2010 a tres mil millones en 2018, lo que implica que la banca mantiene un índice de eficiencia del 99%<sup>3</sup>.

A partir del análisis de las quejas se determinó que aquellas relativas a la indebida atención al consumidor financiero han decrecido en un 5% respecto del 2017, al igual que las que tienen que ver con el cobro de servicios y comisiones. Las entidades seguirán trabajando intensamente en desarrollar las medidas necesarias para reducir las causales que han presentado aumentos, tales como los aspectos contractuales y los descuentos injustificados. Cuando se analizan las cifras de insatisfacciones por producto, no sorprende que la tarjeta de crédito y la cuenta de ahorros lideren el listado, ya que son productos de uso masivo.

Al revisar los datos históricos, la banca encuentra buenas noticias para reportar. La explicación a este resultado se atribuye al seguimiento constante de la percepción del cliente, a procesos que permiten identificar las causas raíz de las inconformidades y a las acciones puntuales que evitan su repetición.



EN

**2010**

LAS  
INCONFORMIDADES  
LLEGABAN A 2.4 POR  
CADA

**10.000**

OPERACIONES, HOY SE  
REGISTRA UN 39%  
MENOS DE FALLAS O  
INCUMPLIMIENTOS

<sup>1</sup> GRI 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios. GRI 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de *marketing*.

<sup>2</sup> Información correspondiente al primer semestre 2018.

<sup>3</sup> Cifra calculada por Asobancaria a partir de información de la Superintendencia Financiera de Colombia.

**GRI 102-43<sup>4</sup>****Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC)**

A nivel gremial, el rol de Asobancaria consiste en identificar aspectos comunes para mejorar que tienen que ver con la gestión del SAC y con la percepción del consumidor financiero. Su objetivo es avanzar rápidamente en la mejora del nivel de satisfacción y la experiencia del servicio.

## El 83% de las entidades tiene un Comité de SAC o Servicio interno.<sup>5</sup>

La operación de los sistemas SAC es llevada a cabo directamente por el 83% de las entidades. El resto de entidades opera su sistema de forma mixta, tercerizando algunos procesos específicos como la atención por *Call Center*, buzón telefónico, chat, ventas y audio respuesta.

El 93% de las entidades cuentan con un plan de capacitación sobre habilidades interpersonales dirigido al personal del SAC. Cuando el servicio es tercerizado, las entidades exigen esta capacitación a sus proveedores.

Desde la gestión de este asunto se evalúan seis pilares extraídos de buenas prácticas internacionales, mientras que desde la óptica de los clientes del sector se evalúan siete niveles como se muestra a continuación. Las dos mediciones referidas se realizan anualmente:

### IMAGEN 1. PILARES DE LA GESTIÓN DEL SAC EN EL SECTOR FINANCIERO.

**Buenas prácticas internacionales****Niveles evaluados desde la óptica del cliente****Personalización****Lealtad****Integridad****Recomendación****Manejo de expectativas****Esfuerzo****Tiempo****Resolución de quejas y reclamos****Resolución****Experiencia****Esfuerzo y empatía****Satisfacción general****Satisfacción con los canales de atención**

<sup>4</sup> GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés, la información de esta sección corresponde a 29 entidades que respondieron a la encuesta de sostenibilidad.

<sup>5</sup> Información de 29 entidades.

### Canales de retroalimentación e investigación para la mejora del SAC

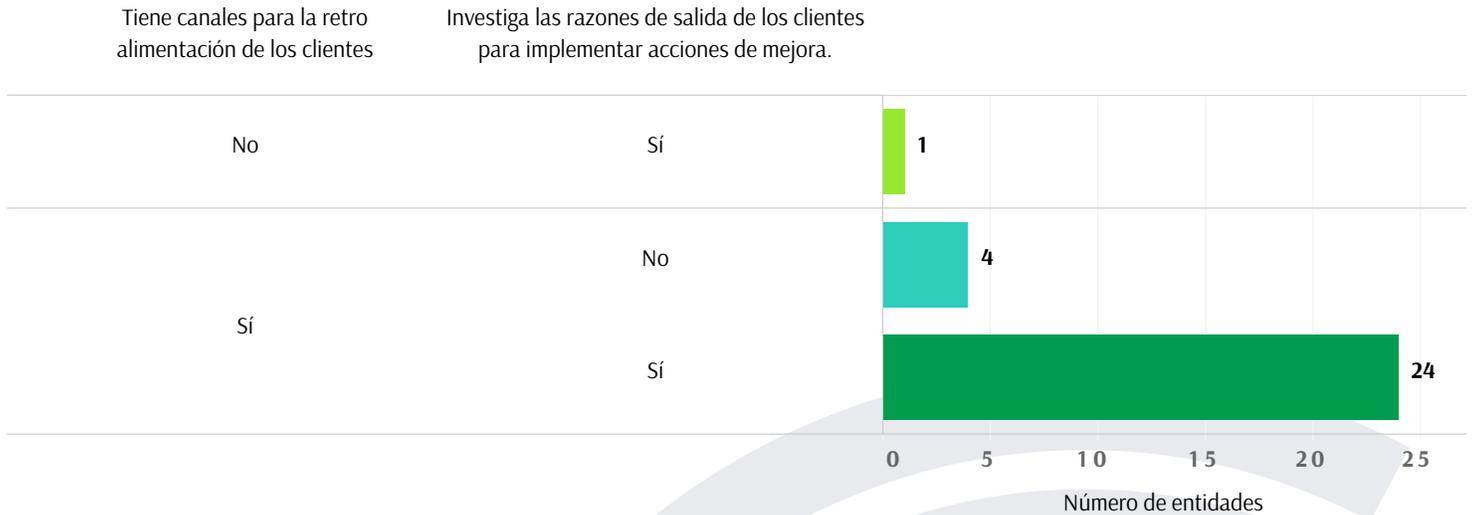
La medición de la satisfacción de los clientes es una práctica llevada a cabo en todas las entidades financieras. Implementan sus propios canales para la retroalimentación de sus clientes, así como procesos para la investigación de causas de salida como se muestra en los siguientes datos:

**De las 29 entidades que reportaron, 97% cuentan con canales para la retroalimentación de los clientes. El 86% investiga además las razones de salida de sus clientes para implementar acciones de mejora.**





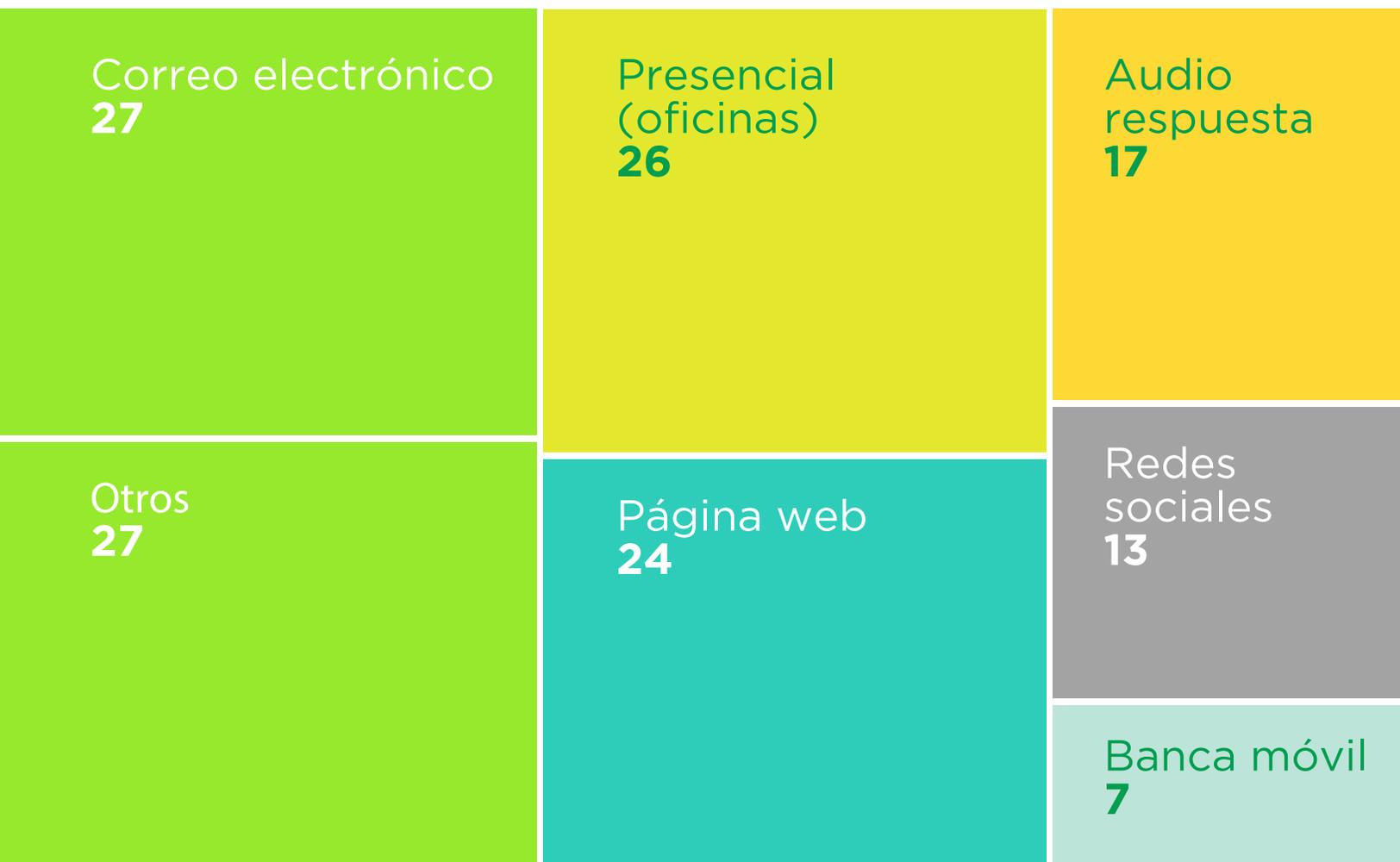
## GRÁFICA 1. CANALES HABILITADOS PARA LA RETROALIMENTACIÓN DE LOS CLIENTES VS. INVESTIGACIÓN SOBRE LAS RAZONES DE SALIDA DE LOS MISMOS PARA IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).



Los principales canales utilizados por las entidades financieras para recibir consultas, sugerencias, quejas o felicitaciones de los consumidores son el correo electrónico, el canal presencial (oficinas), la página web y la audio-respuesta. Otros canales implementados como alternativas crecientes son las redes sociales y la banca móvil (aplicaciones móviles y desde SIM card).

**GRÁFICA 2: CANALES DISPONIBLES SAC. LOS VALORES CORRESPONDEN AL NÚMERO DE RESPUESTAS POR CADA UNO DE LOS CANALES**(INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

**¿De qué canales dispone su sistema SAC?**



**Algunos de los canales SAC mencionados en la opción “otros” de la gráfica anterior son:**



**Defensor del consumidor financiero.**



**Atención personalizada.**



**Chat y videollamadas.**



**Call center (líneas de atención telefónica).**



**Buzón telefónico.**



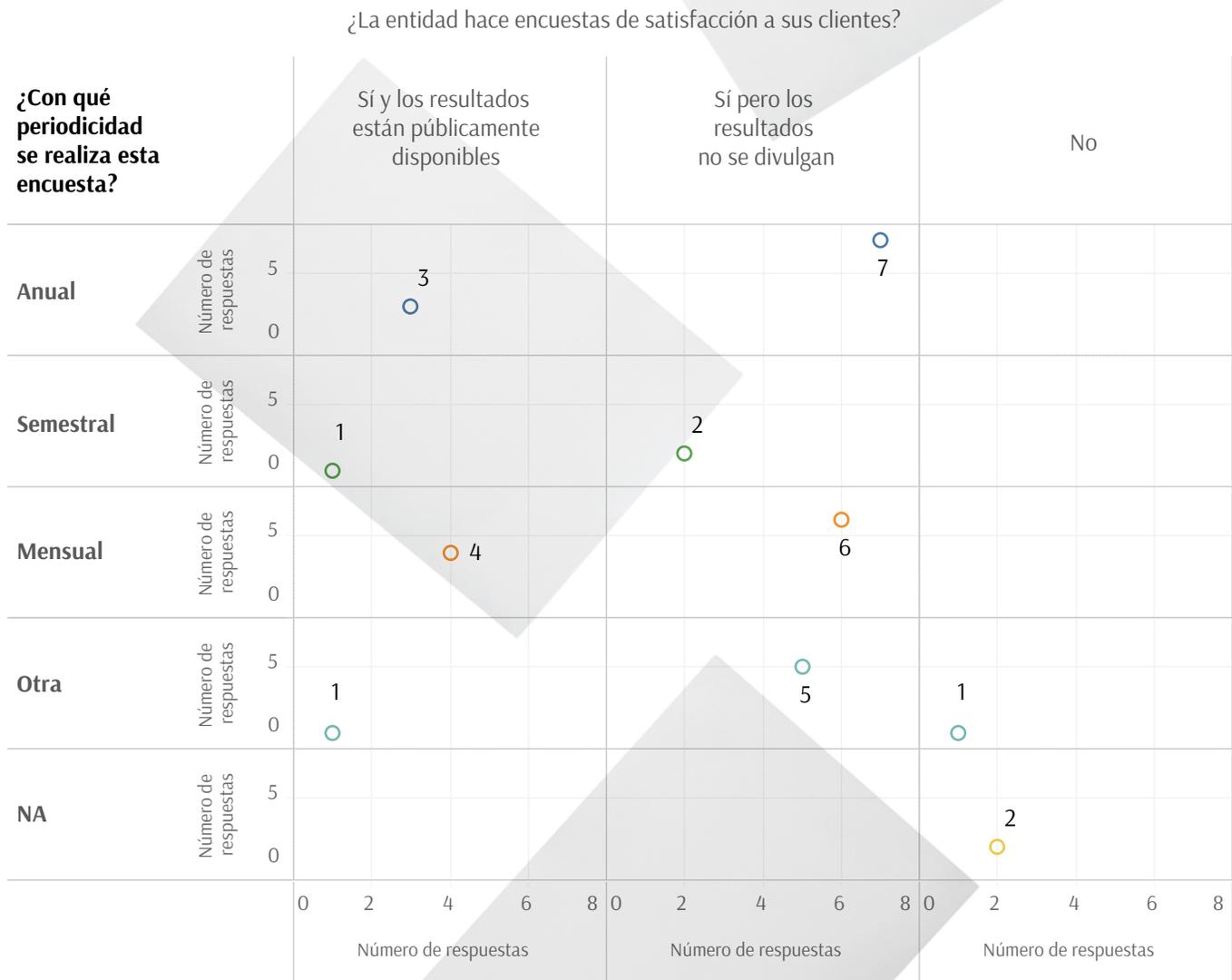
**Solicitud por medio de documento físico.**

Todas las entidades encuestadas tienen documentados los valores organizacionales y los estándares específicos de conducta profesional que se esperan del personal involucrado en la atención al cliente<sup>6</sup>.

Otro de los medios utilizados por las entidades para medir la satisfacción de los clientes son las encuestas que se realizan en distintas etapas de la prestación del servicio. La divulgación de sus resultados, así como su periodicidad, se presentan en la siguiente gráfica.



**GRÁFICA 3. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN VS. PERIODICIDAD** (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES). ). \*NA: NO APLICA. \*\*LA OPCIÓN DE RESPUESTA A LA PREGUNTA DE PERIODICIDAD ES MÚLTIPLE, POR EJEMPLO, UNA ENTIDAD QUE RESPONDIÓ EN LA PRIMERA COLUMNA ELIGE LA PERIODICIDAD ANUAL Y LA SEMESTRAL, ES POR ESO QUE NO SE REPORTA NÚMERO DE ENTIDADES SINO NÚMERO DE RESPUESTAS.



<sup>6</sup> Información de 28 entidades.

El 62% de las entidades hace encuestas de satisfacción a sus clientes y no divulga los resultados, el 28% hace encuestas y publica los resultados, el 10% de las entidades no hace encuestas de satisfacción a sus clientes.<sup>7</sup>

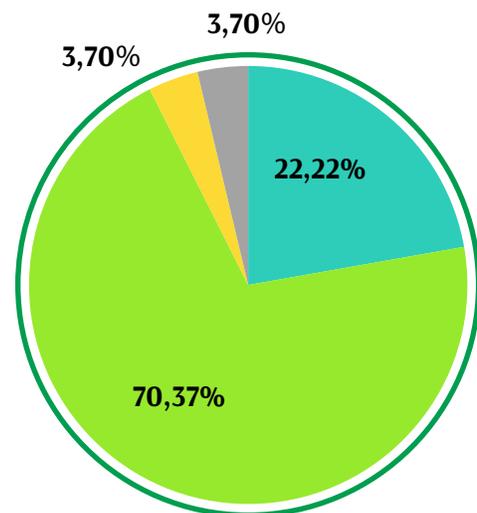
Las encuestas que se realizan anual y mensualmente son las más usuales. Algunas entidades lo hacen trimestralmente y otras, diariamente, al terminar los procesos de atención telefónica o virtual y al cumplir determinado número de días de vinculación a productos.

## GCF-1

### Políticas para el correcto diseño y venta de productos y servicios financieros

El 78% de las entidades tiene una política que considera aspectos de responsabilidad durante las fases de diseño y/o venta de sus productos y servicios financieros.

**GRÁFICA 4.**  
**POLÍTICA PARA**  
**DISEÑO Y VENTA**  
**RESPONSABLE**  
**DE PRODUCTOS**  
**Y SERVICIOS**  
**FINANCIEROS**  
(INFORMACIÓN DE 27 ENTIDADES).



- No
- Sí e incluye diseño y venta
- Sí pero incluye solo diseño
- Sí pero incluye solo venta

La tendencia de las entidades antes de iniciar una relación contractual con sus clientes es brindar guías explicativas adicionales a los requerimientos de ley, así como de los contratos y productos que ofrecen para facilitar su entendimiento.

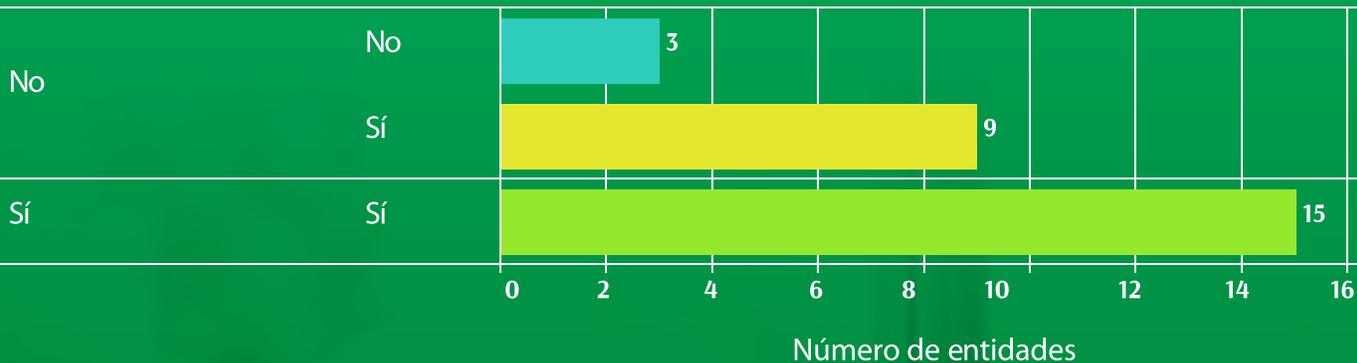
<sup>7</sup> Una de las entidades reportó otra periodicidad refiriéndose a que tiene programada una encuesta de satisfacción para el año 2019 a través de una entidad externa.



## GRÁFICA 5. GUÍA EXPLICATIVA ADICIONAL A LOS REQUERIMIENTOS DE LEY, DE LOS CONTRATOS VS DE LOS PRODUCTOS POR ADQUIRIR (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

Al inicio de la relación contractual pone a disposición de los clientes, una guía explicativa de los contratos

Al inicio de la relación contractual pone a disposición de los clientes, una guía explicativa de los productos que está adquiriendo



## Tendencias globales

### Los elementos humanos siguen siendo críticos para el servicio al cliente

De acuerdo con el **World Retail Banking Report 2018**<sup>8</sup>, si bien los asistentes informáticos son ideales para resolver preguntas generales de los clientes, la ayuda humana sigue siendo el soporte más efectivo para asuntos complejos. Por lo tanto, aunque el servicio automático pueda ahorrar dinero, no debería reemplazar la prioridad de ofrecer una experiencia positiva al cliente.

Entendiendo esto, Asobancaria y sus entidades afiliadas no solo implementan canales informáticos vanguardistas, sino que mantienen y mejoran los lineamientos que garantizan la satisfacción del cliente. La mayoría de los canales establecidos requieren de interacción humana, por esto se han establecido estándares de valores organizacionales, directrices de conducta profesional y capacitaciones en habilidades personales para los colaboradores que interactúan con el cliente.

De igual forma se gestionan constantemente comités de servicio, estudios de mejores prácticas en el tema, análisis de encuestas de satisfacción, eventos y sistemas de evaluación para lograr cada vez un mayor avance en la gestión del consumidor financiero.



<sup>8</sup> World Retail Banking Report, 2018. Disponible en: <https://worldretailbankingreport.com/>

**Asobancaria y sus entidades tienen el objetivo de construir y mantener la confianza del sector bancario por parte del público, los reguladores, legisladores, jueces y supervisores, y la comunidad financiera internacional.**

La combinación ideal de factores para lograr el éxito en los negocios se atribuye generalmente a aspectos de desempeño y estrategias de mercado, sin embargo, la confianza es un componente fundamental para que las organizaciones realmente se mantengan en el tiempo.

En nuestra sociedad es cada vez más relevante la confianza a la hora de adquirir cualquier producto o servicio. Por tal motivo el sector busca fortalecer los lineamientos que guían su gobierno corporativo y las reglas que evitan riesgos de incumplimiento y faltas a la ética. De forma similar, se emprenden estrategias para combatir la corrupción en todas sus formas.

Teniendo en cuenta que la influencia del sector en la sociedad es significativa para la economía, se realiza el balance del escenario económico del sector, presentando además consideraciones que se analizan como favorables para el país.

Sabiendo que el capital humano es un valioso recurso para crecer y mejorar el desempeño de las entidades, se invierte en su capacitación, retroalimentación y beneficios.

Asimismo, y como parte del esfuerzo del sector para extender los beneficios del crecimiento económico en las comunidades, se invierte en programas que propenden por mejorar su calidad de vida tales como emprendimiento, salud, medio ambiente, arte y deporte. A esto se suman programas de capacitación financiera dirigidos a diversos grupos como niños, adultos y jóvenes, aportando así las herramientas para que sus decisiones sean informadas.

Este objetivo misional aborda los temas de la dimensión social del sector financiero.



4.1

**HECHOS  
DESTACADOS -  
DIMENSIÓN  
CONFIANZA**

Informe de sostenibilidad

# 4.1 HECHOS DESTACADOS

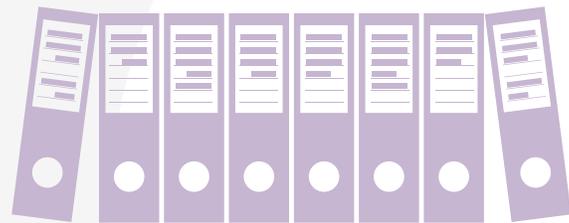
## DIMENSIÓN CONFIANZA

MÁS DE  
**145.000**  
COLABORADORES  
EMPLEADOS  
EN 2018

POR LOS ESTABLECIMIENTOS  
BANCARIOS



ENTRE DIRECTOS  
E INDIRECTOS



\$ **26.986** MI  
LLO  
NES  
INVERTIDOS  
EN CAPACITACIÓN  
A COLABORADORES

CERCA DEL  
**60** %  
DE LOS COLABORADORES  
DEL SECTOR  
SON MUJERES

EL SALARIO INICIAL PROMEDIO  
OFRECIDO POR LAS ENTIDADES

FUE 1,38 VECES  
EL SMMLV  
ESTABLECIDO  
PARA COLOMBIA EN 2018

INVERSIÓN SOCIAL POR  
**27.330** MI  
LLO  
NES  
REALIZADA DURANTE EL 2018

A TRAVÉS DE INICIATIVAS  
RELACIONADAS CON SALUD,  
EDUCACIÓN, ARTE, DEPORTE,  
EMPRENDIMIENTO, ENTRE OTROS,

BENEFICIANDO A MÁS DE  
**530 MIL PERSONAS**

LOS PROGRAMAS DE  
EDUCACIÓN FINANCIERA  
DE LAS ENTIDADES  
TIENEN COBERTURA EN

**25** DEPARTAMENTOS  
DEL PAÍS

LOS PORTALES WEB  
DE EDUCACIÓN  
FINANCIERA  
DE ASOBANCARIA

TIENEN TANTOS USUARIOS  
COMO PARA LLENAR

**62** VECES  
EL ESTADIO  
NEMESIO CAMACHO  
EL CAMPÍN



**452.098** PERSONAS  
BENEFICIADAS POR LOS PROGRAMAS  
DE EDUCACIÓN FINANCIERA  
DE LAS ENTIDADES

\$ **1.929** MI  
LLO  
NES INVERTIDOS POR LAS ENTIDADES  
PARA EL DESARROLLO DE PROGRAMAS  
DE EDUCACIÓN FINANCIERA



**4.2**

**GOBIERNO  
CORPORATIVO,  
RIESGOS Y  
ÉTICA**

**Informe de sostenibilidad**

La definición de los reglamentos y lineamientos que guían el gobierno corporativo de las entidades permite direccionar adecuadamente a cada uno de sus miembros hacia el cumplimiento de los objetivos estratégicos; además, la implementación de temas éticos y de conducta garantizan que se logren con transparencia. Extender estos lineamientos de gobierno y ética a los grupos de interés es fundamental para mitigar riesgos estratégicos y asegurar coherencia en la ejecución de los negocios.

De manera complementaria, las consideraciones ambientales, sociales y de gobierno (ESG, por sus siglas en inglés) en la gestión de las entidades, cobran cada vez más relevancia, ya que grupos de interés como inversionistas y accionistas los demandan con el fin de generar valor a largo plazo.

La adopción de estas consideraciones hace que las entidades financieras busquen implementar altos estándares internacionales en materia de sostenibilidad, buen gobierno y ética. Es así como se han adherido, entre otras, a iniciativas globales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible y DJSI<sup>1</sup>, además de estándares como COSO<sup>2</sup> y SOX<sup>3</sup>.

## **GRI 102-16**

### **Valores, principios, estándares y normas de conducta**

#### **Códigos de gobierno corporativo y de ética, conducta o buenas prácticas corporativas**

La demanda de información y la regulación de las entidades financieras es cada vez más estricta, por lo tanto, es indispensable el fortalecimiento de los lineamientos de ética y buen gobierno que aseguren el control de las operaciones para lograr los objetivos estratégicos. Estas consideraciones bien abordadas evitan al mismo tiempo riesgos de incumplimiento ante las autoridades y los clientes.

Las entidades financieras encuestadas cuentan con códigos de gobierno y códigos o políticas de ética, conducta o buenas prácticas corporativas, lo que muestra el compromiso de las entidades con el establecimiento de principios para guiar el desarrollo de sus actividades.

<sup>1</sup> Dow Jones Sustainability Index.

<sup>2</sup> COSO, abreviatura de *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway*, el cual establece el marco de referencia de Control Interno.

<sup>3</sup> SOX, abreviatura de *Sarbanes Oxley Act*, una ley de los Estados Unidos emitida en el 2002 para dar respuesta firme a repetidos escándalos financieros.



## GRÁFICA 1. CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO VS. CÓDIGO O POLÍTICA DE ÉTICA, CONDUCTA O BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).<sup>4</sup>

¿Cuenta su compañía con un código de gobierno corporativo?

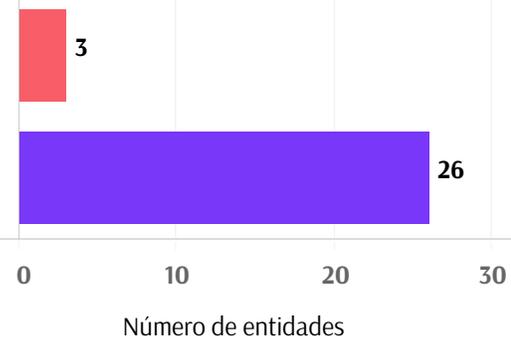
¿Cuenta su compañía con algún código o política de ética, conducta o buenas prácticas corporativas?



Sí y es público

Sí pero no es pública

Sí y está públicamente disponible



### Alcance de los códigos o políticas de gobierno y ética a diversos actores

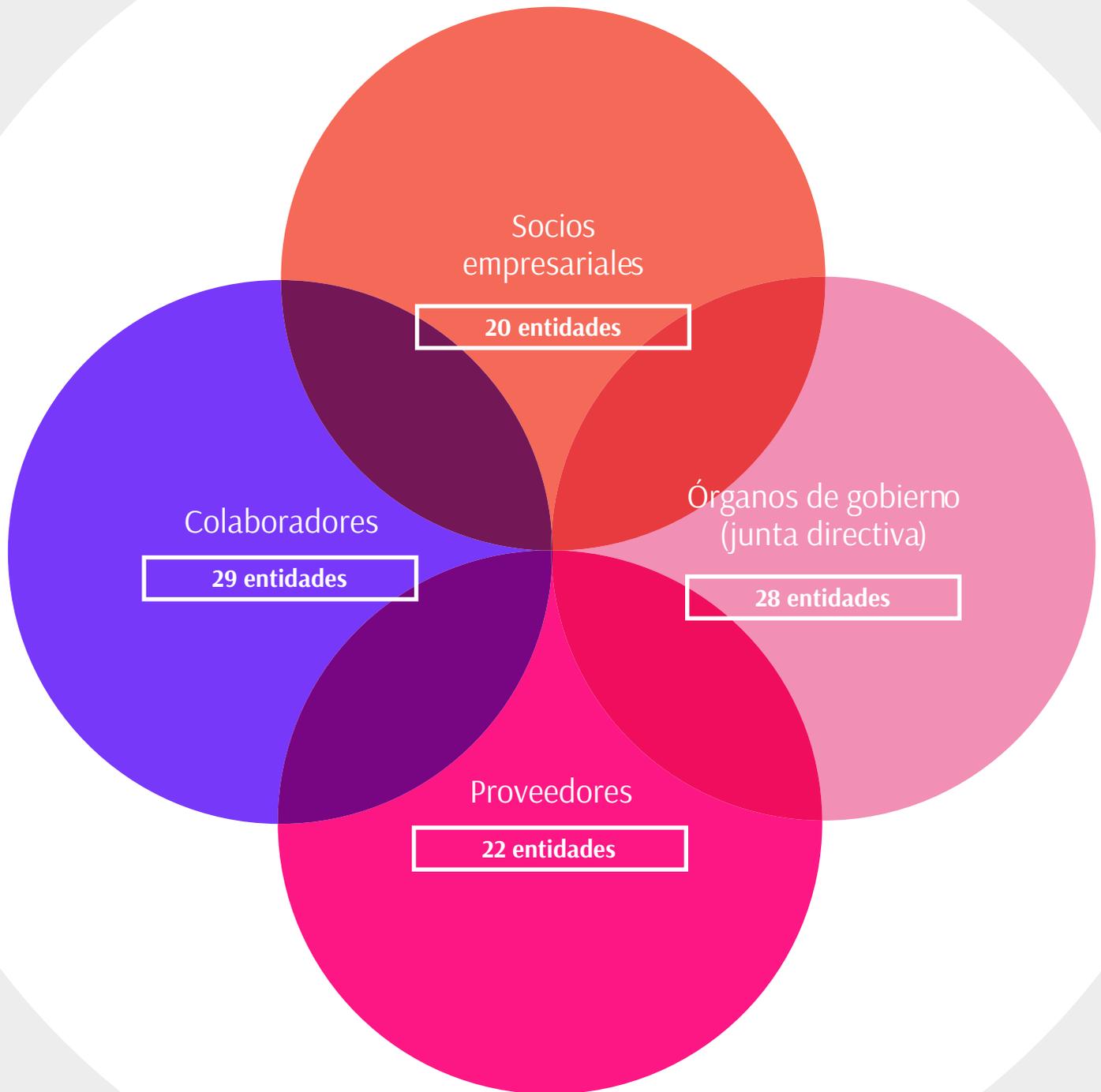
Los lineamientos de ética y buen gobierno en las entidades financieras son de carácter corporativo y su alcance incluye actores relevantes en la gestión de los negocios como los socios y proveedores.



<sup>4</sup> La totalidad de las entidades encuestadas (29) cuentan con un código de gobierno disponible públicamente, mientras que el código de ética está públicamente disponible en 26 entidades (80%).



## IMAGEN 1. ACTORES A LOS CUALES CUBREN LOS CÓDIGOS O POLÍTICAS DE GOBIERNO Y ÉTICA (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).



El 100% de las entidades mencionan que los códigos o políticas de gobierno corporativo y de ética cubren a sus colaboradores, mientras que en el 97% de las entidades cubren a sus órganos de gobierno, el 69% a sus socios empresariales y el 75% a proveedores.

## GRI 102-17

### Mecanismos de asesoramiento y preocupación por la ética.

Si bien los códigos y políticas establecen el marco de actuación, el sector financiero ha implementado una amplia gama de actividades que incluyen capacitación y sensibilización, acuerdos de cumplimiento y canales de denuncia para el reporte de cualquier tipo de irregularidad frente a temas éticos o de conducta.

Estas actividades cubren a los diferentes grupos de interés de acuerdo con las definiciones internas de cada entidad, con un mayor foco sobre los colaboradores y las Juntas Directivas.



EN EL  
**97%**

DE LAS ENTIDADES  
LOS CÓDIGOS O  
POLÍTICAS DE  
GOBIERNO  
CORPORATIVO Y  
DE ÉTICA CUBREN  
A SUS ÓRGANOS  
DE GOBIERNO.

EN EL  
**69%**

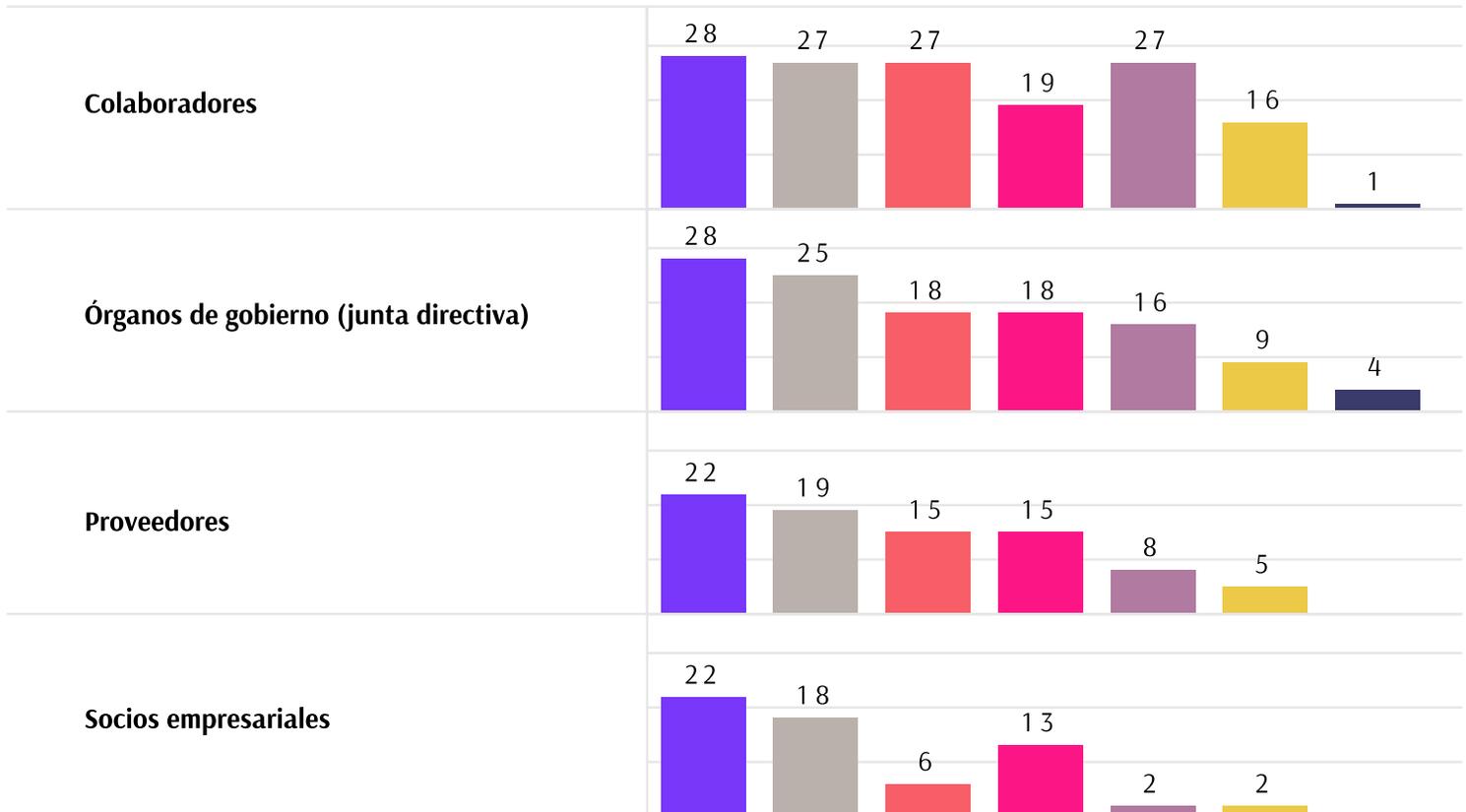
DE LAS ENTIDADES  
ESTOS MISMOS  
CÓDIGOS CUBREN  
A SUS SOCIOS  
EMPRESARIALES.





## GRÁFICA 2. NÚMERO DE ENTIDADES CON PRÁCTICAS DE DIVULGACIÓN Y SEGUIMIENTO DE POLÍTICAS O CÓDIGOS DE ÉTICA POR GRUPO DE INTERÉS (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

Grupos de interés con los que se realizan las prácticas de divulgación y seguimiento de políticas o códigos de ética.



- Informa de su existencia y aplicabilidad.
- Cuenta con un canal de denuncia para comunicar irregularidades frente a estos temas.
- Suscribe una declaración de cumplimiento de estos al iniciar la relación laboral o comercial.
- Cuenta con una línea de consulta para asesorar sobre estos temas.
- Cuenta con planes de capacitación sobre estos temas.
- Suscribe una declaración anual de cumplimiento después de iniciar la relación laboral o comercial.
- Otros

Usando las herramientas en línea de las entidades se divulgan diferentes lineamientos o directrices, facilitando así el acceso para su consulta a los grupos de interés o al público en general.

Al recopilar las respuestas sobre de la información disponible en páginas web, se resalta la divulgación de información general sobre gobierno corporativo, los estatutos, reglamentos y códigos de ética y conducta.



### GRÁFICA 3. NÚMERO DE ENTIDADES QUE DIVULGAN DOCUMENTOS RELACIONADOS CON GOBIERNO CORPORATIVO EN PÁGINAS WEB (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

#### Opciones que divulga en la página web

Información general sobre gobierno corporativo

27

Los estatutos

26

Los reglamentos asociados a sus órganos de gobierno

24

Códigos de ética y conducta

23

Informe anual de gobierno corporativo

22

La información que la entidad remite a la Superintendencia Financiera

21



**El 93% de las entidades publican en su página web información sobre gobierno corporativo. El 79% de ellas publican por este medio sus códigos de ética y conducta.**

## **GOB-1**

### **Composición del máximo órgano de gobierno**

#### **Miembros que conforman la junta directiva de las entidades**

La composición de una junta directiva diversa, con formación interdisciplinaria, diferentes niveles de experiencia y provenientes de diferentes grupos, permite comprender los retos del negocio desde diferentes perspectivas. La articulación entre las decisiones que se toman a nivel de las juntas directivas y la forma en que los asuntos ambientales, sociales y de gobierno crean valor para las entidades, permiten tener un enfoque que ayuda a mitigar de una mejor manera los riesgos, reducir costos y crear valor.

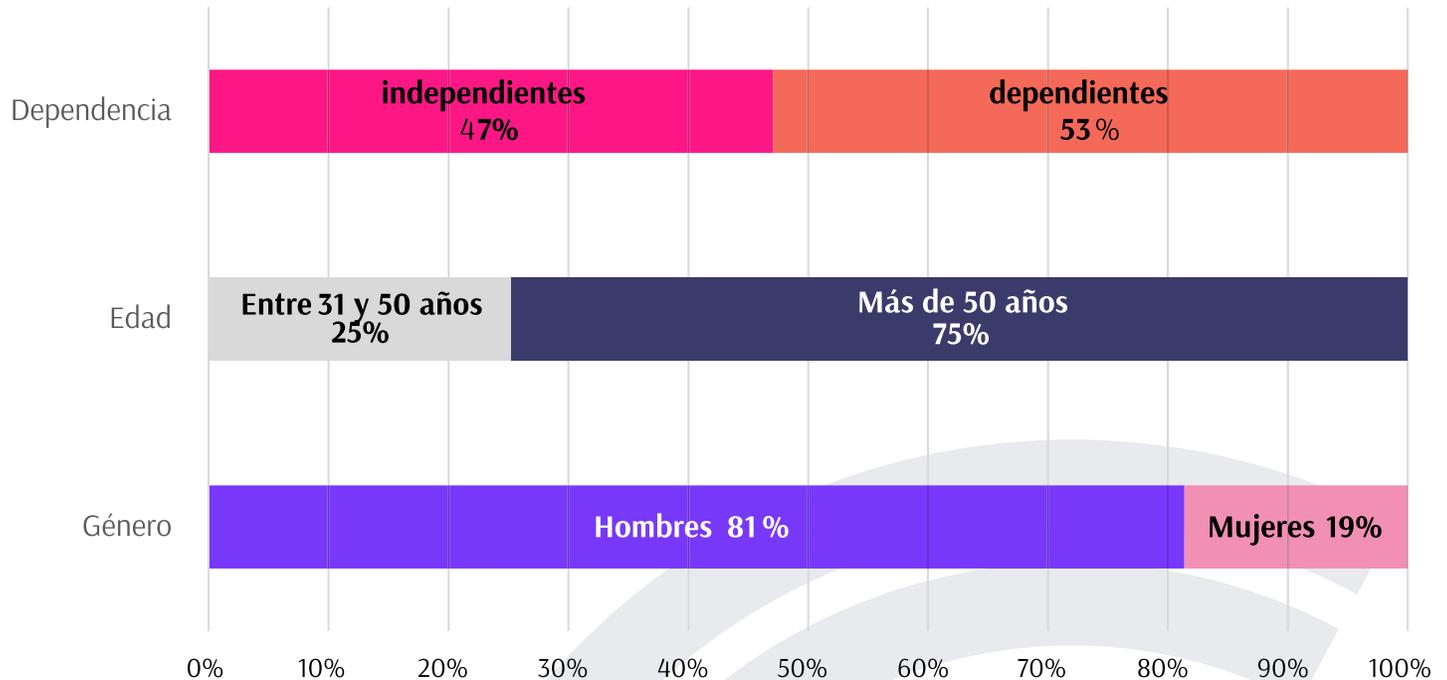
Para las entidades financieras es importante contar con integrantes que se destaquen por sus capacidades y logros. Evaluando la composición de las juntas directivas en las entidades, se observa que se componen en su mayoría por hombres mayores de 50 años, por lo cual es un reto continuar diversificando la conformación de las juntas.



## GRÁFICA 4. MIEMBROS PRINCIPALES DE LA JUNTA DIRECTIVA Y SUS CARACTERÍSTICAS

(INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES EN LAS PREGUNTAS DE GÉNERO Y DEPENDENCIA Y DE 28 ENTIDADES EN LA PREGUNTA DE EDAD)<sup>5</sup>.

### Composición de la junta directiva



### GOB-2

Presidente del máximo órgano de gobierno

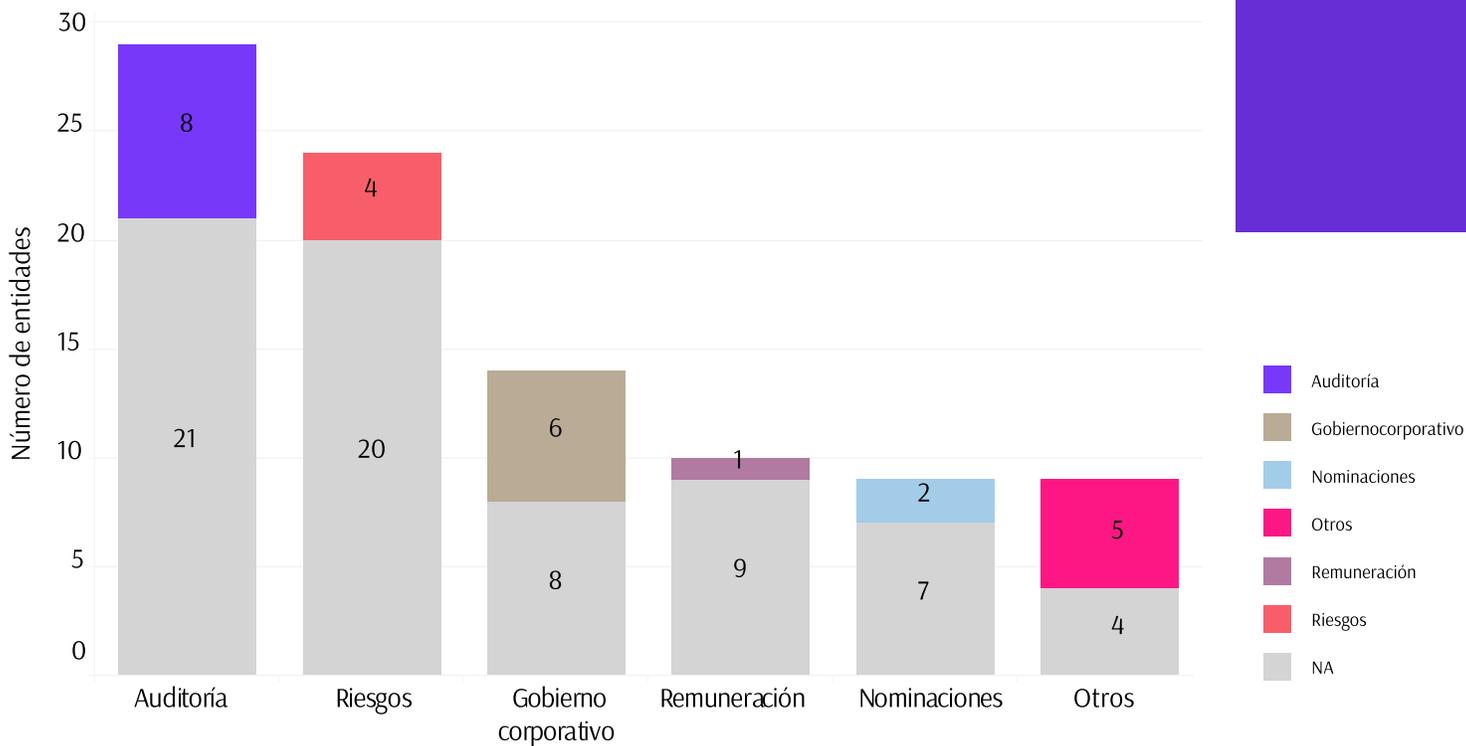
El 97% de entidades reportan que el presidente de la junta directiva no ocupa un cargo ejecutivo al interior de la organización.

<sup>5</sup> Tres de las entidades encuestadas dijeron que en su junta directiva hay integrantes con discapacidad (2 miembros) o pertenecientes a minorías (1 miembro).

**GRI 102-18****Estructura de gobernanza**

De acuerdo con la encuesta de sostenibilidad, el comité que comparte la más alta participación tanto en la junta directiva como en la toma de decisiones de sostenibilidad, es el de gobierno corporativo, ya que 14 entidades manifiestan que hace parte de la junta y de estas nueve refieren que también participa en decisiones relacionadas con asuntos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG o ESG en inglés).

**GRÁFICA 5. COMITÉS DE LA JUNTA DIRECTIVA Y PROPORCIÓN DE LOS QUE TOMAN DECISIONES RELACIONADAS CON SOSTENIBILIDAD** (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).<sup>6</sup>

**Comités con los que cuenta la junta directiva**

<sup>6</sup> NA: No aplica. Para responder a esta pregunta únicamente se tomaron en cuenta comités compuestos por miembros de junta directiva y no aquellos que estuvieran compuestos por ejecutivos de la entidad como el CEO, el CFO u otros vicepresidentes.

**El 100% de entidades mencionan que su comité de auditoría hace parte de la junta directiva. De estas, 8 mencionan que dicho comité también toma decisiones relacionadas con ESG.**



## Tendencias globales

### Gobierno corporativo y temas éticos como ejes que guían a las organizaciones

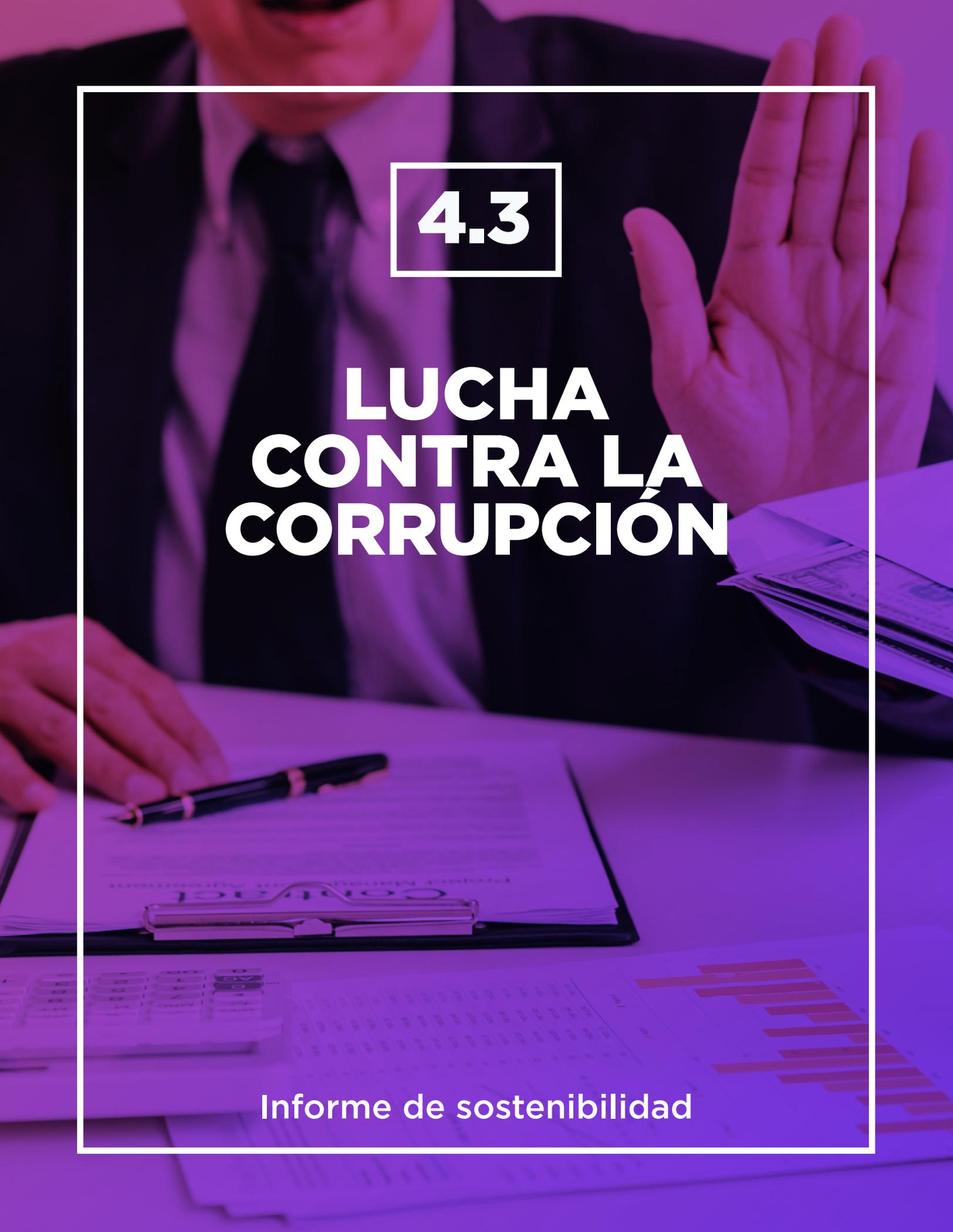
Uno de los estándares internacionales más reconocidos son los principios de gobierno corporativo de la OCDE de acuerdo con los cuales: “El buen gobierno corporativo no es un fin en sí mismo. Es un medio para apoyar la eficiencia económica, el crecimiento sostenible y la estabilidad financiera. Facilita el acceso de las empresas al capital para inversiones a largo plazo y ayuda a garantizar que los accionistas y otras partes interesadas que contribuyen al éxito de la corporación sean tratados de manera justa”<sup>7</sup>.

Complementariamente y debido a que la esencia del sector financiero es dinamizar la economía, se espera que sus organizaciones alineen los principios de gobernabilidad con los estándares éticos que guían sus operaciones.

Al analizar, por lo tanto, la gestión de Asobancaria y sus miembros sobre gobierno corporativo y temas éticos, se hace evidente su gestión a través de la implementación de códigos y políticas, medios de capacitación y difusión con alcance a sus grupos de interés y conformación de comités de junta, incluyendo aquellos con influencia en temas de sostenibilidad.



<sup>7</sup> G20/OECD (OCDE en español) *Principles of Corporate Governance*. Disponible en: <http://www.oecd.org/corporate/principles-corporate-governance.htm>

A man in a dark suit and tie is shown from the chest up, with his hands raised in a gesture of refusal or protest. He is sitting at a desk with various documents, a calculator, and a pen. Stacks of money are visible on the desk to the right. The entire image has a purple tint and is framed by a white border.

**4.3**

# **LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN**

**Informe de sostenibilidad**

## ODS relacionados



**Meta 16.5** Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas.

**Meta 16.6** Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas.



# La lucha contra la corrupción es un aspecto fundamental para lograr transparencia en el desarrollo económico tanto del sector como del país.

## GRI 103-1

La corrupción es 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*”.<sup>1</sup>

Los casos de corrupción se hacen presentes tanto en el sector público como en el privado cuando existe monopolio en la toma de decisiones, falta de controles para evitar el abuso de poder y ausencia de responsabilidad por parte de quienes toman decisiones. En el sector financiero se desarrollan actividades para identificar, prevenir y mitigar los riesgos de eventos de corrupción, fraude, lavado de activos y financiación del terrorismo.

La lucha contra la corrupción puede ser vista desde tres puntos que consideran distintas oportunidades, riesgos e impactos que deben tenerse en cuenta como parte de la gestión:

<sup>1</sup> Según definición de *Transparencia por Colombia*, un capítulo de la organización *Transparencia Internacional*.

# Lucha contra la corrupción



## OPORTUNIDADES



Mejorar la reputación.

Garantizar transparencia en la relación con los grupos de interés.

Servir de ejemplo para otros gremios.

Ser una manifestación práctica del Código de Conducta.



## RIESGOS



Incurrir en investigaciones judiciales.

Generar investigaciones internas.



## IMPACTOS



Recibir sanciones económicas, personales y/o corporativas.

Tener pérdidas de contrapartes.

Incurrir en costos de asesoría legal.

### IMAGEN 1. OPORTUNIDADES, RIESGOS E IMPACTOS DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN.

La corrupción ha estado presente en diferentes instancias de la sociedad, es un problema que debe ser abordado de manera integral y junto con otras instituciones, ya sean públicas o privadas. Por su parte, el gremio participa en actividades colectivas contra la corrupción por medio de las siguientes iniciativas e instrumentos:

- Participación en mesas de trabajo para la elaboración de la *Cartilla de Anticorrupción* en los procesos de licitación pública.
- Suscripción del protocolo de transparencia del sector financiero entre Asobancaria y la Secretaría de Transparencia.
- Participación y colaboración financiera en la celebración anual del Día Internacional Contra la Corrupción liderado por la Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito (UNODC).

- Participación en mesas de trabajo y otras actividades promovidas por el proyecto *Hacia la integridad* de UNODC.

El alcance de esta lucha en el sector financiero y su entorno se refleja en los siguientes aspectos:

- 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 del régimen sancionatorio.
- Mejoramiento de los procesos de selección de personal.
- Creación de mesas de trabajo conjuntas para discutir nuevos modelos, estándares y mejores prácticas en temas anticorrupción.
- Asignación de recursos por parte del gremio para gestionar la lucha contra la corrupción como delito fuente del LAFT<sup>2</sup>.
- Desarrollo de proyectos, programas, iniciativas y cartillas entre las entidades de Asobancaria para alcanzar los objetivos de la lucha contra la corrupción.
- Establecimiento de alianzas con entidades nacionales e internacionales que tienen objetivos similares.

Existen situaciones en las que los intereses de una persona interfieren con sus funciones profesionales, afectando su objetividad y procurando beneficiarse o beneficiar a otros. La gestión de los conflictos de interés es un mecanismo que contribuye a la lucha contra la corrupción. Las herramientas comunes de las entidades financieras para determinar y gestionar los conflictos de interés que puedan surgir entre los empleados o las personas relacionadas con sus actividades, los productos o servicios son las siguientes:



<sup>2</sup> Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo.

## IMAGEN 2. HERRAMIENTAS COMUNES DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS PARA GESTIONAR LOS CONFLICTOS DE INTERÉS.



## GRI 103-2

Asobancaria y sus asociados gestionan la lucha contra la corrupción a través de estrategias como las siguientes:

- Políticas o declaraciones públicas: se implementa el Estatuto Anti-corrupción emitido por el Gobierno Nacional junto con las normas y buenas prácticas emitidas por las diferentes superintendencias.
- Expedición de códigos de conducta y de ética que incluyen regulación en temas de declaración de regalos e invitaciones, capacitaciones, relación entre proveedores y contratistas y establecimiento de la matriz de riesgo entre otros.
- Asignación de responsables y responsabilidades para la gestión del tema material.
- Asignación de recursos para la gestión del riesgo de corrupción.
- Mecanismos de reclamación: algunas entidades de Asobancaria cuentan con líneas para el reporte de casos de corrupción.

## GRI 103-3

Con el fin de evaluar la eficacia de los lineamientos establecidos para la lucha contra la corrupción se han determinado diferentes herramientas o instrumentos como:

- Evaluación de la gestión por medio de auditorías, verificaciones externas, opiniones de los grupos de interés, etc.
- Evaluación de los resultados por medio del seguimiento a indicadores específicos del sector para divulgar resultados frente a la gestión del asunto.
- Análisis de iniciativas o cambios que haya tenido el sector como resultado de dichas evaluaciones (cambios en la asignación de recursos, ajuste en los objetivos, las metas y medidas específicas para mejorar el desempeño).
- Reportes de organizaciones internacionales verificando los índices de percepción de corrupción sobre el país y los sectores, entre otros.



**LCC-1****Compromiso de lucha contra la corrupción**

La definición de códigos o políticas sobre la lucha contra la corrupción establecen las líneas base para que las organizaciones demuestren su compromiso frente al tema y determinen la forma en que se gestiona al interior de la organización y con relación a sus grupos de interés.



**GRÁFICA 1. CÓDIGO O POLÍTICA DE COMPROMISO DE LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN.** (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES). LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE. LOS VALORES CORRESPONDEN AL NÚMERO DE ENTIDADES QUE MENCIONARON CADA OPCIÓN.

**¿Cuenta con algún código o política donde declare su compromiso de lucha contra la corrupción?**

Sí y está incluido en un documento integral (ej. Código de ética)		19
Sí y es un documento independiente pero no está disponible en la página web		10
Sí y es un documento independiente que está disponible al público en la página web		6
No		1

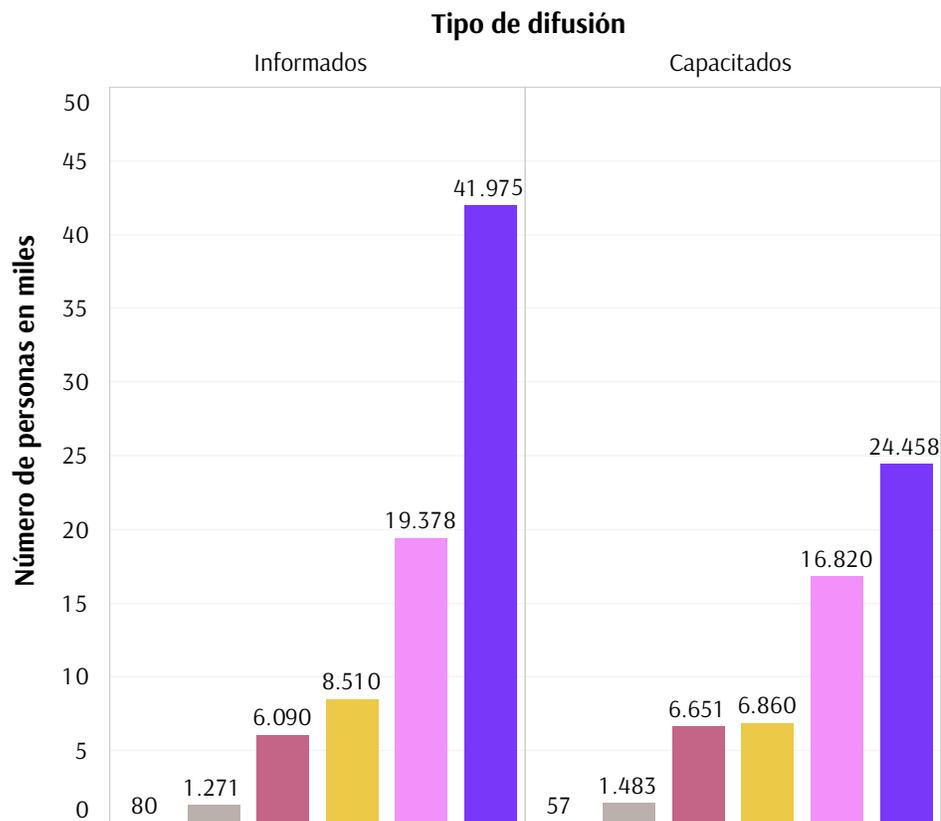
El 66% de las entidades han incluido su compromiso con la lucha contra la corrupción como parte de un documento integral de su organización, mientras que el 34% de las entidades tiene este compromiso en un documento independiente que se encuentra publicado en la página web.

Se destaca que el 97% de las entidades han hecho explícito este compromiso de lucha contra la corrupción, sin embargo es un reto que el total de las entidades lo haga.

**LCC-2****Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción**

Dando continuidad al establecimiento de códigos y/o políticas de lucha contra la corrupción se hace necesario divulgar su contenido con los grupos de interés, ya que son ellos quienes principalmente pueden evitar o alertar sobre casos de corrupción. De esta manera la información y la capacitación en este tema se llevan a cabo en todos los niveles de las entidades.

**GRÁFICA 2. NÚMERO DE INDIVIDUOS POR NIVEL QUE HAN SIDO INFORMADOS Y CAPACITADOS EN TEMAS DE LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN (INFORMACIÓN DE 22 ENTIDADES).**

**Niveles de cargo**

- Órganos de gobierno (Junta directiva - miembros principales)
- Ejecutivos en el primer y segundo nivel (Presidente, Vicepresidentes, gerentes o directores)
- Socios empresariales y otros trabajadores externos
- Ejecutivos en el tercer y cuarto nivel (mandos medios: jefes de áreas, coordinadores)
- Profesionales y analistas
- Auxiliares, cajeros, secretarías y otros colaboradores directos

Para el reporte de esta información las entidades respondieron teniendo en cuenta que cualquier persona capacitada se considera informada. Por otro lado, se destaca que la divulgación en temas de lucha contra la corrupción se lleva a cabo en todos los niveles organizacionales. El número de personas informadas y capacitadas corresponden en promedio al 75% del total de personas que componen todos los niveles de las entidades.<sup>3</sup>

## GRI 205-3

### Incidentes confirmados de corrupción y acciones tomadas

Los casos de corrupción que se presentaron en el 2018 fueron identificados y gestionados por las entidades siguiendo los procedimientos por ellas definidos.

**GRÁFICA 3.**  
**INCIDENTES**  
**CONFIRMADOS**  
**DE CORRUPCIÓN**  
**EN 2018**  
(INFORMACIÓN DE  
29 ENTIDADES).  
\*LOS VALORES  
CORRESPONDEN  
A NÚMERO DE  
ENTIDADES.

¿Durante el año 2018 se presentaron casos relacionados con corrupción al interior de su entidad?

Número de entidades

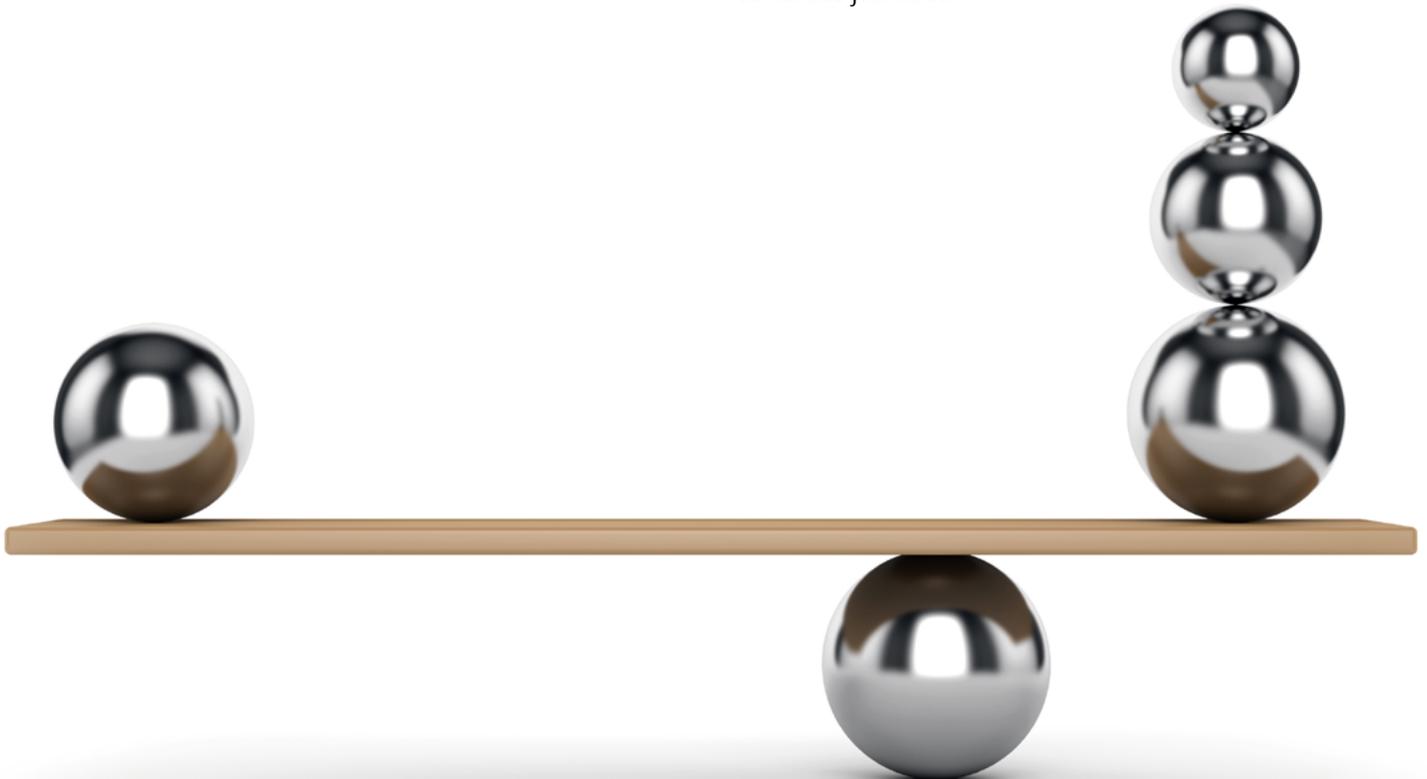
No se presentaron casos relacionados con corrupción

27

Si e involucró a colaboradores

2

De acuerdo con los casos reportados de corrupción (9 en total), se informa que tuvieron que ver con colaboradores que incurrieron en faltas como falsedad de documentos, abuso de confianza o hurto. Dependiendo de la gravedad del asunto se ejecutaron varias medidas en cada caso entre las cuales se destacan los llamados de atención, la terminación del contrato laboral y la instauración de demandas judiciales.<sup>4</sup>



<sup>3</sup> Información aportada por 18 entidades en el caso de personas informadas y por 17 entidades en el caso de personas capacitadas. El porcentaje fue calculado sobre el total de colaboradores directos por nivel.

<sup>4</sup> En total hubo seis casos con terminación de contrato laboral y dos casos con instauración de demandas judiciales contra los colaboradores.



Campaña #NoHagasParteDelJuego

Scotiabank Colpatria obtuvo el segundo lugar en el concurso organizado por las Naciones Unidas (UNODC) en el marco del Día Nacional de la Prevención de Lavado de Activos con la campaña #NoHagasParteDelJuego.

La habilidad que tienen los delincuentes de persuadir a las personas para que participen en actividades ilícitas fue el incentivo para la creación de la campaña *Cierra la puerta al Delito* 2018 que tuvo a empleados y clientes como principales públicos objetivos.

## Tendencias globales

**La lucha contra la corrupción es la oportunidad de romper barreras que impiden el crecimiento de la economía.**

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD), considera que el lavado de dinero es perjudicial para el sector financiero pues socava la capacidad de atraer inversionistas y de impulsar la economía<sup>5</sup>. Es así como este y todos los demás aspectos relacionados con la corrupción deben ser abordados para lograr un crecimiento real del sector financiero y del país.

Asobancaria y sus entidades tienen la oportunidad de influenciar cambios positivos a través de las iniciativas en las que ha venido participando como mesas de trabajo para elaborar lineamientos anticorrupción, actividades con organizaciones nacionales e internacionales y suscripción de protocolos de transparencia. De la misma manera contribuye a la lucha contra la corrupción al establecer políticas y procedimientos internos y ejecutar sanciones ejemplares para los casos que puedan presentarse.



<sup>5</sup> OECD (2014), "Fighting corruption and illicit financial flows", in Development Co-operation Report 2014: Mobilising Resources for Sustainable Development, OECD Publishing, Paris. DOI: <https://doi.org/10.1787/dcr-2014-17-en>.



4.4

# BALANCE DEL ESCENARIO ECONÓMICO DEL SECTOR

Informe de sostenibilidad

## ODS relacionados



**8.1** Mantener el crecimiento económico per cápita de conformidad con las circunstancias nacionales y, en particular, un crecimiento del producto interno bruto de al menos el 7% anual en los países menos adelantados.



# El balance de riesgos del sector bancario es fundamental para el país y la industria financiera al incidir directamente sobre la economía.

## GRI 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 de riesgos económicos del sector bancario es fundamental para el país y la industria financiera. A diferencia de otras actividades, sobre la bancaria concurren distintos canales por medio de los cuales lo que ocurre en su entorno tiene incidencia sobre su desempeño y, a su vez, sobre el sector real de la economía.

El año 2018 estuvo caracterizado por un punto de inflexión hacia la recuperación económica que estuvo explicado, desde el lado de la demanda, por un mayor dinamismo de la demanda interna y, especialmente, por la evolución positiva del consumo privado que en el corrido del año registró una expansión de 2.7%. Por su parte, el gasto público se incrementó a una tasa del 5.7%, comportamiento asociado a la alta ejecución de inversiones por parte del gobierno saliente.

Si bien la economía en 2019 presentaría un crecimiento cercano al 3.2%, un ritmo de crecimiento aún por debajo de su nivel potencial (en torno al 3.8%) superaría en 0.5 puntos porcentuales el registro del 2018, comportamiento explicado principalmente por el dinamismo del consumo privado, la reactivación de los canales de inversión y la significativa contribución del gasto público a la demanda agregada.

En este sentido, los principales riesgos que podrían afectar a la economía colombiana y en particular al sector bancario, continúan

asociados a un menor crecimiento de sus socios comerciales, a una normalización de la política monetaria más acelerada de lo esperado en los Estados Unidos y a la marcada volatilidad que enfrentan las cotizaciones del crudo. Por su parte, en el entorno local, los riesgos continúan relacionados con los eventuales retrasos en la ejecución de inversiones públicas de alto impacto y con los posibles efectos negativos sobre la dinámica productiva ante eventuales condiciones climáticas adversas.

La Dirección de Estudios Económicos de Asobancaria ha promovido la generación de impacto por medio del fortalecimiento técnico para el seguimiento de los principales dinamizadores de la actividad financiera. Por tal motivo realiza un seguimiento permanente sobre la coyuntura económica y sobre los elementos que afecten la demanda por crédito. Asobancaria genera espacios de discusión sobre los principales cambios regulatorios que afectan las operaciones del sector y, finalmente, diseña la estrategia gremial en materia de asuntos económicos, así como la prospectiva de largo plazo del sector.

En esta medida, la Dirección de Estudios Económicos provee lineamientos estratégicos para la toma de decisiones a nivel gerencial y se destaca por su participación en la Junta Directiva y en los comités de la Asociación. Adicionalmente impacta transversalmente al sector real y financiero a través de la *Semana Económica*, la publicación más importante del sector bancario, y a través de la realización de eventos empresariales de gran importancia para el país como es la Convención Bancaria y el Simposio de Mercado de Capitales.

En los últimos años la Asociación ha intensificado su producción académica y de investigación publicando libros, revistas, informes y artículos.



Finalmente, la Dirección se constituye en una rama consultiva para el sector pues participa en las más altas instancias de decisión de la política económica del país como es el caso del Consejo Gremial, la Comisión de Concertación de Políticas Salariales y las comisiones económicas del Congreso de la República.

## GRI 103-2

Como representante del sector financiero colombiano, Asobancaria realiza diagnósticos oportunos que permiten hacer un correcto seguimiento de la coyuntura económica del país y de la actividad propia del sector.

En el 2018 lanzó el *Diccionario de Economía* y Finanzas en donde explica los principales conceptos utilizados por el sector financiero, así como por la economía en general. Esta publicación hace parte de la apuesta de Asobancaria por mejorar la calidad de la información económica y financiera que maneja el país, así como por brindar herramientas conceptuales en la discusión pública y empresarial.

También se publicaron cuatro ediciones de la revista *Banca & Economía*. El primer número, publicado en febrero, expuso las propuestas económicas de los candidatos a la Presidencia de la República, así como una serie de informes especiales sobre el rol de la robótica en la banca y la rentabilidad de los fondos privados de inversión. El segundo número, publicado en mayo, se centró en las principales reformas estructurales que se desarrollarían durante el año 2018 en lo concerniente a salud, pensiones e impuestos. El número de agosto, el tercero, analizó los aspectos más relevantes del Plan de Gobierno Duque para impulsar el crecimiento económico. Finalmente, la edición de noviembre abordó los principales retos que enfrenta la economía colombiana en términos de reactivación del crecimiento y sostenibilidad y analizó el papel de la productividad para el 2019.

Finalmente se publicaron 48 artículos semanales en el boletín virtual *Semana Económica* que abordaron temas cruciales para la banca como son las perspectivas económicas y financieras de Colombia, el análisis del mercado de renta fija local, los conglomerados financieros, los avances en innovación de la banca, los indicadores de inclusión financiera y sostenibilidad, la posición del gremio en torno a temas cruciales como criptomonedas y biometría, entre otros.

## GRI 103-3

Como parte de la evaluación y prospectiva del sector, se resalta el uso de modelos económicos que permiten ofrecer un análisis confiable del desempeño del sector en espacios estratégicos como la Junta Directiva y en comités gremiales e intergremiales.

Finalmente, se han venido incorporando modelos que profundizan sobre la dinámica del sector externo que permiten analizar mayores riesgos para el país y se han consolidado los modelos de equilibrio general. Estos avances posicionan a Asobancaria como un referente nacional en materia de estudios y análisis económico.

**GRI 201-1****Valor económico directo generado y distribuido**

El sector financiero es consciente de su impacto económico sobre sus diferentes grupos de interés y busca comunicárselos. En la siguiente tabla se presenta la generación y distribución del valor económico de la banca en Colombia para tres años:



**TABLA 1. VALOR ECONÓMICO**  
GENERADO Y DISTRIBUIDO

Concepto	Tipo	A 31 DIC. 2016	A 31 DIC. 2017	A 31 DIC. 2018
<b>Valor económico generado</b>				
<b>Ingresos</b>	[miles de millones de COP]	\$ 155.916,07	\$ 126.303,53	\$ 139.656,88
<b>Valor económico distribuido</b>				
<b>Gastos operativos</b>	[miles de millones de COP]	\$ 141.373,00	\$ 116.409,45	\$ 128.084,20
<b>Sueldos y prestaciones de los empleados</b>	[miles de millones de COP]	\$ 7.363,37	\$ 7.832,51	\$ 8.370,97
<b>Pagos a accionistas</b>	[miles de millones de COP]	\$ 132,42	\$ 100,65	\$ 216,07
<b>Pagos a gobiernos por impuestos</b>	[miles de millones de COP]	\$ 5.119,26	\$ 4.391,73	\$ 3.984,29
<b>Pagos a gobiernos por multas</b>	[miles de millones de COP]	\$ 110,04	\$ 80,88	\$ 90,44
<b>Inversiones en comunidades(*)</b>	[miles de millones de COP]	\$ 29,58	\$ 32,58	\$ 34,78

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

Fuente: Elaboración Asobancaria.

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 al 91.71% del total de los ingresos, seguido por los beneficios a empleados (sueldos y prestaciones, entre otros) con el 5.99% de los ingresos del sector. La inversión en comunidades fue del 0.02% de los ingresos, lo que representa un reto para el sector.



**4.5**

# **GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**Informe de sostenibilidad**

## ODS relacionados



**Meta 1.2** Para 2030, reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza en todas sus dimensiones con arreglo a las definiciones nacionales.



**Meta 3.2** Para 2030, poner fin a las muertes evitables de recién nacidos y de niños menores de 5 años, logrando que todos los países intenten reducir la mortalidad neonatal al menos hasta 12 por cada 1.000 nacidos vivos, y la mortalidad de niños menores de 5 años al menos hasta 25 por cada 1.000 nacidos vivos.



**Meta 4.3** De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria.

**Meta 4.4** De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.

**Meta 4.5** De aquí a 2030, eliminar las disparidades de género en la educación y asegurar el acceso igualitario a todos los niveles de la enseñanza y la formación profesional para las personas vulnerables, incluidas las personas con discapacidad, los pueblos indígenas y los niños en situaciones de vulnerabilidad.



**Meta 5.1** Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.

**Meta 5.4** Reconocer y valorar los cuidados y el trabajo doméstico no remunerados mediante servicios públicos, infraestructuras y políticas de protección social, y promoviendo la responsabilidad compartida en el hogar y la familia, según proceda en cada país.

**Meta 5.5** Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisivos en la vida política, económica y pública.

## ODS relacionados

---



**Meta 8.2** Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra.

**Meta 8.5** De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.

**Meta 8.6** De aquí a 2020, reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.



**Meta 10.3** Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto.

# Un talento humano formado, motivado y comprometido es clave para lograr los objetivos corporativos de las entidades.

## GRI 103-1

La gestión estratégica del talento humano se constituye como una oportunidad para incrementar la competitividad de las organizaciones por medio del mejoramiento del desempeño laboral de sus colaboradores. Por este motivo, los esfuerzos de las compañías se enfocan en iniciativas para promover el bienestar y el desarrollo de los colaboradores mediante la generación de oportunidades de crecimiento, capacitación, promoción de ambientes de trabajo dignos y beneficios laborales.

Desde el sector financiero, la responsabilidad con el talento humano es considerada una parte fundamental de la sostenibilidad en los negocios. Por lo tanto, se procura que las estrategias de las organizaciones en este tema fortalezcan el avance social del país, enfrentando los retos relacionados por medio de la generación de valor a uno de los grupos de interés más importantes de cualquier organización: sus colaboradores.

En esta línea, el sector financiero genera empleo en los 32 departamentos de Colombia, 73% de ellos de manera directa. Las entidades han definido estrategias para gestionar su fuerza laboral en la búsqueda de la satisfacción personal y profesional de sus colaboradores. Esto impacta la vida de los colaboradores y de sus familias e incide directamente en la mitigación de los riesgos asociados al incremento de los costos por la alta rotación de personal y la baja productividad que se puede presentar por un inapropiado clima laboral.

## **GRI 103-2; 103-3**

En el 2018 el gremio generó más de 145.00 empleos a través de las entidades del sector. Como parte de su estrategia de talento humano, las entidades mantuvieron su salario básico por encima del salario mínimo de país y continuaron desarrollando planes y programas para mejorar las habilidades y el desempeño de sus trabajadores, dentro de los cuales se resaltan los cursos de capacitación interna y el apoyo económico para la capacitación externa.



# **Más de 145 mil empleados directos e indirectos fueron contratados por las entidades financieras en el 2018.**

Adicionalmente, las entidades proporcionan a sus empleados directos paquetes de beneficios entre los que se encuentran seguros de vida, auxilios educativos, seguros médicos diferentes al Plan Obligatorio de Salud, créditos de libre inversión y vivienda, así como auxilios y tiempos de licencia parental adicionales a los de la ley.

En esta misma línea, las entidades buscan evaluar el desempeño de sus colaboradores y de los procesos a través de evaluaciones periódicas evaluando diferentes indicadores:

## IMAGEN 1. INDICADORES DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.



### Número de colaboradores directos por año y género.



### Colaboradores por género y región.

Presencia gremial de las entidades en los 32 departamentos de Colombia.



### Colaboradores por tipo de contrato.

Información por género para cada uno de los tipos de contratación directa e indirecta.

### Nuevos empleados contratados y rotación de empleados.

- Nuevas contrataciones
- Retiros
- Porcentaje de rotación



### Número de colaboradores directos por nivel.

Se reportan cifras por las siguientes categorías:

- Presidente.
- Ejecutivos en segundo lugar.
- Ejecutivos de tercer y cuarto lugar.
- Profesionales y analistas
- Auxiliares, cajeros, secretarías y otros colaboradores directos.



### Ejecutivos en primer y segundo nivel procedentes de la comunidad local.



## Beneficios para los colaboradores.

Colaboradores directos e indirectos.

### Permiso parental.

Licencias de maternidad y paternidad.

## Buenas prácticas para que los empleados continúen en la compañía una vez son papás.

- Horario flexible
- Espacios físicos de lactancia.
- Tiempo adicional de licencia.
- Teletrabajo.
- Jardín infantil.
- Otros.



## Diversidad en órganos de gobierno.



## Planes por jubilación o retiro.

Planes para respaldar a los colaboradores próximos a jubilarse o que vayan a ser retirados por cambios organizacionales..



## Acuerdos de negociación colectiva.

## Promedio de horas de formación al año.



## Programas de capacitación.

Tipos de programas de formación que se ofrecen a los empleados.



## Evaluaciones regulares de desempeño.

Número de colaboradores que han recibido evaluación y retroalimentación, por cargo y género y la frecuencia de esta actividad.

En total, para el 2018, los colaboradores directos fueron 59.2% mujeres y 40.8% hombres.

## Composición general de las entidades

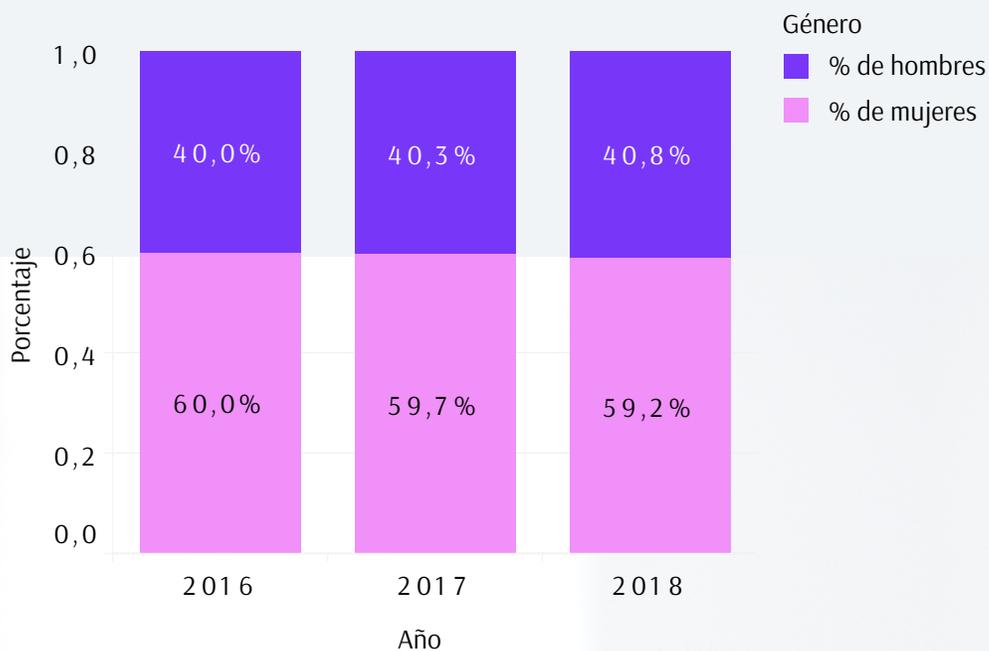
### GRI 102-7

#### Tamaño de la organización<sup>1</sup>

Las entidades financieras que hacen parte de Asobancaria varían en tamaño con respecto al número de colaboradores que las integran. En los últimos tres años se ha incrementado ligeramente la

proporción de hombres, pasando del 40% al 40.8%. En total, para el 2018, los colaboradores directos fueron 59.2% mujeres y 40.8% hombres.

<sup>1</sup> En este capítulo se reporta el indicador GRI 102-7 exclusivamente con relación al número de colaboradores.



**GRÁFICA 1.**  
**COLABORADORES**  
**DIRECTOS POR**  
**GÉNERO Y POR**  
**AÑO** (INFORMACIÓN DE  
31 ENTIDADES PARA EL  
2018).



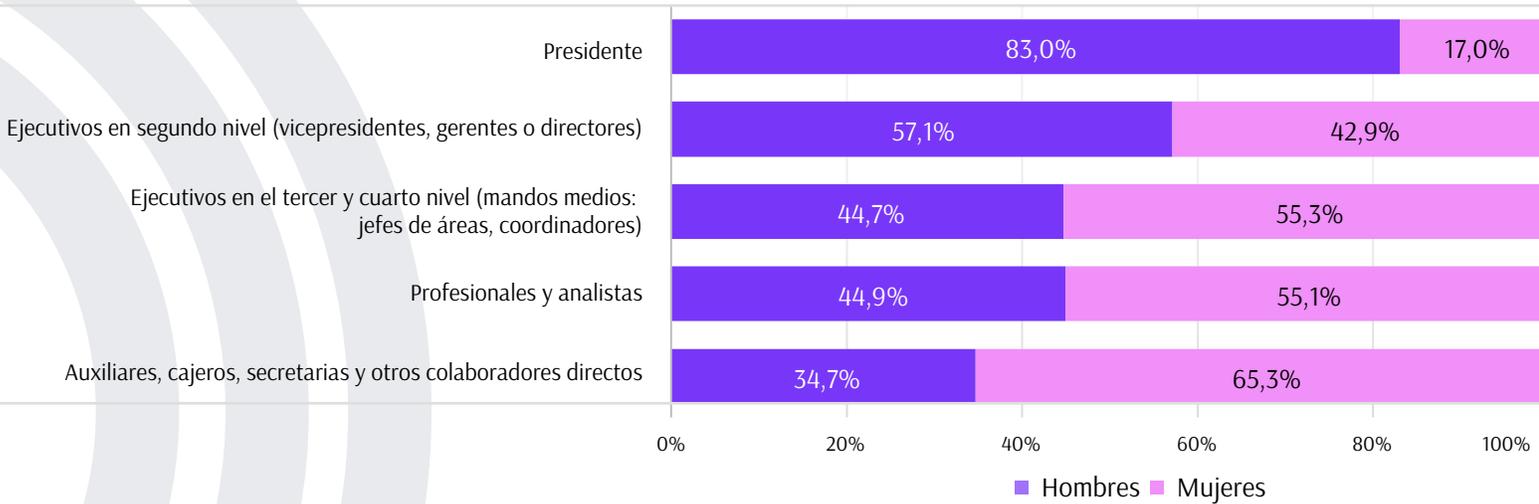
**GRI 405-1****Diversidad en órganos de gobierno y empleados<sup>2</sup>**

Los niveles uno y dos de las entidades que conforman los órganos internos de gobierno, están conformados en un alto porcentaje por hombres, 83% y 57% respectivamente.



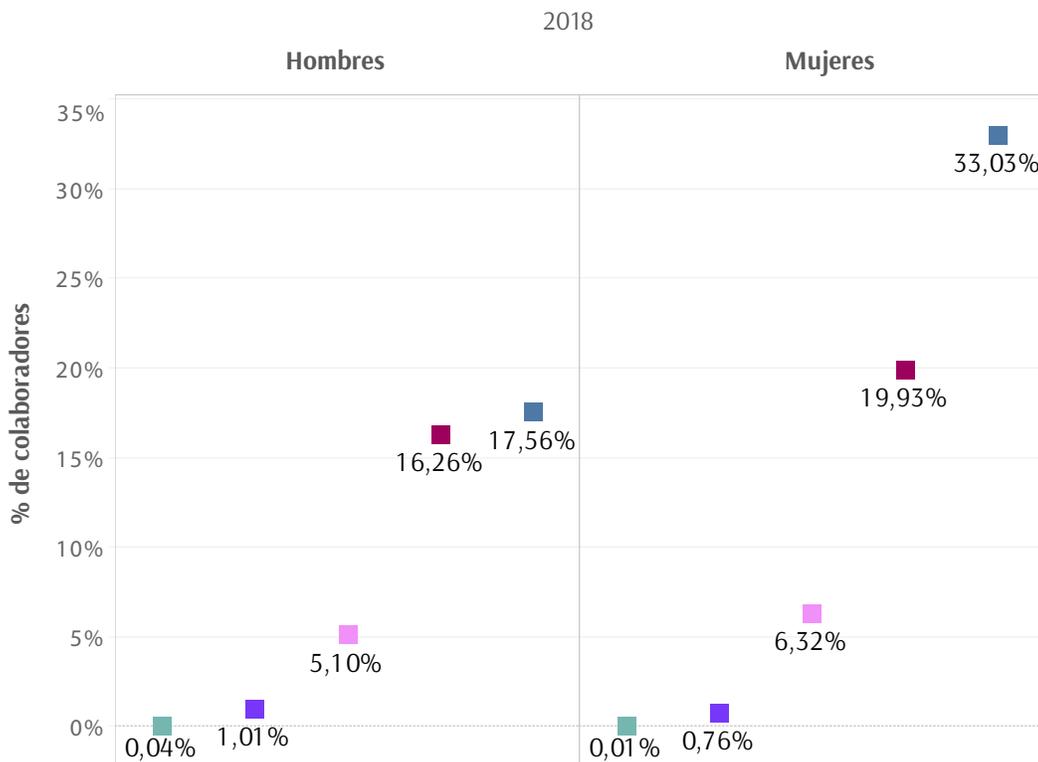
## GRÁFICA 2. DIVERSIDAD EN ÓRGANOS DE GOBIERNO POR GÉNERO Y NIVEL (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

### Diversidad de órganos de gobierno por género y nivel



<sup>2</sup> Se reportan datos en cuanto a la diversidad por género, ya que no se cuenta con información por edad u otras categorías.

## Porcentaje de colaboradores directos por nivel en 2018



### GRÁFICA 3. PORCENTAJE DE COLABORADORES DIRECTOS POR NIVEL Y GÉNERO EN 2018

(INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

#### Nivel

- Presidente
- Ejecutivos en segundo nivel (vicepresidentes, gerentes o directores)
- Ejecutivos en el tercer y cuarto nivel (mandos medios: jefes de áreas, coordinadores)
- Profesionales y analistas
- Auxiliares, cajeros, secretarías y otros colaboradores directos



# 73%

DE EMPLEADOS  
ES CONTRATADO  
DIRECTAMENTE.

Sobre el total de empleados directos en el 2018 se observa que el nivel de auxiliares, cajeros, secretarías y otros colaboradores representan el grupo más grande al interior de las organizaciones. De forma general este nivel lo ocupan el 33% de las mujeres y el 17% de los hombres.

Si bien, de manera general, la fuerza laboral está conformada en mayor proporción por mujeres, se identifica una brecha frente a la equidad de género en los niveles más altos de las entidades.

#### Contratación y remuneración

### GRI 102-8

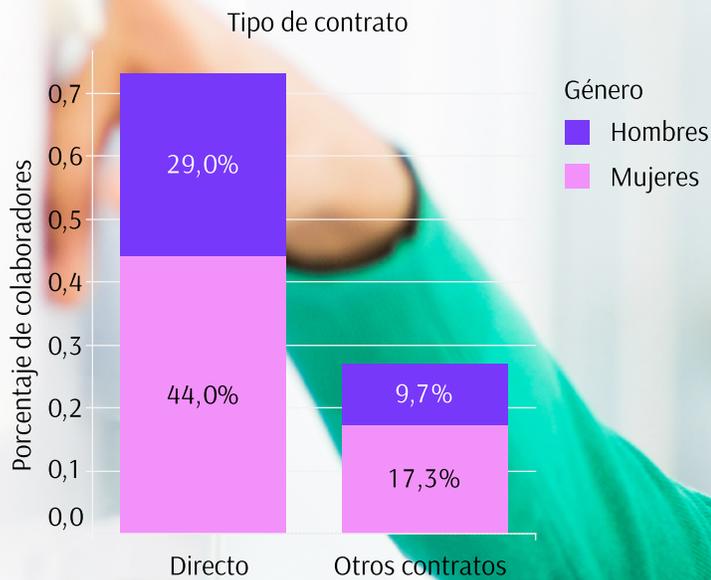
#### Información sobre empleados y otros trabajadores<sup>3</sup>

De forma global se observa que las entidades contratan directamente al 73% de sus empleados y bajo otros contratos al 27% restante.

<sup>3</sup> La recopilación de los datos de los empleados se hizo mediante una encuesta realizada a las entidades de Asobancaria que discriminó la información por diferentes categorías como género, nivel de cargo y región, entre otras.

## Porcentaje de colaboradores por tipo de contrato y género

### GRÁFICA 4. PORCENTAJE DE COLABORADORES POR CONTRATO Y GÉNERO EN EL 2018 (INFORMACIÓN DE 26 ENTIDADES).



Para el 2018 el 95% de los colaboradores directos del sector contaron con contratos a término indefinido, mientras que el 5% de los colaboradores directos del sector contaron con contrato a término fijo.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Datos aproximados calculados en función de las tendencias porcentuales de los valores reportados por 29 entidades en la encuesta del 2018 para colaboradores directos, respecto de los datos reportados a Asobancaria por 31 entidades.



## GRÁFICA 5. COLABORADORES EN EL 2018 POR TIPO DE CONTRATO INDEFINIDO O FIJO Y POR GÉNERO (INFORMACIÓN DE 31 ENTIDADES).

Tipo de contrato	Género	
	Hombres	Mujeres
Directo a término Indefinido	38%	57%
Directo a término fijo	2%	3%

Por otra parte, el porcentaje de colaboradores con un tipo de contrato diferente al directo fue de 27%<sup>5</sup>. A continuación, se deta-

llan los porcentajes de colaboradores bajo los diferentes tipos de contrato:



## GRÁFICA 6. COLABORADORES DEL 2018 POR CONTRATOS DIFERENTES AL DIRECTO (INFORMACIÓN DE 31 ENTIDADES).

### Colaboradores en 2018 por otros tipos de contrato

Tipo de contrato	Género	
	Hombres	Mujeres
Colaboradores tercerizados	15,7%	26,7%
Temporal	11,6%	22,1%
De aprendizaje con el SENA	6,2%	12,4%
Estudiantes en práctica profesional	2,0%	2,1%
De prestación de servicios	0,4%	0,8%

Dentro de los contratos que no son directos, se destacan principalmente los colaboradores tercerizados, los contratados temporalmente y los aprendices del SENA. En menor proporción estudiantes en práctica profesional y profesionales con contrato de prestación de servicios, los cuales representan solo el 1.2% de los colaboradores con contrato diferente al directo.

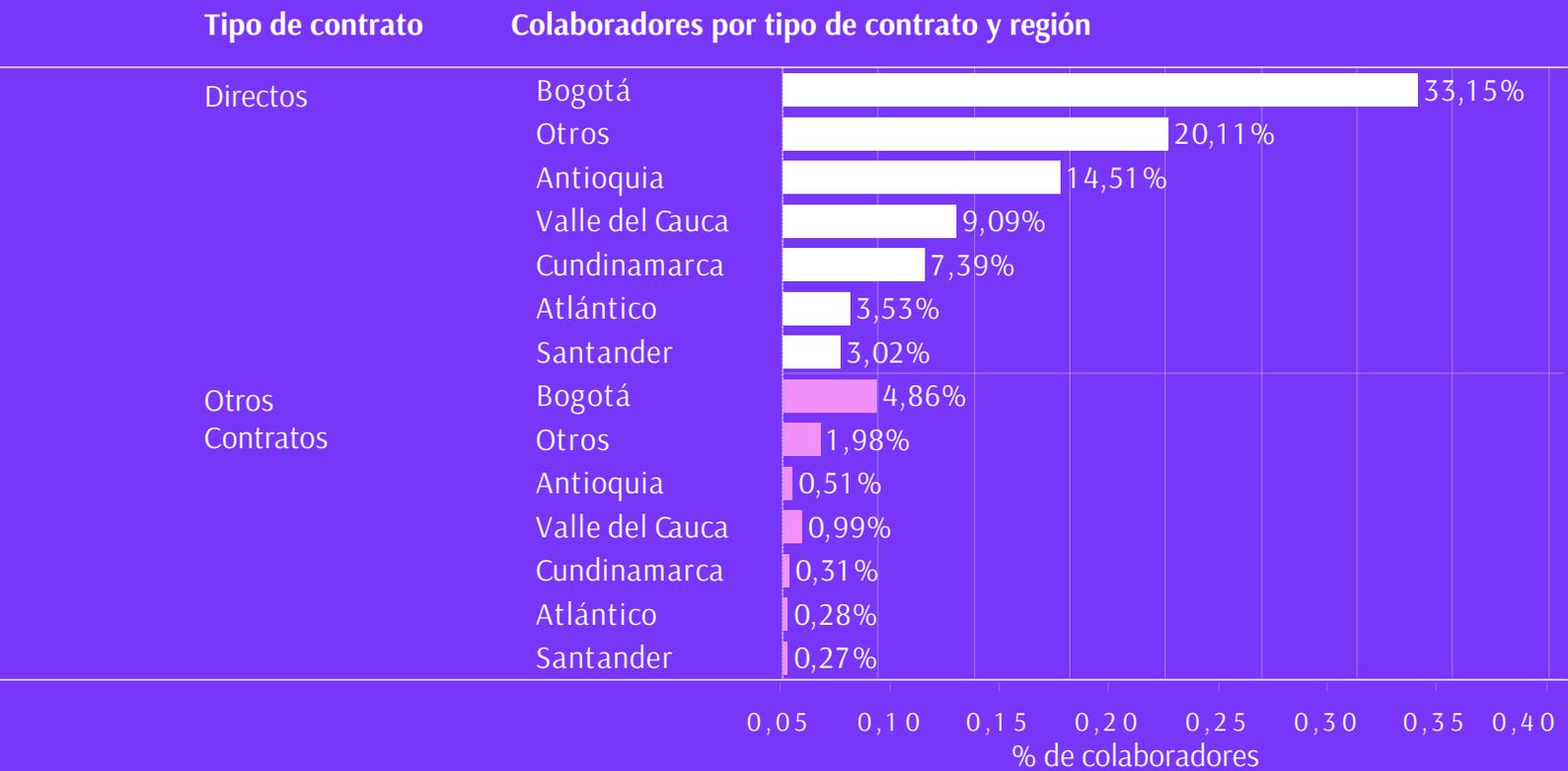
Las entidades de Asobancaria, en conjunto, tienen presencia en todo el territorio nacional. En la capital del país se concentra el mayor número de colaboradores contratados de forma directa y bajo otros tipos de contrato <sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Datos aproximados calculados en función de las tendencias porcentuales de los valores reportados por 29 entidades en la encuesta del 2018 para colaboradores directos, respecto de los datos reportados a Asobancaria por 31 entidades.

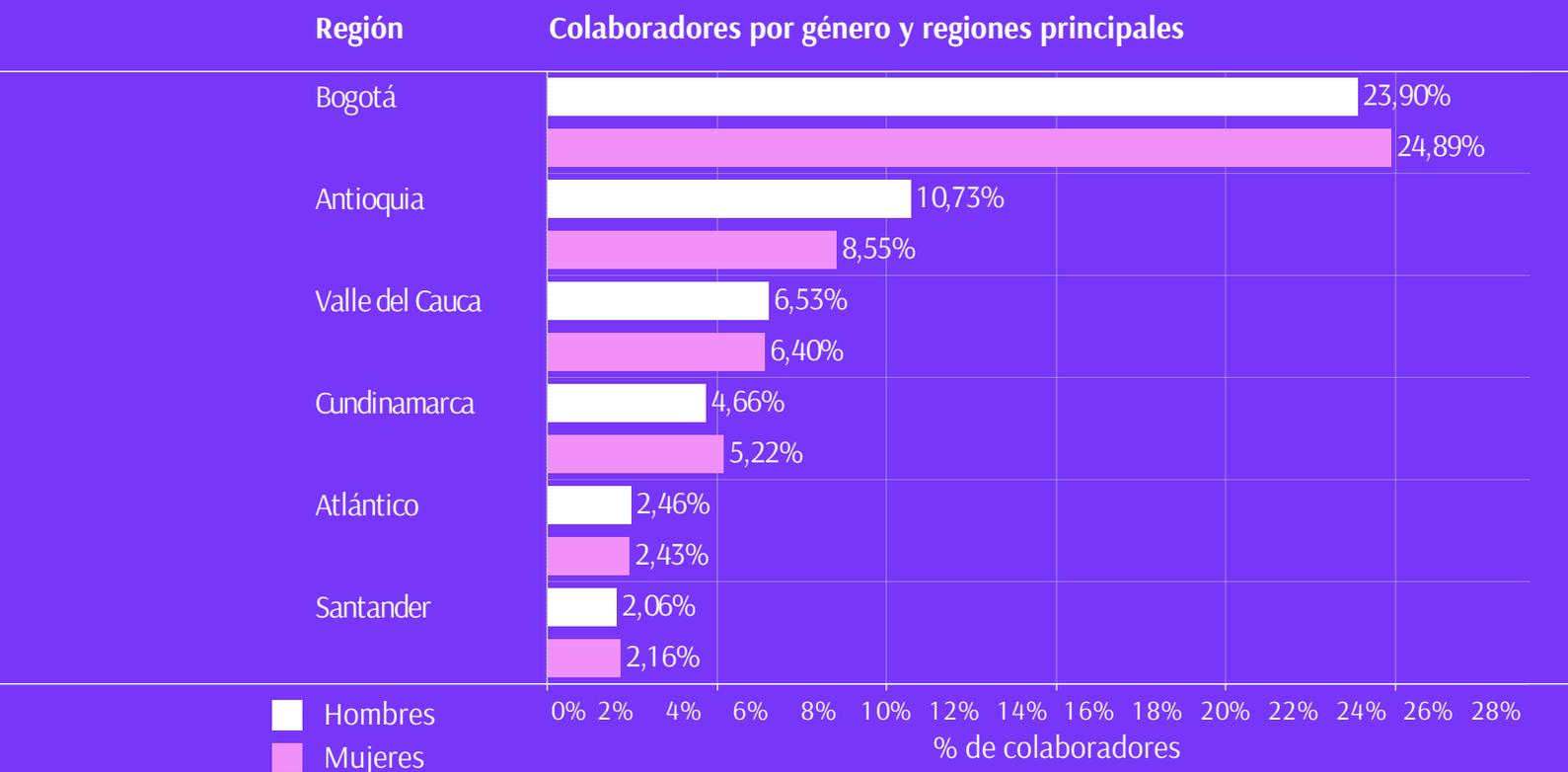
<sup>6</sup> Datos aproximados calculados en función de las tendencias porcentuales de los valores reportados por 29 entidades en la encuesta de 2018 para colaboradores directos, respecto de los datos reportados a Asobancaria por 31 entidades.



**GRÁFICA 7. PORCENTAJE DE COLABORADORES POR CONTRATO Y REGIÓN EN EL 2018** (INFORMACIÓN DE 26 ENTIDADES).



**GRÁFICA 8. PORCENTAJE DE COLABORADORES POR GÉNERO Y REGIONES PRINCIPALES EN EL 2018 RESPECTO DE CONTRATOS DIRECTOS Y DE OTROS** (INFORMACIÓN DE 26 ENTIDADES).



En el caso de los departamentos de Antioquia, Valle del Cauca y Atlántico existe un mayor número de hombres que de mujeres, pero en Bogotá y en los departamentos de Cundinamarca y Santander, las mujeres superan el número de colaboradores hombres.

## GRI 202-2

### Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local

Los colaboradores con procedencia local (de Colombia) integran el 97.9% de los cargos ejecutivos de primer y segundo nivel que están compuestos por presidentes, vicepresidentes, gerentes o directores de las entidades.

**El 2.1% restante lo integran ejecutivos extranjeros. Su ubicación se extiende a los diferentes territorios del país de acuerdo con la presencia que tiene cada entidad en municipios y ciudades.**

### Porcentaje de ejecutivos en el primer y segundo nivel procedentes de la comunidad local

Ejecutivos de primer y segundo nivel que son colombianos



97,9%

Ejecutivos de primer y segundo nivel que son extranjeros



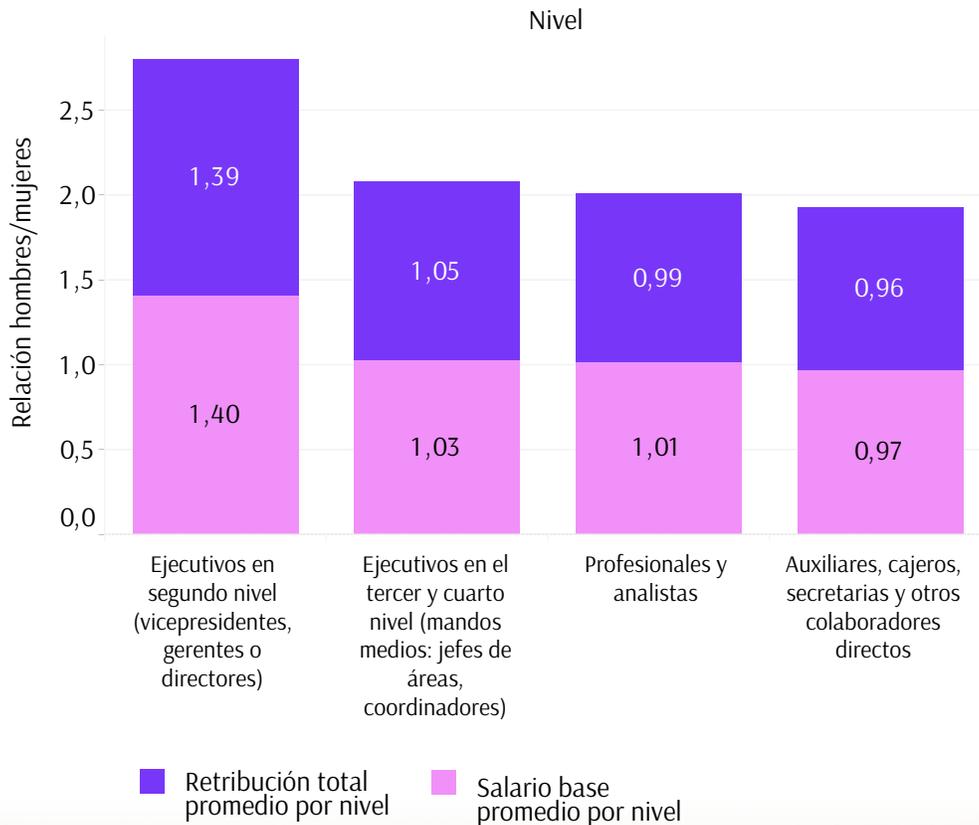
2,1%

## GRÁFICA 9. PORCENTAJE DE EJECUTIVOS EN EL PRIMER Y SEGUNDO NIVEL PROCEDENTES DE LA COMUNIDAD LOCAL EN EL 2018

(INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

**GRI 405-2****Relación entre salario básico y remuneración de mujeres a hombres**

Al comparar la relación entre el salario y la retribución total entre hombres y mujeres, se observa que entre los ejecutivos de segundo, tercer y cuarto nivel, los hombres devengan más que las mujeres (los ejecutivos del segundo nivel hombres tienen un salario 1.40 veces mayor que el de las mujeres), sin embargo, en el caso de los niveles profesionales, analistas, auxiliares y otros, las mujeres son quienes devengan un mayor salario o retribución en comparación con los hombres (los auxiliares hombres tienen un salario 0.97 veces menor que el de las mujeres en el mismo nivel).

**GRÁFICA 10. RETRIBUCIÓN TOTAL Y SALARIO BASE POR GÉNERO Y NIVEL**

(información de 19 entidades). La relación fue calculada dividiendo el salario y la retribución de hombres sobre el de las mujeres para cada uno de los niveles. Por ejemplo, si un hombre recibe un salario base de \$1.500.000 COP y una mujer de \$1.000.000 COP, se divide el primer valor sobre el segundo, obteniendo que el hombre gana 1.5 veces más que la mujer.



## GRI 202-1

### Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local

En el 2018 las entidades ofrecieron en promedio un salario de \$1.083.000 COP a sus colaboradores directos con el cargo más básico, el cual estuvo 1.38 veces por encima del salario mínimo en Colombia que para ese año fue de \$781.242 COP<sup>7</sup>.

## Rotación de personal

### GRI 401-1

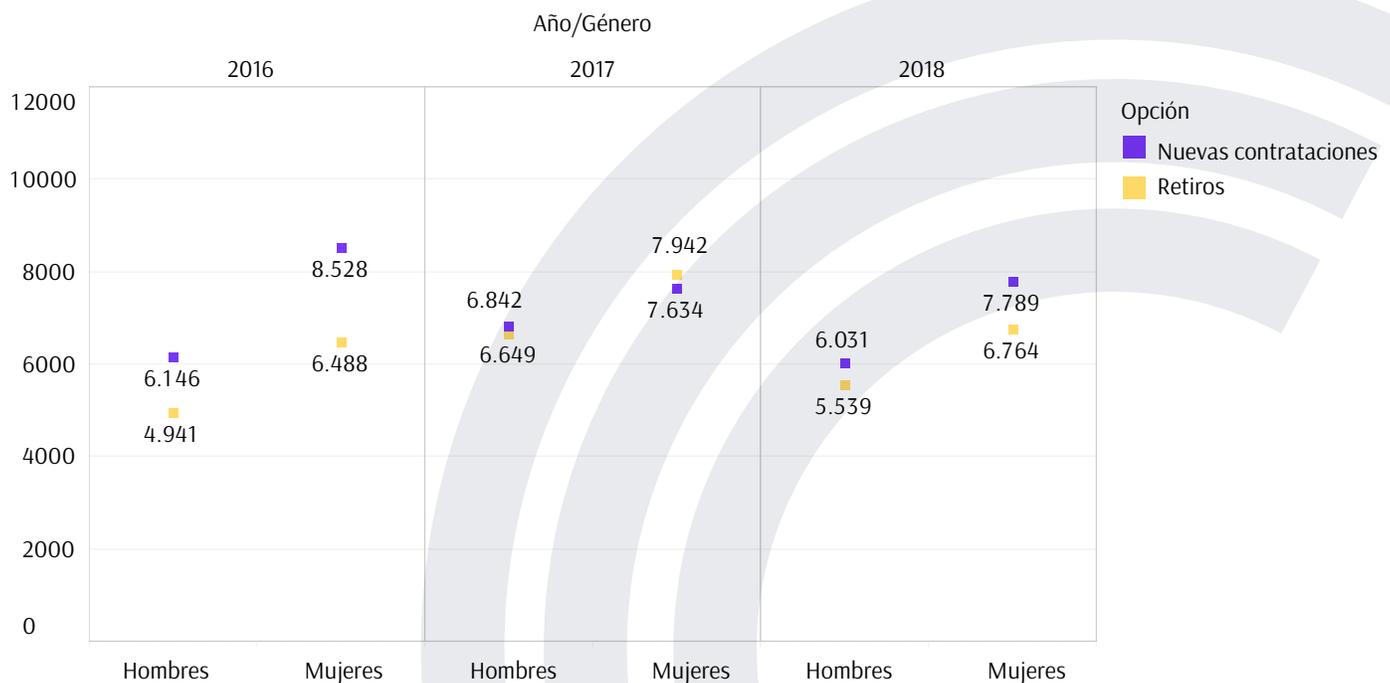
#### Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal<sup>8</sup>

Durante los últimos tres años hubo un mayor número de contrataciones que de retiro de empleados. Solo en el año 2017 y para el caso de las mujeres, hubo un número mayor de retiros.

## GRÁFICA 11. RETIROS Y NUEVAS CONTRATACIONES DE LOS COLABORADORES DIRECTOS POR AÑO Y GÉNERO

(INFORMACIÓN DE 27 ENTIDADES).

## Retiros y nuevas contrataciones de los colaboradores directos



<sup>7</sup> Información de 24 entidades.

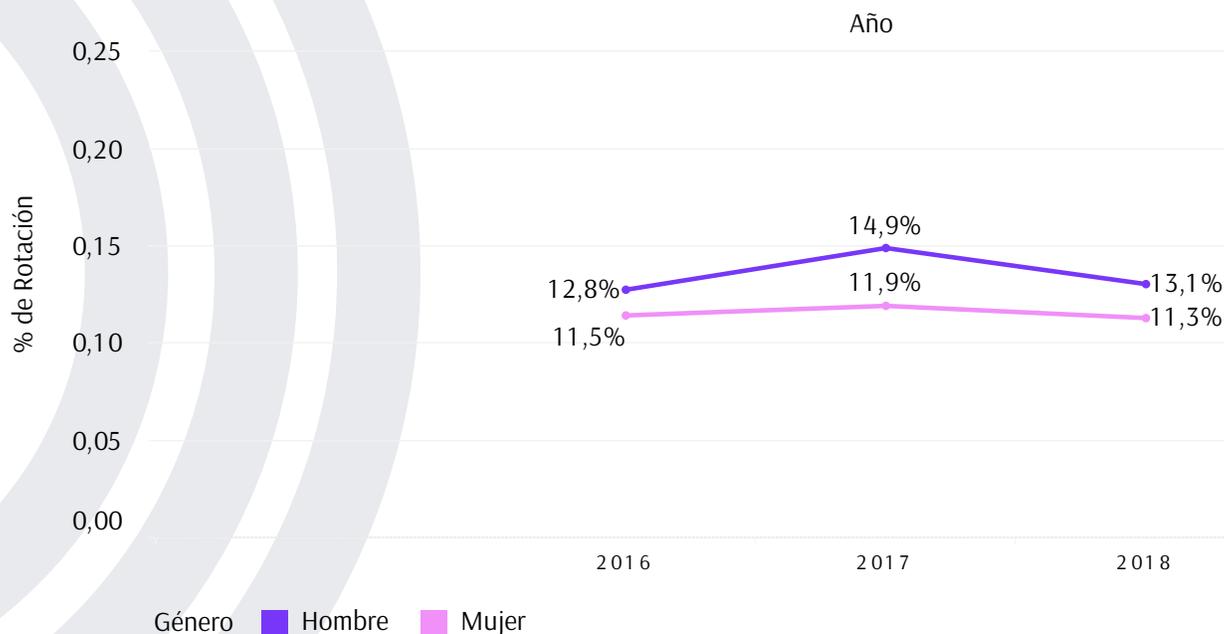
<sup>8</sup> Se reportan datos de número y porcentaje por género ya que no se cuenta con información por edad o región.

El porcentaje de rotación cada año muestra que la tendencia de entrada y salida de empleados ha sido muy similar a lo largo del tiempo. La rotación tanto de hombres como de mujeres se mantiene en un porcentaje muy cercano, teniendo una constante y ligera elevación en el caso de los hombres.

Entre las razones que mencionan las entidades como causales de los resultados de rotación de personal se encuentran: motivos personales, mejores ofertas laborales o decisión de independizarse, falta de mayores oportunidades de ascenso, terminación del contrato por acuerdo o sin justa causa, estudio o carrera, bajo desempeño y pensión<sup>9</sup>.

## GRÁFICA 12. ROTACIÓN DE PERSONAL POR AÑO (INFORMACIÓN DE 27 ENTIDADES).

Rotación de personal por año y género



## Capacitación, planes y programas

### GRI 404-2

#### Programas para mejorar las habilidades de los empleados y programas de asistencia para la transición

##### Programas de capacitación

La capacitación interna es el principal método con el cual las entidades forman a sus colaboradores, seguido del apoyo económico para que puedan acceder a estudios de capacitación externa como idiomas, pregrados, diplomados, y posgrados. En ocasiones se complementan con beneficios de concesión o licencias de estudio, que les permitan a los colaboradores ser reincorporados a su trabajo, mejorando sus habilidades y desempeño.

<sup>9</sup> Información de 25 entidades.

## Tipos de programas de capacitación

Cursos de capacitación interna  
**28**

Otros  
**14**

Apoyo económico para programas de capacitación externa  
**22**

Concesiones para periodos de licencia de estudio con posibilidad de reincorporarse al trabajo  
**11**

El objetivo de estos programas de capacitación se enfoca al crecimiento profesional de los colaboradores, por lo cual las entidades ofrecen otras opciones como oportunidades de formación en congresos, seminarios, talleres, cursos virtuales y pasantías internacionales.

### Planes por jubilación o retiro

En el marco de la atención a los colaboradores que por razones de jubilación o cambios organizacionales vayan a retirarse de las entidades, se establecen planes de respaldo. Entre estos se destaca la formación u orientación durante el periodo de transición y las indemnizaciones extralegales.

**GRÁFICA 13. TIPOS DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN**  
(INFORMACIÓN DE 30 ENTIDADES). LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE.



## GRÁFICA 14. PLANES PARA RESPALDAR A LOS COLABORADORES PRÓXIMOS A JUBILARSE O QUE VAYAN A SER RETIRADOS POR CAMBIOS ORGANIZACIONALES

(INFORMACIÓN DE 28 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE.

La compañía no cuenta con este tipo de planes

13

Formación u orientación durante el periodo de transición a la inactividad laboral

11

Indemnizaciones extralegales por despidos a causa de cambios organizacionales

8

Planes de prejubilación

5

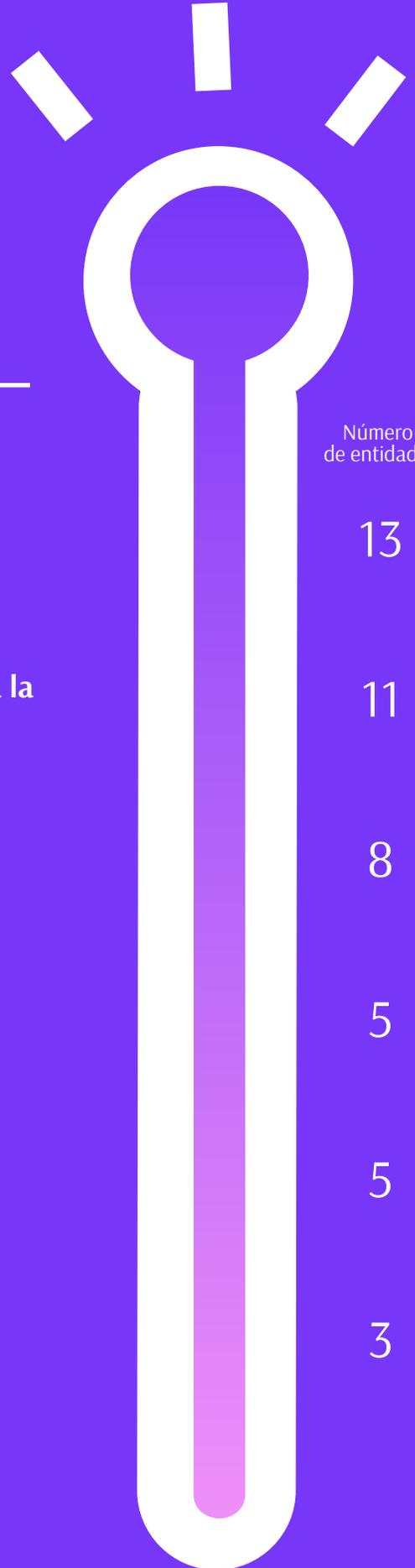
Servicios de apoyo en reubicación laboral

5

Espacios para personas que planean seguir trabajando después de su jubilación

3

Número de entidades



Es un reto para el sector incentivar a las entidades a desarrollar este tipo de actividades pues el 46% no cuenta con este tipo de programas.

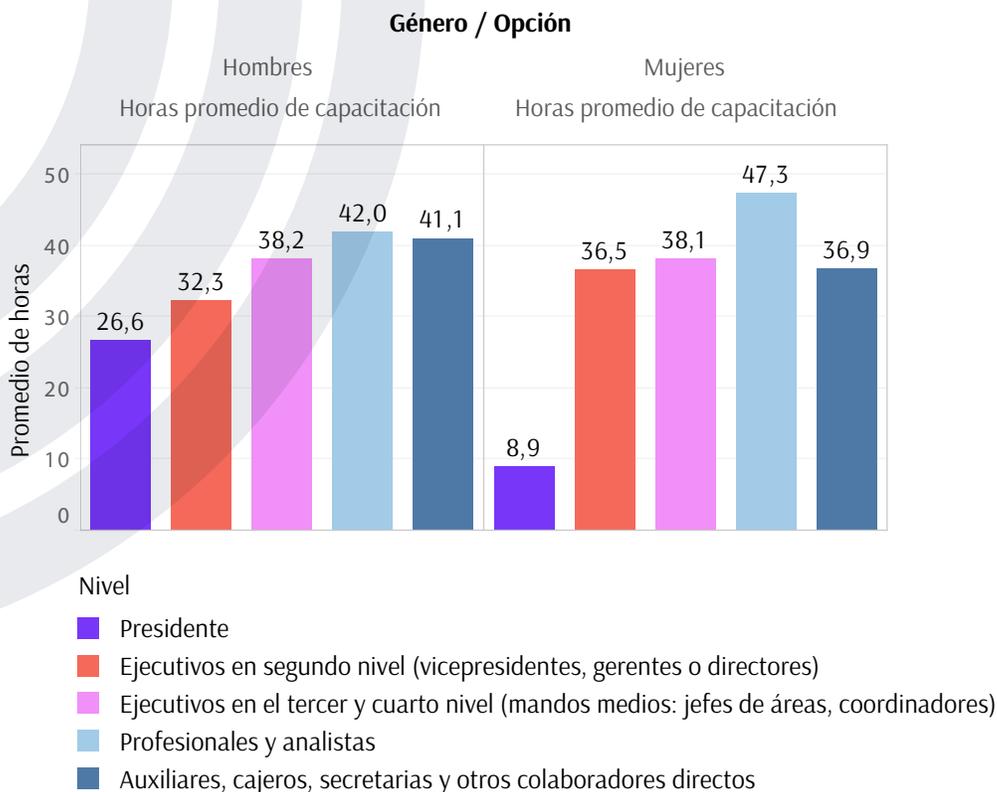
## GRI 404-1

### Media de horas de formación al año por empleado

**Durante el 2018, en conjunto, se invirtieron 28.976 millones de pesos en capacitación<sup>10</sup>; adicionalmente se invirtieron en promedio 35 horas de capacitación por cada colaborador.**

Los ejecutivos en el tercer y cuarto nivel fueron quienes más horas de capacitación recibieron en el 2018. Por su parte, a nivel presidencial, se dedicaron menos horas de capacitación, lo cual es consistente con el número de colaboradores por cargo.

**Promedio de horas de capacitación por género y nivel**



**GRÁFICA 15. HORAS PROMEDIO DE CAPACITACIÓN POR GÉNERO Y NIVEL EN EL 2018** (INFORMACIÓN DE 27 ENTIDADES).

## GRI 404-3

### Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y desarrollo profesional

En el marco de los procesos de valoración para el desarrollo de los colaboradores, se identificó que fue realizado a más del 90% de los colaboradores en el nivel de auxiliares, cajeros y otros colaboradores directos. En el caso de los ejecutivos de segundo, tercer y cuarto nivel, profesionales y analistas, se evaluó y retroalimentó por lo menos al 79% de los colaboradores en cada nivel.

<sup>10</sup> Suma del monto reportado por 18 entidades.

En los cargos presidenciales se observó un porcentaje menor, el cual se explica por el número reducido de colaboradores en este nivel.

**GRÁFICA 16. PORCENTAJE DE COLABORADORES QUE EN EL 2018 RECIBIÓ EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN SOBRE SU DESEMPEÑO**  
(INFORMACIÓN DE 15 ENTIDADES).

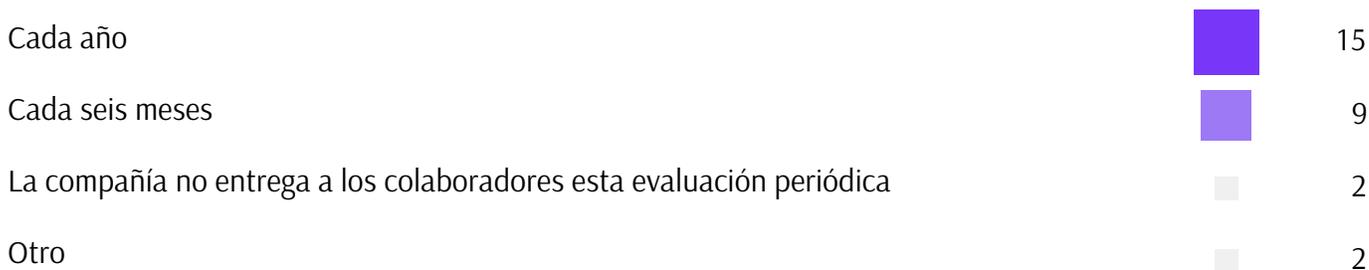
Género	Nivel				
	Presidente	Ejecutivos en segundo nivel (vicepresidentes, gerentes o directores)	Ejecutivos en el tercer y cuarto nivel (mandos medios: jefes de áreas, coordinadores)	Profesionales y analistas	Auxiliares, cajeros, secretarías y otros colaboradores directos
Hombre	69%	88%	90%	81%	96%
Mujeres	50%	87%	87%	79%	90%

Aunque la evaluación y retroalimentación de desempeño a los colaboradores se hace generalmente cada año, algunas entidades también lo hacen cada seis meses o con otras periodicidades como es el caso de la finalización del periodo de prueba.



**GRÁFICA 17. FRECUENCIA DE ENTREGA DE EVALUACIONES Y RETROALIMENTACIÓN DE DESEMPEÑO A LOS COLABORADORES** (INFORMACIÓN DE 24 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE.

**¿Con qué frecuencia su compañía entrega a los colaboradores evaluación y retroalimentación de su desempeño?**



Número de entidades



## Beneficios para los colaboradores

### GRI 401-2

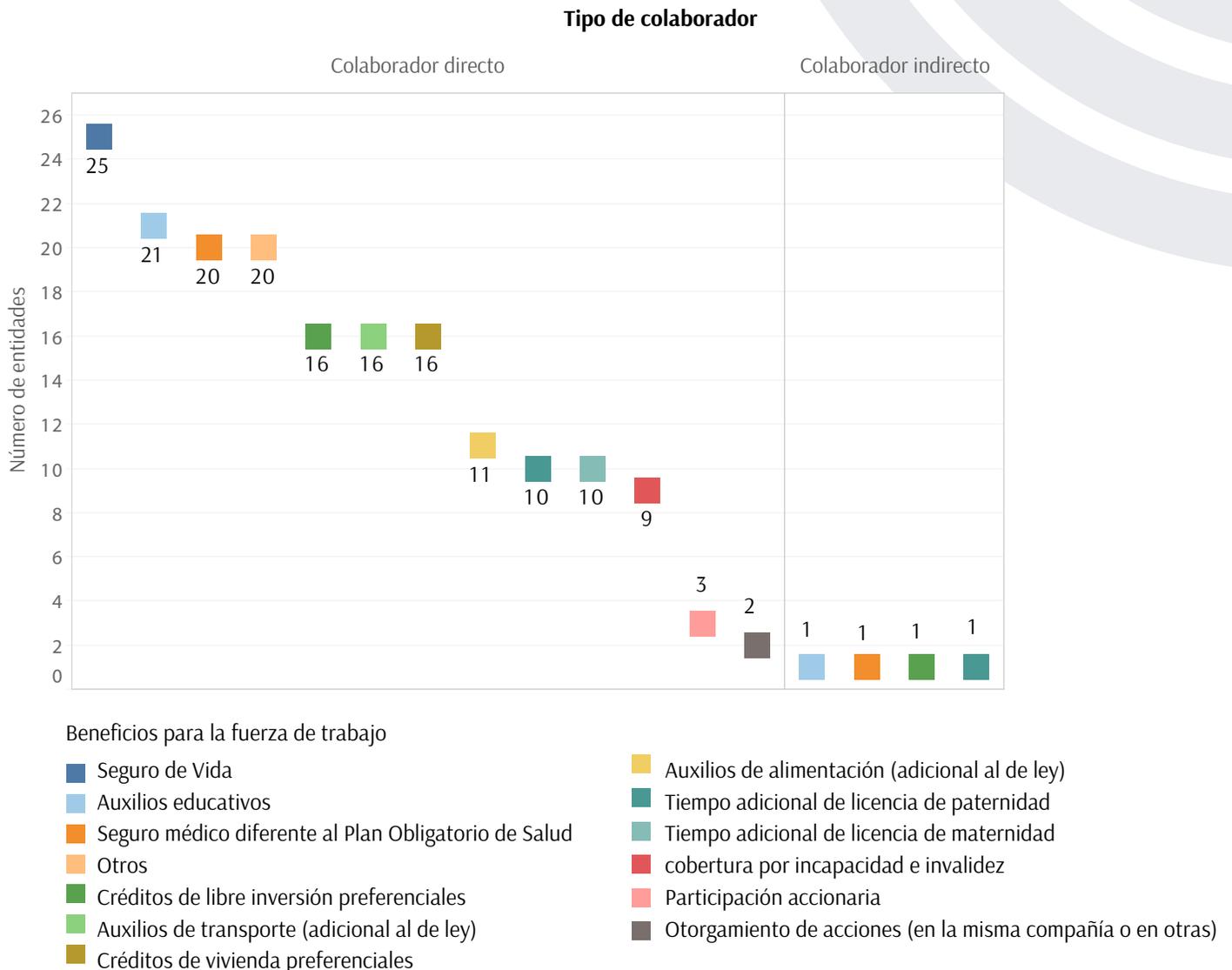
#### Beneficios proporcionados a empleados de tiempo completo que no se brindan a empleados temporales o de medio tiempo

Como parte de la gestión del talento humano, las entidades han establecido diferentes formas de beneficiar a sus colaboradores y darles oportunidades de crecimiento, motivación y mejor calidad de vida.

Estos beneficios son principalmente otorgados a los colaboradores directos ya que representan el mayor grupo de empleados, sin embargo, también existen beneficios para los colaboradores indirectos.

### GRÁFICA 18. BENEFICIOS PARA COLABORADORES DIRECTOS E INDIRECTOS

(INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE.



Los beneficios de seguro de vida, auxilios educativos y seguro médico, diferente al plan obligatorio, son los más ofrecidos a los colaboradores.



**100%**

DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS HAN ESTABLECIDO PROGRAMAS PARA BRINDAR BENEFICIOS A SUS COLABORADORES DIRECTOS.

Otros beneficios adicionales que las entidades ofrecen a sus colaboradores son: auxilios oftalmológicos y odontológicos, de avalúo hipotecario, educativos para hijos, de incapacidad, de nacimiento, de Navidad, por vacaciones y de sostenimiento por traslado. Ofrecen también beneficios de prima extralegal, de antigüedad, de ahorro, recreación y cultura, créditos educativos, días adicionales de vacaciones y medios días libres compensatorios remunerados por cumpleaños.

### **GRI 401-3**

#### **Permiso parental**

La tasa de regreso al trabajo después de las licencias de maternidad o paternidad se ha mantenido alta. En el 2018 regresaron al trabajo el 91% de los hombres y el 90% de las mujeres que tuvieron licencia parental en el 2017.

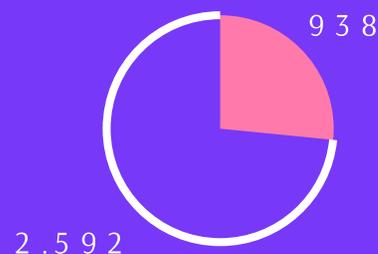
Los casos de licencia para los años evaluados 2017 y 2018 se mantienen en un número similar.

## Número de colaboradores con licencia de maternidad o paternidad por año

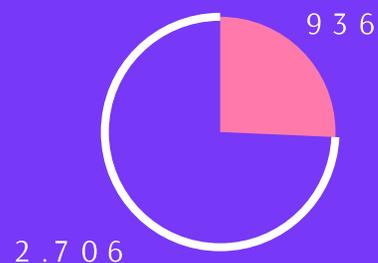
### Casos

Género ■ Hombre ■ Mujer

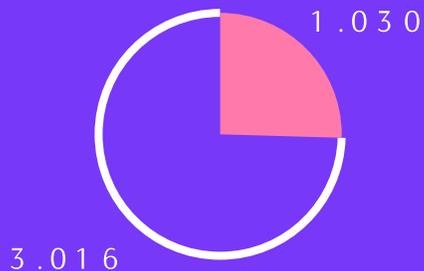
#### Colaboradores con licencia durante el 2018



#### Colaboradores con licencia en 2017 y que han continuado mínimo un año después de regresar de esta



#### Colaboradores con licencia durante el 2017



**GRÁFICA 19. NÚMERO DE COLABORADORES CON LICENCIA DE MATERNIDAD O PATERNIDAD POR AÑO** (INFORMACIÓN DE 26 ENTIDADES).

**Por lo menos el 90%  
de los colaboradores  
se han reintegrado  
a sus actividades  
laborales después de  
su licencia parental.**

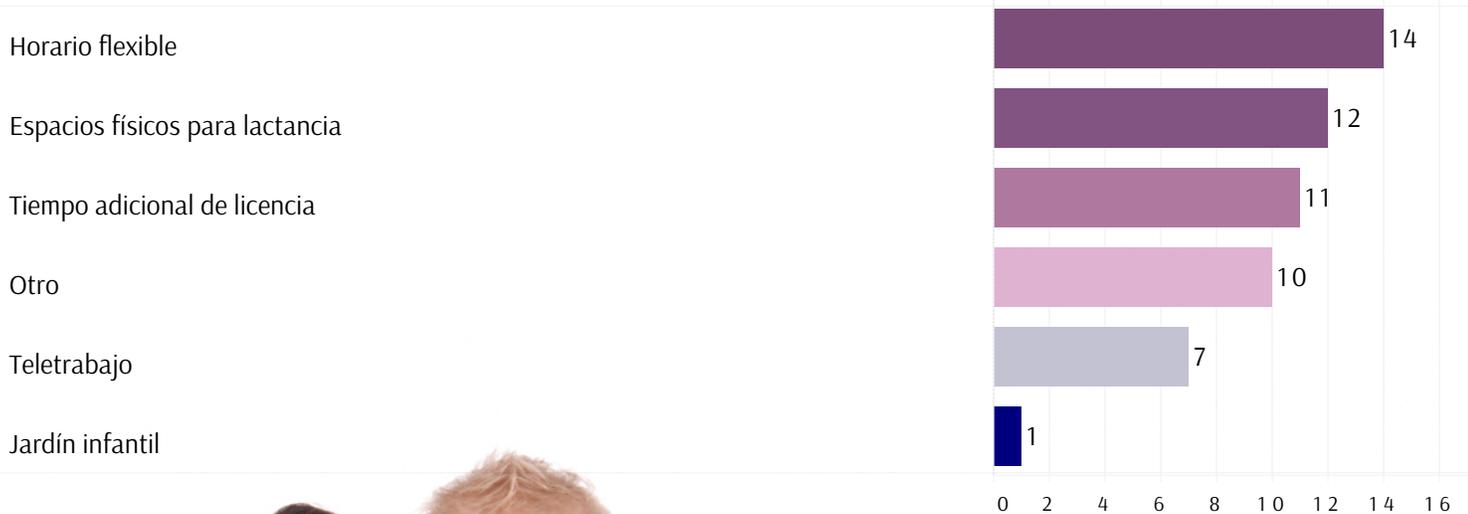
Las entidades tienen establecidas buenas prácticas para incentivar la continuidad de sus colaboradores después de ser padres, lo cual no solo les favorece a ellos sino también a sus hijos y familiares en general. Los beneficios tienen que ver con facilidades de horario, espacios adecuados para la lactancia y tiempo adicional de licencia, entre otros.



## GRÁFICA 20. BUENAS PRÁCTICAS PARA QUE LOS EMPLEADOS CONTINÚEN EN LAS ENTIDADES DESPUÉS DE SER PADRES

(INFORMACIÓN DE 25 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE.

### Buenas prácticas para que los empleados continúen en las entidades luego de ser padres



Otros beneficios implementados por las entidades son días adicionales de tiempo libre para compartir con la familia (como en fechas de cumpleaños o días familiares especiales), posibilidad de cambio de oficina para tener cercanía a las residencias, tiempo adicional dentro del horario laboral para madres lactantes, plan de salud adicional para los hijos, pólizas para la familia y espacios de cafetería y gimnasio, así como diferentes tipos de auxilios de maternidad, paternidad y de educación de los hijos y la familia.

# Bancompartir *contigo*

## Inclusión Laboral

Con el objetivo de contribuir al desarrollo humano y social con la promoción de la inclusión, la igualdad de oportunidades, mejorar la calidad de vida y formación de las personas más vulnerables de la sociedad, durante el año 2018 ingresaron 162 Asesores Semilla a la organización, de los cuales 105 continúan vinculados a Bancompar-

tir mediante contratación laboral directa. Todos pertenecen a estratos 1 y 2, con características similares en cuanto a condiciones familiares, económicas y sociales. De éstos, el 70% son jóvenes entre los 18 y 20 años, sin experiencia laboral, ni educación formal y el 10% pertenecen a grupos poblacionales víctimas del conflicto armado.

## Tendencias globales

**El sector financiero tiene grandes oportunidades para impulsar el cambio por medio de una gestión estratégica de su talento humano.**

La Comisión Mundial de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) sobre El Futuro del Trabajo ha propuesto una agenda centrada en el ser humano que establece cómo el incremento de la inversión en las capacidades de las personas, en las instituciones de trabajo y en el trabajo decente, puede impulsar el crecimiento, la equidad y la sostenibilidad, con el trabajo conjunto de la política pública y la práctica empresarial<sup>11</sup>.

El sector financiero ha enfocado su gestión del talento humano en la generación de oportunidades de crecimiento y fortalecimiento de capacidades, logrando evidenciar un claro interés por el desarrollo del potencial de los colaboradores a través de su formación y capacitación. Así mismo, para la construcción de estas capacidades, las entidades realizan evaluaciones de desempeño y retroalimentación a sus colaboradores.

Por otra parte, las entidades desarrollan estrategias que permiten la continuidad de los colaboradores en su organización, tal es el caso de la inclusión de beneficios laborales como el permiso parental (incluyendo facilidades adicionales a las de ley), las concesiones para estudios y auxilios económicos, entre otros. De igual manera, se están impulsando planes que apoyan los procesos de jubilación y de retiro.

La ejecución de estas iniciativas aporta al fortalecimiento del talento humano, al bienestar de las familias y al crecimiento de las entidades financieras.



<sup>11</sup> OIT (2019). Work for a brighter future – Global Commission on the Future of Work. International Labour Office – Geneva: ILO, 2019. Disponible en: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/~dgreports/~cabinet/documents/publication/wcms\\_662410.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/~dgreports/~cabinet/documents/publication/wcms_662410.pdf)

**4.6**

# **INVERSIÓN EN COMUNIDADES**

**Informe de sostenibilidad**

## ODS Relacionados



**5.4** Reconocer y valorar los cuidados y el trabajo doméstico no remunerados mediante servicios públicos, infraestructuras y políticas de protección social, y promoviendo la responsabilidad compartida en el hogar y la familia, según proceda en cada país.



**9.1** Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, incluidas infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo especial hincapié en el acceso asequible y equitativo para todos.

**9.4** De aquí a 2030, modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles, utilizando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países tomen medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas.



**11.2** De aquí a 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, prestando especial atención a las necesidades de las personas en situación de vulnerabilidad, las mujeres, los niños, las personas con discapacidad y las personas de edad.



## **El sector financiero en Colombia aporta al desarrollo integral de las comunidades a partir de políticas incluyentes, productos y servicios al alcance de todos.**

En principio la inversión en comunidades es responsabilidad del sector público, sin embargo, el sector privado y especialmente el financiero debe contemplarla pues su aporte al desarrollo sostenible del país es fundamental. Para mejorar el nivel de bienestar en países en vía de desarrollo, es de suma importancia no solo implementar políticas públicas que busquen facilitar recursos a la población menos favorecida, sino también promover iniciativas desde el sector privado que movilicen la economía y el desarrollo sostenible de las comunidades.



**GRI 103-1**

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

Estas inversiones contribuyen a mejorar las capacidades de la población para incorporarse en dinámicas productivas que mejoren sus condiciones socioeconómicas individuales y colectivas. Además de generar impacto social, estas iniciativas pueden contribuir con la imagen corporativa de las entidades, generar reconocimiento y fidelización entre los ciudadanos, e incentivar a otras entidades a incluir en su gestión inversiones que beneficien a las comunidades.

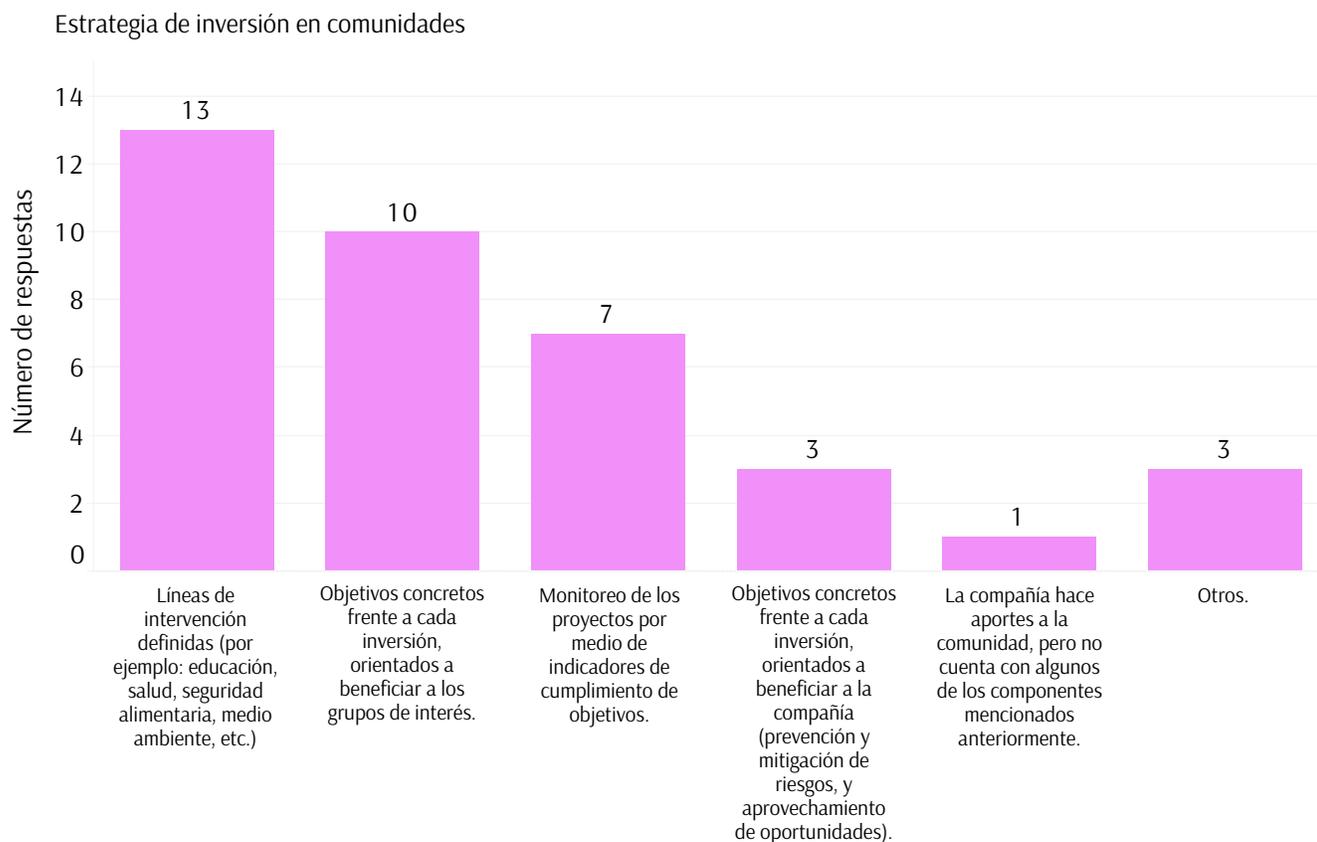
Puesto que el sector financiero suministra fondos que impactan el desarrollo en las comunidades, las entidades tienen la gran responsabilidad de formular políticas claras que contemplen el efecto que tienen sus inversiones, así como de promover productos más incluyentes a nivel social y geográfico.

**GRI 103-2; 103-3**

Las entidades del sector desarrollan diversas prácticas para contribuir al desarrollo de las comunidades. Además de la gestión para la educación financiera, tema de la segunda dimensión 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 beneficiarios, cumplimiento de objetivos y, en algunos casos, impactos materializados como resultado de las intervenciones.

Durante el 2018, diecisiete entidades reportaron tener treinta y siete estrategias de inversión con objetivos concretos que buscan beneficiar a los grupos de interés. Se destacan líneas de intervención específicas para educación, salud, seguridad alimentaria y medio ambiente, entre otras.

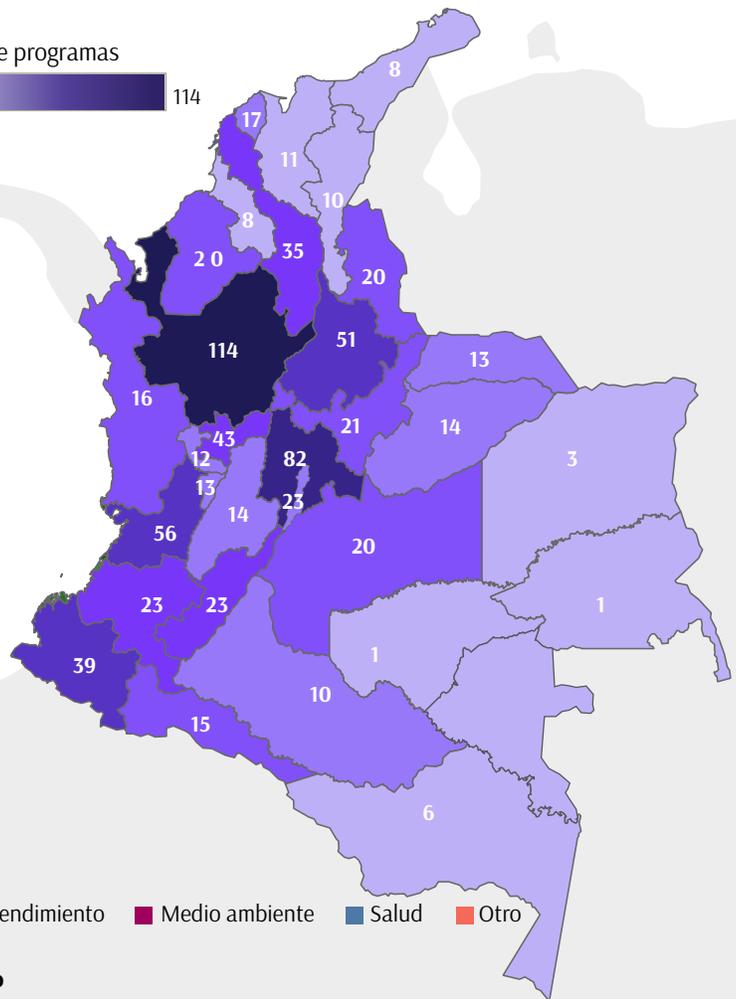
**GRÁFICA 1.**  
**ESTRATEGIA DE**  
**INVERSIÓN EN**  
**COMUNIDADES**  
(INFORMACIÓN DE 17 ENTIDADES).



A nivel nacional, en 2018 los departamentos con ciudades principales concentraron el mayor porcentaje de ejecución de los programas de inversión en comunidades. Del total de programas Antioquia contó con el 15%, seguido de Cundinamarca con el 11% y del Valle del Cauca con el 8%.

## GRÁFICAS 2 Y 3. CANTIDAD Y TIPO DE PROGRAMAS DE INVERSIÓN EN COMUNIDADES EN CADA REGIÓN (INFORMACIÓN DE 13 ENTIDADES).

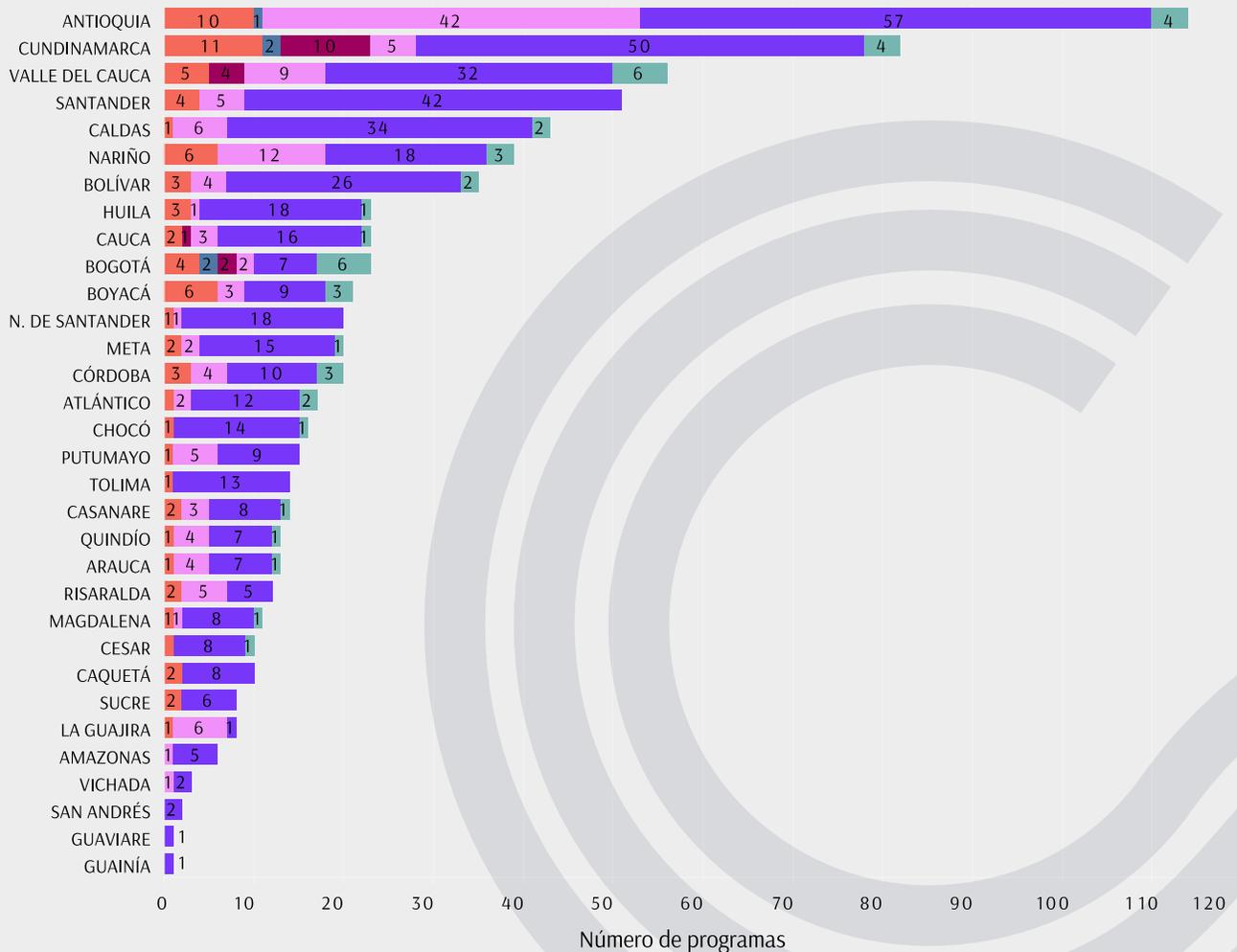
Nº de programas  
1 114



### Tipo de programas

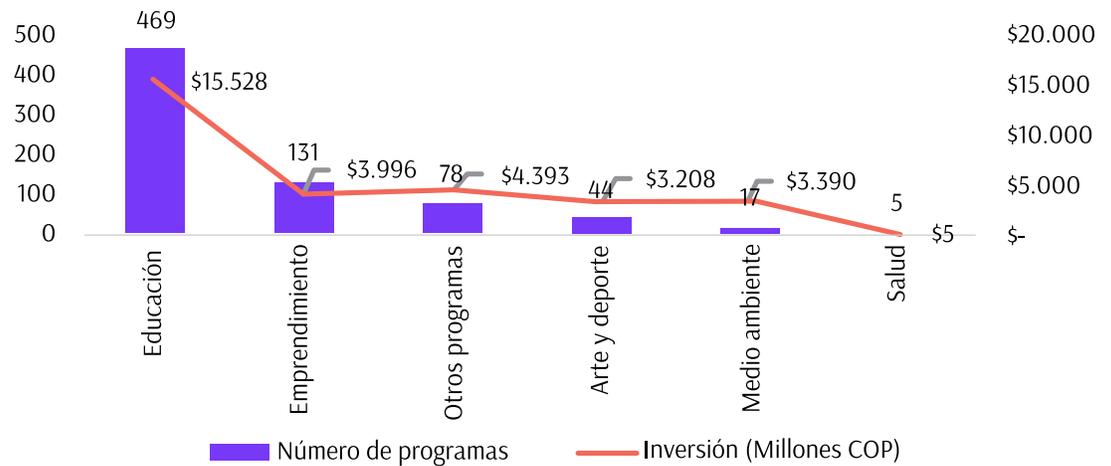
Arte y deporte Educación Emprendimiento Medio ambiente Salud Otro

### Cantidad de programas por departamento





**GRÁFICA 5.  
DONACIÓN  
POR LÍNEA DE  
INTERVENCIÓN**  
(INFORMACIÓN DE 13 ENTIDADES).



El 63% de estos programas se destinaron a educación con iniciativas como auxilios a estudiantes de primaria y secundaria de sectores de prioridad social, madres comunitarias, funcionarios de las entidades de estratos 1, 2 y 3, estudiantes de pregrado con calificaciones sobresalientes que estén atravesando por dificultades económicas y corran el riesgo de desertar, y comunidades educativas rurales (estudiantes, docentes, padres y directivos).

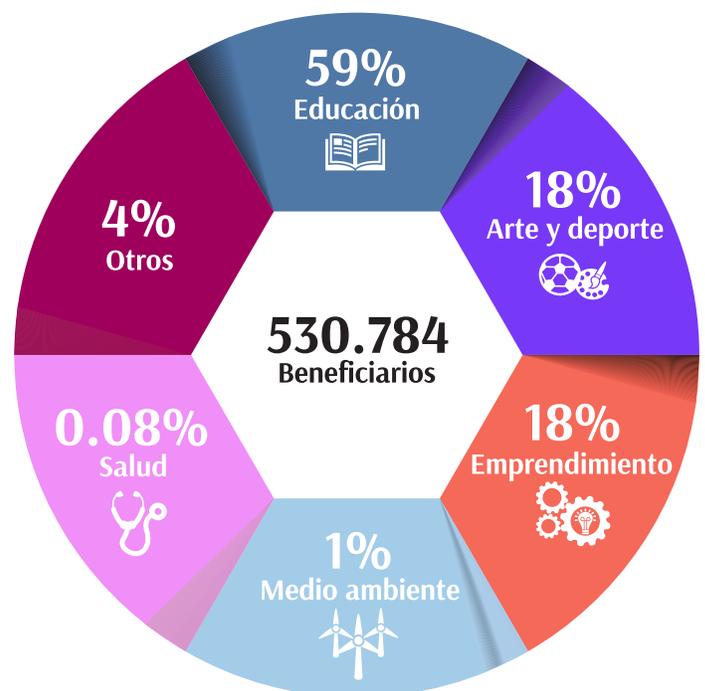
En el marco de otras líneas que representaron el 10% de intervención, se realizaron programas de generación de ingresos, capacitación, educación y acompañamiento psicosocial dirigidos a ex miembros de la fuerza pública en situación de discapacidad, a sus familias, viudas y huérfanos. Estos programas benefician también a civiles afectados por minas anti-personales, víctimas de secuestro y personas desmovilizadas de grupos armados ilegales. Por otra parte, se destinaron recursos a potenciar habilidades cognitivas en jóvenes con síndrome de Down, programas de educación musical para niños con visión limitada o ceguera. Se impulsaron también programas diseñados para encontrar soluciones asequibles a desafíos que enfrentan las personas con distintas discapacidades mediante el uso de la innovación y la tecnología.

El emprendimiento significó el 18% de las donaciones durante el 2018. Entre las inversiones se destinaron recursos a programas para empresas con alto potencial de crecimiento en sus planes estratégicos orientados a ayudarlas a mejorar su desempeño y alcanzar los resultados esperados. Se hicieron también programas de adquisición de productos agrícolas que promovieron el comercio justo y ayudan a generar un ecosistema rentable y sostenible para el pequeño agricultor, así como se impulsaron iniciativas de educación financiera y fortalecimiento de habilidades artísticas.

Finalmente, el 2% de las donaciones se hizo en medio ambiente y se realizaron programas de conservación y restauración de bosques, recursos hídricos, flora, fauna y manejo adecuado de residuos sólidos. Por otra parte, arte y deporte representó el 6% y las donaciones en salud fueron del 1%.

De las líneas de intervención mencionadas anteriormente y el monto de inversión en dinero, se beneficiaron 530.784 personas que se distribuyen de la siguiente manera:

**IMAGEN 1. TOTAL DE BENEFICIARIOS DE LOS PROGRAMAS DE INVERSIÓN EN COMUNIDADES DURANTE EL 2018 Y DISTRIBUCIÓN POR LÍNEA DE INTERVENCIÓN.**





# BBVA

## Proyecto apícola

En el marco de este proyecto se adelantan procesos de innovación productiva que permiten realizar una transformación a gran escala de aspectos relacionados con la producción de miel y productos derivados de la colmena, beneficiando a los productores apícolas y a su núcleo familiar, tanto en su calidad de vida como en diferentes aspectos socioeconómicos.

El proyecto se ejecuta en el municipio de Socorro, Departamento de Santander y municipios aledaños, donde la población objetivo del programa incluye a 110 personas cabeza de familia (especialmente mujeres), apicultoras de escasos recursos económicos. El desarrollo del proyecto tendrá una duración mínima de cuatro años, de los cuales ya se han ejecutado 18 meses.

## Tendencias globales

### El capital humano será la inversión de largo plazo más importante de los países para la futura calidad de vida y prosperidad de las comunidades.

A nivel global existen brechas sociales que impiden que ciertas comunidades accedan a condiciones favorables de vida respecto a salud, vivienda y educación. Los gobiernos han invertido en el crecimiento económico concentrándose en el capital físico (infraestructura). En cambio, la inversión social no ha sido una prioridad ya que sus beneficios son más difíciles de medir<sup>1</sup> (Banco Mundial, 2018).

El informe sobre el desarrollo mundial 2019<sup>2</sup> señala que las inversiones más significativas que pueden hacer las empresas y los gobiernos frente a la naturaleza cambiante del trabajo, se relacionan con la mejora del capital humano. La importancia creciente de la tecnología en las dinámicas sociales y económicas, implica que para todos los tipos de trabajo se requieren habilidades cognitivas más avanzadas.

Las instituciones financieras aportan al incremento de la calidad de vida de la población por medio de inversión en comunidades. Además, brindan oportunidades para que la sociedad pueda prosperar en un entorno que cambia rápidamente.



<sup>1</sup>Banco Mundial. (2018). Invertir en las personas para desarrollar capital humano, 24 de abril del 2019 <https://www.bancomundial.org/es/news/immersive-story/2018/08/03/investing-in-people-to-build-human-capital>

<sup>2</sup>Banco Mundial (2019) informe sobre el desarrollo mundial 2019. 24 de abril del 2019 <http://documents.worldbank.org/curated/en/767331554985479543/pdf/Main-Report.pdf>



4.7

# EDUCACIÓN FINANCIERA

Informe de sostenibilidad

## ODS Relacionados



**Meta 1.4** Para 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos, así como acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de las tierras y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías apropiadas y los servicios financieros, incluida la microfinanciación.



**Meta 10.2** De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.



**Aportar a la formación en educación financiera permite construir confianza en las poblaciones y garantiza que su capacidad de decisión se traduzca en crecimiento y mejor calidad de vida.**



## GRI 103-1

Todos los días las personas deben tomar decisiones financieras que tienen un impacto a corto y largo plazo. Por ejemplo, al asumir créditos hoy que pueden dificultar el ahorro de mañana o el crecimiento de los proyectos de emprendimiento. Por tal motivo, las entidades financieras y el Gobierno Nacional tienen un rol fundamental para lograr que cada vez más consumidores se empoderen frente al uso adecuado de sus recursos. Los beneficios, entre otros, reducen el número de quejas e impactan la calidad de vida de las personas en aspectos como:

- Construcción de un escenario de seguridad financiera de mediano y largo plazo.
- Uso eficiente de los recursos y productos financieros.
- Desarrollo de la capacidad para enfrentar contingencias financieras.
- Cumplimiento de las obligaciones financieras programadas.
- Análisis de los riesgos para la toma de decisiones sobre los productos financieros.

Adicionalmente, estos beneficios se ven reflejados en el sistema financiero en aspectos como:

- Mayor estabilidad financiera y reducción de morosos del sistema.
- Disminución de riesgos financieros para el conjunto de los actores del sistema.
- Disminución de la informalidad y reducción de la ilegalidad en la oferta de servicios financieros.
- Mayor inclusión financiera para la población, con una consecuente mejora en la calidad de vida.

Considerando la importancia que tiene este tema en el bienestar de las personas, e incluso, sobre la estabilidad de la economía, es necesario que tanto las entidades financieras como las públicas se acompañen en la implementación de programas sobre educación financiera, dirigidos a diversos grupos de edad.

Si desde los colegios se imparten conceptos tales como el manejo de recursos, diferencias entre prestar, regalar y compartir o por qué se cobran intereses, se garantiza que las generaciones futuras sean consumidores responsables. En este sentido, el gremio continúa recalcando en diferentes escenarios como el Congreso de la República, el Ministerio de Educación Nacional y en distintos eventos, la necesidad de implementar un programa de formación amplio y suficiente en los colegios que sirva de base para su futuro y para la adecuada administración de los recursos. Por otro lado, para el caso de la población adulta, más allá de los programas propios de los asociados, Asobancaria continúa participando activamente en los espacios que el gobierno nacional ha dispuesto para ellos como la Comisión Intersectorial de Educación Económica y Financiera.

## GRI 103-2; 103-3

En educación financiera se generaron líneas de trabajo bajo criterios establecidos por entidades expertas como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE, además de buscar el aval pedagógico que garantizara su eficiencia para pasar de simple información a convertirse en un hábito.

Los programas de educación financiera son evaluados a través de indicadores como cobertura con alcance presencial y virtual, número de visitas y seguidores en redes sociales, impactos en el mejoramiento de la calificación crediticia de las personas, nivel de competencias y conocimientos adquiridos.

Además de la gestión que se realiza sobre dichas iniciativas, Asobancaria cuenta con un Comité de Educación Financiera cuyo propósito es impulsar acciones que promuevan las habilidades, conocimientos y confianza en la población colombiana para administrar, planear y decidir de manera razonada y responsable el uso de sus recursos financieros.



**G4-FS16****Iniciativas para mejorar la educación financiera.**

El gremio, además del programa de educación financiera de cada una de las entidades, desarrolló las siguientes iniciativas:

**TABLA 1. INICIATIVAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA DE ASOBANCARIA**

Nombre del programa	Organización que apoya el desarrollo del programa	Resultados de la evaluación del programa
Programa de Educación Financiera para población adulta <b>Saber Más, Ser Más:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Fundación Alemana de Cajas de Ahorro para la Cooperación Internacional.</li> <li>&gt; Experian (Bureau Crediticio).</li> </ul>	Este sistema pedagógico modular diseñado para ser impartido en cuatro horas y con un sistema de medición de impacto incorporado <sup>1</sup> , se evalúa a través de dos vías: <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Alcance presencial que considera el número de personas impactadas y los resultados de la encuesta el “financímetro”, que pregunta sobre conocimientos, hábitos y el puntaje crediticio de los beneficiarios. <b>Resultado: 8.400 personas y 146 profesores capacitados, logrando una mejora del 0.23 en el perfil de riesgo de los beneficiados.</b></li> <li>&gt; Alcance digital que considera el número de visitas a los portales del gremio, el número de seguidores en redes sociales y su engagement. <b>Resultado: el número de visitas a los portales creció en un 54%, los seguidores de las redes sociales se incrementaron así: Facebook +7%, Twitter +9%, YouTube +69%; el engagement se mantiene en un promedio del 1%.</b></li> </ul>
Programa de Educación Financiera para Empresarios y Emprendedores, <b>El Gurú Emprendedor.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Ventures.</li> <li>&gt; Innpulsa.</li> <li>&gt; Cámara de Comercio de Bogotá.</li> </ul>	Tras el lanzamiento del portal El Gurú emprendedor al que asistieron 120 personas, se obtuvieron resultados de Free Press de 90 millones de pesos y unos KPI de 5.000 inscritos en la plataforma, planteados para dos años en tan solo dos meses. En el 2019 se espera continuar con la estrategia y replantear los KPI del portal.
Programa de Educación Financiera para Jóvenes <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Universia.</li> </ul>	Esta iniciativa hace parte de un programa de educación para la inserción a la vida laboral y el emprendimiento.
Programa de Educación Financiera para Niños <sup>3</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Jóvenes por las finanzas.</li> </ul>	Se formaron 4.800 niños en la localidad de San Cristóbal en temas de educación financiera, mejorando el nivel de competencias del 51% en 2017 al 63% en el 2018.

<sup>1</sup> 17 socios de Asobancaria se vincularon al programa a través de la herramienta de medición de impacto o adaptando el programa de formación.

<sup>2</sup> Por sus siglas en inglés, Key Performance Indicator

<sup>3</sup> Para el desarrollo de este programa se usaron materiales extraídos del programa del Ministerio de Educación Nacional Mi Plan, Mi vida, Mi futuro.

**Indicadores y metas**

Con el objetivo de generar un impacto positivo para los consumidores actuales y futuros sobre los programas de educación financiera, se establecieron metas a corto, mediano y largo plazo que permiten hacer seguimiento al alcance logrado:



**TABLA 2. INDICADORES Y METAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA DE ASOBANCARIA**

Población	Meta para el 2018	Cumplimiento en el 2018	Meta para el 2019	Meta a corto, mediano o largo plazo
<b>Población adulta - capacitaciones presenciales</b>	<b>7.500</b>	<b>8.400</b>	<b>10.000</b>	Capacitar a 10.000 personas con la metodología <i>Saber Más Contigo</i> y evaluar su impacto a 2019.
<b>Población adulta - digital</b>	 <b>30%</b>	 <b>53%</b>	 <b>30%</b>	Aumentar el tráfico anual de visitantes únicos al portal <i>SabermásSerMás</i> en un 30%.
<b>Población adulta - empresarios</b>	<b>2.500</b>	<b>5.000</b>	<b>10.000</b>	Capacitar a 10.000 empresarios y emprendedores con la estrategia <i>El Gurú Emprendedor</i> a 2019.
<b>Niños y jóvenes</b>	<b>4.800</b>	<b>4.800</b>	<b>4.700</b>	Capacitar anualmente a más de 4.000 niños de localidades vulnerables y evaluar su mejora.

## G4-FS16 Programas de educación financiera de las entidades

### Públicos objetivo de los programas

En la determinación del público objetivo principal que hicieron las entidades, se identificó que el 70% responde a la categoría adulto. Aun así, estos programas incluyen a varios grupos de diferentes edades o condiciones que, a pesar de no ser los principales, también se incluyen dentro de los programas de educación financiera.



# 70%

RESPONDE A LA  
CATEGORÍA  
ADULTO

### GRÁFICA 1. PÚBLICO OBJETIVO PRINCIPAL DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA

(información de 27 entidades).

¿Cuál es el público objetivo principal de su programa?



## Áreas temáticas de los programas de educación financiera

Reconociendo los retos que enfrenta la educación financiera, el sector ha desarrollado distintas temáticas que responden a las necesidades particulares de los diferentes públicos objetivo.

**17 de las entidades reportaron otras temáticas en sus programas de educación financiera entre las que se destacan, entre otros, centrales de riesgo, cesantías, cooperativismo, e-trading, sistema de atención SAC, ley de atención incluyente, sistema financiero colombiano y entidades de control.**

## GRÁFICA 2. ÁREAS TEMÁTICAS ABORDADAS EN LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA

(INFORMACIÓN DE 25 ENTIDADES).

### Áreas temáticas del programa de Educación Financiera



Las tres temáticas que más abordan las entidades y que se relacionan de forma lógica al ser fundamentales para que las personas aprendan a tomar decisiones acertadas frente al nivel de endeudamiento y el hábito de ahorro son servicios bancarios, endeudamiento y ahorros.

### Modelos pedagógicos y estrategias de evaluación

Con el fin de llevar a cabo metodologías claras de ejecución de los programas, las entidades optan por diferentes modelos, algunos adoptados de estándares internacionales y otros propios. Además, para evaluar la eficacia de sus capacitaciones aplican diversas estrategias según su público objetivo.

## GRÁFICA 3. MODELOS PEDAGÓGICOS Y ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

(INFORMACIÓN DE 25 ENTIDADES). EF: EDUCACIÓN FINANCIERA. \*LOS VALORES CORRESPONDEN A NÚMERO DE ENTIDADES, SIN EMBARGO, PUESTO QUE LAS PREGUNTAS FUERON DE OPCIÓN MÚLTIPLE, EN LA GRÁFICA HAY DIFERENTES COMBINACIONES DE RESPUESTA.

### ¿Qué modelo pedagógico específico utiliza su programa de Educación Financiera?

¿Mediante cuál(es) de las siguientes estrategias evalúa su programa de Educación Financiera?

	Orientaciones MEN	Microfinanzas Oportunities	Fundación Alemana	No utiliza modelo específico alguno	Otro	No menciona
Programa de EF de acuerdo a las necesidades y expectativas de las poblaciones a impactar.		2	2	7	8	1
Programa EF con adaptaciones para subgrupos específicos de inversores o consumidores (jóvenes, grupos desfavorecidos, menos educados, etc.)	1	1	2		4	1
Programa EF ayuda a los consumidores a encontrar los hechos financieros, entenderlos pros y los contras, así como los riesgos de los productos y servicios financieros.			3	4	4	1
Otro.			1		3	
No se evalúa el programa				1		

Para desarrollar los programas de educación financiera, las entidades utilizan diversos modelos pedagógicos. Algunos se basan en modelos establecidos, como es el caso de las orientaciones del Ministerio de Educación Nacional, *Microfinances opportunities*<sup>4</sup> y la Fundación Alemana<sup>5</sup>, mientras que otras reportaron no seguir un modelo específico o siguen un modelo propio.

El 96% de las entidades evalúan sus programas de educación financiera siguiendo ciertas estrategias, siendo la más destacada la identificación de las expectativas y necesidades de la población a impactar.

### Medios para difundir la educación financiera

En línea con la transformación tecnológica del sector financiero y la identificación de las necesidades de los consumidores, las entidades disponen de canales virtuales para difundir temas de educación financiera. A continuación, se compara el uso de portales web con el de otros medios masivos tradicionales.



## GRÁFICA 4. PORTAL WEB DE EDUCACIÓN FINANCIERA VS. INVERSIÓN EN MEDIOS MASIVOS

(INFORMACIÓN DE 27 ENTIDADES). \*LOS VALORES CORRESPONDEN AL NÚMERO DE ENTIDADES QUE LOS MENCIONARON. LA OPCIÓN DE RESPUESTA A LA PREGUNTA DE MEDIOS MASIVOS ES MÚLTIPLE, POR LO TANTO, LAS ENTIDADES QUE RESPONDEN EN PORTAL WEB SÍ O NO, PUEDEN HABER SELECCIONADO MÁS DE UN MEDIO MASIVO.

### ¿En cuáles medios masivos invierte para Educación Financiera?

¿Tiene un portal web de Educación Financiera?

No invierte en medios masivos

Prensa Nacional

Radio

TV

¿Tiene un portal web de Educación Financiera?	No invierte en medios masivos	Prensa Nacional	Radio	TV
No	6	1	2	
Sí	16	1	2	2

<sup>4</sup> Microfinance Opportunities es una organización global sin fines de lucro comprometida con la comprensión de las realidades financieras de los hogares de bajos recursos.  
<sup>5</sup> Institución que ofrece a sus contrapartes en la región servicios de capacitación y consultoría en materia de microfinanzas.

### Uso de redes sociales para educación financiera

En concordancia con la tendencia al uso de tecnologías, las entidades se inclinan hacia el uso de medios masivos de información como las redes sociales.

**19 de las 27 entidades cuentan con un portal web de educación financiera.**

¿El programa de educación financiera realiza divulgación a través de redes sociales?

No

6

Sí

21

**GRÁFICA 5. PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA DIVULGADO A TRAVÉS DE REDES SOCIALES**  
(INFORMACIÓN DE 27 ENTIDADES).



# El 78% de las entidades divulga su programa de educación financiera a través de redes sociales.

## Intervención del programa de educación financiera a nivel nacional

Tanto Asobancaria como sus entidades afiliadas, hacen intervenciones con programas de educación financiera en el territorio nacional. En el caso particular de las entidades durante el 2018, realizaron capacitaciones, talleres, actividades lúdicas, campañas y eventos en diferentes escenarios como instituciones educativas, empresas, sucursales y alcaldías.

Las intervenciones no solo se realizan en ciudades principales, sino también en varios municipios del país. El número total de beneficiarios según datos aportados por 12 de las entidades es de 452.098. A continuación, se muestran las intervenciones realizadas a nivel nacional durante el 2018 y el número de beneficiarios por departamento.

# IMPACTO EN NÚMERO DE BENEFICIARIOS

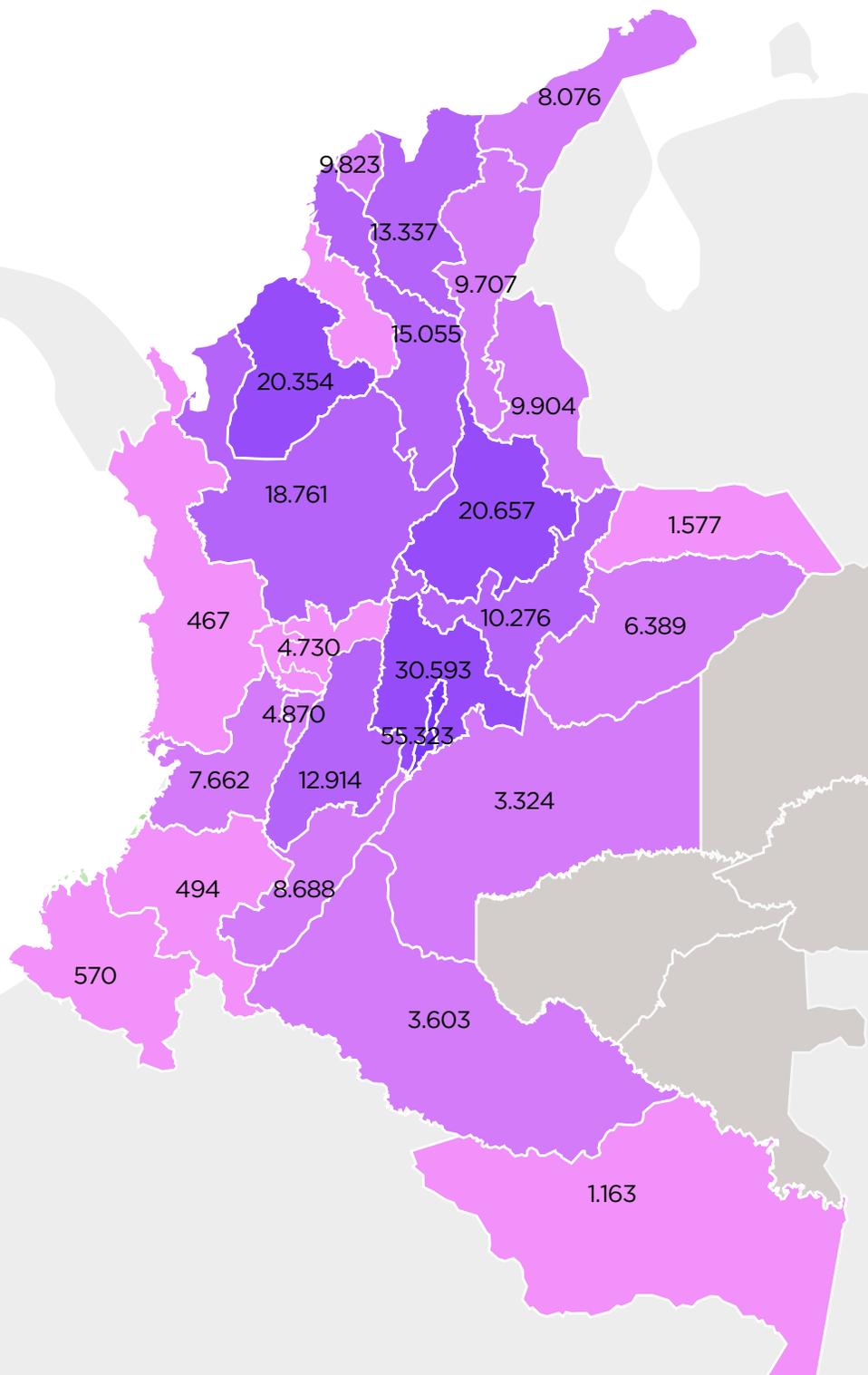
**GRÁFICA 6.**  
IMPACTO DE LOS  
PROGRAMAS  
DE EDUCACIÓN  
FINANCIERA  
EN NÚMERO DE  
BENEFICIARIOS  
(INFORMACIÓN DE 12  
ENTIDADES).

Impacto en número de beneficiarios



55.323

467



Para la ejecución de los programas de educación financiera y con el propósito de llegar a más personas, las entidades establecen diferentes alianzas de cooperación con otras instituciones. Durante el 2018 se realizaron convenios con entidades como secretarías de integración social y de educación, empresas industriales, gremios del sector agropecuario, fundaciones, medios de comunicación, cámaras de comercio, el Departamento de Prosperidad Social y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), entre otras<sup>6</sup>.

#### Alcance del programa de educación financiera a los colaboradores

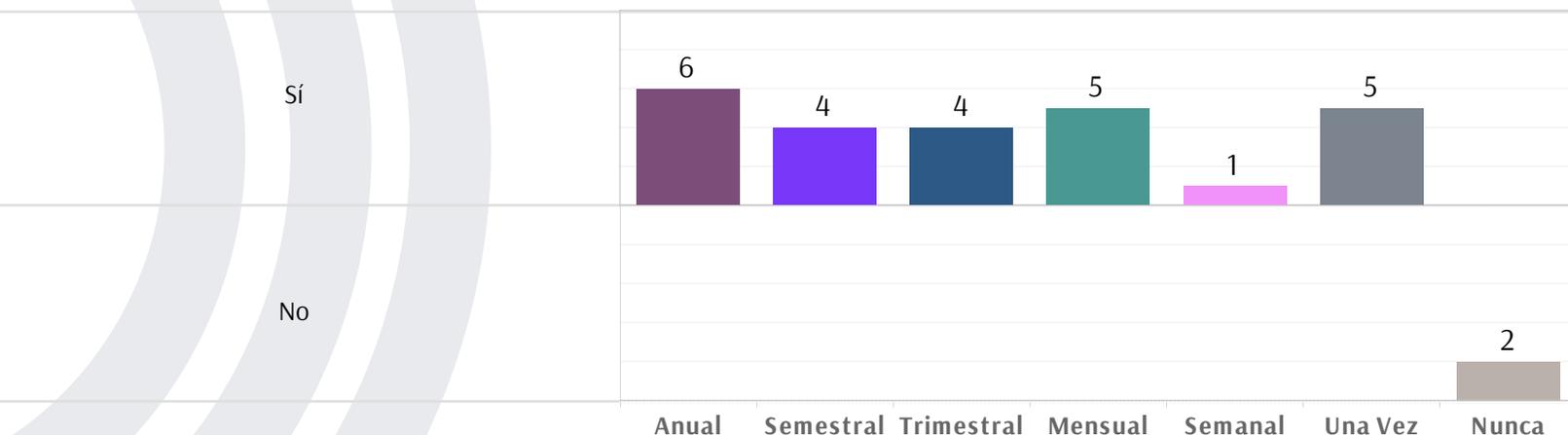
Aunque no son el principal grupo objetivo de los programas de educación financiera, los colaboradores también forman parte del alcance de estos en las entidades financieras.



### GRÁFICA 7. PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA CON ALCANCE A LOS COLABORADORES VS SU FRECUENCIA DE FORMACIÓN (INFORMACIÓN DE 27 ENTIDADES). \*LOS VALORES CORRESPONDEN A NÚMERO DE ENTIDADES EN CADA OPCIÓN.

¿El programa de educación financiera tiene alcance a sus colaboradores?

Frecuencia de formación en educación financiera para los colaboradores



**El 93% de las entidades han establecido un programa de educación financiera con alcance a sus colaboradores.**

<sup>6</sup> Información reportada por 15 entidades, sobre convenios vigentes en 2018 para la realización del programa de educación financiera

La mayoría de entidades han establecido un programa de educación financiera para sus colaboradores, el cual se realiza con diferentes periodicidades; la más frecuente es anual, seguida de la mensual. De esta forma, se aprovechan las metodologías establecidas en el programa de educación financiera para compartir dichos conocimientos con el talento humano de las entidades.



VIGILADO  
SUPERINTENDENCIA FINANCIERA  
DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A.

DAVIVIENDA

## He Gastado

Durante el 2018 se desarrolló la funcionalidad *He Gastado* que es exclusiva para clientes del banco y se encuentra ubicada en la App y en el portal transaccional de Davivienda. Esta herramienta ha sido diseñada para brindar asesoría financiera personalizada con el objetivo de que los clientes conozcan el manejo que le están dando a su dinero a través de las transacciones que realizan con sus productos Davivienda y puedan así llevar el control de este.

*He Gastado* permite analizar y tomar decisiones basadas en el comportamiento de ingresos y gastos organizados por categorías

y gráficas, crear presupuestos, identificar fechas de mayor movimiento y registrar otros ingresos, gastos y patrimonio para tener una completa visión financiera. Esta herramienta fue adoptada por 281.504 clientes durante el 2018.

## Tendencias globales

### Las decisiones de niños y jóvenes influirán en el futuro de las sociedades

En el informe Child Social and Financial Education<sup>7</sup>, UNICEF expone que “la reciente crisis financiera ha destacado la importancia de promover la responsabilidad social y el desarrollo de habilidades en la gestión financiera para todas las personas. Esto es especialmente cierto para los niños y jóvenes, que son particularmente vulnerables. Los valores importantes de la ciudadanía y las habilidades para administrar los recursos financieros a una edad temprana pueden disminuir la vulnerabilidad social y financiera, reduciendo así el riesgo de pobreza causado por la deuda.”

Asumiendo un rol de liderazgo, Asobancaria y las entidades desarrollan constantemente sus programas de educación financiera que, aunque han tenido un mayor alcance entre la población adulta, se dirigen también a las poblaciones de jóvenes y niños a través de la intervención en colegios y de la construcción de alianzas con diferentes instituciones. Este tema representa un compromiso en el que se seguirá trabajando pues se entiende como fundamental para el futuro del país.



<sup>7</sup>Child Social and Financial Education, UNICEF, diciembre del 2012. Disponible en: [https://www.unicef.org/publications/files/CSFE\\_module\\_low\\_res\\_FINAL.pdf](https://www.unicef.org/publications/files/CSFE_module_low_res_FINAL.pdf).

**Asobancaria y sus entidades tienen el objetivo de promover acciones que impacten positivamente en la sociedad y que permitan una proyección efectiva de la banca como sector fundamental para el desarrollo del país en el mediano y largo plazo.**

Los esfuerzos para implementar acciones sostenibles ofrecen una gran oportunidad para que las entidades demuestren su compromiso de operar de manera responsable y tener un impacto positivo.

Un modelo de negocios sostenible también resulta beneficioso para las entidades al adoptar prácticas que generan ahorros y beneficios, como en el caso de las estrategias de ecoeficiencia y los productos verdes respectivamente. Además, les permite prepararse frente a riesgos en temas ambientales, sociales y de cambio climático y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Adicionalmente, el sector tiene el potencial para crear efectos multiplicadores en toda su cadena de abastecimiento al evaluar a sus proveedores e impulsar buenas prácticas de compras sostenibles.

Este objetivo misional aborda los temas de la dimensión ambiental del sector financiero.



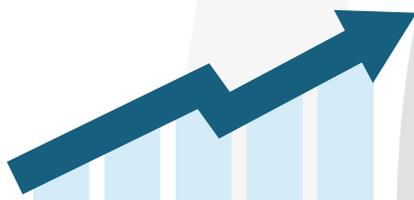
**5.1**

**HECHOS  
DESTACADOS -  
DIMENSIÓN  
SOSTENIBILIDAD**



**Informe de sostenibilidad**

# 5.1 HECHOS DESTACADOS DIMENSIÓN SOSTENIBILIDAD



EN

# 2018

LAS ENTIDADES FINANCIERAS

## ANALIZARON

BAJO EL SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN  
DE RIESGO AMBIENTAL Y SOCIAL

PROYECTOS POR UN MONTO DE

\$ **19,2** BI  
LLO  
NES



**CARTERA DESEMBOLSADA**  
CON BENEFICIO AMBIENTAL FUE DE

**1,69** BI  
LLO  
NES

ENFOCADA ENTRE OTROS  
EN INICIATIVAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA,  
**ENERGÍAS RENOVABLES,**  
**CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE**  
Y LÍNEAS PARA PRODUCCIÓN MÁS LIMPIA.

**6,1** BILLONES  
DE PESOS

PAGADOS A  
PROVEEDORES  
DE LOS CUALES

**4,7**

BILLONES  
DE PESOS



FUERON PAGOS  
A PROVEEDORES  
**LOCALES**



\$ **233.502** MI  
LLO  
NES

PAGADOS EN COMPRAS VERDES  
POR LAS ENTIDADES FINANCIERAS

MÁS DE **1.500**

COLABORADORES  
FORMADOS EN TEMAS DE

# SARAS

EN LAS ENTIDADES  
FINANCIERAS



5.2

# PROTOCOLO VERDE

Informe de sostenibilidad

**ODS relacionados**

**Meta 3.9** Para 2030, reducir sustancialmente el número de muertes y enfermedades producidas por productos químicos peligrosos y la contaminación del aire, el agua y el suelo.



**Meta 6.3** De aquí a 2030, mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando el vertimiento y minimizando la emisión de productos químicos y materiales peligrosos, reduciendo a la mitad el porcentaje de aguas residuales sin tratar y aumentando considerablemente el reciclado y la reutilización sin riesgos a nivel mundial.

**Meta 6.4** De aquí a 2030, aumentar considerablemente el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce para hacer frente a la escasez de agua y reducir considerablemente el número de personas que sufren falta de agua.



**Meta 7.3** De aquí a 2030, duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética.



**Meta 8.4** Mejorar progresivamente, de aquí a 2030, la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente, conforme al Marco Decenal de Programas sobre modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, empezando por los países desarrollados.



**Meta 12.2** De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.

**Meta 12.4** De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.

**Meta 12.5** De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

## ODS relacionados

---



**Meta 13.1** Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países.

---



**Meta 14.3** Minimizar y abordar los efectos de la acidificación de los océanos, incluso mediante una mayor cooperación científica a todos los niveles.

---



**Meta 15.2** Para 2020, promover la gestión sostenible de todos los tipos de bosques, poner fin a la deforestación, recuperar los bosques degradados e incrementar la forestación y la reforestación a nivel mundial.

---

El sector financiero, a través del Protocolo Verde, busca aunar esfuerzos para promover el desarrollo con sostenibilidad del país y trabajar por la preservación ambiental y el uso sostenible de los recursos naturales.

## GRI 103-1

Asobancaria entiende este asunto como la respuesta del sector financiero a la evidente necesidad de adoptar una postura proactiva y responsable en torno al impacto de sus operaciones en la sociedad, esta respuesta implica una nueva forma de hacer negocios que garantice mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo, mayor productividad, facilidad de acceso a mercados, credibilidad y crecimiento económico.

El gremio comprometido con el desarrollo sostenible del país suscribe un acuerdo histórico entre el sector financiero y el gobierno nacional denominado Protocolo Verde<sup>1</sup>, que busca aunar esfuerzos para promover el desarrollo sostenible del país y trabajar por la preservación ambiental y el uso sostenible de los recursos naturales.

## GRI 103-2

Con el objetivo de alcanzar la meta de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en un 20%, compromiso asumido por el Gobierno Nacional en el marco de la COP 21, el Protocolo Verde fue presentado como uno de los vehículos mediante el cual se espera articular a los distintos sectores y priorizar la inversión en el desarrollo de proyectos que aporten al cumplimiento de dicha meta.

En este acuerdo, que es una demostración del compromiso del gremio de desarrollar e incentivar prácticas que le apuntan al desarrollo sostenible, se definen cuatro estrategias: Productos y Servicios Verdes, Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (SARAS), Ecoeficiencia y Reporte y Divulgación:

### i. Productos y Servicios Verdes

Esta estrategia busca generar lineamientos e instrumentos para promover el financiamiento del desarrollo con sostenibilidad, a través de las facilidades de crédito y/o inversión que brinda el sistema financiero.

- **Pilotos de innovación financiera:** el objetivo de este proyecto es generar esquemas de colaboración público-privada que atiendan las necesidades de inversión sostenible, priorizando para el 2018 tres sectores de la economía nacional (transporte, agropecuario, negocios verdes), definiendo a su vez el plan de implementación para cada sector con la participación de bancos líderes y entidades aliadas que contribuyen al desarrollo sostenible de los tres sectores seleccionados.



<sup>1</sup> <https://www.asobancaria.com/2016/02/01/protocolo-verde/>




**TABLA 1. ENTIDADES LÍDERES Y ALIADAS  
PILOTOS DE INNOVACIÓN FINANCIERA**

Sectores	Entidades financieras Líderes	Bancos Aliados
Agropecuario	  Banco Agrario de Colombia <i>Hay más campo para todos</i>	    
Negocios Verdes		  
Transporte	 	  



- **Green Climate Fund:** el Fondo Verde del Clima a través de la Oficina de las Naciones Unidas de Servicios para Proyectos – UNOPS, desembolsó a Asobancaria recursos de preparación (Readiness) para el desarrollo del proyecto Piloto de Innovación Financiera priorizando los objetivos de los tres sectores seleccionados:



### **Transporte**

Promover el desarrollo de parámetros técnicos para la construcción de infraestructura vial resiliente al cambio climático del país.

### **Agropecuario**

Fortalecer el financiamiento sostenible del sector agropecuario a través de los esquemas asociativos.

### **Industria/ Negocios Verdes**

Potenciar capacidades en la fuerza comercial para mejorar la identificación y colocación de recursos en proyectos verdes.

**IMAGEN 1. SECTORES SELECCIONADOS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO PILOTO DE INNOVACIÓN FINANCIERA.**

- **Diplomado Finanzas Verdes:** en conjunto con la Corporación Financiera Internacional - IFC, la Pontificia Universidad Javeriana y como resultado de la creación del Green Banking Academy (GBA) de Felaban., se realizó la primera versión del diplomado en Finanzas Verdes, el cual busca generar capacidades en el sector financiero en temas de financiamiento sostenible.

## ii. Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (SARAS)

En esta estrategia se consideran los impactos ambientales y sociales que se generan en las actividades y proyectos que las entidades financian, teniendo como base el cumplimiento de la normatividad ambiental colombiana. Para el 2018 se contrató una consultoría cuyo objetivo fue realizar un estudio en riesgos ambientales y sociales en varios sectores, en línea con la implementación del proyecto *“pilotos de innovación financiera”* cuyos resultados estarán disponibles para las entidades adheridas al Protocolo Verde a partir del 2019.

**Para el 2018 se contrata una consultoría cuyo objetivo es realizar un estudio en riesgos ambientales y sociales en varios sectores, en línea con la implementación del proyecto “pilotos de innovación financiera”.**



## iii. Ecoeficiencia

Busca promover el consumo sostenible de recursos naturales renovables y de los bienes y servicios que de ellos se derivan en los procesos internos de las entidades financieras.

- **Compras sostenibles:** en conjunto con la Pontificia Universidad Javeriana se realizó un curso certificado de compras sostenibles en el sistema financiero. Estuvo dirigido a los encargados de compras o áreas administrativas dentro de las entidades agremiadas. El curso se realizó de manera virtual, tuvo una duración de 42 horas y participaron 25 personas.

## iv. Reporte y Divulgación

Esta estrategia busca que los signatarios comuniquen el Protocolo Verde y sus avances mediante los canales de divulgación disponibles.

- **Boletín Protocolo Verde.** El Comité de Protocolo Verde publica semestralmente los avances de las entidades adheridas al protocolo, por medio de un boletín virtual que llega a más de 13.000 usuarios.

Gracias a la coordinación de Asobancaria en el 2018 se logró la adhesión de dos entidades financieras adicionales (GNB Sudameris y Banco de Occidente), para un total de 24 entidades involucradas en el acuerdo.

## GRI 103-3

El acuerdo Protocolo Verde se evalúa y gestiona a través del comité definido por Asobancaria cuya presidencia en el 2018 estuvo a cargo de Bancóldex. 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<sup>2</sup>.



<sup>2</sup> <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2017/11/Protocolo-Verde-Colombia.pdf>

## INDICADORES Y METAS

### OBJETIVO

## INCENTIVAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE



### META

Incentivar en un 13% la cartera frente al 2018 en financiamiento climático por parte de las entidades adheridas al Protocolo Verde.



### ESTRATEGIA

Mejorar el proceso de identificación de cartera verde colocada.

Implementar el proyecto de pilotos de innovación financiera.



### INDICADOR

Valor de la cartera que atiende necesidades de financiamiento climático (cifra en billones de COP)



### META 2018

1.9



### META 2019

1.9

### META

Incentivar en un 15% la cartera desembolsada con SARAS frente al 2018 por parte de las entidades adheridas al Protocolo Verde.



### ESTRATEGIA

Capacitaciones en SARAS a las entidades financieras.

Promover la implementación de lineamientos y políticas para el análisis de riesgos ambientales y sociales.



### INDICADOR

Valor de la cartera desembolsada bajo SARAS (cifra en billones de COP)



### META 2018

14.7



### META 2019

14.7



**TABLA 1.  
INDICADORES  
Y METAS DE  
ASOBANCARIA  
SOBRE EL  
PROCOLO VERDE.**



### Protocolo Verde Ampliado

En el marco del segundo Congreso de Sostenibilidad en el 2018 se firmó el acuerdo Protocolo Verde Ampliado entre diferentes gremios financieros del país (Asobancaria, Asofiduciaria, Fasecolda, Asobolsa y Asomicrofinanzas). Este acuerdo busca promover una visión de desarrollo sostenible en el sistema financiero colombiano y tiene por objeto facilitar la convergencia de esfuerzos entre los diferentes gremios del sector financiero colombiano, para que estos promuevan e incentiven prácticas ambientales responsables en sus agremiados.

En el año 2018 se realizaron capacitaciones con el fin de fortalecer el conocimiento de los gremios en los temas de sostenibilidad e inversión responsable:

**Capacitación ESG:** en compañía de Pricewaterhouse Coopers – PwC, se realizó la capacitación sobre principios de sostenibilidad corporativa vista desde la estrategia ESG (Environmental, Social and Governance). Esta capacitación buscaba contextualizar a los participantes en los conceptos básicos y los objetivos de la sostenibilidad en el sector financiero.

**Capacitación PRI:** en conjunto con el PRI (Principles for Responsible Investment) se realizó la capacitación sobre la evolución de la inversión responsable en el siglo XXI que buscaba dar las bases y los principios que en la actualidad se emplean para realizar inversiones responsables en el mundo.

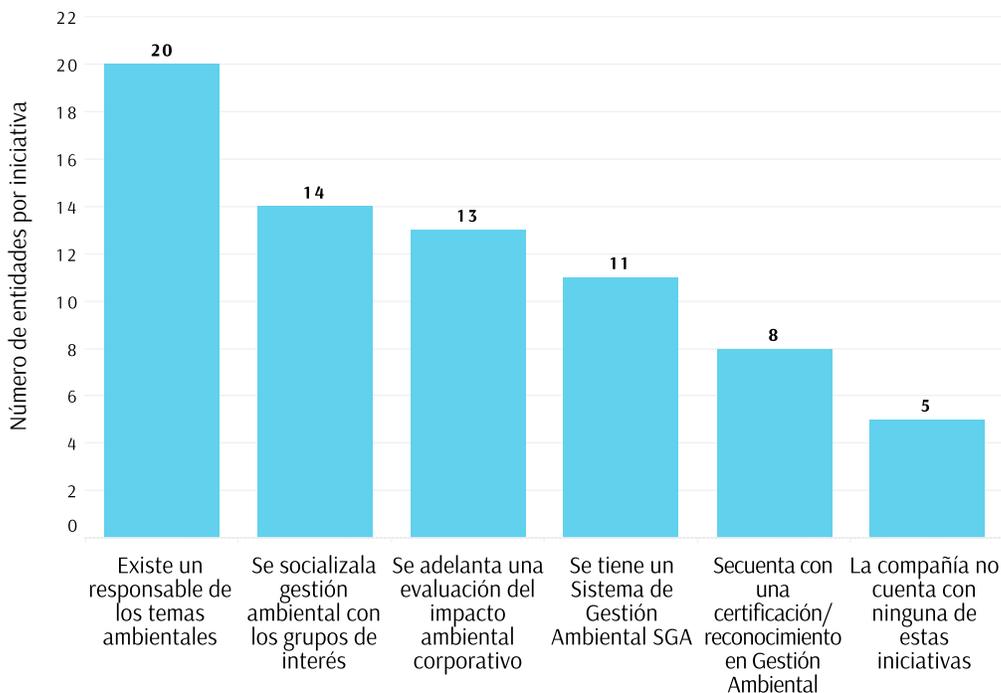


### Gestión ambiental del sistema financiero

Entendiendo la importancia de gestionar los aspectos ambientales al interior de las entidades, el 42% cuentan con un Sistema de Gestión Ambiental y el 77% con un responsable de gestionar los temas ambientales; en este mismo sentido, el 72% de las entidades financieras hacen seguimiento a sus indicadores ambientales. Estos mecanismos permiten integrar iniciativas como el Protocolo Verde con mayor facilidad dentro del core del negocio.

## GRÁFICA 1. INICIATIVAS DE GESTIÓN AMBIENTAL Y SEGUIMIENTO A INDICADORES AMBIENTALES

(INFORMACIÓN DE 26 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA A LA PREGUNTA DE INICIATIVAS AMBIENTALES ES MÚLTIPLE.



### Iniciativas de gestión ambiental

## ¿Hace seguimiento a sus indicadores ambientales?

**71,83%**



**28,17%**



 **No**

 **Sí**

\*INFORMACIÓN  
SOBRE 26 ENTIDADES.

# 5.2.1 PRODUCTOS VERDES



## 57%

DE LAS ENTIDADES  
FINANCIERAS  
CUENTAN CON  
PRODUCTOS A  
PROMOVER  
PROYECTOS QUE  
GENERAN  
IMPACTOS  
AMBIENTALES  
POSITIVOS

### PRV-1

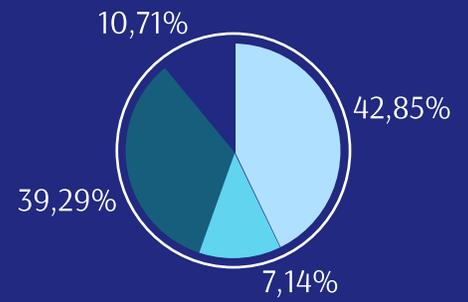
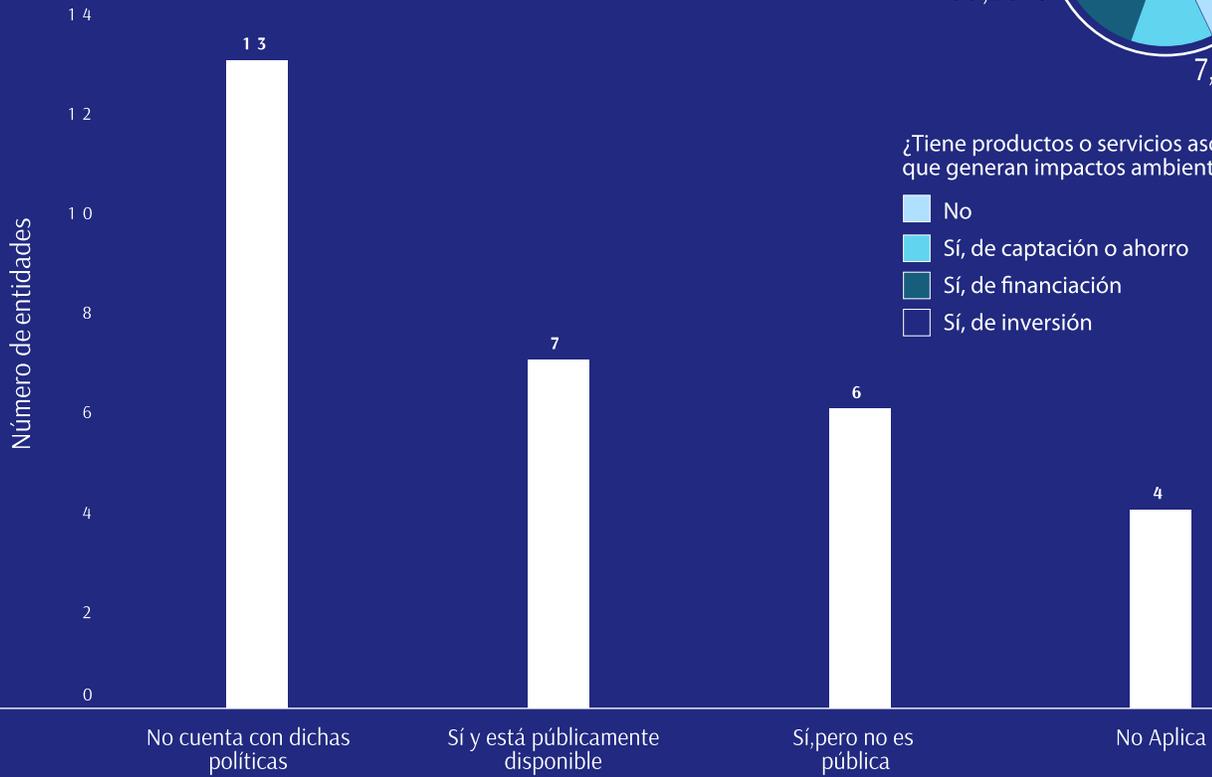
#### Políticas con aspectos medioambientales.

El sector financiero a nivel global cada vez involucra en mayor proporción los productos verdes. Estas iniciativas son consecuencia de los compromisos adquiridos por las naciones, involucrando el sector público y privado, para contribuir con la preservación del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático.

Las políticas públicas junto con las iniciativas de las organizaciones deben estar en sintonía con el fin de que las próximas generaciones tengan buenas condiciones para habitar el planeta. Las entidades financieras en Colombia están implementando una política o lineamientos específicos para el diseño de productos que promuevan beneficios ambientales. Durante el 2018, el 47% de las entidades vinculadas al gremio tuvieron este tipo de políticas, lo que refleja que hay una tendencia creciente a la formulación de políticas que permitan que el mercado tenga acceso a productos verdes.

El 57% de las instituciones financieras cuentan con productos o servicios asociados a promover proyectos o actividades que generen impactos ambientales positivos. Esto demuestra que el gremio está comprometido con el desarrollo sostenible de Colombia, generando un panorama positivo para el sector.

## ¿Cuenta con una política o lineamientos sobre productos con beneficios ambientales?



¿Tiene productos o servicios asociados a proyectos que generan impactos ambientales positivos?

- No
- Sí, de captación o ahorro
- Sí, de financiación
- Sí, de inversión

**GRÁFICA 2.**  
**POLÍTICAS O LINEAMIENTOS QUE PROMUEVEN BENEFICIOS AMBIENTALES (INFORMACIÓN DE 26 ENTIDADES) Y PRODUCTOS O SERVICIOS DE IMPACTO AMBIENTAL POSITIVO (INFORMACIÓN DE 24 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA A LA PREGUNTA SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS ES MÚLTIPLE.**



Las instituciones financieras ofrecen distintos tipos de productos que promueven beneficio ambiental con condiciones normales y diferenciadas de financiamiento<sup>3</sup>. Las iniciativas propuestas reflejan el compromiso del sector con el cuidado del medio ambiente y la diversidad de los productos reflejan que se puede aportar al desarrollo sostenible por medio de varios tipos de proyectos.

De las compañías que ofrecen productos o servicios que generan beneficios ambientales, siete entidades lo hicieron bajo condiciones diferenciadas en cuanto a tasas, plazos y periodos de gracia.

Algunos de los productos mencionados por las entidades en la categoría otros, son: líneas de medidas de adaptación al cambio climático, emisión de Bonos Verdes, líneas de infraestructura sostenible, estructuración de proyectos verdes, aprovechamiento de residuos, tratamiento de aguas y sistemas de calidad de aire.

Para cada una de las líneas ofrecidas por las entidades, más allá de tener ciertas condiciones para el financiamiento de sus productos o servicios, es necesario establecer procedimientos que permitan evaluar los riesgos que implica cada una las inversiones, reto en el que el sector continúa trabajando a través de los esfuerzos gremiales e individuales de las compañías.

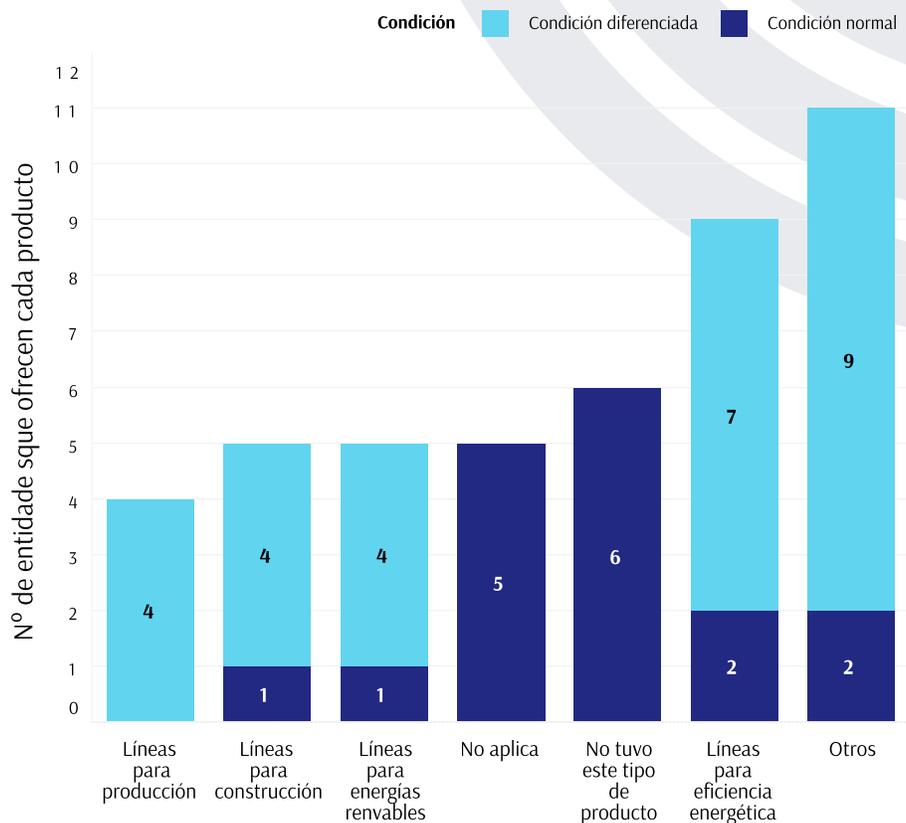
## PRV-2

### Procedimientos para evaluar y controlar los riesgos medioambientales en las líneas de negocio

La evaluación y el control de riesgos son fundamentales para promover productos verdes entre la oferta de servicios de las instituciones financieras. En la medida en que las entidades obtienen mayor conocimiento de los posibles riesgos ambientales asociados a sus líneas de negocio, se pueden generar nuevos productos, servicios y oportunidades que aportan al desarrollo sostenible del país.

El 27% de las entidades están en proceso o tienen esquemas de medición de impacto de sus líneas verdes. Para el sector es un reto que cada vez más entidades logren integrar este tipo de esquemas para controlar y evaluar riesgos de una manera objetiva con el fin de que las líneas verdes tengan mayor alcance.

**GRÁFICA 3. PRODUCTOS QUE GENERAN BENEFICIOS AMBIENTALES OFRECIDOS POR LAS ENTIDADES EN 2018 POR TIPO DE CONDICIÓN (INFORMACIÓN DE 20 ENTIDADES).**



## Productos que generan beneficios ambientales

<sup>3</sup> Las condiciones diferenciadas están asociadas a tasas, plazos, periodos de gracia y criterios de elegibilidad, entre otros.

## GRÁFICA 4. ESQUEMAS DE MEDICIÓN DE IMPACTO DE LAS LÍNEAS VERDES (INFORMACIÓN DE 22 ENTIDADES).

**Número de entidades que cuentan con esquemas de medición de impacto de sus líneas verdes**

No cuenta con un esquema  
**16**

Está en proceso de definir esquema de medición  
**3**

Sí cuenta con esquema de medición de impacto  
**3**

La medición de impacto de las líneas de negocio, permite hacer desembolsos fundamentados para cada una de las actividades que generan beneficios ambientales. Ahora bien, tener información sobre la cantidad de recursos destinados a cada producto, permite innovar, fortalecer y promover servicios que también puedan tener impacto ambiental positivo y desarrollar su potencial.

### G4-FS8

**Valor monetario de productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos**

El documento CONPES 3918<sup>4</sup> (Consejo Nacional de Política Económica y Social) expedido en el 2018 por el Departamento Nacional

de Planeación, establece la estrategia para la implementación de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) en Colombia. Este documento incorpora un costeo indicativo a 2030 para implementar cuatro de las diecisiete metas trazadoras definidas.

Dos de ellas coinciden con las inversiones del sector financiero para productos que generan beneficios ambientales: cobertura de energía eléctrica (ODS 7, energía asequible y no contaminante) y hogares urbanos con déficit cuantitativo de vivienda (ODS 11, ciudades y comunidades sostenibles). Si bien no es posible asegurar que esta cartera contribuyó directamente con el desarrollo de las metas nacionales, se puede identificar un vínculo claro frente a la contribución de la banca con el cumplimiento de los ODS priorizados por el país para el cumplimiento de sus metas trazadoras.

<sup>4</sup> <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3918.pdf>

**Durante el año  
2018 las entidades  
financieras reportaron  
una cartera que  
generó beneficios  
ambientales por 1.69  
billones de pesos.**



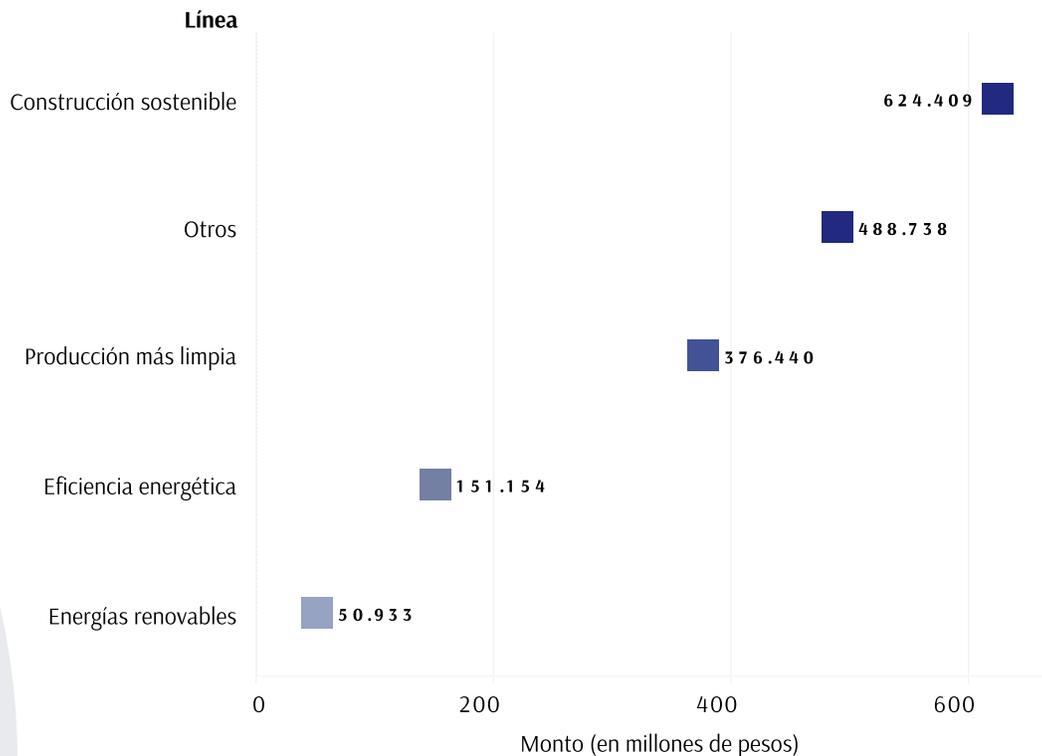
## TABLA 2. INVERSIÓN DE CARTERA CON BENEFICIOS AMBIENTALES DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS VS METAS PAÍS CONPES 3918

ODS asociado	Inversión en cartera de las entidades financieras (información de cinco entidades)		Metas CONPES 3918	
	Línea de servicio	Inversión en cartera (cifras en millones de pesos)	Meta trazadora CONPES	Costo proyectado meta trazadora CONPES (cifras en billones de pesos)
	Líneas para construcción sostenible	\$ 624.409	Hogares urbanos con déficit cuantitativo de vivienda	\$17.75
	Líneas para eficiencia energética	\$ 151.154	Cobertura de energía eléctrica	\$6.14
	Líneas para energía renovable	\$ 50.993		
	Líneas para producción más limpia	\$ 376.440		
	Otros	\$ 488.738		





## GRÁFICA 5. CARTERA DESEMBOLSADA EN EL 2018 POR BANCOS DE PRIMER PISO PARA PRODUCTOS QUE GENERAN BENEFICIOS AMBIENTALES (INFORMACIÓN DE CINCO ENTIDADES).



Se realizaron otras inversiones como créditos para compra de vivienda sostenible, créditos para la adquisición de movilidad sostenible, emisión de bonos verdes, *leasing* verde, aprovechamiento de residuos y tratamiento de aguas, entre otros, que representaron \$488.738 millones de pesos.

El sector financiero está haciendo inversiones mediante productos o servicios asociados a promover proyectos o actividades que generan impactos ambientales positivos. Se espera que en los próximos años las entidades implementen nuevas líneas de inversión innovadoras que permitan aportar al desarrollo sostenible del país en varios tipos de industria.



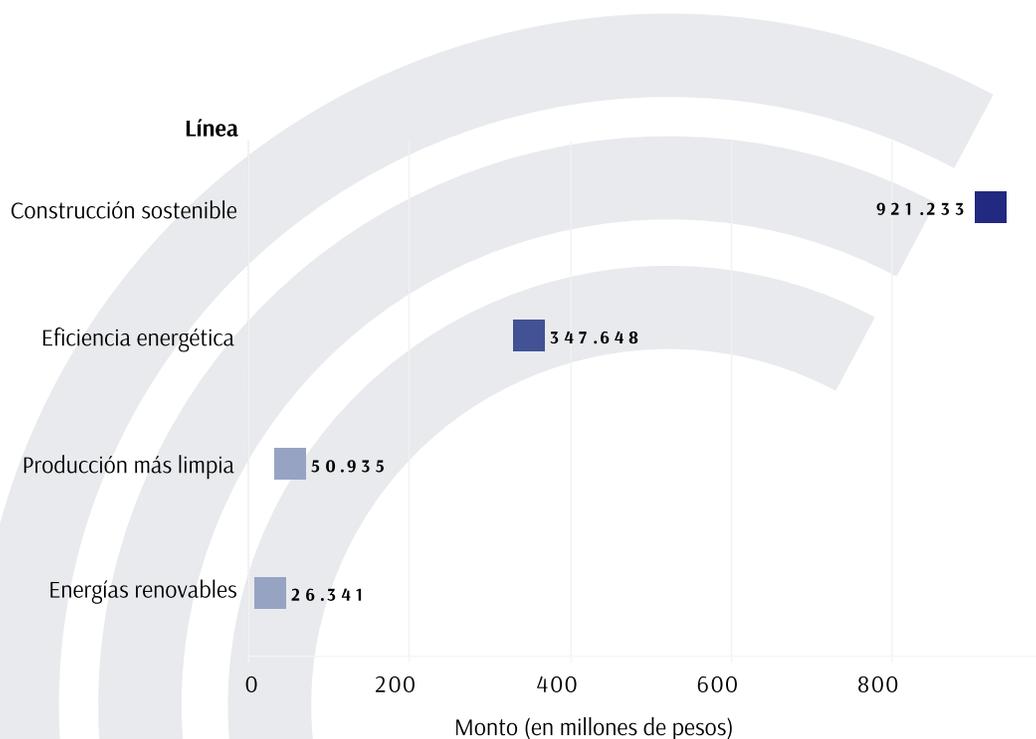
APROVECHAMIENTO DE RESIDUOS  
Y TRATAMIENTO DE AGUAS, ENTRE  
OTROS, QUE REPRESENTARON

# \$488.738

MILLONES DE PESOS.

La cartera de la banca de desarrollo o de segundo piso durante el 2018, mediante líneas de financiamiento que generan beneficios ambientales, fue de 1.34 billones de pesos.

### Cartera desembolsada en 2018 por bancos de segundo piso para productos que generan beneficios ambientales



### GRÁFICA 6. CARTERA DESEMBOLSADA EN EL 2018 POR BANCOS DE SEGUNDO PISO, PARA PRODUCTOS QUE GENERAN BENEFICIOS AMBIENTALES

(INFORMACIÓN DE 2 ENTIDADES).

# 5.2.2 SISTEMAS DE ADMINISTRACION DEL RIESGO AMBIENTAL Y SOCIAL - SARAS



**64%**

DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS CUENTA CON UNA POLÍTICA QUE LE PERMITAN EVALUAR LOS CRÉDITOS

Los riesgos ambientales y sociales deben ser considerados en la estrategia de las entidades financieras, pues están relacionados directamente con sus clientes. Un proyecto operado con prácticas sociales y ambientales por debajo de los estándares puede ocasionar grandes pérdidas de dinero y afectar la cartera de las entidades crediticias.

## **SRS-1**

**Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicados a las líneas de negocios.**

El 64% de las instituciones financieras cuenta con una política o lineamientos específicos que le permitan evaluar los créditos para determinar el impacto ambiental y social que pueden generar.

## GRÁFICA 7. POLÍTICAS DE EVALUACIÓN DE CREDITOS PARA DETERMINAR IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

(INFORMACIÓN DE 28 ENTIDADES).

Número de entidades que cuentan con una política o lineamientos específicos que le permiten evaluar los créditos para determinar el impactos ambiental y social

No cuenta con dichas políticas o lineamientos

**10**

Sí, cuenta con lineamientos que son distintos a los otros mencionados

**5**

Sí, cuenta con un SARAS que está públicamente disponible

**4**

Sí, cuenta con un SARAS

**6**

Sí, sigue lineamientos requeridos por banca de segundo piso, multilateral u otras prácticas

**3**



# SRS-2 Procedimientos para evaluar y controlar los riesgos medioambientales y sociales en las líneas de negocio.

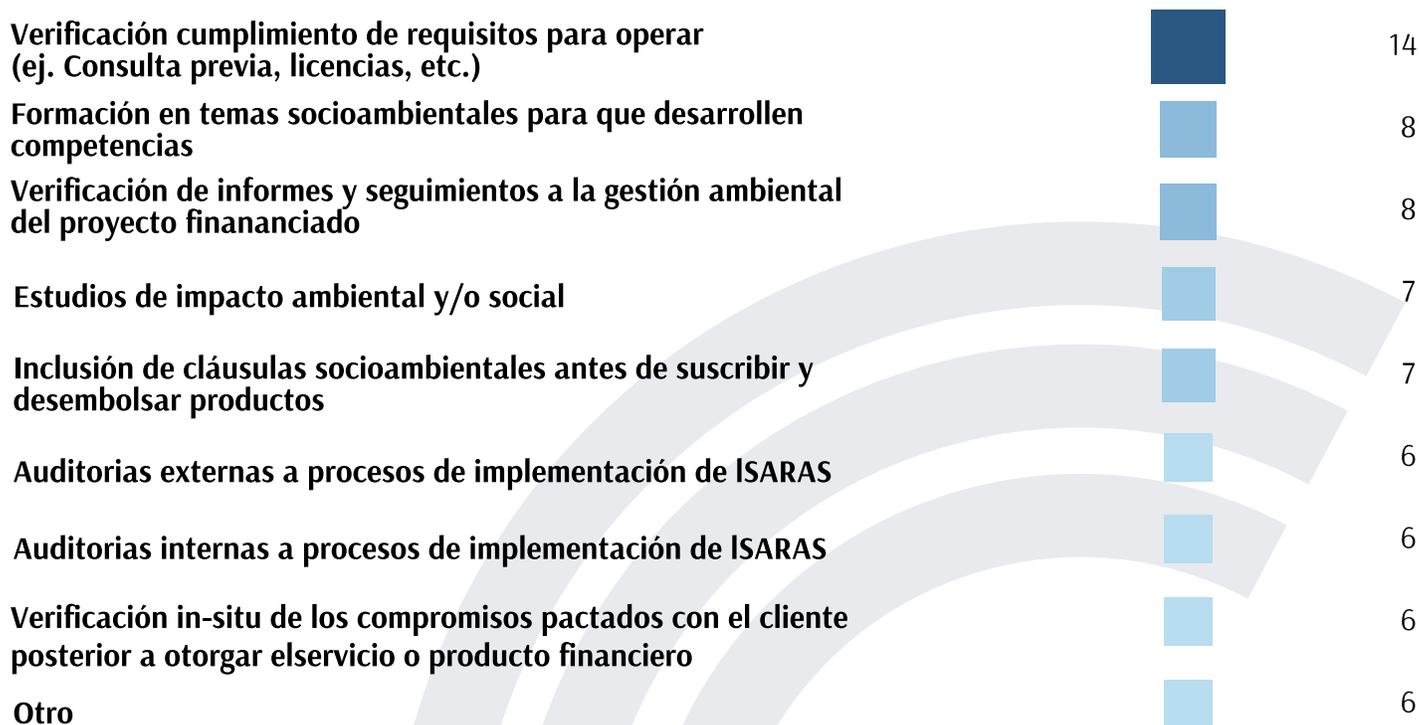


**SRS-3**

**Procesos para monitorear la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones**

Las siguientes actividades son mecanismos que pretenden monitorear la implementación y cumplimiento de políticas o lineamientos ambientales para analizar los riesgos ambientales y sociales:

**Cantidad de entidades que realizan actividades con el fin de apoyar al cumplimiento de las políticas para el análisis de riesgos ambientales y sociales**



### GRÁFICA 8. ACTIVIDADES REALIZADAS PARA CUMPLIR LINEAMIENTOS DE SARAS

(INFORMACIÓN DE 18 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA A ESTA PREGUNTA ES MÚLTIPLE.

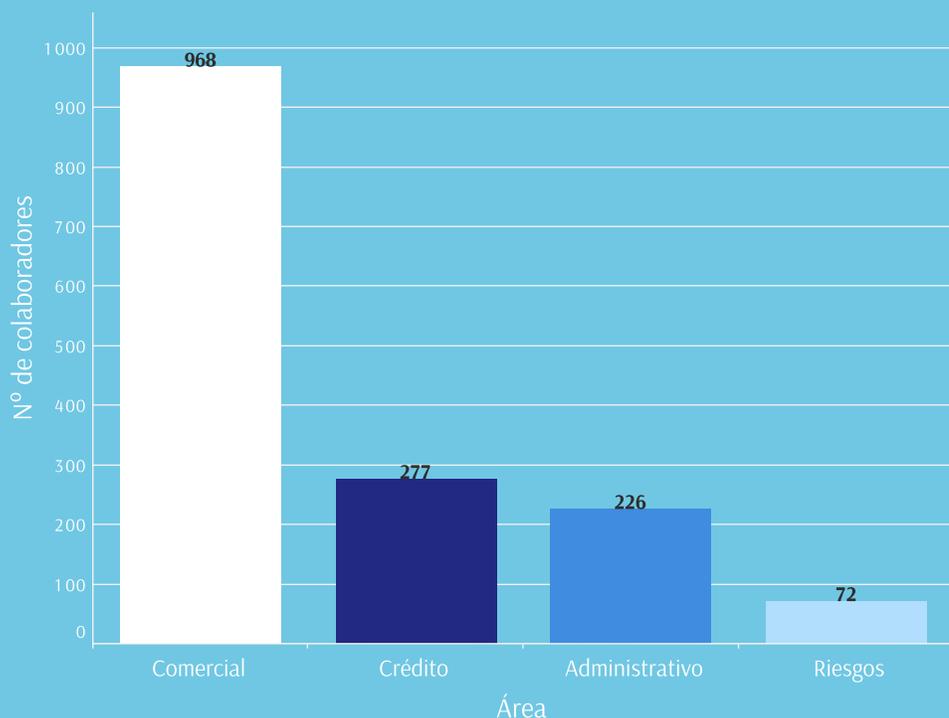


Durante los últimos años los aspectos Ambientales, Sociales y de Gobierno –ASG–cobran cada vez mayor importancia a la hora de tomar decisiones respecto de las inversiones, motivo por el que las entidades han implementado y madurado sus mecanismos para el análisis de riesgos ambientales y sociales, lo que les permite tener cada vez mayor certeza sobre el nivel de riesgo crediticio de los proyectos que financian.

**En el 2018 las entidades financieras analizaron bajo el Sistema de Administración de Riesgo Ambiental y Social proyectos por un monto de \$19.2 billones de pesos.**

**SRS-4****Procesos para mejorar la competencia de los empleados e implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio**

Para las entidades es fundamental contar con personal capacitado que pueda monitorear eficientemente la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales. Durante el 2018, ocho entidades invirtieron 949.5 horas para formar 1.543 colaboradores en temas de riesgos ambientales y sociales aplicables a las líneas de negocio.

**Colabores capacitados en SARAS y horas de capacitación por área.**

Nº de horas detallado

Área	Nº de horas
Administrativo	222,0
Comercial	549,0
Crédito	78,5
Riesgos	100,0


**GRÁFICA 9. NÚMERO DE COLABORADORES CAPACITADOS Y HORAS DE CAPACITACIÓN EN SARAS (INFORMACIÓN DE OCHO ENTIDADES).**

Es importante destacar que durante el año 2018 las capacitaciones en temas de SARAS se concentraron en mayor medida en los colaboradores de las áreas comerciales de las entidades, lo que demuestra los esfuerzos del sector en la búsqueda de la correcta identificación de los riesgos socioambientales.

**G4-FS5**

**Interacciones con clientes/sociedades participadas/socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades tanto medioambientales como sociales.**

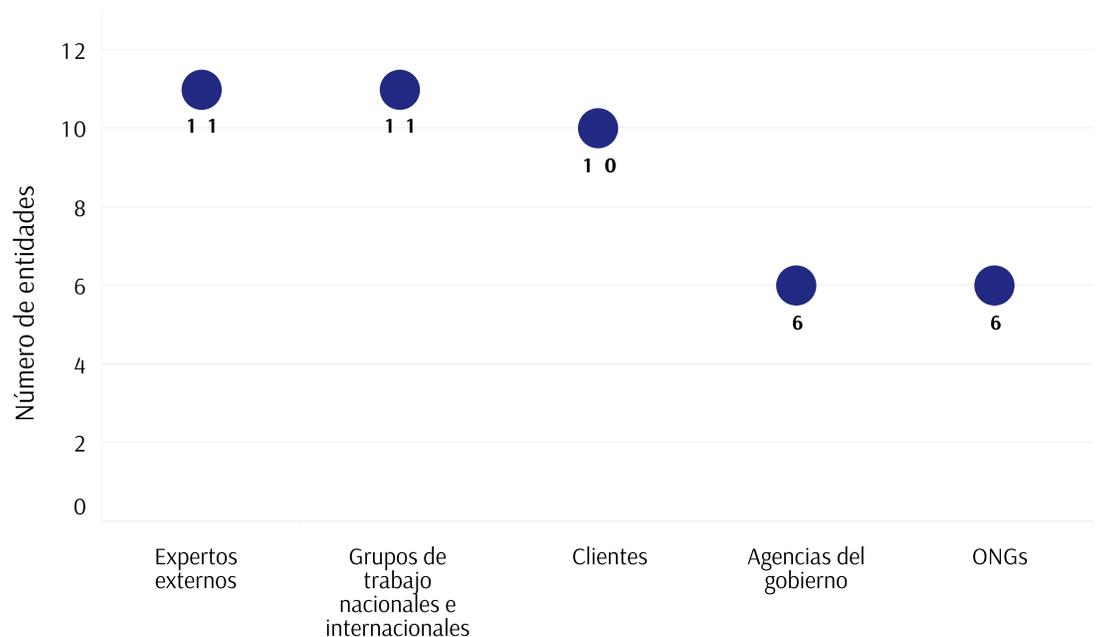
Las instituciones financieras dialogan con sus grupos de interés con el fin de identificar posibles riesgos u oportunidades ambientales y sociales para fortalecer sus Sistemas de Administración del Riesgo Ambiental y Social. La mayor fuente de diálogo son los expertos externos (academia u organizaciones de la industria) y los grupos de trabajo nacionales e internacionales (UNEP FI, ORSE Club Finance, WBSCD, SPI Finance, Asobancaria<sup>5</sup>). Agencias del gobierno y ONG pueden aportar a la identificación de riesgos del sector financiero, información relevante a la que otros grupos de interés no tienen acceso. El sector se esforzó en identificar diferentes tipos de riesgos y oportunidades a partir de las características de cada grupo de interés.

<sup>5</sup> Las siguientes siglas se refieren a: UNEP - United Nations Environment Programme Finance Initiative, ORSE - Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises, WBSCD - World Business Council For Sustainable Development y SPI Finance - Sales Performance International.



## GRÁFICA 10. GRUPOS DE INTERÉS CON LOS QUE INTERACTÚAN LAS ENTIDADES PARA FORTALECER SU SARAS (INFORMACIÓN DE 15 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE.

### Grupos del interés con los que interactúan las entidades para fortalecer su SARAS



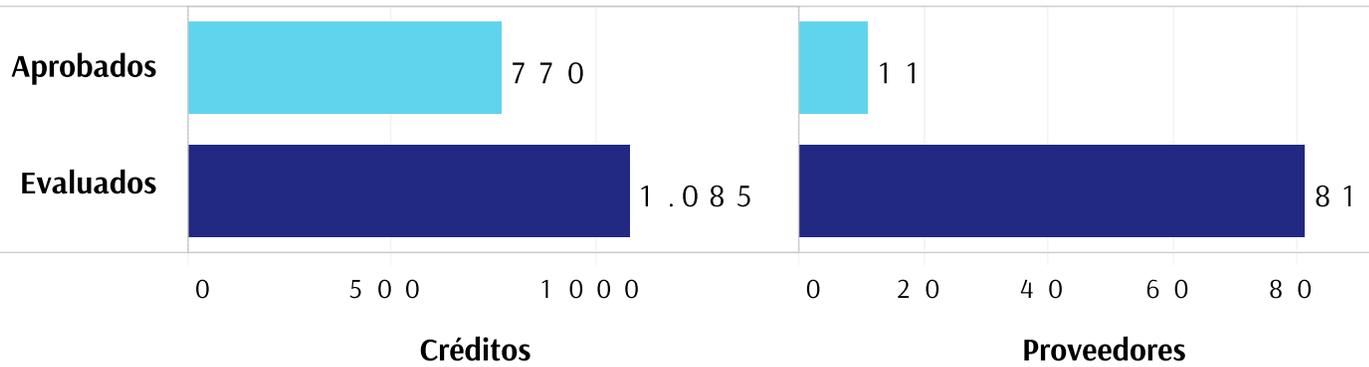
### G4-FS9

Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas y procedimientos de evaluación de riesgos ambientales y sociales

Durante el 2018 las entidades financieras hicieron evaluaciones de riesgos sociales y ambientales a 1.085 operaciones de crédito a través de los procedimientos establecidos en cada entidad, fueron aprobadas el 71%.

Por otra parte, las entidades financieras han buscado extender la evaluación ambiental y social a su cadena de suministro. Una muestra de ello es que en el 2018 se evaluó a 81 proveedores de los cuales aprobaron el 14%, lo que ponen en evidencia la necesidad que tienen las entidades financieras de establecer mecanismos que permitan fortalecer su gestión social y ambiental extendida a su cadena de valor.

## Evaluación Ambiental y Social



**GRÁFICA 11.**  
**EVALUACIÓN**  
**AMBIENTAL**  
**Y SOCIAL DE**  
**OPERACIONES**  
**DE CRÉDITO Y**  
**PROVEEDORES**  
 (INFORMACIÓN DE 12  
 ENTIDADES).



## 5.2.3 ECO EFICIENCIA

Para las instituciones financieras la responsabilidad ambiental es una prioridad, por lo tanto, contribuyen al uso eficiente de recursos y a la eficiencia ecológica, a través de diferentes iniciativas.

La implementación de medidas de ecoeficiencia requiere del desarrollo de perfiles organizacionales, financieros y ambientales, lo que les da a las entidades una mayor comprensión de sus actividades e impactos. Las entidades que usan los principios de ecoeficiencia son más rentables y competitivas, ya que disminuyen su consumo de agua y energía, generan menos residuos y mejoran sus métodos de producción. Las iniciativas de ecoeficiencia de las entidades financieras han sido en mayor parte la gestión de energía, papel, agua y residuos.

---

**El 100% de las entidades tiene programas de gestión eficiente del papel y 84% de la energía.**



## GRÁFICA 12. INICIATIVAS DE ECOEFICIENCIA

(INFORMACIÓN DE 25 ENTIDADES).

### Iniciativas de Ecoeficiencia

Gestión de papel

Gestión de energía

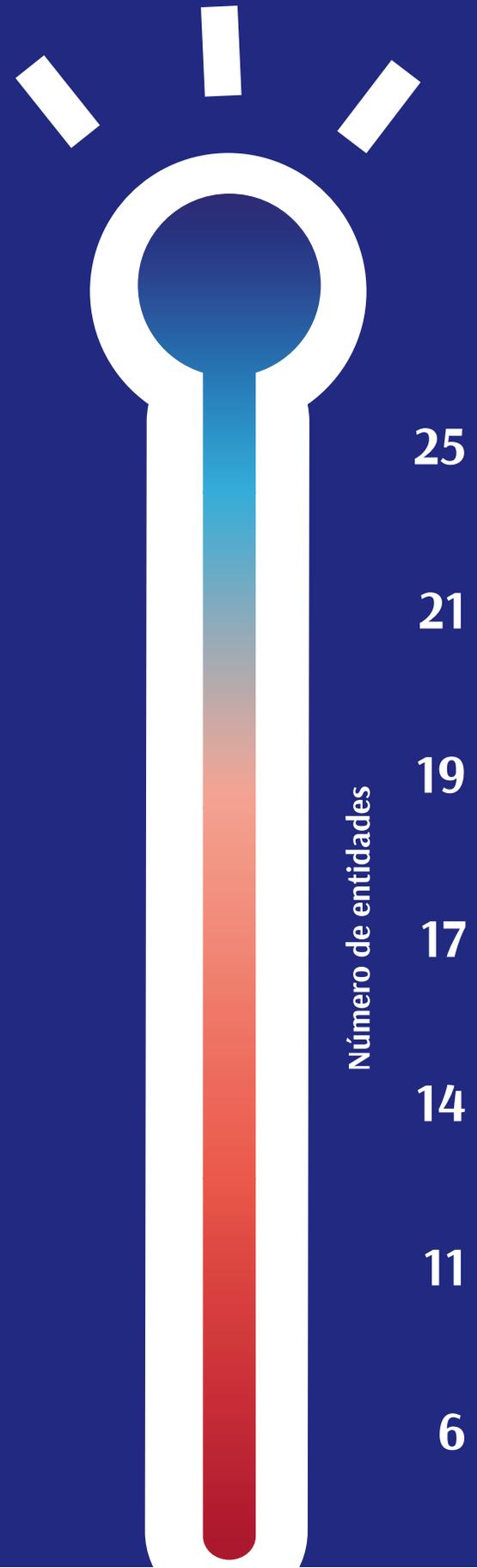
Gestión de residuos

Gestión de agua

Gestión de materiales (como vasos y elementos de oficina)

Reducción de emisiones de Gases de efecto Invernadero

Otras iniciativas

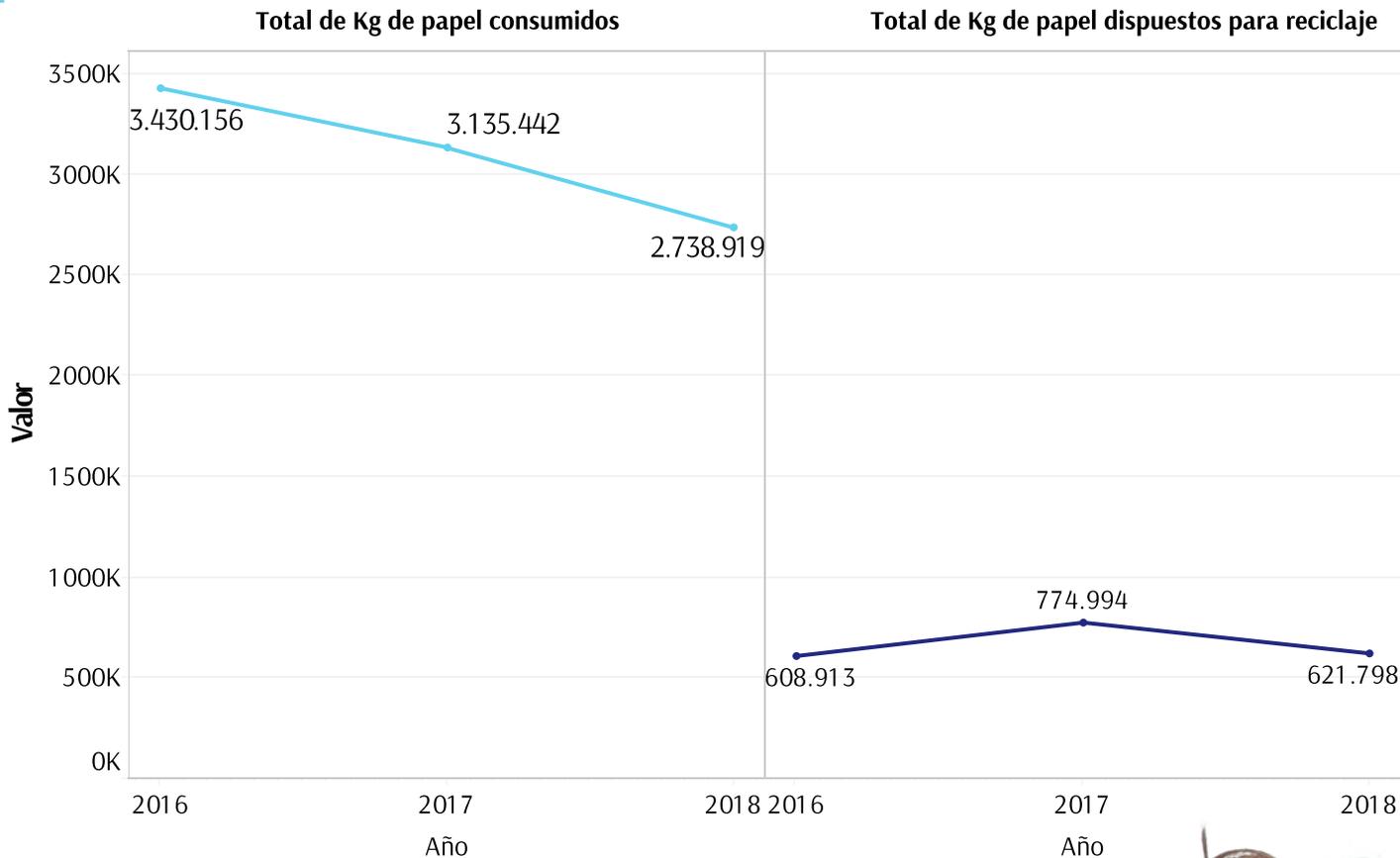


## ECE-1

### Insumos reciclados

El consumo y disposición de papel ha disminuido considerablemente respecto a años anteriores. Esto es consecuencia de la utilización de herramientas informáticas que permiten evitar el uso innecesario de papel, y en especial las iniciativas asociadas a “cero papel”, como la facturación electrónica. Durante el 2018 se redujo el consumo de papel en 13% con relación al año anterior y se recicló el 22.7% del papel consumido.

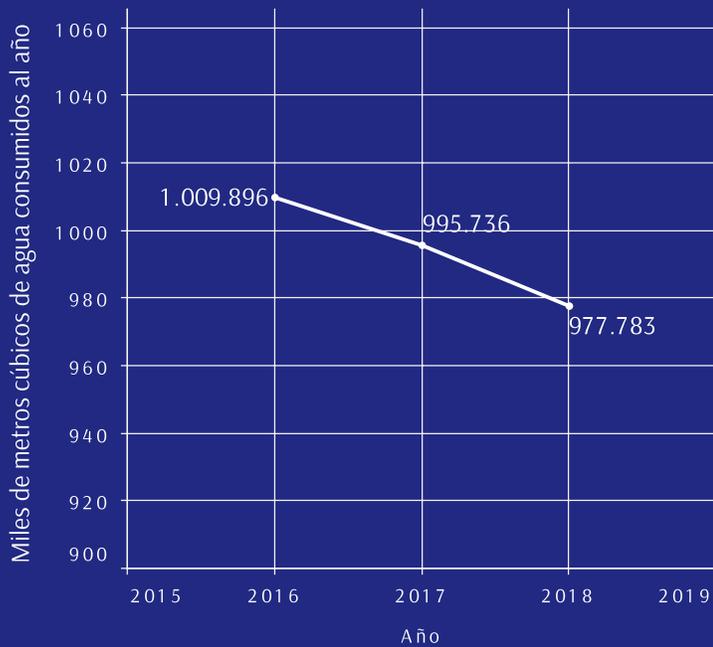
## Papel



**GRÁFICA 13. CANTIDAD DE PAPEL RECICLADO Y CONSUMIDO**  
(INFORMACIÓN DE 25 ENTIDADES).



## Agua



## GRI 303-1

### Extracción de agua por fuente<sup>6</sup>

Durante el 2018 el consumo de agua de las entidades disminuyó en 3% con respecto al 2016, lo que significó un ahorro de 32.112 metros cúbicos en los últimos dos años.

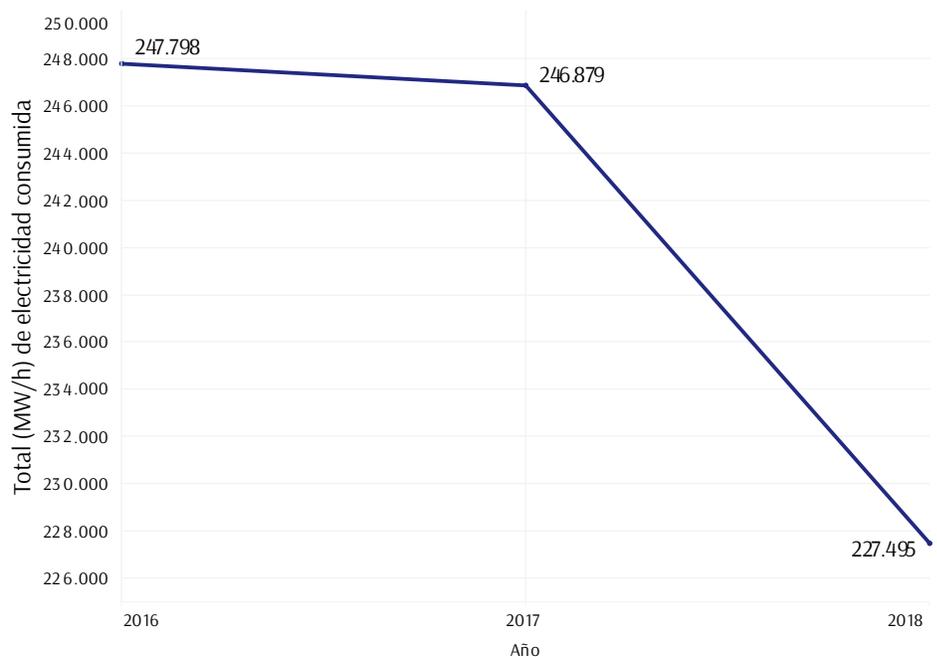
**GRÁFICA 14. CONSUMO DE AGUA**  
(INFORMACIÓN DE 22 ENTIDADES).

## ECE-2

### Consumo de energía eléctrica

Durante el 2018 las entidades financieras consumieron 8% menos energía con respecto al 2016, esto equivale a 20.30.MW/h. Iniciativas como el uso de focos de bajo consumo, apagar la luz en ambientes sin uso, aprovechar en lo posible la luz solar y el uso de herramientas electrónicas de consumo más eficiente, contribuyen a disminuir el consumo de energía eléctrica.

### Consumo de energía (MW/h)



**GRÁFICA 15. CONSUMO ENERGÉTICO**  
(INFORMACIÓN DE 22 ENTIDADES).

<sup>6</sup> No se detalla la fuente de extracción de agua debido a la naturaleza sectorial del informe; corresponde al consumo de agua en las oficinas que proviene de los acueductos locales en donde se encuentran ubicadas las oficinas.

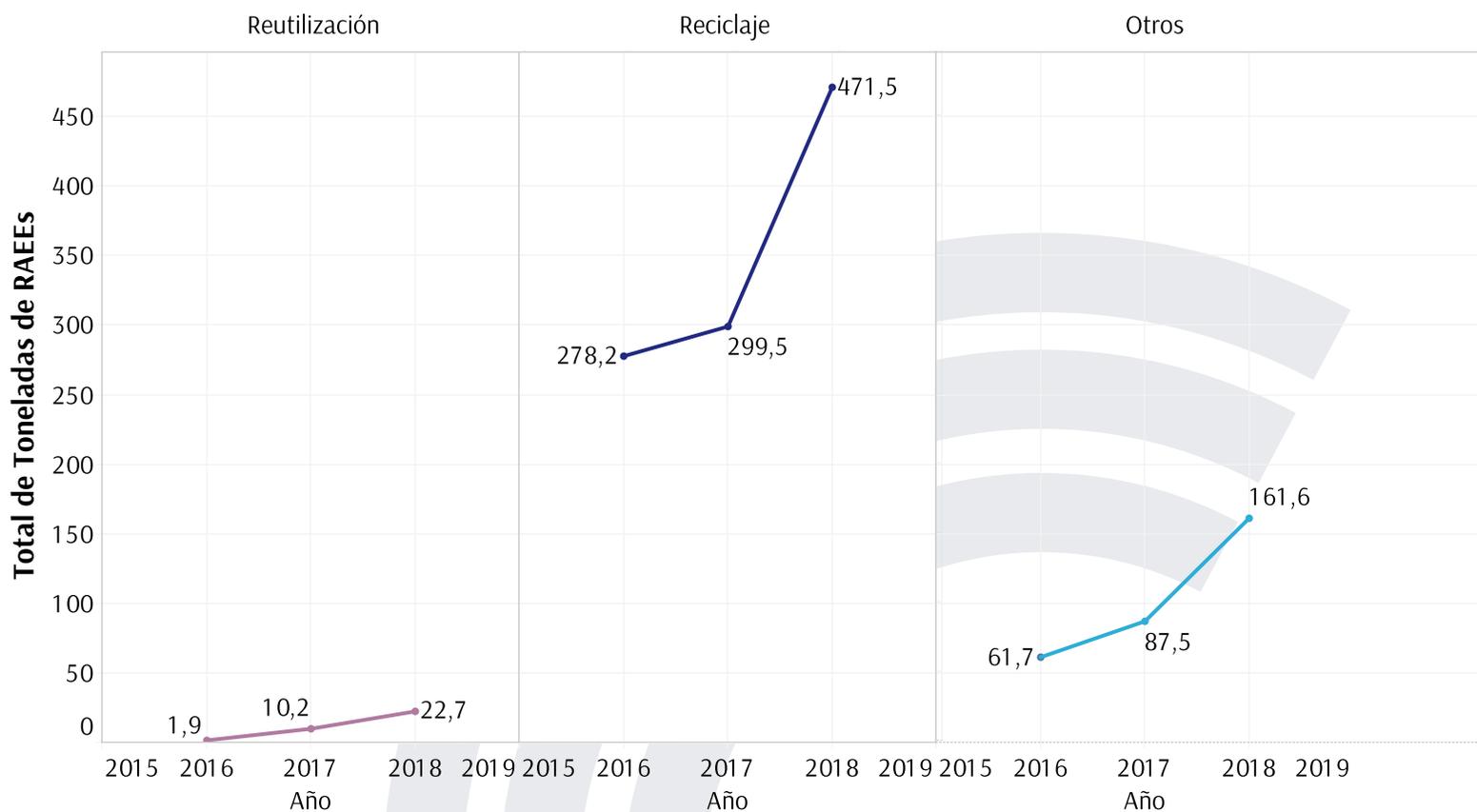
## GRI 306-2 Residuos por tipo y método de eliminación

### Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos –RAEEs–

Los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEEs) tienden a aumentar de acuerdo con su uso y la obsolescencia generada por el permanente cambio de tecnologías, especialmente las Tecnologías de la Información y las comunicaciones (TIC), combinada con la migración de las tecnologías analógicas a las digitales y a los televisores y monitores de pantalla plana. Las entidades del sector han hecho un esfuerzo por gestionar este tipo de residuos ya sea por reutilización, reciclaje u otros. Durante el 2018 se gestionaron 52% más de RAEEs con respecto al 2016.

### Gestión de RAEEs

#### Método de eliminación



### GRÁFICA 16. GESTIÓN DE RAEEs

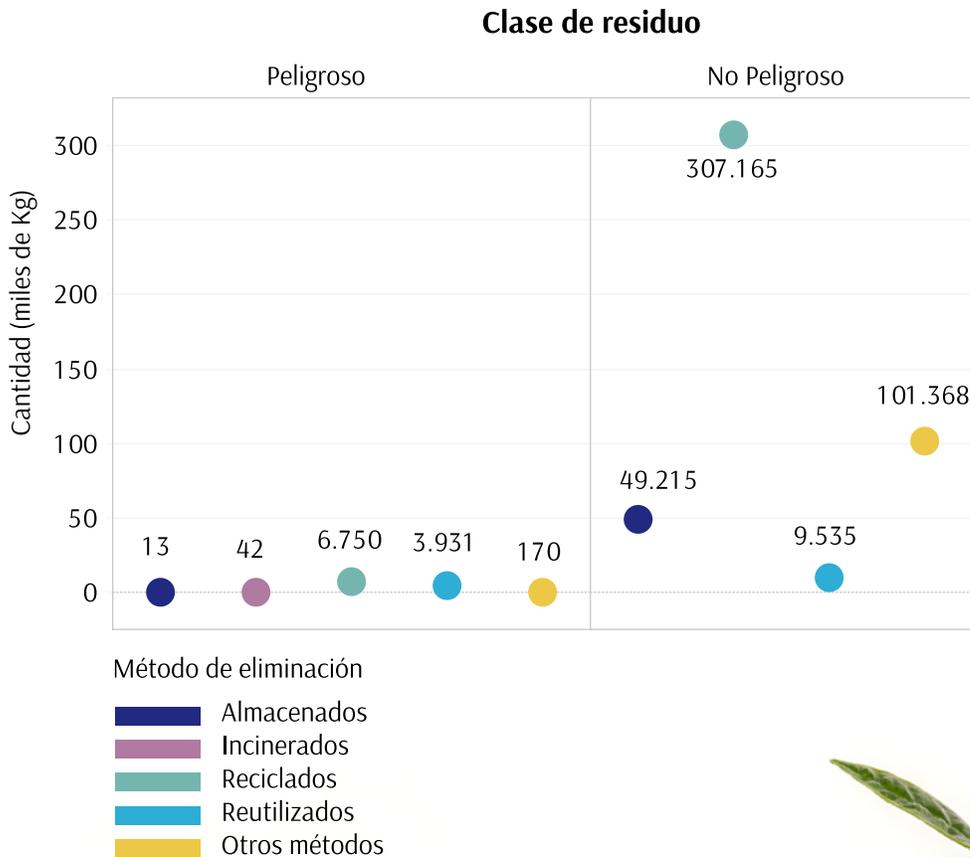
(INFORMACIÓN DE 14 ENTIDADES).

### Gestión de residuos peligrosos y no peligrosos

Durante el 2018 se gestionaron 10.9 toneladas de residuos peligrosos. Entre los métodos de gestión están el reciclaje (RAEE, baterías, cableado, tóner y baterías UPS), la reutilización (tóner, cartucho, equipo de cómputo, luminarias, baterías plomo-ácido), incineración, almacenamiento en el sitio y otros métodos como la gestión de residuos biosanitarios, luminarias, pilas y tópicos de botiquín.

Además, se gestionaron 467.3 toneladas de residuos no peligrosos. Entre los métodos de gestión están el reciclaje (papel, vidrio, cartón, plástico, residuos reciclables, plegadiza, pasta y chatarra), la reutilización (hojas de papel), almacenamiento en el sitio y otros métodos.

## Gestión de residuos peligrosos y no peligrosos.

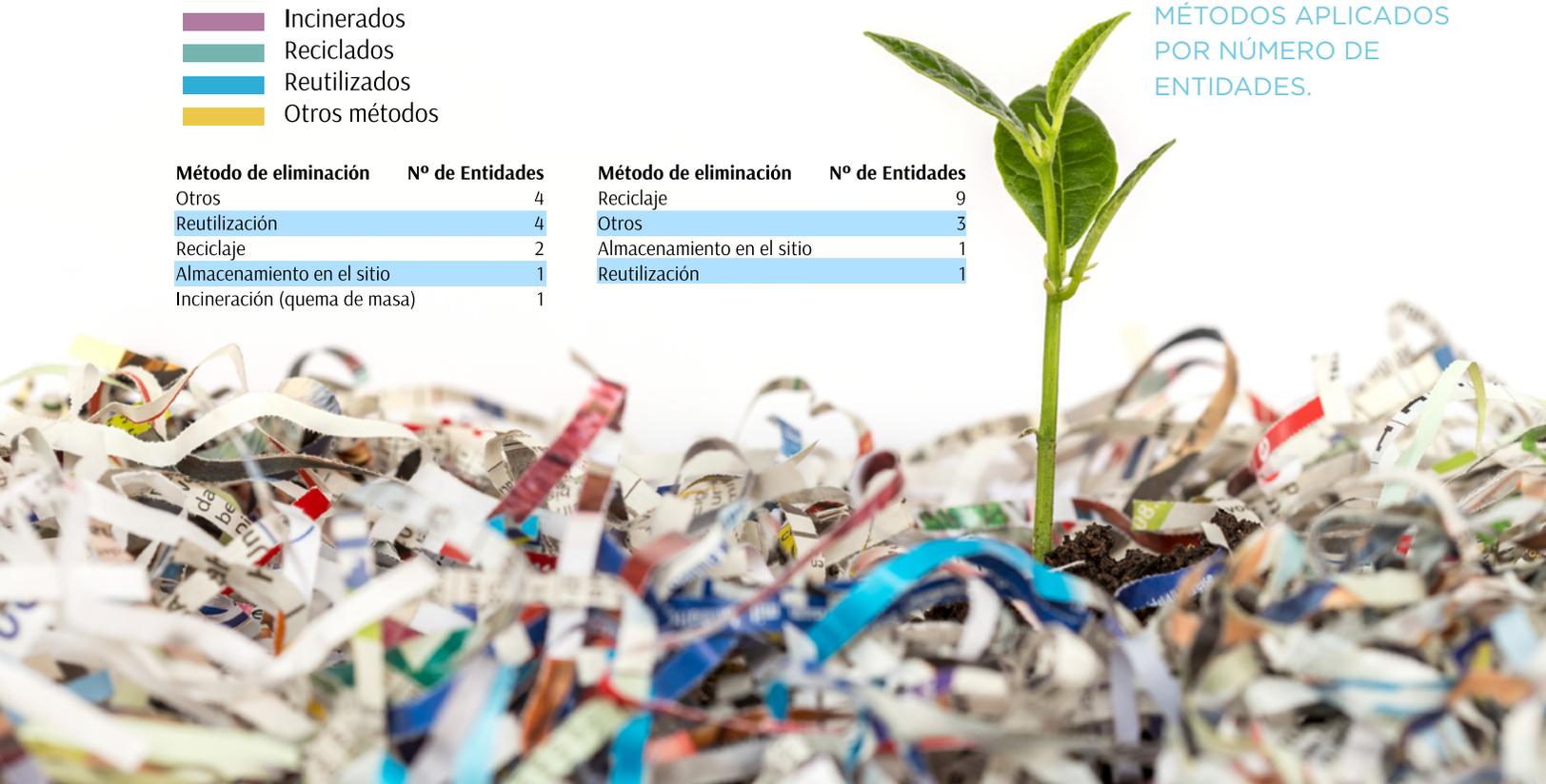


### GRÁFICA 17. GESTIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS (INFORMACIÓN DE 10 ENTIDADES) Y NO PELIGROSOS (INFORMACIÓN DE 11 ENTIDADES).

CADA ENTIDAD PUEDE IMPLEMENTAR DIFERENTES MÉTODOS DE ELIMINACIÓN, POR LO QUE SE INCLUYEN LAS TABLAS DETALLADAS DE LOS MÉTODOS APLICADOS POR NÚMERO DE ENTIDADES.

Método de eliminación	Nº de Entidades
Otros	4
Reutilización	4
Reciclaje	2
Almacenamiento en el sitio	1
Incineración (quema de masa)	1

Método de eliminación	Nº de Entidades
Reciclaje	9
Otros	3
Almacenamiento en el sitio	1
Reutilización	1



# 5.2.4 CAMBIO CLIMÁTICO



EN EL  
**2018**  
EL ESTADO DEL CLIMA  
PUSO DE MANIFIESTO  
LOS EFECTOS DEL  
CAMBIO CLIMÁTICO.

De acuerdo con la Organización Meteorológica Mundial<sup>7</sup>, en el 2018 el estado del clima puso de manifiesto los efectos del cambio climático. De acuerdo con el reporte, algunos de los efectos fueron:

- Más de 821 millones de personas subalimentadas en el 2017 a causa del episodio del niño de 2015 y 2016.
- Más de 35 millones de personas afectadas por inundaciones.
- Incremento de la acidificación del océano y la disminución de oxígeno en él.
- Más de 1.600 muertes asociadas con ondas de calor e incendios forestales.
- Más de 883.000 desplazamientos internos, 32% causados por inundaciones y 29% por sequías.
- Más de 100 víctimas por los huracanes Florence y Michael que causaron más de USD \$49.000 en daños.

Todos estos desastres generan, además de pérdidas humanas, de fauna y de flora, pérdidas económicas relacionadas con daños, reconstrucción de zonas y mitigación de los efectos causados.

<sup>7</sup> Las siguientes siglas se refieren a: UNEP - United Nations Environment Programme Finance Initiative, ORSE - Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises, WBSCD - World Business Council For Sustainable Development y SPI Finance - Sales Performance International.

## CCT-1

### Riesgos y oportunidades derivados del cambio climático

Las entidades bancarias conscientes de la importancia del cambio climático, han identificado posibles riesgos asociados entre los que hay riesgos de tipo físico (83%) y normativo (58%), así como de disponibilidad de recursos (energía, agua, insumos, entre otros) para llevar a cabo la actividad productiva del empresario que financia, desconocimiento sobre los verdaderos impactos del cambio climático, reputacionales y tributarios.

**¿Ha identificado la compañía posibles riesgos relacionados con el cambio climático que le puedan afectar en el mediano o largo plazo?**

Sí, de otro tipo  
**3**

Sí, de tipo físico  
**10**

Sí, de tipo normativo  
**7**

**GRÁFICA 18. IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS RELACIONADOS CON CAMBIO CLIMÁTICO** (INFORMACIÓN DE 12 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE.

**Estrategias de Cambio Climático.**

El sector financiero está haciendo un esfuerzo importante para implementar estrategias frente al cambio climático. El 52% de las entidades financieras cuentan con políticas asociadas a este tema en su portafolio de productos, algunas adoptaron las definidas por la casa matriz y otras cuentan con políticas propias.

Todas las entidades financieras identificaron riesgos relacionados con el cambio climático. Se mencionaron riesgos como inundaciones, impuesto al carbono, inseguridad jurídica, aumento en los precios de combustibles que puedan afectar los proyectos financiados, así como disponibilidad de recursos como energía y agua, entre otros.

**Número de entidades que poseen una estrategia frente al cambio climático**

No cuenta con política o estrategia de cambio climático  
**13**

Sí y es adoptada de la casa matriz (además es pública)  
**3**

Sí y es adoptada de la casa matriz (pero no es pública)  
**3**

Sí y es propia (además es pública)  
**3**

Sí y es propia (pero no es pública)  
**3**

Sí, pero está contenida en otro documento integral  
**2**

**GRÁFICA 19. POLÍTICA FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO** (INFORMACIÓN DE 27 ENTIDADES).

## Oportunidades asociadas al cambio climático

Si bien los efectos del cambio climático son un riesgo en la operación de los proyectos financiados por las entidades agremiadas y puede afectar la rentabilidad de sus productos, también representa una oportunidad para contribuir positivamente en la mitigación de dichos efectos a través del apoyo y financiamiento de medidas como:

- Acompañamiento técnico a clientes para fomentar construcción sostenible.
- Bonos Verdes - Nuevos productos Líneas Verdes, Leasing Verde.
- Atender nuevas necesidades de inversión en proyectos cuyo propósito sea la adaptación y la mitigación del cambio climático del sector empresarial y nuevos nichos de mercado.
- Movilizar al sector empresarial o desarrollar el mercado de inversión con beneficios medio ambientales.

- Canalizar recursos concesionales o en condiciones financieras preferenciales para ser destinados en inversiones relacionadas con el cambio climático en los sectores empresarial, residencial y público.

- Línea de financiamiento de proyectos de energías renovables por lanzar.

- Incentivos tributarios en inversiones en energías renovables.

## Medición de la huella de carbono

El 56%<sup>8</sup> de las instituciones financieras miden los gases de efecto invernadero de alcance 1,2 y 3 como parte de la implementación de sus políticas de cambio climático; la medición se presenta a continuación:



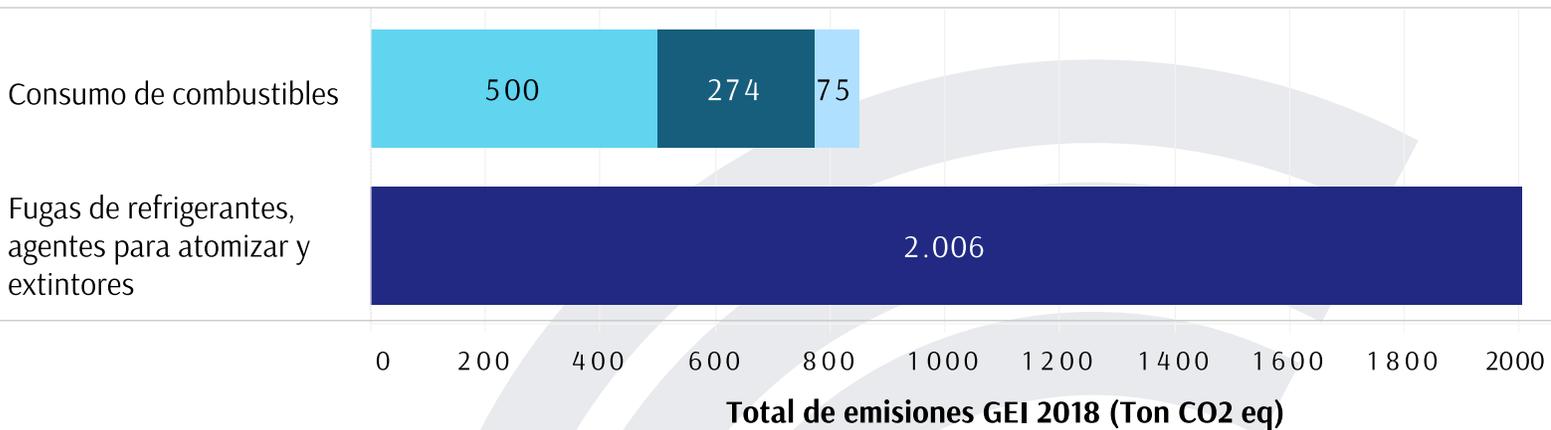
<sup>8</sup> Información sobre 25 entidades.

**GRI 305-1****Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero  
GEI- (alcance 1)**

Las GEI de alcance 1 incluyen aquellas actividades que implicaron consumo de combustible de fuentes móviles y fuentes fijas. El total de emisiones de las entidades financieras para el 2018 fue de 2.856 toneladas de CO<sub>2</sub>-equivalente. Las actividades que aportaron en mayor proporción a las emisiones de gases de efecto invernadero fueron en primer lugar el uso de equipos de aire acondicionado y extintores, fugas de refrigerantes, agentes para atomizar y extintores. Por otro lado, consumo de combustible para desplazamiento terrestre.

**GRÁFICA 20.  
MEDICION  
DE GEI DE  
ALCANCE 1**

(INFORMACIÓN DE 7 ENTIDADES).

**Total de emisiones GEI en 2018 (Alcance1)****Fuente de emisión****Actividad**

- Desplazamiento terrestre y para viajes de negocio, vehículos propio
- Uso de equipos de aire acondicionado y extintores
- Uso de equipos generadores de energía de respaldo (plantas eléctricas)
- Uso de equipos generadores de vapor y calor (calentadores, estufas y combustibles secadoras)

## GRI 305-2

### Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)

Las emisiones de este alcance involucran aquellas actividades que consumen electricidad y son derivadas de la generación de energía, calentamiento, refrigeración y vapor. El total de emisiones directas de GEI del alcance 2 en el 2018 fue de 31.399 toneladas de CO2-equivalente.

**GRÁFICA 21.**  
**MEDICIÓN**  
**DE GEI DE**  
**ALCANCE 2**  
(INFORMACIÓN DE 8 ENTIDADES).

### Total de emisiones GEI en 2018 (Alcance2)

#### Fuente de emisión

Consumo de electricidad

7.196

24.203

#### Actividad

- Uso de equipos eléctricos y electrónicos (teléfonos, computadores, impresoras, escáneres, fax y fotocopiadoras entre otros)
- Uso de luminarias, neveras y hornos microondas.

0 4.000 8.000 12.000 16.000 20.000 24.000 28.000 32.000

**Total de emisiones GEI 2018 (Ton CO2 eq)**

## GRI 305-3

### Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)

Las emisiones de este alcance involucran el transporte en vehículos que no son propiedad de la organización, el uso final de productos y servicios. Estas actividades son consecuencia de labores que implican el uso de fuentes que no son de la organización. El total de emisiones directas de gases de efecto invernadero del alcance 3 para el 2018 fue de 5.642 toneladas de CO2-equivalente.

**GRÁFICA 22.**  
**MEDICIÓN**  
**DE GEI DE**  
**ALCANCE 3**  
(INFORMACIÓN DE 8 ENTIDADES).

### Total de emisiones GEI en 2018 (Alcance3)

#### Fuente de emisión

Consumo de combustibles

414 48

4.751

Emisiones que se generan en la producción del papel (deforestación, quema de combustibles y tratamiento de residuos)

429

0 1.000 2.000 3.000 4.000 5.000

**Total de emisiones GEI 2018 (Ton CO2 eq)**

#### Actividad

- Consumo de papel para registros de transacciones, operaciones y publicidad
- Desplazamiento terrestre para viajes de negocio, servicio contratado
- Desplazamiento aéreo para viajes de negocio, servicio con tratado
- Transporte de títulos valores y correspondencia, servicios contratados

## REPORTE Y DIVULGACIÓN

Identificar los riesgos del cambio climático es esencial para que las entidades del gremio implementen estrategias para afrontarlo. Así mismo, publicar esta información permite que los grupos de interés puedan contribuir con medidas o identificar nuevos riesgos que no se habían considerado. Las entidades financieras utilizan varios medios para reportar la identificación de estos riesgos, las principales durante el 2018 fueron reportes de sostenibilidad, reportes anuales e informes de riesgo, Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) y la publicación del CDP (Carbon Disclosure Project). El 62% de las entidades lo hicieron a través de sus reportes de sostenibilidad.

### GRÁFICA 23. HERRAMIENTAS DE DIVULGACIÓN QUE UTILIZA PARA MOSTRAR LOS RIESGOS RELACIONADOS CON EL CAMBIO CLIMÁTICO

(INFORMACIÓN DE 13 ENTIDADES).

#### Herramientas de divulgación que utiliza para mostrar los riesgos relacionados con cambio climático

Reporte de sostenibilidad

8

Reporte anual

6

Otros

4

Divulgación pública del CDP (Carbon Disclosure Project)

2

# Banca♥mía

## Línea Crediverde Adaptación - MEbA

Esta línea de crédito es dirigida a pequeños productores que requieren acceder a la financiación de medidas de adaptación frente a los efectos del cambio climático, con el propósito de hacer más resilientes sus proyectos productivos y aprovechar también las oportunidades que ofrece este fenómeno.

A través de la línea Crediverde Adaptación- MEbA, se colocaron 631 créditos por \$1.526 millones en los municipios de Chaparral, Planeta Rica, Ubaté y Pamplona. Las medidas de adaptación más financiadas han sido abono orgánico, acondicionamiento de suelos y piscicultura.

## Tendencias globales

### Acciones concretas para integrar la sostenibilidad en los negocios.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico –OECD– señala que hacer las cosas como se han hecho hasta ahora es insostenible, ya que se pone en riesgo la preservación de la vida y el desarrollo económico. Entre las consecuencias del modelo de consumo tradicional están la escasez de agua, agotamiento de recursos, contaminación del aire y del agua, cambio climático y una pérdida de biodiversidad que podría ser irreversible<sup>10</sup> (OECD, 2011).

En un país con tantas riquezas naturales, el papel del sector financiero en la toma de decisiones más acertadas para hacer un mejor uso de los recursos es fundamental. Durante el 2018 Aso-bancaria y sus entidades asociadas, a través del Protocolo Verde y el Protocolo Verde Ampliado, han implementado diferentes medidas asociadas a la integración de productos y servicios verdes, fortaleciendo sus mecanismos de análisis de riesgos sociales y ambientales y las medidas ecoeficientes que disminuyeron el consumo de recursos.



<sup>10</sup> OECD (2011), "Hacia el crecimiento verde. Un resumen para los diseñadores de políticas". <https://www.oecd.org/greengrowth/Towards%20Green%20Growth%20Brochure%20SPANISH%20WEB%20Version.pdf>

**5.3**

# **GESTIÓN SOSTENIBLE DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO**

**Informe de sostenibilidad**

## ODS Relacionados

---



**Meta 5.2** Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación.



**Meta 8.3:** Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.

**Meta 8.8:** Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.



**Meta 16.1:** Reducir significativamente todas las formas de violencia y las correspondientes tasas de mortalidad en todo el mundo.

# La cadena de suministro juega un rol clave en la sostenibilidad, por eso, las entidades financieras evalúan y seleccionan sus proveedores bajo criterios alineados con la sostenibilidad.

## GRI 103-1

Las compañías del sector requieren diferentes aliados estratégicos (proveedores, contratistas o socios comerciales) para el desarrollo óptimo y eficiente de los procesos y operaciones que llevan a cabo diariamente. Dada la importancia que tienen dichos aliados, es fundamental conocer los riesgos asociados a la relación con estas organizaciones para poder realizar una gestión y monitoreo oportuno 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:

## GRI 103-2 Y 103-3

Debido al impacto que tiene la cadena de abastecimiento a nivel interno y externo de las diferentes entidades financieras, se aplican prácticas responsables de gestión en todo el ciclo de suministro, desde la fase de selección de proveedores, hasta la evaluación de su desempeño y el cierre de brechas a través de la capacitación, teniendo en cuenta iniciativas que les permitan estar alineadas con diferentes estándares que promueven la sostenibilidad de la cadena.

### IMAGEN 1. OBJETIVOS DE LA GESTIÓN PROACTIVA DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO CON ENFOQUE EN LA SOSTENIBILIDAD.



Alcanzar sus objetivos ambientales y sociales establecidos internamente.



Reducir costos y mejorar la eficiencia de sus recursos.



Promover buenas prácticas sociales.



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



Prevenir riesgos operacionales y reputacionales.



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, mediante la inclusión de criterios sostenibles en las compras.



Fomentar relaciones de largo plazo con los proveedores que generen valor para ambas partes.

**Selección de proveedores**

El total de las entidades financieras encuestadas tienen políticas o lineamientos para la selección de sus proveedores, el 79% de dichas entidades contempla dentro de estos mecanismos, la segmentación de los proveedores por nivel de criticidad o importancia para la entidad.



## GRÁFICA 1. POLÍTICA U OTROS MECANISMOS PARA LA SELECCIÓN DE PROVEEDORES VS. CONTEMPLACIÓN DE LA SEGMENTACIÓN DE PROVEEDORES POR CRITICIDAD O IMPORTANCIA (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

Contemplan la segmentación de los proveedores por nivel de criticidad o importancia.

¿Cuenta con una política, lineamientos o mecanismos para la selección de proveedores?

Sí y está públicamente disponible

Sí, pero no es pública

Sí

12

11

No

2

4

Numero de entidades

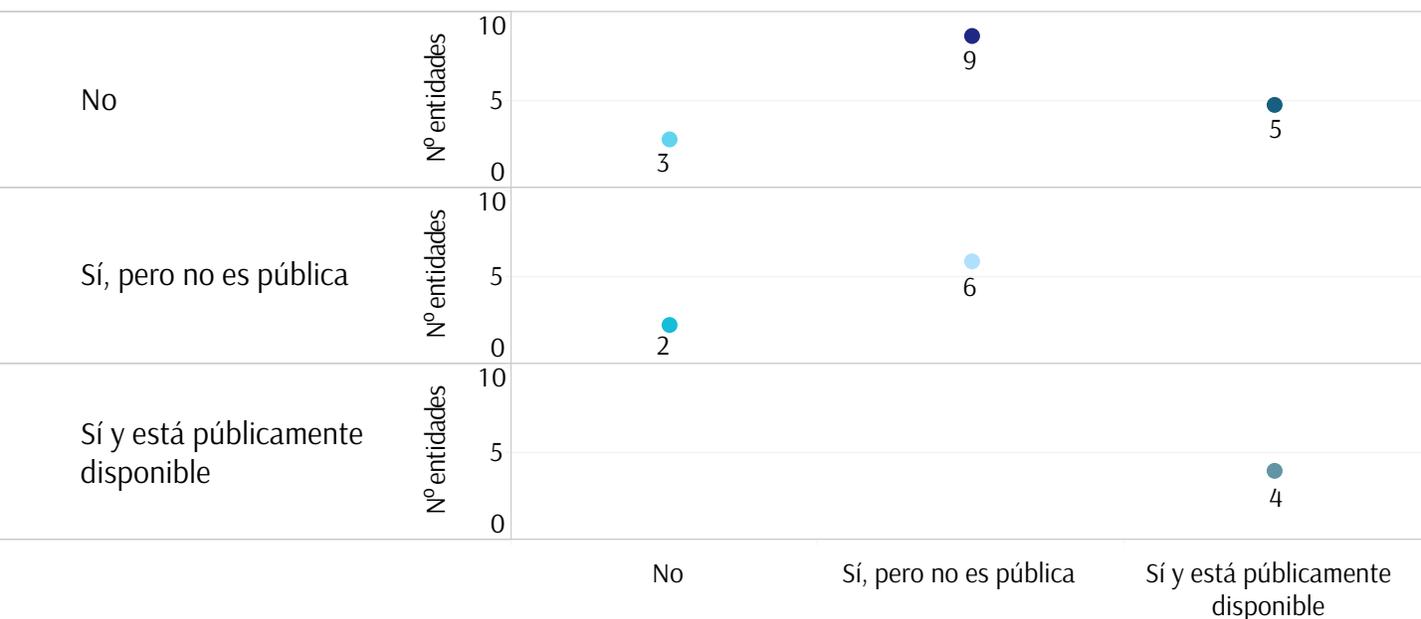


Es importante resaltar que, de las 29 compañías encuestadas, el 83% tiene una política o lineamientos establecidos para la contratación de proveedores locales. Además, el 41% tiene una política para seleccionar proveedores que generen diferencial social o ambiental.

## GRÁFICA 2. POLÍTICAS DE DIFERENCIAL SOCIAL O AMBIENTAL VS, POLÍTICAS PARA CONTRATAR A PROVEEDORES LOCALES (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).

¿Cuenta con una política o lineamientos para seleccionar proveedores que generen diferencial social o ambiental?

¿Cuenta con una política o lineamientos establecidos para contratar proveedores locales?



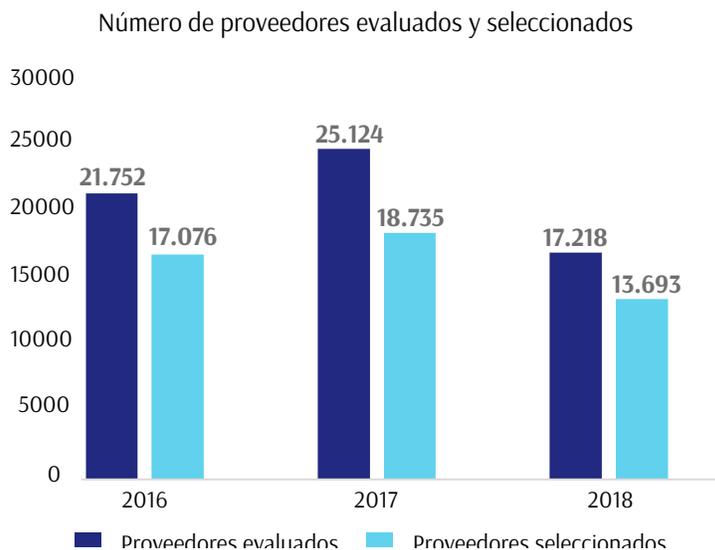
Los datos permiten concluir que durante los últimos tres años, un promedio del 80% de los proveedores evaluados son seleccionados.



Adicionalmente, dentro de los aspectos que son considerados para la selección de proveedores, están los resultados de las evaluaciones que permiten determinar si estos actores se alinean con las políticas de sostenibilidad de la entidad. Los datos permiten concluir que durante los últimos tres años, un promedio del 80% de los proveedores evaluados son seleccionados.

### GRÁFICA 3. NÚMERO DE PROVEEDORES EVALUADOS Y SELECCIONADOS

(INFORMACIÓN DE 24 ENTIDADES).



Dentro del proceso de evaluación se consideran criterios que miden las prácticas sostenibles implementadas por sus proveedores. Es así como de las 29 compañías encuestadas, más del 60% tiene lineamientos sobre “transparencia y lucha contra la corrupción” y “buenas prácticas laborales”. Entre otros criterios se destacan:

## GRÁFICA 4. CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN DENTRO DE LA POLÍTICA O LINEAMIENTOS PARA LA SELECCIÓN DE PROVEEDORES

(INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES).<sup>1</sup>

Transparencia  
y lucha  
contra la  
corrupción  
**21**

Uso  
responsable  
de los  
recursos  
naturales  
**11**

Respeto y  
promoción  
de los  
derechos  
humanos  
**10**

Buenas  
prácticas  
laborales  
**18**

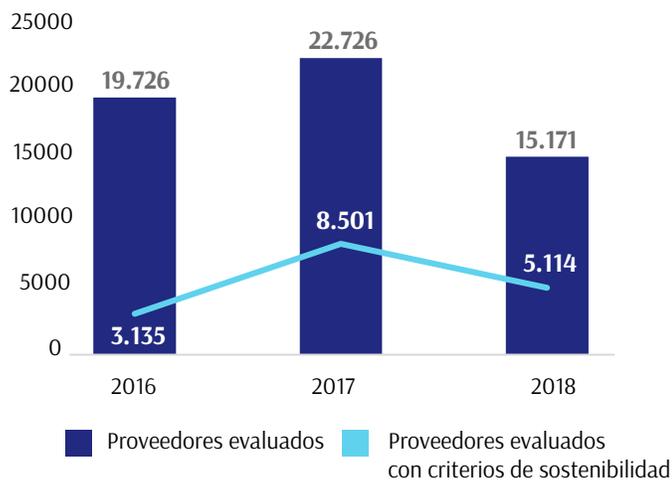
Gestión adecuada de  
comunidades  
**5**

Otro  
**3**

No cuenta con estos  
**4**

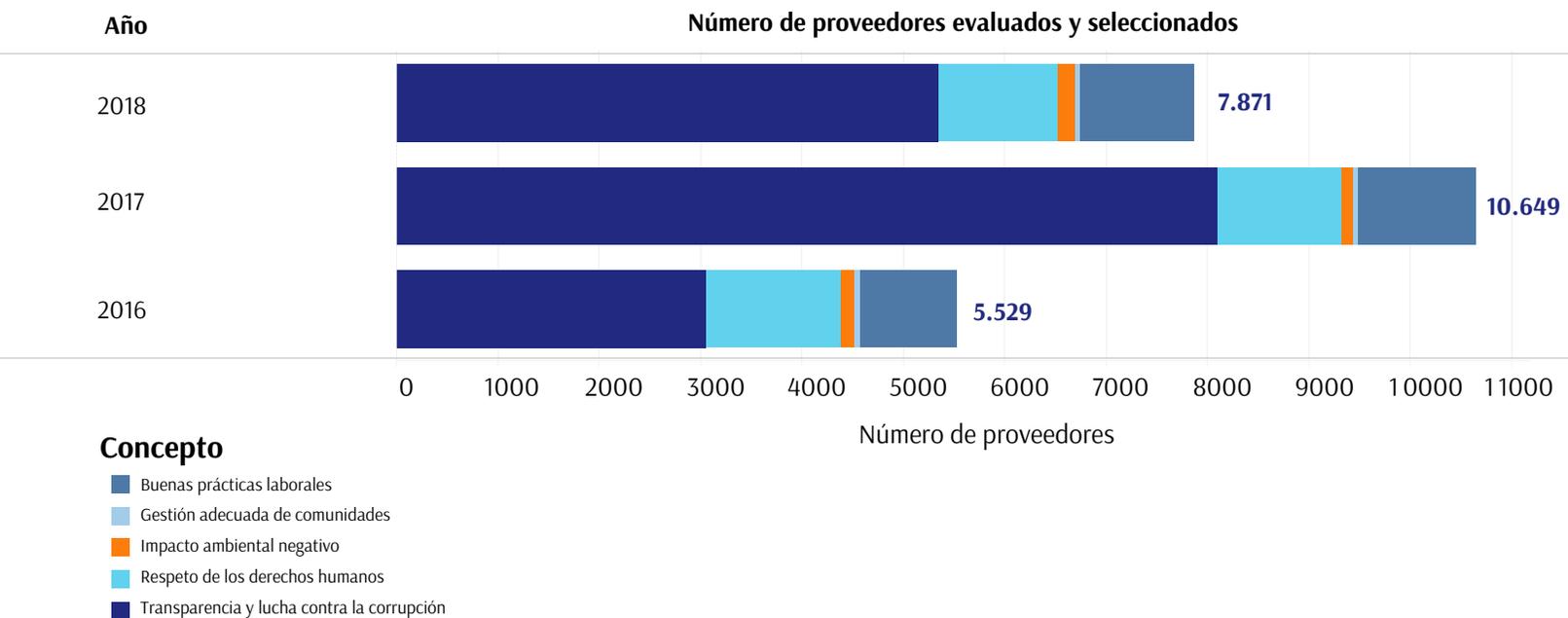
<sup>1</sup> En la opción de respuesta "otro" se incluyen criterios legales, financieros, técnicos, económicos ciclo de vida del producto y responsabilidad social empresarial.

**GRÁFICA 5. NÚMERO DE PROVEEDORES EVALUADOS VS. NÚMERO DE PROVEEDORES EVALUADOS CON CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD** (INFORMACIÓN DE 16 ENTIDADES).



En el 2018 el 34% de los proveedores fueron evaluados con los criterios mencionados anteriormente, 50% menos respecto de los proveedores evaluados bajo estos criterios en el 2017 debido a los cambios en las políticas de evaluación de algunas organizaciones. Por ejemplo, una de las entidades decidió eliminar a los proveedores que en los últimos 12 meses no tuvieran pagos acumulados ni contratos activos. Es importante notar que, en proporción con respecto del total de proveedores evaluados en el 2017, solo disminuyó el 3%. Adicionalmente, durante los últimos tres años se mantuvo la proporción de criterios evaluados, dando mayor relevancia a los aspectos relacionados con transparencia y lucha contra la corrupción.

## GRÁFICA 6. NÚMERO DE PROVEEDORES QUE FUERON EVALUADOS EN EL PROCESO DE SELECCIÓN EN ALGUNO DE LOS CONCEPTOS PARA LOS DIFERENTES AÑOS (INFORMACIÓN DE 18 ENTIDADES).



### CRS-1

#### Proveedores evaluados en relación con los impactos ambientales

En 2018 diez entidades financieras realizaron la evaluación de 176 proveedores que se encontraban en proceso de selección debido al impacto ambiental negativo que generan.

Es importante destacar que, además, otros 1.028 proveedores que ya habían establecido una relación comercial con nueve entidades financieras, fueron evaluados sobre este mismo aspecto durante la ejecución de su contrato.

### GRI 308-1

#### Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales

El porcentaje de nuevos proveedores evaluados de acuerdo con los criterios ambientales es del 0.3% con respecto al número total de proveedores evaluados. Es un reto para el sector aumentar

los proveedores que son evaluados en el proceso de selección a la luz de su uso responsable de los recursos naturales o del impacto ambiental negativo que generan, debido a que, de acuerdo con las estadísticas, se les da más importancia a los criterios sociales.

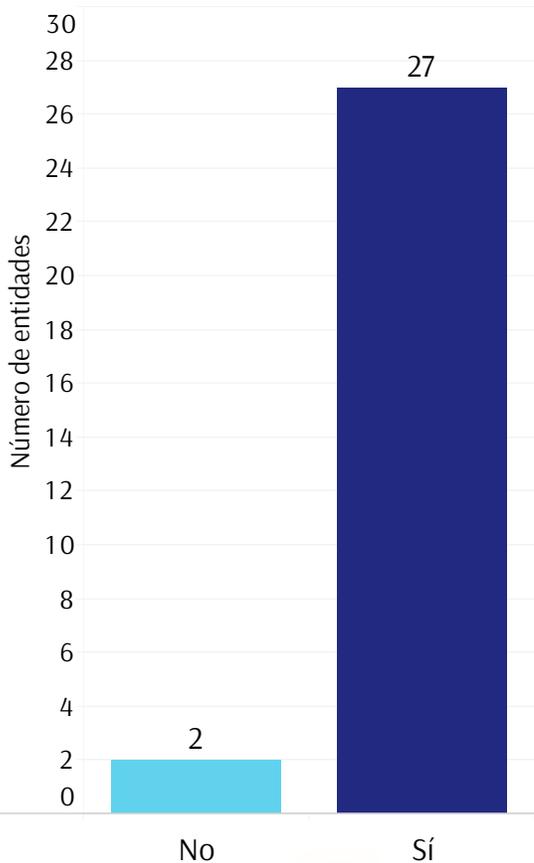
### Evaluación de desempeño de los proveedores

Para garantizar una gestión responsable de la cadena de abastecimiento, 27 de las entidades encuestadas evalúan el desempeño de sus proveedores durante la relación comercial, lo que les permite hacer seguimiento y tomar medidas preventivas o reactivas frente a cualquier eventualidad. A su vez solo dos de las entidades son evaluadas por sus proveedores en temas de servicio (pagos, transparencia en sostenibilidad frente a requerimientos a proveedores, trato, comunicación, coherencia en la estrategia, entre otros), lo que representa un reto para el sector en búsqueda de una relación cada vez más equilibrada con sus proveedores.

## CRS-2

### Evaluación al banco por parte de proveedores

¿La entidad evalúa el desempeño de sus proveedores?



¿Los proveedores evalúan a la entidad en temas de servicio?

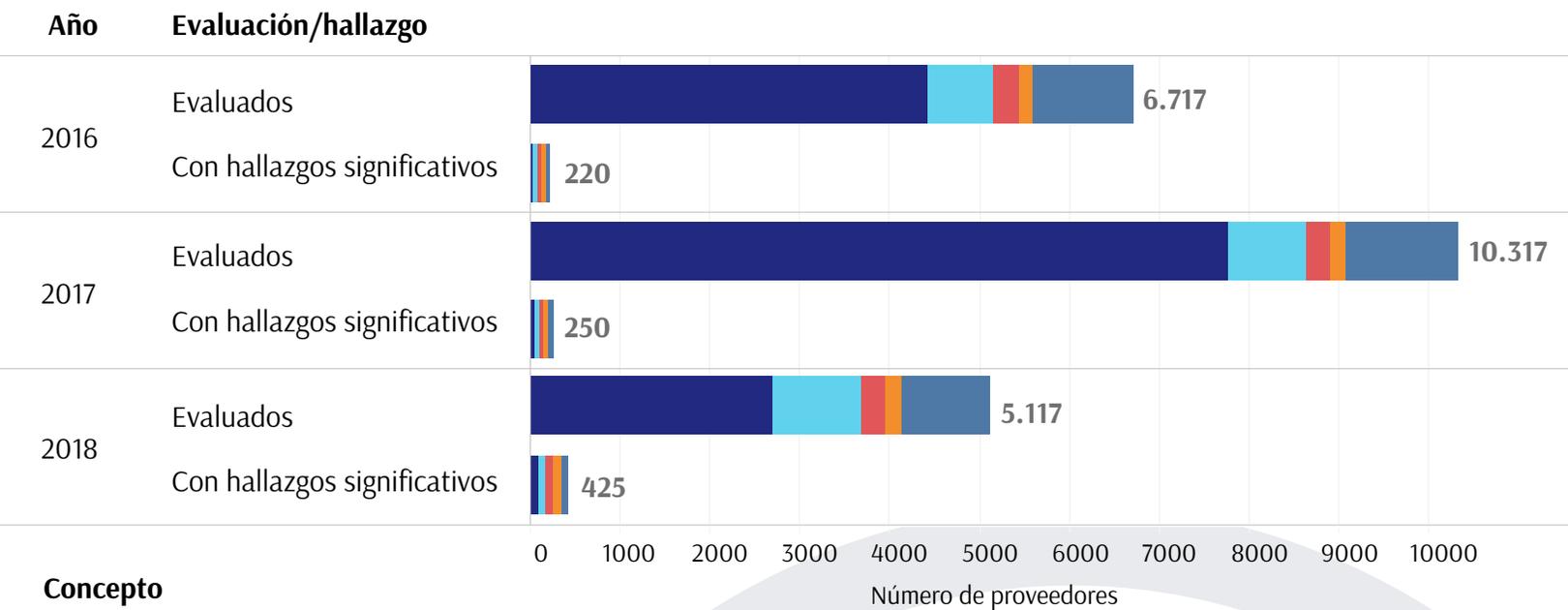


**GRÁFICA 7. EVALUACIÓN DE LAS ENTIDADES A SUS PROVEEDORES (INFORMACIÓN DE 29 ENTIDADES) Y VICEVERSA (INFORMACIÓN DE 28 ENTIDADES).**

Buscando que la relación con los proveedores sea coherente y continua, las entidades financieras evalúan a los actores de la cadena de abastecimiento bajo criterios asociados a la sostenibilidad. Los resultados obtenidos permiten concluir que el criterio más común a considerar entre las compañías es el de “transparencia y lucha contra la corrupción”, seguido de “buenas prácticas laborales”, de manera consistente con los criterios establecidos para el proceso de selección. Sin embargo, es un reto para el sector disminuir la brecha entre el número de proveedores con relación comercial vigente que fueron evaluados y aquellos que no.



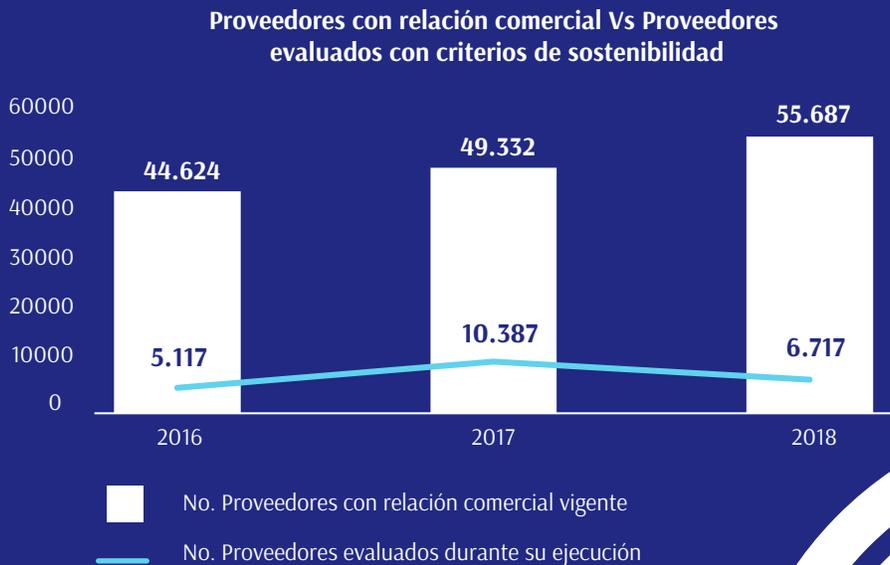
**GRÁFICA 8. NÚMERO DE PROVEEDORES CON RELACIÓN COMERCIAL VIGENTE QUE FUERON EVALUADOS DURANTE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO POR CONCEPTO, AÑO Y HALLAZGOS SIGNIFICATIVOS** (INFORMACIÓN DE 24 ENTIDADES)



**Concepto**

- Buenas prácticas laborales
- Gestión adecuada de comunidades
- Impacto ambiental negativo
- Respeto de los derechos humanos
- Transparencia y lucha contra la corrupción

**GRÁFICA 9.**  
**NÚMERO DE**  
**PROVEEDORES**  
**CON RELACIÓN**  
**COMERCIAL**  
**VIGENTE POR**  
**AÑO** (INFORMACIÓN  
DE 24 ENTIDADES).

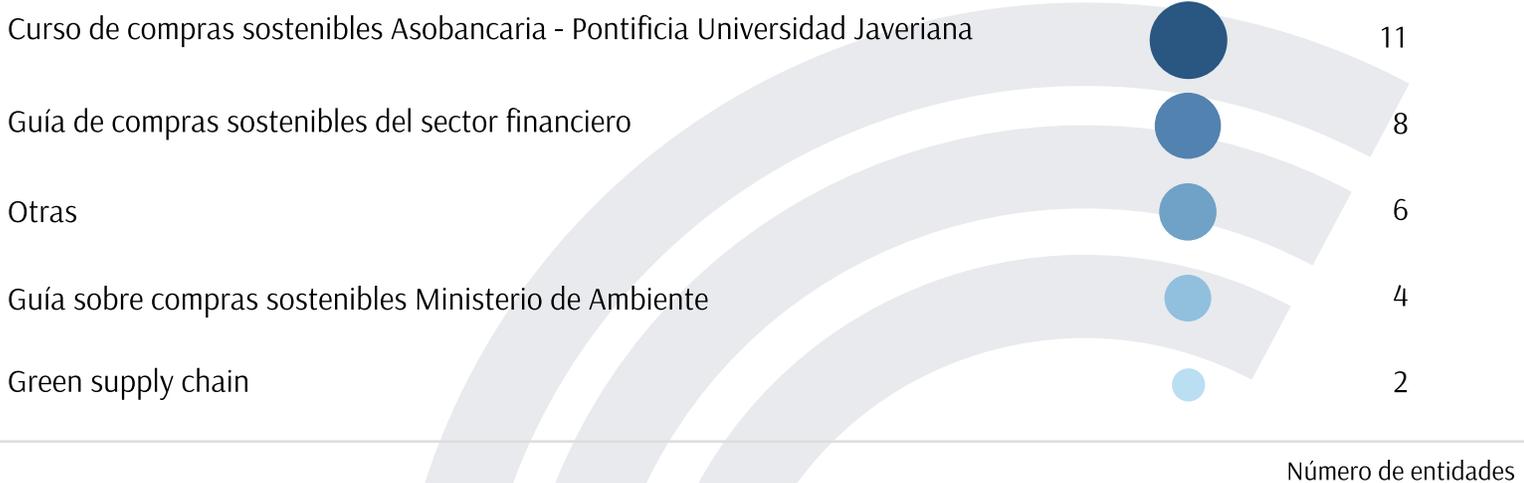


Con el fin de verificar y evaluar el desempeño sostenible de los actores que participan en la cadena de suministro, las entidades consideran diferentes modelos e iniciativas que les dan herramientas para complementar su proceso de verificación y evaluación del desempeño sostenible de sus proveedores estableciendo estándares para la compra de bienes y servicios. Entre estas herramientas se destacan el *curso de compras sostenibles* diseñado por Asobancaria y la Pontificia Universidad Javeriana, así como la *Guía de compras sostenibles del sector financiero*.

Entre otras iniciativas o herramientas utilizadas por las entidades en 2018, estuvo el Diplomado en compras estratégicas de la Universidad Sergio Arboleda, las normas de desempeño de la IFC (Corporación Financiera Internacional), estándares como el CDP (Carbon Disclosure Project) y el GRI (Global Reporting Initiative), Sistema de Empresas B y las políticas internas de las entidades.



**GRÁFICA 10. INICIATIVAS TENIDAS EN CUENTA PARA GESTIONAR LA CADENA DE ABASTECIMIENTO** (INFORMACIÓN DE 22 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE.



## Capacitación de los proveedores

Una de las medidas que adoptan las entidades para garantizar la gestión responsable dentro de la cadena de abastecimiento son las capacitaciones. Así, el 56% de las entidades encuestadas capacitan a sus proveedores en temas como continuidad del negocio, buenas prácticas laborales y respeto a los derechos humanos.

Otros temas de capacitación que no son recurrentes son: riesgos operativos, promoción de energías renovables y eficiencia energética y seguridad, Sistemas de Empresas B, huella de carbono y salud en el trabajo. Lo anterior refleja la intención de las compañías del sector por integrar a sus proveedores en sus estrategias de sostenibilidad y disminuir los riesgos ambientales y sociales que se pueden generar en la cadena de suministro.

### GRÁFICA 11. ÁREAS EN LAS CUALES LAS ENTIDADES CAPACITAN A SUS PROVEEDORES

(INFORMACIÓN DE 25 ENTIDADES), LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE.



## COMPRAS Y GASTO EN LA CADENA DE SUMINISTRO

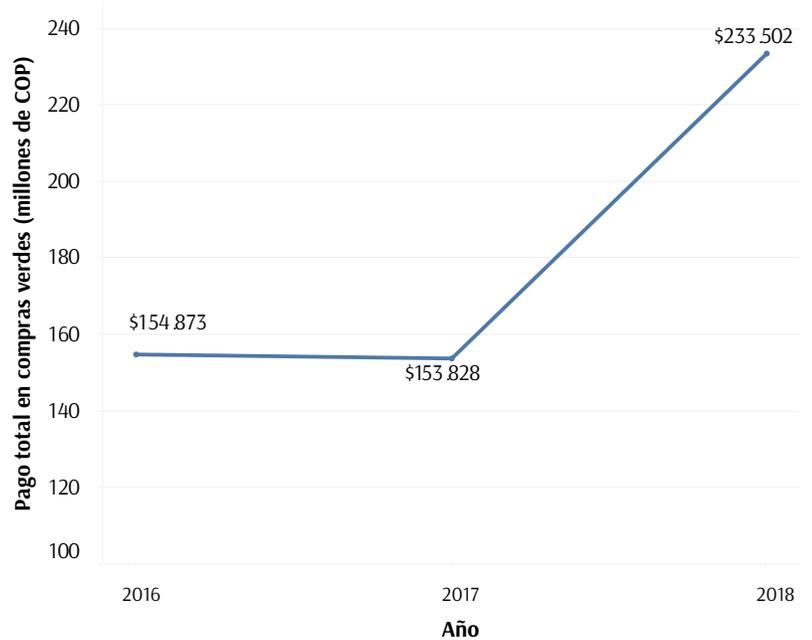
### CRS-3

#### Compras sostenibles

Las compras verdes son un instrumento que contribuye al desarrollo sostenible del país y, por tal motivo, 12 entidades financieras tienen políticas o lineamientos para seleccionar proveedores que generen diferencial social o ambiental. Es un reto para el sector aumentar el número de compañías que implementan esta práctica para lograr un mayor alcance e impacto.

Cuando se analiza únicamente las compras verdes a partir de la guía de compras verdes que ofrece Asobancaria, se observa que en el 2018 el monto pagado por las entidades financieras por este tipo de compras creció en un 52% respecto del año anterior.

### GRÁFICA 12. VALOR PAGADO EN COMPRAS VERDES POR AÑO (INFORMACIÓN DE 14 ENTIDADES).

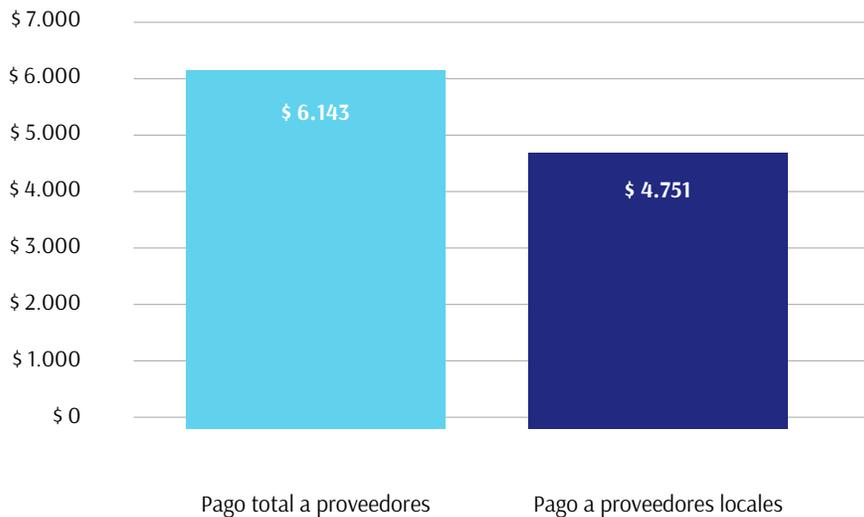


**GRI 204-1****Proporción de gasto en proveedores locales<sup>2,3</sup>**

El apoyo a los proveedores locales puede generar la atracción de inversiones indirectas que apoyan a la economía local, abre el espacio para una economía local estable y una buena relación con la comunidad. En el 2018 el porcentaje de productos comprados a nivel local medidos a través del pago realizado a proveedores locales, representó el 77% del pago total realizado a los proveedores.

**GRÁFICA 13.  
PAGO TOTAL A  
PROVEEDORES VS.  
PAGO A PROVEEDORES  
LOCALES**

Cifras en miles de millones COP



<sup>2</sup> La definición geográfica de las organizaciones para "local" se entiende como Colombia.

<sup>3</sup> El 79% de las 24 organizaciones que contestaron la pregunta concentran su proceso de compras en la ciudad de Bogotá.

The Itaú logo is a blue rounded square with the word "Itaú" in yellow, bold, sans-serif font. It is centered within a large white circle that is itself centered on a dark blue background. The background also features several concentric white circles of varying sizes, some of which are partially cut off by the edges of the frame.

## Programa de desarrollo de proveedores

Su objetivo es contribuir al fortalecimiento de la sostenibilidad de la cadena de suministro, alineado con el ODS 12: producción y consumo responsables. La duración del proyecto está estimada en 20 meses distribuidos en tres fases, con una participación inicial de 44 proveedores.

El programa está dividido en tres fases:

- Estructuración de la metodología que incluye la selección de los proveedores de acuerdo con su criticidad, su perfil estratégico para Itaú y sus impactos socioambientales.

- Un diagnóstico que incluye mejoras para que el proveedor tenga la opción de trabajar los temas más estratégicos de acuerdo con su sector, tamaño y momento.

- Generación de una matriz de madurez en sostenibilidad para los proveedores que han venido trabajando en el programa, se definen los niveles de avance y se diseñan nuevos planes de acción de acuerdo con los objetivos estratégicos de cada organización.

## Tendencias globales

*Las entidades financieras están expuestas a impactos ambientales y sociales a través de las compras de bienes y servicios. Considerando el poder de compra y la cantidad de proveedores que éstas tienen, es necesario realizar una gestión responsable sobre la cadena de abastecimiento.*

Según BSR (por las siglas en inglés de Business for Social Responsibility) el sector financiero está expuesto a riesgos ambientales, sociales y de gobernanza a través de su cadena de suministro. En su informe "Cadena de suministro en el Sector Financiero"<sup>4</sup> estudian 15 compañías del sector para analizar cómo estas organizaciones manejan la sostenibilidad en su cadena de abastecimiento. Los resultados permiten concluir que su cadena se concentra principalmente en tecnología de información (computadores, servidores para almacenar información, etc.), servicios profesionales (consultorías, call centers, entre otros), energía, viajes y transportes, mercadeo y publicidad, instalaciones y bienes inmuebles y suplementos para oficina. Además, se destaca que dentro de los principales aspectos que deberían abordar las entidades financieras para gestionar la sostenibilidad con sus proveedores se encuentran: gases de efecto invernadero (por el transporte y la energía usadas), derechos humanos (asegurar la salud y seguridad de las personas contratadas para la prestación de servicios profesionales), privacidad y seguridad de la información (para asegurar el derecho humano a la privacidad), desechos electrónicos, entre otros.

Asobancaria y sus entidades agremiadas han establecido políticas o lineamientos que permiten definir los estándares que buscan realizar una gestión sostenible sobre su cadena de suministro. De esta forma, las entidades realizan un proceso de evaluación antes y durante la relación comercial con los proveedores, lo que permite tomar medidas preventivas y reactivas a los riesgos que se pueden presentar por medio de estos actores.



<sup>4</sup> Supply Chain Sustainability in the Financial Sector (BSR, Agosto, 2015) Disponible en: [https://www.bsr.org/reports/BSR\\_Financial\\_Sector\\_Supply\\_Chain\\_Sustainability\\_2015.pdf](https://www.bsr.org/reports/BSR_Financial_Sector_Supply_Chain_Sustainability_2015.pdf)



6

# RETOS Y OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR

Informe de sostenibilidad

# COMPETITIVIDAD



EN  
**2019**

SE ESPERA QUE  
MÁS ENTIDADES  
FINANCIERAS  
IMPLEMENTEN  
**ESTRATEGIAS DE  
CIBERSEGURIDAD  
PARA PODER  
AUMENTAR EL  
ALCANCE DE LOS  
PROYECTOS.**

---

## Innovación de canales y productos

• La implementación de espacios de innovación es una oportunidad para el 43% de las entidades financieras que aún no cuenta con espacios de este tipo (ej. fábricas, incubadoras, laboratorios o aceleradores). Estos espacios permiten y facilitan el desarrollo de la innovación para generar soluciones de corto, mediano y largo plazo.



## Seguridad digital

• En 2019 se espera que más entidades financieras implementen estrategias de ciberseguridad para poder aumentar el alcance de los proyectos y propuestas desarrolladas a lo largo del 2018 en materia de talleres y simulaciones que impulsan la ciberseguridad.

• Fortalecer las capacidades del sector y la gestión de las amenazas informáticas y lograr ser el principal centro de respuesta y gestión de incidentes de seguridad de la industria bancaria con en CSIRT Financiero.

## Inclusión de comunidades en el sector financiero

• Lograr un indicador de bancarización del 82,2% y un indicador de uso de 69,3% respecto a 2018.

• Disminuir en 0,5 puntos porcentuales el volumen de efectivo en los medios de pago.

• Cerca del 6% del total de clientes (personas naturales y personas jurídicas) pertenece a un área rural, las entidades deben trabajar en la ampliación de la cobertura en estas zonas, a través de nuevos canales y productos, empleando la tecnología como el principal apalancador.

• Ampliar los puntos de atención que cuentan con facilidades de acceso para personas con discapacidad física, visual o auditiva.

## Gestión del consumidor financiero



• Lograr un índice de satisfacción de los consumidores financieros del 83%.

• Adoptar medidas que contribuyan a reducir el número de quejas más frecuentes presentadas por los consumidores financieros, con el fin de reducir este índice, tomando en cuenta el número de operaciones realizadas.

• El 78% de las entidades cuenta con políticas que considera aspectos de responsabilidad adicionales a las de ley durante las etapas de diseño y venta de productos, La implementación de este tipo de políticas es una oportunidad para aquellas entidades que aún no cuentan con ellas.

# CONFIANZA



**100%**

DE LAS ENTIDADES  
FINANCIERAS HAN  
ESTABLECIDO  
PROGRAMAS PARA  
BRINDAR  
**BENEFICIOS A SUS  
COLABORADORES  
DIRECTOS.**

---

## Gobierno corporativo riesgos y ética

- Continuar diversificando la composición de las juntas directivas en cuanto al nivel de dependencia, edad y género de sus integrantes, considerando que el 75% de ellos son mayores de 50 años y el 81% hombres.



## Lucha contra la corrupción

- Si bien se han implementado lineamientos para la lucha contra la corrupción tales como auditorías, indicadores y análisis de iniciativas, es importante establecer metas gremiales en torno al tema, con las cuales se guíen los esfuerzos de las entidades en un mismo sentido.

- El 97% de las entidades financieras han establecido códigos o políticas que declaran su compromiso de lucha contra la corrupción. Sin embargo, ampliar este alcance a la totalidad de las entidades es un reto para el fortalecimiento de la transparencia del sector y por tanto la confianza de todos sus grupos de interés.

## Balance del escenario económico del sector

- Al comparar los rubros de la generación y distribución del valor económico de la banca en Colombia, se identifica como un reto el aumentar la inversión en comunidades la cual representa un porcentaje considerablemente bajo de los ingresos del sector.



## Gestión del talento humano

- En cuanto a los planes para respaldar a los colaboradores próximos a jubilarse o que vayan a ser retirados por cambios organizacionales, se identificó que de las 28 entidades reportantes, 13 mencionan no contar con estos planes, por lo cual es importante incentivar el desarrollo de los mismos con el fin de fortalecer tanto la gestión del conocimiento, al interior de las entidades, como de mantener la calidad de vida de los colaboradores en cada una de las etapas de su vida laboral.

- En relación a la remuneración salarial, se resalta el hecho de que en los niveles de cargo no existen grandes brechas en términos de igualdad de género, al ser en algunos casos mayor salario para mujeres y en otros para hombres. Sin embargo, en la gerencia media y alta, (vicepresidentes, gerentes o directores) la brecha es más alta, por lo que se identifica como una oportunidad para las entidades, continuar trabajando en pro de la equidad.

- El 100% de las entidades financieras han establecido programas para brindar beneficios a sus colaboradores directos, Sin embargo, tan solo 4 entidades ofrecen programas de beneficios para sus colaboradores indirectos. Por tal motivo, extender los programas de beneficios en mayor proporción a los colaboradores indirectos es una oportunidad para las entidades que aún no lo hacen.

## Inversión en comunidades

- Ya que a nivel nacional los departamentos con ciudades principales concentran el mayor porcentaje de ejecución de los programas de inversión en comunidades, se considera importante que estos se ofrezcan en mayor medida en las demás regiones del país.

- Se identifica la oportunidad de abordar aún más la línea de intervención en salud, ya que por un lado esta solo hizo parte del 1% de los programas de inversión social en 2018, y por otro, fue la línea con la donación más reducida (0.02%) en comparación con otras líneas de intervención, como educación y emprendimiento.



## Educación financiera

• El 93% de las entidades han establecido un programa de educación financiera para sus colaboradores sin embargo, se considera importante que aquellas que no han extendido su programa a este grupo, lo incluyan. De esta forma se aprovecharían los conocimientos del sector para mejorar las capacidades de los colaboradores en las diferentes temáticas de educación financiera.



## Apoyo a procesos de posconflicto

Para el 2018 se identifica que 13 de 23 entidades cuentan con prácticas o iniciativas relacionadas con posconflicto, lo cual es positivo, pero aún representa una oportunidad para extender esta práctica en todo el sector. Lo anterior teniendo en cuenta la transición a la paz que atraviesa el país y por lo tanto la importancia de la contribución que puede hacer el sector. A continuación se presentan algunas de estas iniciativas.

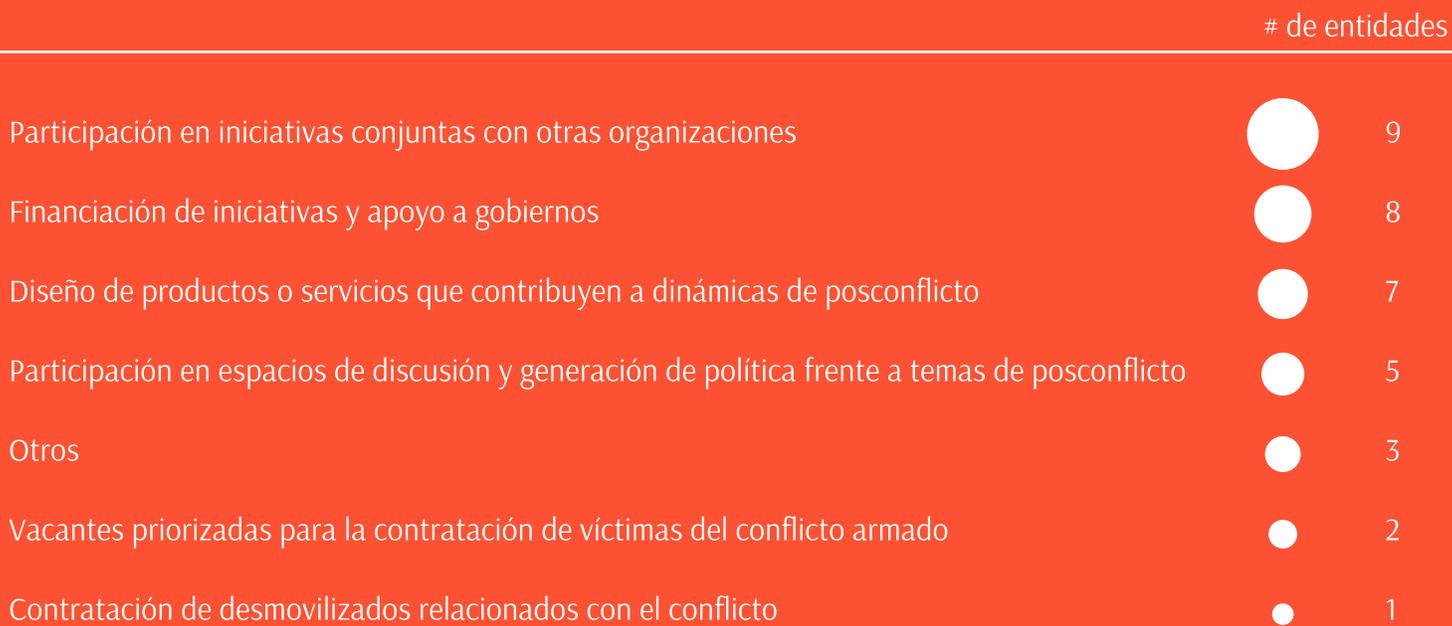
## Contribuciones internas y externas.

De manera interna las entidades hacen contribuciones al posconflicto mediante capacitaciones sobre el tema para empleados, incorporación de aspectos relacionados con posconflicto entre las evaluaciones de riesgo, donación de recursos, vacantes para la población del posconflicto y líneas de crédito de redescuento para víctimas y reincorporados<sup>1</sup>.

Las contribuciones externas más destacadas se relacionan con participación en iniciativas conjuntas con otras organizaciones y financiación de iniciativas.

<sup>1</sup> Información de 5 entidades.

## ¿Qué tipos de contribución externa realiza su entidad?



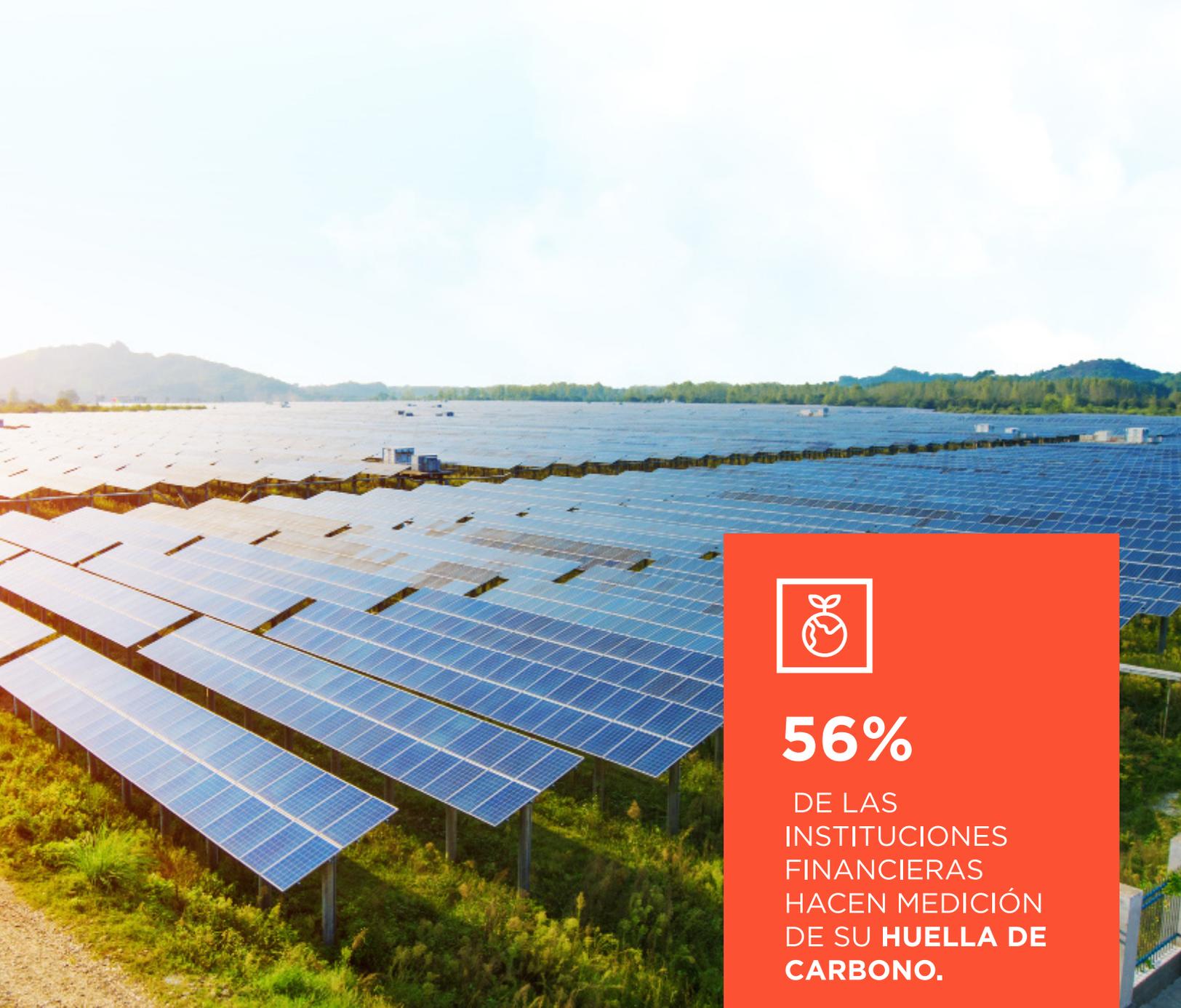
Otras contribuciones tienen que ver con apoyo a la gestión fiscal de municipios PDET<sup>2</sup> y micro finanzas, además de beneficios, productos, servicios y contratación de proveedores PPR (persona en proceso de reintegración).

### GRÁFICA 1. TIPOS DE CONTRIBUCIÓN EXTERNA PARA EL POSCONFLICTO

(NÚMERO DE ENTIDADES, INFORMACIÓN DE 13 ENTIDADES). \*LA OPCIÓN DE RESPUESTA ES MÚLTIPLE.

<sup>2</sup> PDET es definido por el Gobierno Nacional como un programa subregional de transformación integral del ámbito rural a 10 años, a través del cual se ponen en marcha con mayor celeridad los instrumentos de la Reforma Rural Integral en los territorios más afectados por el conflicto armado, la pobreza, las economías ilícitas y la debilidad institucional.

# SOSTENIBILIDAD



**56%**

DE LAS  
INSTITUCIONES  
FINANCIERAS  
HACEN MEDICIÓN  
DE SU **HUELLA DE  
CARBONO.**

---

## Protocolo Verde

### Productos verdes

- El sector financiero en Colombia tiene actualmente 9 entidades que están implementando una política o lineamientos específicos para el diseño de productos que promuevan beneficios ambientales. Además, 12 compañías cuentan con productos o servicios asociados a promover proyectos o actividades que generan impactos ambientales positivos. Es un reto para el gremio que cada vez más entidades implementen estrategias que contribuyan al desarrollo sostenible.

- El 27% de las entidades están en proceso o tienen esquemas de medición de impacto de sus líneas verdes. Para el sector financiero, es un reto que todas las entidades logren integrar este tipo de esquemas para controlar y evaluar riesgos de una manera objetiva, con el fin de que las líneas verdes tengan mayor alcance.

- Las compañías realizaron inversiones en cartera que genera beneficios ambientales por 1,69 billones de pesos. Es una oportunidad para las entidades implementar nuevas líneas de inversión innovadoras que permitan aportar al desarrollo sostenible del país en varios tipos de industria. Asimismo, para el gremio es un reto hacer mayores inversiones en cartera que genera beneficios ambientales.



### Sistemas de administración del riesgo ambiental y social

- El 64% de las instituciones financieras cuenta con una política o lineamientos específicos que permiten determinar los riesgos ambientales y sociales que pueden generar los proyectos financiados. Es un reto para el gremio a partir de la evaluación de este tipo de riesgos, que haya mayor trazabilidad de los recursos suministrados. Por consiguiente, que el 36% de las entidades restantes involucren estas herramientas en su estrategia.

- 1.543 colaboradores de las entidades mejoraron sus competencias en implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio. Es un reto para las instituciones financieras que mayor parte de sus recursos humanos tengan capacidad de analizar los riesgos ambientales y sociales de los productos y servicios ofrecidos.

- La implementación de las políticas y procedimientos de evaluación de riesgos ambientales y sociales implica una evaluación previa para establecer si se presentan las condiciones adecuadas. Por ese motivo, fueron aprobados el 71% de los créditos evaluados, lo que significa que hay una oportunidad tanto para las entidades como para los solicitantes de tener acceso a recursos siempre y cuando haya una correcta estructuración de los proyectos. Adicionalmente se identifica una oportunidad frente a la inclusión de la evaluación de estos riesgos en otras líneas de negocio.



### Ecoeficiencia

- En 2018, 25 entidades desarrollaron iniciativas de ecoeficiencia, tales como gestión de energía, papel, agua y residuos. El reto para el gremio es ampliar el alcance de estas iniciativas con el fin de disminuir sus impactos ambientales y mejorar su rentabilidad.

- El 72% de las entidades tienen algún tipo de seguimiento a sus indicadores ambientales, es una oportunidad para estas compañías analizar su desempeño y establecer estrategias para mejorar y continuar reduciendo sus impactos ambientales directos. Para aquellas entidades que no realizan este tipo de seguimiento es importante iniciar este monitoreo, con el fin de establecer una línea base que les permitan establecer estrategias para mejorar su desempeño ambiental.

- Iniciativas como la utilización de focos de bajo consumo, apagar la luz en ambientes sin uso, aprovechar la luz solar y el uso de herramientas electrónicas de consumo más eficiente, contribuyen a disminuir el consumo de energía eléctrica. Respecto al 2016 las entidades financieras han disminuido su consumo en 20.303.254kW/h. Es un reto continuar implementando mecanismos de ahorro energético y uso de energías renovables, como energía solar y celdas de combustible, bajo el concepto de construcción sostenible.

- Los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) son un problema creciente para la sociedad debido a la rápida innovación y sustitución de productos. Las entidades del gremio han hecho un

esfuerzo por gestionar este tipo de residuos ya sea por reutilización, reciclaje u otros. Hubo una gestión en el año de 656 toneladas de RAEE. El reto es ampliar la vida útil de los dispositivos electrónicos y buscar que haya mayor gestión de este tipo de residuos por parte de las entidades financieras ya que hoy en día la actividad bancaria se fundamenta en el uso de este tipo de dispositivos.

## Cambio climático

- Las compañías del gremio en su totalidad identificaron riesgos relacionados con el cambio climático. En primer lugar, un reto para el sector consiste en que todas las entidades continúen identificando y compartiendo con los demás agremiados sus conocimientos y aprendizajes sobre este tema. Por otra parte, más allá de la identificación, se deben implementar estrategias para mitigar los riesgos ambientales y sociales del cambio climático.

- El 56% de las instituciones financieras hacen medición de su huella de carbono. Es un reto para el gremio que todas las entidades puedan monitorear sus emisiones e implementar estrategias específicas que contribuyan a la mitigación del cambio climático.



## Cadena de suministro

- Es un reto para el sector incrementar los proveedores que son evaluados en el proceso de selección con respecto al uso responsable de recursos naturales o del impacto ambiental negativo que generan, ya que la proporción aún es mínima respecto de la totalidad de los proveedores evaluados.

- La evaluación de los proveedores es fundamental para tener mayores impactos ambientales positivos. Por esa razón, es un reto para el sector disminuir la brecha entre el número de proveedores con relación comercial vigente que fueron evaluados y aquellos que no.

- Las compras verdes son un instrumento que contribuye al desarrollo sostenible de un país, por eso durante el año, 14 compañías trabajaron con sus proveedores y contratistas para que, desde la demanda de bienes y servicios hasta la disposición final de los mismos, se garantice el logro de los objetivos sociales y ambientales que se han propuesto. Es importante resaltar el incremento en el valor pagado sobre dichas compras, reflejando un crecimiento del 52% con respecto al 2017. Es un reto para el sector aumentar el número de compañías que implementan esta iniciativa con el fin de lograr un mayor alcance e impacto.

7

# DIRECTORIO DE 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	<a href="http://www.asobancaria.com/">www.asobancaria.com/</a>	<a href="http://www.asobancaria.com/sostenibilidad-2017/">www.asobancaria.com/sostenibilidad-2017/</a>
	BANCAMÍA	Carrera 9 No. 66 – 25 Bogotá D.C.	<a href="http://www.bancamia.com.co/">www.bancamia.com.co/</a>	<a href="http://www.bancamia.com.co/sobre-nosotros#informe-de-gestion-sostenible">www.bancamia.com.co/sobre-nosotros#informe-de-gestion-sostenible</a>
	BANCO AGRARIO DE COLOMBIA	Carrera 8 No. 15 – 42 Bogotá, D.C.	<a href="http://www.bancoagrario.gov.co/">www.bancoagrario.gov.co/</a>	<a href="https://www.bancoagrario.gov.co/RSE/Paginas/RSE.aspx">https://www.bancoagrario.gov.co/RSE/Paginas/RSE.aspx</a>
	BANCO AV VILLAS	Carrera 7 No. 77- 65, Bogotá D.C.	<a href="http://www.avillas.com.co/">www.avillas.com.co/</a>	<a href="https://bit.ly/2GCbSoq">https://bit.ly/2GCbSoq</a>
	BANCO CAJA SOCIAL	Carrera 7 No. 77- 65 Torre Colmena Bogotá D.C.	<a href="http://www.bancocajasocial.com/">www.bancocajasocial.com/</a>	<a href="http://www.fundacionsocial.com/">www.fundacionsocial.com/</a>
	BANCO COLPATRIA RED MULTIBANCA COLPATRIA	Carrera 7 No. 24 - 89 Piso 10, Bogotá D.C.	<a href="https://www.colpatria.com/">https://www.colpatria.com/</a>	<a href="http://www.colpatria.com/responsabilidad-s.aspx">www.colpatria.com/responsabilidad-s.aspx</a>
	BANCOMPARTIR	Calle 16 No. 6 - 66 Edificio Avianca Bogotá D.C.	<a href="http://www.bancompartir.co/">www.bancompartir.co/</a>	<a href="http://www.bancompartir.co/#!sostenibilidad">www.bancompartir.co/#!sostenibilidad</a>
	BANCO COOPCENTRAL	Avenida Calle 116 No. 23 - 06 /28 Edificio Business Center 116 Bogotá D.C.	<a href="http://www.coopcentral.com.co/">www.coopcentral.com.co/</a>	<a href="http://www.coopcentral.com.co/index.asp?id_pagina=203">www.coopcentral.com.co/index.asp?id_pagina=203</a>
	ITAÚ CORPBANCA COLOMBIA S. A.	Carrera 7 No. 27-02	<a href="http://www.italu.co/">www.italu.co/</a>	<a href="http://www.italu.co/sites/default/files/relacion_inversionistas/index.html">www.italu.co/sites/default/files/relacion_inversionistas/index.html</a>
	BANCO DAVIVIENDA S.A.	Avenida el Dorado No. 68 C -61 Piso 10. Bogotá D.C.	<a href="http://www.davivienda.com/">www.davivienda.com/</a>	<a href="https://bit.ly/2TKOtBY">https://bit.ly/2TKOtBY</a>
	BANCO DE BOGOTÁ	Calle 36 No. 7- 47 Bogotá D.C.	<a href="http://www.bancodebogota.com/">www.bancodebogota.com/</a>	<a href="https://bit.ly/2DhQAv6">https://bit.ly/2DhQAv6</a>
	BANCO DE OCCIDENTE	En Bogotá: Calle 13 No. 46 - 39 Carrera 4 No. 7- 61 Piso 15 Cali - Valle	<a href="http://www.bancodeoccidente.com.co/">www.bancodeoccidente.com.co/</a>	<a href="http://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/quienes-somos/informacion-para-accionistas/responsabilidad-social">www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/quienes-somos/informacion-para-accionistas/responsabilidad-social</a>
	BANCO FALABELLA	Avenida 19 No. 120 - 71 Piso 3 Bogotá D.C.	<a href="http://www.bancofalabella.com.co/home">www.bancofalabella.com.co/home</a>	<a href="http://www.bancofalabella.com.co/informacion-institucional">www.bancofalabella.com.co/informacion-institucional</a>

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.	<a href="http://www.bancofinandina.com/">www.bancofinandina.com/</a>	<a href="http://www.bancofinandina.com/institucional">www.bancofinandina.com/institucional</a>
	BANCO GNB SUDAMERIS	Carrera 7 No 75 - 85 Bogotá D.C.	<a href="http://www.gnbsudameris.com.co/">www.gnbsudameris.com.co/</a>	
	BANCO PICHINCHA	Dirección General: Avenida de las Américas # 42-81 Bogotá D.C. Carrera 35 No. 42 – 39 Bucaramanga – Santander	<a href="http://www.bancopichincha.com.co">www.bancopichincha.com.co</a>	<a href="https://www.bancopichincha.com.co/web/corporativo/responsabilidad-social">https://www.bancopichincha.com.co/web/corporativo/responsabilidad-social</a>
	BANCO MUNDO MUJER	Carrera 11 No. 5 - 56 Popayán - Cauca	<a href="http://www.bmm.com.co/">www.bmm.com.co/</a>	<a href="http://www.bmm.com.co/pdf/politicaSocial.pdf">www.bmm.com.co/pdf/politicaSocial.pdf</a>
	BANCO POPULAR	Calle 17 No. 7- 43 Bogotá D.C.	<a href="http://www.bancopopular.com.co/">www.bancopopular.com.co/</a>	
	BANCO PROCREDIT COLOMBIA	Avenida Calle 39 No. 13 A – 16 Bogotá D.C.	<a href="http://www.bancoprocredit.com.co/es/">www.bancoprocredit.com.co/es/</a>	<a href="http://www.bancoprocredit.com.co/es/acerca-de-nosotros/sostenibilidad/proco-informacion-educativa.html">www.bancoprocredit.com.co/es/acerca-de-nosotros/sostenibilidad/proco-informacion-educativa.html</a>
	BANCO SANTANDER DE NEGOCIOS COLOMBIA S.A.	Carrera 7 número 75-66 piso 7 oficina 701 Bogotá D.C.	<a href="http://www.santander.com.co/">www.santander.com.co/</a>	<a href="http://www.santander.com/csgs/Satellite/CFWCSancomQP01/es_ES/Corporativo/Sostenibilidad/Santander-y-la-sostenibilidad/Informes.html">www.santander.com/csgs/Satellite/CFWCSancomQP01/es_ES/Corporativo/Sostenibilidad/Santander-y-la-sostenibilidad/Informes.html</a>
	BANCOLDEX	Calle 28 No. 13A - 15 Pisos 38 al 42 Bogotá D.C.	<a href="http://www.bancoldex.com/">www.bancoldex.com/</a>	<a href="http://www.bancoldex.com/sobre-bancoldex/quienes-somos/compromiso-con-la-sostenibilidad-113">www.bancoldex.com/sobre-bancoldex/quienes-somos/compromiso-con-la-sostenibilidad-113</a>
	BANCOLOMBIA	Carrera 48 No. 26 - 85 Avenida Los Industriales Medellín (Antioquia)	<a href="http://www.grupobancolombia.com/">www.grupobancolombia.com/</a>	<a href="http://www.grupobancolombia.com/wps/porta/acerca-de/informacion-corporativa/sostenibilidad/">www.grupobancolombia.com/wps/porta/acerca-de/informacion-corporativa/sostenibilidad/</a>
	BANCO COOMEVA S.A.	Casa Principal y Notificación: Calle 13 No. 57 - 50 Piso 2, Cali - Valle	<a href="http://www.bancoomeva.com.co/">www.bancoomeva.com.co/</a>	<a href="http://www.bancoomeva.com.co/48271">www.bancoomeva.com.co/48271</a>
	BANCO W	Avenida 5 Norte No. 16 N - 57 Piso 4 Cali - Valle	<a href="http://www.bancow.com.co/">www.bancow.com.co/</a>	<a href="http://www.bancow.com.co/acerca-de-nosotros/informes-de-sostenibilidad/">www.bancow.com.co/acerca-de-nosotros/informes-de-sostenibilidad/</a>
	BBVA COLOMBIA	Carrera 9 No. 72 – 21 Bogotá D.C.	<a href="http://www.bbva.com.co/">www.bbva.com.co/</a>	<a href="http://www.colombia.bancaresponsable.com/">www.colombia.bancaresponsable.com/</a>
	CITIBANK COLOMBIA	Carrera 9A No. 99 - 02 Piso 3 Bogotá D.C.	<a href="http://www.citibank.com.co/">www.citibank.com.co/</a>	<a href="http://www.citibank.com.co/institucional/sostenibilidad/index.htm">www.citibank.com.co/institucional/sostenibilidad/index.htm</a>
	CORPORACIÓN FINANCIERA COLOMBIANA.	Carrera 13 No. 26 - 45 Pisos 3, 7 y 8. Bogotá D.C.	<a href="http://www.corficolombiana.com/">www.corficolombiana.com/</a>	<a href="https://bit.ly/2URDvCH">https://bit.ly/2URDvCH</a>

logo	Entidad financiera (102-5)	Dirección oficina principal (102-3)	Página web	Página web de sostenibilidad o responsabilidad social
 <b>BNP PARIBAS</b>	BNP PARIBAS COLOMBIA CORPORACIÓN FINANCIERA	Carrera 7 No. 77 - 07 Piso 11 Edificio Torre Siete 77 Bogotá D.C.	<a href="http://bnpparibas.com.co/es/">http://bnpparibas.com.co/es/</a>	<a href="http://bnpparibas.com.co/es/grupo-bnp-paribas/responsabilidad-social-corporativa/">http://bnpparibas.com.co/es/grupo-bnp-paribas/responsabilidad-social-corporativa/</a>
 <b>Titularizadora COLOMBIANA</b>	TITULARIZADORA COLOMBIANA S.A.	Carrera 9 A No.99-02 Ofic. 701-702 Bogotá D.C.	<a href="http://www.titularizadora.com/">www.titularizadora.com/</a>	<a href="http://www.titularizadora.com/paginas/ComVivienda/compradores.aspx?id=1&amp;page=154">www.titularizadora.com/paginas/ComVivienda/compradores.aspx?id=1&amp;page=154</a>
 <b>Findeter</b> Financiera del Desarrollo	FINDETER- FINANCIERA DE DESARROLLO TERRITORIAL	Calle 103 No. 19 -20 Bogotá D.C.	<a href="http://www.findeter.gov.co/">www.findeter.gov.co/</a>	<a href="http://www.findeter.gov.co/publicaciones/500057/informes-anuales-de-ejecucion-y-gestion/">www.findeter.gov.co/publicaciones/500057/informes-anuales-de-ejecucion-y-gestion/</a>
 <b>FINAGRO</b> Fondo para el financiamiento del sector Agropecuario	FINAGRO	Carrera 13 No. 28 - 17 Pisos 2, 3, 4 y 5 Bogotá D.C.	<a href="http://www.finagro.com.co/">www.finagro.com.co/</a>	<a href="http://www.finagro.com.co/informacion-al-ciudadano/informes-de-gestion">www.finagro.com.co/informacion-al-ciudadano/informes-de-gestion</a>
 <b>FDN</b> Financiera de Desarrollo Nacional	FINANCIERA DE DESARROLLO NACIONAL - FDN	Carrera 7 # 71-52, Torre B, Piso 6 Bogotá D.C.	<a href="http://www.fdn.com.co/">www.fdn.com.co/</a>	<a href="http://www.fdn.com.co/es/la-fdn/responsabilidad-social-ambiental">www.fdn.com.co/es/la-fdn/responsabilidad-social-ambiental</a>
 <b>BANCO DE LA REPÚBLICA</b>	BANCO DE LA REPÚBLICA	carrera 7 # 14-78 Bogotá D.C.	<a href="http://www.banrep.gov.co/">www.banrep.gov.co/</a>	<a href="http://www.banrep.gov.co/es/sostenibilidad">www.banrep.gov.co/es/sostenibilidad</a>
 <b>J.P.Morgan</b>	JPMORGAN CORPORACIÓN FINANCIERA S.A. – J.P. MORGAN.	Carrera 11 No. 84 - 09 Oficinas 701, 702 y 703 Bogotá D.C.	<a href="http://www.jpmorgan.com/country/CO/ES/about">www.jpmorgan.com/country/CO/ES/about</a>	<a href="http://www.jpmorgan.com/country/CO/ES/corporate-responsibility">www.jpmorgan.com/country/CO/ES/corporate-responsibility</a>
 <b>GMAC</b>	GM Financiera Colombia S.A,	Calle 98 No. 22 - 64 Piso 9 Bogotá D.C	<a href="https://www.chevroletfs.com.co/">https://www.chevroletfs.com.co/</a>	
 <b>CREDFINANCIERA</b> COMPANÍA DE FINANCIAMIENTO	CREDFINANCIERA COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO.	Carrera 10 No. 64 – 44 Bogotá D.C.	<a href="http://www.credifinanciera.com.co/">www.credifinanciera.com.co/</a>	<a href="http://www.credifinanciera.com.co/rse">www.credifinanciera.com.co/rse</a>
 <b>WELLS FARGO</b>	WELLS FARGO BANK NATIONAL ASSOCIATION	Calle 100 No. 8A – 49 Torre B	<a href="http://www.wellsfargo.com/es/international-remittances/south-america/">www.wellsfargo.com/es/international-remittances/south-america/</a>	

8.1

# ÍNDICE GRI

Informe de sostenibilidad

# GRI 102-55 Índice de contenidos GRI

Estándar GRI/ Indicador propio	Ubicación/ Respuesta directa	Omisiones
<b>Introducción</b>		
<b>2. Sobre el sector y Asobancaria</b>		
2.1 Generalidades del sector financiero y Asobancaria		
GRI 102-1 Nombre de la Organización	El nombre de cada entidad, puede ser consultada en el numeral 7. Directorio de compañías afiliadas a Asobancaria.	
GRI 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	Por tratarse de un informe sectorial, las actividades, productos y servicios varían de acuerdo con cada entidad financiera, por lo que se hace una descripción general de éstas en el apartado 2. Sobre el sector y Asobancaria.	
GRI 102-3 Ubicación de la sede	Para conocer la ubicación específica por entidad, se puede consultar el numeral 7. Directorio de compañías afiliadas a Asobancaria.	
GRI 102-4 Ubicación de las operaciones	Dada la naturaleza sectorial del informe, la información contenida corresponde a las operaciones de las entidades en Colombia.	
GRI 102-5 Propiedad y forma jurídica	La forma jurídica de cada entidad puede consultarse en el sitio web, que se encuentra referenciado en el numeral 7. Directorio de compañías afiliadas a Asobancaria.	
GRI 102-6 Mercados servidos	Ver numeral 2.1 Generalidades del sector financiero y Asobancaria.	
GRI 102-9 Cadena de suministro	Ver numeral 2.1 Generalidades del sector financiero y Asobancaria.	Por el tipo de informe y organización agremiada, esta cadena de suministro no se describe. Las prácticas de proveedores pueden ser consultadas en la sección 5.3 Evaluación y selección de la cadena de abastecimiento.
GRI 102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Por la naturaleza del informe, los cambios significativos dependen de las entidades agremiadas y del número de ellas que respondan a la encuesta. Ver apartado 2.4 La sostenibilidad en el sector financiero. En el informe de 2017, para el capítulo de gestión del consumidor financiero, la meta gremial de satisfacción general 2018 se presentó como 83%. Esta meta se ajustó a 82%.	
GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	La descripción de cómo las organizaciones aplican el principio o enfoque de precaución se encuentra en la sección 5.2 Protocolo Verde.	
<b>2.4 La sostenibilidad en el sector financiero</b>		
GRI 102-12 Iniciativas externas	Ver numeral 2.4 La sostenibilidad en el sector financiero. También se puede consultar información en <a href="https://www.asobancaria.com/sostenibilidad-2019/">https://www.asobancaria.com/sostenibilidad-2019/</a>	
GRI 102-13 Afiliación a asociaciones		
<b>1. Carta del presidente de Asobancaria y carta del presidente de la Junta Directiva.</b>		
GRI 102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Ver numeral 1 Carta del presidente de Asobancaria y carta del presidente de la Junta Directiva.	
<b>2.3 Grupos de interés</b>		
GRI 102-40 Lista de grupos de interés		
GRI 102-41 Acuerdos de negociación colectiva		
GRI 102-42 Identificación y selección de grupos de interés	Ver numeral 2.3 Grupos de interés.	
GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés		
GRI 102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados		
<b>2.2 Sobre la encuesta de sostenibilidad</b>		
GRI 102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Ver numeral 2.2 Sobre la encuesta de sostenibilidad.	Las entidades incluidas en los estados financieros consolidados de la organización no aplica para el tipo de reporte, sin embargo en esta sección se aclara cuales son las compañías que respondieron a la encuesta con la cual se elabora el presente reporte.
<b>2.4 La sostenibilidad en el sector financiero</b>		
GRI 102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	Ver numeral 2.4 La sostenibilidad en el sector financiero. También se puede consultar información en <a href="https://www.asobancaria.com/sostenibilidad-2019/">https://www.asobancaria.com/sostenibilidad-2019/</a>	

# GRI 102-55 Índice de contenidos GRI

Estándar GRI/ Indicador propio	Ubicación/ Respuesta directa	Omisiones
<b>Sobre este informe</b>		
GRI 102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	Ver sección Sobre este informe.	
<b>2.4 La sostenibilidad en el sector financiero</b>		
GRI 102-47 Lista de temas materiales	Ver numeral 2.4 La sostenibilidad en el sector financiero	
<b>Sobre este informe</b>		
GRI 102-48 Reexpresión de la información	Ver sección Sobre este informe.	Por la característica del reporte no se describen los efectos de las reexpresiones de la información de informes anteriores y sus motivos, ya que los datos históricos se solicitan en la misma encuesta.
GRI 102-49 Cambios en la elaboración de informes		
GRI 102-50 Periodo objeto del informe		
GRI 102-51 Fecha del último informe		
GRI 102-52 Ciclo de elaboración de informes		
GRI 102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe		
GRI 102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI		
GRI 102-56 Verificación externa		
<b>3. Competitividad</b>		
<b>Temas materiales</b>		
<b>3.2 Rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sistema financiero</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ver numeral 3.2 Rentabilidad, crecimiento y estabilidad del sistema financiero.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
G4-FS6 Porcentaje del portafolio de las líneas de negocio por tregión específica, tamaño (micro / mediana / gran empresa) y sector		
<b>3.3 Innovación de canales y productos</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ver numeral 3.3 Innovación de canales y productos.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
INN-1 Presupuesto para innovación		
INN-2 Número de innovaciones discriminadas por tipo y criterio		
<b>3.4 Seguridad digital</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ver numeral 3.4 Seguridad digital.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
SIF-1 Seguridad informática y física		
<b>3.5 Inclusión de comunidades en el sector financiero</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ver numeral 3.5 Inclusión de comunidades en el sector financiero.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
G4-FS1 Políticas con componentes sociales específicos aplicados a las líneas de negocios.		

# GRI 102-55 Índice de contenidos GRI

Estándar GRI/ Indicador propio	Ubicación/ Respuesta directa	Omisiones
<b>3.5 Inclusión de comunidades en el sector financiero</b>		
G4-FS7 Valor monetario de los productos y servicios creados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio, divididos por finalidad.	Ver numeral 3.5 Inclusión de comunidades en el sector financiero.	No se aportan los datos correspondientes a objeto, descripción del producto, grupo social objetivo y la proporción del valor monetario total para cada línea de negocio, ya que estos varían por cada entidad; por lo que que no se presentan de manera agregada.
IFC-1 Puntos de acceso en áreas de baja densidad poblacional o lugares económicamente desfavorecidos.		
<b>3.6 Gestión del consumidor financiero</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ver numeral 3.6 Gestión del consumidor financiero.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios		
GRI 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing		
GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés		
GCF-1 Políticas para el correcto diseño y venta de productos y servicios financieros		
<b>4. Confianza</b>		
<b>4.2 Gobierno corporativo, riesgos y ética</b>		
GRI 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta.	Ver 4.2 Gobierno corporativo, riesgos y ética.	
GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupación por la ética.		
GOB-1 Composición del máximo órgano de gobierno		
GOB-2 Presidente del máximo órgano de gobierno		
GRI 102-18 Estructura de gobernanza		
<b>4.3 Lucha contra la corrupción</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ver 4.3 Lucha contra la corrupción.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
LCC-1 Compromiso de lucha contra la corrupción		
LCC-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		
GRI 205-3 Incidentes confirmados de corrupción y acciones tomadas		
<b>4.4 Balance del escenario económico del sector</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	4.4 Balance del escenario económico del sector.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido		
<b>4.5 Gestión del talento humano</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ver numeral 4.5 Gestión del talento humano.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		

# GRI 102-55 Índice de contenidos GRI

Estándar GRI/ Indicador propio	Ubicación/ Respuesta directa	Omisiones
<b>4.5 Gestión del talento humano</b>		
GRI 102-7 Tamaño de la organización	Ver numeral 4.5 Gestión del talento humano.	Dada la naturaleza gremial del informe, no se aportan datos agregados de número total de operaciones, ventas netas, capitalización total desglosada en términos de deuda y capital o la cantidad de productos o servicios proporcionados o prestados (esta información es específica por entidad).
GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados		Se reportan datos en cuanto a la diversidad por género, pero no por edad u otras categorías, ya que no se cuenta con esta información.
GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores		
GRI 202-2 Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local		
GRI 405-2 Relación entre salario básico y remuneración de mujeres a hombres		
GRI 202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local		
GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal		Se reportan datos de número y porcentaje por género, ya que no se cuenta con información por edad o región.
GRI 404-2 Programas para mejorar las habilidades de los empleados y programas de asistencia para la transición		
GRI 404-1 Media de horas de formación al año por empleado		
GRI 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y desarrollo profesional		
GRI 102-41 Acuerdos de negociación colectiva		
GRI 401-2 Beneficios proporcionados a empleados de tiempo completo que no se brindan a empleados temporales o de medio tiempo		
GRI 401-3 Permiso parental		
<b>4.6 Inversión en comunidades</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ver numeral 4.6 Inversión en comunidades.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 203-1 Inversiones en infraestructura y servicios apoyados		
<b>4.7 Educación financiera</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ver numeral 4.7 Educación financiera.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
G4-FS16 Iniciativas para mejorar la educación financiera		
<b>5. Sostenibilidad</b>		
<b>5.2 Protocolo verde</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ver numeral 5.2 Protocolo verde.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
<b>5.2.1 Productos verdes</b>		
PRV-1 Políticas con aspectos medioambientales	Ver numeral 5.2.1 Productos verdes.	
PRV-2 Procedimientos para evaluar y controlar los riesgos medioambientales en las líneas de negocio		
G4-FS8 Valor monetario de productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos		

# GRI 102-55 Índice de contenidos GRI

Estándar GRI/ Indicador propio	Ubicación/ Respuesta directa	Omisiones
<i>5.2.2 Sistemas de Administración del Riesgo Ambiental y Social</i>		
SRS-1 Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicados a las líneas de negocios	Ver numeral 5.2.2 Sistemas de Administración del Riesgo Ambiental y Social.	
SRS-2 Procedimientos para evaluar y controlar los riesgos medioambientales y sociales en las líneas de negocio		
SRS-3 Procesos para monitorear la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones		
SRS-4 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-FS9 Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas y procedimientos de evaluación de riesgos ambientales y sociales		
<i>5.2.3 Ecoeficiencia</i>		
ECE-1 Insumos reciclados	Ver numeral 5.2.3 Ecoeficiencia.	No se detalla la fuente de extracción de agua, debido a la naturaleza sectorial del informe; dado que corresponde al consumo de agua de las oficinas, esta proviene de los acueductos locales donde se encuentran ubicadas.
GRI 303-1 Extracción de agua por fuente		
ECE-2 Consumo de energía eléctrica		
GRI 306-2 Residuos por tipo y método de eliminación		
<i>5.2.4 Cambio climático</i>		
CCT-1 Riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Ver numeral 5.2.4 Cambio climático.	Dado que los datos son agregados, no se detallan los gases incluidos en el cálculo, las emisiones biogénicas, la fuente de los factores de emisión, el potencial de calentamiento global, el enfoque de consolidación o los estándares empleados.
GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (Alcance 1)		
GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (Alcance 2)		
GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)		
<b>5.3 Evaluación y selección de la cadena de abastecimiento</b>		
GRI 103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ver numeral 5.3 Evaluación y selección de la cadena de abastecimiento.	
GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
CRS-1 Proveedores evaluados en relación con los impactos ambientales		
GRI 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales		
CRS-2 Evaluación al banco por parte de proveedores		
CRS-3 Compras verdes		
GRI 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales		

8.2

# CASOS DEL SECTOR FINANCIERO

Informe de sostenibilidad

# COMPETITIVIDAD



## INNOVACIÓN EN CANALES Y PRODUCTOS



### Estrategia de transformación digital

El producto de cuentas de ahorro cero comisiones se desarrolló en el marco de una experiencia end to end, esto significa que para abrir una cuenta de ahorros digital no se requieren documentos, firmas ni huellas, lo cual, brindó a las personas la posibilidad de entrar al sistema financiero disfrutando de ciertos beneficios creados específicamente para este segmento de la población, reduciendo costos y diligencias durante el proceso, permitiendo la trazabilidad en todas las etapas.

Este producto permite hacer el envío del plástico sin procesos y con firma digital, brinda la posibilidad al cliente de escoger la oficina donde queda asignada la cuenta, además se le entrega el número de cuenta de ahorros o nómina activa y en línea, logrando que este la pueda utilizar inmediatamente y da la opción de liberar de 4x1000.

La estrategia presentó importantes resultados, logró disminuir el tiempo de entrega de tarjeta débito de 10 a 2.8 días al igual que el costo de entrega de \$43.000 a \$7.500 por tarjeta débito entregadas



a domicilio, mayor porcentaje de activación pasando de 4.7% a 7.9% en primer mes, más de 100 mil cuentas abiertas desde enero del 2018 se logró en septiembre una participación en cuentas de ahorro del 67%, disminuyendo el tiempo de apertura de cuenta de ahorros por cliente de 35 minutos a 8 minutos en promedio. Las oficinas adoptaron el flujo digital pasando de 45 a 8 minutos más el ahorro de papel y tiempo para los asesores que representaba el proceso análogo y por último se creó el funnel de conversión para medir todo el proceso y poder entender cómo los usuarios se comportaban a través del flujo y se ha optimizado con base a esas mediciones.

## Lab digital

---

La revolución digital en la que estamos inmersos nos impulsó en 2017 a crear nuestro Lab Digital, con una inversión comprometida a cinco años de US\$100 millones para apalancar una estrategia orientada a generar cambios profundos en la manera cómo nos relacionamos e interactuamos con nuestros clientes, para que accedan a soluciones financieras de forma fácil, dinámica e interactiva, buscando generar experiencias disruptivas y memorables.

De esta forma, desde nuestro Lab Digital, en 2018 logramos consolidar el portafolio de productos digitales más amplio del mercado, compuesto por: Cuenta de Ahorro Digital, Tarjeta de Crédito Digital, Crédito de Vivienda Digital, Libranza Digital y Crédito Libre Destino Digital.

Estos productos ofrecen una experiencia instantánea, intuitiva y sencilla, por ejemplo, para Cuenta de Ahorro Digital el tiempo de solicitud no supera los cinco minutos y para Crédito de Vivienda Digital se tiene una aprobación en línea y sin documentos.

Para lograr la adopción de estos nuevos servicios y la migración transaccional a los canales digitales, implementamos en nuestras oficinas los módulos con autenticación biométrica, fruto de la alianza que tenemos con la Registraduría Nacional del Estado Civil. Al cierre de 2018, contamos con 140 módulos digitales para que nuestros clientes accedan de forma más ágil a nuestros productos. En los módulos, logramos la colocación de 56.529 Cuentas de Ahorro y 6,011 Tarjetas de Crédito.

Así mismo, a través de todo el canal Digital (Módulo oficinas, fuerza móvil y aliados, Web y Banca Móvil) logramos vincular 125.000 cuentas de ahorro nuevas, con un saldo de \$50.352 millones y 36.190 tarjetas de crédito con un saldo de \$42.276 millones.

Hoy contamos con más de 1.3 millones de clientes digitales, realizando más de 358 millones de transacciones en nuestro portal de internet y banca móvil, generando ingresos al negocio por \$4.724 millones.

## **Crédito móvil y cuenta móvil - productos digitales con facilidad de acceso**

---

A través de la transformación digital queremos mejorar la experiencia de nuestros clientes fortaleciendo su oferta de valor para que puedan realizar transacciones, atender necesidades y adquirir o administrar sus productos de forma fácil y segura.

La vinculación de clientes a través de productos digitales paso del 41% en el 2017 a un 76% en el 2018, gracias a la vinculación digital realizada por medio de la Cuenta Móvil. Adicionalmente, con 8 meses en el mercado al cierre del 2018, Cuenta Móvil participó en el 50% de las aperturas de cuentas en el Banco. En total se abrieron 286.000 cuentas móviles, con saldo a cierre de año de \$140 mil millones.

Por otra parte, Crédito Móvil ha potencializado la estrategia de consumo llegando a generar 17 veces más desembolsos en comparación con el proceso tradicional, lo cual equivale al 74% de los créditos otorgados por el Banco en los créditos de Libre Inversión. Desde junio y hasta diciembre de 2018 el producto ha generado más de 95 mil créditos por un valor de \$645 mil millones. Estos dos productos móviles generaron significativas eficiencias en la disminución del costo unitario de apertura: 85% para el caso de Crédito Móvil y de 90% para Cuenta Móvil.



## INCLUSIÓN DE COMUNIDADES EN EL SECTOR FINANCIERO

### Tecla de la Casita Roja

DaviPlata siempre ha sido una plataforma innovadora y está en constante búsqueda de soluciones digitales que generen valor en nuestros clientes. Por esta razón, y entendiendo las nuevas formas de relacionamiento social y de interacción con la banca por parte de las personas, lanzamos al mercado la Tecla de la Casita Roja, una solución que permite que cualquier persona pueda pasar plata a otro sin importar si este tiene o no DaviPlata, desde el teclado de su celular y desde cualquier red social.

Con esta nueva funcionalidad buscamos adaptarnos a los nuevos canales de relacionamiento de los clientes con la banca y a la vez ajustarnos a la nueva forma de interacción social fundamentada en la popularidad de las redes sociales. En el 2017, logramos más de 1

millón de nuevas descargas, 583 mil clientes nuevos, 1.4 transacciones a través de la Tecla y 7 mil millones en transferencias.

Con la “Tecla de la casita Roja” nuestros clientes además de pasar plata estando en redes sociales pueden realizar solicitudes de cobro, enviar un giro, dividir una cuenta y recargar el celular. Esto permitió a DaviPlata ser reconocido internacionalmente con el premio “Model Bank 2018” otorgado por Celent entre más de 170 bancos en el mundo. Gracias a esto la adopción de la aplicación creció en un 85% respecto al 2017, logrando al cierre del 2018 cerca de 1.5 Millones de clientes que usan DaviPlata a través de este canal, lo que nos posiciona como una plataforma innovadora e incluyente donde cualquier persona puede acceder a nuevas tecnologías.





## Crédito Fácil Condensa

Crédito Fácil Codensa es el producto líder bancarizador en Bogotá y cuenta con más de un millón de clientes, de los cuales cerca de 800 mil son clientes activos. Alrededor del 95% de los clientes que tienen Crédito Fácil Codensa pertenece a los estratos 1, 2 y 3 de Bogotá y sus alrededores y para el 75% de ellos representa su primera experiencia formal del crédito. Para 347 mil de estos clientes, es su única alternativa de financiación. El crecimiento en la red de comercios afiliados en donde se recibe la tarjeta, ha crecido hasta llegar a más de 18 mil puntos de venta y 4.700 marcas a nivel nacional.

Este producto, pionero en el país es ejemplo mundial por la manera en que ha acercado financiación formal a las personas de menor poder adquisitivo, y fue reconocido por el premio Nobel Prahalad en 2007 como un caso de éxito en la democratización del crédito.

En pro de buscar la mejora permanente del programa y de atender cada vez mejor a los clientes, entendiendo sus necesidades y sabiendo que el transporte es una de sus más apremiantes preocupaciones, el Crédito Fácil Codensa lanza al mercado una tarjeta de crédito (rotativo) que además de financiar productos o servicios cuenta con una nueva funcionalidad en alianza con el SITP.

La primera y única tarjeta de crédito en Colombia que les permitirá a los usuarios pagar sus pasajes del servicio público masivo de la Capital acercando su tarjeta al torniquete ("contact less"). Crédito Fácil le dará a los clientes la posibilidad de pagar hasta 4 pasajes al día con esta modalidad y los cobros de dichos consumos se realizarán una sola vez al mes de manera acumulada sin ningún tipo de interés siempre recibiendo sus cobros mensuales a través del recibo del servicio de energía.

## Primera emisión de Bonos Naranja en el mercado público de valores de Colombia

La economía creativa o Economía Naranja, definida por John Howkins, comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la creatividad y la propiedad intelectual. Arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos, entre otros, están dentro de las industrias que representan una gran oportunidad de crecimiento para Colombia y el mundo.

En una apuesta por impulsar esta economía como motor de crecimiento económico y social del país, el Gobierno Nacional está construyendo una política pública encaminada a atender las necesidades de las industrias creativas desde distintos frentes, que de igual manera tiene una relación directa con el cumplimiento de la Agenda 2030 y sus Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS).

Estos bonos están alineados con los ODS número 8 (Trabajo y crecimiento económico), 9 (Industria, Innovación e Infraestructura) y 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) y con estrategia naranja de la institución y la política del Gobierno.

Con este instrumento, Bancóldex les ofrece a los inversionistas una alternativa de inversión novedosa con una óptima rentabilidad, un bajo riesgo por el respaldo del emisor (calificación AAA), a través de la Bolsa de Valores de Colombia. La demanda superó 2.9 veces el monto ofrecido por Bancóldex y refleja el interés de los inversionistas locales e internacionales en este tipo de alternativas financieras.

Al cierre del 31 de diciembre de 2018 se habían desembolsado 1.964 proyectos elegibles para el Bono Naranja por un monto de 243 mil millones de pesos, distribuidos en 30 de los 32 departamentos del país, y cuyos beneficiarios se clasifican principalmente como Micro y Pequeñas empresas pertenecientes a las industrias cultural y creativa del país.



## Emisión de Bonos Sociales en el mercado público de valores de Colombia

A través de esta emisión, los recursos de los inversionistas son destinados a apoyar el acceso de las micros y pequeñas empresas -especialmente las rurales, las lideradas por mujeres y víctimas del conflicto armado categorizadas como poblaciones vulnerables- al crédito formal, reduciendo sus costos y mejorando sus perspectivas de inversión.

La financiación de estos proyectos contribuyen significativamente al desarrollo social del país, principalmente, al impulsar la generación de ingreso e incrementar el empleo en los grupos vulnerables; al apoyar la reducción de la inequidad de ingreso entre género; y al promover la inclusión financiera y la integración de comunidades naturalmente excluidas. Con esto, los Bonos Sociales favorecen el cumplimiento de las metas de los ODS 5, 8, 9 y 10

La emisión de Bonos Sociales, llevada a cabo en mayo del 2018, logró la colocación de 400 mil millones de pesos en el mercado público de valores, superando en 4.17 veces el valor ofertado. Esto evidenció el interés de los inversionistas en destinar sus recursos a inversiones de impacto social de la mano de la banca como socio estratégico.

Al cierre del 31 de diciembre de 2018 se habían financiado 3.241 proyectos elegibles para el Bono Social por un monto de 471 mil millones de pesos, distribuidos en 30 de los 32 departamentos del país y cuyos beneficiarios fueron principalmente Microempresas.

### MoviAgro

Con el proyecto de movilidad el Banco MoviAgro se buscó implementar una aplicación tecnológica a través de una tableta con funcionalidades integradas de: georreferenciación, agendamiento, y captura e impresión de formatos normativos con la información que contempla el proceso de originación de crédito para la población del sector agropecuario, consumo, Microfinanzas y pymes.

Adicionalmente, buscaba que esta herramienta se integrará con la aplicación Core del negocio (COBIS) enviando toda la información capturada del cliente y del crédito a los módulos respectivos en (COBIS) evitando reprocesos, mejorando la calidad de información y cumpliendo con las validaciones necesarias del proceso, asegurando eficiencia en operatividad y un proceso comercial más productivo beneficiando a la fuerza comercial en su gestión y a los clientes en cuanto a distancias, tiempo, calidad de atención y contactabilidad a través de planes de voz.

Algunos logros de la iniciativa fueron la entrega de 985 tabletas a la fuerza móvil de Banco Agrario, creación de Geocercas y así delimitar las zonas de cobertura, georreferenciación de predios de clientes y trazabilidad de rutas para ubicar los clientes en zona rural y urbana, seguimiento a la fuerza móvil en campo con el fin de identificar productividad y efectividad en su ejercicio y función como asesor comercial, funcionamiento de la aplicación MoviAgro en línea o fuera de línea y el diligenciamiento de la información de cliente y solicitud de crédito una sola vez optimizando el proceso interno de originación de crédito en el Banco Agrario.



## GESTIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

### Canales no presenciales

La Banca móvil, la Oficina virtual y la Corresponsalía con Baloto, se desarrollaron en un programa de Proyectos llamado Canales no presenciales, el cual tiene como objetivo brindar a nuestra comunidad de Asociados y Clientes mayor accesibilidad y disponibilidad en cualquier momento y lugar del país, donde pueda consultar y transar de manera ágil y segura. Solo con tener acceso a internet.

**Banca móvil:** Con el desarrollo de la nueva APP se pueden realizar recargas, consultas de productos, pagos, avances y transferencias a otros Bancos. La billetera como uno de sus servicios más innovadores se puede realizar transferencias persona a persona entre cuentas Bancoomeva sin necesidad de matricularlas, retirar dinero en cualquier punto de Baloto generando un código OTP, sin necesidad de tener tarjeta. Recibe notificaciones de todos los movimientos realizados y la herramienta Ubícanos permite visualizar las oficinas y cajeros más cercanos.

**Oficina virtual:** La oficina virtual fue renovada con altos estándares de seguridad y un look and feel que busca ser más amigable con los clientes. Se destaca la facilidad para realizar avances de cupo activo y tarjeta de crédito.

**Corresponsalía Baloto:** En alianza estratégica con Baloto, nuestros Asociados y clientes se podrán acercar a los 9.732 puntos a nivel nacional de Baloto, para realizar retiros con OTP (sin tarjeta), es decir que por medio de la Banca móvil se podrá generar un código, mostrarlo en Baloto y recibir el dinero, sin necesidad de utilizar un plástico. También podrán realizar consignaciones, pagos de estado de cuenta y pagos de convenios. Actualmente este canal se encuentra en piloto productivo por parte de todos los colaboradores del Banco, donde los invitamos a transar en cualquier punto Baloto, contarnos sus experiencias y finalizando Febrero masificar a todos nuestros clientes.

Para el 2019 los canales continuaran evolucionando en un proyecto llamado Experiencia digital, el cual busca ofrecer servicios de transacciones monetarias y no monetarias, desde los canales digitales, generando por los Asociados y clientes experiencias virtuales más ágiles y llevando los servicios del Banco a cualquier lugar donde se encuentre.





**BBVA**

## Campaña Uga-Uga BBVA

---

La realidad es que hoy los colombianos, estamos en la era de las oportunidades tecnológicas en muchas cosas (nos enteramos de todo lo que pasa, jugamos, vemos series, pedimos transporte, nos ubicamos y hasta encontramos pareja en Tinder). Sin embargo, cuando se trata del banco, ahí sí, seguimos siendo todos unos “cavernícolas” que hacen filas, andan con efectivo y prefieren ir hasta una oficina para realizar todas sus transacciones.

“Deja de ser un Uga - Uga”, una plataforma que evidencia las obsoletas costumbres de los colombianos en el uso de sus productos bancarios, confrontándolos como “cavernícolas financieros” que necesitan evolucionar y adoptar todas las oportunidades que hoy trae para ellos la banca móvil del BBVA.

A través de esta campaña, impactamos a aproximadamente al 60% de la población colombiana, este impacto junto con la comunicación disruptiva, nos permitió entrar en la cultura popular de nuestro país y hasta el presidente lo usó en diferentes eventos, haciendo referencia al uso del efectivo.

Hasta el momento, a través de la campaña ‘Deja de ser un uga’, BBVA Colombia ha reportado un incremento del 70% en clientes activos en la ‘app’ de BBVA Móvil, un aumento del 795% en descargas la app de BBVA Wallet y del 1.000% en el número de usuarios que la utilizan frecuentemente.

# CONFIANZA

## GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

### Programa Curva de Aprendizaje Red de Oficinas

Este programa buscó medir el grado de adaptación de los nuevos colaboradores de la red en sus primeros 90 días de trabajo, a través de los ejes Servicio, Calidad y Productividad, con el fin de generar integralidad y excelencia en los servicios y productos ofertados, poniendo al cliente en el centro de lo que hacemos.

El impacto de este proceso se mide través de indicadores estratégicos como son rotación, Engagement y servicio al cliente.

A través de tres módulos se fortalecieron las capacidades de los colaboradores.

Módulo 1 – Servicio al Cliente: Hace énfasis en el aprendizaje e interiorización de competencias enfocadas al Servicio al Cliente.



Módulo 2 - Calidad en Ventas: Módulo se centra en competencias asociadas a la Calidad en la ejecución de las Ventas.

Módulo 3 - Productividad: Busca evaluar las habilidades comerciales de los ejecutivos y el conocimiento que estos han ido adquiriendo durante las semanas anteriores.

El Impacto de este proceso se ve reflejado en la reducción de la rotación mensual de estos cargos (mesón y piso) para los años 2017 vs 2018: MESON 2017: 68,78% 2018: 51,20% Disminución del 26% PISO: 2017:88,53% 2018: 70,26% Disminución del 20,6%.

## Programa líderes 2.0

El objetivo principal del proyecto fue incorporar la cultura organizacional FIF en el día a día de los líderes de la organización. El Programa de Liderazgo es un reto interesante que nos ha llevado a apropiarnos de prácticas que impactan directamente el desempeño de las personas y el modelamiento de la cultura FIF a través de tres módulos:

- Construcción de propósito y confianza dentro de los equipos de trabajo.
- Potenciar y desplegar el talento es un reto para los líderes.
- Aprender y generar aprendizaje a través de las conversaciones.

Dentro del programa contamos con 35 entrenadores (líderes de Banco Falabella) quienes tienen el rol de transmitir a sus pares y equipos naturales, el conocimiento y la práctica generada en cada taller o módulo, esto permite que, a través de las diferentes experiencias gestionemos conocimiento desde nuestras experiencias.

Durante este proceso, participaron: 271 líderes de Banco Falabella con una asistencia del 95% durante el primer módulo del programa.

Un impacto importante se vio reflejado en que movilizamos el indicador de Engagement en la variable de liderazgo de manera positiva.



## Programa Avance de la Mujer - Apoyo al Liderazgo y posiciones estratégicas con mujeres para Scotiabank

El programa Avance de la mujer busca empoderar y apoyar a las Scotiabankers, con el propósito de garantizar la equidad de género y lograr posicionar mujeres con habilidades estratégicas en posiciones de Liderazgo. A través de la implementación y avance del programa, hemos logrado al día de hoy contar con 5 Vicepresidentes Mujeres (un 31% de los Vicepresidentes) y con 43 Gerentes con reporte a Vicepresidencia (50% de los Gerentes). De manera tal logramos que los indicadores que marcan de forma estratégica la compañía a nivel global, lo hicieran de forma completamente local.

Programas destacados como Marca Personal, Mentoring, Building Inclusive Leaders y Taking the Stage buscaron la participación activa e integración de mujeres brindando soporte y desarrollo compartiendo las mejores prácticas a nivel de todos los procesos internos y equipos, también se fortalecieron los beneficios a las Scotiabankers tales como equidad salarial, aumentos salariales definidos por desempeño y no por género. Celebraciones con impacto en diversidad e inclusión: Día de la Mujer, Día de la niña, Pink Day.

Este año Scotiabank Colpatria Colombia entro a la comunidad PAR, un conjunto de empresas que busca fortalecer la equidad en las organizaciones, buscando las mejores prácticas e implementándolas. Así mismo participamos por segunda ocasión en el Ranking PAR de organizaciones con mejores prácticas en equidad de Género y estuvimos en el puesto 29 de 131 empresas del sector privado que participaron.

## INVERSIÓN EN COMUNIDADES

### Cultivarte

Cultivarte nació para brindar espacios seguros donde los niños y jóvenes de poblaciones vulnerables pudiesen desarrollar sus talentos, sus habilidades cognitivas y afianzar sus valores, a través de un mejor aprovechamiento de su tiempo libre. En Cultivarte transformamos realidades, para construir un mejor país. Hemos podido llegar a 78 municipios vulnerables ubicados en Colombia, Honduras, Costa Rica y El Salvador. Durante el 2018 brindamos más de 1.500 cursos, que promovieron competencias ciudadanas, la lectura, la educación financiera, el arte y la cultura y, la ciencia y la tecnología. A su vez, atendimos niños con condiciones especiales, grupos indígenas e inmigrantes.

Durante el 2018 impactamos a 216.705 niños y jóvenes de poblaciones vulnerables que fueron a Cultivarte voluntariamente.

Todas nuestras sedes de Cultivarte se abren en alianza con las alcaldías de los municipios, donde se elabora un plan de gestión conjunta y fortalece de esta forma la gestión pública en materia de educación e impacto social.

Para el 2019 y 2020 tenemos proyectado aumentar nuestra cobertura en aproximadamente 20 sedes más de las que tenemos actualmente. Así mismo, tenemos el reto de llegar a 22.000 beneficiarios impactados para el 2020.



# SOSTENIBILIDAD



## PROTOCOLO VERDE



### Recaudo verde

---

En 2018 desarrollamos Recaudo Verde®, un producto mediante el cual las empresas pueden enviar facturas de manera electrónica, ahorrándose los costos de emisión y distribución, y agilizando el proceso de conciliación de las mismas.

Así mismo, los usuarios pueden ir, ya sea directamente o a través de un tercero, con su cupón de pago en cualquier dispositivo móvil y pagar en cualquiera de las sucursales del Banco. Esto evita las pérdidas de facturas y permite que las personas vayan tomando confianza con el mundo digital, de este modo, ayuda a hacer la transición de forma más fácil hacia los pagos electrónicos.

Recaudo Verde® también da respuesta a tres desafíos que identificamos: la necesidad de dar herramientas que facilite a los clientes acercarse al mundo digital para simplificar sus trámites, otorgar a las empresas maneras de agilizar su procesos al mismo tiempo que generan ahorros en la facturación, y la reducción del uso de papel y emisiones de CO2.

Proyectamos salvar cada vez más árboles, evitando el uso de 196.000 hojas de papel al cabo de un año, correspondientes a 390 resmas de papel, más de 900 kilos de basura, 76.000 litros de agua y 10.000 Kwh de electricidad.

Participamos en la quinta edición de los Premios Latinoamérica Verde y recibimos el galardón en la categoría de Finanzas Sostenibles con Recaudo Verde®, nos ubicamos en el sexto lugar y ocupamos la posición 176 de 2733 participantes de 38 países, quedando dentro de los 200 mejores.



## Proyecto Huella Naranja

Consiste en calcular las emisiones de carbono, certificarlas con un tercero, generar medidas de mitigación y compensarlas en proyectos certificados internacionalmente y que generen un alto impacto social, ambiental y económico.

Debido a esto, en 2018 calculamos y certificamos con Icontec, bajo la norma ISO 14064, nuestra huella de carbono corporativa 2017. Esto permitió que nos convirtiéramos en la única entidad financiera en Colombia con esa certificación. También, como parte de nuestra estrategia, hemos compensado el 100% de las emisiones generadas en el 2014, 2015 y 2016 con proyectos certificados internacionalmente por estándares como Gold Standard, Verified Carbon Standard (VCS) y Climate, Community and Biodiversity Alliance (CCBA).

El proyecto de compensación de 2014 fue el de estufas eficientes, operado por la Fundación Natura y que tiene por objetivo mejorar la calidad de vida y disminuir problemas de salud ambiental asociados con la contaminación interior del aire en hogares rurales, a través del uso de estufas mejoradas de leña para cocción de alimentos, que a su vez contribuyan a la mitigación del cambio climático por la reducción en las emisiones de CO<sub>2</sub>.

En 2018, decidimos impactar a las comunidades étnicas del Chocó-Darién y el Pacífico colombiano, por lo que seleccionamos un proyecto REDD+ para compensar nuestras emisiones del 2015 y 2016, el cual además de reducir la deforestación, incentivar la restauración de los bosques y proteger la biodiversidad que existe en ellos. El proyecto evitará la emisión de 821.483 toneladas de CO<sub>2</sub> cada año Beneficiará a 4.150 personas y 1.497 familias.

## Sistema de Administración de Riesgos Ambientales y Sociales (SARAS)

---

FINDETER se suscribió al Protocolo Verde de Asobancaria desde su creación en 2012 para gestionar voluntariamente los riesgos ambientales y sociales de las operaciones de crédito que celebra, ratificando su compromiso con el desarrollo sostenible del país. A través de este sistema se gestionan los posibles impactos negativos de un proyecto o actividad financiada al entorno (ambiente, sociedad, comunidades) y viceversa (las características del entorno pueden afectar al proyecto, pudiéndose reflejar esto en un sobrecosto). Durante el año 2018 FINDETER logro alinear el SARAS con los estándares internacionales del International Finance Corporation (IFC), los cuales son los más reconocidos para la administración de riesgos ambientales y sociales en el sector financiero a nivel mundial.

El análisis SARAS se fundamenta en información recopilada del beneficiario final del crédito como: sistema de gestión ambiental del beneficiario; disposiciones legales ambientales y sociales; antecedentes; posibles impactos ambientales y sociales; medidas de manejo establecidas; posibles impactos en derechos laborales y posibles impactos a la salud y seguridad de los trabajadores y comunidades, entre otros. Adicionalmente se hace una búsqueda de alertas de riesgo reputacional ambiental y social, de acción ciudadana o legal.

Con base en toda la información analizada, FINDETER categoriza el proyecto y determina si hay vacíos respecto al cumplimiento de la normatividad nacional y los estándares del International Finance Corporation.

Durante el año 2018 se aprobaron en total \$920.764.292.094 COP en créditos que fueron sometidos al SARAS, del mismo modo al interior de la organización se realizó una fuerte campaña de sensibilización y capacitación, donde se superó la meta establecida para el 2018 en un 216%; más de 150 colaboradores fueron capacitados en relación al SARAS, también se recibieron visitas de los más altos directivos de bancos de Centro y Sur América.



## **GESTIÓN SOSTENIBLE DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO**

### **Compras Inteligentes**

En el marco de la estrategia digital definida durante el 2018 se efectuó una transformación integral del proceso de abastecimiento del Banco, en procura de contribuir al logro de las metas del negocio e impactar de forma positiva los vínculos potenciales y vigentes con los oferentes y proveedores.

Se implementó tecnología de punta para soportar la planeación, ejecución y monitoreo de las actividades de abastecimiento, tanto al interior de la entidad como por parte de las compañías oferentes y proveedoras. Se dispuso la información de proveedores, negocios y contratos en un único repositorio centralizado para ser utilizado de acuerdo con el rol asignado, para ello se integraron diferentes áreas para que colaboraran de manera virtual en la ejecución de actividades de abastecimiento. Esto contribuyó con la eficiencia, transparencia, trazabilidad y aseguramiento integral del proceso.

Para asegurar el desarrollo del proyecto se trasladó a una aseguradora los riesgos de cumplimiento de los contratos (con proveedores), riesgos laborales, riesgos de estabilidad de obra, riesgos de calidad del servicio y responsabilidad civil extracontractual, entre otros, de igual forma se estableció un representante de la aseguradora en las instalaciones del Banco.

Como resultado del proceso se redujeron los tiempos de legalización de contratos, el consumo de papel, el manejo de múltiples archivos y las gestiones notariales mediante la incorporación de la firma electrónica de contratos con proveedores, al igual que se incorporaron eficiencias en el proceso, manteniendo como eje central la gestión de riesgos, las mejores prácticas de la industria y la normatividad legal vigente.

Se aseguró la objetividad, equidad y transparencia en la evaluación de proveedores a través de la evaluación de criterios asociados con los Acuerdos de Niveles de Servicio, gestión de riesgos y calidad del bien/servicio contratado.



**ASOBANCARIA**

Construyendo  
la **Confianza** y **Solidez** del sector financiero