



## Grupo Bancolombia

un conglomerado  
financiero regional  
con sede en Colombia.

# Junta Directiva

David Bojanini García  
José Alberto Vélez Cadavid  
Carlos Enrique Piedrahíta Arocha  
Gonzalo Alberto Pérez Rojas  
Carlos Raúl Yepes Jiménez  
Ricardo Sierra Moreno  
Alejandro Gaviria Uribe  
Rafael Martínez Villegas

# Directivos

Presidente  
Vicepresidente Ejecutivo de Servicios  
Vicepresidente Ejecutivo de Desarrollo Corporativo  
Vicepresidente Banca de Personas y Pymes  
Vicepresidente Banca de Empresas y Gobierno  
Vicepresidente Financiero  
Vicepresidente de Riesgos  
Vicepresidente de Operaciones  
Vicepresidente de Tesorería  
Vicepresidente Banca Hipotecaria y Constructor  
Vicepresidente Jurídico Secretario General  
Vicepresidente Gestión Humana  
Vicepresidente Auditoría  
Vicepresidente Administrativo  
Vicepresidente Tecnología de Información

Jorge Londoño Saldarriaga  
Federico Ochoa Barrera  
Sergio Restrepo Isaza  
Santiago Pérez Moreno  
Gonzalo Toro Bridge  
Jaime Alberto Velásquez Botero  
Juan Carlos Mora Uribe  
Luis Fernando Montoya Cusso  
Carlos Alberto Rodríguez López  
Luis Fernando Muñoz Serna  
Mauricio Rosillo Rojas  
Jairo Burgos De La Espriella  
Luis Arturo Penagos Londoño  
Augusto Restrepo Gómez  
Olga Botero Peláez

# Índice

## Informe de Responsabilidad Corporativa

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Junta Directiva y Directivos    | 1 |
| Alcance y cobertura del informe | 6 |
| Carta del Presidente            | 8 |

### I. Grupo Bancolombia ¡Hacemos todo por estar más cerca!

|   |    |
|---|----|
| Quiénes somos                                       | 12 |
| Nuestra responsabilidad desde el negocio financiero | 16 |

### II. Responsabilidad Corporativa, un compromiso del Grupo Bancolombia

|   |    |
|---|----|
| Relación con nuestros grupos de interés                 | 20 |
| Gobierno  | 22 |
| Ética   | 23 |
| Compromisos con la sostenibilidad                       | 23 |
| Avances en la estrategia de Responsabilidad Corporativa | 24 |
| Proyección 2011   | 26 |

### III. Compromiso con los grupos de interés

#### Compromiso con nuestros colaboradores

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Modelo de gestión integral</b>   | <b>31</b> |
| - Valores corporativos  | 31        |
| - El Grupo Bancolombia: un buen sitio para trabajar y modelo de liderazgo | 32        |
| - Marca de liderazgo  | 33        |
| - <i>Coaching</i> organizacional  | 34        |
| <b>Gestión de la cultura organizacional</b>                               | <b>34</b> |
| - Gestión del Cambio  | 35        |
| - Programas de reconocimiento   | 35        |
| - Gestión del desempeño   | 36        |
| - Construyendo una cultura de servicio                                    | 36        |
| <b>Formación y desarrollo de nuestro talento</b>                          |           |
| - Gestión de la formación   | 39        |
| - Inducción al Grupo Bancolombia  | 41        |
| - Entrenamientos en el cargo  | 41        |
| - Plan de desarrollo en 2010  | 41        |
| - Certificación interna de crédito  | 42        |

- Becas Excelencia Bancolombia 42

### **Comunicación interna**

#### **Bienestar para los empleados y sus familias 42**

- Salarios y prestaciones 45
- Créditos para empleados 45
- Seguros 46
- Fondo Mutuo de Inversión: Mutuocolombia 47
- Compensación Variable, SVA 48
- Programas de bienestar 48
- Colegio Fundación Colombia 48
- Demografía del Grupo Bancolombia 50

#### **Principios fundamentales para el desarrollo integral de los empleados 53**

- Relaciones laborales 53
- Seguridad y salud 54

### **Compromiso con la sociedad**

#### **Educación: eje central de nuestra Responsabilidad Corporativa 58**

- Fundación Bancolombia 59
- Programas de la Fundación Bancolombia 62
- Voluntariado Grupo Bancolombia 62
- Programas de formación para voluntarios 65
- Programa Educación Financiera 65
- Las Letras Van por Colombia 68
- Proyectos Productivos Sostenibles 70
- Compromiso con los damnificados por el invierno 71
- Campaña de Navidad 2010 71
- Trabajamos por los Objetivos de Desarrollo del Milenio 71
- Nuestro apoyo a la Fundación Dividendo por Colombia 72

#### **Proyección Institucional**

- Cultura 78
- Formación 80
- Identidad país 80
- Estrategia de marca 82

#### **Responsabilidad Corporativa en América Latina 83**

- Bancolombia Panamá 83
- Banco Agrícola, El Salvador 84

|   |            |
|---|------------|
| - Bancolombia Puerto Rico                   | 85         |
| <b>Generación de empleo</b>                 | <b>85</b>  |
| <b>Compromiso con nuestros clientes</b>     |            |
| - Modelo de Banca Universal                 | 86         |
| - Servicios financieros más fáciles         | 88         |
| - Infraestructura incluyente                | 88         |
| <b>Compromiso con nuestros proveedores</b>  |            |
| - Política con proveedores                  | 89         |
| <b>Compromiso con nuestros accionistas</b>  |            |
| - Continuidad del negocio                   | 90         |
| <b>Compromiso con las autoridades</b>       |            |
| <b>IV. Compromiso con el medio ambiente</b> |            |
| <b>Gestión ambiental</b>                    | <b>96</b>  |
| - Pilares                                   | 96         |
| - Política                                  | 97         |
| - Gerencia                                  | 97         |
| - Participación de las partes de interés    | 97         |
| - Modelo                                    | 98         |
| - Adhesión a protocolos                     | 98         |
| - Aliados                                   | 99         |
| <b>Frentes misionales</b>                   | <b>102</b> |
| <b>Riesgos ambientales y sociales</b>       | <b>102</b> |
| - Proyectos financiados                     | 102        |
| - Crédito corporativo                       | 103        |
| - <i>Leasing</i> inmobiliario               | 103        |
| - Proveedores                               | 103        |
| <b>línea de crédito ambiental</b>           | <b>104</b> |
| Modelo de negocios ambientales              | 104        |
| Negocios ambientales                        | 104        |
| Modelos esco                                | 106        |
| Mercados de carbono                         | 106        |
| Asesoramiento experto a clientes            | 107        |
| <b>Eco eficiencia</b>                       | <b>107</b> |
| Consumo de energía                          | 107        |
| Consumo de agua                             | 108        |
| Consumo de papel                            | 108        |
| Viajes de negocios                          | 109        |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| Gestión de residuos        | 110 |
| Otros recursos gestionados | 112 |

## Frentes de apoyo

|   |            |
|---|------------|
| <b>Educación ambiental</b>                              | <b>112</b> |
| - Análisis de riesgos ambientales y sociales            | 112        |
| - Eco eficiencia corporativa                            | 112        |
| - Negocios ambientales                                  | 113        |
| - Otros programas desarrollados                         | 113        |
| <b>Divulgación</b>                                      | <b>113</b> |
| - Interna   | 113        |
| - Externa   | 113        |
| <b>Eventos</b>  | <b>114</b> |
| <b>Campañas</b>   | <b>114</b> |
| <b>Programa de siembra para la campaña de extractos</b> | <b>116</b> |

## Cambio climático

|   |     |
|---|-----|
| - Huella de carbono (GHG Protocol)                                  | 118 |
| - Indicadores de Carbono para Bancolombia en Colombia               | 118 |
| - Cálculo de Huella de Carbono del Grupo Bancolombia 2010 - CECODES | 119 |
| - Banco Agrícola, El Salvador                                       | 119 |
| - Compensación  | 120 |
| - Fundación Natura  | 120 |
| - Voluntariado ambiental  | 120 |
| - Apoyo a la mitigación   | 120 |
| - Riesgo de carbono en la financiación                              | 122 |
| - Divulgación   | 122 |
| - Perspectivas  | 123 |

## Reconocimientos

### Edificios corporativos - Leed Certification

|  |     |
|--|-----|
| - Visita al Us gbc                           | 124 |
| - Proceso de certificación Dirección General | 124 |

## Inversiones ambientales

### Caso Santa Elena

### Mirando hacia el futuro

## V. Contribución al crecimiento económico

|   |     |
|---|-----|
| - Valor económico generado y distribuido. | 129 |
|---|-----|



# Alcance y cobertura del informe

»»» En este informe presentamos las acciones y los avances en 2010 de nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa.

En el Grupo Bancolombia estamos comprometidos con adelantar nuestra actividad financiera de la mano con el desarrollo y el bienestar de nuestros Accionistas, clientes, proveedores, autoridades y comunidades en las que tenemos presencia. Por eso, durante 2010, avanzamos en la inclusión financiera, aportamos desde nuestra gestión y nuestro rol al cuidado del medio ambiente e impulsamos proyectos orientados, en especial, a la educación financiera.

Nuestra memoria de sostenibilidad 2010 tiene como fin presentar los avances en estos frentes, qué hemos logrado y cuáles son las metas hacia adelante. Hemos avanzado en la consolidación de la educación como eje central de nuestra Responsabilidad Corporativa y en este año implementamos nuestro programa de Educación Financiera dirigido a niños y a jóvenes, que se ampliará y llegará a más públicos con diferentes estrategias de pedagogía.

Estamos comprometidos para seguir avanzando en este tema que consideramos fundamental para el desarrollo de nuestras comunidades.

Durante 2010 también apoyamos el arte y la cultura, nos vinculamos a causas sociales, fortalecimos la identidad de país, buscamos incluir en el ámbito financiero a más personas, generamos empleo a más de 20.000 colaboradores en Colombia y en la región, acompañamos a nuestros empleados y a sus familias a vivir con mayor bienestar, mejoramos nuestra atención y servicio a los clientes, realizamos una gestión ambiental con colaboradores, clientes y proveedores, y contamos con el trabajo de la Fundación Bancolombia, entre otras acciones.

## Desarrollo del informe

Luego de iniciar en 2008 la presentación de nuestro informe social bajo la metodología planteada por el Global Reporting Initiative, GRI, en 2010 articulamos desde el comienzo nuestro modelo de gestión de Responsabilidad Corporativa a los lineamientos establecidos en la Guía G3 para la elaboración de memorias de sostenibilidad del GRI y el Suplemento para el Sector de Servicios Financieros, FSSS, revisado y actualizado en noviembre de 2008.

Durante este año definimos las acciones de nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa de acuerdo con las necesidades y las expectativas establecidas en un proceso de comunicación permanente con nuestros públicos. En este informe damos cuenta del camino que hemos recorrido y las metas que aún quedan por cumplir.

En la parte final del informe presentamos el índice de contenidos GRI, los indicadores en las áreas económicas, ambientales y sociales que aplican para la construcción de una memoria de sostenibilidad. Nos comprometemos a continuar trabajando bajo esta metodología para que, cada vez, les entreguemos a nuestros públicos un informe más completo sobre nuestra gestión con ellos.

### **Nuestro informe de Responsabilidad Corporativa 2010**

está en la página [www.grupobancolombia.com](http://www.grupobancolombia.com).

Para cualquier inquietud sobre su contenido, puede contactarnos en el correo electrónico [comunica@bancolombia.com.co](mailto:comunica@bancolombia.com.co)

Durante este año definimos las acciones de nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa de acuerdo con las necesidades y las expectativas establecidas en un proceso de **comunicación permanente** con nuestros públicos.

# Carta del Presidente

▶▶▶ Durante 2010 adelantamos acciones puntuales para impulsar y aportar al desarrollo y al bienestar de nuestros públicos de interés: accionistas, clientes, empleados, proveedores, gobierno y ciudadanía en general, desde nuestros focos de Responsabilidad Corporativa: social, económico y ambiental.

Desde nuestro día a día como banqueros, en el Grupo Bancolombia trabajamos para que cada una de nuestras acciones contribuyan al bienestar y al desarrollo de nuestros accionistas, clientes, empleados y de la ciudadanía. Nuestro interés primero consiste en desempeñar con responsabilidad y profesionalismo nuestra tarea desde la banca, necesaria para impulsar el crecimiento de una sociedad.

Partiendo de nuestra misión, estructuramos la estrategia de Responsabilidad Corporativa que tiene como política hacer de la actividad financiera un factor de desarrollo sostenible para la sociedad, al promover la inclusión a los servicios financieros y el desarrollo de programas sociales de alto impacto, que contribuyan de manera eficaz a la construcción de capital humano y a superar la pobreza y la desigualdad.

De esta manera, en 2010 adelantamos acciones que buscaron lograr la inclusión financiera de más colombianos al ofrecer financiamiento para las pequeñas, medianas y grandes empresas, productos de seguros que permiten asegurar el grupo familiar y una red de 742 Corresponsales No Bancarios (CNB) y 600 Puntos de Atención Móviles (PAM) en zonas geográficas alejadas, entre otros.

Nuestra apuesta ambiental estuvo enfocada en aplicar las metodologías y las herramientas más adecuadas para la evaluación de riesgos ambientales y sociales en la financiación de proyectos y en la contratación de proveedores, la reducción y la compensación de nuestra huella ecológica y de carbono, y el apoyo a clientes comprometidos con un mejor ambiente a través de nuestro portafolio de productos.

Por su parte, el eje central de nuestra responsabilidad social es la educación financiera. Es así como en 2010 avanzamos de manera importante en este objetivo que tiene como fin enseñar a manejar los recursos y las finanzas personales de forma responsable para que puedan progresar y alcanzar sus sueños y metas.

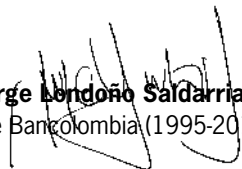


Es importante destacar que por nuestra responsabilidad y rol de agentes para el desarrollo integral de las comunidades, estamos comprometidos con cumplir en nuestro día a día los principios del Pacto Global, los Objetivos de Desarrollo del Milenio y los Principios del Ecuador, así como el índice bursátil *Dow Jones Sustainability Indexes* y los Indicadores Ethos. Para cumplir este papel contamos con el rol fundamental de la Fundación Bancolombia, que es determinante por ser el canal principal mediante el cual realizamos nuestra labor social y comunitaria. También incorporamos sus lineamientos y principios en la forma de actuar de nuestra organización, que se manifiestan desde nuestros valores corporativos hasta en los procesos y en la manera de adelantar el negocio.

Continuaremos adelantando con responsabilidad nuestra tarea de ser motor de desarrollo para las sociedades en las que tenemos presencia en la región de América Latina y trabajando para disminuir las brechas de desigualdad y de pobreza. Una labor que asumimos con todo el compromiso desde la bancarización, el apoyo y el acompañamiento a las personas para que puedan cumplir sus sueños, con los recursos para impulsar el sector productivo e institucional de los países, hasta el desarrollo de nuestras acciones de Responsabilidad Corporativa que hemos asumido, en especial, con la educación financiera.

Es así como los invito a conocer los alcances de nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa y la forma como hemos impactado el desarrollo social, económico y ambiental de nuestros accionistas, clientes, empleados, proveedores, gobierno y ciudadanía durante el año 2010.

**Jorge Londoño Saldarriaga**  
Presidente de Bancolombia (1995-2010)



El pilar de nuestra responsabilidad social consiste en adelantar acciones que permitan **educar y capacitar** a las comunidades en el manejo de sus finanzas. En 2010 el Programa de Educación Financiera capacitó a 1.660 docentes sobre competencias financieras que formaron a más de 48.000 estudiantes de 130 instituciones públicas.





Hacemos todo  
por estar más cerca

Estamos comprometidos con el desarrollo y el bienestar de las comunidades en las que tenemos presencia. Por eso, desarrollamos proyectos de educación financiera, impulsamos las tradiciones culturales y gestionamos el cuidado del medio ambiente.



# Grupo Bancolombia hacemos todo por estar más cerca

»»» Nuestra historia se ha caracterizado por el crecimiento y el liderazgo, con un claro compromiso de ofrecer una completa oferta de servicios financieros y de generar desarrollo y bienestar para nuestros accionistas, empleados, clientes y ciudadanía en general.

## Quiénes somos

Con una clara estrategia de crecimiento, en 1995 el Banco Industrial Colombiano, BIC, hizo su primer gran movimiento con su inscripción en la Bolsa de Valores de Nueva York, NYSE, convirtiéndose en la primera empresa colombiana en llegar a estos mercados internacionales. Tres años después, en 1998, compró al Banco de Colombia, con lo que se unieron más de 130 años de historia y tradición para dar origen a la Organización Bancolombia.

Con el objetivo de no sólo ser el el Banco más grande del país, sino también con una visión clara de consolidar un conglomerado regional que permitiera satisfacer las necesidades financieras de los clientes en Colombia y en América Latina, Bancolombia se fusionó con Conavi y Corfinsura para crear al Grupo Bancolombia bajo un modelo de Banca Universal, adquirió el conglomerado financiero Banagrícola, en El Salvador, y fortaleció sus filiales en Panamá, Perú, Miami y Puerto Rico.

Hoy, estamos trabajando para ser una entidad financiera regional con sede en Colombia, enfocada en el cliente. Para eso, estamos modernizando nuestra plataforma tecnológica y adelantando acciones que nos permitan comprender cada día más las necesidades de todos aquellos que nos han confiado sus ahorros y servicios financieros. ¡Porque estar cerca siempre trae cosas buenas!

# Historia del Banco

## 1995 Comienzo de la historia



El primer gran movimiento estratégico fue hace 15 años, en 1995, con la inscripción del entonces Banco Industrial Colombiano, BIC, en la Bolsa de Valores de Nueva York, NYSE.

Ese importante esfuerzo del BIC, que le permitió obtener en su primera emisión de ADR's \$63.384 millones, más de los \$53.432 millones que había sumado con las utilidades retenidas de 1990 a 1994. Fue el inicio de otra historia para la entidad y para la banca colombiana.

## 1998 Unión de dos tradiciones



La apuesta por ser un Banco grande continuó con la compra en 1998 del Banco de Colombia por parte del BIC, con lo que se unieron más de 130 años de historia y tradición para dar origen a la Organización Bancolombia.

En momentos difíciles para el sistema financiero, con una banca fragmentada y antes de despuntar la crisis de finales del Siglo XX, Bancolombia mostraba que la consolidación y las adquisiciones eran un camino para su fortalecimiento y para ofrecerles a sus clientes una banca sólida. La senda fue seguida después por otras instituciones. Entre 1998 y 2000, el sector financiero colombiano vivió grandes dificultades y su número se redujo de 136 a 80. En marzo del 2000, Bancolombia logró una capitalización por \$343.000 millones, \$178.000 de ellos provenientes del mercado internacional de capitales debido a su posición en la Bolsa de Nueva York, con lo cual limpió su balance y llegó a un nivel de solvencia del 11%. Desde ese momento, el Banco ha presentado un balance sólido y ha generado utilidades de manera permanente, compaginando el crecimiento con la fortaleza y con la Responsabilidad Social.

## 2005 Consolidación en el mercado nacional



En 2005, Bancolombia se fusionó con Conavi, principal banco hipotecario del país y del cual era accionista desde sus inicios, y con Corfinsura, especialista en banca de inversión, lo que dio origen al Grupo Bancolombia, que se consolidó como la primera entidad financiera del país por su nivel de activos. Así mismo, elevó su participación al 20% del mercado nacional y lo llevó a las ligas mayores de la banca de América Latina al entrar en el top 20 de los grupos financieros regionales.

La base de clientes del Banco creció en cerca de 3 millones, la red de sucursales se multiplicó y los retos crecieron en todos los sentidos.

## 2007 El salto a banca regional



El siguiente paso fue la internacionalización. En 2007, Bancolombia compró el conglomerado financiero Banagrícola, de El Salvador. Fue un paso histórico hacer banca de primer piso en otro país. También fue un gran reto hacer una transacción de US\$900 millones en efectivo. Cuando apenas comenzaba la crisis internacional, Bancolombia financiaba totalmente la compra del Banagrícola en el mercado internacional de capitales y adicionalmente aumentaba su capitalización.

## 2010 Crecimiento sostenido



Hoy somos una institución comprometida con el desarrollo de las comunidades, con la satisfacción de las necesidades financieras de nuestros clientes, con la generación de valor para nuestros accionistas y, por supuesto, contribuyendo al desarrollo de la región y consolidando nuestro modelo de negocios en los países donde estamos presentes.



# Historia de una visión

## 15 años de Bancolombia en la Bolsa de Nueva York

- El crecimiento rentable es uno de los pilares estratégicos del Grupo Bancolombia.
- La internacionalización es una herramienta para expandir el alcance de esta estrategia.
- El crecimiento ha sido beneficioso para el accionista ya que éste se refleja en un mayor retorno neto.

### 1875 Comienzo de la historia

|               |                                |
|---------------|--------------------------------|
| <b>Evento</b> | Bancolombia inicia operaciones |
|---------------|--------------------------------|

### 1945

|                |  |
|----------------|--|
| <b>Evento</b>  | El Banco Industrial Colombiano S.A. (BIC) inicia operaciones el 11 de octubre  |
| <b>Impacto</b> | Banco con vocación principal hacia la banca corporativa. Logró consolidar una participación de mercado cercana al 4% en la cartera del sistema bancario. |

### 1875

|               |            |
|---------------|------------|
| <b>Evento</b> | BIC Panamá |
|---------------|------------|

### 1990

|               |                               |
|---------------|-------------------------------|
| <b>Evento</b> | Entorno económico de los 90's |
|---------------|-------------------------------|

### 1995

|                |   |
|----------------|---|
| <b>Evento</b>  | BIC lista su ADR en NYSE  |
| <b>Impacto</b> | En este año el Banco culminó con éxito su proceso de capitalización en los mercados internacionales, con incremento de capital cercano al 12% |

### 1998

|                |   |
|----------------|---|
| <b>Evento</b>  | El BIC adquiere y posteriormente se fusiona con el Banco de Colombia S.A.   |
| <b>Impacto</b> | Nace Bancolombia S.A. Esta fusión dio origen a la mayor institución financiera del país, la cual alcanzó una participación aproximada del 14% en el total de activos y en la cartera de créditos del sistema bancario nacional. |

## 2000

|                |  |
|----------------|--|
| <b>Evento</b>  | Capitalización   |
| <b>Impacto</b> | <p>En el marco de nuestra estrategia de fortalecimiento, nuestros accionistas aportaron nuevos recursos por \$343.584 millones, de los cuales \$177.867 millones (el 52%) correspondieron a recursos de inversionistas extranjeros.</p> <p>Con esta capitalización se logró una solvencia del 11% y una cobertura de cartera del 116%, cuando el promedio del sector era 39%</p> |

## 2005

|                |  |
|----------------|--|
| <b>Evento</b>  | Bancolombia se fusiona con Conavi y Corfinsura.  |
| <b>Impacto</b> | Se consolidan el banco con la red de sucursales más amplia del país, con participaciones de mercado que superan el 20% y el Conglomerado Financiero con el más completo portafolio de servicios. Nos posicionamos dentro de los primeros 17 grupos financieros de la Región. |

## 2007 internacionalización

|                |  |
|----------------|--|
| <b>Evento</b>  | Adquisición del Conglomerado Financiero Banagrícola S.A de El Salvador.  |
| <b>Impacto</b> | <p>Se reafirmó y fortaleció el propósito estratégico de crecimiento internacional del grupo. La adquisición del Banco Agrícola incorporó a la estructura comercial del Grupo un balance de actividades internacionales que triplicó el nivel de activos en dólares previo a la operación.</p> <p>Actualmente ocupamos la posición 12 dentro del ranking por nivel de activos de los grupos financieros de latinoamérica, y sí en este mismo <i>ranking</i> sólo consideramos los bancos que no son transnacionales, nuestra posición es la número 6.</p> |

|                                  | 1995                                      | 2010  | Crecimiento |
|----------------------------------|---|---|-------------|
| <b>Activos</b>                   | USD 1.85 mil millones                     | USD 35.9 mil millones   | 19 veces    |
| <b>Patrimonio</b>                | USD 0.32 mil millones                     | USD 4.2 mil millones  | 13 veces    |
| <b>Participación de mercado</b>  | 2.6% Sexto puesto de bancos en Colombia   | 20% Primer banco en Colombia<br>30% Primer banco en El Salvador                     | N/A         |
| <b>Clientes</b>                  | 0.25 millón                               | 7 millón  | 28 veces    |
| <b>Empleados</b>                 | 3.256                                     | 21.201  | 7 veces     |
| <b>Capitalización de Mercado</b> | USD 0.67 mil millones                     | USD 12.9 mil millones   | 19 veces    |
| <b>Canales de distribución</b>   | 101 sucursales y presencia en 25 ciudades | 901 sucursales, 2.669 cajeros automáticos y presencia en 663 ciudades y municipios. | N/A         |

Cifras a julio de 2010

## Nuestra responsabilidad desde el negocio financiero

La actividad de la banca cumple un papel fundamental en el desarrollo de las sociedades. Su evolución y desarrollo a lo largo de los siglos ha estado relacionado con el **manejo de los recursos**, del riesgo y de la capacidad para ofrecer el capital necesario para emprender nuevas obras.

Desde nuestra función básica de captar dinero de los ahorradores para prestárselo a aquellos que lo solicitan, en Bancolombia hemos cumplido una importante función social, pues contamos con mecanismos que permiten evaluar el nivel de riesgo que implica esta operación, con lo que ayudamos a canalizar de forma eficiente los recursos de la sociedad.

Al aprobar un crédito, sea éste otorgado a un pequeño empresario o a una gran obra de infraestructura, en el Banco estamos afirmando que ese proyecto es viable y que los recursos económicos de la sociedad pueden ser destinados a su financiación. De igual manera, cuando lo negamos, estamos diciendo que el proyecto debe estructurarse mejor, para evitar que en su ejecución se pierdan o despilfarren recursos.

Gracias al crédito, los bancos hacemos posible que las personas y las empresas puedan adquirir los bienes que requieren o financiar sus necesidades con recursos que, de otra manera, les tomaría años acumular. Es el caso de la familia que accede a su vivienda propia o de la empresa que consigue la maquinaria que requiere para incrementar su producción y poder conquistar nuevos mercados.

Así ha sucedido desde hace miles de años. En la antigüedad, un agricultor de Mesopotamia podía lograr que le financiaran los costos de su cultivo, de acuerdo con las proyecciones de las ganancias que podía obtener con la cosecha. En esa labor casi mágica de hacer posible que podamos disfrutar del futuro en presente, en la banca hemos contribuido con el progreso y el desarrollo de la humanidad. El entendimiento del Renacimiento italiano, por ejemplo, queda incompleto si no se incluye en su análisis el desarrollo de la banca italiana, esencialmente los Medici, y lo que lograron mediante la aplicación de las matemáticas orientales a las operaciones financieras.

En una región como la nuestra, cuyos países pertenecen a las llamadas economías emergentes, lograr que cada vez más personas tengan acceso al mercado financiero, lo que se conoce como bancarización, plantea enormes retos. Esta tarea la hemos asumido desde el Grupo Bancolombia con todo el convencimiento del papel que estamos llamados a asumir como motor de desarrollo de las comunidades en las que tenemos presencia.

Es así como hemos explorado esquemas para hacer rentables los préstamos a microempresas, hemos buscado la manera de canalizar de la mejor manera las remesas que los colombianos reciben desde el exterior y nos hemos preocupado por implementar modelos de atención que hacen llegar los servicios financieros a poblaciones remotas en las que no sería viable instalar una sucursal física.

Además de la función de captar el dinero del público y de otorgar créditos, los bancos también proveemos a las personas de mecanismos para mover su dinero y tenerlo disponible cuando lo requieran. Para eso ponemos a su servicio los cajeros automáticos, la Sucursal Telefónica, la Sucursal Virtual, la Banca Móvil, los Corresponsales No Bancarios y otros esquemas.

Por último y como un complemento a lo que tradicionalmente se entiende dentro del negocio bancario, Bancolombia ha convertido su red de oficinas en un canal muy efectivo para vender seguros de vida y de vivienda, entre otros, a personas que no se han acercado a este tipo de productos.





Desde nuestra Proyección Institucional fomentamos los valores, las tradiciones y las costumbres de las poblaciones de los países de América Latina en los que tenemos presencia: Perú, Panamá, El Salvador, Puerto Rico y Miami.





A close-up photograph of a woman wearing a white cap, looking upwards with a thoughtful expression. She is surrounded by lush green foliage, likely in a field or garden. The image is partially framed by a red curved shape on the right side.

## Responsabilidad Corporativa

Trabajamos en la bancarización de más poblaciones alejadas que no cuentan con servicios financieros, con la convicción de que su acceso al sistema les permitirá avanzar y crecer en sus iniciativas.





# Responsabilidad Corporativa, un compromiso del Grupo Bancolombia

»»» Nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa en el Grupo Bancolombia se basa en la generación de valor social, económico y ambiental para nuestros accionistas, clientes, empleados, proveedores, autoridades y ciudadanía.

Nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa está estrechamente relacionada con el objeto social del negocio financiero. De esta manera, buscamos que esté inmersa en toda la cadena de valor y para lograrlo, desarrollamos iniciativas, acciones, programas y proyectos encaminados a la generación de valor sostenible para nuestros grupos de interés.

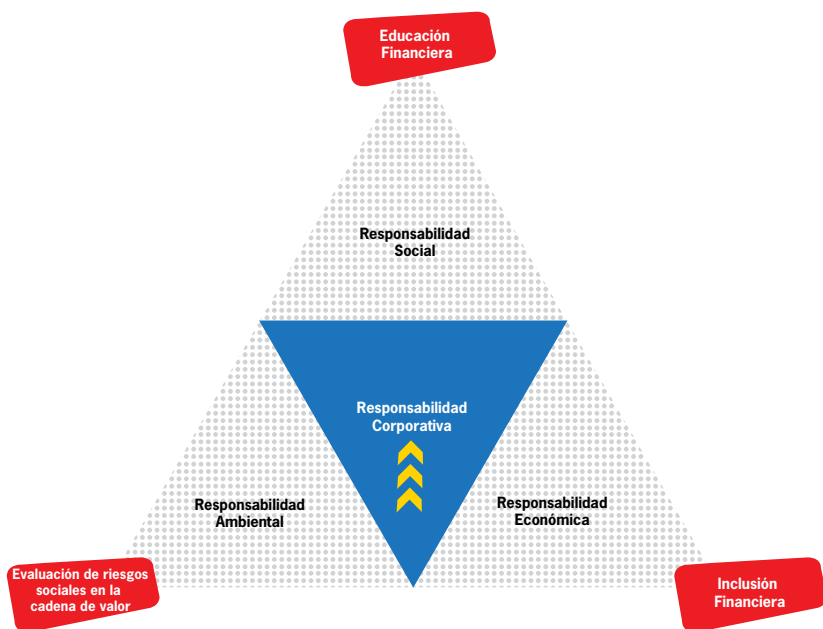
Durante este año contamos con la asesoría de la firma brasilera Terra Mater, que nos acompañó con el diseño de un diagnóstico para identificar factores críticos de sostenibilidad en el Grupo Bancolombia. Al cierre de este informe nos encontrábamos en la etapa final del proyecto, atentos a los resultados del proceso. Este estudio permitió acercarnos a nuestros grupos de interés, al hacer énfasis de manera exclusiva en temas económicos, sociales y ambientales propuestos en la estrategia del Grupo Bancolombia.

## Relación con nuestros grupos de interés

| Clientes  | Accionistas  | Empleados  | Proveedores  | Comunidad   | Autoridades   |
|---|--|--|--|---|---|
| Más de 6.000.000 de clientes  | Listado en NYSE desde 1995   | Más de 22.000 empleados  | Más de 4.000 proveedores   | Presencia en 7 países   | Banco líder en Colombia y El Salvador   |
| Bancarización<br>Corresponsales<br>No Bancarios<br>Puntos de Atención Móvil<br>Mi Negocio<br>Banca Universal<br>Infraestructura incluyente<br>Trabajo con ONG'S<br>Principios del Ecuador<br>Líneas Ambientales | Gobierno Corporativo<br>Continuidad del Negocio<br>Gestión integral de Riesgos<br>SARLAFT<br>SOX<br>DJSI | Línea Alimentos<br>OIT<br>Desarrollo Integral<br>Relaciones Laborales<br>Salud Ocupacional<br>Programas de Formación<br>Comunicación Interna<br>Línea Ética<br>Pacto Global<br>Ecoeficiencia | Market Place<br>Pacto Global<br>Desarrollo Proveedor<br>Formación<br>Portal Proyectos de Innovación<br>Líneas de Quejas y reclamos<br>Línea ética<br>Sitio Web<br>Análisis de riesgos Ambientales y Sociales | Fundación Bancolombia<br>Educación Financiera<br>Educación ambiental<br>Canales de atención cercana<br>Desarrollo cultural y artístico<br>Bancolombia más cerca | Apoyo al cumplimiento normativo<br>Desarrollo territorial<br>Obra de infraestructura<br>Responsabilidad Fiscal<br>Desarrollo de política pública. |

Los principales compromisos que estamos desarrollando en el Grupo Bancolombia por medio de nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa se orientan, en especial, a tres ejes fundamentales:

1. Crear una cultura financiera y con ello lograr un desarrollo del país que sea más incluyente a través de programas de educación financiera.
2. Facilitar el acceso al sistema financiero a la población de bajos ingresos mediante programas de inclusión financiera.
3. Disminuir los impactos directos e indirectos de nuestra actividad en el entorno por medio de la gestión de riesgos ambientales y sociales.



Teniendo en cuenta el desconocimiento manifestado por diferentes sectores de la sociedad acerca del funcionamiento financiero, lo cual se ha materializado en situaciones de alto riesgo como la inversión en pirámides y el uso de esquemas informales de financiación como los denominados Gota a Gota, se hace relevante el desarrollo de una cultura financiera de nuestras audiencias.

Para lograrlo, hemos desarrollado nuestro programa de educación financiera, que definimos como el proceso mediante el cual las personas mejoran su comprensión de los productos y de los conceptos financieros por medio de información oportuna y ajustada a sus necesidades. Un manejo financiero saludable desarrolla las capacidades y la confianza para estar conscientes de los riesgos y de las oportunidades, permite tomar

En el Grupo Bancolombia continuaremos siendo un **factor de desarrollo** en las comunidades en las cuales tenemos presencia.

Conocemos las necesidades y las expectativas de los públicos con los cuales nos relacionamos, con el fin de ofrecerles **soluciones efectivas** en el marco de la sostenibilidad, al garantizar relaciones duraderas, éticas y de crecimiento mutuo.

decisiones en el marco de la legalidad, saber dónde acudir para obtener ayuda y tomar medidas eficaces para mejorar el bienestar financiero.

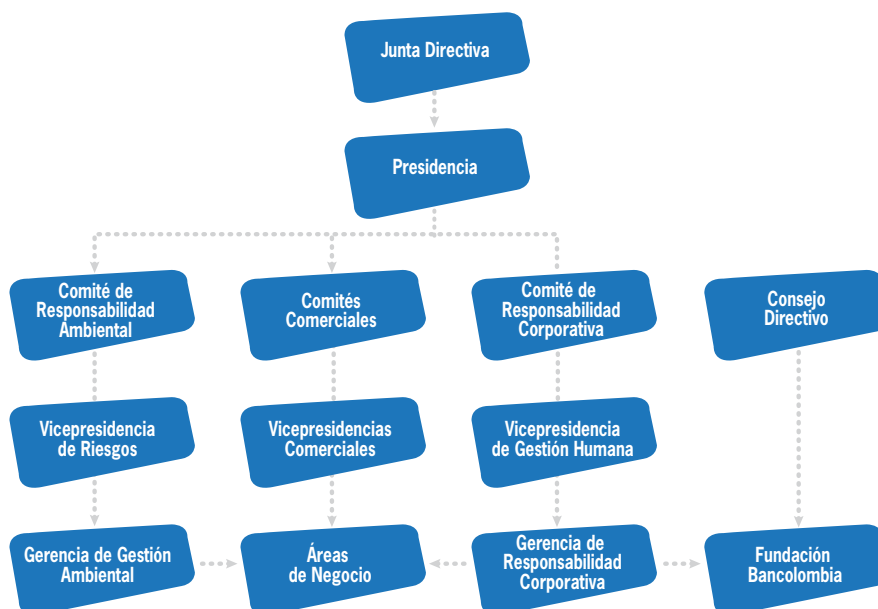
Pero no es sólo el conocimiento en temas de banca, sino el mismo acceso a estos servicios. Hoy miles de latinoamericanos no tienen acceso a los productos financieros. Las comunidades que se encuentran alejadas por diferentes razones, como sus condiciones de vulnerabilidad, sus ingresos, su ubicación geográfica, su cultura y otros factores estructurales, encuentran en los programas de inclusión financiera el acceso a nuevas oportunidades de desarrollo. Resolver, por tanto, esta exclusión se convierte en una prioridad para la sociedad y una oportunidad para nuestro sector.

Para lograrlo, las entidades financieras debemos ofrecer servicios adecuados a su realidad y a sus necesidades, que les permitan contar con acceso al crédito, por medio de una metodología especializada de microcrédito, en mejores condiciones que las del mercado no regulado y, a su vez, generar esquemas de ahorro, que acompañen la formación en emprendimiento.

El desarrollo del negocio financiero nos permite a las instituciones que estamos en el sector mitigar los impactos directos de nuestra actividad por medio de la reducción de nuestra huella ecológica generada por los consumos de energía, agua, papel, viajes de negocios y manejo de residuos. Además, nos brinda la oportunidad de orientar de una manera responsable nuestros recursos de financiación mediante una evaluación seria de los riesgos ambientales y sociales involucrados en los proyectos que financiamos y las inversiones que realizamos. Al buscar su mitigación y adecuado manejo podremos desarrollar relaciones efectivas de largo plazo con nuestras partes de interés, a la vez que mejoraremos el entorno y la calidad de vida de las comunidades donde tenemos presencia.

## Gobierno

La ejecución de nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa en el Grupo Bancolombia incluye a todas las áreas de la organización, para nuestro esquema de gobierno contamos con la siguiente estructura:



Por medio del esquema de gobierno definido buscamos garantizar que las decisiones que se toman estén alineadas con los objetivos económicos, sociales y ambientales que nos hemos definido en el Grupo Bancolombia. Las áreas de negocio cuentan con sus comités comerciales para la toma de decisiones que fortalecen los programas establecidos. El comité de responsabilidad se informa, discute y propone alrededor de los programas sociales de la organización, en especial, en el enfoque de educación financiera. El comité de responsabilidad ambiental toma decisiones en torno a riesgos ambientales y sociales a los que está expuesta la organización y a los negocios verdes.

Los responsables de la toma de decisiones alrededor de los temas enunciados son los vicepresidentes que se relacionan en el esquema adjunto. La coordinación e implementación de las decisiones está a cargo de las gerencias descritas.

Por medio de la Fundación Bancolombia materializamos el compromiso social y comunitario del Grupo Bancolombia mediante programas de alto impacto. Por eso, la Fundación, entidad adscrita a la Vicepresidencia de Gestión Humana, cuenta con un Consejo Directivo como máxima autoridad.

## Ética




La ética, como el cimiento de la Responsabilidad Corporativa, involucra iniciativas que procuran un buen gobierno y acciones conscientes para lograr bienes comunes.

Para nosotros, la ética es un valor fundamental para que nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa tenga sentido. La organización ha hecho de este valor un saber práctico mediante programas de formación para todos los colaboradores y ha establecido diferentes canales para que actitudes no éticas sean denunciadas y se tomen acciones al respecto. Así mismo, este objetivo irradia a nuestros diferentes grupos de interés. Hemos fortalecido estos criterios por medio de vinculaciones a entidades como la Fundación Ética Mundial.

Trabajamos todos los días para mantener la confianza como entidad financiera, un reto y una responsabilidad que, además, demuestra un trabajo conjunto con todos aquellos que están cerca.

## Compromisos con la sostenibilidad

En los últimos años, en el Grupo Bancolombia hemos asumido iniciativas internacionales que promueven la Responsabilidad Corporativa y que se han convertido en lineamientos esenciales para el desarrollo de la estrategia.

|   |   |
|---|---|
|  | <p><b>Pacto Global:</b> En 2010 presentamos el primer informe anual a Naciones Unidas sobre los avances y las acciones desarrollados por el Grupo Bancolombia en los 10 principios propuestos por Pacto Global. Página <a href="http://www.globalcompact.org">www.globalcompact.org</a></p>   |
|  | <p><b>Principios del Ecuador:</b> Durante 2010 presentamos nuestro reporte de evaluación de riesgos sociales y ambientales en la financiación de proyectos acorde con este protocolo. Página <a href="http://www.equator-principles.com">www.equator-principles.com</a></p>   |
|  | <p><b>Dow Jones Sustainability Index:</b> En los dos últimos años hemos sido invitados por <i>Sam Group</i> a participar de este índice. Han sido años de aprendizaje en los que hemos mejorado de manera consistente en nuestro resultado y hemos avanzado hacia nuestro objetivo de conseguir nuestra inclusión en este listado. Ver resultados en <a href="http://www.grupobancolombia.com">www.grupobancolombia.com</a></p> |

## Avances en la estrategia de Responsabilidad Corporativa

Acorde con nuestra práctica de los últimos años, bajo estándares del *Global Reporting Initiative*, hemos desarrollado nuestra memoria de sostenibilidad en la que presentamos en detalle los logros de los diferentes campos de acción de nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa. En este informe queremos presentar el avance en los tres ejes fundamentales: social, económico y ambiental.

En el **componente social**, la educación financiera es el pilar fundamental de nuestra estrategia. Desde 2008 trabajamos en la implementación de programas, desde la Fundación Bancolombia orientamos para beneficio de las comunidades, principalmente a niños y a jóvenes de instituciones educativas. Durante el año 2010 beneficiamos a 48.035 estudiantes y formamos a 1.660 docentes en cuatro regiones del país. Esta iniciativa sirvió de base para identificar un potencial en las demás partes de interés que demandaban por un conocimiento financiero ajustado a sus necesidades.

Nuestro interés consiste en compartir nuestro saber hacer con los grupos de interés y diseñar programas orientados a mejorar sus conocimientos financieros, lo que nos permitió llegar en 2010 a 1.603 colaboradores del Grupo Bancolombia, que realizaron el curso de finanzas personales y se apropiaron de conocimientos que les permiten contar con hábitos financieros saludables.

De igual manera, nos encontramos diseñando propuestas para otros grupos de interés basados en criterios de formación e información, según las necesidades de cada público.

En el componente de inclusión financiera, durante 2010 trabajamos con el equipo de Bancolombia, Mi Negocio, que tiene como reto atender a los microempresarios con un portafolio de microcrédito, una cuenta de ahorros y una tarjeta débito que no tiene ningún costo para el cliente y, además, un Bancaseguro que le permite asegurar su grupo familiar, para alcanzar los siguientes resultados:

- El 75% de los clientes adquirió un seguro, que le permite proyectar sus riesgos futuros.
- Además, se vincularon 17.000 clientes nuevos de los cuales a 2.000 se les otorgó un monto igual o inferior a un millón de pesos, llegando así a microempresas de tamaños más pequeños.
- Hoy en Bancolombia Mi Negocio contamos con 35.500 clientes vigentes, con plazos de pago de hasta 12 meses, lo que permite que los no tengan que incurrir en fuentes informales de crédito que son más costosas y disminuyen su calidad de vida.
- El 40% de los clientes son mujeres cabezas de familia.
- Iniciamos un convenio con la empresa Bavaria, con el fin de apoyar con nuestro portafolio a los tenderos del sur de Bogotá. En sólo cuatro meses llegamos a más de 300 tenderos, con una cartera de \$750 millones.
- También estamos trabajando un convenio con Construyá, en el que apoyamos a los microempresarios en la compra de materiales para el mejoramiento de sus viviendas o de sus negocios.
- Bancolombia Mi negocio cuenta con 21 oficinas en 13 ciudades del país y diversas poblaciones cercanas a estas ciudades capitales.





En 2010, adelantamos nuestro Programa de Educación Financiera para que niños y jóvenes de instituciones financieras cuenten con hábitos de ahorro y de consumo saludables. Beneficiamos a 48.035 estudiantes y formamos a 1.660 docentes en cuatro regiones del país.



Al cierre de 2010, en el Grupo Bancolombia ofrecimos a la comunidad una red de 742 Corresponsales No Bancarios, CNB, y 600 Puntos de Atención Móviles, PAM, en zonas geográficas alejadas. A través de esta red hacemos presencia en más de 500 municipios y 23 corregimientos. En la mayoría de ellos somos el único banco que presta servicios financieros, generando un desarrollo para el país.

También logramos aumentar la cobertura en más de 52 municipios de Colombia, gracias a la implementación de más de 200 CNB puestos en marcha en lo corrido del año. Allí, nuestros clientes pueden realizar transacciones y consultas de saldos.

En el componente ambiental, por su parte, contamos con las metodologías y las herramientas más adecuadas para evaluar los riesgos ambientales y sociales en la financiación de proyectos y en la contratación de proveedores. Esto nos ha permitido generar políticas orientadas a analizar estos impactos y a tomar decisiones para mitigarlos y manejarlos de manera adecuada con nuestros clientes y cadena de abastecimiento. Durante 2010 evaluamos 17 proyectos financiados, 7 operaciones de leasing y 31 proveedores, identificando diferentes niveles de riesgos, estableciendo condicionamientos para los desembolsos y contrataciones, y negando la financiación a proyectos o cerrando la generación de órdenes de compra, cuando no encontramos un ajuste a la normatividad y buenas prácticas en temas sociales y ambientales.

## Proyección 2011

Continuaremos con el desarrollo de la estrategia de Responsabilidad Corporativa, poniendo en marcha iniciativas que fortalezcan nuestros frentes de acción definidos en las áreas sociales, económicas y ambientales.

En el frente de educación financiera, vamos a desarrollar programas ajustados a las necesidades de los clientes del Grupo Bancolombia, proveedores, autoridades, empleados y otros segmentos. Continuaremos con el programa de Educación Financiera, en el que hemos avanzado con las diferentes instituciones educativas del país tanto públicas como privadas y llegaremos a 82 instituciones más, para un total de 209.

Con esta estrategia buscamos que los programas de educación financiera que implementaremos con los diferentes grupos de interés, impacten en sus comportamientos y en sus decisiones del presente y del futuro, permitiéndoles comprender y analizar los efectos que sus decisiones puedan tener.

Durante el año 2011 la inclusión financiera será un tema fundamental para el desarrollo y el crecimiento de nuestro negocio. En Bancolombia Mi Negocio esperamos abrir cinco oficinas en nuevas poblaciones para lograr una mayor cobertura y crecimiento. Uno de nuestros retos consiste en continuar creciendo la base de clientes vigentes y trabajar en la optimización de nuestro portafolio para el microempresario.

También estamos trabajando para desarrollar un diplomado para los microempresarios, que les permita aumentar su generación de valor en la oferta para el cliente. Esperamos expandir el convenio con Bavaria a todas las plazas donde hoy tenemos presencia y así continuar contribuyendo al crecimiento y al desarrollo sostenible de los tenderos y sus familias, además seguir consolidando el convenio con Construyá.

Nuestros esfuerzos continuarán con los programas de bancarización, en los que mantendremos el ritmo de crecimiento en la cobertura de la red de Corresponsales No Bancarios y los Puntos de Atención Móvil a lo largo y ancho del país.

Vamos a fortalecer nuestra relación con nuestros aliados estratégicos, como son por ejemplo nuestros Corresponsales No Bancarios, para ofrecerles herramientas que les permitan mejorar la actitud, el servicio y afianzar los lazos de confianza y relación con nuestros clientes.

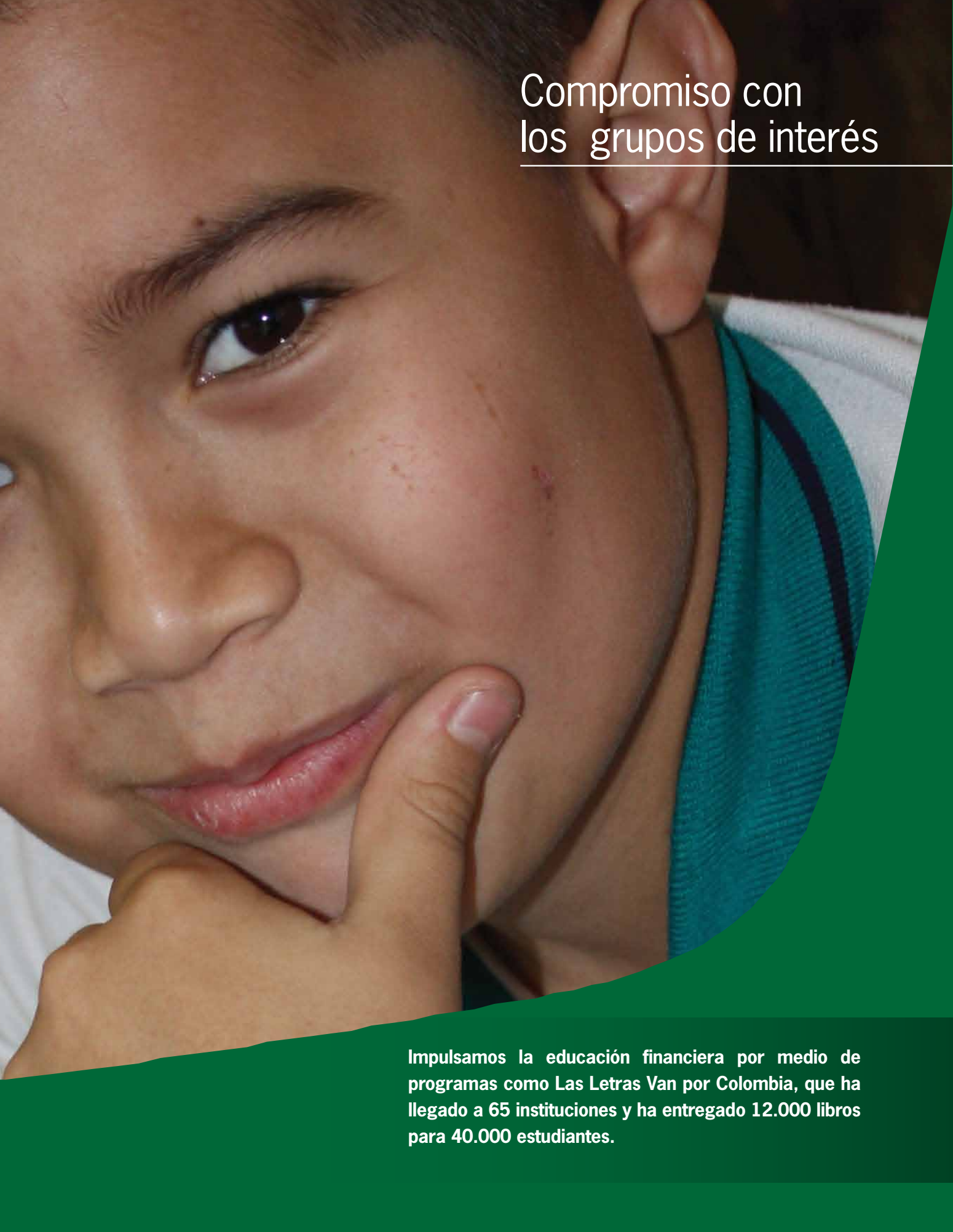
En cuanto a la evaluación de riesgos ambientales y sociales, continuaremos con los procesos de análisis en la financiación de proyectos, asesoría de banca de inversión, *leasing* inmobiliario y de inversión del fondo de capital privado. A su vez, participaremos en la revisión estratégica en curso sobre los Principios del Ecuador, coordinada por el comité directivo de esta asociación. Con lo anterior fortaleceremos nuestros resultados de cara a los compromisos asumidos mediante las adhesiones al Pacto Global y a los Principios del Ecuador.

Siendo consecuentes con nuestro propósito enunciado en el área de alianzas para la sostenibilidad, esperamos presentarnos de nuevo durante este año al *Dow Jones Sustainability Indexes* y nuestro objetivo será estar listados en el *Dow Jones Sustainability World Index*, que refleja. Esto teniendo en cuenta que *Dow Jones Sustainability Indexes* no es un índice sino el genérico de los 16 índices de sostenibilidad que maneja el Dow Jones; adicionalmente, que hoy estamos listados en el *Dow Jones Sustainability World Enlarged Index* que incluye al 20% de las empresas más sostenible; y que nuestro objetivo es estar listado en el *World Index* incluye al 10% de las más sostenibles.

Con este enfoque integral de nuestra Responsabilidad Corporativa, invitamos a nuestros accionistas, clientes, empleados y a la ciudadanía en general a conocer en detalle los avances que en materia de sostenibilidad tuvimos durante el año 2010 y que pueden encontrar a lo largo de esta memoria, preparada con base en los estándares del *Global Reporting Initiative, GRI*.







## Compromiso con los grupos de interés

Impulsamos la educación financiera por medio de programas como Las Letras Van por Colombia, que ha llegado a 65 instituciones y ha entregado 12.000 libros para 40.000 estudiantes.





# Compromiso con con los grupos de interés

En el Grupo Bancolombia estamos comprometidos con el desarrollo de nuestros públicos de interés en los países en los que tenemos presencia. A continuación les presentamos las acciones que adelantamos en 2010 para aportar a su desarrollo y a su bienestar.

## Compromiso con los colaboradores

»»» **D**ía a día reafirmamos el compromiso que tenemos con nuestros colaboradores y trabajamos constantemente en su desarrollo, porque estamos convencidos de que el crecimiento del Grupo Bancolombia y su aporte a los países en los que tenemos presencia en la región, depende en gran medida del talento humano. Sólo con mejores personas construimos una mejor empresa y una sociedad más próspera.



## Modelo de gestión integral



Nuestro modelo de gestión integral es la forma como desde el Grupo Bancolombia concebimos y trabajamos para que nuestros empleados desarrollen sus competencias, se sientan motivados y tengan un crecimiento personal y profesional.

En el Grupo Bancolombia nos caracterizamos por tener empleados orgullosos, satisfechos y felices de formar parte de este equipo, con las competencias requeridas, en el puesto apropiado y en el momento adecuado.

Como premisa fundamental consideramos que las mayores ventajas competitivas sostenibles provienen en gran medida de las personas y de la cultura organizacional. Por lo tanto, es nuestra responsabilidad trabajar día a día con el objetivo de que el talento humano de nuestros empleados se gestione de forma integral, de manera que ellos encuentren en el Grupo Bancolombia un gran lugar de trabajo y además un espacio de crecimiento laboral y personal que les permita lograr un mayor bienestar, lo que redundará en su entorno familiar y en los aportes al desarrollo de Colombia y de los demás países en los que estamos presentes.

Nuestro propósito consiste, entonces, en atraer, conservar y desarrollar un talento humano que se caracterice por su sentido de liderazgo y trabajo en equipo, con orgullo y sentido de pertenencia, que les permita trabajar en línea con la estrategia del Grupo Bancolombia y así aportar a su crecimiento y al del país.

El modelo de competencias es el eje conceptual que orienta la Gestión Humana del Grupo, el cual articula todos los procesos que acompañan la vida laboral del empleado y las acciones que contribuyen a un crecimiento profesional y personal equilibrado.

Es así como el trabajo valioso y con sentido, el estilo de nuestros líderes, el desarrollo de carrera, la armonía de las relaciones laborales, la constante búsqueda del balance entre vida laboral y personal, los esquemas de flexibilidad, nuestro modelo de reconocimiento, la oportunidad de aprendizaje continuo, la generación de valor a todos nuestros grupos de interés mediante una actuación ética, transparente y comprometida con el país y el interés por contribuir en la construcción de un mejor país para las nuevas generaciones, forman parte de los pilares de nuestra propuesta de valor para atraer y conservar al mejor talento humano.

### Valores corporativos

Nuestro objetivo consiste en contar con equipos de trabajo integrados por personas motivadas, interesadas en el desarrollo de sus capacidades y conscientes de la importancia de nuestros valores corporativos, los cuales nos caracterizan como empleados del Grupo Bancolombia.

- **Actitud de servicio.** Somos amables, oportunos y eficaces en la prestación de

En el Grupo Bancolombia buscamos que el

### talento humano

de nuestros empleados se gestione de forma integral, de manera que ellos encuentren en la organización un gran lugar de trabajo y además un espacio de crecimiento laboral y personal que les permita lograr un mayor bienestar.

nuestros servicios.

- **Actitud positiva.** Disfrutamos de lo que hacemos y estamos en una búsqueda permanente de posibilidades.
- **Alto desempeño.** Superamos continuamente nuestras metas y optimizamos el uso de recursos para crear valor.
- **Confianza.** Generamos credibilidad y manejamos responsablemente la información.
- **Integridad.** Actuamos dentro de los más rigurosos principios éticos y legales.
- **Orientación al cliente.** Construimos relaciones de largo plazo con nuestros clientes, que son nuestra razón de ser.
- **Respeto por las personas.** Damos un trato digno a las personas y valoramos sus diferencias.
- **Responsabilidad social.** Somos un factor de desarrollo sostenible de las comunidades en donde estamos presentes.
- **Trabajo en equipo.** Valoramos y fomentamos el aporte de las personas para el logro de los objetivos comunes.
- **Transparencia.** Actuamos de manera clara, consistente y oportuna.

### **El Grupo Bancolombia: un buen sitio para trabajar y modelo de liderazgo**

El reconocimiento nacional e internacional que tienen nuestras empresas del Grupo Bancolombia es un elemento diferenciador y se constituye en un foco de gestión para hacer de nuestras compañías buenos sitios para trabajar. El clima laboral se convierte en una ventaja competitiva para atraer y conservar el talento.

Estamos comprometidos con el desarrollo de un estilo de liderazgo efectivo y consistente con la marca y los valores, que genere valor a nuestros públicos objetivos y posibilite el crecimiento de los empleados y del negocio. Este modelo lo estamos construyendo desde hace más de diez años, junto con la formación, el trabajo en equipo y la orientación a resultados y al cliente, creando camaradería y orgullo, atributos que nos impulsan de manera permanente en el Grupo Bancolombia para alcanzar las metas propuestas. Los resultados de nuestra gestión se evidencian en los indicadores positivos de cada empresa y del Grupo como tal, en la evaluación de desempeño ascendente y descendente.

Durante los años 2006, 2008 y 2010 participamos en la investigación que realiza el Instituto *Great Place to Work* sobre ambiente de trabajo y relacionamiento de los colaboradores del Grupo Bancolombia, con excelentes resultados y con un crecimiento en el índice de ambiente laboral mayor a siete puntos. Esto resalta la gestión y los esfuerzos que realizamos los equipos de trabajo para mejorar el clima laboral por medio de planes de acción claros, medibles y alcanzables en el tiempo y con el acompañamiento por parte de la Vicepresidencia de Gestión Humana. La participación en la evaluación de *Great Place to Work* está definida para cada dos años, ya que consideramos que el desarrollo de cultura y de gestión sobre el ambiente de trabajo requiere programas de largo plazo



y seguimiento constante.

Este estudio incluye variables como: orgullo de trabajar en la empresa, confianza (relación con los jefes) y camaradería (relación entre compañeros), que se reflejan en nuestro estilo de comunicación abierta, nuestra capacitación permanente, nuestro respeto por los demás y nuestra preocupación constante para hacer de las empresas espacios donde los colaboradores se desarrollen en el ámbito personal y profesional.

Nuestro trabajo en este aspecto también fue reconocido en 2009 y en 2010 por la firma Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, Merco. Por segunda ocasión, formamos parte del listado de empresas con mejor reputación en nuestro país y somos líderes en la categoría sector financiero. La consultora internacional *Hewitt Associates*, la revista *Fortune* y *RBL Group* nos destacaron en Bancolombia porque somos una empresa que poseemos prácticas que permiten el desarrollo de las personas con visión de futuro y aportan valor en la conducción del negocio y de la gente.

Otro aspecto que consideramos fundamental para construir y fortalecer nuestra cultura y contar con un buen lugar de trabajo es la forma de adelantar el liderazgo. Por eso nos hemos enfocado en fortalecerlo desde los valores del respeto, el trabajo en equipo, el empoderamiento y la participación de nuestros colaboradores. De esta manera, buscamos promover el desarrollo del talento humano y la generación de valor para todos nuestros públicos de interés.

## Marca de Liderazgo

La iniciativa de construir una Marca de Liderazgo en el Grupo Bancolombia surge por la necesidad de fortalecer la manera como nos perciben nuestros grupos de interés, es decir, nuestros clientes, colaboradores y sus familias, inversionistas, autoridades, proveedores, medios de comunicación y comunidad en general.

Nuestra Marca de Liderazgo define la identidad de nuestra organización y sus atributos reflejan nuestro sello diferenciador:

**“Los colaboradores del Grupo Bancolombia somos asesores expertos, optimistas y flexibles, que construimos relaciones de confianza y cercanía con nuestros grupos de interés, apoyados en la excelencia en el desempeño y el desarrollo de personas y equipos sobresalientes para que el negocio evolucione bajo una visión de vanguardia, con el fin de crear valor económico, ecológico y social sostenibles”.**

Este tema lo estamos desarrollando desde 2009 con la consultoría de la firma The RBL Group y durante las diferentes etapas de evolución ha contado con la participación de distintas personas tanto del Grupo como externas: desde vicepresidentes, jefes y colaboradores de diversas áreas hasta proveedores y clientes. Ha sido una construcción colectiva que hoy se encuentra en la etapa de difusión.

En esta fase nos apoyamos en los líderes de los equipos para facilitar que al interior de la organización estemos conscientes de la manera como queremos ser percibidos y actuemos en consecuencia. Para esto, construimos una declaración de Marca de Liderazgo que nos servirá como una brújula para orientar los procesos relacionados con las personas.

Durante 2010 difundimos este mensaje en la organización por medio de diferentes

Estamos entre las

**10 mejores  
compañías**

para trabajar en Colombia, según el estudio *Great Place to Work*. Un reconocimiento que nos llena de satisfacción, pero al mismo tiempo nos motiva a continuar trabajando por un buen clima laboral y la satisfacción y el crecimiento de nuestros empleados.

Estamos trabajando de la mano con nuestros jefes para que **la Marca de Liderazgo** sea nuestra identidad en la forma de relacionarnos y actuar en el Grupo Bancolombia.

**61%** de los jefes del Grupo Bancolombia se han formado en *Coaching Organizacional*.



estrategias: la campaña de mercadeo De Mi Depende Darle Sentido a lo que Hago, de los talleres de *coaching* dirigidos a los jefes del Grupo y de las charlas informativas en los círculos de comunicaciones de diferentes dependencias. De igual manera, desde la Vicepresidencia de Gestión Humana articulamos las iniciativas de gestión para el año acorde con los atributos de la marca.

### **Coaching organizacional**

Con el objetivo de consolidar nuestro estilo de dirección en el Grupo Bancolombia y darle continuidad a la formación de todos los líderes de la organización en esta filosofía y técnica de dirección, certificamos 55 colaboradores como facilitadores de *coaching*. Durante años anteriores, el entrenamiento de los líderes lo realizaba una empresa de consultoría y a partir de 2010 estuvo a cargo de este equipo de facilitadores, que recibieron más de 100 horas de entrenamiento.

Entre mayo y diciembre de 2010 y, gracias al apoyo de esta red de facilitadores, 575 jefes del Grupo Bancolombia, que representa el 21% de la población total de jefes, fueron entrenados para acompañar a sus equipos en el desarrollo de sus competencias y en el logro de los objetivos personales y organizacionales, a través de la aplicación del *Coaching Organizacional*. De esta manera, se construyen capacidades organizacionales de largo plazo, que permiten el logro de resultados sobresalientes y sostenibles.

A la fecha, el 61% del total de jefes del Grupo se han formado en *Coaching Organizacional* y se planea cubrir el ciento por ciento en los próximos dos años.

## Gestión de la cultura organizacional



**N**uestra cultura organizacional es la forma común de expresarnos y vivir con los demás en nuestro día a día de trabajo. Por eso, en el Grupo Bancolombia adelantamos acciones para fortalecerla desde nuestros valores e identidad.

En el Grupo Bancolombia consideramos como uno de nuestros factores críticos de éxito el desarrollo del talento humano y para lograrlo contamos con importantes estrategias orientadas a fortalecer la cultura organizacional como la construcción de apropiados ambientes de trabajo, en los que prime el respeto y el trabajo en equipo, programas de formación y de entrenamiento, becas corporativas para estudios en el exterior, talleres para el desarrollo de competencias como liderazgo y trabajo en equipo, intervenciones de gestión del cambio y eventos de reconocimiento, entre otros.

## Gestión del Cambio

El modelo de Gestión del Cambio establecido hace dos años tuvo un despliegue importante durante 2010 en el programa de Transformación del Negocio, Innova, lo que facilitó, por medio de las estrategias de sensibilización, preparación y estabilización de cada nuevo proceso, que los colaboradores del Grupo Bancolombia conocieran sobre la transformación del negocio y algunos directamente involucrados participaran de su puesta en marcha.

Además de su labor en el programa Innova, el equipo de Gestión del Cambio asesoró otros proyectos importantes para la organización como la cesión de activos y pasivos de Sufi (hoy Tuya S.A.) a Bancolombia, la integración de Leasing – Renting, el proyecto Banca Privada, los traslados de las sedes de Cali y de Cartagena y la implementación del Centro de Servicios Compartidos de Mercadeo y de Canales, entre otros.

Cerca de 1.500 colaboradores participaron en actividades de Gestión del Cambio como conversatorios y talleres, que tenían como objetivo lograr una mayor apropiación del proceso de transformación en los colaboradores y aprovechar al máximo las positivas oportunidades de aprendizaje y de crecimiento que ellos traen.

## Programas de reconocimiento

Una de las prioridades de la organización consiste en reconocer la excelencia en el desempeño de los colaboradores, no sólo en el logro de los resultados sino también en la vivencia de los valores.

Además de las iniciativas propias de cada líder para propiciar un buen ambiente de trabajo y motivar a sus equipos, en el Grupo Bancolombia contamos con actividades corporativas que buscan resaltar las características de nuestros colaboradores y su compromiso con el desarrollo y el logro de las estrategias corporativas.

- **Nuestro Orgullo**

La cuarta versión del evento Nuestro Orgullo se inspiró en la celebración del Bicentenario de la Independencia de Colombia bajo el concepto de Libertad, para reconocer 144 colaboradores provenientes de Barranquilla, Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Santa Marta, Miami, Panamá y Puerto Rico, que se destacaron por su estilo de liderazgo, su integralidad, su apertura al cambio, su responsabilidad social, su sentido de eficiencia o por su excelente servicio. Ellos disfrutaron de un evento de recreación y de reconocimiento con la participación de directivos del Grupo.

- **Convención de los Mejores**

La Convención de los Mejores es un evento de gran importancia en el Grupo Bancolombia, pues reúne a aquellos que durante el año se han destacado como los mejores en la gestión comercial y en el servicio a nuestros clientes. Con este evento y bajo un ambiente de fraternidad, amistad, diversión, descanso y actividades sociales, nuestros campeones son tratados como grandes estrellas.

Gracias al compromiso y a la dedicación de nuestro equipo comercial somos reconocidos como líderes en el sector financiero, como una compañía orientada a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes y con un claro sentido de responsabilidad social.

En el Grupo Bancolombia realizamos tres grandes **eventos de reconocimiento**

a nuestros empleados: Nuestro Orgullo que destaca los valores y el trabajo en equipo; la Convención de los Mejores al que asisten los que alcanzan las metas comerciales y el encuentro BancaSeguros para los grandes vendedores.

En 2010, más de 350 empleados fueron destacados en la Convención de los Mejores, por su labor comercial y su compromiso con el servicio.

- **Encuentro BancaSeguros, Ahorros y Consumo**

Cada año, en Bancolombia realizamos el encuentro Bancaseguros, Ahorros y Consumo, en el que reconocemos el esfuerzo y la excelencia de los colaboradores que impulsan esta estrategia. Estos grandes vendedores fueron recibidos en San Andrés, para reconocer su empeño, sacrificio y dinámica comercial.

## **Gestión del desempeño**

Es un proceso de comunicación sistemático y periódico mediante el cual se gerencia el aporte de los colaboradores del Grupo Bancolombia, desde un enfoque integral del hombre: el ser, el saber y el hacer.

Este proceso consta de dos momentos formales:

**La evaluación ascendente** en la que los colaboradores tienen la posibilidad de retroalimentar el estilo de liderazgo de sus jefes. Esta herramienta orienta su desarrollo profesional y personal y aporta al mejoramiento de su gestión. Durante el año 2010 alcanzamos en el Grupo Bancolombia una participación de 95%.

**La evaluación del desempeño descendente** es el momento propicio para que nuestros jefes fortalezcan la relación con sus colaboradores, los retroalimenten sobre la gestión que han realizado durante el año y compartan las expectativas de ambos. Con base en esta evaluación se determina un plan de mejoramiento y acompañamiento individual para el desarrollo de competencias a partir del acuerdo de las metas que debemos proponernos como colaboradores del Grupo Bancolombia. En esta reunión entre jefe – colaborador, surgen y se fortalecen los elementos del Coaching Organizacional. El nivel de participación en el Grupo Bancolombia fue de 99%.

La información obtenida mediante los procesos de retroalimentación nos permite definir el plan de desarrollo para programas de formación, el plan de reconocimientos, el aumento salarial anual para los cargos administrativos, el otorgamiento de créditos y en general, las posibilidades de desarrollo.

## **Construyendo una cultura de servicio**

Dando continuidad a las estrategias de servicio que venimos movilizando desde el año 2009 bajo el concepto De Mi Depende y basados en la voluntad de hacer del servicio un factor diferencial para el Grupo Bancolombia, en 2010 pusimos en marcha una serie de acciones para que este aspecto fundamental, que además es un lineamiento estratégico, se pudiera percibir en nuestro quehacer diario.

Para esto desplegamos acciones permanentes e integrales orientadas a posicionar en las mentes y en la conciencia de todos los colaboradores el compromiso por el servicio. Una de las campañas que desarrollamos consistió en promover durante 21 días la práctica de los valores que constituyen los principios fundamentales de nuestra Marca de Liderazgo. El reto posterior fue ponerlos en práctica en nuestro día a día para reflejar en nuestra organización cambios en la flexibilidad, el aprendizaje, la voluntad, el optimismo, el compromiso, la confianza y la cercanía, valores que cada uno asumimos en todos los comportamientos frente a compañeros de trabajo, amigos y clientes.





GRAN  
CAMPEÓN

Celsa  
Gutiérrez

Convención  
de Los Mejores

20-10 años

Grupo  
Bancolombia

Delta  
depende

GRAN  
CAMPEÓN

Luz Adriana  
Salazar

Convención  
de Los Mejores

20-10 años

Grupo  
Bancolombia

Para nosotros, la Convención de los Mejores es uno de los evento más importante de reconocimiento a los colaboradores, pues reúne a aquellos que durante el año se han destacado como los mejores en su gestión comercial y su servicio.

## Las estrategias de servicio

nos han permitido ser cada vez más una organización donde se respiran valores y principios, donde sus colaboradores están dispuestos a ser personas integrales y donde sus acciones se reflejan finalmente en la satisfacción de nuestros clientes.

En la estrategia La Hora de la Verdad más de **270 personas** nos compartieron sus experiencias positivas con el uso de la manilla de cambio.



Entregamos el kit La Hora de la Verdad a más de **2.000 jefes** del Grupo Bancolombia.



## Resultados de la estrategia: La Hora de la Verdad

1. Más de 270 personas nos compartieron sus experiencias positivas con el uso de la manilla de cambio e impacto en su vida personal.
2. Divulgamos en video seis casos de servicio representados por la compañía de teatro Acción Impro, para que todos escribieran las posibles soluciones propuestas para estas situaciones. Recibimos 405 soluciones, de las cuales elegimos las mejores para ser representadas de nuevo a finales de febrero de 2011.

Los casos representados fueron: Manejo de clientes difíciles, asesoría con calidad, procesos orientados al cliente, compromiso con la seguridad, construcción de relaciones de confianza y de cercanía con los clientes, así como aprender más de nuestras filiales nos acerca a nuestros clientes y compañeros.

3. Entregamos el kit La Hora de la Verdad, con herramientas de reconocimiento y de servicio a más de 2.000 jefes del Grupo Bancolombia. El kit contenía:
  - a. Tótem de reconocimiento: Permite rotar los valores por los cuales serán reconocidos los colaboradores de cada área. La idea es que los jefes se apoyen en esta pieza para hacer reconocimiento a los integrantes del equipo que se destacan en la vivencia de los valores de la campaña: compromiso, optimismo, flexibilidad, aprendizaje, confianza y cercanía. Hoy todos los jefes que la recibieron están rotando en sus equipos el reconocimiento.
  - b. Juego para construir plan de mejoramiento en servicio 2011.
  - c. Invitación a construir de manera creativa el plan de mejoramiento de servicio interno para que luego lo compartan con toda la organización en Intranet. Algunas ideas son: canciones, poesías, videos, entre otros. La idea es que participen todos los equipos comerciales, administrativos y operativos.

En este sentido en 2011 seguiremos construyendo una cultura de servicio que parte de una actitud amable y cordial en el trato, en la disposición e interés que se demuestra por conocer, atender y resolver las necesidades de nuestros clientes, así como en el conocimiento y en la preparación sobre el negocio.

Para lograrlo vamos a:

- Fortalecer la asesoría profesional de los empleados del Banco para ofrecer a los clientes los productos y servicios adecuados, de acuerdo con sus necesidades, expectativas, preferencias y comportamiento.
- Segmentar el canal telefónico y el proceso de quejas y reclamos.
- Fomentar el sentido de pertenencia y sentimiento de orgullo de ser banqueros.
- Diseñar programas de certificación de los equipos comerciales, que se ajusten a las necesidades del mercado y de nuestros clientes.

Por último, estamos comprometidos en hacer fáciles los servicios financieros para que desde la excelencia operativa garanticemos una experiencia positiva en el servicio, desde que el cliente solicita el producto hasta que efectivamente lo recibe. Esto debe estar

enmarcado dentro de la premisa de garantizar un proceso ágil, oportuno, eficiente y con un buen servicio al cliente.

## Formación y desarrollo de nuestro talento



La formación y el desarrollo permanente, como un proyecto personal de cada colaborador, constituyen pilares fundamentales de nuestra cultura en el Grupo Bancolombia.

Para contar con el mejor talento humano, acompañamos el desarrollo integral de las competencias de los empleados y la gestión de la cultura organizacional.

En 2010, invertimos cerca de \$6.546'804.998 en el desarrollo de nuestros colaboradores. Esta cifra se traduce en 180.934 participaciones en programas formativos, es decir, en promedio cada colaborador recibió ocho cursos que facilitaron el mejoramiento de sus habilidades y de sus competencias.

En relación con el año anterior, el monto invertido fue menor en \$198 millones y la cifra de participaciones se incrementó en 108.362, equivalente a 59,89%, lo que refleja un uso más eficiente de los recursos.

### Gestión de la formación

Nuestro plan de formación anual se realiza bajo metodologías presenciales y virtuales, las cuales le apuntan a los pilares de cultura, negocio, procesos, riesgo y finanzas con el siguiente comportamiento:

| Pilar    | Porcentaje |
|----------|------------|
| Riesgo   | 36%        |
| Cultura  | 33%        |
| Negocio  | 18%        |
| Procesos | 10%        |
| Finanzas | 3%         |

Así mismo, los programas formativos presenciales están clasificados en:

**Programas internos:** Desarrollados por empleados que cumplen el rol de facilitadores.

**Programas externos:** Definidos para determinados grupos de la organización con el apoyo de facilitadores externos.

**Programas de extensión:** Programas abiertos, coordinados por universidades, instituciones especializadas y consultores nacionales e internacionales, y a los cuales se inscriben los colaboradores.

La inversión total en programas virtuales durante 2010 fue de  
**\$236.352.309.**



La distribución de participaciones en estos programas fue:

| Programa  | Porcentaje |
|-----------|------------|
| Interno   | 70%        |
| Externo   | 23%        |
| Extensión | 7%         |

La inversión en estos programas, representada en pago de honorarios a proveedores externos fue:

| Programas Externos | Programas Extensión |
|--------------------|---------------------|
| \$1.265'092.267    | \$1.862'782.287     |

En 2010 el 88% de las participaciones se desarrollaron por medio de programas virtuales, lo que representó una mejoría en los niveles de eficiencia de los procesos de aprendizaje y en la cobertura de los contenidos.

| Número de participaciones en programas virtuales |                |
|--|----------------|
| Empresa  | Virtual        |
| Bancolombia                                      | 127.126        |
| Banca de Inversión Bancolombia                   | 529            |
| Factoring Bancolombia                            | 631            |
| Fiduciaria Bancolombia                           | 2.387          |
| Valores Bancolombia                              | 2.883          |
| Leasing Bancolombia                              | 3.967          |
| Proyecto Innova                                  | 3.751          |
| Tuya S.A.  | 3.150          |
| Otras filiales / filiales del exterior           | 12.694         |
| <i>Outsourcing</i>                               | 279            |
| <b>Total general</b>                             | <b>157.397</b> |

Con relación a 2009, hubo un incremento de 49.844 participaciones, equivalente a 68,33% adicional.

| Número de participaciones en capacitación presencial |               |
|--|---------------|
| Empresa  | Presencial    |
| Bancolombia  | 18.514        |
| Banca de Inversión Bancolombia                       | 188           |
| Factoring Bancolombia                                | 349           |
| Fiduciaria Bancolombia                               | 1.114         |
| Valores Bancolombia                                  | 812           |
| Leasing Bancolombia                                  | 678           |
| Proyecto Innova                                      | 1.304         |
| Tuya S.A.  | 297           |
| Otras filiales / filiales del exterior               | 169           |
| <i>Outsourcing</i>                                   | 112           |
| <b>Total general</b>                                 | <b>23.537</b> |

Con relación a 2009, hubo un incremento de 3.791 participaciones, equivalente a 19,19% adicional.



## Inducción al Grupo Bancolombia

La inducción es el primer programa formativo con el que se encuentran las personas recién ingresadas a la organización. Tiene como objetivo facilitar en los participantes la comprensión de la cultura organizacional, de tal forma que su futuro desempeño esté alineado con el direccionamiento estratégico del Grupo.

El número de participaciones durante 2010 fue:

- **Inducción presencial**

|                   | No. Participantes |
|-------------------|-------------------|
| Grupo Bancolombia | 2.320             |

- **Inducción virtual**

|                   | No. Participantes |
|-------------------|-------------------|
| Grupo Bancolombia | 898               |

## Entrenamientos en el cargo

Participan los colaboradores que son nombrados en cargos críticos para el servicio al cliente en las sucursales, con el fin de capacitarlos en el manejo de los productos, los procesos y las herramientas.

| Empresa                    | No. Participantes |
|----------------------------|-------------------|
| Entrenamiento a cajeros    | 856               |
| Entrenamiento a auxiliares | 164               |
| Entrenamiento a asesores   | 193               |
| <b>Total</b>               | <b>1.213</b>      |

## Plan de desarrollo

Durante 2010 continuamos la estrategia de Plan de Desarrollo, con el objetivo de promover el concepto del empleado protagonista de su crecimiento, pues es el colaborador el que elige en qué programas participar dependiendo de sus conocimientos, necesidades de mejoramiento y plan de formación de su cargo.

### Programas del plan de desarrollo en 2010

| Programas plan de desarrollo                         | No. participantes |
|--|-------------------|
| Caja dólares   | 70                |
| Comercio internacional para oficinas de moneda legal | 299               |
| Entrenamiento equipos de ventas                      | 435               |
| Formación comercial para gerentes                    | 686               |
| Gerencia mentora                                     | 361               |
| Grafología y dactiloscopia                           | 369               |
| <b>Total</b>   | <b>2.220</b>      |

El programa de **Becas Excelencia** Bancolombia tiene como objetivo ofrecer formación avanzada en el exterior a empleados de destacado desempeño y con proyección dentro de la organización.

## Certificación Interna de Crédito

Durante el año 2010, el 21,41% de los gerentes de Zona, gerentes de Sucursal y ejecutivos, aprobó el programa de Certificación Interna de Crédito, que les permitió nivelar sus conocimientos y consolidar sus habilidades en el manejo del riesgo de crédito, competencia técnica fundamental para el éxito de nuestro negocio. Teniendo en cuenta que durante el año 2009 certificamos el 69,39% de los gerentes, hemos logrado un indicador de 90,81% de certificaciones para estos cargos entre 2009 y 2010.

## Becas Excelencia Bancolombia

Nuestro programa de Becas Excelencia Bancolombia tiene como objetivo ofrecer formación avanzada en el exterior a empleados de destacado desempeño y con proyección, que les permite desarrollar su potencial y prepararlos para cargos críticos de la organización.

Bajo un análisis riguroso, que consulta criterios de desempeño, compromiso, proyección del colaborador en el Grupo, antigüedad y pertinencia de su licencia de estudio, en el Grupo Bancolombia patrocinamos el desarrollo de destacados colaboradores por medio del programa Becas Excelencia Bancolombia, que cuenta con varios tipos de becas: *Fulbrigh*, *London School of Business and Finance*, la beca CFE, la de Torino y Milano, y la beca de la Universidad de *Leipzig* en Alemania y la Beca Corporativa, esta última le permite a los candidatos realizar estudios en Europa y en Australia.

Durante el año 2010 fueron seleccionados cuatro colaboradores del Grupo para viajar a Estados Unidos con el Convenio Fullbright, cinco colaboradores viajarán a Londres al *London School of Business and Finance* y cinco empleados más fueron merecedores de becas corporativas para estudiar programas de maestrías y MBA en prestigiosas universidades de Australia, España y Londres.

La inversión total destinada para el programa de los becarios fue de \$409.234.504.

## Comunicación interna



**E**n el Grupo Bancolombia estamos convencidos que la comunicación es la mejor herramienta para integrar, informar y promover la participación de nuestros colaboradores en Colombia y en los países en los que tenemos presencia.

Somos conscientes que la mejor forma de integrar a nuestros cerca de 22.000 empleados en las regiones de Colombia y en los países de América Latina en los que tenemos presencia es por medio de una comunicación fluida, respetuosa, sencilla y cercana.

El reto de una organización como la nuestra que, además de contar con un gran número de empleados, está en permanente crecimiento y evolución, consiste en contar con una comunicación innovadora que refleje su realidad. Por eso, durante 2010 adelantamos acciones orientadas a ofrecer medios que permitan la participación de nuestros empleados como el nuevo home de noticias Inform@te, con información en tiempo real de los hechos más importantes de la organización y el espacio para que nuestros colaboradores participen con sus opiniones y comentarios frente a la vida del Grupo Bancolombia. También, contamos en Intranet con sitios colaborativos para que sean los mismos protagonistas quienes nos cuenten qué está pasando y generar así una comunicación no sólo direccional, sino colectiva en la que todos y cada uno podamos participar y ser protagonistas.

En cada uno de nuestros medios de comunicación buscamos contar historias de una manera cálida, cercana, que integren y representen nuestra gente en los lugares donde nos encontramos. De esta manera, hemos estructurado un portafolio de medios de comunicaciones masivos para todo el Grupo y especializados para las comunidades internas, por diferentes canales electrónicos, audiovisuales e impresos.

Nuestra gestión desde las comunicaciones contribuye a integrar a los colaboradores, dar a conocer las realidades de los equipos y de los negocios, permite mantener informado a todos los empleados sobre la dinámica de la organización y aglutina entorno a la visión y a la estrategia del negocio.

Continuaremos procurando ofrecer espacios de comunicación, medios y contenidos innovadores que fortalezcan nuestra cultura e identidad organizacional.

- **Portal Corporativo.** En 2010 avanzamos en la consolidación del proyecto de Masificación del Portal Corporativo, en el que creamos 19 sitios para vicepresidencias y unidades, 8 para filiales del Grupo, 40 sitios corporativos de temas fundamentales para la gestión y el desarrollo de la comunidad del Grupo Bancolombia y 71 sitios privados para el uso y la interacción de los miembros de cada área. Destacamos las zonas colaborativas creadas en los sitios para generar espacios de interacción y comunicación entre los empleados.
- **Inform@te.** Este es el nombre de la página informativa a la que tienen acceso la mayoría de los empleados del Grupo Bancolombia. Allí encuentran información en tiempo real de lo que está sucediendo en el negocio, en las regiones y con la gente. También nos permite interactuar con los empleados y conocer sus opiniones sobre diferentes temas.
- **Especial podcast.** Cada lunes les presentamos a los colaboradores del Grupo el resumen de las noticias en cinco minutos, narradas a manera de noticias radiales. Ésta es la oportunidad para que los colaboradores escuchen las noticias mientras realizan otras actividades, de manera novedosa. En este contenido incluimos entrevistas y voces de los protagonistas, que complementan las noticias con sus testimonios. Además del podcast presentamos un especial de la semana, en el que analizamos un hecho económico, político y social, de manera pedagógica, que nos impacte en nuestro negocio como una forma de aportar a la educación financiera de nuestros colaboradores.
- **Comunicaciones Corporativas.** Es un boletín electrónico de publicación diaria que busca integrar en un solo correo electrónico la información de última hora publicada en los diferentes sistemas de información. Su consulta permanente les

permite a los colaboradores del Grupo tener el registro, día a día, de las noticias corporativas, cartas informativas y circulares, eventos regionales y nacionales, información de prensa, clasificados, información financiera y demás temas relevantes en el Grupo Bancolombia.

- **Revista En Familia.** Una publicación dirigida a las familias de los colaboradores del Grupo Bancolombia como un medio para acercarnos a los hogares y posicionar la cultura organizacional, informar sobre temas de actualidad que se relacionen con el quehacer del Grupo, presentar la opinión de los colaboradores y protagonistas de las historias y enseñar mediante contenidos que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad.
- **Correo Comunicaciones Corporativa.** Nos permite enviar información clave para garantizar la continuidad del negocio e informar en temas puntuales sobre hechos de último momento o enviar mensajes segmentados a cada público.
- **Carteleras Virtuales.** En la sede de Dirección General, además de otras sedes administrativas, en la que trabajan cerca de 4.000 empleados, contamos con un medio audiovisual en el que transmitimos un amplio contenido, pensado en las necesidades informativas del público. Además de noticias actuales, también tratamos temas de bienestar, campañas, cifras económicas, servicio y realizamos transmisiones en directo de eventos internos, entre otros.

## Bienestar para los empleados y sus familias



Los empleados del Grupo Bancolombia cuentan con beneficios que les brindan mejores opciones económicas, deportivas, recreativas, entre otras. Esto contribuye a lograr sus sueños y el de sus familias.

Nuestro régimen de beneficios está inspirado en el compromiso que tenemos con nuestros colaboradores, de ofrecerles una serie de beneficios que agregan valor en un ambiente de confianza y de respeto, ideal para desplegar al máximo el talento individual y colectivo, propiciar el desarrollo como personas y profesionales, así como alcanzar niveles superiores de desempeño. Además, de esta manera, contribuimos de manera efectiva al logro de los objetivos corporativos y generamos que nuestros colaboradores disfruten aún más la permanencia en la entidad.

Consideramos que el crecimiento y el desarrollo de nuestros empleados es determinante para que ellos se sientan motivados y en esa misma medida den lo mejor de sí

a la organización y al país. Por esta razón nos preocupamos por brindar y permitir mejores oportunidades en términos de estudio, deporte, recreación, cultura y actividades que contribuyan al logro de sus sueños.

La primera condición consiste en contar con un ambiente de trabajo apropiado para el crecimiento y el aprendizaje, fundado en el respeto a la persona, la solidaridad y el servicio. Además, con unas muy buenas condiciones de trabajo como se refleja a continuación.

## Salarios y prestaciones

En el Grupo Bancolombia las personas son la clave del éxito y trabajamos cada día para tener empleados orgullosos y satisfechos. Por eso, afanzamos de manera permanente la competitividad de los salarios que ofrecemos y mejoramos en términos reales el ingreso y la capacidad adquisitiva de nuestros colaboradores, como una muestra más del compromiso con el bienestar y el crecimiento de nuestro equipo humano; condiciones indispensables para el logro de los propósitos estratégicos que nos hemos trazado.

| Salarios y prestaciones*                |                   |                        |
|---|-------------------|------------------------|
| Concepto                                | Grupo Bancolombia | Bancolombia y Filiales |
| Total pagado por sueldos y prestaciones | 736.970           | 63.742                 |
| Aportes a la seguridad social           | 125.566           | 6.687                  |
| Aportes parafiscales                    | 53.952            | 280                    |
| Compensación variable                   | 64.332            | 22.043                 |
| Auxilios al personal y otros            | 142.687           | 6.012                  |
| Pensiones de jubilación                 | 10.824            | 602                    |
| <b>Inversión total</b>                  | <b>1.134.331</b>  | <b>99.365</b>          |

[\*] Valores en millones de pesos. █

## Créditos para empleados

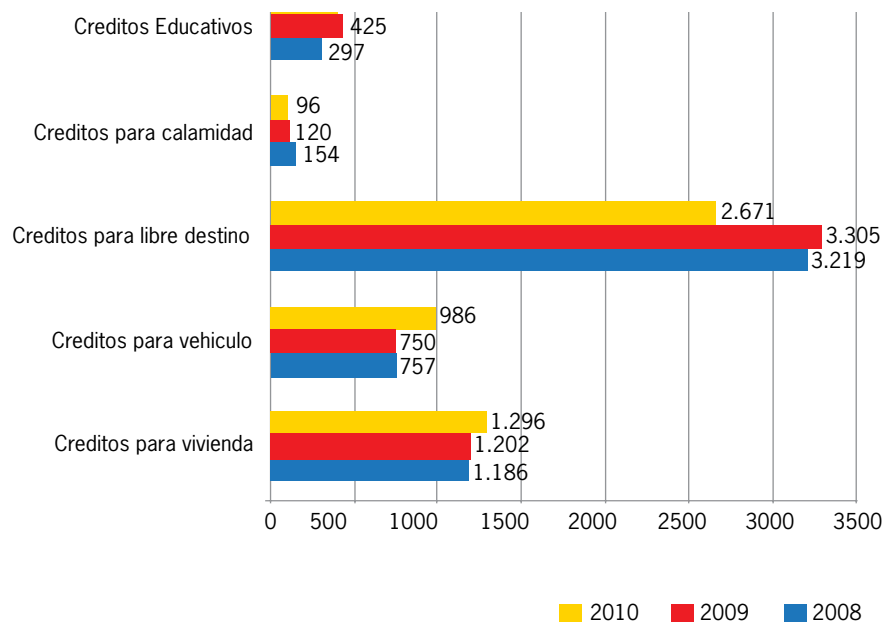
En el Grupo Bancolombia contribuimos de manera significativa con un sistema novedoso de beneficios, al ofrecer a nuestros empleados tasas preferenciales para las líneas de crédito, que les permite de esta manera alcanzar sus metas y mejorar sus condiciones de vida y las de sus familias.

| Línea        | Número de empleados | Valor                  |
|--------------|---------------------|------------------------|
| Vehículo     | 986                 | 31.793.871.305         |
| Vivienda     | 1.296               | 86.062.524.568         |
| Calamidad    | 96                  | 514.950.500            |
| Consumo      | 2.671               | 13.043.831.125         |
| Educativo    | 398                 | 2.144.708.168          |
| <b>Total</b> | <b>5.447</b>        | <b>133.559.885.666</b> |

Consideramos que el **crecimiento y el desarrollo** de nuestros empleados es determinante para que ellos se sientan motivados y en esa misma medida den lo mejor de sí a la organización y al país.



Gráfico comparativo de créditos aprobados y desembolsados en los años 2008, 2009 y 2010:



| Tipo de Crédito                                  | Tasa clientes     | Tasa empleados |
|--|-------------------|----------------|
| Consumo – libre destino                          | 1,45% mes vencido | DTF            |
| Créditos en pesos para vivienda VIS              | 12,68% EA         | 7,30% EA       |
| Créditos en pesos para vivienda superiores a VIS | 12,68% EA         | 9,00 % EA      |
| Créditos en UVR para vivienda VIS                | UVR + 9%          | UVR+ 2%        |
| Créditos en UVR para vivienda superiores a VIS   | UVR+ 9%           | UVR+ 4,50%     |

## Seguros

Estamos comprometidos con el bienestar de nuestros colaboradores y sus familiares, por eso, contribuimos de una manera importante para facilitarles el acceso a planes integrales de salud.

| Contribución para la protección en salud | Valor en millones 2010 | % Contribución año 2010 |
|--|------------------------|-------------------------|
| Aporte Organización                      | 15.207                 | 59%                     |
| Aporte Empleados                         | 10.551                 | 41%                     |

| Afiliados planes complementarios en salud | Número afiliados en el año 2010 | % año 2010 |
|---|---------------------------------|------------|
| Empleados                                 | 9.840                           | 39%        |
| Familiares                                | 12.485                          | 50%        |
| Progenitores                              | 2.824                           | 11%        |
| Gran Total                                | 25.149                          | 100%       |

| Otros Seguros                             | Empleados y beneficiados año 2010 | Aporte organización (millones año 2010) | Aporte empleados (millones año 2010) |
|---|-----------------------------------|---|--------------------------------------|
| Automóviles                               | 4.406                             | \$ 1.848                                | \$ 3.716                             |
| Vida grupo (patronal)                     | Todos con filiales                | \$ 1.574                                | \$ 0                                 |
| Accidentes personales (patronal)          | Todos con filiales                | \$ 298                                  | \$ 0                                 |
| Vida grupo y renta empleados (voluntaria) | Empleados: 3.258                  | \$ 0                                    | \$ 1.167                             |
| Vida grupo y renta cónyuges (voluntaria)  | Cónyuges: 1.170                   |   |                                      |
| Vida (deudores vivienda)                  | 1.150                             | \$ 0                                    | \$ 107                               |
| Incendio (deudores vivienda)              | 1.058                             | \$ 0                                    | \$ 132                               |
| Hábitat                                   | 722                               | \$ 118                                  | \$ 158                               |
| Total primas pagadas                      | 0                                 | \$ 3.838                                | \$ 5.280                             |

## Fondo Mutuo de Inversión Mutuocolombia

Los objetivos principales del fondo son:

- a. Fomentar el ahorro de los empleados.
- b. Estrechar la relación entre los empleados y las compañías del Grupo mediante vínculos de participación mutua y colaboración.
- c. Beneficiar a los empleados con las contribuciones de las empresas y los rendimientos que el fondo obtenga en sus operaciones.

Destacamos las principales cifras alcanzadas durante este año:

| Empresas          | Total afiliados | Aporte de los afiliados (millones) | Contribución de las empresas (millones) |
|-------------------|-----------------|------------------------------------|---|
| Bancolombia       | 9.931           | \$ 11.844'424.761                  | \$ 3.708'657.350                        |
| Líneas De Negocio | 1.246           | \$ 2.013'947.753                   | \$ 666'295.746                          |
| Total             | 11.177          | \$ 13.858'372.514                  | \$ 4.374'953.096                        |

El Grupo Bancolombia contribuyó con una inversión cercana a los **\$4.500** millones para el desarrollo de actividades de bienestar.



## Compensación variable, SVA

El esquema de compensación variable Sistema de Valor Agregado, SVA, opera como orientador de la estrategia corporativa y vincula a todos los colaboradores en la búsqueda de un objetivo común: Generar valor para los diferentes públicos de interés de la organización de manera sostenible.

En 2010 definimos que a partir del segundo semestre los colaboradores del primer nivel del Banco Agrícola serían incorporados a este esquema de remuneración variable que permite alinear el interés de los accionistas con el de los empleados.

Alrededor de 5.034 colaboradores del Grupo participaron del SVA durante 2010.

## Programas de bienestar

El propósito fundamental de nuestros programas de bienestar consiste en inducir alternativas para el uso constructivo del tiempo libre de los empleados, pensionados y su grupo básico familiar, mediante actividades y programas que fomenten la integración y el acercamiento entre ellos.

Actividades:

- **Formativos y culturales:** Grupos musicales, talleres de arte, danzas, entre otros.
- **Recreativas:** Eventos familiares, vacaciones recreativas, caravanas de observación, juegos múltiples, entre otros.
- **Deportivas:** Torneos internos y externos, enseñanza de disciplinas deportivas, gimnasios.
- **Sociales e integradoras:** Conmemoración de antigüedad de sucursales y empleados, actividades integradoras de fin de año para los colaboradores y sus familias.

Estos programas permiten el fortalecimiento de nuestra cultura organizacional y se convierten en estrategias efectivas de cambio para el logro de la autorrealización y plenitud personal, buscando la calidad y la excelencia como personas.

## Colegio Fundación Colombia

El Colegio Fundación Colombia, concebido desde sus inicios como una institución educativa dedicada a la formación de los hijos de los empleados del Grupo Bancolombia en Bogotá, se ha consolidado durante 38 años de labores como uno de los colegios con altos niveles de formación académica. Su énfasis en finanzas y banca refuerza la formación administrativa y financiera de sus estudiantes, lo que los prepara para responder en el ámbito de la educación superior y en el plano laboral y profesional. Esta formación se complementa con la vivencia de los principios y valores institucionales, lo que hace que los estudiantes sean personas con alto sentido crítico, respetuosas, solidarias y con proyectos de vida definidos.



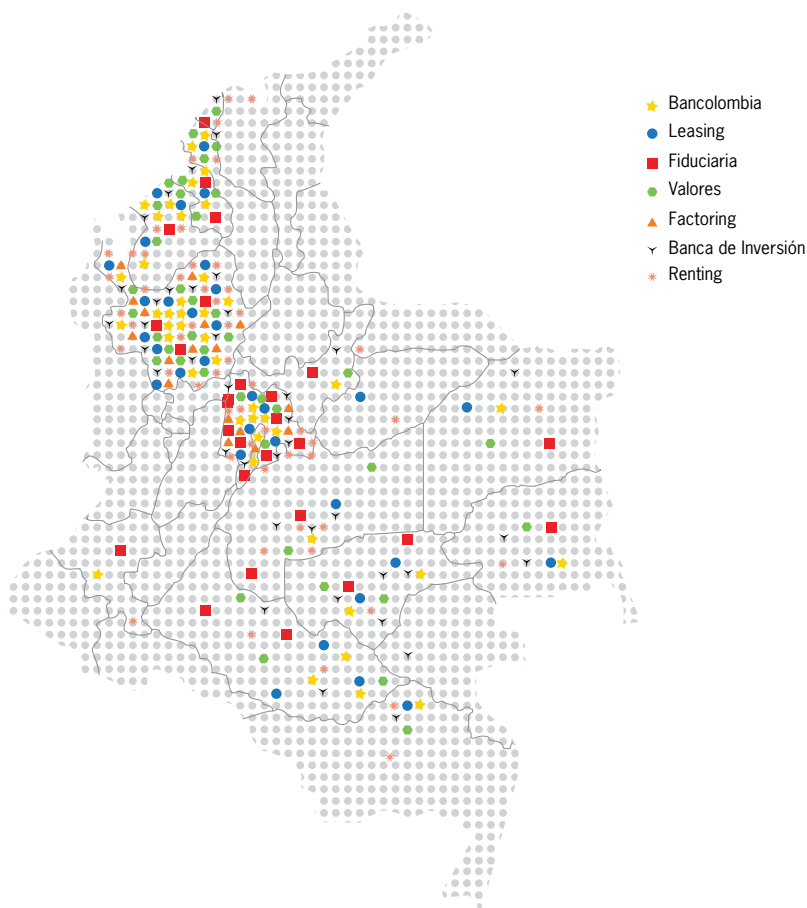
El Colegio Fundación Colombia, concebido desde sus inicios como una institución educativa dedicada a la formación de los hijos de los empleados de Bancolombia, es hoy uno de los colegios con más altos niveles de formación académica de la capital del país.

El Colegio  
**Fundación  
 Colombia**  
 del Grupo Bancolombia  
 está catalogado en el  
 nivel Muy Superior  
 y cuenta con cerca  
 de 900 alumnos.

El colegio se ha mantenido por séptimo año consecutivo en el nivel Muy Superior, según las pruebas de estado Icfes. Hoy el Colegio Fundación Colombia tiene la responsabilidad de formar a 900 alumnos. Para lograrlo, tiene una planta de 53 profesores y un equipo directivo, administrativo y de servicio conformado por 46 empleados. El colegio es administrado por la Caja Colombiana de Subsidio Familiar, Colsubsidio. El aporte que realizamos a esta institución en la organización durante 2010 fue de \$4.227'386.111.

### Demografía del Grupo Bancolombia

A continuación, presentamos la distribución de empleados por regiones que refleja nuestra diversidad en las regiones.



| Región          | Bancolombia | Leasing | Fiduciaria | Valores | Banca de Inversión | Factoring | Renting | Total  |
|-----------------|-------------|---------|------------|---------|--------------------|-----------|---------|--------|
| Antioquia y D.G | 6.683       | 326     | 92         | 351     | 48                 | 99        | 168     | 7.767  |
| Bogotá          | 4.024       | 171     | 330        | 97      | 30                 | 30        | 55      | 4.737  |
| Caribe          | 1.570       | 40      | 11         | 29      |                    | 7         | 41      | 1.698  |
| Centro          | 1.795       | 26      | 4          | 5       |                    | 3         | 8       | 1.841  |
| Sur             | 2.119       | 64      | 14         | 45      |                    | 15        | 29      | 2.286  |
| Total           | 16.191      | 627     | 451        | 527     | 78                 | 154       | 301     | 18.329 |



## Empleados en otros países

|                    | No. Participantes |
|--------------------|-------------------|
| País               |                   |
| Panamá en Colombia | 3                 |
| Puerto Rico        | 12                |
| Panamá en Panamá   | 103               |
| Estados Unidos     | 18                |
| El Salvador        | 2.593             |
| Perú               | 80                |

| Total Grupo | No. de empleados |
|-------------|------------------|
| Dic. 2009   | 20.268           |
| Dic. 2010   | 21.138           |
|             | 4,29%            |

## Distribución por género

| Empresa            | Mujeres No. | %      | Hombres No. | %      | Total  |
|--------------------|-------------|--------|-------------|--------|--------|
| Bancolombia        | 10.318      | 63,73% | 5.873       | 36,27% | 16.191 |
| Banca de Inversión | 30          | 38,46% | 48          | 61,54% | 78     |
| Factoring          | 108         | 70,13% | 46          | 29,87% | 154    |
| Fiduciaria         | 284         | 62,97% | 167         | 37,03% | 451    |
| Leasing            | 431         | 68,74% | 196         | 31,26% | 627    |
| Valores            | 309         | 58,63% | 218         | 41,37% | 527    |
| Renting            | 177         | 58,80% | 124         | 41,20% | 301    |
| Panamá en Colombia | 1           | 33,33% | 2           | 66,67% | 3      |
| Miami              | 12          | 66,67% | 6           | 33,33% | 18     |
| Panamá             | 67          | 65,05% | 36          | 34,95% | 103    |
| Puerto Rico        | 5           | 41,67% | 7           | 58,33% | 12     |
| Banagrícola        | 1.411       | 54,42% | 1.182       | 45,58% | 2.593  |
| Perú               | 36          | 45,00% | 44          | 55,00% | 80     |
| Total              | 13.189      | 62,39% | 7.949       | 37,61% | 21.138 |

### Promedio de edad de los empleados

| Empresa              | Mujeres      | Hombres      | Total        |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|
| Bancolombia          | 33,00        | 35,40        | 34,00        |
| Banca de Inversión   | 33,43        | 33,00        | 33,17        |
| Factoring            | 32,38        | 33,28        | 32,65        |
| Fiduciaria           | 31,93        | 32,82        | 32,26        |
| Leasing              | 32,99        | 34,11        | 33,34        |
| Valores              | 33,03        | 33,72        | 33,31        |
| Renting              | 31,88        | 34,33        | 33,32        |
| Panamá en Colombia   | 19,38        | 39,98        | 33,11        |
| Miami                | 35,07        | 39,05        | 36,39        |
| Panamá               | 33,53        | 33,62        | 33,51        |
| Puerto Rico          | 36,62        | 37,54        | 37,16        |
| Banagrícola          | 35,84        | 36,14        | 35,97        |
| Perú                 | 30,83        | 33,15        | 32,10        |
| <b>Total general</b> | <b>32,30</b> | <b>35,09</b> | <b>33,87</b> |

### Tiempo promedio de permanencia en la organización

| Empresa              | Mujeres     | Hombres     | Promedio General |
|----------------------|-------------|-------------|------------------|
| Bancolombia          | 8,60        | 10,71       | 9,37             |
| Banca de Inversión   | 6,23        | 5,55        | 5,81             |
| Factoring            | 5,31        | 6,79        | 5,75             |
| Fiduciaria           | 5,20        | 5,09        | 5,16             |
| Leasing              | 6,17        | 6,67        | 6,32             |
| Valores              | 6,30        | 5,86        | 6,12             |
| Renting              | 3,12        | 3,84        | 3,55             |
| Panamá en Colombia   | 0,28        | 11,62       | 7,84             |
| Miami                | 3,60        | 4,96        | 4,05             |
| Panamá               | 5,87        | 4,06        | 5,24             |
| Puerto Rico          | 5,39        | 4,15        | 4,67             |
| Banagrícola          | 11,52       | 10,44       | 11,03            |
| Perú                 | 1,38        | 1,64        | 1,52             |
| <b>Total general</b> | <b>5,31</b> | <b>6,26</b> | <b>5,88</b>      |

## Principios fundamentales para el desarrollo integral de los empleados

▶▶▶ Ofrecemos a nuestros empleados condiciones dignas para trabajar y garantizamos los derechos de libertad, equidad, seguridad y respeto por la dignidad humana. Además, promovemos la igualdad y la transparencia en las relaciones laborales.

Los principios y derechos fundamentales de la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo, OIT, son directrices constantes en nuestro actuar. La prohibición del trabajo infantil y la no discriminación en materia de empleo y ocupación, la eliminación del trabajo forzoso y obligatorio, y el respeto por los derechos de asociación y negociación colectiva, son principios determinantes en los procesos de selección de los empleados y en el manejo de las relaciones laborales del Grupo Bancolombia.

Otros principios propios de nuestra forma de relacionarnos y que dan cuenta de nuestro respeto por la dignidad humana son:

- Igualdad de oportunidades.
- Derecho a la intimidad y a la vida privada.
- Libertad de expresión, dentro de los límites de nuestros valores corporativos.
- Reconocimiento de la cultura.

En este orden de ideas, en el Grupo Bancolombia actuamos en estricto cumplimiento normativo y en armonía con los valores corporativos para ofrecer a nuestros empleados condiciones de libertad, equidad, seguridad y respeto por la dignidad humana. Además, promovemos la igualdad de oportunidades y la transparencia en las relaciones laborales, que evitan cualquier forma de discriminación o favoritismos en materia de empleo y de ocupación.

### Relaciones colectivas

La actual convención colectiva suscrita entre el Banco y los sindicatos Uneb y Sintrabancol, tiene vigencia hasta el 31 de octubre de 2011. Con el objetivo de construir unas relaciones laborales cada vez más armoniosas, continuamos con la generación de espacios de diálogo y de construcción de confianza. Para esto, mantenemos de manera constante espacios de comunicación adicionales a los determinados por la ley, con el fin de prevenir y de resolver los conflictos de forma oportuna. La convención colectiva vigente cubre cerca de 11.115 empleados, cuyos cargos se encuentran incluidos en el escalafón de cargos operativos, es decir, el 69% de la comunidad laboral del Banco.

Los procesos de **gestión humana** trazan la orientación hacia el respeto y los líderes de la organización tienen un claro lineamiento de respeto y de reconocimiento constante por la dignidad de cada uno de nuestros empleados y colaboradores.

### La Línea Ética

se ha consolidado como un canal en el Grupo para que todos podamos exponer, de manera anónima, cualquier situación que consideremos irregular. Los casos presentados por medio de este canal son analizados y resueltos oportunamente.

## Seguridad y salud

Las acciones que ejecutamos en el programa de Salud Ocupacional durante 2010 se orientaron hacia la prevención y el control de los factores de riesgo presentes en los lugares de trabajo.

Algunas actividades fueron:

- Implementación de acciones correctivas para la prevención de accidentes o enfermedades de origen laboral.
- Diseño e implementación del subproceso de salud para la reincorporación y la readaptación laboral de los colaboradores con discapacidades generadas por accidentes de trabajo, enfermedades profesionales o trastornos de origen común.
- Definición y homologación de la metodología para evaluar los riesgos de origen laboral que puedan afectar la salud de los colaboradores.
- Evaluaciones médicas ocupacionales en varias zonas del país con énfasis en el sistema osteomuscular.
- Programas de promoción de la salud como prevención de cáncer femenino, masculino y manejo del riesgo cardiovascular.
- Preparación para la prevención y la atención de emergencias en edificios administrativos y sucursales, con sus respectivos simulacros.
- Programa de gestión para la prevención y el control del riesgo osteomuscular en miembros superiores y columna vertebral.
- Acompañamiento a la Gerencia de Contratación y Compras con la herramienta para la medición seguridad y salud en contratistas.



**Nuestros colaboradores participan de manera activa en la construcción de tejido social, por medio del voluntariado Bancolombia, en el que canalizan su tiempo y su conocimiento para aportarles calidad de vida a las comunidades.**



# Compromiso con la sociedad



**E**n el Grupo Bancolombia estamos comprometidos con el desarrollo de las comunidades en las que tenemos presencia. Por eso, buscamos ofrecer una oferta completa de servicios financieros para todos los sectores de la sociedad e impulsar sueños como tener casa propia o la posibilidad de financiar proyectos de infraestructura en el país, entre otros.

## Esquema de Banca Universal

Como Grupo Bancolombia hemos estructurado para nuestros clientes un portafolio de servicios y productos, en Colombia y en el exterior, con las líneas de negocios especializadas: sociedad fiduciaria, Fiduciaria Bancolombia; comisionista de bolsa, Valores Bancolombia; corporación financiera, Banca de Inversión Bancolombia; las compañías de financiamiento, *Leasing* Bancolombia, *Factoring* Bancolombia y Tuya S.A., y los servicios bancarios y transaccionales de Bancolombia.

A partir de este esquema les generamos a nuestros clientes mayor competitividad y eficiencia, clave del éxito en los negocios.

## Bancarización

Con el fin de que cada vez más personas de diferentes estratos accedan al sistema financiero y, de esta manera, a los beneficios y garantías que conlleva formar parte de una entidad regulada, que actúa bajo los principios de Buen Gobierno, les ofrecemos a los ciudadanos la tranquilidad y la seguridad del buen manejo que hacemos de sus ahorros e inversiones, así como la posibilidad de obtener los beneficios de los productos y los servicios financieros como la financiación y el crédito. Nuestra estrategia de bancarización busca llegar a más ciudadanos por medio de diferentes canales como los Corresponsales No Bancarios, CNB, o los Puntos de Atención Móviles, PAM, que nos permiten estar en los municipios más alejados del territorio nacional, también ofrecemos una atención especializadas a los microempresarios con programas como Bancolombia Mi Negocio o a los colombianos en el exterior que quieren comprar su casa en Colombia gracias a proyectos que hemos realizado como Mi Casa con Remesas. Además hemos buscado otras alternativas por medio de productos como la Tarjeta Éxito o las pólizas de seguros.

## Crédito

También nos comprometemos con el desarrollo del país cuando les diariamente en promedio 200 microcréditos\* a personas para que adelantaran un negocio y prosperan, o un crédito hipotecario\* a 29.160 familias para que pudieran cumplir el sueño de tener casa propia por medio de CPT o a 1.101 familias que lo hicieron por medio de CPT *Leasing*.

\*Créditos otorgados cada día hábil de 2010.

En 2010 continuamos bajando la tasa de interés con niveles históricos bajos. Incluso, más bajas a las alcanzadas en 2006 cuando se lanzó el CPT con tasas de 1%, cuando se les aplica el beneficio otorgado por el Gobierno Nacional.

También, lanzamos CPT a 20 años, con el fin de permitirles a más colombianos alcanzar el sueño de tener vivienda propia.

Fuera de Colombia, más de 1.600 familias cumplieron el sueño de tener casa propia. Nuestra presencia internacional, por medio de nuestros aliados en Estados Unidos y España, y la participación en ferias y eventos, permitieron que miles de colombianos en el exterior pudieran acceder a créditos para vivienda.

## **Infraestructura**

Nuestras filiales del Grupo Bancolombia acompañaron durante 2009 proyectos de infraestructura, fue así como fortalecimos las sinergias entre Leasing y Renting para ofrecer un portafolio más amplio a la medida de las necesidades del sector de infraestructura. En la Fiduciaria Bancolombia cerramos negocios como los fideicomisos del primer sector de la Ruta del Sol, del Fondo de Prevención Vial, del Acueducto de Bucaramanga, de las Concesiones Aeroportuarias de Nororiente, entre otros, así como proyectos de generación eléctrica y la designación como agente administrativo de un crédito sindicado para un proyecto del sector energético en Centroamérica.

Por otra parte, en Banca de Inversión Bancolombia S. A. Corporación Financiera hicimos la estructuración y la colocación de un fondo de capital privado para la financiación de un proyecto de generación de energía en Guatemala (Jaguar), llevamos nuevos nombres al mercado público de valores como fue el caso de la emisión de bonos de la Empresa de Energía del Pacífico S.A. E.S.P. (Epsa) por \$600.000 millones y la titularización de Inversiones Concreto S.A. También, vendimos la inversión en la telefónica Metrotel Redes y la compañía Inversiones IVL, entre otras ventas. Las principales compras se hicieron en Ruta del Sol III, en Reintegra y Vivayco: dedicadas a la compra y a la gestión de cartera bancaria castigada.

Mantenemos nuestra oferta de crédito a los proyectos de este sector que necesitan los países para su desarrollo y su crecimiento.

## **Internacionalización**

Nuestra presencia en la región por medio de nuestras filiales del Grupo Bancolombia en El Salvador, Panamá, Puerto Rico, Cayman y Perú, y nuestra agencia en Miami y oficina en Guatemala, han ayudado a la consolidación de nuestro portafolio de servicios y han ampliado nuestra base de clientes, ofreciéndoles una mejor y mayor cobertura a sus necesidades de crecimiento, estrategia en la que siempre estamos trabajando. En la actualidad contamos con clientes corporativos en Chile, Brasil, México y Costa Rica, a los cuales hemos dado soluciones de acuerdo con sus necesidades de negocio.

## **Servicios financieros más fáciles**

Estamos en un proceso de transformación, con el objetivo de hacer más fáciles los servicios financieros para nuestros clientes a través de una plataforma tecnológica moderna y

competitiva que nos permita enfrentar el mercado global. Para lograrlo estamos adoptando nuevas tecnologías y procesos simples y centrados en el cliente.

## Educación

Desde hace varios años hemos venido trabajando el tema de educación desde nuestro negocio con iniciativas como Banconautas, el Bus Escuela, nuestras campañas de ahorro y, desde hace un tiempo, con la campaña Aprender Siempre Trae Cosas Buenas. También por medio de la Fundación Bancolombia, impulsamos el programa educativo Las Letras Van por Colombia, que entre 2008 y 2010, ha beneficiado a 102 instituciones educativas rurales, 65.000 estudiantes, 1.220 padres de familia y 10.714 docentes en Córdoba, Cundinamarca, Antioquia, Santander, Sucre, Atlántico, San Andrés, Bolívar, Valle del Cauca, Nariño, Magdalena, Casanare y Arauca, con 49.000 textos. Esta propuesta educativa la complementamos en 2010 con la puesta en marcha del programa de Educación Financiera Bancolombia, en el que 1.891 docentes han sido capacitados, 50.508 estudiantes beneficiados y 127 instituciones educativas impactadas con el proyecto.

## Educación financiera, eje central de nuestra Responsabilidad Corporativa



En el Grupo Bancolombia estamos convencidos que la educación es la mejor herramienta para superar la pobreza y la desigualdad. Hoy adelantamos nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa enfocada en la educación financiera con el fin de aportar al desarrollo de las comunidades.

Uno de los retos que afrontamos para contribuir con el desarrollo del país consiste en trabajar por la educación. En el Grupo Bancolombia constituye una prioridad, no sólo porque permite lograr un país más próspero y equitativo, sino porque consideramos que es la base fundamental del crecimiento económico de una sociedad y, al mismo tiempo, el mejor garante de igualdad en oportunidades y en movilidad social.

Hemos entendido el desafío que propone la educación como un compromiso de todos y, por tanto, lo afrontamos según nuestros conocimientos y habilidades. Nuestra actividad nos exige educar en el ámbito financiero a aquellos que día a día acompañan nuestra organización, dándoles la información adecuada en el momento justo y según sus necesidades.

Es así como la educación se convierte en el eje central de nuestra Responsabilidad Corporativa y la traducimos en diferentes programas que atienden las necesidades de los ciuda-

danos en materia educativa, en especial, en educación financiera. Desde hace más de tres años buscamos enseñarles a algunos sectores de la población los conceptos financieros básicos para tomar decisiones acertadas que aumenten la calidad de vida.

Por ejemplo, desde la asesoría especializada que les prestamos a nuestros clientes nos orientamos a que cada persona domine con propiedad sus finanzas personales, aprenda a crear un presupuesto y calcule los ingresos y los egresos con el fin de evaluar su capacidad de pago.

Consideramos también la educación financiera como un proceso formativo que acompaña al ciudadano a lo largo de su vida, por eso, contamos con un programa que atiende en especial a niños, a jóvenes y a profesores de instituciones educativas públicas y privadas. Algunas temáticas que conforman el material educativo son: diseñar un proyecto de vida, seleccionar un producto financiero acorde con su perfil de riesgo, establecer la diferencia entre necesidades y deseos, manejar las finanzas del día a día con impecabilidad y proyectar las finanzas futuras en el marco de la legalidad.

Es así, como en el Grupo Bancolombia hemos entendido la importancia de trabajar en favor de la educación financiera como un propósito para que las personas adquieran actitudes y comportamientos que favorezcan sus condiciones de vida, comprendan y analicen las decisiones que toman tanto en el ámbito personal como familiar y estén preparados para enfrentar el presente y el futuro, lo que redundará en una mejor calidad y nivel de vida para las personas. Así, promovemos también la construcción de ciudadanía responsable.

## Fundación Bancolombia



El Programa Educación Financiera, el voluntariado Grupo Bancolombia, Las Letras Van por Colombia y los proyectos productivos son las acciones que lideramos en la Fundación Bancolombia en todo el país. Porque estar cerca de los colombianos, Siempre Trae Cosas Buenas.

Desde hace 40 años, en la Fundación Bancolombia trabajamos para materializar el compromiso social y comunitario del Grupo Bancolombia, mediante programas de desarrollo con énfasis en el fortalecimiento de la educación, el apoyo a proyectos productivos sostenibles y la promoción de la cultura en comunidades rurales y urbanas vulnerables.

Nuestros programas son:

- Voluntariado Grupo Bancolombia.
- Programa de Educación Financiera.

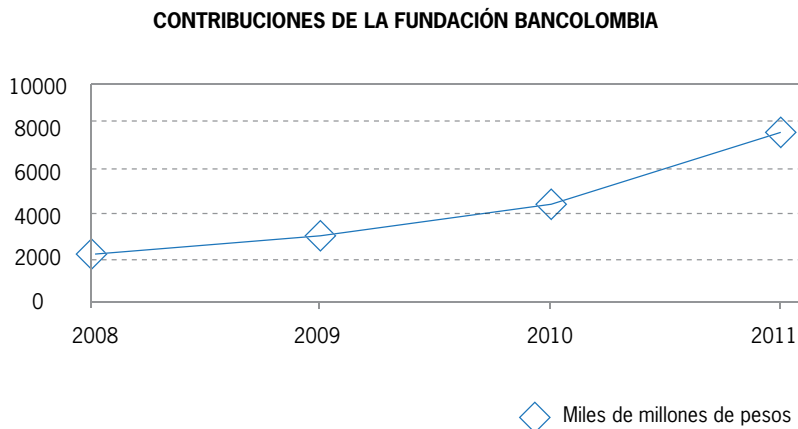
## La educación

se convierte en el eje central de nuestra Responsabilidad Corporativa, que traducimos en diferentes programas que atienden las necesidades de los ciudadanos en materia educativa, en especial, en la educación financiera.

Apoyamos iniciativas de desarrollo, por medio de la construcción de **tejido social** y la articulación de programas que favorecen la calidad de vida de las familias colombianas.

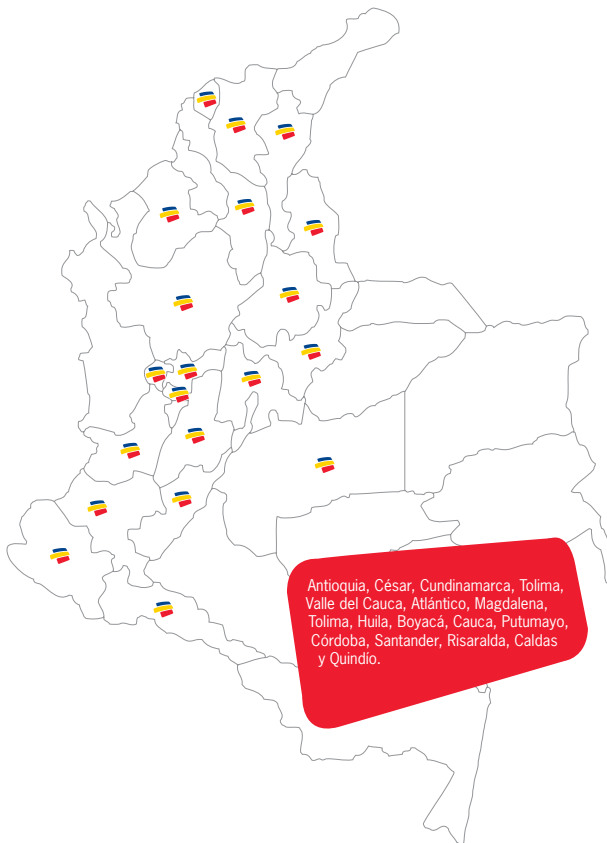
- Las Letras Van por Colombia.
- Proyectos productivos sostenibles.

En los últimos años, en la Fundación Bancolombia también hemos tenido un crecimiento significativo y en consecuencia, un impacto positivo en la calidad de vida de los colombianos:



### Nuestra presencia en el país

Hemos llegado con nuestros programas a 24 de los 32 departamentos de Colombia.







La educación financiera es el pilar fundamental de nuestra estrategia. Desde 2008 trabajamos en la implementación de programas de educación financiera que, desde la Fundación Bancolombia, orientamos para beneficio de las comunidades, principalmente a niños y a jóvenes de instituciones educativas.

## Programas de la Fundación Bancolombia

### Voluntariado Grupo Bancolombia

En el Grupo Bancolombia apoyamos y promovemos el programa de voluntariado, porque lo consideramos fundamental para el crecimiento personal y profesional de los colaboradores, además, favorece la calidad de vida de las comunidades donde tenemos presencia. Es así, como consideramos que quienes participan en el voluntariado desarrollan una sensibilidad social y un sentido de responsabilidad y compromiso con la comunidad que los convierte en mejores ciudadanos.

Para adelantar este programa, desde la Fundación Bancolombia orientamos los procesos que permiten aprovechar el tiempo y el conocimiento de los colaboradores del Grupo Bancolombia, al ofrecerles la oportunidad a los empleados para que apoyen proyectos productivos, acciones que favorezcan la calidad de la educación y programas recreativos, de salud y de fortalecimiento administrativo y financiero con ONG's.

La unión de esfuerzos fue esencial para obtener los resultados de este año:







En el Grupo Bancolombia le apostamos a la preservación del medio ambiente y al desarrollo de una gestión sostenible, por medio de una estrategia de Gestión Ambiental que adelantamos de la mano de nuestros grupos de interés.



CATALINA CORREA GAVIRIA  
Club de Fotografía

Fundación  
Bancolombia 

Durante 2010 los voluntarios aportaron **17.502** horas de su tiempo, valoradas en \$3.557 millones.



**25.188** personas beneficiadas por las actividades del voluntariado en 103 instituciones sociales del país.



El voluntariado se desarrolló en 20 ciudades de Colombia:

| Voluntariado Grupo Bancolombia |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| Ciudad                         | No. Participantes |
| Armenia                        | 37                |
| Barranquilla                   | 122               |
| Bogotá                         | 467               |
| Bucaramanga                    | 143               |
| Cali                           | 16                |
| Cartagena                      | 48                |
| Cúcuta                         | 161               |
| Ibagué                         | 30                |
| Manizales                      | 5                 |
| Medellín                       | 882               |
| Montería                       | 26                |
| Neiva                          | 109               |
| Pasto                          | 113               |
| Pereira                        | 94                |
| Popayán                        | 8                 |
| Santa Marta                    | 20                |
| Sincelejo                      | 14                |
| Tunja                          | 13                |
| Valledupar                     | 21                |
| Villavicencio                  | 32                |
| <b>Total nacional</b>          | <b>2.361</b>      |



Hace dos años conozco el voluntariado Bancolombia y considero que es la actividad social más hermosa y satisfactoria en la que he trabajado. En el ámbito personal me hizo ser más consciente de las necesidades de los demás, a compartir y a valorar lo que tengo y lo que recibo día a día. Estuve realizando actividades cada quince días con la Fundación Caminos de la Esperanza, en un internado que está ubicado a 40 minutos de Villavicencio, hay niños de varias poblaciones dentro y fuera del Meta, niños con la necesidad de una sonrisa, de cariño y de aprendizaje. Sus distintas situaciones familiares los llevaron a esta fundación, algunos duran dos o tres o más meses sin ver a sus familias. Cuando nosotros llegábamos a desarrollar las actividades de recreación eran felices, querían correr, gritar, hablar, reír salir de su rutina de estudio, aseo y labores del campo. En cada jornada terminaban como decimos comúnmente asolada y agotada pero relajada espiritual y mentalmente porque me olvidaba de los mal llamados “problemas” que sentía tener, al conocer las historias de ellos me daba cuenta que lo tenía todo, el jugar y el desarrollar actividades con ellos me hacía sentir niña otra vez



**Edna Carolina Acevedo Velásquez,**  
ejecutiva de Portafolio Red de Sucursales Banca Hipotecaria, Villavicencio, Meta.

## Programas de formación para los voluntarios

Durante 2010 en la Fundación Bancolombia capacitamos a nuestros voluntarios ofreciéndoles un programa de formación para aquellos que estaban inscritos en programas de recreación y técnicas para la promoción y la animación de la lectura. Alrededor de 513 voluntarios participaron del programa que tuvo una duración de un día completo.

2.361

voluntarios en 2010.



Estoy feliz en el programa del voluntariado, porque es una experiencia de crecimiento personal y profesional en la que todos ganamos, la entidad a la cual le estamos ayudando recibe nuestro conocimiento y nosotros recibimos la oportunidad de sentir que estamos haciendo algo bueno por la sociedad



**Adriana Arango Restrepo,**

auxiliar administrativa Mesa de Apoyo Operativo, Medellín.

## Programa de Educación Financiera Bancolombia

Hay evidencia de la positiva incidencia de la educación financiera en el bienestar y en el desarrollo de los países. En el Grupo Bancolombia tenemos la convicción de que uno de nuestros deberes sociales y al mismo tiempo una de nuestras oportunidades para la sostenibilidad de nuestras compañías consiste en la extensión de nuestro conocimiento financiero a la comunidad, en especial, mediante la entrega de elementos básicos y conceptos esenciales para que el mayor número de personas dominen y administren sus finanzas personales en forma sana y responsable, con impecabilidad y dentro de la formalidad institucional.

Es así, como en 2008, creamos nuestro programa de Educación Financiera como un apoyo al sector educativo en el fortalecimiento de la calidad de la educación, desarrollando competencias financieras que les permitan a los niños y a los jóvenes contar con hábitos de ahorro y de consumo saludables, realizar previsiones para el futuro y hacer un mejor uso de los recursos económicos disponibles.

Nuestro objetivo consiste en desarrollar las siguientes competencias financieras en estudiantes de los grados cuarto a once:

1. Diseñar un proyecto de vida que oriente las propias acciones.
2. Manejar las finanzas del día a día con impecabilidad.
3. Tomar decisiones sobre oportunidades financieras para el largo plazo en el marco de la legalidad.

En 2010 llegamos con el programa de manera presencial a instituciones educativas oficiales del país y establecimos alianzas con las secretarías de Educación y con entidades públicas y privadas de las diferentes regiones.





Estamos aprendiendo cómo invertir nuestro dinero, cómo ahorrar y cómo tener unas finanzas ordenadas. Mi conocimiento lo estoy llevando a la casa, ya por ejemplo le di a mi papá unos consejos para que no se deje atrapar por las deudas



**María Isabel Pérez,**  
estudiante grado noveno, Institución educativa José Eusebio Caro, Medellín



El programa de Educación Financiera puede insertarse en el área de emprendimiento como una unidad nueva del pensum para la cual los profesores no estaban capacitados



**Guillermo León Yepes,**  
rector de la Institución Educativa Juan de Dios Carvajal. Medellín

- **Programa Virtual**

Durante 2010 comenzamos la digitalización del material de Educación Financiera en una plataforma propia de la Fundación Bancolombia. Esta iniciativa permitirá que un mayor número de instituciones educativas del país, públicas y privadas, se beneficien del programa. La dirección electrónica para acceder al programa es: [www.fundacionbancolombia.org](http://www.fundacionbancolombia.org)

- **Proyección 2011**

- Continuaremos desarrollando el programa en la modalidad presencial en las 127 instituciones educativas con las que iniciamos en el año 2010.
- Llegaremos a 93 nuevas instituciones, para un total de 220 instituciones educativas beneficiadas.
- El programa estará en los departamentos de Antioquia, Cundinamarca, Meta, Tolima, Santander, Quindío, Atlántico, Córdoba, Valle del Cauca y Cauca.

**BARRANQUILLA**  
25 instituciones educativas  
16.196 estudiantes  
331 docentes

**MEDELLÍN**  
27 instituciones educativas  
19.554 estudiantes  
362 docentes

**CALI**  
12 instituciones educativas  
3.044 estudiantes  
142 docentes

**BUGA**  
1 institución educativa  
254 estudiantes  
14 docentes

**EL CERRITO**  
1 institución educativa,  
521 estudiantes,  
43 docentes.

**FLORIDA**  
1 institución educativa,  
8 estudiantes,  
docentes.

**GINEBRA**  
1 institución educativa,  
07 estudiantes,  
5 docentes.

**GUACARÍ**  
1 institución educativa,  
91 estudiantes,  
6 docentes.

**JAMUNDÍ:**  
1 Institución Educativa,  
245 Estudiantes,  
10 Docentes

**PALMIRA**  
4 instituciones educativas,  
1.078 estudiantes,  
5 docentes.

**RIOFRIO**  
1 institución educativa  
215 estudiantes  
16 docentes

**TULUÁ**  
3 instituciones educativas,  
658 estudiantes

**YUMBO**  
1 institución educativa  
167 estudiantes  
12 docentes

**ZARZAL**  
(La paila)  
1 institución educativa,  
313 estudiantes,  
16 docentes.

**MIRANDA**  
1 institución educativa,  
51 estudiantes,  
3 docentes.

**PUERTO TEJADA**  
1 institución educativa,  
94 estudiantes,  
6 docentes

**CAJICÁ**  
6 instituciones educativas,  
1.669 estudiantes,  
91 docentes.

**COGUÁ**  
3 instituciones educativas,  
38 estudiantes,  
1 docentes.

**COTA**  
2 instituciones educativas,  
38 estudiantes,  
8 docentes.

**EL ROSAL**  
1 institución educativa,  
279 estudiantes,  
16 docentes.

**LA VEGA**  
3 instituciones educativas,  
603 estudiantes,  
48 docentes.

**LA CALERA**  
4 instituciones educativas,  
1.005 estudiantes,  
44 docentes.

**NEMOCÓN**  
2 instituciones educativas,  
526 estudiantes,  
46 docentes.

**MADRID:**  
3 instituciones educativas,  
956 estudiantes,  
39 docentes.

**PACHO**  
7 instituciones educativas,  
1.580 estudiantes,  
121 docentes.

**SOPÓ**  
3 instituciones educativas,  
885 estudiantes,  
45 docentes.

**SUBACHOQUE**  
2 instituciones educativas,  
530 estudiantes,  
17 docentes.

**TABÍO**  
1 institución educativa,  
295 estudiantes,  
16 docentes.

**TOCANCIPÁ**  
2 instituciones educativas,  
496 estudiantes,  
27 docentes.

**UBATÉ**  
5 instituciones educativas,  
1.321 estudiantes,  
88 docentes.

**ÚTICA**  
1 institución educativa,  
211 estudiantes,  
21 docentes.

**ZIPAQIRÁ**  
5 instituciones educativas,  
1.468 estudiantes,  
78 docentes.

En 2010 comenzamos a implementar el programa de Educación Financiera en los departamentos de Colombia: Cauca, Valle del Cauca, Atlántico, Cundinamarca y Antioquia.

## Las Letras Van por Colombia

El programa tiene como objetivo mejorar las habilidades de lectura y escritura por medio de talleres, capacitaciones y dotación de bibliotecas escolares, fortaleciendo la calidad de la educación y el aprovechamiento del tiempo libre en las comunidades donde el Grupo Bancolombia tiene presencia.

Este proyecto, que desarrollamos en el sector rural colombiano, parte de la formación a los docentes, a los padres de familia y a los estudiantes, con el fin de que construyan un plan lector, realicen lecturas en voz alta a los estudiantes, aprendan cómo administrar de manera adecuada una biblioteca escolar y fortalezcan programas de animación a la lectura y a la escritura.

Cada biblioteca se compone de una serie de libros seleccionados para cada institución educativa, de acuerdo con su Proyecto Educativo Institucional, PEI.

Entre 2008 y 2010, beneficiamos a 102 instituciones educativas rurales, 65.000 estudiantes, 1.220 padres de familia y 10.714 docentes, en Córdoba Cundinamarca, Antioquia, Santander, Sucre, Atlántico, San Andrés, Bolívar, Valle del Cauca, Nariño, Magdalena, Casanare y Arauca, entregando 49.000 textos.



En mi barrio sí hay algunas cosas buenas. La otra vez vimos el arcoíris y era muy bonito. En un cuento leímos que detrás hay un tesoro. Cuando yo sea grande quiero ser artista para pintar arcoíris y buscar tesoros



**Alison Dayana Pardo,**

10 años, habitante del barrio Altos de Cazucá, en Bogotá, el día de la entrega de la biblioteca.



En estos barrios, donde la marginalidad parece haberlo dicho todo, la experiencia de exaltar ciertos valores de convivencia, de respeto, de bondad, recobra un sentido mayor. Esta biblioteca donada por la Fundación Bancolombia no puede entenderse como un distractor en la vida de estos niños y niñas sino como algo más fundamental y definitivo: es un espacio para soñar, para imaginar, para creer posible un mundo mejor, el suyo, el de cada niño y niña. Esto es una revolución. Debe serlo



**Adriana Puentes,**

23 años, docente en el barrio Altos de Cazucá, en Bogotá.

## Proyección 2011

Entregaremos 31.500 títulos en 105 instituciones educativas, ubicadas en 23 municipios de nueve departamentos: Quindío, Cauca, Cundinamarca, Boyacá, Huila, Tolima, Antioquia, Cesar y Magdalena.





Con nuestro programa Las Letras Van por Colombia buscamos mejorar las habilidades de lectura y escritura de niños y jóvenes, por medio de talleres, capacitaciones y dotación de bibliotecas escolares.

## Proyectos productivos sostenibles

Apoyamos proyectos productivos sostenibles como el que adelantamos en el Norte del Cauca, en las poblaciones de Caloto, Puerto Tejada y Padilla con 871 familias campesinas, que siembran cultivos de cacao, frutas y hortalizas y venden directamente sus productos. Esto permite que las comunidades rurales crezcan, se valoren y se desarrollen para enfrentar nuevos y mayores retos. En alianza con el sector público y privado, en la Fundación Bancolombia adelantamos procesos organizativos y productivos, con el objetivo de mejorar el uso de los recursos y la generación de ingresos, que aseguran la sostenibilidad de las familias campesinas y evitan el desplazamiento a las grandes ciudades.

Durante 2010, participamos en los siguientes proyectos:

- **Trapiche comunitario La Avención:** Alrededor del cultivo de la caña y la producción de la panela, trabajamos con una comunidad que participa en procesos colectivos y le apuesta al desarrollo de cada uno de sus habitantes. Las acciones adelantadas han permitido mejorar la infraestructura productiva, social y educativa de 169 familias de las veredas Bareño y la Cumbre en el municipio de Yolombó, Antioquia.
- **Fruqueña:** Mejoramos las condiciones de vida de los productores de fruta pequeña, al contribuir a la transformación cultural y social del oriente antioqueño e incrementar los niveles de asociatividad, competitividad y solidaridad para 26 familias.
- **Vallenpaz:** Fomentamos alternativas productivas que, además de mejorar los ingresos familiares, permiten establecer procesos comunitarios a partir del reconocimiento y del desarrollo del territorio. Han participado 871 familias campesinas de los municipios de Caloto, Puerto Tejada, Padilla y Guachené en el departamento del Cauca y 266 familias campesinas más de la zona rural de Buenaventura en el departamento del Valle.

En el desarrollo de los proyectos, los campesinos y sus familias participan en programas de capacitación para obtener mejores prácticas de su producción, mejoramiento de la infraestructura comunitaria, fortalecimiento de los servicios educativos y de salud. De esta manera, trabajamos de forma integral por la calidad de vida de las familias campesinas.



Mejoramos los productos gracias a la formación técnica que recibimos, ya que nos han traído la tecnificación de la agricultura a esta región. Comenzamos a embolsar el plátano y pudimos llevar el producto a los grandes supermercados. La ventaja es que tenemos un mercado asegurado y la economía es mejor porque uno vende todo kilio, así sale mejor el racimito



**Norley Banguero,**  
cultivador de plátano en el municipio de Guachené, Norte del Cauca.



## Comprometidos con los damnificados por el invierno

### Achí

En la comunidad de Achí, en el sur de Bolívar, construimos viviendas para 29 familias. En este trabajo contamos con la solidaridad de nuestros empleados y los aportes de la Fundación Bancolombia, en alianza con otras fundaciones empresariales. Con esta intervención, logramos mejorar las condiciones de vivienda y la calidad de vida de las personas. También construimos una escuela e hicimos adecuaciones para la movilidad y la dinámica comunitaria.

En 2011 seguiremos identificando zonas del territorio nacional que requieran intervenciones de este tipo y en las cuales podamos adelantar acciones para mejorar las condiciones de vida de las poblaciones afectadas por catástrofes naturales

### Campaña de Navidad 2010

Con nuestra Campaña de Navidad les alegramos el fin de año a miles de familias, quienes recibieron cajas llenas de mercados y de juguetes. La mayoría de éstas fueron afectadas por el invierno.

Las entregas, preparadas de manera generosa por los colaboradores del Grupo Bancolombia, llegaron a 15 ciudades: Medellín, Bogotá, Barranquilla, Santa Marta, Cali, Pereira, Armenia, Manizales, Pasto, Bucaramanga, Cúcuta, Villavicencio, Tunja, Neiva e Ibagué.

En el ámbito nacional entregamos más de 2.500 cajas para igual número de familias que encontraron en la solidaridad de los colaboradores del Grupo Bancolombia y el liderazgo de la Fundación Bancolombia un verdadero compromiso con su bienestar en la Navidad de 2010.

También, entregamos mercados y regalos aportados por los empleados de Medellín en el sector de La Gabriela, en el municipio de Bello, comunidad que resultó seriamente afectada por la ola invernal.

### Trabajamos por los Objetivos de Desarrollo del Milenio

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio representan las necesidades humanas y los derechos básicos que todos los individuos del planeta deberían poder disfrutar:

**Objetivo 1:** Erradicar la pobreza extrema y el hambre.

**Objetivo 2:** Lograr la enseñanza primaria universal.

**Objetivo 3:** Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.

**Objetivo 4:** Reducir la mortalidad infantil.

**Objetivo 5:** Mejorar la salud materna.

**Objetivo 6:** Combatir el VIH/Sida, el paludismo y otras enfermedades.

**Objetivo 7:** Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.

**Objetivo 8:** Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

El Grupo Bancolombia, en nuestros distintos programas internos y externos de Responsabilidad Corporativa, hacemos especial énfasis en algunos de los objetivos, como:


Con nuestra campaña de Navidad 2010 entregamos **mercados y regalos** a miles de familias, muchas damnificadas por el invierno, en 15 ciudades del país.



- Lograr la educación básica universal es para la Fundación Bancolombia el principio fundamental. Promovemos no sólo la calidad sino la permanencia de los estudiantes en la institución educativa. Nuestro compromiso se evidencia en la implementación de dos de nuestros programas: Las Letras Van por Colombia y Educación Financiera, así como nuestro apoyo a las iniciativas de la Fundación Dividendo por Colombia.
- Garantizar la sostenibilidad ambiental mediante programas y proyectos orientados a disminuir los riesgos sociales y ambientales.
- Fomentar una asociación mundial para el desarrollo, ratificada en nuestra vinculación a diferentes iniciativas mundiales como Principios del Ecuador y Pacto Global.

Además, todos los proyectos que forman parte del programa de voluntariado están alineados con algunos de los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio, con el propósito de que cada colaborador que participa en el programa sea parte activa en el desarrollo del país.

## Nuestro apoyo a la Fundación Dividendo por Colombia


**E**n el Grupo Bancolombia nos vinculamos con esta fundación por medio del aporte de recursos económicos para el desarrollo de sus actividades. También adelantamos de manera conjunta diferentes actividades que buscan fortalecer la calidad de la educación en el ámbito nacional.

En el año 1998, un grupo de empresarios colombianos quisieron ofrecerle al país una alternativa para el ejercicio conjunto de la responsabilidad social de empleados y empresarios, con la constitución de la Fundación Dividendo por Colombia.

En el Grupo Bancolombia, en la época del Banco Industrial Colombiano, BIC, fuimos uno de sus fundadores junto con la Fundación Suramericana, Almacenes Éxito, IBM de Colombia, Procter & Gamble, Cesar Rovira Coopers, Lewin & Wills Abogados, Coca-Cola FEMSA, Coca-Cola servicios de Colombia y el Centro Colombiano de Responsabilidad Social. Hoy somos una de las 120 empresas vinculadas a Dividendo y miembros de su Junta Directiva. Aunque nuestra fundación es independiente de la Fundación Dividendo por Colombia, trabajamos en cooperación y alianza en diferentes actividades que buscan fortalecer la calidad de la educación e impulsar el voluntariado corporativo.

Durante el año 2010, 6.854 colaboradores del Grupo Bancolombia hicieron un aporte de \$848'380.000, que sumados a la misma cantidad aportada por el Grupo Bancolombia, dieron en total \$1.696'761.594. Con estos recursos económicos y el tiempo entregado mediante diferentes actividades de voluntariado, contribuimos a que 38.892 niños, niñas y jóvenes en situación de vulnerabilidad, desarrollaran las competencias y los valores necesarios para incluirse en la vida social y productiva en mejores condiciones. Partiendo de la premisa "Ayudar a estudiar a un niño colombiano es ayudarlo para siempre", Dividendo por Colombia enfoca sus esfuerzos en tres fenómenos que dificultan el buen desempeño escolar y el cumplimiento de la labor social de la escuela: la inasistencia, la repitencia y la deserción.

Los niños y jóvenes menores de 18 años representan un poco más de la tercera parte de la población<sup>1</sup>. De estos, más de 22.000 estudiantes<sup>2</sup> ingresan al sistema escolar con edades superiores a las promedio para cursar un determinado nivel y, peor aún, un alto porcentaje de ellos deserta de la escuela. Según datos del Departamento Nacional de Planeación, la tasa nacional de deserción supera el 7% anual y la de repitencia el 4%, mientras que el porcentaje de menores que se mantienen fuera del servicio público de educación alcanza casi el 17%<sup>3</sup>. De acuerdo con un estudio de la Contraloría General, en el año 2004 se calculaba que únicamente terminarían el ciclo completo de educación 47,31% de los estudiantes que lo iniciaron<sup>4</sup>.

Frente a esta situación, Dividendo por Colombia está comprometido con el desarrollo de programas que facilitan el ingreso y la permanencia en el sistema público de educación de niñas, niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad. Los programas se implementan a través de dos estrategias: establecimiento de alianzas público-privadas y la selección de intervenciones con mayor posibilidad de ser efectivas, sostenibles y de generar impactos duraderos.

Estos programas son: Aprendizajes Básicos, Aceleración del Aprendizaje, y Leer y Escribir en la Escuela.

### Aprendizajes Básicos

Programa dirigido a niños que no saben leer y escribir.

En 2010 el Grupo Bancolombia, con apoyo de nuestros colaboradores, y en alianza con 21 secretarías de Educación del país, logramos beneficiar a 1.306 niños con edades entre 9 y 14 años que no sabían leer ni escribir. Para dar inicio a su proceso de aprendizaje estos niños fueron atendidos en 52 aulas distribuidas por las regiones colombianas así: 1.069 en la región Centro, 135 en Antioquia, 60 en la región Caribe y 42 en la región sur.

Nuestros aportes de la organización y de nuestros colaboradores, se materializaron en:

- Procesos de formación a 52 maestros.
- Entrega de 10.306 juegos de cartillas del método letras y método números para que 1.306 niños iniciaran el aprendizaje de la lectura, la escritura y las operaciones básicas aritméticas y adquirieran las competencias básicas para ingresar al sistema educativo.
- Dotación a cada una de las nuevas aulas (22) con una biblioteca básica, de 120 títulos de literatura infantil.

La medición de la Calidad del Servicio percibida por los clientes tuvo una muy buena calificación de **91 puntos**, siendo 100 la calificación máxima.

<sup>1</sup> Más de 16 millones de personas.

<sup>2</sup> Según estimado para 2009. DANE, Colombia. Número de Alumnos Matriculados por Nivel Educativo y Zona, Información definitiva - Año 2008.

<sup>3</sup> Iregui A.M., Melo, L., y Ramos, J. Evaluación y análisis de eficiencia de la educación en Colombia, Banco de la República, Borradores de Economía, Bogotá, febrero de 2006.

<sup>4</sup> Contraloría General de la República, La deserción escolar en la educación básica y media. Dirección de Estudios Sectoriales, 2004 Agenda Nacional de Educación

## **Aceleración del Aprendizaje**

El ingreso tardío al sistema escolar, las repeticiones de cursos y las deserciones recurrentes son problemas que se extienden mucho más allá del propio colegio y que afecta al estudiante, a la familia y a la comunidad en general. Por eso, Dividendo desde el año 2002 apoya a seis secretarías de Educación del país en la implementación del modelo educativo: aceleración del aprendizaje. Este modelo permite a niños y a jóvenes que ya saben leer y escribir, cursar y culminar en un año lectivo, dos o más grados de su educación básica primaria.

Como resultado de este programa en 2010 y gracias a nuestros aportes, 3.564 niños, niñas y jóvenes que se encontraban por fuera del sistema educativo o en situación de extraedad en 36 municipios colombianos encontraron una oportunidad para nivelar sus estudios de básica primaria e ingresar al sistema educativo formal.

Apoyamos a los 142 maestros que estuvieron a cargo de estas aulas en el proceso con capacitación y formación, avalados por el Ministerio de Educación Nacional. Cerca de 3.564 estudiantes, organizados en 142 aulas, recibieron 8 módulos escritos y diseñados en forma de cuadernos de trabajo, organizados en 7 proyectos, que les permitieron avanzar hacia el éxito personal y académico.

## **Leer y Escribir en la Escuela**

De acuerdo con las últimas pruebas nacionales Saber 2009, el 18% de estudiantes colombianos de quinto grado y el 15% de estudiantes de noveno, se ubican en un nivel de desempeño insuficiente en el campo del lenguaje. Sólo el 11% de estudiantes de grado quinto y el 5% de grado noveno, se encuentran en un nivel de desempeño avanzado.

De igual manera, los estudios Pisa realizados durante 2006, reportan que Colombia obtuvo un promedio inferior al de los demás países participantes, donde se refleja que un 30,43% de los estudiantes del país no alcanza el nivel mínimo de competencias en lectura y tan sólo un 0,61% alcanza el nivel superior.

Ante estos resultados Dividendo por Colombia en alianza con secretarías de Educación de Bucaramanga, Buga, Cali, Envigado, Montería, Moñitos, Soacha, Urabá, Zipaquirá, y municipios del oriente antioqueño desarrollaron el programa Leer y Escribir en la Escuela, cuyo propósito consiste en mejorar las competencias comunicativas en los estudiantes de educación básica y favorecer el cambio escolar mediante una estrategia de intervención, que asegura la presencia de materiales de lectura que apoyen el desarrollo de hábitos lectores y escritores de alumnos y maestros.

Nuestras contribuciones en Bancolombia permitieron implementar el programa en 192 colegios beneficiando a 8.100 maestros y 32.400 estudiantes distribuidos así: 20.972 en la región Antioqueña, 5.203 en la región Caribe y 6.225 en la región Sur. Así mismo, se entregaron 76 bibliotecas contribuyendo de manera significativa a la formación de lectores y escritores en la escuela.



En 2010 con los aportes de Bancolombia y los 6.854 colaboradores vinculados a Dividendo por Colombia, se beneficiaron 1.622 niños y niñas, 982 en la región antioqueña y 640 en la región Centro, que fueron atendidos en 125 hogares comunitarios de Bienestar Familiar



Durante 2010, cerca de 6.725 empleados hicieron una contribución a la Fundación Dividendo por Colombia del orden de **\$841'403.310** y el Grupo Bancolombia aportó la misma cantidad, para un total de **\$1.682'806.620.**



## Primera infancia

Mary Eming Young, especialista en desarrollo infantil del Banco Mundial, afirma que “la temprana infancia, definida como el período que va desde el nacimiento hasta los seis años –y en particular, el intervalo de los cero a tres años– brinda oportunidades únicas para cambiar el curso del desarrollo de los niños más vulnerables”. La especialista cita cifras colombianas para resaltar la importancia de una intervención temprana: “Acá en Colombia, el 60% de población vive en condiciones de pobreza y más del 50% de los pobres vive en áreas urbanas”.

A partir de estas consideraciones, se hace inaplazable un esfuerzo conjunto de toda la sociedad para ofrecer patrones de crianza adecuados y oportunidades sociales y culturales que estimulen el desarrollo infantil.

Desde 2008, Dividendo por Colombia en alianza con *Save the Children* puso en marcha un proyecto para contribuir con el fortalecimiento y la cualificación de los Hogares Comunitarios de Bienestar Familiar a partir de una intervención pedagógica en entornos de alta vulnerabilidad socioeconómica, con un enfoque integral del desarrollo de la primera infancia.

En 2010 con los aportes de Bancolombia y los 6.854 colaboradores vinculados a Dividendo por Colombia, se beneficiaron 1.622 niños y niñas, 982 en la región antioqueña y 640 en la región Centro, que fueron atendidos en 125 hogares comunitarios de Bienestar Familiar, cuyas madres comunitarias recibieron procesos de formación y de dotación de material didáctico.

Durante 2011 en el Grupo Bancolombia y nuestros colaboradores continuaremos comprometidos con la educación de la infancia, conscientes del alcance e impacto de nuestros aportes en el bienestar y en el futuro de la población infantil menos favorecida.

## La voz de los protagonistas

### Miguel Gómez, 14 años.

Miguel se salió del colegio la primera vez a los siete años porque no quería estudiar más. Dedicaba su tiempo a vender dulces en la calle, trabajo por el cual su mamá le pagaba. Luego de tres años volvió al colegio y esta vez su papá lo inscribió en el aula de Aceleración del Aprendizaje donde debió recuperar su tiempo perdido.

“He aprendido a multiplicar y dividir, también de ciencias naturales. También he aprendido a respetar, a no ser grosero, a convivir. Ahora me gusta estudiar”.

### Johan Sebastián Romero, 12 años.

Johan Sebastián piensa que Aceleración del Aprendizaje le ha enseñado muchas cosas a través de los módulos y cree que este año reforzó su lectura al leerse 12 libros.

“Lo último que me enseñaron fue sobre mi ciudad y mi municipio. También he aprendido nombres del corazón y cosas sobre el lenguaje. (...) el libro que más me gustó fue el de los tres cerditos”.

### Mónica Yiseth Blanco, 12 años.

Mónica Yiseth cuenta que después de dos años de estar en el Bienestar Familiar, duró un año sin estudiar y que esa situación la hacía sentir muy mal.

“Yo me sentía mal porque me hacía falta estudiar. Eso es lo más importante porque me ayuda a salir adelante y a ayudar a mi familia. (...) si mi hermana que trabaja vendiendo galones hubiera estudiado, tendría un mejor futuro”.



Creamos en Internet sitios especiales para los niños, dedicados a enseñarles sobre los servicios financieros y generar en ellos hábitos de ahorro con los programas de Banconautas en Colombia y el Club ChiquiMax en El Salvador.



## Proyección Institucional

▶▶▶ En 2010 continuamos con nuestro interés de respaldar y de fomentar los valores que dan identidad a nuestro país, por medio de la participación en programas educativos con énfasis en difundir la cultura, la educación financiera, la formación ciudadana y la marca país.

Algunos **eventos culturales** en los que estuvimos presente durante 2010 en Colombia fueron el Festival de Verano en Bogotá, el Carnaval de las Artes en Barranquilla y la Feria de las Flores en Medellín.

En el Grupo Bancolombia buscamos fortalecer las costumbres y las tradiciones de nuestras comunidades por medio de programas de educación. Por eso, hemos participado de manera activa en iniciativas de formación ciudadana que promueven la sana convivencia.

### Cultura

Algunas de las entidades que apoyamos en 2010 son:

#### Museo de Antioquia

Continuamos nuestra alianza con el Museo de Antioquia, en éste tenemos la adopción de la sala Fernando Botero y también apoyamos al museo con sus vallas en el Metro de Medellín. Así, buscamos promover las visitas a este espacio cultural y acercar el arte a los habitantes de la ciudad.

En el último trimestre de 2010 patrocinamos la exposición Interdependencias, que parte de una reflexión sobre los 200 años de vida republicana en Colombia y otros países de América Latina. Lo que se constituye en una muestra significativa sobre los procesos que han permitido conformar la actual nación.

#### Museo de Arte Moderno de Medellín, Mamm

Como parte de nuestro compromiso con el arte y la cultura, en el Museo de Arte Moderno de Medellín patrocinamos la exposición Yo Fui Pintando Lo Que Fui Viendo, un relato de un país por Débora Arango. En esta muestra se presentan cerámicas, dibujos y pinturas que forman parte de la colección del museo, del patrimonio de la familia de la artista y de coleccionistas privados.

La exposición despliega además una serie de elementos museográficos, que invitan a los visitantes a recorrer diferentes aspectos de la historia colombiana de mediados del siglo XX, buscando vincularlos con nuestro tiempo presente.

#### La Ciudad y los Niños

Este proyecto del Grupo Bancolombia y el Mamm busca, mediante el trabajo, el juego y el afecto puesto en común, llevar a que los niños vivan espacios educativos y culturales de la ciudad, y propongan nuevas formas y opciones de habitar en Medellín.

Los componentes pedagógicos, creativos, artísticos y de formación del proyecto, encajan con los lineamientos de enseñanza que planteamos en el Grupo Bancolombia, orientados al fortalecimiento cultural de nuestras comunidades. Para lograrlo, adelantamos procesos de formación para niños y jóvenes en las áreas de música, danza, teatro, artes plásticas y escritura.

### **Temporada de Música Clásica**

Durante 2010 mantuvimos nuestra presencia en la Temporada de Música Clásica que se realiza a lo largo de todo el año en el Teatro Metropolitano de Medellín, allí con nuestro patrocinio se realizaron los siguientes conciertos:

- Friedrich Kleinhapl, violonchelo, y Andreas Woyke, piano, quienes interpretaron sonatas de Beethoven y Cesar Franck.
- Pepe Romero, guitarrista español, quien interpretó obras de Isaac Albéniz y Francisco Tárrega.
- La obra de Igor Stravinsky, La Historia del Soldado, fue una pieza especial para niños.

### **Festival de Verano**

Este año, con la celebración del cumpleaños número 472 de Bogotá, estuvimos presentes en diferentes actividades como parte de nuestro compromiso con los espacios de entretenimiento y de desarrollo cultural para los habitantes de la capital.

Participamos en actividades como Festifantasia en el parque de los Novios, evento en el cual niños y adultos disfrutaron con juegos, algodones de dulce y globos del Grupo Bancolombia. También acompañamos el Festival Internacional de Cometas en el parque Simón Bolívar, con una gran cometa de 10 metros de largo, y realizamos campeonatos de voleibol en la Playa de Verano.

### **Feria de las Flores**

En agosto Medellín vivió y vibró con la Feria de las Flores. En el Grupo Bancolombia nos vinculamos a esta celebración que promueve las tradiciones y la cultura paisa, con eventos como el Desfile de Silletteros, el Desfile de Autos Clásicos y Antiguos, y la exposición Orquídeas, Pájaros y Flores.

En este evento, que reúne a todos los antioqueños y a miles de turistas que visitan Medellín, promovimos la importancia de mantener los valores y el adecuado comportamiento ciudadano durante esta celebración con mensajes alusivos.

### **Fundación La Cueva – Carnaval de las Artes**

Apoyamos el Carnaval de las Artes, un evento de cuatro días, concebido para brindar un homenaje a los más grandes creadores del mundo, conocer su vida y su obra, estudiar sus procesos de creación y estimular, entre los habitantes, una reflexión a fondo sobre los distintos elementos que habitan y componen el tradicional Carnaval de Barranquilla, declarado por la Unesco, patrimonio de la humanidad.

En el Grupo Bancolombia apoyamos esta iniciativa como parte de la Proyección Institucional y el interés por el desarrollo del arte y la cultura. De igual manera, quisimos dar a conocer este evento como uno de los proyectos artísticos para contribuir a la educación en la región Caribe de Colombia.

En el Grupo Bancolombia patrocinamos el proyecto

## **La Ciudad y los Niños**

que busca que los pequeños vivan espacios educativos y culturales y propongan nuevas formas y opciones de habitar en Medellín.

## **Formación**

Como parte de nuestro compromiso con el país, con su transformación y con el desarrollo de las comunidades de las regiones donde estamos presentes, en el Grupo Bancolombia hemos apoyado instituciones de gran impacto para el bienestar de la sociedad y que promueven la educación, en especial, la educación financiera.

### **Observatorio del Caribe**

En 2010 continuamos apoyando el Observatorio del Caribe que busca la difusión de buenas prácticas de competitividad en diferentes ciudades del país, que sirvan como referente en la región Caribe colombiana para formular estrategias, programas y proyectos que contribuyan a incrementar su competitividad.

### **Lacea**

Apoyamos la XV reunión anual de la Asociación Económica de América Latina y el Caribe, Lacea, en nuestra política de fomentar la educación y el desarrollo social en todos los niveles.

Un evento que reunió a expertos economistas de diversos países y representantes de organismos multilaterales, para discutir temas como la profundización de la integración entre Colombia, Chile y Perú, el trabajo informal en América Latina, los efectos de las recesiones en el largo plazo, la caída de los niveles de desigualdad en América Latina y el incremento de la tasa de desempleo en Colombia, entre otros.

### **Convenio con la Universidad Sergio Arboleda**

Continuamos con el convenio y la alianza académica con la institución universitaria Sergio Arboleda en Bogotá. En octubre realizamos el panel Colombia en la Globalización, un evento organizado con la universidad, con el objetivo de reunir a reconocidos empresarios, personajes públicos, analistas, pensadores y académicos en torno a temas como la globalización y la evolución de la economía mundial.

## **Identidad país**

Como parte de nuestro compromiso con la cultura y la educación, apoyamos iniciativas que fortalecen los valores y las tradiciones colombianas.

### **Caracol y Bancolombia Más Cerca**

Canal Caracol y Bancolombia comenzaron a emitir Caracol y Bancolombia Más Cerca en 2004, con el objetivo de llevar un poco de optimismo y fomentar el conocimiento de las regiones apartadas y olvidadas, pero infinitamente hermosas, de nuestro país.

Este microprograma, que se emite todos los días en el noticiero del medio día y se repite de nuevo a manera de resumen en la emisión de la noche, es parte de la programación del Canal y es un aporte a la formación ciudadana de los colombianos.

### **Teletón**

En diciembre estuvimos presentes en este importante evento de solidaridad a favor de los discapacitados, que este año se sumó a la campaña Colombia Humanitaria de la Presidencia de la República para apoyar a los damnificados por la ola invernal en el país. Allí, el Grupo Bancolombia hizo una donación de \$300 millones.



Desarrollamos una estrategia de marca orientada al optimismo, lo que nos permite ser promotores de los sueños de la gente en las comunidades en las que tenemos presencia.



Detrás de nuestra  
**marca Bancolombia**  
hay una filosofía que se  
fundamenta en el optimismo,  
pues estamos convencidos de  
que es el motor que necesitan  
los colombianos para crecer.

### **Parque del Café**

Desde hace varios años apoyamos la señalización del Parque del Café, en el Quindío, lugar que rescata la cultura cafetera.

### **Parque Chicamocha**

Estuvimos presentes en una de las nuevas siete maravillas naturales del mundo, con la marcación de 21 de los 39 vagones del segundo teleférico más largo de América Latina, en el Parque Chicamocha, en Santander.

### **Zoológico Santa Fe**

Desde 2007 apoyamos al zoológico Santa Fe de Medellín en su etapa de reforma, que busca recuperar este espacio de recreación y de conocimiento para la comunidad.

### **Parque Explora**

Continuamos con nuestra presencia en el Parque Explora en Medellín, con la adopción de la sala Colombia Geodiversa, un espacio de conocimiento que se ha convertido en ícono del país.

## **Estrategia de marca**

En 2010 dimos continuidad a la estrategia de marca del Grupo Bancolombia enfocada a generar cercanía y a desarrollar vínculos afectivos con la comunidad.

Por medio de una comunicación emotiva, hemos estado cerca de todos nuestros empleados, clientes y de la comunidad en general, al desarrollar de manera optimista una estrategia que nos permite ser promotores de los sueños de la gente en nuestro país. Lo hemos logrado, gracias a diferentes comunicaciones y campañas de publicidad que llevan implícito ese mensaje como la de los sueños de créditos y la campaña de cercanía en la que presentamos lo que hacen los colombianos para estar cerca de sus seres queridos.

Detrás de nuestra marca hay una filosofía que se fundamenta en el optimismo, pues estamos convencidos de que es el motor que necesitan los colombianos para crecer.

No ahorramos esfuerzos para comunicar que creemos que las cosas buenas siempre llegan, que trabajar, luchar, aprender, vivir, ser colombiano, tener ideas, ser alegre, ser emprendedor, **Siempre Trae Cosas Buenas.**

En 2010 los estudios e investigaciones de marca nos arrojaron resultados muy positivos en nuestros indicadores: alcanzamos un *Top of Mind* de 42%, treinta puntos por encima de la segunda entidad en el *ranking*. De igual manera, la intención de compra fue de 9%, notándose una disminución generalizada en todo el sector bancario, obteniendo cuatro puntos por encima del segundo en la lista.

## **Acciones de marca**

### **- Educación**

El año 2010 fue importante en términos de educación, ya que pudimos acercarnos a la comunidad y aprender de ella, conocer mejor sus necesidades y crear juntos soluciones que aporten a mejorar la calidad de vida de los colombianos. Para lograrlo, pusimos en marcha las siguientes estratégicas:

- El Bus Escuela, que viaja por las principales ciudades de Colombia, está dotado con recursos pedagógicos que nos permiten enseñar la importancia del ahorro para adultos y niños, el uso de los diferentes canales de servicio de atención del Banco y la importancia de la seguridad en el manejo de los recursos financieros.
- Bancolombia Verde es una estrategia en la que fomentamos el cuidado de nuestro planeta y el medio ambiente. En 2010 continuamos impulsando la campaña del extracto virtual que, por cada cinco clientes que decidan recibir su extracto virtual, el Banco siembre un árbol. A esta iniciativa se unieron 300.000 personas, entre clientes y empleados.
- Tenemos presencia en las redes sociales para estar más cerca de nuestros clientes, conocerlos, escucharlos y aprender de ellos. Las redes sociales son un canal de interacción permanente con nuestros seguidores, en el que reflejamos nuestra política de transparencia y de honestidad.

## Proyección 2011

En 2011 nuestros pilares continuarán siendo la cercanía, el optimismo, la identidad país y la educación, ya que nos permiten acercarnos a nuestros públicos.

Nuestro reto consiste en generar vínculos emocionales con la comunidad y ser recordados como la entidad financiera que educa y que se acerca a sus accionistas, empleados y clientes, y establecer nuevos canales de diálogo para profundizar las relaciones.

## Responsabilidad Corporativa en América Latina



Incluimos las iniciativas sociales que adelantamos en nuestras filiales del exterior como Bancolombia Panamá, Banco Agrícola y Bancolombia Puerto Rico.

### Bancolombia Panamá

En Bancolombia Panamá hemos formado parte del grupo visionario de empresas comprometidas con el desarrollo de Panamá, al ser miembro fundador del Fondo Unido de Panamá *United Way*, una organización establecida en mayo de 2010, con el propósito de promover el desarrollo de las personas y de las comunidades más necesitadas de Panamá.

Con este fondo hemos podido contar con una vía eficiente de aporte e interacción entre los distintos sectores de la sociedad panameña, con el objetivo de captar y de canalizar las contribuciones de empresas y empleados del sector privado hacia los tres pilares básicos que apoya el fondo: educación, empleo digno y salud para proyectos en las comunidades con mayores necesidades del país.

*United Way* tiene presencia en Colombia por medio de la fundación Dividendo por Colombia, de la que somos uno de los mayores aportantes.

En 2010, en Bancolombia Panamá **duplicamos** nuestros aportes en responsabilidad social por medio de más de 20 entidades que movilizan esfuerzos por una mejor educación, salud y calidad de vida en el país.



En Bancolombia Panamá  
somos socio fundador de  
**United Way**

o Fondo Unido de Panamá,  
una organización privada  
in ánimo de lucro que  
promueve el desarrollo  
de las personas y las  
comunidades más  
necesitadas de Panamá.

También, continuamos trabajando por el desarrollo y el bienestar de la comunidad por medio de aportes a distintas organizaciones como:

- Orfelinato San José de Malambo
- Asociación de Damas Colombo Panameñas
- Asociación Nacional de Scouts
- Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Panamá
- Fundacancer, campaña cinta rosada y celeste
- Casa Esperanza
- Casita de Mausi
- Colegio Moisés Castillo Ocaña
- Despacho de la primera dama de la república de Panamá
- Fundación Carol Vallarino de Montenegro
- Fundación Las Niñas de la Capital
- Fundación Pro Niños del Darién
- Nutre Hogar
- Opat - Organización Panameña Antituberculosa
- Operación Sonrisa
- Organización Niños Felices
- Sociedad de Esposas de Banqueros, Seb
- Unión Nacional de Ciegos de Panamá
- Maternidad del Hospital Santo Tomás

| Aportes en USD     | 2009   | 2010       |
|--------------------|--------|------------|
| Bancolombia Panamá | 12.245 | 29.911, 51 |

## Banco Agrícola

### Manos Unidas por El Salvador

Por séptimo año consecutivo, en Banco Agrícola desarrollamos nuestro principal programa de responsabilidad social denominado: Manos Unidas por El Salvador, en el que se adelantamos 19 proyectos que han mejorado las condiciones de educación de más de 19.000 alumnos, mediante el equipamiento de centros de cómputo, laboratorios de ciencias, bibliotecas virtuales, salas de estudio, construcción de aulas y la ampliación de infraestructura escolar en instituciones educativas del sector público en el ámbito nacional.

### Teletón pro- rehabilitación

En Banco Agrícola continuamos siendo el banco de la Teletón, al desempeñar el rol de motivador y de principal canalizador de fondos. En 2010 aportamos con la participación activa y voluntaria de más de 2.000 colaboradores y sus familias, y el recurso tecnológico que complementa el donativo económico tanto del personal como de la institución. Este esfuerzo y entusiasmo de la familia de nuestro banco nos permitió alcanzar en 2010 la meta de \$1.706.726 millones. El destino de los fondos recolectados sirvió para la manutención de tres centros de rehabilitación que están beneficiando a 12.000 familias salvadoreñas.

### Programa de educación financiera de Abansa

En 2010 apoyamos la continuación del programa de educación financiera de Abansa denominado: El Manejo Efectivo de su Dinero, que busca difundir la cultura del buen uso de los productos financieros. Durante el año, logramos la participación del personal

de empresas clientes en los talleres de educación financiera, impartidos por medio de Abansa, beneficiando a más de 8.000 personas.

Durante el año también dimos continuidad y mantenimiento a la exhibición denominada: El Banco de los Niños, dentro de las instalaciones del Museo de los Niños Tin Marín, con el objetivo de fomentar el hábito de ahorro y educar desde temprana edad en temas relacionados con el manejo de las finanzas personales y el buen uso de los productos y servicios financieros.

### Programa de fomento cultural

Presentamos nuestro nuevo proyecto editorial titulado: El Salvador, reservas naturales, una publicación que complementa la colección El Salvador un rincón mágico, que consta de 18 publicaciones que promueven la cultura y las bellezas naturales de El Salvador.

### Bancolombia Puerto Rico

Durante el año canalizamos todos nuestros esfuerzos de responsabilidad social por medio de Fondos Unidos de Puerto Rico, entidad de *United Way*.

Por cuarto año consecutivo, en Bancolombia Puerto Rico con apoyo de nuestros colaboradores aportamos en dinero y en tiempo a Fondos Unidos de Puerto Rico, entidad con alto reconocimiento en el país por ser miembro de la *United Way*. Por cada dólar aportado por el colaborador, en el banco aportamos un dólar adicional al fondo.

De igual manera, el 33% del personal participó en su tiempo libre de la actividad Regala un Día, que ayudó a la *United Way* en Puerto Rico en la organización de un almacén de abastecimiento de comida para las diferentes instituciones sin ánimo de lucro.

| Aportes en USD          | 2009       | 2010       |
|-------------------------|------------|------------|
| Empleados               | 254        | 281        |
| Bancolombia Puerto Rico | 254        | 281        |
| <b>Total</b>            | <b>508</b> | <b>562</b> |

### Generación de empleo

Durante el año 2010, cerca de 1.392 personas entraron a formar parte del Grupo Bancolombia, con la oportunidad de crecer en el plano personal y profesional, al desarrollar actividades con alto valor y contenido y al aportar desde su gestión al desarrollo del país.

Por cuarto año consecutivo, **aportamos** en dinero y en tiempo a Fondos Unidos de Puerto Rico.

**El 33%** del personal de Bancolombia Puerto Rico participó en su tiempo libre de la actividad Regala un Día.



# Compromiso con los clientes



Un amplio portafolio de productos y servicios integrados bajo el modelo de Banca Universal, servicios más fáciles y sencillos, con una amplia cobertura que busca llegar a más rincones del país, conforman nuestra apuesta por los clientes.

## Modelo de Banca Universal

### Banca Universal

es la mejor manera de denominar una oferta más amplia, con una asesoría oportuna, integral y adecuada para cada una de las necesidades de nuestros clientes.

En el Grupo Bancolombia integramos un solo portafolio de productos y servicios, en Colombia y en el exterior, para satisfacer todas las necesidades financieras de los clientes en una sola atención y en línea, con el fin generarles a nuestros clientes mayor competitividad y eficiencia, clave del éxito en los negocios.

Bajo el modelo de Banca Universal, les entregamos a los clientes los servicios que necesitan, con una atención especializada y experta, en financiación, inversión, ahorro, manejo integral de tesorería, comercio internacional, mercado de capitales, finanzas corporativas, cartera ordinaria, mesa de dinero, pagos, recaudos, tarjetas de crédito, créditos, arrendamiento operativo y financiero, crédito hipotecario –CPT– (Casa Propia Para Todos), libranzas, descuento de títulos, fondos en moneda extranjera y local, acciones, CDT, giros internacionales, ahorros, tarjeta débito, Banca Móvil, Sucursal Telefónica, Sucursal Virtual, Corresponsal No Bancario, Punto de Atención Cercano –PAC-, Punto de Atención Móvil –PAM- Banca Seguros y Banca Pensión, entre otros productos.

Estamos convencidos de que el modelo de Banca Universal es el más adecuado para aportar al desarrollo y al crecimiento del país.

#### Algunos beneficios para nuestros clientes

Soluciones financieras a la medida de nuestros clientes.

Una atención integral, personalizada, oportuna y completa.

Un servicio eficiente y conveniente.

Mayor facilidad para resolver las necesidades financieras.

Hacer los servicios y productos financieros más sencillos y al alcance de todos los colombianos.

Llevar los servicios bancarios y financieros a grupos importantes de la población.

Una banca responsable que aporta al desarrollo y crecimiento del mercado y de la economía del país.



Hemos acondicionado el Bus Escuela, que recorre los municipios de Colombia, con el fin de difundir el uso de los medios electrónicos para acceder a los servicios financieros de forma segura y crear conciencia de la importancia del ahorro para hacer realidad los sueños.



Cada día nuestro equipo de ingenieros trabaja con dedicación para mantener disponibles las **transacciones y los servicios**, adecuar la infraestructura para responder al crecimiento transaccional y posibilitar el crecimiento de la red de canales.

### **Servicios financieros más fáciles**

En el Grupo Bancolombia trabajamos de manera permanente para hacer fáciles los servicios financieros, por eso, ponemos a disposición de nuestros clientes los canales virtuales y físicos para su atención oportuna y proveemos a nuestros empleados de las herramientas tecnológicas necesarias para obtener la información inmediata y tomar las decisiones correctas.

En 2010 tuvimos acciones concretas como la implementación del sistema Murex para la Tesorería, lo que nos permitió por segundo año consecutivo obtener reconocimiento internacional en el prestigioso programa de *Computerworld Honors Program*.

Cada día nuestro equipo de ingenieros trabaja con dedicación para mantener disponibles las transacciones y los servicios, adecuar la infraestructura para responder al crecimiento transaccional.

La seguridad y el control del riesgo siguen siendo uno de nuestros focos de atención, hemos contribuido a la disminución del fraude con la implementación de mecanismos de control de identidad y de autenticación, disponemos de monitoreo permanente que nos posibilita mantener la infraestructura y los sistemas actualizados para repeler los ataques que se presentan.

Continuaremos trabajando para ofrecerles a nuestros clientes servicios financieros más fáciles, ágiles y efectivos.

### **Infraestructura incluyente**

Con el propósito de lograr que el Banco sea accesible para personas con limitaciones físicas hemos intervenido 135 sucursales en Colombia que ya cuentan con acceso garantizado para los clientes en situación de discapacidad motriz y adultos mayores. En 2011 continuaremos adecuando nuestras sucursales y cajeros con soluciones arquitectónicas que eliminen las barreras exteriores para el acceso a estos sitios, con rampas o ayudas mecánicas y soluciones especiales de puestos de caja y dispositivos electrónicos accesibles a estas personas.





# Compromiso con los proveedores



En el Grupo Bancolombia buscamos el desarrollo de nuestros proveedores mediante el impulso de iniciativas que mejoren las condiciones de infraestructura, la eficiencia en procesos, el relacionamiento con las partes de interés, y otros temas estructurales, que garanticen un crecimiento continuo de sus negocios y una mejor dinámica de los sectores a los que pertenecen.

## Política con los proveedores

En el Grupo Bancolombia buscamos construir alianzas que generen valor con nuestros proveedores, basadas en principios de colaboración y de cooperación, que nos faciliten a ambas partes el mejoramiento continuo y el crecimiento sostenible.

### Acciones importante de 2010

- Definimos el diseño del esquema de gobernabilidad que incluye la estrategia de desarrollo de proveedores y el seguimiento al cumplimiento de los compromisos relacionados con la responsabilidad social y ambiental.
- La selección de proveedores pasa por un proceso que implica revisiones de riesgo, estados financieros, estándares en materia ambiental, entre otros. Durante 2010 vinculamos 116 proveedores estratégicos.
- Canalizamos por Todo 1 (Mercado Digital), 98 invitaciones a cotizar y nueve subastas.
- Nuestros proveedores estratégicos han diligenciado la autoevaluación social y ambiental, hemos visitado a 50 de ellos para conocer de primera mano sus prácticas en estos aspectos. Los resultados de estas autoevaluaciones son tenidas en cuenta para la contratación de servicios y para fortalecer o detener nuestra relación comercial.
- Los contratos incluyen cláusulas concretas en temas de cumplimiento ambiental, social, de salud ocupacional y seguridad industrial, con el fin de dar una cobertura a nuestra estrategia y cumplimiento a nuestros compromisos voluntarios, adoptados mediante nuestra adhesión al Pacto Global.
- Los principales proveedores de outsourcing son evaluados por todos los empleados que reciben sus servicios a través de una encuesta anual, lo que nos permite identificar niveles de satisfacción y aspectos a mejorar.

Buscamos generar alianzas que consoliden a nuestros proveedores como socios estratégicos del Grupo.

- Capacitamos cerca de 120 empleados de nuestros proveedores en temas de uso eficiente de los servicios públicos y manejo adecuado de residuos sólidos.
- La definición de lo que es un proveedor socialmente responsable fue implementada y divulgada a los proveedores de servicios, por medio de nuevos canales como el sitio en Internet: Portal de Proveedores.
- Contamos con la línea de atención, quejas y reclamos a proveedores a través de la cual pueden exponer sus inquietudes, sugerencias, inconformidades o reclamos sobre los procesos o funcionarios del Grupo Bancolombia. De igual manera, tenemos la Línea Ética de Proveedores que les permite, como prestadores de servicios, denunciar de forma anónima violaciones reales y potenciales de actos incorrectos de colaboradores del Grupo Bancolombia.

## Compromiso con los accionistas



Garantizar la continuidad del negocio es nuestra primera responsabilidad con nuestros accionistas, para lograrlo implementamos estrategias orientadas al desarrollo sostenible y al cumplimiento de la promesa de servicio.

## Continuidad del negocio

La continuidad del negocio es la **capacidad estratégica,** táctica y operativa de la organización de planear y responder a eventos de interrupción, que permiten continuar con la operación a un nivel aceptable previamente definido.

La continuidad del negocio es la capacidad estratégica, táctica y operativa de la organización de planear y responder a eventos de interrupción, que permiten continuar con la operación a un nivel aceptable previamente definido. En el Grupo Bancolombia implementamos estrategias de continuidad del negocio orientadas al desarrollo sostenible, en cumplimiento de la promesa de servicio y de las expectativas de nuestros públicos de interés.

Durante 2010, nuestro programa de continuidad del negocio se enfocó, además del cumplimiento del plan de pruebas y de divulgación, en la implementación de las siguientes estrategias:

- Evaluamos el modelo de madurez Continuidad del Negocio Grupo Bancolombia a la luz de un modelo internacional (Bcmm ® de Virtual Corporation EE.UU.).
- Ejecutamos el Business Impact Analysis, BIA, orientado a canales y a servicios para el Grupo Bancolombia.
- Fortalecimos la definición, la divulgación y la implementación de la estrategia para el manejo de situaciones de crisis. Implementamos y realizamos pruebas de des-

plazamiento a sitio alternativo de gobierno para la alta dirección y el equipo de manejo de crisis.

- Realizamos la definición y el montaje técnico y prueba piloto para migración de procesos soportados en Centro Alterno de Operación, CAO, hacia una estrategia de Centro Alterno Virtual, CAV.
- Ejecutamos el Business Impact Analysis, BIA, para Fiduciaria Bancolombia en Perú.
- En la estrategia de gestión del conocimiento, avanzamos un 95% en la revisión y en la actualización de cargos críticos de primer nivel para las vicepresidencias y filiales, construimos el mapa de cargos críticos para el proyecto Innova e implementamos un proyecto piloto de transferencia de conocimiento, el cual permitió construir una ruta de formación para gerentes nuevos en todo el país.
- Adelantamos la adquisición y la implementación de la herramienta Recovery Planner para la administración del programa de continuidad del negocio y el manejo de crisis.

A partir de una visión gremial y social, nuestro compromiso, preparación y diligencia en el Grupo Bancolombia para desarrollar un programa de continuidad del negocio se ha ido irradiando al sector financiero, por medio de nuestra participación y aportes en los diversos foros y escenarios.

También hemos acompañado a los proveedores para el cumplimiento de la normatividad vigente (circular 052/2007) y a los clientes mediante la certificación del plan de continuidad que les otorga confianza en nuestro cumplimiento en la prestación del servicio.

## Compromiso con las autoridades

**N**os acogemos a la disposición normativa y contribuimos con nuestros aportes tributarios a la inversión de los gobiernos y a la construcción de políticas públicas, que redundan en beneficios para las comunidades en las que tenemos presencia.

En el Grupo Bancolombia, cumpliendo con nuestras obligaciones tributarias, aportamos a las finanzas nacionales y territoriales por medio del pago de impuestos, contribuciones y tasas. Al cierre de 2010, se habían causado \$595.925 millones. Además, como entidad financiera facilitamos el recaudo de diferentes impuestos del orden nacional, departamental y municipal.

Nuestros líderes en la organización participan con su conocimiento, experiencia y enfoque de sostenibilidad en comités gremiales e intergremiales, los cuales son consultados por los diferentes entes gubernamentales para la construcción de políticas públicas.

A partir de una **visión gremial** y social, nuestro compromiso, preparación y diligencia en el Grupo Bancolombia para desarrollar un programa de continuidad del negocio ha ido vinculando al sector financiero.

| IMPUESTOS CAUSADOS EN LA CONTABILIDAD A DICIEMBRE 31 DE 2010 |                    |                   |                   |                  |                  |                  |                   |                    |  |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|--------------------|--|
| Concepto de impuestos  | Banco              | Leasing           | Fiduciaria        | Valores          | Renting          | Factoring        | Banca             | Total              |  |
| Impuestos de renta y complementarios                         | 313,838,314,773.04 | 44,822,288,694.22 | 34,660,356,781.15 | 1,245,282,615.00 | 1,636,324,000.00 | 417,800,293.77   | 18,632,176,725.22 | 415,252,543,882.40 |  |
| Impuesto al patrimonio                                       | -                  | -                 | -                 | 1,178,911,998.00 | 625,846,000.00   | -                | -                 | 1,804,757,998.00   |  |
| IVA  | 108,132,510,751.21 | 2,341,369,403.46  | 1,568,180,750.66  | 827,109,327.06   | 3,655,324.00     | 619,165,789.78   | 1,172,342.41      | 113,493,163,688.58 |  |
| Timbre   | 485,210,258.00     | 6,372,269.00      | 150,697,380.46    | 25,085,030.55    | 10,098,541.00    | 11,550.00        | -                 | 677,475,029.01     |  |
| Gravamen a los movimientos financieros                       | -                  | -                 | 760,198,133.97    | 462,609,947.69   | 806,171,453.00   | 2,278,340,894.44 | -                 | 4,307,320,429.10   |  |
| Industria y comercio   | 34,866,574,228.00  | 6,126,775,488.00  | 1,639,779,320.78  | 1,720,777,984.33 | 2,513,921,465.00 | 633,598,695.75   | 50,462,748.00     | 47,551,889,929.86  |  |
| Predial  | 6,025,330,078.00   | 1,312,008,966.00  | 12,568,379.00     | 33,429,116.00    | -                | 21,812,657.00    | -                 | 7,405,149,196.00   |  |
| Vehículos  | 84,075,693.00      | 8,895,000.00      | 3,351,000.00      | 4,391,800.00     | 3,397,409,132.00 | 4,039,900.00     | 2,888,900.00      | 3,505,051,425.00   |  |
| Sobretasa y otros  | 169,793,271.79     | 8,338,068.00      | 29,870,143.76     | -                | -                | 553,775.00       | 1,500,000.00      | 210,055,258.55     |  |
| Registro   | 79,526,737.00      | 1,467,982,057.00  | -                 | -                | -                | 144,993,611.00   | 24,886,200.00     | 1,717,388,605.00   |  |
| Total impuestos  | 463,681,335,790.04 | 56,094,029,945.68 | 38,825,001,889.78 | 5,497,597,818.63 | 8,993,425,915.00 | 4,120,317,166.74 | 18,713,086,915.63 | 595,924,795,441.50 |  |



**Apoyamos la construcción de políticas públicas, por medio de la participación de nuestros líderes en comités gremiales e intergremiales.**





# Compromiso con el medio ambiente

---



**Adelantamos una gestión ambiental de la mano de nuestros colaboradores, clientes y proveedores para que desde nuestro actuar contribuyamos al cuidado del medio ambiente.**



# Compromiso con el medio ambiente

**En el Grupo Bancolombia estamos comprometidos con adelantar una gestión ambiental en cada una de nuestras acciones del negocio y en promover la conciencia y el cuidado del medio ambiente entre nuestros públicos de interés.**

## Gestión ambiental

Contamos con una estrategia de gestión ambiental que parte de nuestros valores corporativos, está implícita en el cumplimiento normativo e impulsa el crecimiento sostenible de nuestros colaboradores, clientes y de la ciudadanía.

La preservación del medio ambiente es uno de los principales retos para el desarrollo sostenible de la humanidad y la continuidad de los modelos económicos y empresariales.

Las entidades financieras como dinamizadoras del ahorro y las inversiones que promueven el desarrollo de los sectores económicos de los países, participan de manera indirecta en la generación de impactos al medio ambiente. De esta manera, tenemos la gran oportunidad de ayudar a mitigar estos impactos para que, de la mano de las partes interesadas, construyamos un mejor mañana.

Sensibles a esta realidad, en el Grupo Bancolombia continuamos en 2010 desarrollando nuestra estrategia de gestión ambiental.

### Pilares (GRI FS1)

La estrategia cubre a todas las compañías financieras del Grupo Bancolombia, el desarrollo de sus actividades, negocios y operaciones, tanto en el ámbito local como internacional, y se soporta en los siguientes principios:



Valores  
Corporativos

Cumplimiento  
Normativo

Crecimiento de  
Stakeholders

Desarrollo  
Sostenible

## Política (GRI FS1)

En 2008 la Junta Directiva aprobó las políticas de gestión ambiental del Grupo Bancolombia, con el objetivo de establecer el marco de referencia, las estructuras, los principios y las directrices para la planificación, la organización, la ejecución, el seguimiento, el control y el mejoramiento continuo del Sistema Integral de Gestión Ambiental del Grupo Bancolombia.

Ver documento en: [www.grupobancolombia.com](http://www.grupobancolombia.com)

## Gerencia (GRI FS1)

La Gerencia de Gestión Ambiental es el área responsable de coordinar el Sistema Integral de Gestión Ambiental, Siga, del Grupo Bancolombia, manteniendo un contacto permanente con entidades externas, organismos multilaterales, entes gubernamentales y asesores en temas ambientales. Además, debe proponer las políticas de gestión ambiental del Grupo y coordinar con los responsables de cada vicepresidencia y línea de negocio la formulación e implementación del plan de gestión ambiental.

## Participación de las partes de interés (GRI FS1)

Con el fin de identificar las necesidades de las partes de interés, durante 2010 sostuvimos diferentes reuniones en las que presentamos la estrategia de gestión ambiental del Grupo Bancolombia.

### Clientes

- Visitas de clientes con expertos en tema ambientales y de eficacia energética.
- Eventos para clientes de la banca Pyme en principales ciudades del país.

### Proveedores

- Visitas a proveedores para evaluación de impactos ambientales y sociales.
- Portal de proveedores en Internet para consulta permanente.

### Empleados

- Eventos presenciales para capacitación y consulta.
- Sitio en Intranet para recomendaciones y observaciones

### Inversionistas

- Informe de sostenibilidad anual y sitio en Internet para presentación de avances.
- Evaluación de inversiones realizadas por fondos de capital.

### Autoridades

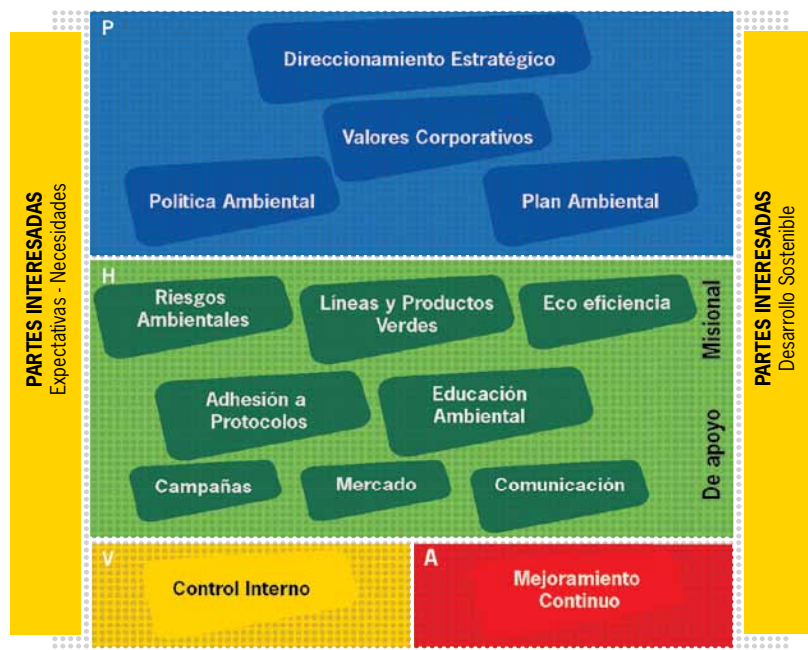
- Encuentros con autoridades ambientales nacionales y regionales.
- Acuerdos de cooperación para producción más limpia.

### Comunidad

- Mesas de trabajo intersectoriales con participación comunitaria.
- Proyectos financiados evaluados con participación ciudadana.

## Modelo (GRI FS1)

Éste es el modelo de gestión ambiental que seguimos para adelantar las acciones en materia ambiental:



## Adhesión a protocolos (GRI FS1)

En desarrollo de nuestra estrategia de responsabilidad ambiental hemos encontrado en diferentes protocolos y grupos de trabajo la posibilidad de brindar un mejoramiento continuo a nuestro sistema de gestión y a los procesos asociados al mismo.

En el Grupo Bancolombia hemos realizado adhesiones voluntarias como:

### Principios del Ecuador

Desde finales de 2008 nos comprometimos a implementar los procesos de evaluación de riesgos ambientales y sociales en la financiación de proyectos. Con el apoyo de las instituciones financieras de Principios del Ecuador hemos podido avanzar de manera concreta en este propósito.

### Pacto Global

Al sumarnos a esta iniciativa, a finales de 2008, considerada como una de las más grandes en el ámbito mundial en términos de responsabilidad corporativa, dimos un paso hacia adelante en la consolidación de temas de derecho humanos, prácticas laborales, ambiente y anticorrupción.

### Cecodes - Wbcscd

Trabajamos con Cecodes, capítulo colombiano del Wbcscd y entidad considerada como líder global en temas de sostenibilidad, desde finales de la década de los años noventa. Con ellos, revisamos nuestro reporte de sostenibilidad bajo estándares del GRI y nuestra huella de carbono bajo el GHG Protocol.



## **GRI**

Desde nuestra memoria de sostenibilidad del año 2008 estamos utilizando los lineamientos generados por el *Global Reporting Initiative*, GRI, en especial los definidos en el suplemento para el sector financiero. Hoy es más fácil la comparación con otras entidades mediante indicadores estandarizados.

## **UNEP –FI**

Desde el año 2007 estamos en contacto con los coordinadores regionales de este programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente. En esta iniciativa para el sector financiero hemos encontrado temas de formación, cambio climático y productos verdes. Esperamos adherir en 2011.

## **Carbon Disclosure Project**

En nuestra memoria de sostenibilidad del año pasado presentamos el cálculo de nuestra huella de carbono. Para eso tuvimos en cuenta los lineamientos del *GHG Protocol* del *Wbcsd* y el *WRI*. Para este año contamos con la revisión de *Cecodes*, con lo cual iniciaremos nuestro reporte de huella por medio del *CDP*.

## **Dow Jones Sustainability Indexes**

*Sam Group* confirmó la inclusión de Bancolombia en el *Dow Jones Sustainability World Enlarged Index*. Este índice, con cerca de 500 empresas, incluye el top 20 en sostenibilidad de las 2.500 empresas más grandes relacionadas en el *Dow Jones Global Total Stock Market Index*.

## Aliados (GRI FS5)

Contamos con el apoyo, acompañamiento y relacionamiento con aliados en el ámbito mundial que adelantan una gestión en el cuidado del medio ambiente.

Algunos son:

### **Fundación Natura**

Programas de siembra para la compensación de la huella de carbono de Bancolombia.

### **WWF**

Programas liderados por WWF como Soy ECOlombiano y La Hora del Planeta.

### **OMMS**

Programas de educación ambiental en las áreas de reserva natural.

**Agenda del Mar**

Programas de educación mediante material didáctico para niños y jóvenes.

**Inecore**

Piloto para la reducción del consumo de agua en sucursales.

**Aviatur**

Medición de huella de carbono para los viajes de negocios del Grupo Bancolombia.

**Ecothermia**

Acompañamiento a clientes en proyectos de eficiencia energética.

**Ecoeficiencia**

Acompañamiento a clientes en proyectos de producción más limpia.

**CNPML**

Acompañamiento a clientes en proyectos que reduzcan impactos ambientales.

**South Pole Carbon**

Acompañamiento de clientes en proyectos con potencial para mercado de carbono.

**BID**

Acompañamiento para identificación de oportunidades de negocio.

**IFC**

Acompañamiento para identificación de oportunidades de negocio.

**Lito**

Gestión de residuos eléctricos y electrónicos. Campaña nacional de recolección Raee.

**Kimberly Clark**

Programa de valorización de residuos vinculado a la estrategia de Ecoeficiencia.

**Sodexo**

Aliado líder para el programa de Ecoeficiencia y gestor de información de huella de CO2



Para la gestión de nuestro Sistema Integral de Gestión Ambiental –SIGA–, mantenemos un contacto permanente con entidades externas, organismos multilaterales, entes gubernamentales y asesores en temas ambientales.



CATALINA CORREA GAVIRIA  
Club de Fotografía



# Frentes misionales

A continuación, los ejes principales en los que desarrollamos nuestra estrategia de gestión ambiental.

## Riesgos ambientales y sociales (FS1/2/3)

Buscamos mitigar los riesgos ambientales y sociales indirectos que se pueden materializar en los proyectos y en las actividades que financiamos y por medio de los proveedores con los que trabajamos. Nos concentramos, en especial, en evaluar aspectos ambientales, sociales, de salud ocupacional y seguridad industrial, siguiendo lineamientos normativos y estándares internacionales.

### Proyectos financiados (FS1/FS3)

Contamos con una política orientada a evaluar los riesgos ambientales y sociales de los proyectos que financiamos. Hemos establecido un valor a partir del cual realizamos este análisis, que se ubica en los USD10 millones. Por medio de esta acción cumplimos nuestro compromiso de adhesión a los Principios del Ecuador:

| Proyecto                             | Categoría      | Estado     | Concepto       |
|--------------------------------------|----------------|------------|----------------|
| Trasvase río a embalse               | A              | Evaluado   | Favorabilidad  |
| Mantenimiento de terminales aéreas   | B              | Evaluado   | Favorabilidad  |
| Cambio de horno en ladrillera        | B              | Evaluado   | Favorabilidad  |
| Hotel en La Guajira                  | B              | Evaluado   | Favorabilidad  |
| Concesión vial                       | B              | Evaluado   | Condicionado   |
| Autogeneración de energía            | B              | Evaluado   | Condicionado   |
| Ampliación de puerto marítimo        | B              | Evaluado   | Condicionado   |
| Construcción gasoducto               | B              | Evaluado   | Condicionado   |
| Concesión vial doble calzada         | B              | Evaluado   | Condicionado   |
| Planta de reciclado de PET           | B              | En estudio | Sin determinar |
| Autogeneración de energía            | B              | En estudio | Sin determinar |
| Rehabilitación de vías               | B              | En estudio | Sin determinar |
| Transporte de sustancias peligrosas  | B              | En estudio | Sin determinar |
| Servicios médicos hospitalarios      | B              | En estudio | Sin determinar |
| Construcción de hidroeléctrica Perú  | B              | En estudio | Sin determinar |
| Ampliación de oleoducto              | Sin determinar | En estudio | Sin determinar |
| Planta para la fabricación de vidrio | Sin determinar | En estudio | Sin determinar |
| Línea de tratamiento térmico         | Sin determinar | En estudio | Sin determinar |
| Carbón natural a carbón tipo coque   | Sin determinar | En estudio | Sin determinar |

## Crédito corporativo (GRI FS1)

Nuestra estrategia comercial se orienta a la atención especializada de nuestros clientes de acuerdo con el sector empresarial en el cual se desempeñan. Cada una de estas actividades ha sido categorizada según los riesgos ambientales y sociales asociados a las actividades propias. Entre enero y diciembre, desembolsamos 247 créditos por montos superiores a USD10 millones en diferentes sectores económicos, los cuales presentan la siguiente calificación de riesgo ambiental de acuerdo con la actividad sectorial desarrollada por los clientes beneficiados con la financiación.

| 43          | 76           | 128         |
|-------------|--------------|-------------|
| Riesgo alto | Riesgo medio | Riesgo bajo |

## Leasing inmobiliario (GRI FS1/2)

Teniendo en cuenta la propiedad implícita en los contratos de leasing inmobiliario sobre los terrenos en los que nuestros clientes desarrollan sus actividades y ante los vacíos legales por el desconocimiento de este tipo de contratos en la normativa ambiental, estamos evaluando los riesgos ambientales y sociales relacionados con su operación:

| Proyecto                                       | Categoría      | Estado     | Concepto         |
|--|----------------|------------|------------------|
| Sistema de tratamiento de aguas residuales     | B              | Evaluated  | Favorabilidad    |
| Estaciones de servicio de gasolina             | B              | Evaluated  | Favorabilidad    |
| Proyecto de generación termoeléctrica a carbón | A              | Evaluated  | Condicionado     |
| Extracción de oro y platino                    | A              | Evaluated  | No favorabilidad |
| Concesión de aguas para uso industrial         | B              | En estudio | Sin determinar   |
| Manufactura de textiles                        | B              | En estudio | Sin determinar   |
| Vertimiento de aguas residuales industriales   | B              | En estudio | Sin determinar   |
| Línea de tratamiento térmico                   | Sin determinar | En estudio | Sin determinar   |
| Carbón natural a carbón tipo coque             | Sin determinar | En estudio | Sin determinar   |

## Proveedores (GRI FS1/3)

Buscando garantizar una cadena de abastecimiento sostenible, desarrollamos evaluaciones de riesgos ambientales y sociales de nuestros proveedores, que consideramos aliados en nuestra operación y una extensión de nuestras actividades. Para esto, buscamos acompañarlos en su desarrollo y así alcanzar los estándares adecuados de industria en cada uno:

| Concepto             | Avances |       |       | Si | No | NA |
|----------------------|---------|-------|-------|----|----|----|
| Visitados            | 91,2%   |       | 8,8%  | 31 | 3  |    |
| Con evaluación       | 61,8%   | 38,2% |       | 21 | 13 |    |
| Con planes de acción | 47,1%   | 41,2% | 11,8% | 16 | 14 | 4  |



| Calificación Proveedores     | A - | A + | B - | B + | C |
|------------------------------|-----|-----|-----|-----|---|
| Mantenimiento                |     | 1   |     | 4   |   |
| Bienes y Servicios           |     | 2   | 4   | 8   |   |
| Obras civiles y adecuaciones |     |     |     | 1   | 1 |
| Total                        | 0   | 3   | 4   | 13  | 1 |

Riesgo A- es el más alto y riesgo C es el más bajo. ■

| Proveedores                  | Visitados |           | Evaluados |           |
|------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                              | 2009      | 2010      | 2009      | 2010      |
| Mantenimiento                | 1         | 10        | 1         | 5         |
| Bienes y Servicios           | 3         | 14        | 2         | 14        |
| Obras civiles y adecuaciones | 6         | 7         | 4         | 2         |
| <b>Total</b>                 | <b>10</b> | <b>31</b> | <b>8</b>  | <b>21</b> |

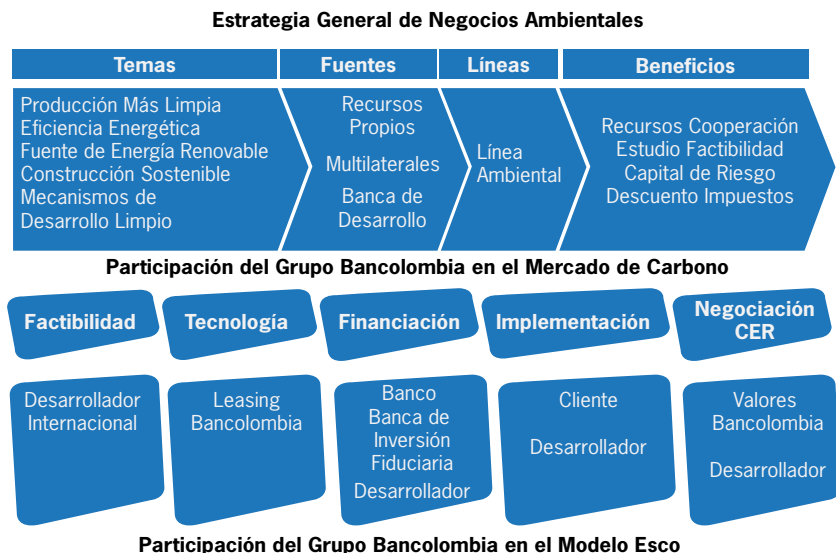
Como resultado de las evaluaciones realizadas a los proveedores en el año 2010, identificamos en algunos de ellos prácticas ambientales y sociales que son dignas de resaltar por su compromiso con sus partes de interés y su alineamiento con nuestra estrategia de sostenibilidad, ellas son:

- Arquitectura Integral
- Lito
- Multimpresos
- Impresos El Día

## Negocios ambientales (GRI FS7/8)

Brindamos atractivas opciones de financiación a nuestros clientes para hacer más eficientes y limpias sus actividades, utilizando los beneficios vigentes para proyectos que generan una menor afectación al medio ambiente y a la comunidad.

### Modelo de negocios ambientales (GRI FS1)





Por medio del voluntariado ambiental de Bancolombia logramos la siembra de 2.200 árboles con la asesoría de la Fundación Natura, 1.950 más que el año pasado.



CATALINA CORREA GAVIRIA  
Club de Fotografía

### **Línea de crédito ambiental (GRI FS7/8)**

La línea de crédito ambiental es un préstamo para que las empresas mejoren su ecoeficiencia y obtengan un subsidio hasta del 25% por parte del gobierno suizo. Este crédito está diseñado, de manera especial, para inversiones que pretendan lograr un impacto positivo en el medio ambiente. El apoyo técnico local para determinar el impacto positivo y acceder al beneficio lo brinda el Centro Nacional de Producción Más Limpia. Durante el año 2010 realizamos 11 nuevos desembolsos por \$1.900 millones para empresas Pymes que reducirán las emisiones. Han sido cerca de 60 operaciones en los últimos cuatro años.

### **Modelo Esco (GRI FS7/8)**

Esco es un modelo de empresa de servicios energéticos que tiene por misión identificar los ahorros posibles en consumo de energía por autogeneración y convertirlos en flujos de caja tangibles para beneficio de las empresas clientes. Bajo este modelo, en el que contamos con el acompañamiento de la empresa Ecothermia que actúa como una Esco, se ha identificado 14 proyectos, para los cuales se han presentado estudios técnicos y financieros a 5 de nuestros clientes, algunos de los cuales ya los han incluido en sus inversiones de 2011. Desde Bancolombia estaremos atentos a financiarlos con esquemas innovadores en los que el servicio de la deuda se atiende con los ahorros generados por el menor gasto en energía.

### **Mercados de carbono (GRI EC2)**

Gracias al apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo, BID, continuamos identificando las oportunidades en los mercados de carbono. Durante 2010, adelantamos la evaluación detallada de cinco proyectos por parte de South Pole Carbon, en dos de los cuales se firmaron términos de referencia: el primero correspondiente a un cambio de combustible que, por su buena rentabilidad, no aplicaba el concepto de adicionalidad, así que continuamos en su desarrollo sin los recursos del mercado de carbono. Y el segundo, orientado a temas forestales, que aún están en proceso de registro.

Hemos financiado varios proyectos que se encuentran registrados en el mercado de cumplimiento sin considerar los créditos de carbono como fuente de pago (en dicho mercado se paga por las reducciones de emisiones de gases de efecto invernadero, medidas como toneladas de CO<sub>2</sub>; empresas interesadas en compensar sus emisiones compran estas reducciones), en especial temas de cogeneración con biomasa, energía renovable y Bus Rapid Transit, BRT. Para reducir los riesgos de tiempos de registro, que pueden ser superiores a 24 meses, estamos evaluando junto con el BID la posibilidad de registrar con su apoyo Programas de Actividades PoAs (que permite agilizar el proceso de registro de proyectos similares ante el organismo United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC) en proyectos de pequeñas centrales hidroeléctricas, cambios de combustible y energías renovables.

En la búsqueda de reducir el riesgo de mercado de los créditos de carbono, originado por la volatilidad de los precios en los mercados europeos y americano, estamos en contacto con First Climate por su iniciativa sobre garantías para el mercado de carbono respaldada por el Deutsche Bank. Estas opciones permitirán financiar proyectos de mercado de carbono como si se tratara de una financiación ordinaria respaldada con una carta de crédito emitida por una entidad financiera internacional de primer nivel.

Al margen de estas nuevas opciones que reducen incertidumbres identificadas, estos mercados siguen siendo riesgosos, complejos y, sobre todo, lentos por sus tiempos de registro. Además parte de la legislación local debe ser abordada para que las entidades financieras operen este tipo de instrumentos financieros de una manera clara que no implique interpretaciones que pueden ser posteriormente objetadas por los entes de control.

Seguiremos trabajando en este frente convencidos que, más allá de los 24 proyectos registrados con los que cierra Colombia este 2010, existen interesantes oportunidades de incrementar esta cifra si el marco en el que se desarrolla va brindando mayor claridad a sus actores.,

### Asesoramiento experto a clientes (GRI EN26)

Mediante las alianzas que tenemos con empresas expertas en temas ambientales, cambio climático, mercados de carbono, eficiencia energética, energía renovable y producción más limpia, como South Pole Carbon, Ecothermia, Ecoeficiencia y Ambientalmente, logramos durante 2010 que más clientes identificaran las oportunidades para desarrollar sus actividades de una manera más eficiente, rentable y responsable con el medio ambiente y la comunidad cercana.,

| 30                   | 60            | 2                      |
|----------------------|---------------|------------------------|
| Cientes corporativos | Cientes Pymes | Cientes para inversión |

Seguiremos adelante con nuestra estrategia de financiación y de acompañamiento, esperando derivar más negocios para la organización que favorezcan el desarrollo sostenible y ayuden a nuestros clientes a adelantar sus actividades en sintonía con el ambiente y la comunidad.

## Ecoeficiencia

Nuestra apuesta consiste en ser una organización ecoeficiente y vincular con buenas prácticas a nuestros clientes, proveedores y a la ciudadanía para que desde nuestro día a día contribuyamos al cuidado de los recursos.

### Consumo de energía (GRI EN3/4)

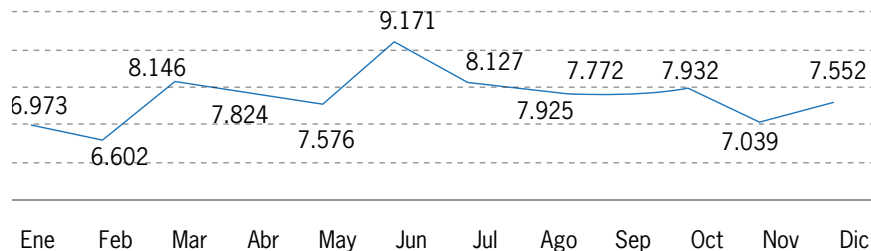
La energía es básica para el desarrollo de las actividades que apalancan el crecimiento de las economías. Utilizar energías eficientes, alternativas y renovables ayuda a un mejor mañana para todos. La energía usada en Colombia en condiciones climáticas normales es hídrica en más de un 78%.,

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>Metas 2010:</b> Disminuir el consumo de energía per cápita en 2% |  |  |  |
| <b>Metas 2011:</b> Disminuir el consumo de energía per cápita en 3% |  |  |  |

**92.639 MW**

fue nuestro consumo de energía.  
Cobertura del 99%.





### Principales logros

- Continuamos con el programa de automatización de sucursales llegando a 99 oficinas.
- Implementamos con éxito en Dirección General, en Medellín, el programa Lumine con ahorros de 1.7 GW.
- Evaluamos la eficiencia energética de la sede administrativa San Martín, en Bogotá, y encontramos oportunidades de mejora.

### Consumo de agua (GRI EN8)

El agua es vital para la vida en el planeta, su uso responsable y eficiente ayuda a que la huella hídrica de las empresas sea la menor posible en un entorno donde muchas de las comunidades a las que llegamos están apenas en proceso de obtener acceso digno y de calidad a este recurso.,

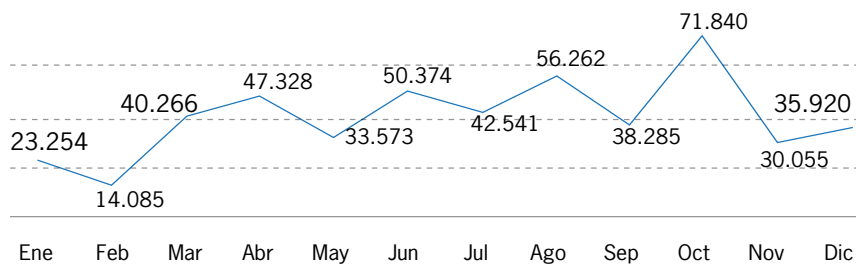
**483.783 M<sup>3</sup>**

fue nuestro consumo de agua.

Cobertura del 99%



|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>Metas 2010:</b> Disminuir el consumo de energía per cápita en 5% |  |  |  |
| <b>Metas 2011:</b> Disminuir el consumo de energía per cápita en 5% |  |  |  |



### Principales logros

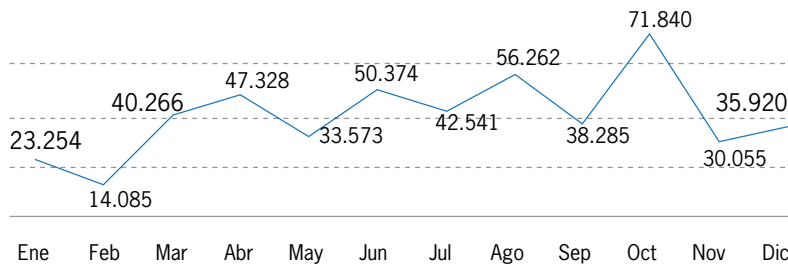
- Pusimos en marcha el piloto de consumo de agua en inodoros de Inecore con ahorros de 50%.
- La recolección de agua lluvia suplió 49% del consumo del aire acondicionado en Dirección General.
- La reducción en consumo de agua por empleado fue de 3,4 m<sup>3</sup>, equivalente al 14,82%.



## Consumo de papel (GRI EN1)

Los procesos sostenibles para la elaboración de papel son la mejor alternativa para que las empresas e individuos reduzcamos el impacto en el entorno por prácticas inadecuadas. El 100% del papel de oficina que utilizamos en Bancolombia proviene del bagazo de la caña de azúcar.,

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <b>Metas 2010:</b> Disminuir el consumo de papel per cápita en 15% | ☺ |  |  |
| <b>Metas 2011:</b> Disminuir el consumo de papel per cápita en 10% | ☺ |  |  |



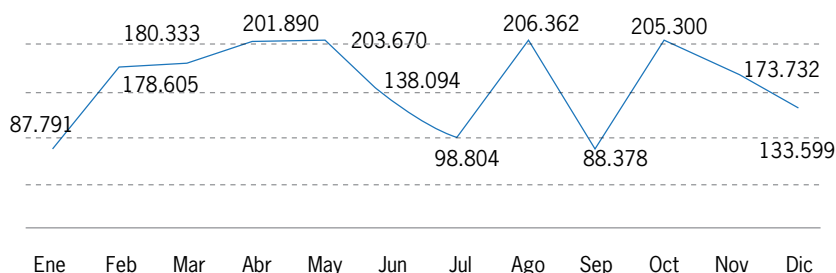
### Principales logros

- Disminuimos en 3.7 kg el consumo de papel por empleado, equivalente a 49% de reducción.
- Vinculamos a más de 120.000 clientes al extracto virtual, reduciendo el uso de papel.
- Los procesos de valorización provenientes del reciclaje del papel nos generaron ingresos por \$178 millones.

## Viajes de negocios (GRI EN16)

El transporte aéreo contribuye con 2% de las emisiones globales de CO2. Si bien la industria está buscando opciones para reducir este impacto es importante utilizar alternativas para mitigar el nuestro. Contamos con salas de video conferencia en todas nuestras sedes administrativas, con el fin de que los empleados podamos comunicarnos con las personas de otras regiones sin necesidad de desplazarnos.

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>Metas 2010:</b> Disminuir los kilómetros recorridos per cápita en 2% |  |  |  |
| <b>Metas 2011:</b> Disminuir los kilómetros recorridos per cápita en 2% |  |  |  |



# 155.009 Kg

fue nuestro consumo de papel.

Cobertura del 99%



# 1.9MM kms

recorridos en viajes.

Cobertura del 99%



# 6.340 Ton

fueron los residuos generados por el Grupo Bancolombia en 2010. Cobertura del 87%



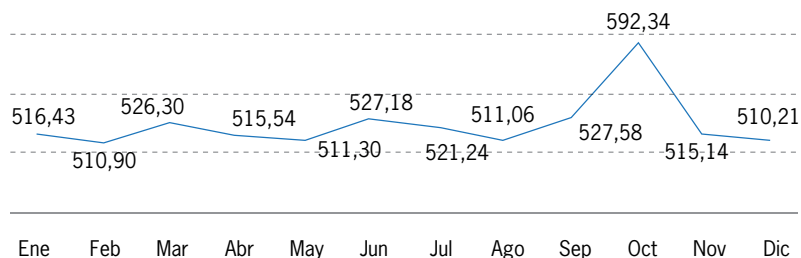
### Principales logros

- Uso de disponibilidad de videoconferencias en 2010 fue de 75% de su capacidad.
- Contamos con el apoyo de Aviatour para el cálculo de nuestra huella de carbono por viajes.
- Logramos una reducción per cápita de 3.4 km equivalente al 2,44% frente al año 2009.

### Gestión de residuos (GRI EN22/24)

El metano representa 23% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero y, entre ellas, se destacan los rellenos sanitarios como los más representativos. Reducir la cantidad de residuos que enviamos al relleno es nuestro objetivo, para ello contamos con un programa de gestión de residuos.,

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>Metas 2010:</b> Implementar el plan integral de gestión de residuos          |  |  |  |
| <b>Metas 2011:</b> Disminuir los residuos ordinarios generados per cápita en 5% |  |  |  |



### Principales logros

#### Residuos ordinarios

4.391 Ton Con gestión del 100% por empresas acreditadas

#### Residuos reciclables

340 Ton Valorizados al 100% por Kimberly

#### Residuos electrónicos

58 Ton Con reciclaje del 95% gestionado por Sodexo

#### Residuos orgánicos

48 Ton Con reciclaje del 100% gestionado por Sodexo

#### Residuos peligrosos

5 Ton Con tratamiento del 100% gestionado Lito



**El agua es vital para la vida en el planeta. Desde las empresas, tenemos el compromiso de ser responsables y eficientes para ayudar a que la huella hídrica sea la menor posible y así contribuir a su cuidado.**



**SAK ORTIZ**  
Bosque de Toro Negro, Puerto Rico



## Otros recursos gestionados (GRI EN19/10)

También, gestionamos otros recursos que están a nuestro alcance para el desarrollo de actividades del día a día.

### Principales logros

#### Diesel

46.792 Gls. Diesel para plantas de energía que se utilizan solo en caso de emergencia.

#### Gas

40.936 M3 Gas utilizado en zonas de comidas de algunos edificios corporativos.

#### SAO

2.765 Lbs. Generadas en uso y recarga de los refrigerantes del aire acondicionado.

#### Reciclables

1.498 Ton. Generados en sucursales y entregados sin valorización.

#### Agua lluvia

3.900 M3 Captada en DG ahorra 49% de consumo en el aire acondicionado.

## Frentes de apoyo

En estos frentes orientamos las labores que apoyan a los frentes misionales para el logro de los objetivos de la estrategia de Gestión Ambiental.

## Educación ambiental (GRI FS4/EN26)

### Análisis de riesgos ambientales y sociales (GRI FS4)

Basados en metodologías de organismos multilaterales y en la práctica de Bancolombia, adecuada a la normatividad local, contamos con el programa de formación virtual en Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales presentes en la financiación de proyectos, en la contratación de proveedores y en la creación de productos. Este programa capacitó a más de 1.233 analistas de crédito, contratación y compras, riesgos y productos durante el año 2010, para un total de 1.883 personas en sus dos años de vigencia. En la actualidad se encuentra disponible para continuar con la capacitación de nuevos analistas.

### Ecoeficiencia corporativa (GRI EN26)

Con este programa buscamos crear conciencia en nuestros empleados frente a la utilización adecuada de los recursos que tienen disponibles para el desarrollo de su trabajo en el Grupo Bancolombia. De esta manera, logramos disminuir los consumos de energía, agua, papel y otros insumos, mejoramos los procesos de reciclaje y disminuimos los viajes de trabajo para contribuir de manera positiva en nuestra huella de carbono. Así, nos convertimos en una entidad carbono neutral compensando nuestra huella mediante procesos de siembra de árboles en áreas destinadas para reserva. En 2010, su primer año de vigencia, capacitamos a 3.774 empleados.

## **Negocios ambientales (GRI FS4)**

Con el apoyo de consultores expertos en cambio climático y eficiencia energética continuamos con el proceso de capacitación en negocios ambientales para nuestra fuerza comercial de la Banca de Empresas y Gobierno. Este programa capacitó a 120 gerentes de Cuenta y tuvo actividades en el terreno con clientes que tienen mayor potencial por su tipo de actividad económica.

## **Otros programas desarrollados (GRI FS4/EN26)**

Durante 2010 implementamos otros programas de formación que brindan apoyo a la estrategia:

- Uso óptimo de los servicios públicos domiciliarios con el apoyo de EPM.  
**573 empleados en Medellín.**
- Gestión adecuada de los residuos sólidos con el apoyo de Sodexo y Kimberly C.  
**1.573 empleados.**
- Ecoeficiencia corporativa coordinado por la Gerencia Ambiental.  
**150 personas de la Dirección General.**
- Análisis de riesgos ambientales y sociales brindado por Gerencia Ambiental.  
**Casos prácticos - 100 analistas.**

## **Divulgación (GRI EN26)**

### **Interna (GRI EN26)**

**Intranet:** Contamos con un sitio corporativo de gestión ambiental ubicado en la Intranet de la organización. En este sitio presentamos la estrategia y sus avances.

**Comunicaciones corporativas:** Comunicamos de manera permanente a todos los colaboradores los avances de la estrategia de gestión ambiental. En 2010 fueron publicadas cerca de 60 noticias alrededor del tema.

**Revista En Familia:** Presentamos prácticas responsables con el ambiente para implementar en el hogar, por medio de esta publicación bimestral que llega a las familias de todos los empleados.

### **Externa ,GRI EN26**

**Internet:** Nuestro sitio en Internet de responsabilidad ambiental les presenta a nuestras partes de interés información relevante acerca de nuestros principales logros y campos de acción.

**Revista Capital Inteligente:** Llegamos a clientes a través de artículos relacionados con eficiencia energética, cambio climático, riesgos sectoriales ambientales y ecoeficiencia, por medio de esta revista especializada del Grupo Bancolombia.



**Revista Activos:** Llevamos a nuestros clientes información acerca de activos que ayudan a reducir sus impactos ambientales, mejorando sus eficiencias operativas.

**Medios masivos:** Durante el año 2010 preparamos varios artículos para periódicos y revistas de circulación nacional e internacional en temas como Principios del Ecuador, estrategia de gestión ambiental y mercado de carbono entre otros. También brindamos entrevistas a medios de comunicación nacional de radio y de televisión con los avances obtenidos.

**Coleccionables:** En el marco de Soy ECOLombiano participamos en uno de los capítulos del coleccionable del periódico El Espectador, orientado a la divulgación de nuestras líneas misionales.

## Eventos (GRI EN26)

### Feria Internacional del Medio Ambiente

Apoyamos al Ministerio de Ambiente en la realización de la segunda versión de esta feria especializada, que reunió lo último en productos y servicios para la producción limpia y la conservación del medio ambiente. Estuvimos, junto con el Ministerio, en el stand institucional que, por medio del Jardín de la conciencia ambiental, invitó y motivó a los asistentes para que firmaran su compromiso con la estrategia Soy ECOLombiano y adoptaran un estilo de vida sostenible.

### Línea de Crédito Ambiental, LCA

En asocio con el Centro Nacional de Producción más Limpia desarrollamos eventos de información de la Línea de Crédito Ambiental en Medellín, Bogotá, Cali, Bucaramanga y Barranquilla, con una buena acogida por parte de Pymes y consultores ambientales. Cerca de 400 asistentes participaron en jornadas de capacitación, que contaron en el apoyo de la Andi.

## Campañas (GRI EN26)

Durante el año 2010 nos sumamos a las siguientes campañas en las cuales encontramos un apalancamiento importante para nuestra estrategia:

### Soy ECOLombiano

Esta estrategia promueve la conciencia ambiental por medio de un concepto nacional unificado, que sea visible a los diferentes sectores de la sociedad, sea incluyente, participativo, capaz de despertar y aumentar el interés del público y generar sentido de pertenencia de sus riquezas. De esta manera, se podrán inducir a comportamientos ambientalmente responsables, encaminados hacia la preservación del medio ambiente, mejoramiento de la calidad de vida y el uso racional de los recursos naturales.

### Comparte tu carro

El Área Metropolitana del Valle de Aburrá y Respira Profundo lanzaron una campaña que vinculó a más de 120 empresas para que sus empleados compartan los cupos de su

carro. Esta iniciativa pretende reducir la contaminación del aire, al disminuir el parque automotor de la ciudad. Nos sumamos a ella con las 60 celdas de parqueo que tenemos en nuestra Dirección General destinadas a los carros que aporten a la disminuir la contaminación atmosférica. Con ella esperamos reducir 201 CO<sub>2</sub> ton/año.

### **Recolección de Raee**

Esta campaña, en su segunda edición, buscó recolectar residuos eléctricos y electrónicos en las cinco ciudades principales del país (Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali y Medellín) durante 30 días con el fin de generar empleo directo dentro del programa social de Lito S.A. y crear conciencia ambiental sobre el correcto manejo de los residuos. Aportamos 52 kilos.

### **Hora del Planeta**

El sábado 27 de marzo el mundo entero fue testigo de un fenómeno sin precedentes, más de un billón de personas, 4.000 ciudades y cientos de monumentos y lugares representativos alrededor del planeta, apagaron sus luces durante una hora entre las 8:30 p.m. y 9:30 p.m. En el Grupo Bancolombia apagamos las luces de los edificios administrativos y sucursales, además hicimos promoción en los medios internos y externos.

También desarrollamos campañas internas orientadas a generar la conciencia ambiental de nuestros 22.000 empleados. Estas campañas se orientaron a los siguientes temas:

- Uso eficiente del agua. Ahorro en baños de oficinas y hogar
- Uso eficiente de la energía. Ahorro en puestos de trabajo y hogar
- Gestión adecuada de los residuos sólidos. Gestión del reciclaje en oficinas y hogares
- Uso eficiente del transporte. Tips para conductores

En nuestra Dirección General, en la que trabajan cerca de 4.200 empleados, coordinamos una campaña de recolección de pilas y baterías en la que alcanzamos la suma 22 kg equivalente a cerca de 1.100 pilas AA, las cuales fueron entregadas para disposición final adecuada.

Continuamos invitando a nuestros clientes para que se sumen a estas dos campañas:

### **Millas libres (GRI EN26)**

Invitamos a nuestros clientes con servicio de tarjeta de crédito a redimir sus millas del programa de puntos de Bancolombia para orientar estos recursos a procesos de siembra de árboles o protección de especies en peligro de extinción.

### **Extractos – adopta un árbol (GRI EN26)**

Invitamos a nuestros clientes para que comiencen a recibir sus extractos virtuales. Por cada cinco clientes que se vinculen de manera voluntaria a esta iniciativa, sembraremos un árbol. La función técnica de siembra es realizada por la Fundación Natura.

Luego de superar las dificultades del tiempo, logramos cumplir con los árboles por sembrar en 2010 y responderles a 120.000 clientes inscritos en la campaña de **extracto virtual.**

## Programa de siembra para la campaña de extractos

La campaña masiva se cerró en abril de 2010 y se vincularon de manera voluntaria cerca de 120.000 clientes. Con la Fundación Natura evaluamos los terrenos para el proceso de siembra en las cercanías del municipio de El Retiro, en Antioquia, teniendo varias visitas para definir el plan a seguir.

Las condiciones climáticas no han sido ajenas a las áreas de siembra, con un primer semestre impactado por un régimen de sequía que no garantizaba la supervivencia de las especies a sembrar y un segundo semestre con registros de lluvia marcando records históricos, con fenómenos de inundaciones y excesos de agua que ponían de nuevo en riesgo los árboles de la campaña.

Para el último trimestre, buscando dar cumplimiento al compromiso asumido con nuestros clientes y con la precaución debida ante la ola invernal, iniciamos la siembra, reorientándola a las cercanías del municipio de Guasca, en Cundinamarca, en predios de la reserva natural Encenillos de la Fundación Natura. Esta siembra se complementa en los terrenos de Marbella, Marbella 1 y Marbella 2, del municipio de Sasaima, que constituyen zonas de protección de propiedad del departamento de Cundinamarca y que están siendo administradas por la Fundación Natura.

Con estas acciones cumplimos con los árboles por sembrar antes de finalizar el año 2010. Por decisión estratégica continuaremos con siembras adicionales en los predios de los municipios de El Retiro y La Ceja que han sido entregados a la Fundación Natura para este propósito.





**Durante el año 2010 logramos sembrar cerca de 31.317 árboles para nuestros programas en diferentes áreas de reserva administradas por Natura, en especial en los municipios de Sasaima, Guasca y Envigado.**



**CATALINA CORREA GAVIRIA**  
Club de Fotografía

# Cambio climático

En el Grupo Bancolombia adelantamos acciones concretas para cuidar el medio ambiente y evitar impactos en el clima.

## Huella de carbono (GHG Protocol) (GRI EN16/17)

El cálculo de la huella de carbono se basó en el GHG Protocol del Wbcsd y el WRI, y fue revisado por Cecodes, capítulo colombiano del Wbcsd.,

### Total Emisiones

Scope 1: 146  
Scope 2: 10.150  
Scope 3: 1.894

### Emisiones directas

Gas  
Mt3  
40.936

Diesel  
Gl  
6.792

Huella  
CO2  
12.190 Ton

### Emisiones indirectas

Viajes  
Kms  
1.9MM

Energía  
MW  
92.639

### Indicadores de Carbono para Bancolombia en Colombia (GRI EN16/17)

**Huella de CO<sub>2</sub> por empleado:** Teniendo en cuenta el número de empleados del Grupo la huella de CO<sub>2</sub> per cápita es de 0,665 Ton.

**Huella de CO<sub>2</sub> por M<sup>2</sup>:** Teniendo en cuenta metros cuadrado disponibles en el Grupo la huella de CO<sub>2</sub> por empleado es de 0,030 Ton.

**Compensación de huella de carbono:** Compensamos nuestras emisiones directas y parte de las indirectas a través de siembra de 33.517 árboles.



## Banco Agrícola, El Salvador

Fuera de la revisión adelantada por Cecodes de nuestra huella en Colombia, con información suministrada por Banco Agrícola en El Salvador hemos calculado su huella de carbono en 1.731 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente, de las cuales 195 toneladas son directas y 1.536 toneladas son indirectas.,

### Cálculo de huella de carbono del Grupo Bancolombia 2010 - Cecodes (GRI EN16/17)

El cálculo de la huella de carbono del Grupo Bancolombia fue adelantado por Cecodes, con información que les suministramos en la organización. Para esta medición y reporte de gases de efecto invernadero se utilizaron metodologías reconocidas en el ámbito internacional: ISO. Norma Internacional ISO 14064-1. Primera edición.2006; 30p.; y, WBCSD, WRI. Protocolo de gases de efecto invernadero: Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte. Edición revisada. 2005; 138p.

En la elaboración de este reporte se han tomado los factores de emisión de fuentes reconocidas, para los cuales se considera que no hay incertidumbre y la información de los niveles de actividad ha sido suministrada por la empresa con la precisión y exactitud característica de sus procesos. Por ello se considera que la incertidumbre es baja. Lo anterior no implica que no haya opciones de mejoramiento en cuanto a la calidad de la información.

| Emisiones directas (scope 1)                |                 |                                       |             |             |
|---|-----------------|---------------------------------------|-------------|-------------|
| <b>Gas Natural</b>                          |                 |                                       |             |             |
| Consumo                                     | 40,936.0        | M <sup>3</sup>                        |             |             |
| Poder calorífico inferior                   | 33.8            | MJ/Nm <sup>3</sup>                    |             |             |
| Factor de emisión                           | 55,101.0        | Kg/TJ                                 |             |             |
| <b>Emisiones de CO<sub>2</sub></b>          | <b>76.2</b>     | <b>Ton CO<sub>2</sub></b>             |             |             |
| <b>ACPM - Diesel</b>                        |                 |                                       |             |             |
| Consumo                                     | 6,792.0         | Gl                                    | 25,710.4 Lt | 21,974.9 Kg |
| Poder calorífico inferior                   | 42.4            | MJ/Kg                                 |             |             |
| Factor de emisión                           | 74,869.0        | Kg/TJ                                 |             |             |
| <b>Emisiones de CO<sub>2</sub></b>          | <b>69.7</b>     | <b>Ton CO<sub>2</sub></b>             |             |             |
| <b>Total emisiones directas (scope 1)</b>   | <b>145.9</b>    | <b>Ton CO<sub>2</sub> equivalente</b> |             |             |
| <b>Emisiones indirectas (scope 2)</b>       |                 |                                       |             |             |
| <b>Energía eléctrica</b>                    |                 |                                       |             |             |
| Consumo                                     | 79,296,830.0    | Kwh                                   |             |             |
| Factor de emisión                           | 128             | gr CO <sub>2</sub> / Kwh              |             |             |
| <b>Emisiones de CO<sub>2</sub></b>          | <b>10,150.0</b> | <b>Ton CO<sub>2</sub></b>             |             |             |
| <b>Otras emisiones indirectas (scope 3)</b> |                 |                                       |             |             |
| Viajes de negocios                          |                 |                                       |             |             |
| Recorridos                                  | 1,896,555.0     | Kms                                   |             |             |
| <b>Emisiones de CO<sub>2</sub></b>          | <b>1,894.6</b>  | <b>Ton CO<sub>2</sub> equivalente</b> |             |             |
| <b>Total emisiones</b>                      | <b>12,190.5</b> | <b>Ton CO<sub>2</sub> equivalente</b> |             |             |
| <b>Total Huella de Carbono 2011</b>         | <b>12,191</b>   | <b>Ton CO<sub>2</sub> equivalente</b> |             |             |

El Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible, Cecodes es el capítulo colombiano del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, WBCSD por sus siglas en inglés, que reúne a 200 compañías líderes en el mundo, unidas por el compromiso con el desarrollo sostenible a través de sus tres pilares: crecimiento económico, balance ecológico y progreso social.

El factor de emisión para la electricidad consumida de la red nacional es de 128 g de CO<sub>2</sub> / kW h, y es publicado para Colombia por la Agencia Internacional de Energía. Los factores de emisión del ACPM y del gas natural genérico son 74.869 kg CO<sub>2</sub> /TJ, y 55101 kg CO<sub>2</sub>/TJ respectivamente, y provienen de la tabla de Factores de Emisión para los Combustibles Colombianos, Fecoc. Para estimar las emisiones de GEI en los viajes, se utilizó la herramienta que provee la Organización Internacional de Aeronáutica Civil (ICAO - International Civil Aviation Organization).

## Compensación (GRI EN26)

El esquema de compensación de la huella de carbono que hemos definido se orienta a la toma del carbono por medio de procesos de siembra que estamos coordinando con la Fundación Natura en áreas administradas por ellos, algunas de las cuales han sido donadas por el Grupo Bancolombia.

### Fundación Natura

Durante el año 2010, en medio de las dificultades del verano del primer semestre y el recio invierno del segundo semestre, logramos sembrar cerca de 31.317 árboles para nuestros programas en diferentes áreas de reserva administradas por Natura, en especial en los municipios de Sasaima, Guasca y Envigado.

### Voluntariado ambiental

Por medio del voluntariado ambiental de Bancolombia, el cual es coordinado por la Fundación Bancolombia y en el que participan empleados de las diferentes empresas del Grupo en compañía de sus familiares, logramos la siembra de 2.200 árboles con la asesoría de la Fundación Natura, 1.950 más que el año pasado.

Esto es apenas el comienzo de un proceso de siembra extenso que requerirá de esfuerzos logísticos y económicos durante los próximos años, con el fin de compensar nuestra huella de carbono. Sin embargo, estamos convencidos que brindar más espacios de reservas naturales permitirá dejar una marca clara para el futuro acerca de lo que esperamos en términos de un ambiente más sano para la nuestra y las próximas generaciones.

## Apoyo a la mitigación (GRI EN26)

Con el acompañamiento del Banco Interamericano de Desarrollo, BID, de *South Pole Carbon* y *Ecothermia*, seguimos avanzando en la identificación de oportunidades para que nuestros clientes desarrollen sus proyectos con el apoyo de los mercados de carbono. Hemos identificado muchas ideas de proyectos a implementar que aún no estaban en los presupuestos de los clientes, lo cual ha llevado a que los tiempos de respuesta vayan más allá de lo estimado. Continuamos acompañando a los que han tomado la decisión de avanzar y esperamos derivar más financiaciones para este tipo de iniciativas. Nuestra estrategia de carbono vincula a las líneas de banca, leasing, banca de inversión, fiduciaria y comisionista de bolsa en el soporte a los clientes que son apoyados por un desarrollador internacional que cuanta con la experiencia para llevarlos a los mercados de carbono.

31.317

árboles fueron sembrados  
para nuestros programas  
en diferentes áreas de reserva  
administradas por Natura.





Para las instituciones de crédito la identificación de la huella de carbono de los proyectos que estamos financiando se ha convertido en un aspecto importante a evaluar, pues permite identificar la afectación que hace al cambio climático de manera indirecta.



SAK ORTIZ  
Cavernas del Río Camuy, Puerto Rico

La identificación de la **huella de carbono** de los proyectos que estamos financiando se ha convertido en un aspecto importante a evaluar para las entidades de crédito, pues nos permite identificar la afectación al cambio climático de estos proyectos.

## Riesgo de carbono en la financiación (GRI EN16)

Para las instituciones de crédito la identificación de la huella de carbono de los proyectos que estamos financiando se ha convertido en un aspecto importante a evaluar, pues permite identificar la afectación que hace al cambio climático de manera indirecta. Estamos evaluando la implementación de métricas similares a las utilizadas por *RiskMetrics* (marca de MSCI).

Para algunos créditos internacionales que son sindicados, consultores expertos están evaluando el impacto de dichos proyectos.

## Divulgación (GRI EC2)

Por invitación del Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco Mundial y las entidades auspiciantes en cada país, participamos en diferentes eventos en los que divulgamos nuestra experiencia en la identificación de oportunidades y riesgos para el mercado de carbono.

### **Sao Paulo, Brasil, julio 13 de 2010**

Instrumentos para la financiación del carbono, desafíos y oportunidades para bancos comerciales, accionistas, firmas administradoras de activos y bolsas de valores regionales. Organizó Bovespa.

### **Santo Domingo, República Dominicana, Octubre 13-15 de 2010**

Quinto foro de carbono de Latinoamérica y el Caribe. Plataforma regional establecida para promover el conocimiento y el flujo de información, así como facilitar la creación de un ambiente de negocio entre los diferentes actores.

### **San José, Costa Rica, Octubre 21 de 2010**

Taller cambio climático: retos y oportunidades para entidades financieras. Su objetivo consiste en contribuir a la sensibilización respecto del cambio climático y ayudar a las instituciones financieras a identificar los riesgos y las oportunidades.

### **Ciudad de México DF, México, Noviembre 11-12 de 2010**

Sustentabilidad Ambiental y Carbono: Retos y Oportunidades para el Sector Financiero en América Latina y el Caribe. Este evento buscó proporcionar conocimiento sobre cambio climático y sustentabilidad ambiental. Fue organizado por BMW.

### **Bogotá, Colombia, Noviembre 18-19 de 2010**

Mitigación al Cambio Climático y Sostenibilidad Ambiental: Roles que pueden jugar las bancas de desarrollo en ambas dimensiones. Se presentaron los desafíos de financiamiento en el marco de la mitigación del cambio climático.



## Perspectivas (GRI EC2)

Los tiempos de respuesta de *United Nations Framework Convention on Climate Change, Unfccc*, en relación con los proyectos registrados en el Mecanismo de Desarrollo Limpio, que facilita que países desarrollados compren reducciones de emisiones de CO<sub>2</sub> a países en vía de desarrollo, han llevado a considerar tiempos de registro de más de 24 meses, lo cual va en contra de las expectativas de retornos de corto plazo que se tienen en el sector financiero. Lo anterior unido a la incertidumbre frente a las metas para un segundo período de cumplimiento en el marco del protocolo de Kioto, suma riesgos adicionales que hacen complejo predecir las volatilidades que pueden existir en los mercados de carbono en relación con los precios de los Créditos de Reducción de Emisiones, Cer's. Esto, incluso con los compromisos de reducciones manifestados por la Unión Europea y Japón del 20% de sus emisiones al año 2020, aumentan los temas a considerar, ya que en caso de no llegar a contar con un acuerdo mundial para un segundo período de cumplimiento en el marco del protocolo de Kioto, las negociaciones de compra de Cer's serán bilaterales. Si la posición manifestada por la autoridad ambiental nacional, que es la de apoyar la negociación global se mantiene es posible que en caso de no lograrse, sea tarde para entrar en acuerdos con estos dos actores ya comprometidos. Con este escenario, seguiremos revisando opciones de garantías para este tipo de mercado que transfieran los riesgos manifestados a vehículos más fáciles de comprender y de instrumentar por parte del sector financiero.

### El mercado de carbono

representa una oportunidad para el sector financiero, que debe revisar cómo transferir sus riesgos a vehículos más fáciles de instrumentar.

## Reconocimientos

**E**n el Grupo Bancolombia hemos recibido reconocimientos por nuestra gestión en el cuidado del medio ambiente. Esto nos motiva para continuar aportando a tener un mundo más sano.

### Premio Ambiental Metropolitano

Es un reconocimiento que el Área Metropolitana del Valle de Aburrá y su programa Área Educada hicieron a las organizaciones que tenían proyectos, productos o experiencias sobre acciones puntuales para cuidar el medio ambiente o prácticas que crearon y promovieron valores y cultura ambiental desde la academia y la empresa.

### Reconocimiento compromiso con la calidad del aire

El Área Metropolitana hizo un reconocimiento a Bancolombia, en un evento realizado el 21 de diciembre en los auditorios de Dirección General Medellín, al destacarse por su interés en la preservación del medio ambiente y desarrollar acciones y estrategias que contribuyen a incrementar el uso compartido de los vehículos entre sus colaboradores.



## Edificios corporativos, construcciones sostenibles

**B**uscamos obtener la certificación Leed para nuestras sedes corporativas como la Dirección General. Esto significaría que contamos con construcciones sostenibles.

### Visita al Usgbc

**Nuestra sede** de Dirección General en Medellín está registrada como construcción existente ante el U.S. *Green Building Council* para certificación como edificio sostenible bajo estándar Leed.

En junio de 2010 visitamos en Washington las instalaciones del Consejo Norteamericano de Construcción Verde o Usgbc, por sus siglas en inglés. El objetivo fue conocer detalles de sus instalaciones certificadas como Leed Platino, aprender de sus prácticas e identificar potenciales en temas de formación y procesos de certificación Leed.

### Proceso de certificación Dirección General

Nuestro edificio de Dirección General en Medellín, que alberga a 4.200 trabajadores del Grupo y fue inaugurado en 2009, está en proceso de certificación como construcción sostenible ante el Usgbc en la categoría edificio existente, que evalúa, entre otros, aspectos de diseño, ambiente, energía y agua.



**Nuestro edificio de Dirección General en Medellín está en proceso de certificación como construcción sostenible.**



**BESTRIZ ELENA OSORIO**  
Club de Fotografía

## Inversiones ambientales

A continuación nuestras inversiones realizadas en gestión ambiental durante el año 2010.

Una de nuestras mayores inversiones está orientada a buscar la reducción en la huella de carbono para evitar el cambio climático con una inversión de **\$3.182.000.000.**



| Concepto                       | Monto           |
|--------------------------------|-----------------|
| Riesgos ambientales y sociales | \$100.000.000   |
| Ecoeficiencia                  | \$400.000.000   |
| Negocios ambientales           | \$900.000.000   |
| Educación ambiental            | \$1.900.000.000 |
| Divulgación                    | \$200.000.000   |
| Eventos                        | \$80.000.000    |
| Campañas                       | \$250.000.000   |
| Adhesión a protocolos          | \$50.000.000    |
| Cambio climático               | \$3.182.000.000 |
| LEED Certification – EB        | \$470.000.000   |
| Caso Santa Elena               | \$1.750.000.000 |
| Total inversiones              | \$9.282.000.000 |

## Caso Santa Elena

En Bancolombia contamos con un lote ubicado en Cartagena, dado como forma de pago en los años ochenta y en el que luego se encontraron trazas de contaminación. Trabajamos con el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial para lograr la remediación del predio.

El caso Santa Elena corresponde a un terreno ubicado en Cartagena entregado al Banco como forma de pago en 1987 por parte de la Federación Nacional de Algodoneros. Posteriormente, en estas tierras se encontraron trazas de contaminación con herbicidas y pesticidas. En Bancolombia, a pesar de que nos somos los causantes de esta contaminación, hemos trabajado de la mano del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial para lograr la remediación del predio y de la zona de confinamiento. Durante

2010, abrimos una convocatoria para la remediación del lote y de los cotizantes y elegimos a la firma Environmental Resources Management, ERM, líder en el ámbito mundial en temas ambientales con presencia en 39 países, entre ellos Colombia. La propuesta acordada consiste en un proceso de oxidación avanzada en el lugar. Venimos trabajando con la comunidad para mantenerla informada acerca del avance del proceso. En un reciente estudio autorizado por el Ministerio de Protección Social se concluye que la actual situación del lote no incide de manera negativa en la salud mental y física de la población vecina, ni representa un riesgo inminente para la misma.

## Mirando hacia el futuro

Continuaremos adelantando acciones para avanzar en nuestra gestión ambiental, de la mano de nuestros accionistas, clientes, empleados y ciudadanía. Estamos convencidos y comprometidos que jugamos un papel importante para fomentar y educar en temas ambientales.

En 2011 tenemos retos importantes para la gestión ambiental de la organización. La consolidación del modelo definido y el avance en los diferentes campos misionales y de apoyo seguirán brindando una clara generación de valor para las partes de interés. En cada acción emprendida estaremos pensando en un futuro mejor para todos.

| Concepto                       | Monto  |
|--------------------------------|--|
| Riesgos ambientales y sociales | Acompañar la revisión estratégica de Principios del Ecuador  |
| Ecoeficiencia                  | Cumplir con metas propuestas en cada aspecto   |
| Negocios ambientales           | Incrementar uso de la Línea de Crédito Ambiental.<br>Consolidar los primeros proyectos bajo modelo Esco.<br>Diseñar modelo de programa de actividades PoA.<br>Bridar asesoría a clientes de las bancas de Empresas y Pymes.<br>Implementar propuesta para modelo de vehículos. |
| Educación ambiental            | Desarrollar el plan de educación ambiental   |
| Campañas                       | Continuar con nuestra vinculación a Soy ECOLombiano.<br>Sumarnos a la Hora del Planeta.<br>Implementar fase II de Comparte tu carro.<br>Avanzar en los planes y proyectos de siembra con Natura.   |
| Adhesión a protocolos          | Adherir a UNEP-FI<br>Reportar huella al Carbon Disclosure Project<br>Estar listados en el DJSI   |
| Cambio climático               | Reducir huella de carbono en 3%  |
| Leed Certification – EB        | Obtener certificación Leed para el edificio de Dirección General   |
| Caso Santa Elena               | Adelantar primera etapa de remediación propuesta por ERM   |

Continuaremos avanzando en nuestro modelo de **gestión ambiental** desde los riesgos ambientales y sociales, la ecoeficiencia y la educación, entre otros.







# Contribución al crecimiento económico

---



Buscamos generar valor en cada una de nuestras acciones para impulsar el desarrollo y el crecimiento de nuestros accionistas, clientes, empleados, proveedores, administraciones públicas y comunidad.



# Contribución al crecimiento económico

Una de nuestras principales funciones consiste en crear valor y distribuirlo entre los diferentes públicos con los que interactuamos: proveedores, empleados, accionistas, administraciones públicas y comunidad en general.

Impulsamos el **crecimiento económico** al participar de manera activa en la generación de créditos, al generar empleo y al actuar como facilitador esencial de la actividad económica, entre otros.

El sistema financiero desempeña un papel crucial en la actividad económica de las sociedades. Movilizar los ahorros hacia inversión productiva, propiciar el intercambio de bienes y servicios, facilitar la diversificación y la administración del riesgo y contribuir al logro de la estabilidad macroeconómica, son algunas de sus funciones básicas que se identifican como clave para estimular el crecimiento económico.

El dinámico y sostenible desempeño en el Grupo Bancolombia nos ha permitido generar valor de manera permanente en las economías en las que hacemos presencia. En 2010, impulsamos el crecimiento económico al asegurar los recursos provenientes de las captaciones del público, mantener bajo el nivel de riesgo en las operaciones, participar de manera activa en la generación de créditos a todos los sectores económicos, ampliar la oferta de productos y servicios a los distintos segmentos del mercado, generar empleo en forma directa e indirecta, y actuar como facilitador esencial de la actividad económica de hogares, empresas y administraciones públicas.

A continuación, presentamos la generación de valor económico del Grupo durante los ejercicios 2009 y 2010 y como éste fue aportado a los grupos de interés con los que se relaciona. Esta información la preparamos siguiendo la metodología propuesta por *Global Reporting Initiative*, GRI, y es consistente con los estados financieros consolidados a 31 de diciembre de cada año.

# Valor económico generado y distribuido

|  | Dic -09          | Dic -10          |
|--|------------------|------------------|
| <b>Valor Económico Generado</b>          | <b>6.011.090</b> | <b>5.943.689</b> |
| Margen de intermediación                 | 3.985.374        | 3.669.593        |
| Comisiones netas                         | 1.607.713        | 1.680.367        |
| Actividad de seguros                     | 12               | 2.808            |
| Otros ingresos ordinarios*               | 417.991          | 590.992          |
| <b>Valor Económico Distribuido</b>       | <b>3.692.890</b> | <b>4.063.706</b> |
| Proveedores                              | 1.331.713        | 1.417.627        |
| Empleados                                | 1.150.330        | 1.300.211        |
| Administración Pública                   | 690.572          | 792.870          |
| Accionistas**                            | 501.688          | 526.773          |
| Accionistas minoritarios                 | 15.081           | 13.217           |
| Subordinadas                             | 3.506            | 13.008           |
| Sociedad                                 |                  |                  |
| <b>Valor Económico Retenido</b>          | <b>2.318.200</b> | <b>1.879.983</b> |
| Provisiones, depreciación y amortización | 1.563.037        | 970.262          |
| Reservas                                 | 755.162          | 909.721          |

\* Incluye ingresos operativos netos diferentes de comisiones e interés, ingresos netos no operativos y diferencia en cambio

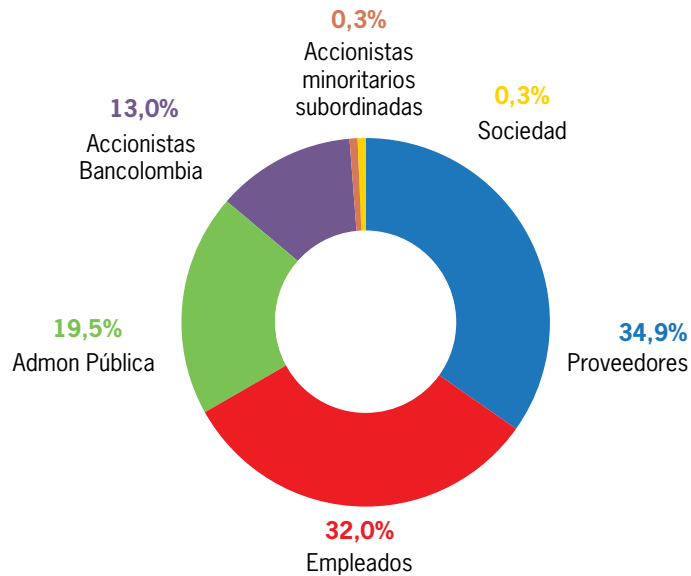
\* Cifras en millones de pesos

Una entidad financiera genera valor mediante los ingresos netos que recibe por la comercialización y la administración de sus productos y servicios: inversiones, cartera, contratos de *leasing*, seguros, servicios a comercios, cajeros automáticos, red de oficinas, Sucursal Virtual, entre otros. A diciembre de 2010, el valor económico que generamos en el Grupo Bancolombia ascendió a \$5.9 billones, cifra levemente inferior a la registrada un año atrás. La reducción de 7,9% anual en los ingresos por intermediación, asociada a las bajas tasas de referencia del Banco de la República, fue compensada de manera parcial por el incremento de 12,1% anual en las comisiones netas y otros ingresos ordinarios. Los recursos generados por la actividad de seguros crecieron de forma sustancial, pero su impacto sobre el resultado es bajo dado el menor tamaño relativo dentro de los negocios de la organización.

Una porción del valor económico que generamos en Bancolombia y en nuestras filiales es distribuida entre los diferentes públicos con los que interactuamos: a los accionistas mediante el pago de dividendos, a los empleados en forma de salarios y beneficios, a los proveedores por medio de retribuciones a sus productos y servicios, al Estado mediante el cumplimiento de las obligaciones fiscales y a la comunidad en forma de inversión social. A diciembre de 2010, nuestro valor económico distribuido se incrementó 10% anual, ubicándose en \$4.0 billones y representando el 68,4% del valor total generado. La participación de los grupos de interés se detalla a continuación:

Una porción del **valor económico** que generamos en Bancolombia y en nuestras filiales es distribuida entre los diferentes públicos con los que interactuamos: a los accionistas, a los proveedores, al Estado y a la comunidad en forma de inversión social.

### Valor Económico Distribuido Dic-10



Una entidad financiera **genera valor** a través de los ingresos netos que recibe por la comercialización y la administración de sus productos y servicios. A diciembre de 2010, nuestro valor económico generado ascendió a \$5.943.689 millones.

Los proveedores constituyen uno de los principales públicos a los que se distribuye valor en el Grupo Bancolombia. A diciembre de 2010, los pagos por el suministro de bienes y la prestación de servicios alcanzaron \$1.4 billones, con un crecimiento anual de 6,5%. Honorarios, seguros, mantenimiento y reparaciones, transporte, publicidad y servicios públicos, son los rubros más importantes dentro de este concepto. En la organización contamos con cerca de 2.500 proveedores entre clientes empresariales y personas naturales y, a través de servicios tercerizados, generamos cerca de 6.500 puestos de trabajo.

A los empleados, por su parte, se asignó el 32% del valor total distribuido en 2010. Los gastos de personal ascendieron a \$1.3 billones, correspondiendo los principales desembolsos a salarios, prestaciones sociales, primas, bonificaciones y cesantías. Otros beneficios como créditos a tasas preferenciales, aportes para protección en salud y para ahorro, becas para estudios de postgrado en el exterior y programas de bienestar en áreas culturales, recreativas, deportivas y en salud ocupacional, contribuyeron a mejorar el bienestar de los colaboradores y de sus familias.

En calidad de contribuyente, en el Grupo Bancolombia actuamos orientados por la confianza en las instituciones, la ética, el respeto a la ley, la responsabilidad ciudadana y la solidaridad social. Al cierre del año 2010, nuestro aporte a las administraciones públicas de las regiones donde desarrollamos nuestro negocio alcanzó \$792.870 millones, cifra 14,8% superior a la registrada en el mismo período de 2009. El Estado destina estos recursos a promover el desarrollo del país y el bienestar de los ciudadanos, por medio de programas sociales, culturales, educativos, de seguridad pública e infraestructura. La creación de valor para los accionistas se produce mediante el pago de dividendos, el cual ascendió a \$526.773 millones, representando el 36,7% de la utilidad neta obtenida a diciembre de 2010. Teniendo en cuenta que a la fecha de la elaboración de este informe no se había realizado la Asamblea General de Accionistas que aprueba la constitución de las diferentes reservas, el ejercicio se realizó con la propuesta de distribución de utilidades de 2010.

Como parte esencial de nuestra Responsabilidad Corporativa, en el Grupo Bancolombia apoyamos distintas iniciativas en favor de la cultura, la recreación y el deporte, la educación financiera, la formación ciudadana, la identidad nacional, la bancarización y la protección del medio ambiente. La inversión social de las empresas del Grupo creció 271% en el último año, alcanzando la suma de \$13.008 millones. Esta contribución se complementa con los aportes de la Fundación Bancolombia a proyectos productivos autosostenibles y a programas de acompañamiento a la población vulnerable.

Por último, el valor económico retenido hace referencia a la porción de las utilidades del ejercicio que se conserva en la organización en forma de reservas, para garantizar la continuidad del negocio y propiciar una mayor generación de valor en el futuro. Incluye también partidas para cubrir las obligaciones contraídas con los clientes y para la reposición y el mantenimiento de la capacidad productiva. A diciembre de 2010, este concepto ascendió a \$1.9 billones y representó el 31,6% restante del total generado.

El 68,4% del valor económico que generamos en el Grupo Bancolombia fue aportado a los **grupos de interés** con los que nos relacionamos.

A diciembre de 2010, nuestro valor económico distribuido se incrementó 10% anual, ubicándose en \$4.0 billones.

| MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD - GLOBAL REPORTING INITIATIVE               | PG REP ECO  | PG MEM SOS | PACTO G | NIVEL |
|---|-------------|------------|---------|-------|
| <b>Estrategia e información sobre el perfil de la organización</b>    |             |            |         |       |
| <b>Estrategia y análisis</b>  |             |            |         |       |
| 1.1 Declaración del más alto responsable de la organización           | 18-69       | 10         |         | ☺     |
| <b>Perfil de la organización</b>                                      |             |            |         |       |
| 2.1 Nombre de la organización   | 1           | 1          |         | ☺     |
| 2.2 Principales marcas, productos y/o servicios                       | 6-10        | 80         |         | ☺     |
| 2.3 Estructura operativa de la organización                           | 14-15       | 22         |         | ☺     |
| 2.4 Ubicación de la sede de la organización                           | 18          |            |         | ☺     |
| 2.5 Número de países en los que la organización opera                 | 18-19       |            |         | ☺     |
| 2.6 Naturaleza de la titularidad y forma jurídica                     | Notas EE FF |            |         | ☺     |
| 2.7 Mercados a los que sirve la organización                          | 72-117      |            |         | ☺     |
| 2.8 Escala de la organización que elabora la memoria                  | 28-30       |            |         | ☺     |
| 2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria | 18-69       | 10         |         | ☺     |
| 2.10 Premios recibidos durante el periodo cubierto por la memoria     | 58-62       |            |         | ☺     |
| <b>Parámetros de la memoria</b>                                       |             |            |         |       |
| 3.1 Periodo que cubre la memoria                                      |             | 9          |         | ☺     |
| 3.2 Fecha del reporte previo más reciente                             |             | 9          |         | ☺     |
| 3.4 Punto de contacto para resolver preguntas                         |             | 9          |         | ☺     |
| 3.5 Definición del proceso de reporte                                 |             | 9          |         | ☺     |
| 3.6 Cobertura de la memoria   |             | 9          |         | ☺     |



| MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD - GLOBAL REPORTING INITIATIVE   | PG REP ECO | PG MEM SOS    | PACTO G | NIVEL |
|---|------------|---------------|---------|-------|
| 3.7 Limitaciones concretas del alcance o cobertura de la memoria  |            | 9             |         | 😊     |
| 3.11 Cambios significativos respecto de periodos anteriores   |            | 9             |         | 😊     |
| 3.12 Índice de contenidos de GRI  |            | Por definir   |         | 😊     |
| Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés  |            |               |         |       |
| 4.1 Estructura de gobierno de la organización   | 14-15      | 22            |         | 😊     |
| 4.2 Indicar si el Presidente del órgano superior de gobierno es además un directivo   | 1          | 1             |         | 😊     |
| 4.3 Declarar el número de miembros del órgano superior de gobierno que son independientes y/o miembros no ejecutivos  | 1          | 1             |         | 😊     |
| 4.4 Mecanismos en virtud de los cuales los accionistas y los empleados pueden hacer recomendaciones u ofrecer indicaciones al órgano superior de gobierno   | 140-143    | 42            |         | 😊     |
| 4.14 Lista de grupos de interés que participan en la organización   |            | 19            |         | 😊     |
| <b>INDICADORES DE DESEMPEÑO DE GRI</b>  |            |               |         |       |
| <b>Economía</b>   |            |               |         |       |
| <b>Aspecto: Desempeño Económico</b>   |            |               |         |       |
| EC1 Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos. |            | 127-131       |         | 😊     |
| EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.   |            | 117           |         | 😊     |
| EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.  |            | 59-75         |         | 😊     |
| EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.   |            | 102           |         | 😊     |
| <b>Aspecto: Presencia en el Mercado</b>   |            |               |         |       |
| EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.   |            | 87-88         |         | 😊     |
| EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.  |            | 1 / 50-51     |         | 😊     |
| <b>Aspecto: Impactos Económicos Indirectos</b>  |            |               |         |       |
| EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.  |            | 59-75         |         | 😊     |
| <b>MEDIO AMBIENTE</b>   |            |               |         |       |
| <b>Aspecto: Materiales</b>  |            |               |         |       |
| EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.  |            | 108           | PG 8    | 😊     |
| EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.  |            | 106 / 122-123 | PG 8    | 😊     |
| <b>Aspecto: Energía</b>   |            |               |         |       |
| EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.  |            | 107           | PG 8    | 😊     |
| EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.  |            | 107           | PG 8    | 😊     |

| MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD - GLOBAL REPORTING INITIATIVE  | PG REP ECO | PG MEM SOS      | PACTO G | NIVEL |
|--|------------|-----------------|---------|-------|
| EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.  |            | 108             | PG 9    | ☺     |
| EN8 Captación total de agua por fuentes.   |            | 108             | PG 8    | ☺     |
| EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.  |            | 108             | PG 8    | ☺     |
| EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.   |            | 112             | PG 9    | ☺     |
| <b>Aspecto: Biodiversidad</b>  |            |                 |         |       |
| EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas. |            | 116             | PG 8    | ☺     |
| EN13 Hábitats protegidos o restaurados.  |            | 116             | PG 8    | ☺     |
| EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.   |            | 116             | PG 8    | ☺     |
| <b>Aspecto: Emisiones, Vertidos y Residuos</b>   |            |                 |         |       |
| EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.  |            | 109 / 118-122   | PG 8    | ☺     |
| EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.   |            | 118-120         | PG 8    | ☺     |
| EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.   |            | 106 / 107 / 109 | PG 9    | ☺     |
| EN21 Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino.  |            | 108             | PG 8    | ☺     |
| EN22 Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento.   |            | 110             | PG 8    | ☺     |
| <b>Aspecto: Productos y Servicios</b>  |            |                 |         |       |
| EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.  |            | 102-104         | PG 9    | ☺     |
| <b>Aspecto: Cumplimiento Normativo</b>   |            |                 |         |       |
| EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.  |            | 102-104         |         | ☺     |
| <b>Aspecto: Transporte</b>   |            |                 |         |       |
| EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.  |            | 109 / 118       | PG 8    | ☺     |
| <b>Aspecto: Inversiones ambientales</b>  |            |                 |         |       |
| EN30 Total costes e inversiones en la protección del medio ambiente por tipo.  |            | 126             |         | ☺     |
| <b>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>   |            |                 |         |       |
| <b>Aspecto: Empleo</b>   |            |                 |         |       |
| LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.  |            | 50-52           |         | ☺     |
| LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.   |            | 52              | PG 5    | ☺     |
| LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.  |            | 44-49           |         | ☺     |

| MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD - GLOBAL REPORTING INITIATIVE  | PG REP ECO | PG MEM SOS | PACTO G | NIVEL |
|--|------------|------------|---------|-------|
| <b>Aspecto: Relaciones Empresa/Trabajadores</b>  |            |            |         |       |
| LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.   |            | 54         | PG 3    | ☺     |
| LA5 Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.  |            | 54         | PG 3    | S     |
| <b>Aspecto: Salud y Seguridad Laboral</b>  |            |            |         |       |
| LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.   |            | 54         |         | ☹     |
| LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves. |            | 54         |         | ☺     |
| LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.  |            | 54         |         | ☺     |
| <b>Aspecto: Formación y Evaluación</b>   |            |            |         |       |
| LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.   |            | 37-40      | PG 6    | ☺     |
| LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.                     |            | 37-40      | PG 6    | ☺     |
| <b>Aspecto: Diversidad e Igualdad de Oportunidades</b>   |            |            |         |       |
| LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.   |            | 1          | PG 6    | ☺     |
| LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.  |            |            |         |       |
| <b>DERECHOS HUMANOS</b>  |            |            |         |       |
| <b>Aspecto: Prácticas de Inversión y Abastecimiento</b>  |            |            |         |       |
| HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.                           |            | 110        | PG 1    | ☺     |
| HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.   |            | 110        | PG 1    | ☺     |
| <b>Aspecto: No discriminación</b>  |            |            |         |       |
| HR4 Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.  |            | ?          |         |       |
| <b>Aspecto: Libertad de asociación y Convenios colectivos</b>  |            |            |         |       |
| HR5 Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.       |            | 54         | PG 1    | ☺     |
| <b>Aspecto: Explotación infantil</b>   |            |            |         |       |
| HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.   |            | 53 / 110   | PG 1    | ☺     |
| <b>Aspecto: Trabajo Forzado y Obligatorio</b>  |            |            |         |       |
| HR7 Operaciones identificadas que tienen riesgos significativos de trabajo forzado u obligatorio y medidas tomadas para contribuir a la eliminación del trabajo forzado u obligatorio                          |            | 53 / 110   | PG 2    | ☺     |

| MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD - GLOBAL REPORTING INITIATIVE   | PG REP ECO    | PG MEM SOS     | PACTO G | NIVEL |
|---|---------------|----------------|---------|-------|
| <b>IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS - ESPECÍFICAS PARA EL SECTOR FINANCIERO</b>   |               |                |         |       |
| <b>Aspecto: Revelación sobre la Administración</b>  |               |                |         |       |
| FS1 Políticas con componentes ambientales y sociales específicos aplicados a líneas de negocio.   |               | 56-57 / 96-104 | PG 7    | 😊     |
| FS2 Procedimientos para evaluar e investigar riesgos ambientales y sociales en las líneas de negocio.   |               | 102-104        | PG 7    | 😊     |
| FS3 Procesos para monitorear la implementación de los requerimientos ambientales y sociales acordados con los clientes para sus transacciones.  |               | 103-104        | PG 7    | 😊     |
| FS4 Procesos para desarrollar las competencias en los empleados para el cumplimiento de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos a aplicar en las líneas de negocio.             |               | 112-113        | PG 8    | 😊     |
| FS5 Interacción con clientes, inversionistas y socios de negocios considerando riesgos y oportunidades ambientales y sociales.  |               | 99-100         | PG 8    | 😊     |
| <b>Aspecto: Portafolio de Productos</b>   |               |                |         |       |
| FS6 Porcentaje del portafolio por línea de negocio, región específica, tamaño y sector.   | 34-49         |                |         | 😊     |
| FS7 Valor monetario de los productos y servicios diseñados para entregar un beneficio social específico por línea de negocio con su propósito.  | 34-49         | 104-107        | PG 9    | 😊     |
| FS8 Valor monetario de los productos y servicios diseñados para entregar un beneficio ambiental específico por línea de negocio con su propósito.   |               | 104-107        |         | 😊     |
| <b>Aspecto: Auditoría</b>   |               |                |         |       |
| FS9 Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.                                |               | 102-104        |         |       |
| <b>Aspecto: Posesión activa</b>   |               |                |         |       |
| FS10 Porcentaje y número de compañías presentes en el portafolio institucional con las que se ha interactuado en asuntos ambientales y sociales.  | 68-113        |                | PG 9    | 😊     |
| FS11 Porcentaje de activos sujetos a investigación social o ambiental positiva o negativa.  | 288-289       |                |         | 😊     |
| FS12 Aplicación de políticas de voto en temas sociales y ambientales en inversiones en las que la entidad tiene derecho a voto o aconseja sobre el voto.  |               | 107            |         | 😊     |
| <b>SOCIEDAD</b>   |               |                |         |       |
| <b>Aspecto: Comunidad</b>   |               |                |         |       |
| S01 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa. | 130-132       | 98-99          |         | 😊     |
| FS13 Puntos de acceso en áreas poco pobladas o de bajos ingresos económicos por tipo  | 130-132       |                |         | 😊     |
| FS14 Iniciativas para proveer acceso a servicios financieros a personas en desventaja   | 69-73         | 12             |         | 😊     |
| <b>Aspecto: Corrupción</b>  |               |                |         |       |
| S02 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.  | 120           |                | PG 10   | 😊     |
| S03 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.   | 137           |                | PG 10   | 😊     |
| S04 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.  | 120 / 136-139 |                | PG 10   | 😊     |

| MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD - GLOBAL REPORTING INITIATIVE  | PG REP ECO | PG MEM SOS | PACTO G | NIVEL |
|--|------------|------------|---------|-------|
| <b>Aspecto: Política Pública</b>   |            |            |         |       |
| S05 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".  |            | 90         |         | ☹     |
| <b>Aspecto: Cumplimiento normativo</b>   |            |            |         |       |
| S08 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.   | 140-146    |            |         | ☺     |
| <b>RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>   |            |            |         |       |
| <b>Aspecto: Revelación sobre la Administración</b>   |            |            |         |       |
| FS15 Políticas para el diseño y venta justo de productos y servicios financieros.  | 116-132    |            |         | ☺     |
| <b>Aspecto: Salud y Seguridad del Cliente</b>  |            |            |         |       |
| PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en que los impactos de los mismos a la salud y seguridad de los clientes son evaluados para ser mejorados, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a estos procedimientos. | 125-133    | 98-99      |         | ☺     |
| <b>Aspecto: Etiquetado de Productos y Servicios</b>  |            |            |         |       |
| FS16 Iniciativas para incrementar la capacidad de entender los productos y servicios por tipo de beneficiario.   | 51-52      | 18-25      |         | ☺     |
| <b>Aspecto: Comunicaciones de Marketing</b>  |            |            |         |       |
| PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios  |            | 23 / 93    | PG 7    | ☺     |
| <b>Aspecto: Cumplimiento Normativo</b>   |            |            |         |       |
| PR9 Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.   | 140-146    |            |         | ☺     |

