



INFORME DE  
**GESTIÓN**  
**SOSTENIBLE**  
2018

**Banca** **ía**  
Facilitamos su progreso

**10**  
AÑOS

Fundación  
**BBVA** MicroFinanzas

#### JUNTA DIRECTIVA

##### Presidente

Margarita Correa Henao

##### Vicepresidente

Ignacio Rojas-Marcos Castelló

##### Vocales

Javier M. Flores Moreno, Edith María Hoyos, Pedro Saíz Ruiz,  
Catalina Martínez de Roza, Jorge Cruz Díaz

#### ADMINISTRACIÓN

##### Presidente Ejecutivo

Miguel Ángel Charria Liévano

##### Vicepresidente Jurídica y Secretaria General

Olga Lucía Calzada Estupiñán

##### Vicepresidente de Planeación y Desarrollo Institucional

Miguel Alberto Achury Jiménez

##### Vicepresidente Financiero y Administrativo

Marcelino Romero Alejo

##### Vicepresidente de Desarrollo Productivo de Clientes

Edison Javier Mejía Ardila

##### Vicepresidente de Riesgos

Óscar Romero Navas

##### Vicepresidente de Medios

Luis Enrique Collante

##### Vicepresidente para el Desarrollo del Colaborador

Juan Manuel Rincón Pico

##### Cumplimiento

Germán Enrique Millán Román

#### ÓRGANOS DE CONTROL

##### Revisoría Fiscal

KPMG S.A.S.

##### Auditoría General

Germán Reyes Celis

#### COMITÉ EDITORIAL

##### Gerente de Comunicación e Imagen

Christian Mauricio Quiroga Sánchez

##### Directora de Sostenibilidad

Andrea Suárez Prieto

##### Dirección de Arte

Diego Cobos

##### Diseño y diagramación:

Felipe Caro

Laura Gutiérrez

Angélica Altamar

Diana Rodríguez

Hansel Martínez

# BancaMía

.Puntoaparte  
bookvertising

#### Fotografía

Banco de imágenes Bancamía

© 2018 Bancamía S.A. © 2018 .Puntoaparte Ltda.

Reservados todos los derechos. Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier soporte sin la autorización escrita de Bancamía S.A.

Banco de las Microfinanzas - Bancamía S.A.

Dirección: Carrera 9 No. 66 - 25 - Bogotá

Teléfono: (57 1) 3139300

Para consultas escribanos a: [gestion.sostenible@bancamia.com.co](mailto:gestion.sostenible@bancamia.com.co)

[www.bancamia.com.co](http://www.bancamia.com.co)



# BancaMía

# 10

## AÑOS

Hace diez años, en una hoja en blanco, empezamos a construir un sueño, **el primer banco de desarrollo social en Colombia**

# Así empezó nuestro banco



## ¿CÓMO NACIÓ LA IDEA DE FUNDAR BANCAMÍA?

En 2005 existían en Colombia 5 entidades de la mujer, que no eran bancos, eran ONGs en Cali, Bucaramanga, Popayán, Bogotá y Medellín. Como ONGs, tenían una limitante regulatoria para captar el ahorro de los microempresarios, sólo podían colocar créditos, éramos conscientes que los microempresarios necesitaban productos y servicios financieros a su medida, buscando un mayor impacto social que los liberara de la usura. Y fue allí, desde esa necesidad, donde nació el sueño de crear un banco de desarrollo social, para que los emprendedores y los microempresarios tuvieran una oferta de valor integral.

Bajo este contexto, la Corporación Mundial de la Mujer Colombia y la Corporación Mundial de la Mujer Medellín deciden unirse con un propósito misional común: el desarrollo económico y social de los microempresarios para contribuir a disminuir la pobreza y mejorar su calidad de vida.

Con esa firme convicción se encontraron en el camino el mejor de los socios, la Fundación Microfinanzas BBVA, con quien también compartían la identidad misional. De esta manera se creó una potente alianza para compartir lo mejor de los dos mundos, el conocimiento microfinanciero y la experticia bancaria, fue entonces cuando se creó Bancamía.



## ¿POR QUÉ ERA IMPORTANTE CREAR UN BANCO DE DESARROLLO SOCIAL?

El hito más importante fue, que al crearse Bancamía, nace también en Colombia la industria microfinanciera regulada, se rompían paradigmas como que las personas de bajos ingresos que no tenían acceso al sistema financiero, eran buenas pagas, también podrían ahorrar, generar empleo, y en el caso de las mujeres empoderarse económicamente convirtiéndose en estabilizadoras de sus familias y comunidades.

Este conocimiento de la industria y sus resultados competitivos dieron origen a nuevos bancos especializados en microfinanzas en Colombia y, por ende, el crecimiento y consolidación de Bancamía que desde sus orígenes ha tenido como centro de actuación el cliente.



## ¿POR QUÉ BANCAMÍA ES UN BANCO DIFERENTE?

Nuestro modelo de negocio se construyó a partir de la “Banca Relacional”, basado en la generación de relaciones de confianza con nuestros clientes, colaboradores y demás grupos de interés.

Somos una banca que ha desarrollado la experiencia de cliente en el trabajo de campo, donde la piedra angular es el ejecutivo de microfinanzas, quien puede mirar a los ojos al cliente, conocer sus actividades productivas, sus necesidades, los proveedores de sus negocios, su cultura de pago, ellos saben cómo viven sus familias, de esta manera construimos una relación basada en la confianza, en el conocimiento del cliente y en su capacidad productiva.

Sabemos que nuestro modelo de banca relacional, es intensivo en el talento humano por eso promovemos una cultura corporativa basada en la premisa, máximo interés por las personas y máximo interés por los resultados, generando un ecosistema que favorezca el bienestar y la competitividad de nuestros colaboradores, que refleje desde nuestro actuar el propósito que tenemos: *mejorar la calidad de vida de los emprendedores de la base de la pirámide*.

Hemos asumido que la clave decisiva para el éxito está en las personas, exactamente en la

habilidad que tenemos para liberar las potencialidades ocultas de nuestros colaboradores, su capacidad de relacionamiento, aprovechando estos atributos en la consecución de los propósitos misionales, los cuales deben ser convergentes con los propósitos de las personas que nos colaboran.



## ¿POR QUÉ SE LLAMÓ BANCAMÍA?

Para definir el nombre del nuevo Banco, nos reunimos con los diferentes grupos de interés, juntas, proveedores, clientes e hicimos un trabajo etnográfico y de marketing para conocer cómo nos veían cuando recibían nuestros servicios. Las descripciones de sus percepciones se enfocaron en mencionar una relación humana, cálida y cercana, se ponían la mano en el corazón, refiriéndose a mis productos, mis ahorros, mi banco; de ahí sale el nombre BANCAMÍA, la Banca con corazón.



## ¿CUÁLES FUERON LOS PRINCIPALES RETOS EN ESTOS 10 AÑOS DE CRECIMIENTO?

Una vez establecido el Banco, se pensó en el plan de expansión, y quisimos poner banderas en todas las zonas del país, donde había potencial de microempresarios, se inició principalmente en áreas urbanas, a medida que íbamos creciendo fuimos conscientes de la deuda social con el campo colombiano, por lo que tomamos la decisión estratégica de atender las necesidades de los campesinos microempresarios, quienes necesitaban bancos cercanos a sus unidades productivas crédito rápido, sencillo, ágil, pagos flexibles ajustados al flujo de caja de sus actividades productivas.

Durante estos 10 años, Bancamía ha desarrollado una solidez en su gobierno corporativo, hemos contado con una Junta Directiva con un interés genuino en nuestro deber misional. Nos han acompañado importantes instituciones para potenciar el Banco y desarrollar la industria como: ASOMICROFINANZAS, Banca de las Oportunidades, Bancoldex, Finagro, entre otras. Hemos contado también con el apoyo de entidades multilaterales como el Banco Interamericano de Desarrollo BID, la Corporación Financiera Inter-

nacional IFC, USAID y Naciones Unidas y de esta manera consolidar el desarrollo de la industria y su sostenibilidad futura.

En este proceso ha sido fundamental y definitivo el apoyo de la Fundación Microfinanzas BBVA, quienes han aportado toda su expertiz bancaria a una industria. Con ellos construimos los manuales de auditoria, política de riesgo, Gobierno Corporativo, políticas de inclusión, Comunicaciones Corporativas, Talento Humano por competencias y el Sistema de Medición del desempeño económico – MIDE, entre otros.

Hemos hecho bien la tarea y vamos hacia adelante en la construcción de un banco futuro, “la banca digital”, para acercar más nuestros servicios a las manos de los microempresarios, para hacer la vida más fácil y sencilla, sin perder de vista la humanización de las finanzas, a través de la banca relacional, nuestra ventaja competitiva como banco social.

Entrevista a **Margarita Correa Henao**  
Co-fundadora Bancamía - Presidente Junta Directiva

# Sigamos escribiendo esta historia juntos...

# 2008

# 2009



- > Propuesta Valor: "Oferta integral de productos microfinancieros adicionales al crédito" ahorros, remesas, inversiones y seguros.
- > Primera capacitación en la nueva herramienta de "Core" COBIS

- > Inicio de los sistemas de Riesgo
- > Riesgo de crédito SARC
- > Riesgo de crédito operacional SARO
- > Riesgo de mercado y liquidez
- > SARLAFT



**21%**  
Cobertura de municipios

- > Modelo de talento humano por competencias
- > Lanzamiento del programa "Renovación Cultural"

- > Nuevo modelo de negocio: Finanzas Productivas Responsables
- > Capacitación virtual sobre análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (ARAS)



## Entorno externo

**>> Inclusión financiera**  
El 56% de la población adulta cuenta por lo menos con un producto financiero, según la Superintendencia Financiera de Colombia.

### >> Política de inclusión financiera

En 2008 se fomentó una intervención coordinada entre el sector público y el privado en la adopción de la política de inclusión financiera llamada "Banca de las Oportunidades", adoptada mediante el Conpes 3424 de 2006.

### >> Bancamía abre sus puertas al público en octubre del 2008

Primer establecimiento bancario dedicado exclusivamente a los servicios financieros para microempresas.



## Entorno externo

### >> Pobreza monetaria

Incidencia de la Pobreza Monetaria a nivel nacional del 53,7% y Pobreza Monetaria Extrema del 28,6%, según el DANE

### >> Cobertura del Sistema Financiero

Ampliar la cobertura geográfica del sistema financiero fue una de las primeras prioridades bajo la política de Banca de las Oportunidades, en ese momento el 71% de los municipios del país tenía presencia bancaria.

### >> Asociación de Microfinanzas (Asomicrofinanzas)

Desde 2009, reúne a los principales participantes de la industria de microfinanzas en el país, entre ellos, bancos, cooperativas, financieras y ONGs, y hace hincapié en recolectar, administrar y divulgar información sobre el sector.

>> Se desarrolló un programa para aumentar la productividad de los pequeños productores de leche en zonas remotas en Cundinamarca y Boyacá. "LecheMía".

### >> Se desarrolla Expomía:

La exposición de servicios y productos de los microempresarios colombianos.

>> Se creó la Ruta del progreso con el fin de fortalecer la relación del banco y sus clientes, viaja por toda Colombia para darle un cambio de imagen y de vida a los microempresarios.

# 2010



- > Se impartió formación en manejo de CO-BIS y de PALM, administración de cartera, tecnología microcrediticia, normalización de cartera, crédito rural, ahorro.
- > Primera Medición clima organizacional (Great Place to work).
- > Se entregó a 80 ejecutivos rurales la herramienta "Banca Portátil" PDA (Personal Digital Assistant).
- > Garantía USD\$25MM Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID.
- > Lanzamiento de nuevas líneas de crédito
- > Lanzamiento de microseguros
- > Lanzamiento de programa referidos
- > Adhesión al United Nations Environmental Programme (UNEP- FI)

# 2011



- > Consolidación del ahorro (Ahorros y CDT): 351.924 ahorradores
- > Inicio proyecto Corresponsables No Bancarios- CNB
- > Implementación Primer plan de beneficios para colaboradores
- > Premio FNG 192.664 personas con garantía
- > 1° Emisión de Bonos Sociales, banco de microfinanzas
- > Creación de la Dirección de Sostenibilidad
- > 1° Emisión del Informe de Gestión Sostenible bajo metodología Global Reporting Initiative, GRI
- > Creación de 5 centros de formación a nivel nacional
- > Creación de Gestión de procesos Business Process Management, BPM
- > Desarrollo de la Banca Rural
- > Creación Banca de Inclusión y banca de emprendimiento



## Entorno externo

### >> Inclusión financiera

Se efectuó el lanzamiento de Rentamía (CDT) y Ahorramía (Cuenta de Ahorros)

>> Se definieron modelos de atención por segmentos de clientes: Banca Pequeña, Empresa, Banca Rural, Clientes en Formación, Consolidación y Expansión

### >> El banco se posicionó como la primera entidad privada en cartera de microcrédito con una participación del 14,61% frente a las entidades vigiladas:

Evolución positiva en la cartera de Microcrédito al lograr un crecimiento del 29,1 %, mientras el sector financiero incrementó su cartera en un 12,2%



## Entorno externo

### >> Educación Financiera

En el caso de la población estudiantil, la Ley 1450 de 2011 asignó al Ministerio de Educación Nacional, la definición de las competencias básicas que deben tener los estudiantes frente a la educación financiera.

### >> Alianza para la Inclusión Financiera (AFI)

En 2011, consolidada como la red global que facilita el cumplimiento de las directrices del G-20, señaló que la inclusión se desarrolla principalmente en tres dimensiones: 1) Acceso: posibilidad de acceder a servicios y productos de

instituciones financieras; 2) Uso: profundidad o alcance del uso de servicios y productos financieros; 3) Calidad, que se refiere a la relevancia que tiene del servicio o producto para las necesidades del consumidor y en ese sentido propiciar un mayor bienestar en la población.

### >> Nuevo Banco Microfinanciero

En 2011 se da el surgimiento de una nueva entidad microfinanciera, el Banco WWB, un banco caleño asociado a la red internacional Women's World Banking.

# 2012

2.637

Colaboradores



171

Oficinas



27

Departamentos



## Entorno externo

### >> Producto financiero para la vejez

El Gobierno trabajó en adecuar mecanismos de ahorro y protección para la vejez, la población más vulnerable. A través del Conpes 156 de 2012, se estableció el diseño e implementación de los Beneficios Económicos Periódicos (BEPS).

### >> Protocolo Verde - Asobancaria

En Junio de 2012, el Gobierno Colombiano firmó el "Protocolo Verde", un acuerdo voluntario de responsabilidad ambiental asumida conjuntamente con el Sector Financiero. Asobancaria, en cabeza de esta iniciativa, promueve que las

entidades financieras sigan avanzando en la incorporación de variables ambientales en su gestión que respondan a los desafíos del cambio climático, desde la perspectiva de financiación y desde la disminución de su huella ecológica.

### >> Primera vez una meta concreta de inclusión

El Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, adoptó por primera vez una meta concreta de inclusión y adicionó medidas para garantizar la oferta en regiones apartadas, diseñar productos adecuados para los diferentes segmentos poblacionales y promover la educación económica y financiera.

- > Seleccionada entre los 10 mejores Códigos de Ética de entidades microfinancieras - Sobre-sale: Protección de derechos de los clientes
- > Seleccionada como una de las 5 entidades con mayor número de prácticas de Buen Gobierno
- > Seleccionada dentro del grupo de 5 entidades microfinancieras con presencia en Colombia y Perú para desarrollar el proyecto Medidas de Adaptación al Cambio Climático basada en Ecosistemas - MEbA
- > Primera medición de consumo de recursos naturales y desarrollo de estrategias internas medioambientales BANCAVERDE Inicio de procesos de sensibilización y capacitación en temas ambientales

- > Creación del Sistema de Gestión de Educación Financiera y del Programa "Echemos Números", Primer Taller de formador de formadores: Taller Pilotos a Comunidad
- > Se habilitó acceso a 50 cursos virtuales para colaboradores a través del convenio con el Tecnológico de Monterrey
- > Gestión de proyectos: Aplicando mejores prácticas recogidas por el PMI (Project Management Institute)
- > Creación del Sistema de Desempeño Sostenible: con el objetivo de satisfacer algunas de las necesidades de los grupos de interés en los ámbitos social, económico y/o ambiental



Presente  
en 824  
Municipios



502.980  
Clientes



COP\$ 926.921 M  
Cartera Total



451.257  
No. Créditos

# 2013

2.934

Colaboradores

181

Oficinas

29

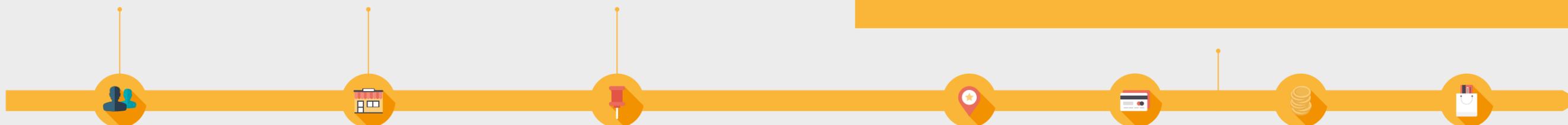
Departamentos

- > Bancamía gana el "Premio Valor Compartido" por sus líneas de crédito Agromía para la población rural
- > Bancamía seleccionada por el BID - FOMIN como una de las 4 instituciones microfinancieras para desarrollar un proyecto de finanzas verdes "Ecomicro"
- > Se firman 2 convenios con universidades en modalidades presencial y virtual. Inicio de la cultura de formación en e-learning
- > Primera valoración por competencias
- > Identificación de perfiles exitosos de ejecutivos Red
- > Inicia el programa de Liderazgo Gentil
- > Establecimiento del Manual de Convivencia
- > Automatización del ciclo de gestión
- > Puesta en marcha del SAE (Sistema de Atención al Empleado)



73%

Cobertura de municipios



## Entorno externo

### >> Primer Encuentro Microfinanzas

Se realiza el Primer Encuentro Nacional de Experiencias Exitosas en Microfinanzas a través de un conversatorio exclusivo para los miembros del gremio en abril de 2013.

### >> Inclusión Financiera

A pesar de la importancia de las pymes en la generación de empleo en el país, el acceso a financiación de estas empresas era restringido, de acuerdo con el informe de 2013 del Banco de la República sobre la Situación del Crédito en el país, las pymes recibieron sólo el 14% de los préstamos comerciales en ese año.

### >> Educación Financiera

Según la encuesta del Banco Mundial, a 2013 sólo el 37% de los adultos hace planeación financiera y aunque el 87% conoce el concepto de interés, sólo el 35% tiene la capacidad de calcular el interés simple y el 26% el interés compuesto.

604.603  
Clientes

439.375  
No. Créditos

Presente en 817  
Municipios

COP\$ 1.007.260 M  
Cartera Total

# 2014

3.288

Colaboradores



187

Oficinas



29

Departamentos



- > Bancamía ocupa el puesto 18 entre las 50 marcas más valiosas de Colombia en el sector de servicios
- > Bancamía ocupa el lugar 69 entre las 100 empresas más destacadas en Reputación Corporativa, reconociendo a la Presidente Ejecutiva del Banco como una de las mujeres líderes empresariales más importantes del país
- > Programa "Fortalecimiento en Habilidades Gerenciales" - 227 gerentes de oficina y 17 gerentes zonales
- > Implementación de medidas de ecoeficiencia. Banca Verde
- > Implementación de evaluación anual de desempeño a colaboradores (Asesoría Capital Consulting)
- > Programa "Mentoring en Dirección General", orientación en el proceso de adaptación a nuevos colaboradores
- > 2° Emisión de Bonos por \$100MM adquirida en su totalidad por la IFC
- > Lanzamiento Tarjeta Débito: ATM y POS
- > 1° Publicación del Informe Anual de Desempeño Social
- > Inicio de proyecto MIDE (Medir la Contribución del modelo de negocios Finanzas Productivas Responsables en el desarrollo económico y social de los clientes)



## Entorno externo

### >> Educación Financiera.

Decreto 457 de 2014, el cual creó el Sistema Administrativo Nacional para la Educación Económica y Financiera y la Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera.

### >> Sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos SECDPES

Mediante la Ley 1735 de 2014 se crean las Sociedades Especializadas en Créditos, Depósitos y Pagos Electrónicos - SECDPES

### >> Microfinanzas Rurales

En materia de diseño de productos se destaca la Ley 1731 de 2014, la cual creó el Fondo de Micro-

finanzas Rurales (FMR) para financiar, apoyar y desarrollar las microfinanzas en la base de la pirámide en el sector rural

### >> Inclusión Financiera.

De acuerdo a la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, en Dic 2014 en Colombia, solo el 39% de la población adulta que habita en municipios rurales, tiene acceso a una cuenta bancaria. Este porcentaje es bajo con respecto a América Latina (46%), e incluso frente al indicador de inclusión en las grandes ciudades y municipios intermedios en Colombia (87%)



Presente en 850 Municipios



698.642 Clientes



COP\$ 1.074.417 M Cartera Total



403.917 No. Créditos

# 2015

3.583

Colaboradores

200

Oficinas

29

Departamentos

- > "Premio Valor Compartido" por líneas de crédito Agromía
- > Premio Citi otorgado a Daniel Cepeda. Microempesario "Tu Carrito Offiexpress"
- > Creación de Unidad Especializada en temas de Bienestar y Calidad de Vida
- > Plan de renovación tecnológica a Ejecutivos de Desarrollo Productivo. Inicio del uso de Tablets en la gestión comercial
- > Lanzamiento Banca Móvil: Primera entidad microfinanciera especializada en Colombia en adoptar este canal transaccional
- > 24 convenios con reconocidas universidades a nivel nacional en programa de pre y posgrado
- > Implementación del "Campus Microfinanzas"
- > Visita del Presidente del Banco Mundial Sr. Yim Young King, Destaca el papel de las microfinanzas en Colombia
- > Foro de Seguros (Microseguros)
- > Se incluyen como módulos los temas: Tarjeta Débito y Bancamóvil en el Programa de Educación Financiera
- > Adopción Normas Internacionales de Información Financiera NIIF



## Entorno externo

### >> Banca Verde para financiar mitigación y adaptación al Cambio Climático

De acuerdo con el Informe de Sostenibilidad de 2017 de la Asobancaria, los créditos desembolsados ascendieron a COP\$ 1.6 billones, destinados a generar beneficios ambientales y sociales en el país, y COP\$ 680 millones fueron destinados a compras verdes en las entidades financieras. El esfuerzo del sector financiero se enfocó en mejorar la identificación de nuevas inversiones de mitigación y adaptación al cambio climático.

### >> Se inicia la cuarta revolución industrial,

"la revolución de la información" Mientras el 67,2% de las grandes empresas ha implementado soluciones de ciberseguridad, en el caso de las pymes ese indicador es de apenas 37,1% y en las microempresas 25,4%..

### >> En 2015 llega el auge de las Startup en

**FINTECH** "las empresas que prestan servicios financieros a través de la tecnología", logrando diseñar productos más asequibles para hogares y empresas de bajos ingresos, pero sin regulación del Gobierno Colombiano.

785.535

Clientes

389.980

No. Créditos

Presente  
en 895

Municipios

COP\$ 1.103.978 M

Cartera Total

# 2016

3.962

Colaboradores

199

Oficinas

29

Departamentos

- > Bancamía en el lugar 16 entre las 50 marcas más valiosas de Colombia en el sector de servicios
- > Estrategia de formación a 3.107 colaboradores para atender implementación del nuevo Core Bancario
- > Lanzamiento del programa de seguridad vial "Viamía", que busca comprometer a todos los colaboradores con los principios de manejo seguro
- > Automatización de los procesos misionales a través del nuevo "Core" bancario Bantotal
- > Se firma convenio con la Agencia Colombiana para la Reintegración - ACR para fortalecer la inclusión financiera de excombatientes
- > 5 años consecutivos dentro de los tres primeros lugares, según el ranking de la Superintendencia Financiera de Colombia
- > Alianza con la Fundación Bavaria y la Fundación para el Desarrollo Sostenible FUNDES
- > Alianza con la Iniciativa de Finanzas Rurales -IFR USAID- operada por Chemonics
- > Puesta en Marcha del proyecto microfinanzas para la adaptación al cambio climático (MEbA)



## Entorno externo

>> **Economía Colaborativa Digital - ECD** en Colombia. Proyecto de Ley 22 de 2016. La Economía colaborativa, o "Sharing Economy", por su nombre en inglés, se puede entender como el uso de aquellos medios digitales para satisfacer las necesidades humanas mediante recursos disponibles.

>> Como resultado del diálogo entre los emprendedores y empresas del sector, se promovió la **creación de Colombia Fintech** a finales de 2016, como la asociación orientada a representar los puntos de vista de la nueva industria de servicios financieros ante los reguladores.

>> **Incidencia de la Pobreza.** De acuerdo con los resultados nacionales para el 2016, el porcentaje de población en condición de pobreza monetaria es de 28%, y que viven en extrema pobreza el 8,5%. Fuente DANE.

>> **Digitalización de la población.** El 43% de la población mundial está conectada a internet; mientras que en Colombia el 55.9% de las personas usa internet, según Raúl Katz, quien colaboró en la primera investigación del Observatorio de Economía Digital de Colombia.

829.499  
Clientes

363.523  
No. Créditos

Presente  
en 954  
Municipios

COP\$ 1.145.023 M  
Cartera Total

# 2017

3.500

Colaboradores

200

Oficinas

29

Departamentos



## Entorno externo

### >> Innovación

Proyecto de Ley 004 de 2017: Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria - SNIA

### >> Posconflicto

Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera. Municipios priorizados para la ejecución de Planes de Desarrollo Territorial - PDT

### >> Impacto Banca Digital

Durante 2017, el 53% de los colombianos dejó de visitar las sucursales físicas de su banco para realizar diferentes transacciones desde su celular o computador, según muestran los reportes de la Superintendencia Financiera

>> **Crowdfunding.** Se promueven nuevos esquemas de financiación para mipymes con el fin de

favorecer las condiciones de acceso al crédito de las firmas de Crowdfunding. Se propone adelantar una revisión de la experiencia internacional e identificar nuevas alternativas de financiación de proyectos productivos y préstamo entre pares

### >> Emergencia Económica, Social y Ambiental

Circular Externa 009 de 2017 - Superintendencia Financiera de Colombia declara Emergencia económica, social y ambiental MOCOA

### >> Posconflicto - 170 Municipios priorizados

Proyecto de acto legislativo 005 de 2017 - Cámara de Representantes regula el componente de reincorporación política del Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto

### >> Riesgos Agropecuarios

Finagro creó una Unidad de Riesgos agropecuarios que permitirá coordinar las iniciativas de los gremios, los centros de investigación y la academia para brindar información y herramientas de análisis especializadas sobre los riesgos agropecuarios

- > Importantes cambios en la estructura de gobierno: Se designó como nuevo Presidente Ejecutivo a Miguel Ángel Charria Liévano
- > Se preparó el escenario para la gestión integrada de riesgos no financieros del Banco.
- > Se creó la línea de crédito "CrediVerde" en la que se incluyen 2 tipos de proyectos:
  - » CrediVerde Energía - Eficiencia energética
  - » CrediVerde Adaptación - Medidas de adaptación al cambio climático
- > Asobancaria destacó como casos de estudio exitosos dentro del sistema financiero 2 iniciativas Bancamía:
  - » MIDE - Medición del Desempeño Económico de los Microempresarios

- » MEbA - Financiación de Medidas de Adaptación al Cambio Climático
- > Jordi Roca, el mejor pastelero del mundo, visitó a Exelino Sierra, un cliente de Bancamía a quien el cacao y los microcréditos le han cambiado la vida
- > 692 Ejecutivos de Desarrollo Productivo realizan su gestión diaria con la aplicación de movilidad
- > Se logró la estabilización del nuevo core Bancario Bantotal, el cual permitió la automatización de los procesos
- > Bancamía ingresa a la "Comunidad PAR": grupo de empresas que comparten buenas prácticas en materia de equidad de género



913.977

Clientes

367.445

No. Créditos

Presente  
en 954  
Municipios

COP\$ 1.199.023 M  
Cartera Total

# 2018

3.363  
Colaboradores

200  
Oficinas

29  
Departamentos



84%  
Cobertura  
de municipios

Presente  
en 954  
Municipios

1.016.625  
Clientes

COP\$ 1.324.732 M  
Cartera Total

382.011  
No. Créditos



## Entorno externo

### >> Inclusión Financiera

El Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 adicionó una serie de metas que complementan el esquema de monitoreo y seguimiento de los avances de la inclusión financiera.

### >> Inclusión Financiera

El 81% de los adultos cuenta con algún producto financiero a septiembre de 2018 en establecimientos de crédito, cooperativas financieras vigiladas por Supersolidaria y ONG especializadas en microcrédito.

### >> Política de Crecimiento Verde

La Misión de Crecimiento Verde, que se desarrolló 2015 y 2018, tiene como objetivo recomendar acciones prioritarias y metas para la formulación de la Política de Crecimiento Verde que, con su aprobación, ubicará a Colombia como un país que posiciona este enfoque de desarrollo para mejorar la productividad y compe-

titividad de la economía, al tiempo que se conserva el capital natural, en consonancia con las tendencias internacionales.

### >> Estrategia Implementación ODS

En marzo de 2018, a través del CONPES 3918 del Departamento Nacional de Planeación, se estableció la Estrategia Nacional para la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia.

### >> Política Pública Explotación de Datos Big Data

Colombia, el primer país latino en tener política pública de explotación de datos en la región. En 4 años todo el Gobierno debe tener proyectos de Big Data. Conpes 3920 de 2018

### >> Asomicrofinanzas

Al cierre de 2017 Asomicrofinanzas registró 38 asociados entre: bancos, cooperativas, fundaciones, ONGs, una caja de compensación, sociedades anónimas, dos burós de crédito e instituciones microfinancieras

> Realización del foro "Microfinanzas para el progreso de una Colombia emprendedora", para celebrar los 10 años de Bancamía. La Vicepresidenta de la República Marta Lucía Ramírez, reconoció que las microfinanzas "Son absolutamente indispensables para pasar de la informalidad a la formalidad"

> Jessica Hernández, cliente de Bancamía, se convirtió en la voz de las mujeres latinoamericanas en la sede de la ONU en Nueva York. Fue recibida por María Emma Mejía, embajadora de Colombia ante la ONU, más de 103 representantes de diversos países y periodistas.

> Apertura de Puntos Express para la atención de nuestros clientes

> Presidente Ejecutivo de Bancamía, Miguel Ángel Charria, asume la Presidencia de Asomicrofinanzas

> Sandra Mendoza, cliente de Bancamía, fue invitada a España a compartir su experiencia de trabajo con biodigestores, durante la conmemoración del día de la mujer rural

> Diplomado de economía digital para colaboradores Bancamía

> Nace la iniciativa Emprendimientos Productivos para la Paz - EMPROPAZ -, liderado por Bancamía, en alianza con la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) en Colombia, junto a la Corporación Mundial de la Mujer Colombia y la Corporación Mundial de la Mujer Medellín, en un compromiso compartido con la Fundación Microfinanzas BBVA (FM-BBVA). Consiste en la implementación de un modelo de inclusión financiera para emprendedores rurales y urbanos, en busca de contribuir en su desarrollo social, económico y ambiental

> Bancamía es galardonado con el Premio Iberoamericano a la Mejor Iniciativa de Comunicación Responsable, en los Premios Corresponsables, por dar voz a las mujeres a las que atiende a través de sus historias y así inspirar a otras a superar barreras.

> Compra de cartera originada por Colpatria

> Uso de la marca FMBBVA en nuestras oficinas

## La industria microfinanciera en cifras

### Asomicrofinanzas en Cifras

Al cierre de diciembre del 2018 Asomicrofinanzas presentó las siguientes cifras de sus entidades asociadas:



El saldo de la cartera de microcrédito bruta de las entidades asociadas al gremio cerró en:

**\$14,56 billones**

El porcentaje de cartera de microcrédito en municipios rurales cerró en

**35,5%**



**2.876.909** microempresarios atendidos de los cuales 1.379.158 son mujeres



**2.707 oficinas** especializadas en microfinanzas



Presencia en **1.102 municipios** de Colombia



**8.723 asesores** especializados en microfinanzas

## Evolución de la inclusión financiera 2008 - 2018

Hay más colombianos en el sistema financiero



**81,6%**

De la población adulta tiene al menos un producto financiero

**6,2**

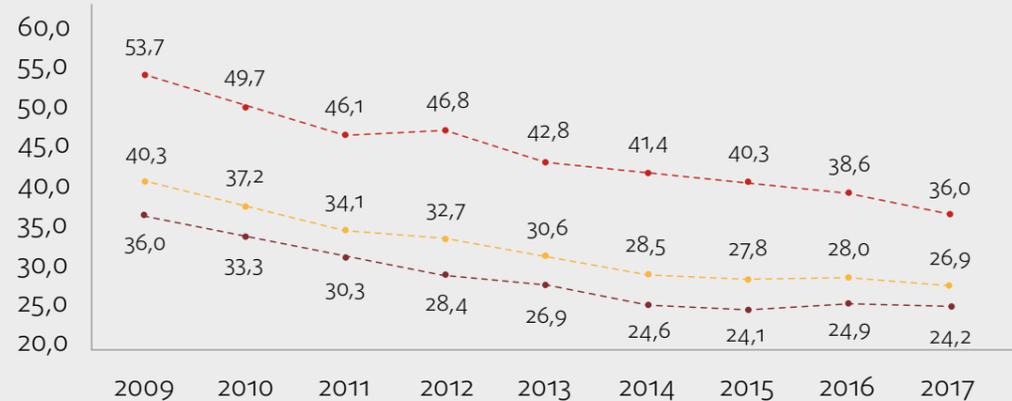
Puntos porcentuales fue el incremento frente a 2016

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia - SFC

## Pobreza

### Pobreza Monetaria

385 mil personas en el total nacional salieron de la pobreza monetaria en 2017; la incidencia de la pobreza fue 26,9%



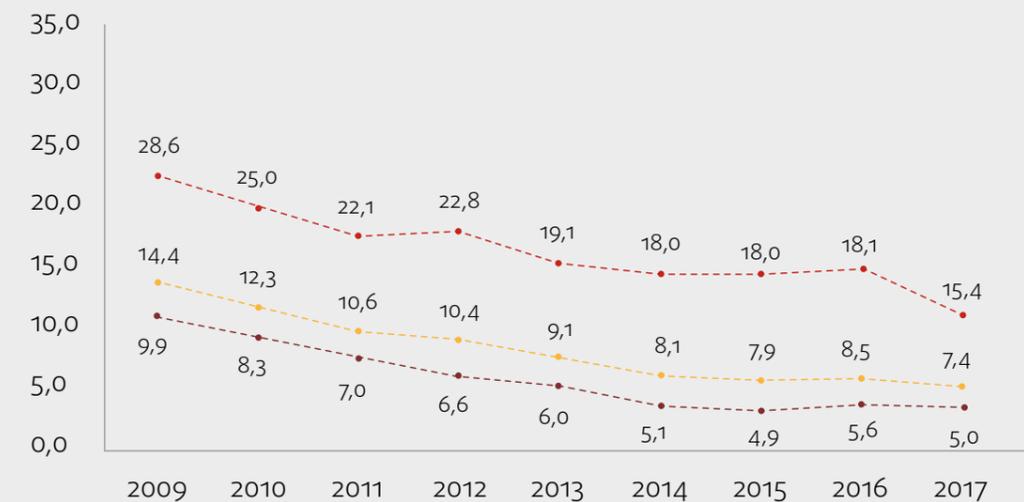
● Nacional ● Cabeceras ● Centros poblados y rural disperso

Fuente: DANE. Gran encuesta integrada de hogares - GEIH 2009 - 2017

## Pobreza extrema

### Pobreza Monetaria Extrema

469 mil personas en el total nacional salieron de la pobreza monetaria extrema en 2017; la incidencia de la pobreza extrema fue 7,4%

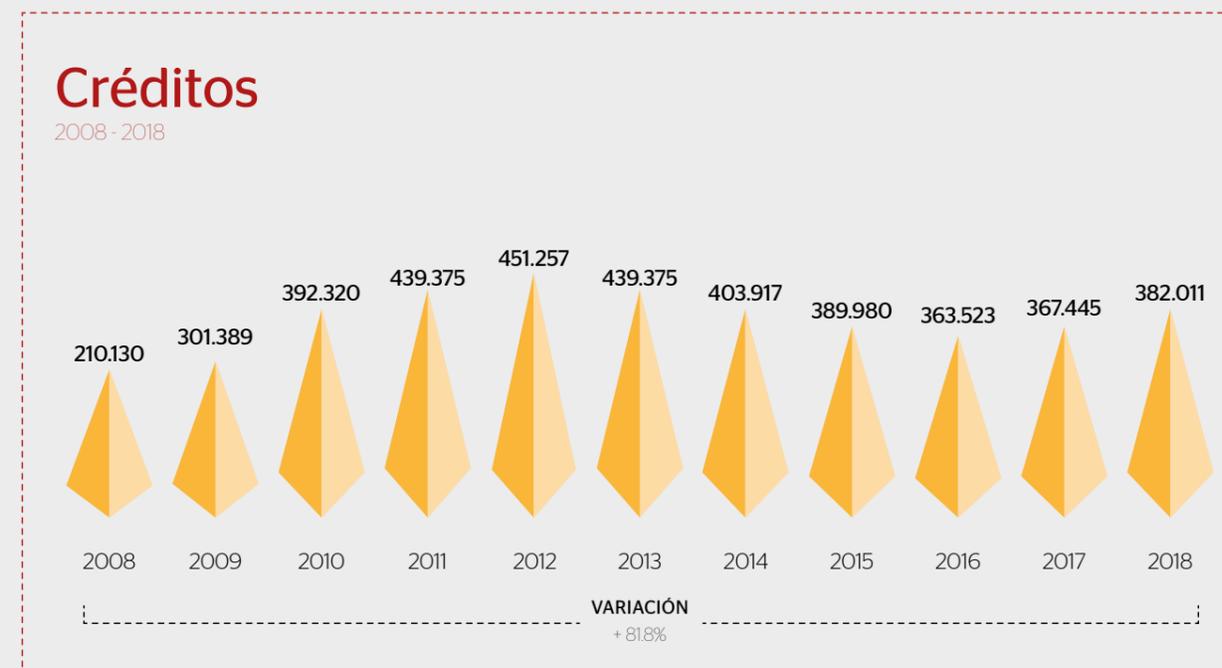
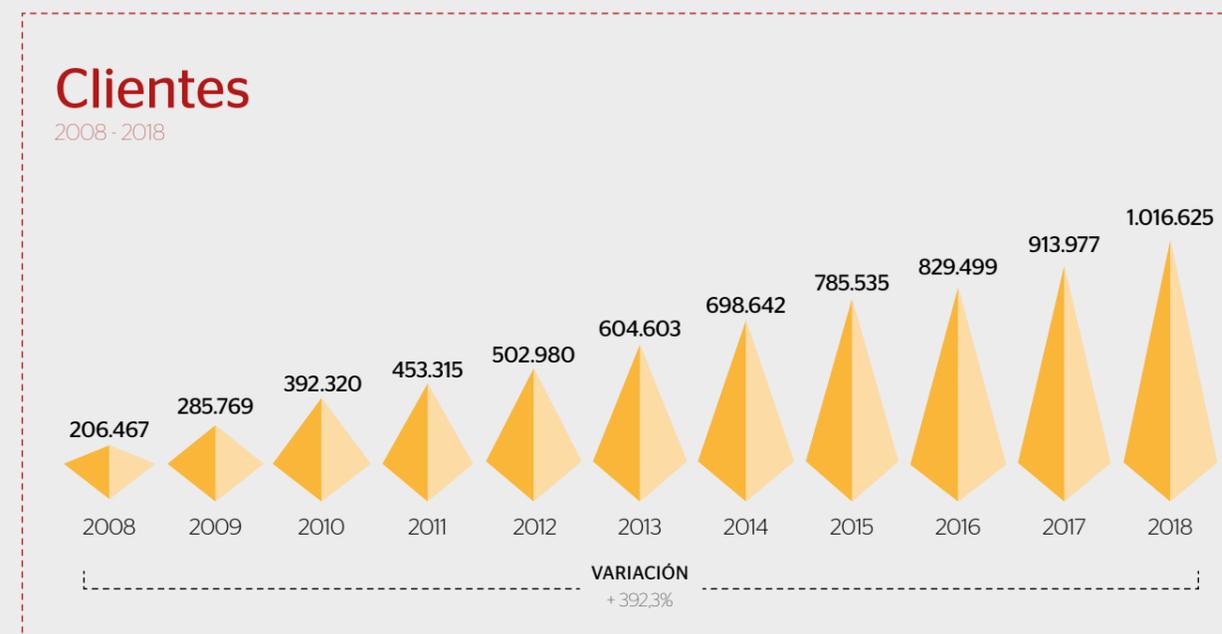
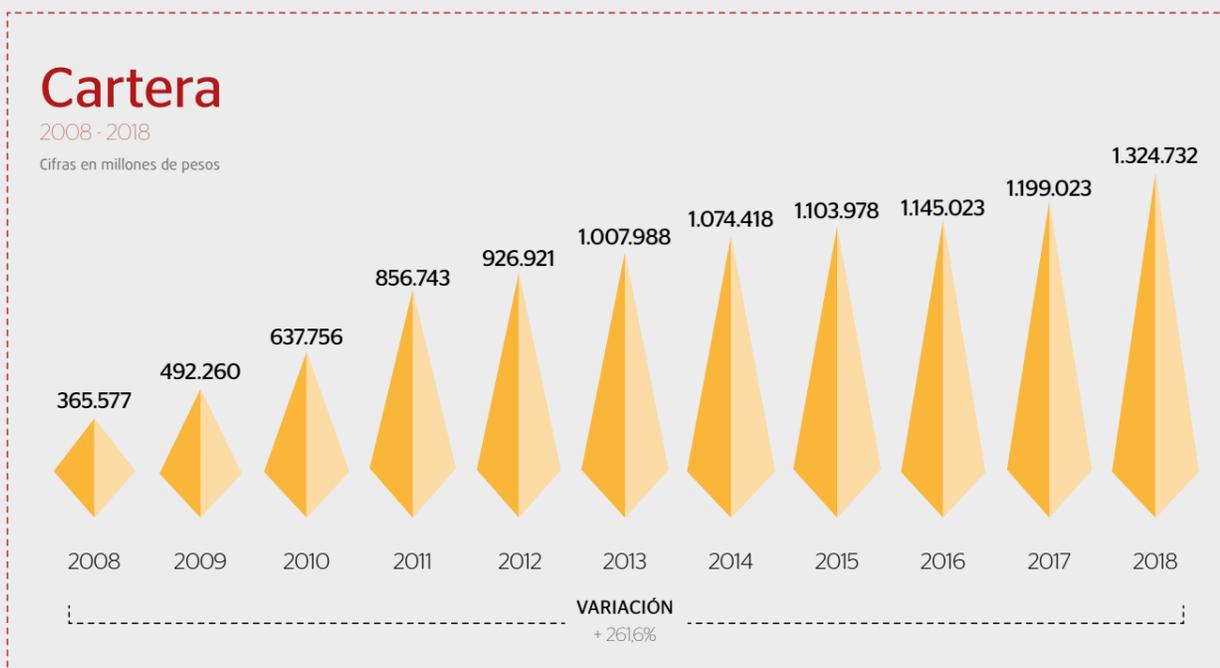
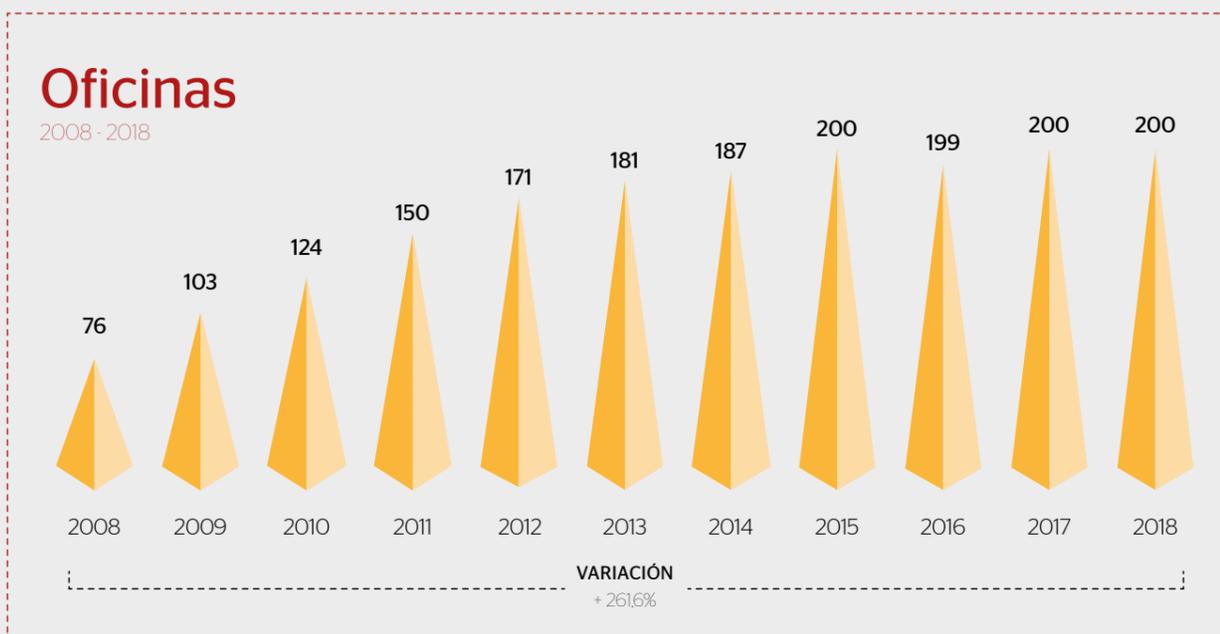


● Nacional ● Cabeceras ● Centros poblados y rural disperso

Fuente: DANE. Gran encuesta integrada de hogares - GEIH 2009 - 2017



# Bancamía en 10 años 2008 - 2018



## Una década transformando realidades

### JAVIER FLORES

Director General  
Fundación Microfinanzas BBVA

Hablar de los 10 años de Bancamía es celebrar la creación del primer banco de microfinanzas en la historia de Colombia, y de un claro referente en el sector en América Latina. No es posible explicar la Fundación Microfinanzas BBVA sin mencionar a Bancamía, dado que esta entidad ha sido una institución fundamental en la conformación y consolidación de lo que hoy es el grupo de la Fundación.

Hace 10 años teníamos una idea muy simple y al mismo tiempo un gran desafío: constituir una entidad bancaria con un alma diferente, que pusiera por delante el desarrollo de los microempresarios, y que impactara directamente en el progreso económico de los segmentos más vulnerables de la población colombiana.

Desde sus comienzos, Bancamía se ha distinguido por la gestión prolija de los riesgos, el posicionamiento de la entidad como ejemplo de banco con los más altos estándares de gobierno corporativo, la excelente relación con los organismos de control y supervisión, el desarrollo constante de sistemas efectivos de protección al cliente, la educación financiera y la gestión adecuada de todos los grupos de interés.

Tenemos ante nosotros todavía un reto formidable, el de continuar preparándonos para servir a los cente-

nares de miles de colombianos que aspiran a tener mejores oportunidades de vida, para ellos y sus familias, y ahí es donde Bancamía va a continuar enfocando toda su estrategia y sus esfuerzos futuros, para llegar a más personas, y con una mejor propuesta de valor.

Estamos viviendo la cuarta revolución industrial, marcada por el auge de las tecnologías exponenciales, y una transformación digital que está presente en todos los ámbitos de la sociedad, y que abre la puerta a grandes oportunidades para “democratizar” el acceso a los servicios financieros.

Nuestra estrategia se basa en combinar las posibilidades que ofrecen estas nuevas tecnologías con las microfinanzas tradicionales, para conseguir un modelo de inclusión financiera que sea más eficiente y que pueda extenderse a segmentos que aún están fuera del alcance del sector.

Hace 10 años, entre todos, estábamos contribuyendo a mejorar la historia de la inclusión financiera en Colombia y comenzábamos a escribir la primera página de un libro nuevo. Ese libro, hoy cumple una década y nos sentimos orgullosos, sobre todo de lo que en él se ha escrito, historias de nuestros emprendedores, personas que son un ejemplo impresionante de superación y de dignidad.

## "Gracias a Bancamía por permitirme hacer banca de otra manera"

### PEDRO SAÍZ RUÍZ

Integrante de la Junta Directiva  
desde la fundación del Banco

Hace una década, en octubre del año 2008, asistí a la primera reunión de la Junta Directiva de Bancamía, que con estatuto de Banco nacía como continuador de las actividades de la Corporación Mundial de la Mujer Colombia y la Corporación Mundial de la Mujer Medellín, con la participación mayoritaria y el apoyo de la Fundación Microfinanzas BBVA.

Surgía de esta manera la primera entidad microfinanciera de Colombia dispuesta a colaborar en el desarrollo productivo de los emprendedores de este país.

A nivel personal, tras treinta años trabajando en una entidad de primer nivel mundial, y con un conocimiento superficial en el mundo de las microfinanzas, nunca imaginé descubrir una actividad tan ilusionante y gratificante.

La financiación de Bancamía al esfuerzo de los microempresarios, hoy permite ver en ellos su progreso económico, abandonando niveles de pobreza y exclusión, lo que se constituye en la mejor recompensa para todos los que participamos en el trabajo de la entidad y vivimos día

a día en nuestra relación con estos clientes, historias de superación y éxito totalmente ejemplares.

Porque esta es nuestra ilusión: colaborar en la construcción de un futuro mejor para las personas, ayudando a emprendedores vulnerables a alcanzar y cumplir sus ilusiones por alcanzar una vida mejor.

Gracias Bancamía por permitirme hacer banca de otra manera, por compartir el trabajo de hombres y mujeres de la gran familia que hoy son los miles de colaboradores, quienes trabajan responsablemente para este gran proyecto de facilitar un mejor futuro a todos los clientes.

Todavía queda mucho por hacer, el país se enfrentará a unos años con grandes retos y ahí estará Bancamía, colaborando en ese mejor porvenir para las personas más vulnerables, como dice nuestro himno corporativo ¡Por Colombia!

Por todo esto y muchas cosas más alcanzadas en estos diez años: ¡gracias Bancamía por hacer parte de este recorrido, por la vida e ilusiones de tantas personas!



**Hace 10 años nacía un banco pegado a un corazón.** Entre todos estábamos contribuyendo a mejorar la historia de la inclusión financiera en Colombia



Tras treinta años trabajando en una entidad de primer nivel mundial, **nunca imaginé descubrir una actividad tan ilusionante y gratificante como las microfinanzas**

## "Para la CMMC es un honor y un privilegio ser accionista de Bancamía"



**MARÍA ISABEL PÉREZ PIÑEROS**

Directora Ejecutiva

Corporación Mundial de la Mujer Colombia

La Corporación Mundial de la Mujer Colombia, en el año 2005, vivía un momento crucial. Como una entidad sin ánimo de lucro cuyo objetivo era el otorgamiento de microcréditos a poblaciones en situación de vulnerabilidad y pobreza económica, de preferencia mujeres, debía enfrentar el futuro de una manera responsable, lo que iba a implicar convertirse en una entidad vigilada que además de microcréditos pudiera ofrecer a las poblaciones atendidas, todos los servicios microfinancieros con cobertura nacional.

En octubre de 2008, la Corporación Mundial de la Mujer Colombia, la Corporación Mundial de la Mujer Medellín y la Fundación para la Microfinanzas BBVA, se unieron para crear la primera entidad financiera vigilada de microfinanzas en Colombia, enfocada en la atención de esas poblaciones que, por sus condiciones de vulnerabilidad, no tenían acceso al sistema financiero tradicional.

Fruto de esta unión, nace **BANCAMÍA S.A.**, entidad en la que se ha fusionado la metodología enfocada en el sector de la microempresa que las Corporaciones habían implementado por veinte años y la fortaleza en el sector financiero de la Fundación con su modelo de finanzas productivas responsables.

Por otra parte, la creación de **BANCAMÍA** le ha dado a la CMMC la posibilidad de retribuir en in-

versión social a las poblaciones más vulnerables de Colombia, lo que estas le representaron en fortalecimiento patrimonial, cuando creyeron en ella y depositaron su confianza para solicitar un crédito y sobre todo, para de manera responsable cumplir con la obligación adquirida y pagarlo a tiempo.

En estos diez años, **BANCAMÍA** tiene más de 199 oficinas y esto ha permitido que la CMMC, también hubiera salido de su radio de acción como entidad de microcrédito y hoy tenga presencia en quince departamentos de Colombia en los que desarrolla proyectos de formación y fortalecimiento socio-empresarial para comunidades en situación de vulnerabilidad, con una oferta de atención integral, especializada y sostenible.

En estos primeros diez años ha diversificado su oferta y su presencia en áreas rurales apartadas. El crédito agropecuario que ofrece en estas zonas, es hoy una línea de vital importancia y de grandes proyecciones porque está enfocada en atender a la población más desprotegida de Colombia.

Para la CMMC es un honor y un privilegio ser accionista de **BANCAMÍA** y al celebrar este primer decenio, piensa y siente que la decisión tomada hace ya diez años, no podría haber sido mejor.



**Bancamía combina su juventud y dinamismo** con la seriedad y responsabilidad para hacer las cosas bien.

## "Bancamía, nuestro banco aliado que facilita el progreso"



**ANA MARÍA SÁNCHEZ OSPINA**

Directora Ejecutiva

Corporación Mundial de la Mujer Medellín

Cuando se habla de la palabra "Banco" en un país como Colombia, posiblemente las opiniones no sean las más positivas, sin embargo, cuando se habla de **Bancamía**, la percepción en los colombianos definitivamente cambia.

En nuestro país no existía un banco con sentido social, que apoyara el desarrollo productivo de los emprendedores, y mucho menos con servicios a la medida.

Gracias a la unión de La Corporación Mundial de la Mujer Colombia, la Fundación Microfinanzas BBVA y nuestra Corporación Mundial de la Mujer Medellín podemos decir con gran satisfacción que desde el 2008 combatimos la pobreza, buscamos mejorar la calidad de vida de las familias de bajos ingresos, cerramos brechas disminuir la desigualdad y abrimos la puerta de las oportunidades a todo un país de personas pujantes y trabajadoras.

Creímos en el talento de nuestra gente y convertimos a **Bancamía** en una herramienta eficaz

para el desarrollo social y monetario de las comunidades más desfavorecidas, llegándoles con productos y servicios encaminados a generar ingresos y a transformar sus vidas.

En la Corporación Mundial de la Mujer Medellín nos sentimos orgullosos de pertenecer a esta alianza y de contar con un banco amigo, que gracias a su buen desempeño genera recursos financieros que nos permiten la reinversión de recursos en programas sociales para transformar la vida de los microempresarios, logrando llegar a todo el país, en especial a regiones como Urabá, con programas de mayor cobertura y alcance.

Gracias **Bancamía** por facilitar el progreso de nuestros emprendedores y de nuestro país, por impulsar día a día el desarrollo económico de Colombia y por democratizar la Banca en beneficio de los microempresarios colombianos.



**¡Gracias Bancamía por facilitar el progreso de nuestros emprendedores y de nuestro país,** por impulsar día a día el

desarrollo económico de Colombia y por democratizar la Banca **en beneficio de los microempresarios colombianos!**

## "He crecido de la mano de Bancamía"

### **JUAN GUILLERMO MONTOYA**

Gerente Comercial Territorial Occidente  
Vicepresidencia de Desarrollo Productivo de Clientes

En los inicios del Banco éramos alrededor de 1.000 empleados, tan solo 70 oficinas y 470.000 clientes aproximadamente. Hoy en día tenemos más de 3.000 empleados y más de un millón de clientes.

Yo empecé en Bancamía desempeñándome como Ejecutivo de Desarrollo Productivo, llegué a ser Gerente de Oficina, luego Gerente Experto, posteriormente Gerente de Zona, y hace un par de años me desempeño como Gerente Territorial, lo que indica que tengo a cargo el 35% de la fuerza comercial del Banco.

En el desarrollo formativo, terminé la carrera profesional, hice una especialización y recientemente con el apoyo del Banco, terminé una maestría.

Estando en el Banco me casé, construí una familia, y todo ha acontecido alrededor de esta

gran empresa. Bancamía siempre ha estado ahí, acompañándome y apoyándome en los momentos más importantes de mi vida.

El crecimiento personal, tanto profesional y familiar ha sido muy importantes en estos 10 años.

Hablando un poco de las experiencias y anécdotas, todas están relacionadas con los clientes; la que más recuerdo, sucede en el Urabá Antioqueño, cuando era ejecutivo, fui a visitar a una señora que vendía sancocho a \$200, con papa a \$300 y con hueso a \$400... le hacían fila en el barrio donde estábamos para comprarle; la historia de vinculación de esa cliente me conmovió mucho.

A todos los felicito por estos 10 años y les invito a seguir adelante, espero que sean muchos años de prosperidad en nuestro Banco.

## "Bancamía en una palabra es gratitud"

### **JOHANA ANDREA GAVIRIA**

Especialista de Gestión y Desarrollo  
Vicepresidencia para el Desarrollo del Colaborador

Cuando ingresé al Banco, hace 12 años, recuerdo mucho las palabras de la Dra. Margarita Correa durante el proceso de inducción, ella mencionaba que era un Banco diferente y que las personas que ingresábamos al Banco deberíamos tener una alta vocación social.

Yo he crecido de la mano de Bancamía en muchos aspectos: en lo personal, profesional, sin duda en lo económico y también en el campo espiritual, porque creo que el Banco proporciona herramientas para que el colaborador crezca de manera integral.

Mis mejores experiencias en Bancamía han sido en dos oportunidades:

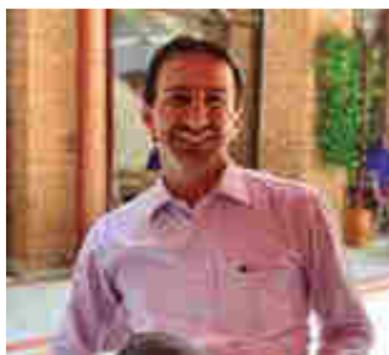
La primera que recuerdo mucho fue cuando visitamos a un cliente en zona rural, en el municipio de la Ceja Antioquia, en un cultivo de papa, nos tardamos una hora y media en el desplazamiento, cuando llegamos a las 11 de la mañana, el cliente nos recibió con frijoles y chicharrón, mientras realizábamos el levantamiento de la información fi-

nanciera del negocio. Esta experiencia nos generó mucho impacto y alegría, pues ese es el tipo de clientes que atendemos, son bastante gratos y las relaciones que establecemos con ellos son de mucha cercanía y confianza, como en familia.

La segunda experiencia que recuerdo fue durante un proceso de inducción con un grupo de colaboradores bien dinámico, tanto, que compusieron el himno de Bancamía en género vallenato, y al entonar nuestro himno institucional al inicio y cierre de la sesión, luego cantaban el himno en vallenato para dar alegría a la jornada, ya podrán imaginarse de que región eran estos colaboradores, y así dábamos inicio al proceso formativo en un ambiente bastante enérgico.

Bancamía en una palabra es gratitud porque me ha permitido crecer, recibir muchos beneficios y también entregar conocimiento, la experiencia que he adquirido aquí me ha hecho, y por eso Bancamía es gratitud.

Feliz aniversario Bancamía y esperamos que sean muchos más.



Bancamía siempre ha estado ahí, acompañándome y apoyándome **en los momentos más importantes de mi vida**



Bancamía proporciona herramientas **para que los colaboradores crezcamos de forma integral**

## "Bancamía me dio la oportunidad de mi primer préstamo"

### MARÍA NOELIA SORA

Emprendedora

Yo llegué con mi familia desde San Carlos Antioquia desplazada por el grupo paramilitar del pueblo, vine a Medellín buscando nueva vida. Mi hija mayor tenía 3 añitos y la otra hija solo 2 mesecitos, el otro hermanito tenía 12 años y mi hermano especial. Estaban muy pequeñitos, y dependía de lo que yo pudiera hacer por todos para salir adelante, entonces me puse a hacer arepas para vender.

Me levanto a trabajar a la 1 de la mañana, comienzo lavando el maíz, hago frijoles, arroz, tortas de carne, salchichón, chorizo y empanadas. Ese es mi negocio.

Empecé a trabajar con muy poquito y un día pasaron por acá dando volantes de Bancamía, fui y averigüé para solicitar un préstamo, la asesora me dijo que me podían hacer un préstamo de 500 mil pesos, y yo sentía que eso era mucha plata.

Con eso fui arranqué y mi negocio fue progresando, ya compré mi casa gracias a Dios, no es la excelencia, pero es mi casa, y me siento orgullosa diciendo que esta es mi casa.

Uno mismo puede salir adelante, no hay que esperar a que nadie le dé nada. Se pasan dificultades,



pero todos las tenemos, se tiene que creer en uno, porque de lo contrario no se es capaz.

Ahora, mis dos hijas estudian: la mayor enfermería, y la otra está en la universidad de Antioquia; mi hijo es chef y trabaja en un restaurante.

Sueño con ver a mis hijas realizadas, ver mi negocio más grande y en un futuro no solo trabajar, sino tener empleados y yo me pueda dedicar a administrar mi negocio...

¡Tengo muchos sueños!

"...Se tiene que creer en uno mismo, porque de lo contrario no se es capaz de salir adelante"

## "A Bancamía lo recomiendo porque además de darnos préstamos, nos brinda asesoría técnica"

### JESÚS MORENO

Agricultor

Estamos ubicados con mi familia en Cundinamarca en el municipio de Guachetá. Acá en esta finca vivo con: mi esposa Gladys y mis 4 hijos.

Nos dedicamos a trabajar la tierra, cultivarla para tener el sustento diario bien sea directamente de los productos que cosechamos, y lo que sobra lo vendemos.

Yo comienzo a hacer mis labores en la huerta a las 6 de la mañana, alisto el abono y me paso el día trabajando hasta las 6 de la tarde.

Conocimos de Bancamía hace más de 2 años; en ese entonces estábamos comenzando, pero nos faltaba asesoría sobre el riego y los insumos que debíamos adquirir para no aplicar productos químicos.

El Banco nos colaboró en el momento que no teníamos con que trabajar en el campo, no teníamos cómo sembrar, ellos nos brindaron ese apoyo.

Lo más importante fue la ayuda con asesoría técnica para realizar los cultivos y así poder sacar cada proyecto adelante.

Nosotros estamos dentro del proyecto MEBA, en el que se implementan medidas de adaptación al cambio climático. Aquí en la finca tenemos algunas: Invernadero, Huerto Casero, lombricomposta y Compostaje. La implementación de MEBA nos ha servido para mejorar la calidad de vida, promoviendo el autoconsumo, también para poder venderles a los vecinos, que se den cuenta del cambio de sabor y la calidad de los productos que se producen en esta finca. Cuando vimos los resultados, empezamos a implementar otras medidas de adaptación.

El planeta necesita de estas medidas, ya que, con el calentamiento global, cada ciclo de lluvia y cada periodo de verano va cambiando y se va alargando. Al implementar esas medidas estamos contribuyendo en pequeñas dimensiones al medio ambiente.



A Bancamía lo recomiendo porque, además de darnos préstamo, nos brindan asesoría técnica, que es un paso grande en el cual cada uno de nosotros los agricultores tenemos una oportunidad para salir adelante, allá le dan la plástica y le dan comodidades para pagar. Si uno es cumplido, tendrá siempre las puertas abiertas para salir adelante.

"El Banco nos ha colaborado en el momento que **no teníamos con qué trabajar en el campo, no teníamos cómo sembrar...**"



---

# INFORME DE GESTIÓN SOSTENIBLE 2018

---

"Por todas estas razones, en Bancamía seguiremos trabajando en los próximos años por el progreso de los microempresarios colombianos, porque estamos convencidos que con ello estamos contribuyendo al desarrollo de nuestro país".

**Miguel Ángel Charria Liévano, presidente ejecutivo de Bancamía.**

**Banca**  **mía** | **10**  
Facilitamos su progreso | AÑOS

Fundación  
**BBVA** MicroFinanzas

# Tabla de Contenido



CARTA DE LA **PRESIDENTA DE LA JUNTA DIRECTIVA** p. 46

CARTA DEL **PRESIDENTE EJECUTIVO** p. 48



01.

## ACERCA DE ESTE INFORME Y LA GESTIÓN CORPORATIVA DE **BANCAMÍA P.53**

- Informe de Gestión Sostenible 2018 p.53
- Acerca de Bancamía p.58
- Gobierno Corporativo p.62
- Sistema de Cumplimiento p.74
- Gestión de riesgos p.82
- Comunicación Responsable p.88
- Apoyo a las mujeres emprendedoras p.92



02.

## CULTURA Y **APRENDIZAJE P.98**

- Desarrollo de los Colaboradores p.100
- Generación de oportunidades laborales p.102
- Plan de Beneficios para Colaboradores p.108
- Formación y Capacitación p.112



03.

## **PROCESOS P.121**

- Proyecto de Movilidad p.122
- Cadena de abastecimiento p.126
- Oficina Virtual p.128



04.

## **FINANCIERA P.130**

- Entorno Macroeconómico p.132
- Situación Financiera de Bancamía p.133
- Estado de Situación Financiera p.134
- Estado de Resultados Acumulado p.135



05.

## **CLIENTES P.137**

- Finanzas Productivas p.138
- Portafolio de Servicios Microfinancieros p.148
- Red de Canales y Corresponsales Bancarios p.158
- Corresponsales Bancarios p.160
- Banca Móvil p.162
- Cajeros Automáticos p.163



06.

## **SOSTENIBILIDAD P.165**

- Valor Económico generado, distribuido y retenido p.166
- Educación Financiera p.168
- Productos Verdes p.178
- Ecoeficiencia p.182
- Medición y Compensación de la Huella de Carbono Corporativa p.188
- Medir realidades que impulsan sueños p.194
- Tabla GRI p.228

# Índice de gráficos

<b>Gráfico 1.</b> Construcción de la materialidad 2018	56	<b>Gráfico 15.</b> Tipos de contrataciones y vinculaciones 2018	103	<b>Gráfico 29.</b> Proveedores nacionales y extranjeros	127	<b>Gráfico 44.</b> Usuarios transando en banca móvil	163
<b>Gráfico 2.</b> Matriz de materialidad 2018	57	<b>Gráfico 16.</b> Participación de colaboradores por género - vinculaciones 2018	103	<b>Gráfico 30.</b> Red de oficinas Bancamía	139	<b>Gráfico 45.</b> Valor económico generado, distribuido y retenido 2018	166
<b>Gráfico 3.</b> Resultados alineados a los ODS	56	<b>Gráfico 17.</b> Oportunidades de aprendizaje 2018	105	<b>Gráfico 31.</b> Crecimiento de clientes, oficinas y corresponsales	140	<b>Gráfico 46.</b> Distribución del valor económico por grupo de interés	167
<b>Gráfico 4.</b> Composición Accionaria 2018	59	<b>Gráfico 18.</b> Contrataciones en misión 2018	105	<b>Gráfico 32.</b> Clientes del activo y pasivo	142	<b>Gráfico 47.</b> Clientes que recibieron asesoramiento objetivo	170
<b>Gráfico 5.</b> Fundación Microfinanzas BBVA.	60	<b>Gráfico 19.</b> Índice de rotación de colaboradores	106	<b>Gráfico 33.</b> Rangos de edad de los clientes	143	<b>Gráfico 48.</b> Talleres de educación financiera	172
<b>Gráfico 6.</b> Estructura gobierno corporativo a 31 de diciembre de 2018	62	<b>Gráfico 20.</b> Índice de rotación por género	107	<b>Gráfico 34.</b> Principales características de los clientes	145	<b>Gráfico 49.</b> Participantes de talleres de educación financiera	173
<b>Gráfico 7.</b> Gestión de conflicto de intereses	70	<b>Gráfico 21.</b> Beneficios de ley - licencias de maternidad y paternidad	111	<b>Gráfico 35.</b> Cartera de crédito	147	<b>Gráfico 50.</b> Educación financiera para colaboradores	174
<b>Gráfico 8.</b> Sistema de actitud responsable	76	<b>Gráfico 22.</b> Horas de formación por líneas de gobierno	114	<b>Gráfico 36.</b> Productos del pasivo	148	<b>Gráfico 51.</b> Beneficios e impactos Crediverde - Adaptación	180
<b>Gráfico 9.</b> Gestión de peticiones, quejas y reclamos (PQRs)	78	<b>Gráfico 23.</b> Formación de semilleros	116	<b>Gráfico 37.</b> Saldos de Certificados de Depósito a Término - CDT	150	<b>Gráfico 52.</b> Consumo de recursos y porcentaje de ahorro	182
<b>Gráfico 10.</b> Comunicación responsable	89	<b>Gráfico 24.</b> Colaboradores evaluados en su desempeño	117	<b>Gráfico 38.</b> Estudio de satisfacción de clientes	157	<b>Gráfico 53.</b> Consumo de energía eléctrica	184
<b>Gráfico 11.</b> Bancamía en redes sociales	90	<b>Gráfico 25.</b> Distribución de colaboradores por género, edad y línea de gobierno	118	<b>Gráfico 39.</b> Oficinas en municipios con mayor pobreza multidimensional	158	<b>Gráfico 54.</b> Consumo de papel	185
<b>Gráfico 12.</b> Principios para el empoderamiento de la mujer	95	<b>Gráfico 26.</b> Desarrollo de movilidad en producción	123	<b>Gráfico 40.</b> Red de oficinas Bancamía	159	<b>Gráfico 55.</b> Consumo de agua	186
<b>Gráfico 13.</b> Colaboradores afiliados a la convención	101	<b>Gráfico 27.</b> Impacto de la movilidad en la productividad	124	<b>Gráfico 41.</b> Crecimiento corresponsales bancarios propios	160	<b>Gráfico 56.</b> Emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) 2018	189
<b>Gráfico 14.</b> Nuevas contrataciones 2018	102	<b>Gráfico 28.</b> Impacto de la movilidad en ahorro de tiempo	124	<b>Gráfico 42.</b> Transacciones monetarias banca móvil	162	<b>Gráfico 57.</b> Comparativo emisiones GEI últimos 4 años	192
				<b>Gráfico 43.</b> Transacciones no monetarias banca móvil	163		

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Miembros de Junta Directiva periodo 2017-2019	67
<b>Tabla 2.</b> Distribución de colaboradores por cargo, edad y género.	100
<b>Tabla 3.</b> Plan de beneficios	109
<b>Tabla 4.</b> Horas de formación	113
<b>Tabla 5.</b> Plan de desarrollo por competencias	114
<b>Tabla 6.</b> Escuela de gerentes	116
<b>Tabla 7.</b> Situación financiera	134
<b>Tabla 8.</b> Estado de resultados acumulado	135
<b>Tabla 9.</b> Colocación créditos Crediverde - Adaptación 2018	179

## Membresías en Asociaciones



**Asomicrofinanzas:** Bajo el rol de miembro fundador, Bancamía mantiene una participación activa en el gremio de la industria microfinanciera colombiana, contribuyendo en la definición de estrategias y modelos de negocio, en la gestión de riesgos y la incidencia en política pública, con el propósito de aportar a la consolidación del impacto social y económico de las microfinanzas.



**Asobancaria:** Bajo el rol de miembro y la activa participación de expertos en cada uno de los 17 comités temáticos liderados por la asociación, el Banco mantiene su compromiso de estar a la vanguardia en el desarrollo de soluciones de industria que aporten a la consecución de objetivos estratégicos del sector financiero colombiano.



**Comunidad Aequales:** Bancamía hace parte de la comunidad Aequales promoviendo la disminución de las brechas de género en el ámbito laboral, buscando contribuir al desarrollo inclusivo, para transformar las organizaciones a través de la equidad de género y la diversidad.

**Consejo Superior de la Microempresa:** Bancamía es miembro del consejo superior de la microempresa, una instancia consultiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para la fijación de la política pública alrededor de los microempresarios y del microcrédito, la designación de Bancamía fue hecha por la asociación bancaria y entidades financieras de Colombia en el año 2011, por el reconocimiento a la labor realizada durante estos años.

## Carta de la Presidenta de la Junta Directiva

Una vez más, me complace saludarlos y compartirles el Informe de Gestión Sostenible de Bancamía, documento que resume la actividad de nuestra Entidad en el pasado ejercicio.

El año 2018 fue un año de grandes desafíos en el contexto colombiano, caracterizado por una elevada incertidumbre en términos macroeconómicos y políticos. Las condiciones internas adversas, así como la evidente polarización política en periodos electorales y los grandes escándalos de corrupción, fueron determinantes para el bajo crecimiento económico del país (2.7%), sumado a la ley de financiamiento que deterioró el Índice de Confianza del Consumidor. Mayúsculas iniciales.

Colombia sigue enfrentando grandes brechas de desigualdad, falta de desarrollo rural, dificultades de acceso a los servicios financieros y baja formación del capital humano, que impiden alcanzar el potencial de la economía.

En muchos de estos temas, las microfinanzas han ganado un importante posicionamiento, como un aliado fundamental de los microempresarios, al facilitarles el acceso a productos y servicios financieros formales y educación financiera para acompañarlos en el desarrollo y sostenibilidad de sus negocios.

En este contexto, durante 2018 Bancamía mostró una estabilidad constante en su crecimiento, superando el millón de clientes vigentes, en una industria que en su totalidad atiende a 2.9 Millones de microempresarios.

En octubre de 2018, celebramos los 10 primeros años de Bancamía, años que para mí son motivo de gran alegría y orgullo. Hemos avanzado con determinación en la consolidación de la misión inspirada por un sueño: promover el desarrollo económico, social, sostenible e inclusivo de los emprendedores a través de las Finanzas Productivas, llegando en esta primera década a un millón de clientes vigentes.

Apostarle a la inclusión financiera de los habitualmente excluidos del sistema es una contribución al desarrollo social y económico, concretamente a la disminución de la pobreza, y así lograr por esta vía una sociedad más justa y equitativa. La superación de la pobreza del 52% de nuestros clientes, después de 2 años de relación con Bancamía, refrenda el cumplimiento de este propósito.

Durante estos primeros años, hemos dado pasos importantes en la humanización de las finanzas, donde el cliente está en el centro de todas las actuaciones. Puntualmente, con la banca relacional, se nos ha permitido conocer la realidad de nuestros clientes y poderles ofrecer así productos y servicios financieros a la medida de sus necesidades, e impartir formación para la toma de decisiones acertadas, así hemos crecido año tras año el número de personas beneficiadas por nuestro programa de educación financiera “Echemos Números”™, registrando en 2018 un total de 315.220 personas.

De igual manera, es importante destacar que el año 2018 estuvo marcado por la voz de las mujeres, y Bancamía no fue la excepción. Organizamos, empresas, líderes de todo el mundo han trabajado en la búsqueda de la equidad. El empoderamiento de la mujer hoy en día trasciende lo filosófico para convertirse en un asunto de eficiencia y productividad. Las mujeres son agentes económicos fundamentales, y su inclusión plena en la economía tiene un impacto en el desarrollo y crecimiento económico de los países.

Bancamía está avanzando internamente en consolidar una cultura que promueva la equidad a través del pleno desarrollo personal y profesional de los colaboradores, pues entiende que la igualdad interna ayuda a las organizaciones a obtener un mayor y mejor desempeño además de aumentar su productividad, así como un mejor gobierno corporativo.



Durante este año también, Bancamía fue seleccionada entre más de 70 iniciativas como uno de los ganadores del nuevo modelo de cooperación internacional a través de USAID Colombia, con el Proyecto Emprendimientos Productivos para la Paz, en alianza con los socios Corporación Mundial de la Mujer Colombia y Corporación Mundial de la Mujer Medellín. El objetivo de este proyecto es acompañar a los microempresarios colombianos con emprendimiento y fortalecimiento empresarial, en hasta 58 de los municipios priorizados por USAID, contribuyendo al desarrollo sostenible e inclusivo de la población rural, donde tiene presencia Bancamía con proyecciones de impacto a 112.000 microempresarios, en 5 años.

Durante estos últimos años, Bancamía ha logrado colocarse a la vanguardia de la industria microfinanciera, gracias al apoyo de la Fundación Microfinanzas BBVA en todos los temas que generan un gran impacto social: mayor penetración en el sector rural, la incorporación de tecnologías más avanzadas, una apuesta por la digitalización, el empoderamiento de la mujer, un nuevo modelo de segmentación con propuestas de valor diferenciadas, con el fin de que les haga más fácil la vida a nuestros clientes y les permita avanzar en su desarrollo productivo.

Con esta perspectiva, nos enfrentamos a un 2019 con grandes desafíos, inmersos en una revolución tecnológica que nos genera retos en el servicio de nuestros clientes y cambios culturales al interior de la organización.

Por todos estos grandes logros, una vez más, expreso mi gratitud a todos los colaboradores por su contribución a la consolidación del Banco, a Miguel Ángel Charria mi admiración y reconocimiento por los logros de Bancamía en un año retador, y a mis compañeros de Junta un agradecimiento especial por su genuina convicción en trabajar por la misión del Banco.

Los animo a seguir perseverando en nuestro propósito, en lo que nos hace diferentes, guiándonos con la convicción plena de que el éxito de nuestros clientes, su desarrollo y avance es nuestro éxito y el camino hacia el futuro.

**MARGARITA CORREA HENAO**  
Presidenta Junta Directiva Bancamía

## Carta del Presidente Ejecutivo

El 2018 fue un año en el que se marcaron importantes hitos para la historia de Bancamía, una entidad microfinanciera con sentido social en la que estamos trabajando para cumplir cada día la misión que nos propusimos desde su creación: mejorar la calidad de vida de las familias de bajos ingresos.

Lo primero es que cumplimos 10 años de trabajo por los colombianos que se levantan todos los días a trabajar en sus microempresas para generar un desarrollo económico real en el país, teniendo en cuenta que representan la fuerza productiva más importante de Colombia, generadora del 65% del empleo nacional. Recibimos esta celebración llegando a un millón de clientes vigentes, una cifra importante para la primera entidad microfinanciera creada en Colombia.

Con esa gran fecha de contexto, pusimos al país a hablar de microfinanzas con el foro 'Microfinanzas para el progreso de una Colombia emprendedora', en el que importantes representantes del alto Gobierno, organizaciones multilaterales, agencias internacionales de desarrollo, sector financiero, medios de comunicación y de la empresa privada, expusieron los logros, retos y pasos a seguir de la industria microfinanciera, dejando de manifiesto que este es un sector de alta importancia para el crecimiento productivo de nuestra nación.

De otra parte, en 2018 la digitalización tomó fuerza en el Banco, logrando convertirse en un valor agregado estratégico en la forma de atender a los clientes y, de paso, permitirles a los colaboradores en la red de oficinas mejorar los tiempos en la ejecución de su trabajo, su retribución y su calidad de vida.

Hoy el 100% de nuestros Ejecutivos de Desarrollo Productivo atienden a los clientes en su propio negocio, gracias a la digitalización del proceso de otorgamiento de productos y servicios. Esto lo acompaña nuestra aplicación de movilidad que permite gestionar de manera digital las solicitudes de préstamos, la apertura de cuentas de ahorro y la entrega de información.

De esta forma nos hemos metido de lleno en una estrategia de transformación digital con la que queremos potenciar y llevar a otro nivel la esencia de nuestra actividad, que es la Banca Relacional, el acompañamiento y la asesoría cercana con cada uno de nuestros clientes. Vemos una gran oportunidad de adaptar estas nuevas tecnologías al modelo tradicional de microfinanzas haciéndolo más eficiente, utilizando como palanca nuestra cercanía con los clientes para lograr que ellos también se transformen en usuarios digitales y puedan acceder a los innumerables beneficios de esta nueva era.

El 2018 arrancó con importantes perspectivas económicas que auguraban un año muy positivo y aunque tuvo un mejor desempeño comparado con 2017, en la industria microfinanciera nos enfrentamos a entornos difíciles en términos de crecimiento de la actividad y deterioro de la calidad crediticia. A pesar de ello, el trabajo de colaboradores comprometidos, el apoyo de los Accionistas y la Junta Directiva, unido al fortalecimiento tecnológico que pudimos poner en marcha, en Bancamía alcanzamos importantes resultados. Empezamos por destacar que entregamos más de 281.000 créditos productivos que representaron desembolsos por \$1,2 billones para capital



de trabajo, inversión y fortalecimiento de los negocios de pequeños empresarios del campo y la ciudad, muchos de ellos excluidos del sistema financiero. Esto nos permitió alcanzar una expansión en 11,5% del total de clientes, 54% de ellos mujeres, 50% con educación primaria a lo sumo y 44% pobladores de zonas rurales.

En productos, reportamos que, en el último año, el banco creció 12% en el valor total de los créditos entregados, esto permitió tener un incremento del 10% en el total de la cartera vigente, llegando a \$1,3 billones. Unido a esto, en 2018 comprobamos que los microempresarios sí ahorran cuando

desarrollamos productos acordes a sus necesidades. Esto se evidenció en el crecimiento en saldo de CDTs del 38% y en ahorro del 14%, este último principalmente en zonas rurales.

Asimismo, como una estrategia para fortalecer nuestro modelo de banca relacional, el banco puso en marcha una iniciativa para acercar más sus productos y servicios a los clientes a través de Corresponsales Bancarios propios y de redes posicionadas, llegando a casi 16.000 puntos de atención, lo que representa una expansión del 323% en este canal, donde las personas pueden realizar consignaciones, retiros y pago de sus cré-



ditos sin tener que ir a una oficina, además de encontrar mayor flexibilidad en horarios de atención, pues los comercios aliados atienden fines de semana y festivos.

En la ampliación de nuevos canales de atención, fortalecimos el uso de la Banca Móvil, llegando a 145.000 usuarios al finalizar 2018. Igualmente, terminamos los desarrollos de nuestra oficina virtual (web transaccional) con la que aspiramos generar importantes ahorros para los clientes en el tiempo y dinero que invierten para acercarse a una oficina física del banco.

Entre las iniciativas que pusimos en marcha, destaco la ejecución de un Laboratorio Rural que hicimos en 6 municipios del Huila, Tolima y Córdoba en el que logramos demostrar que los campesinos sí pueden ahorrar, usan sus productos financieros si cuentan con corresponsales bancarios cerca, están comprometidos con el cuidado del medio ambiente y siguen dispuestos a recibir educación financiera, lo que puso de manifiesto que una intervención integral desde las microfinanzas en una zona específica logra romper barreras de acceso, uso, calidad y bienestar para generar desarrollo productivo y una verdadera inclusión financiera.

También presentamos a la opinión pública el programa 'Nosotros con Ellas', que busca evidenciar la importancia y el impacto social de empoderar a las mujeres económicamente desde las

microfinanzas como una condición necesaria para contribuir en la disminución la pobreza y la desigualdad, haciendo visibles las historias de emprendedoras, que gracias a su valentía hoy son actores legítimos de transformación social, a partir del testimonio de líderes nacionales e internacionales de diferentes sectores.

Visibilizar las historias de estas microempresarias que son ejemplo para muchas mujeres en el país, hizo que fuéramos reconocidos con el Premio Corresponsable a la mejor estrategia de Comunicación Responsable en Iberoamérica, convirtiéndonos en la única empresa colombiana en recibirlo.

Otro hito para destacar se refiere a la expansión en cuatro zonas del proyecto MEBA, que busca propiciar que nuestros clientes inviertan en medidas que los hagan más resilientes a los efectos del clima y menos contaminantes con el medio ambiente. Creamos una oferta de valor para financiar 40 medidas de adaptación al cambio climático que acompañamos con asesoría técnica propia y alianzas para facilitar su proceso de implementación. En este periodo otorgamos 630 créditos por más de \$1.500 millones, lo que demuestra que cada vez más se está generando una mayor conciencia sobre temas ambientales en los pequeños productores agropecuarios.

En 2018 también realizamos cambios en la forma en la que conceptualizamos y ejecutamos los

proyectos más importantes del banco. A mediados del año creamos la oficina de Proyectos y en diciembre la nueva Vicepresidencia de Transformación Digital e Innovación, desde donde se liderará el proceso de transformación digital de los próximos años. Estos cambios nos sitúan como pioneros y referentes del sector microfinanciero nacional y, sin ninguna duda, tendrán un alto impacto en la experiencia del cliente Bancamía.

Como entidad con sentido social, junto a la Fundación Microfinanzas BBVA, seguimos trabajando para generar cada vez un impacto social, económico y ambiental más significativo en la vida y los negocios de los clientes que atendemos. A través de un sistema único de medición que hemos desarrollado en equipo, logramos demostrar que el 80% de las personas atendidas con créditos son vulnerables desde el punto de vista de sus ingresos.

También encontramos que las unidades productivas de los clientes se desarrollan al tener, en promedio, un crecimiento interanual del 13% en las ventas, 9% en sus excedentes y 20% en sus activos. De allí, que de los pequeños empresarios que inician su relación con el banco siendo pobres, el 52% logra superar esa barrera de la pobreza luego de dos años de relación con la organización.

Tantas cosas en un mismo año solo se hacen posibles gracias al profesionalismo, compromiso,

conocimiento y la verdadera intención de servir a quienes más lo necesitan, demostrado por nuestros colaboradores en las 200 oficinas y desde la Dirección General. En Bancamía miramos al futuro con la ilusión y la confianza que nos generan los resultados conseguidos, y asimismo, con la ambición de llegar a las todavía millones de personas que siguen excluidas del sector financiero formal y así contribuir para que tengan mejores posibilidades de progreso.

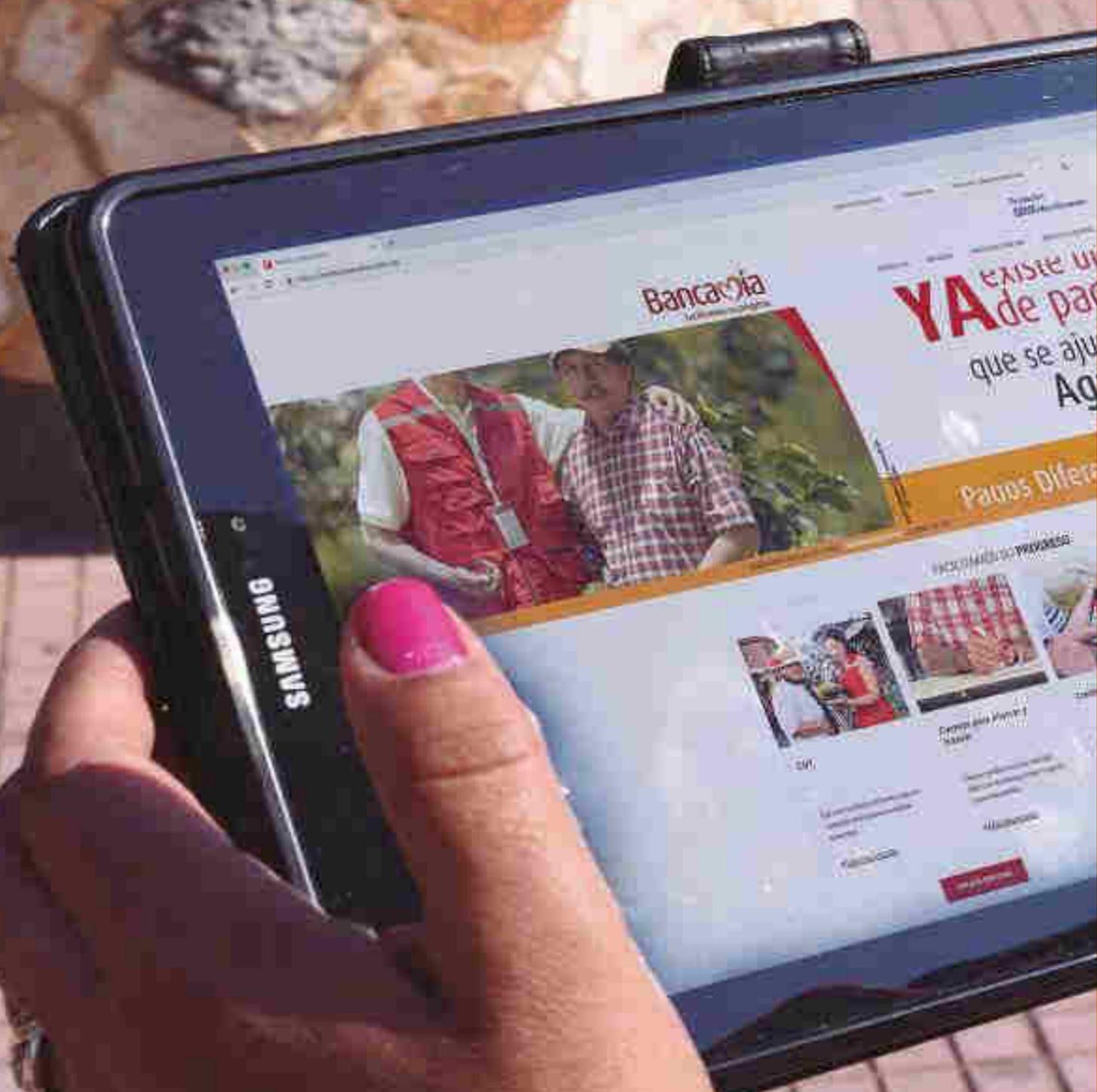
Todo esto porque nuestro compromiso con el desarrollo de los microempresarios de Colombia es genuino, es una apuesta a largo plazo y es nuestra razón de ser.

**MIGUEL ÁNGEL CHARRIA LIÉVANO**  
Presidente Ejecutivo de Bancamía



01

Acerca de  
este informe  
**y la gestión  
corporativa  
de Bancamía**



1.1

## Informe de Gestión Sostenible 2018

Bancamía comparte con todos sus grupos de interés su gran satisfacción al haber incidido de manera positiva en el mejoramiento de la calidad de vida de **1.016.625 clientes** en 2018. Con un promedio de 3,6 miembros por familia, este número de clientes representa un impacto social y económico para cerca de 3,7 millones de colombianos. Su compromiso es seguir trabajando para contribuir al desarrollo productivo de los emprendedores más vulnerables del país y aportar así al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030, a través del cumplimiento permanente de su misión corporativa.

En su octavo Informe Anual de Gestión Sostenible, Bancamía presenta la gestión realizada durante el periodo comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2018, resaltando los resultados y logros relacionados con los asuntos de mayor relevancia para el Banco y sus grupos de interés, en materia social, económica y ambiental, integrando los 9 temas más importantes del 2018. El informe ha sido preparado de conformidad con la guía del **Global Reporting Initiative**, en su versión **GRI Standards: 2018**, y con el **Suplemento Sectorial**

**de Servicios Financieros**, en un nivel de conformidad "Core" (Esencial).

La información financiera de Bancamía se prepara de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera – NIIF – vigentes en Colombia y demás disposiciones legales emitidas por las entidades de vigilancia y control. La información de carácter contable y financiera registrada en este Informe ha sido verificada y validada por la firma de Revisoría Fiscal KPMG.

Las cifras monetarias se expresan en pesos colombianos (COP\$) y se re-expresan en dólares de los Estados Unidos de América (US\$). La Tasa Representativa del Mercado – TRM - utilizada para re-expresar las cifras monetarias es de COP\$3.249,75 por 1 US\$ y corresponde al cierre del 31 de diciembre de 2018.

El Informe de Gestión Sostenible 2018 se ha preparado en línea con los objetivos establecidos para las 4 perspectivas estratégicas de Bancamía: Cultura y Aprendizaje, Procesos, Financiera y Clientes.

Los resultados de la gestión anual, se conectan bajo la perspectiva de aporte al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030.

# Perspectivas estratégicas de Bancamía:



## Cultura y Aprendizaje

Fortalecer la Cultura Bancamía con un modelo de gestión integral enfocado en calidad de seres humanos, que promueva la innovación, centrado en el servicio, orientado al cliente y basado en competencias de pensamiento, relación y emoción y un estilo de liderazgo gentil.



## Procesos

Optimizar la cadena de valor, con enfoque de productividad y eficiencia, orientada al cliente y basada en tecnología, para generar una ventaja competitiva en el mercado.



## Financiera

Generar la sostenibilidad financiera requerida para incrementar escala y alcance en las Finanzas Productivas.

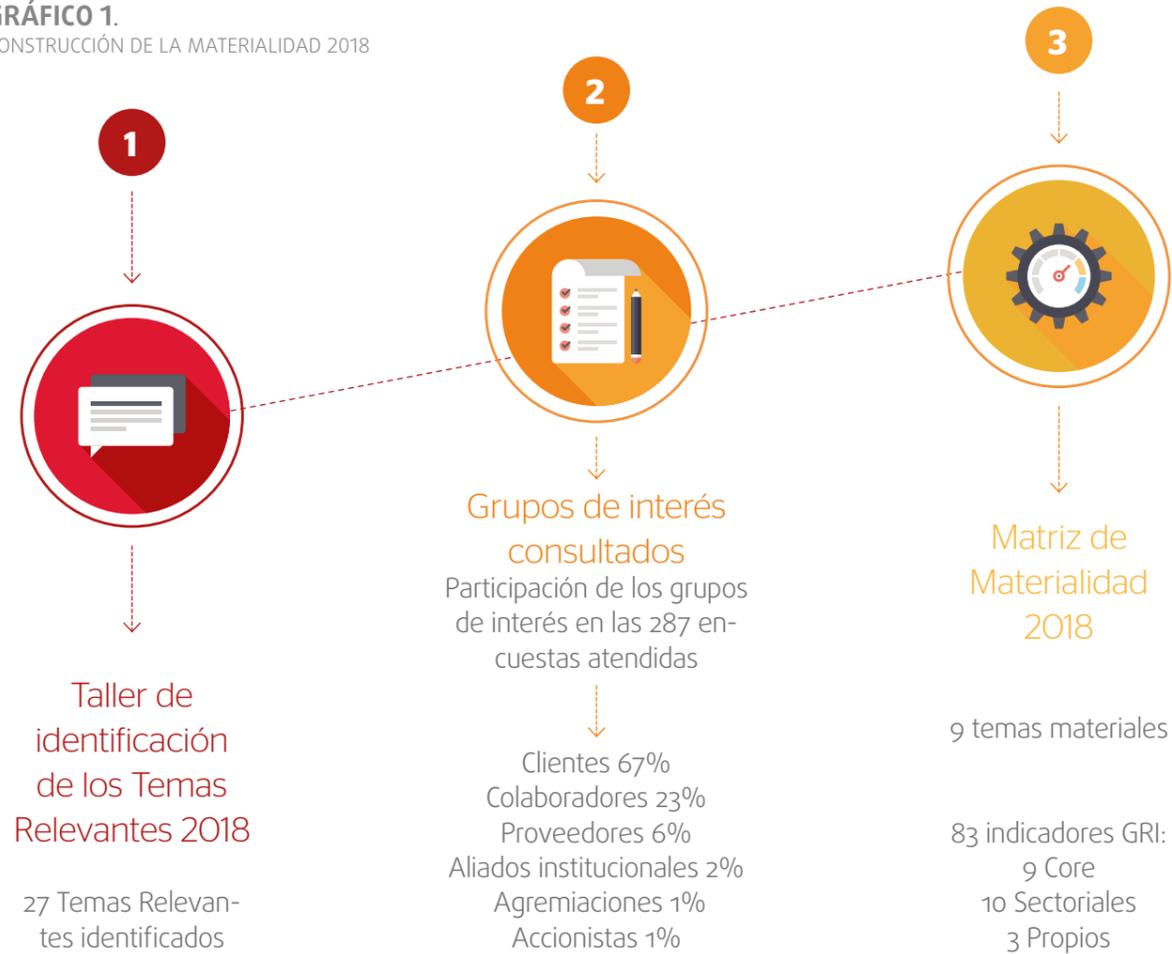


## Clientes

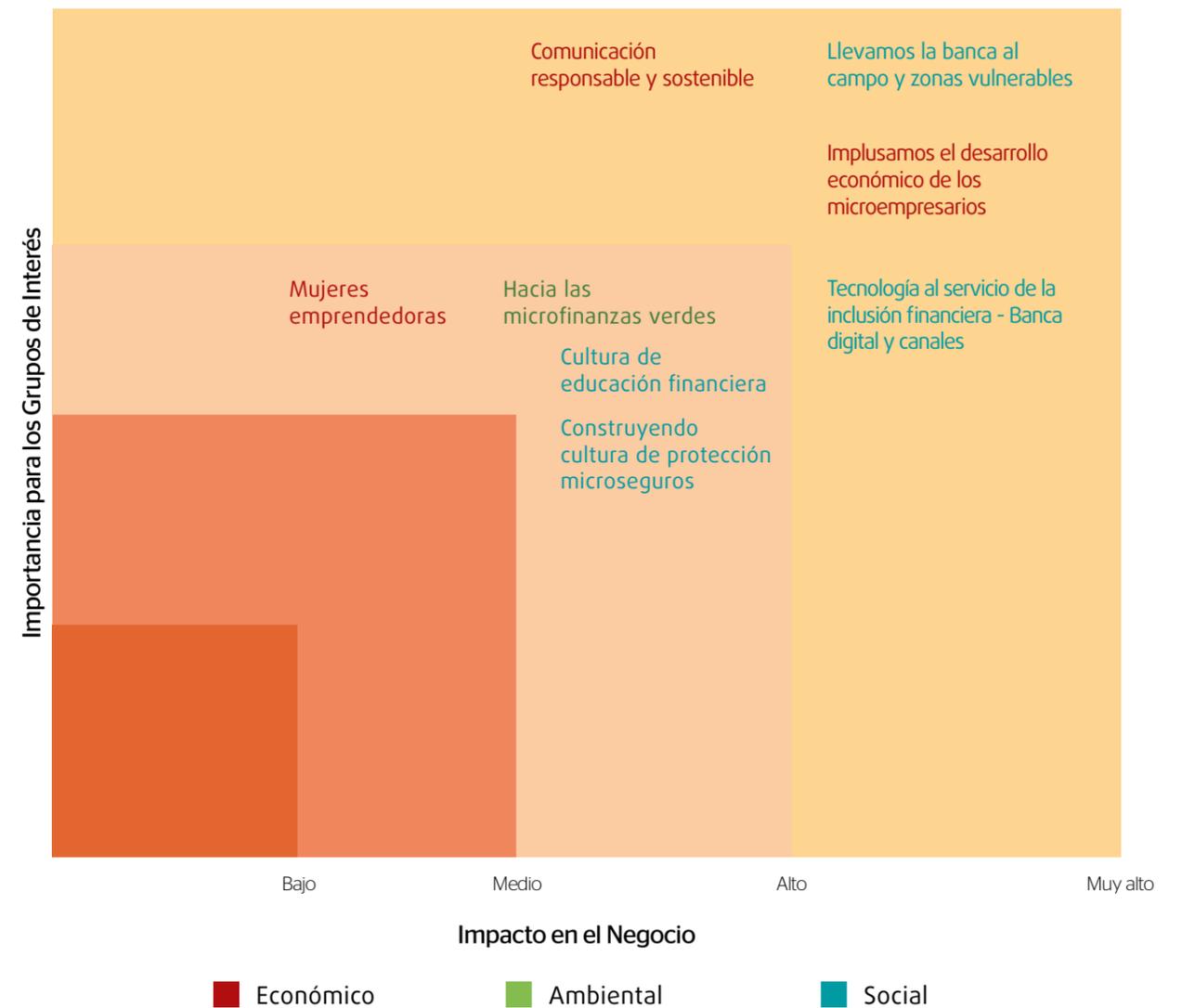
Aumentar significativamente el número de clientes y la cuota de mercado, incrementando la participación y competitividad en los ámbitos rural y urbano, asegurando calidad de cartera y desarrollo productivo, con base en el conocimiento del cliente y una oferta de valor diferenciada.

El proceso de actualización de la materialidad de 2018 se completó en 2 etapas. Se realizó un taller presencial con Directores y Gerentes de la Dirección General para identificar los temas más relevantes de la gestión del Banco en este año, obteniendo como resultado 25 temas. Posteriormente, se realizó una encuesta a los diferentes grupos de interés para priorizarlos, arrojando como resultado 9 temas materiales.

**GRÁFICO 1.**  
CONSTRUCCIÓN DE LA MATERIALIDAD 2018



**GRÁFICO 2.**  
MATRIZ DE MATERIALIDAD 2018



**GRÁFICO 3.**  
RESULTADOS ALINEADOS A LOS ODS



Aporte al cumplimiento de metas 2030

- 1.4** De aquí a 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos y acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de la tierra y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías apropiadas y los servicios financieros, incluida la microfinanciación.
- 8.3** Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.
- 10.1** Para 2030, lograr progresivamente y mantener el crecimiento de los ingresos del 40% más pobre de la población a una tasa superior a la media nacional

# 1.2

## Acerca de Bancamía

Bancamía S.A., primer establecimiento bancario especializado en microfinanzas creado en Colombia, tiene como objetivo promover el desarrollo productivo de los microempresarios quienes, con sus unidades de negocio, mejoran su calidad de vida y transforman la economía del país.

Bancamía surge de la integración misional de la Corporación Mundial de la Mujer Colombia, la Corporación Mundial de la Mujer Medellín y la Fundación Microfinanzas BBVA en el año 2008.

El propósito misional de Bancamía es mejorar la calidad de vida de las familias de bajos ingre-

sos, expresado en su visión de contribuir al desarrollo productivo de los microempresarios, a través de las Finanzas Productivas, con una oferta de valor diseñada y adaptada a sus necesidades para apoyar su desarrollo económico y el crecimiento de su actividad productiva a través de la inclusión financiera. Es un Banco con sentido social, dedicado a las microfinanzas, que atiende de forma exclusiva a emprendedores de bajos ingresos, con una metodología propia y con productos y servicios diseñados especialmente para este segmento de la población.



## Accionistas

Bancamía hace parte del grupo de entidades de la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA), principal accionista del Banco, y adopta su metodología de medición de desempeño social - MIDE, la cual es catalogada como referente en el sector microfinanciero a nivel internacional, basada en un conjunto de métricas sociales y económicas para valorar el cumplimiento misional "Midiendo lo que realmente importa".

Los resultados de esta medición son publicados anualmente en su Informe de Desempeño Social, que resume las principales magnitudes del impac-

to de la actividad de las entidades microfinancieras en los cinco países que la conforman, así: Bancamía, en Colombia; Financiera Confianza, en Perú; Banco de Ahorro y Crédito Adopem, en República Dominicana; Emprede Microfinanzas y Fondo Esperanza, en Chile, y Microserfín, en Panamá.

La Fundación es totalmente autónoma del Grupo BBVA, tanto en su personalidad jurídica como en su gobierno y gestión, e invierte su dotación en la creación y consolidación del grupo de entidades microfinancieras en América Latina, cuyos beneficios se reinvierten en la propia



**GRÁFICO 4.**  
COMPOSICIÓN ACCIONARIA 2018

actividad de la Fundación, sin ningún retorno financiero para BBVA.

En estos 11 años de actividad de la FMBBVA, se ha comprobado que proveer productos y servicios financieros adecuados a emprendedores con pocos recursos y excluidos, es clave para

generar desarrollo, mitigando la pobreza y sus consecuencias. Durante este tiempo, las entidades del Grupo de la Fundación Microfinanzas BBVA han entregado un volumen de créditos de más de US\$ 11.775 millones a más de 5 millones de emprendedores de bajos recursos.

GRÁFICO 5.  
FUNDACIÓN  
MICROFINANZAS BBVA.

Hacemos parte  
del Grupo  
**Fundación  
Microfinanzas**

**BBVA**  Fundación  
BBVA MicroFinanzas

Panamá

 microserfin

Chile

 FE FONDO EMPRENDALES |  emprende mf MICROFINANZAS

Apoyando a  
**2 Millones**  
de emprendedores

**5** 6 Entidades en  
**PAÍSES** 



República  
Dominicana

 BANCO ADOPEM

Colombia

 BancaMía  
Facilitamos su progreso

Perú

 Financiera  
confianza

**Nuestros Accionistas**

**Corporación Mundial  
de la Mujer Medellín**

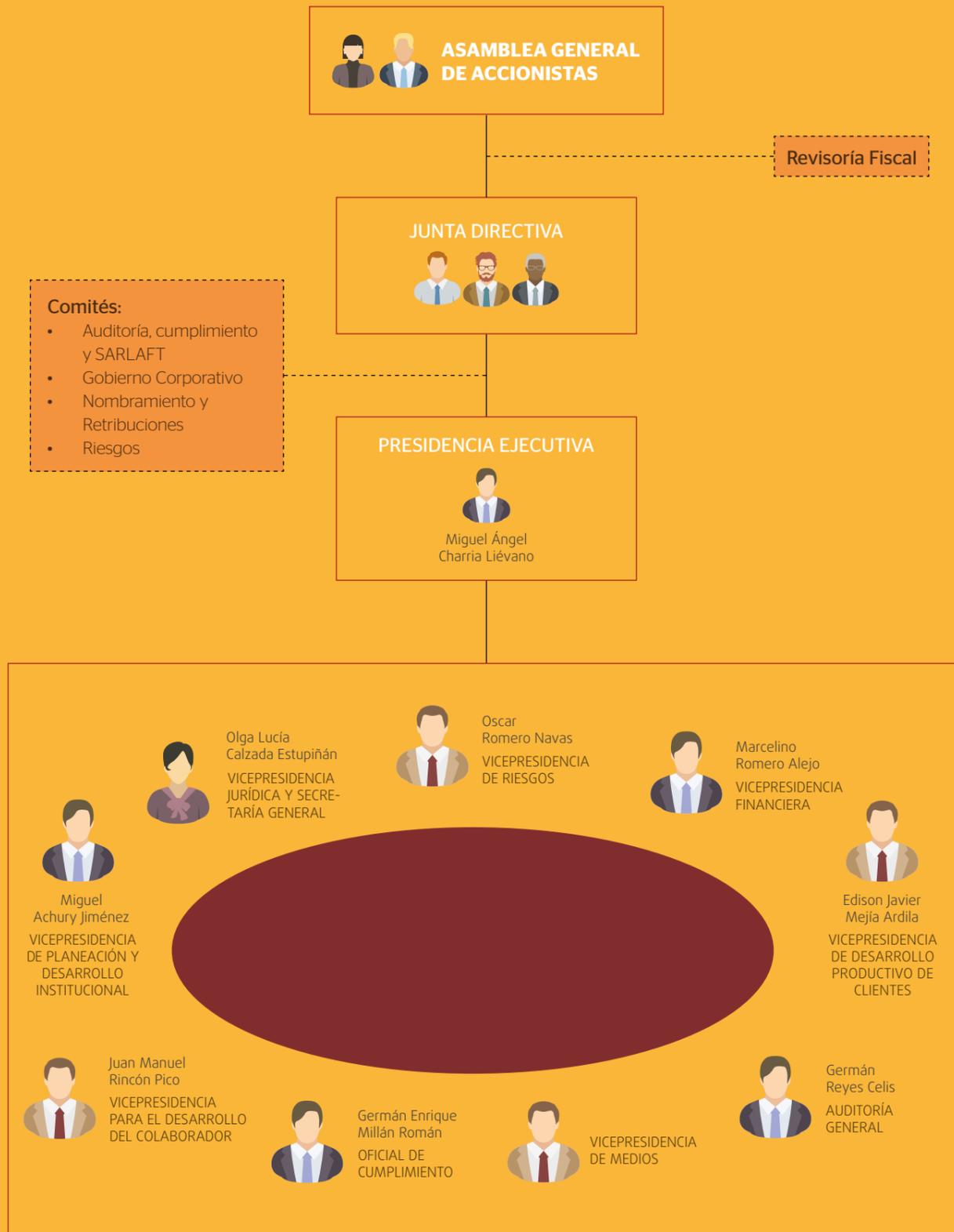
Entidad privada sin ánimo de lucro que trabaja por el desarrollo y fortalecimiento de los microempresarios a través del proyecto "De Mis Manos", traducido en tiendas para la comercialización de los productos elaborados por sus beneficiarios, contribuyendo así a su crecimiento, consolidación y transformación social y empresarial.

**Corporación Mundial  
de la Mujer Colombia**

Organización privada sin ánimo de lucro que, 20 años atrás, inició con el otorgamiento de créditos productivos para las poblaciones más vulnerables de Bogotá. Luego de la creación de Bancamía, trabaja acompañando a los emprendedores de menores ingresos, dándoles herramientas y asesoramiento directo, que les permiten generar oportunidades de negocio de las que pueden derivar ingresos dignos y sostenibles y, en algunos casos, acceder a mercados.

# 1.3 Gobierno Corporativo

GRÁFICO 6.  
ESTRUCTURA GOBIERNO CORPORATIVO  
A 31 DE DICIEMBRE DE 2018



## COMITE DIRECTIVO

De izquierda a derecha: Óscar Romero Navas - Vicepresidente de Riesgos; Miguel Achury Jiménez - Vicepresidente de Planeación y Desarrollo Institucional; Germán Millán Román - Oficial de Cumplimiento; Juan Manuel Rincón Pico - Vicepresidente para el Desarrollo del Colaborador; Edison Mejía Ardila - Vicepresidente de Desarrollo Productivo de Clientes; Miguel Ángel Charria Liévano - Presidente Ejecutivo; Olga Lucía Calzada Estupiñán - Vicepresidente Jurídica y Secretaria General; Marcelino Romero Alejo - Vicepresidente Financiero; Germán Reyes Celis - Auditor General

## Creación de la Vicepresidencia de Transformación Digital e Innovación.

A partir del 1 de enero de 2019, este nuevo cargo directivo lo ocupa Gabriela Eguidazu Villota, quien se desempeñaba como Gerente de la Oficina de Proyectos.

## Eliminación de la Vicepresidencia de Planeación y Desarrollo Institucional.

Miguel Alberto Achury Jiménez liderará el proyecto Emprendimientos Productivos para la Paz (Empropaz), que se realizará en alianza con la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), además seguirá a cargo del área de Sostenibilidad que incluye la gestión de Educación Financiera, Medición de Desempeño Social - MIDE, Ecoeficiencia, Coordinación de temas ambientales transversales (Productos Verdes y Riesgos Ambientales) y de la elaboración del Informe Anual de Gestión Sostenible.

## Cambio de Vicepresidente de Medios.



caja 2

caja 3

Incaemía

anzas

JUNTA DIRECTIVA

De izquierda a derecha: Pedro Saíz Ruíz; Catalina Martínez de Rozo; Ignacio Rojas-Marcos Castelló; Margarita Correa Henao; Javier Flores Moreno; Edith María Hoyos; Jorge Cruz Díaz



## Nominación y selección del Órgano Superior de Gobierno

Bancamía cuenta con un procedimiento para la elección de los miembros de la Junta Directiva, el cual contiene todos los pasos que debe seguir la entidad y cada uno de los órganos que participan en el proceso (Administración, Comité de Nombramientos y Retribuciones, Junta Directiva y Asamblea).

En este sentido, es pertinente indicar que conforme a lo dispuesto en el artículo 26 de los Estatutos Sociales de la Entidad, es función de la Asamblea General de Accionistas elegir para períodos de dos (2) años a los siete (7) miembros principales de la Junta Directiva, aplicando el cuociente electoral, quienes a su vez conformarán los Comités de apoyo de la Junta.

El candidato a ser miembro de la Junta Directiva deberá contar con suficiente trayectoria profesional, formación académica y experiencia, para el mejor desarrollo de sus funciones, sin perjuicio de las calidades exigidas por la ley y la regulación.

Este procedimiento de elección es validado previamente por el Comité de Nombramientos y Retribuciones, órgano que se encarga de proponer y evaluar los criterios que deben seguirse para la composición de la Junta Directiva, evaluar la idoneidad de los candidatos a miembro de la misma, y evaluar el tiempo y dedicación necesarios para que los miembros designados puedan desempeñar adecuadamente sus obligaciones.



## Alta Dirección

Durante 2018, Bancamía se enfocó en lograr mayor agilidad, facilidad y oportunidad en la atención de nuestros microempresarios. Para ello, consideró que la tecnología sería la herramienta capaz de acercar los servicios financieros de manera eficiente, pero sin dejar de lado la relación uno a uno con el cliente, que caracteriza nuestro modelo de atención y acompañamiento.

En esta línea y para afrontar estos retos, la Entidad creó la Vicepresidencia de Transformación Digital e Innovación, con el propósito de poner al cliente

y la satisfacción de sus necesidades en el centro de nuestra actividad, el objetivo será trabajar en nuevas herramientas que permitan su experiencia de servicio, buscando incluir, acercar y modernizar en pro de mejorar tiempos de respuesta, evitar costos en traslados y reducir procesos a los microempresarios de menores ingresos, en especial aquellos que se encuentran en zonas rurales.

En concreto los cambios en la estructura organizacional del Banco aprobados por la Junta Directiva fueron los siguientes:

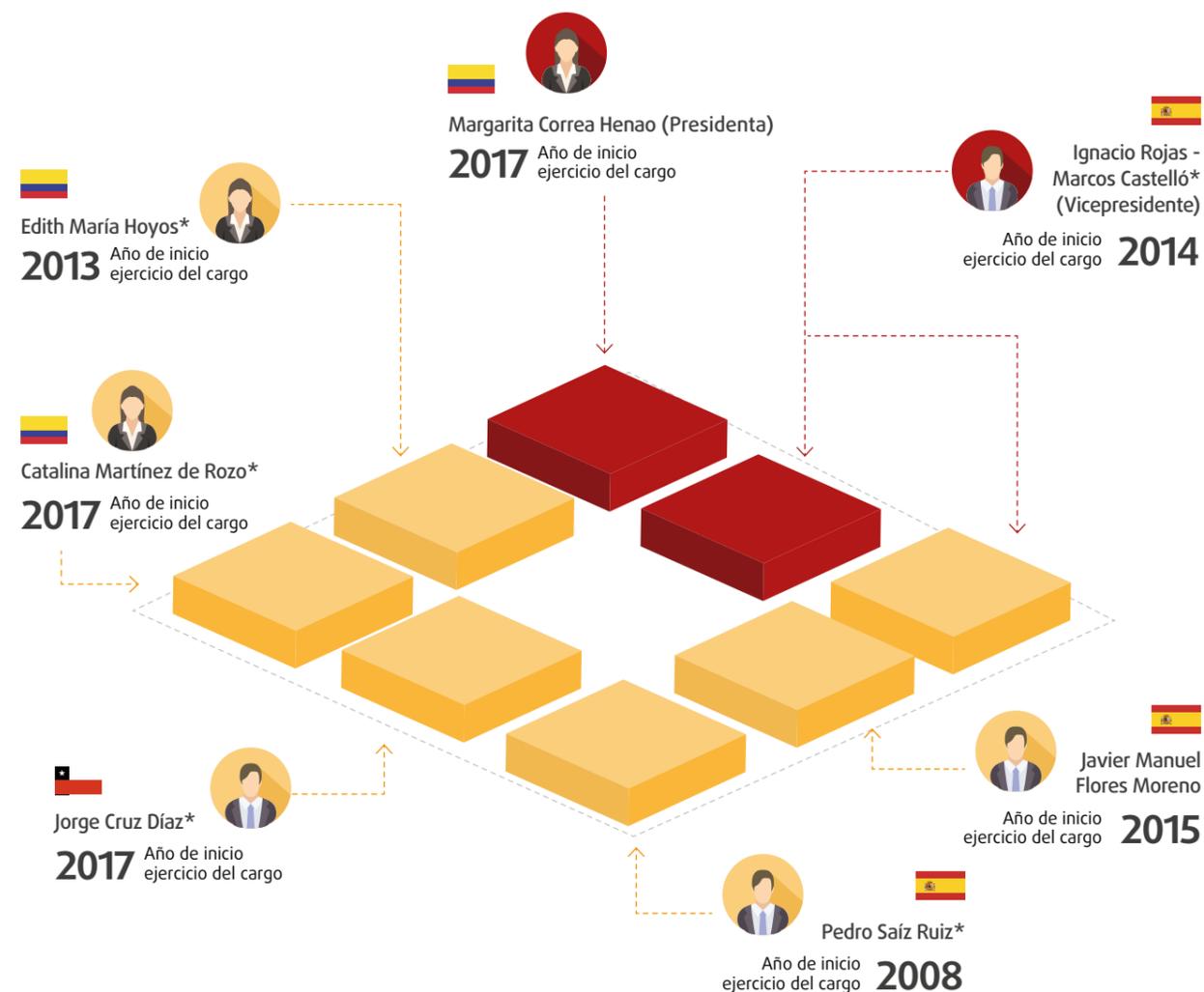


## Junta Directiva

La Junta Directiva es el máximo órgano administrativo y decisorio de Bancamía, elegida por la Asamblea General de Accionistas y conformada por siete

miembros principales que cumplen cabalmente con los requisitos legales, reglamentarios y estatutarios para el desempeño de sus funciones.

**TABLA 1.**  
MIEMBROS DE JUNTA DIRECTIVA PERIODO 2017-2019



(\*) Miembros independientes, en los términos establecidos en el artículo 44 de la Ley 964 de 2005. (Ley Mercado de Valores).



## Delegación de autoridad

Bancamía cuenta con un sistema de Gobierno Corporativo sólido, enfocado en la correcta estructuración de sus órganos de gobierno, siempre en aras de garantizar el debido conocimiento y decisión, desde todas las instancias que lo componen, de los temas económicos, ambientales y sociales que les competen.

Para tales propósitos, cuenta con un conjunto de procedimientos, políticas, manuales y demás normas que regulan las competencias de cada uno de los órganos de gobierno, en los que se delimitan los procesos de delegación.

El 25 de septiembre de 2018, la Junta aprobó la Política de Delegación de Funciones de la Alta Gerencia que, a través de la adopción de las mejores prácticas de gobierno corporativo establecidas en la normatividad vigente, buscó contar con una definición clara de delegación de funciones, esquematizando los niveles de poder existentes y así conocer el nivel de empoderamiento del Presidente Ejecutivo de la sociedad y de los demás miembros de la Alta Gerencia. En ese sentido, es preciso resaltar que los Estatutos Sociales de la Entidad, disponen lo siguiente:

- La Asamblea General de Accionistas como máximo órgano de Dirección puede delegar en la Junta Directiva o en el Presidente Ejecutivo algunas de las funciones que no le sean privativas (literal a. artículo 26)
- La Junta Directiva es el órgano competente para aprobar la política de delegación de funciones por parte del Presidente Ejecutivo (literal bb. artículo 39)
- El Presidente Ejecutivo es quien delega en los altos ejecutivos y funcionarios del Banco las facultades que considere convenientes (literal i. artículo 48)
- El Presidente de la Junta Directiva no tiene funciones ejecutivas ni de representación legal. Lo anterior, tal como consta en el parágrafo primero del artículo 43 de los Estatutos Sociales de la Entidad.

La Junta Directiva de Bancamía delega el giro ordinario del negocio en la Alta Gerencia, sin embargo, a través de los Comités de apoyo de la Junta Directiva y ante la propia Junta, la Alta Gerencia,

compuesta por el Presidente Ejecutivo y los Vicepresidentes de área, rinde los correspondientes informes de su gestión, incluyendo en ellos aspectos económicos, ambientales y sociales.

# Adopción del Manual de Comunicación de Operaciones vinculadas y conflictos de interés dirigida a accionistas y directores



## Conflictos de Intereses

En 2018, Bancamía adoptó el Manual de comunicación de operaciones vinculadas y conflictos de interés dirigido a Accionistas Significativos y Directores, el cual hace parte del sistema de gobierno corporativo de la Entidad y cuyo objeto ha sido definir los principios rectores y estructurar el procedimiento para la prevención, conocimiento, administración y resolución de las situaciones generadoras de conflictos de interés que puedan tener lugar en desarrollo de su objeto social.

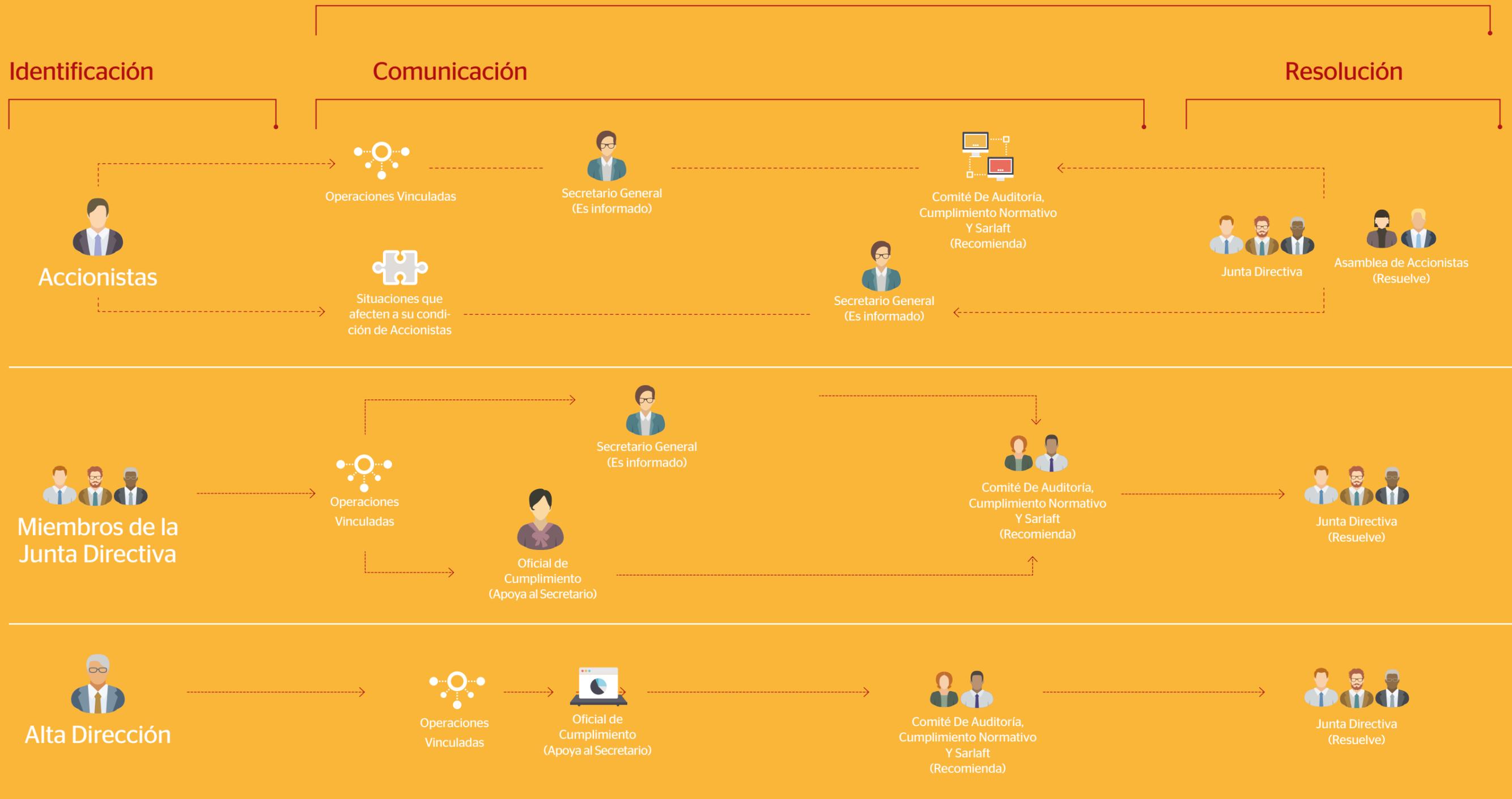
Adicionalmente, la Entidad en sus Estatutos Sociales dispone que es obligación de los Directores y Administradores prevenir cualquier situación que pueda derivar en conflicto de interés y, en caso de presentarse en el ejercicio de sus cargos, los administradores y directivos del Banco deben informar y abstenerse de participar en la toma de las decisio-

nes en los asuntos en los que esté presente o pueda configurarse un conflicto de interés, así como de realizar transacciones o intervenir en operaciones.

Particularmente, es de resaltar que los directores deben informar a la Junta Directiva las relaciones, directas o indirectas, que mantienen entre ellos, con el Banco, proveedores, clientes o con cualquier otro grupo de interés, de las que pudieran derivarse situaciones de conflicto de interés o influir en la dirección de su opinión o voto.

Ahora bien, en caso de presentarse conflictos de interés entre la sociedad y los accionistas, miembros de la Junta Directiva o la Alta Gerencia, será la Junta Directiva o la Asamblea de Accionistas quien conozca y resuelva los mismos, de acuerdo a lo definido en las políticas internas vigentes que regulan el tema.

## Gestión



**GRÁFICO 7.**  
GESTIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

De otra parte, es relevante tener en cuenta que el Comité de Auditoría, Cumplimiento y SARLAFT, cuya función es asistir a la Junta Directiva en su función de supervisión y evaluación de la Arquitectura de Control de la Sociedad, evalúa e informa

a la Junta Directiva las situaciones de conflicto de interés en la que pueda verse inmerso un accionista, miembro de Junta Directiva, miembro de la Alta Dirección o colaborador, haciendo las propuestas pertinentes para el manejo de las mismas.



## Evaluación del desempeño del Órgano Superior de Gobierno

La Junta Directiva autoevalúa su desempeño de manera anual; igualmente se hace respecto del órgano colegiado, de los Comités de apoyo del mismo y de los miembros de manera individual. De sus resultados surgen, de ser necesarios, los planes de actuación a implementar.

Esta evaluación se hace a través de una plataforma externa que habilita la encuesta anónima que los miembros de la Junta Directiva diligencian, garantizando la confidencialidad y confiabilidad en el proceso de recopilación de los resultados que la misma arroja.



## Aspectos Relevantes para el Órgano Superior de Gobierno

Algunas de los aspectos relevantes comunicados por la Alta Dirección a la Junta Directiva a lo largo del año 2018 fueron los siguientes:

- >> Reforma Estatutos Sociales para eliminación de las referencias a acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto.
- >> Adopción Manual de comunicación de operaciones vinculadas y conflictos de interés dirigida a Accionistas y Directores.
- >> Compra cartera microcrédito originada por Colpatría.
- >> Proyecto Empropaz, mediante el cual se implementa un piloto para incorporar a las Finanzas Productivas los servicios no financieros de Acompañamiento al Emprendimiento y de Fortalecimiento Empresarial de los clientes de crédito, en desarrollo del Acuerdo de Cooperación suscrito entre Bancamía y USAID/Colombia, en noviembre de 2018, y con la participación de las Corporaciones Mundial de la Mujer Colombia y de Medellín, operadoras de los nuevos servicios no financieros indicados anteriormente.
- >> Distribución de servicios a través del futuro nuevo canal portal web transaccional.
- >> Uso marca FMBBVA avisos oficinas.
- >> Puntos Express.

# 1.4

## Sistema de Cumplimiento

Este Sistema se constituye en una de las bases en las que **BANCAMÍA** soporta el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético y adhesión irrestricta a la normatividad legal. La Entidad cuenta con el Área de Cumplimiento que realiza una supervisión independiente de la gestión que se realiza respecto al cumplimiento de ciertos asuntos entre los cuales se destacan los

de: Integridad y Ética, Cumplimiento de Normas, Conflictos de interés, Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo, Protección al Consumidor y Protección de Datos Personales. Asimismo, articula su actividad en torno al desarrollo e implementación de políticas y procedimientos, la difusión y formación en materia de cumplimiento y la identificación, evaluación y mitigación de eventuales riesgos de cumplimiento.



## Integridad Institucional

La Entidad tiene estructurado y gestiona su programa de Integridad Institucional, siguiendo las orientaciones impartidas por la Junta Directiva y e impulsado por la Alta Dirección. Este programa desarrolla distintos elementos entre los cuales se encuentra el Código de Conducta, el cual plasma sus compromisos concretos en desarrollo de uno de los principios de su Cultura: “La Integridad como forma de entender y desarrollar sus negocios”. Dicho Código establece las pautas de comportamiento que deben seguir los colaboradores de **Bancamía** para ajustar su conducta a los valores de la Entidad.

Durante el año, se adelantaron esfuerzos tendientes a la difusión efectiva del Código de Conducta, diseñando programas de formación y reglamentación de sus contenidos, teniendo en cuenta los estándares internacionalmente recono-

cidos como buenas prácticas en materia de prevención de corrupción e integridad.

La difusión del Código de Conducta se ha realizado a través de diferentes medios y canales con apoyo en herramientas que se nutren del avance tecnológico implementado a nivel global, mediante cursos virtuales, e iniciativas de comunicación específicas para cada uno de los colectivos a quienes se ha dirigido la formación.

De otra parte, el Área de Cumplimiento ha continuado con su labor de asesoramiento y atención de consultas en materia de aplicación del Código de Conducta, fundamentalmente en lo que respecta a la objetividad en la selección, contratación y promoción, el desarrollo de otras actividades profesionales, la aceptación de regalos o beneficios personales y el tratamiento de conflictos de interés.



## Sistema de Actitud Responsable

Se mantiene la dinámica de este sistema, el cual está constituido por el conjunto de normas, políticas y mecanismos para comunicar y/o denunciar las situaciones o eventos que constituyan incumplimientos al Código de Conducta o actuaciones que se consideren éticamente cuestionables. Este sistema forma parte esencial de la función de cumplimiento como uno de los procesos establecidos para garantizar la aplicación efectiva de la normativa, las pautas de nuestro

Código de Conducta y demás normas de comportamiento adicionales.

El Área de Cumplimiento es la encargada de tramitar las denuncias y consultas recibidas con la mayor diligencia y prontitud, impulsando las medidas para su resolución de acuerdo con los procedimientos de gestión establecidos por el canal de denuncia. La información recibida en el canal es analizada de manera objetiva, imparcial, transparente y con total confidencialidad.



**GRÁFICO 8.**  
SISTEMA DE ACTITUD RESPONSABLE



## Protección al Consumidor Financiero

Durante el año 2018, Bancamía continuó trabajando por la protección de los derechos de los Consumidores Financieros, garantizando en todos los ámbitos, desde el diseño, creación e implementación de los productos y servicios, así como en nuestras políticas manuales y procedimientos, la inclusión de una cultura de respeto por los derechos de nuestros clientes y usuarios.

Bancamía a través de la Dirección de Integridad y Protección al Consumidor, garantiza que lo dispuesto en la normatividad externa e interna se materialice en la institución y los principios en esta materia sean de conocimiento de todos los colaboradores del Banco, a través de capacitaciones continuas en donde participan el 100% de nuestros colaboradores.

Un aspecto a resaltar de la gestión realizada en el año 2018 en esta materia, es que se gestionaron y atendieron las peticiones, quejas y reclamos en un tiempo promedio de 7 días hábiles. Asimismo, los canales predilectos de los consumidores financieros para la radicación de Peticiones, Quejas o Reclamos siguen siendo nuestra red de oficinas y Lineamía, lo que evidencia la confianza que tienen los Consumidores Financieros en la gestión que se realiza al interior de la Entidad en este aspecto.

Aunado a lo anterior, los resultados obtenidos de las revisiones y evaluaciones efectuadas al Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC), realizadas por Revisoría Fiscal y Auditoría General, arrojaron resultados satisfactorios.



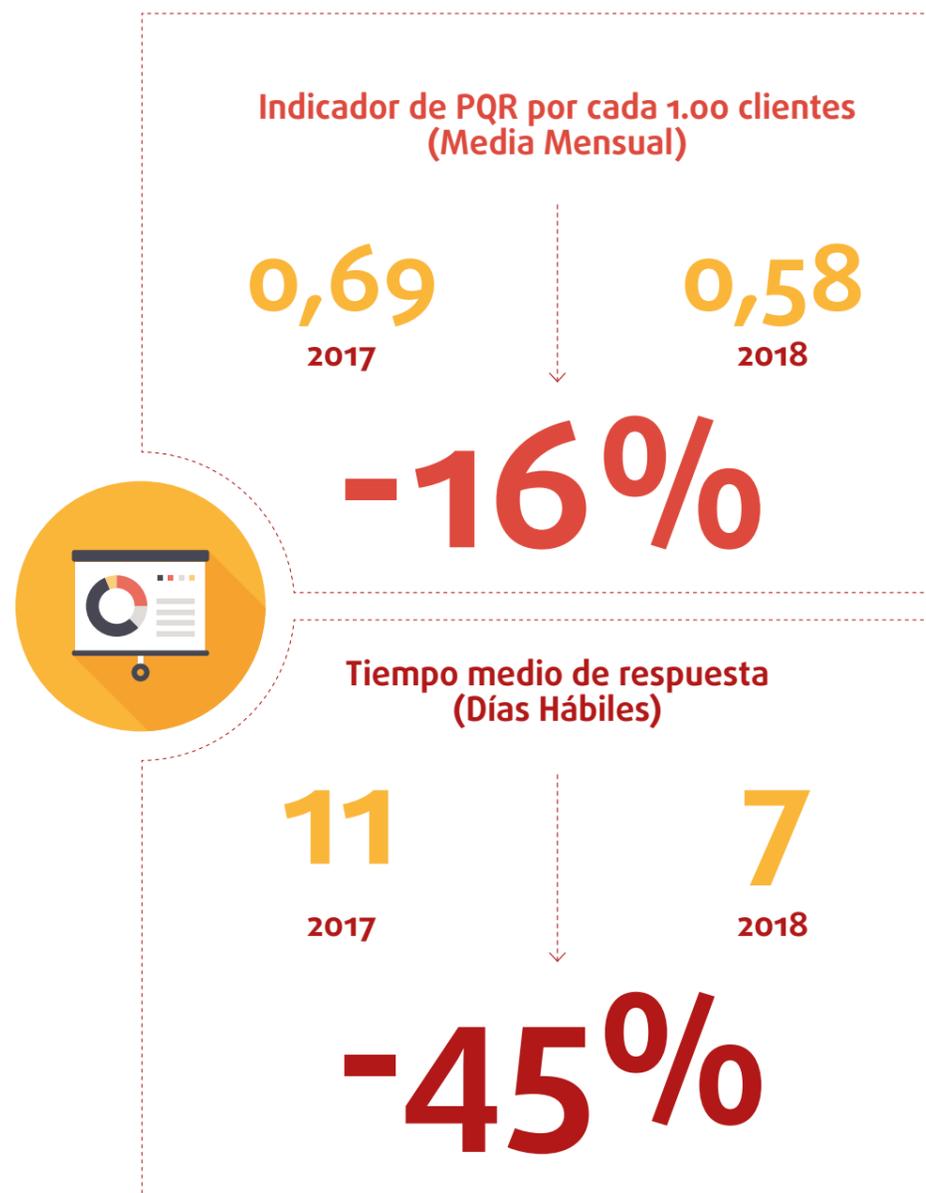
## Logros 2018

>> En 2018 se publicó la Política Anticorrupción en concordancia con las normas externas y las mejores prácticas empresariales.

>> Ser íntegro implica el respeto a la legalidad y las normas vigentes, y también la motivación para mantener la coherencia, autenticidad y consistencia en nuestras decisiones y comportamientos, demostrando principios éticos sólidos.

>> En el mes de marzo de 2018 se logró la adhesión al nuevo Código de Conducta de los colaboradores de Bancamía.

**GRÁFICO 9.**  
GESTIÓN DE PETICIONES, QUEJAS Y RECLAMOS (PQRS)



En Bancamía trabajamos por el respeto de los **derechos de los Consumidores Financieros.**



## Administración del Riesgo del Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo

Bancamía mantiene implementado un Sistema para Administración del Riesgo del Lavado de Activos y de la Financiación de Actividades Terroristas, en adelante SARLAFT, que se constituye como una constante en los objetivos que la Entidad asocia a su compromiso de responsabilidad en los distintos entornos sociales en los que desarrolla sus actividades y abarca el cumplimiento de lo establecido en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero Colombiano "E.O.S.F." (Decreto 663 de 1993), y demás normas emitidas por la

Superintendencia Financiera de Colombia, lo mismo que en las recomendaciones y mejores prácticas internacionales en esta materia.

Las políticas, controles y procedimientos implementados en Bancamía están orientados a la debida diligencia para prevenir el uso del Banco para propósitos ilícitos. Dichas acciones incluyen, entre otros aspectos, el conocimiento del cliente y de sus operaciones en el Banco, definición de segmentos de mercado, monitoreo de transacciones y reportes de operaciones sospecho-



## En 2018 se publicó **la Política Anticorrupción** en concordancia con las normas externas y las mejores prácticas empresariales.

sas a la autoridad competente, unidos al continuo monitoreo de los perfiles de riesgo que permiten adecuar el SARLAFT de manera periódica a nuevos riesgos identificados.

Teniendo en cuenta que gran porcentaje de los clientes de la Entidad son vinculados por productos de créditos orientados al desarrollo productivo de sus emprendimientos y actividades económicas, bajo el principio de conocimiento de nuestros clientes, se gestiona un acercamiento personalizado de su actividad que incluye visita al negocio y su entorno; lo que permite contar con información detallada, la cual es comparada y evaluada con el comportamiento transaccional, identificando la coherencia de las mismas.

La evolución del perfil de riesgo consolidado de LAFT de la entidad, de manera recurrente se ha mantenido estable y dentro de los niveles de exposición en bajo, gracias a la adecuada aplicación de los controles en cada uno de los factores de riesgo.

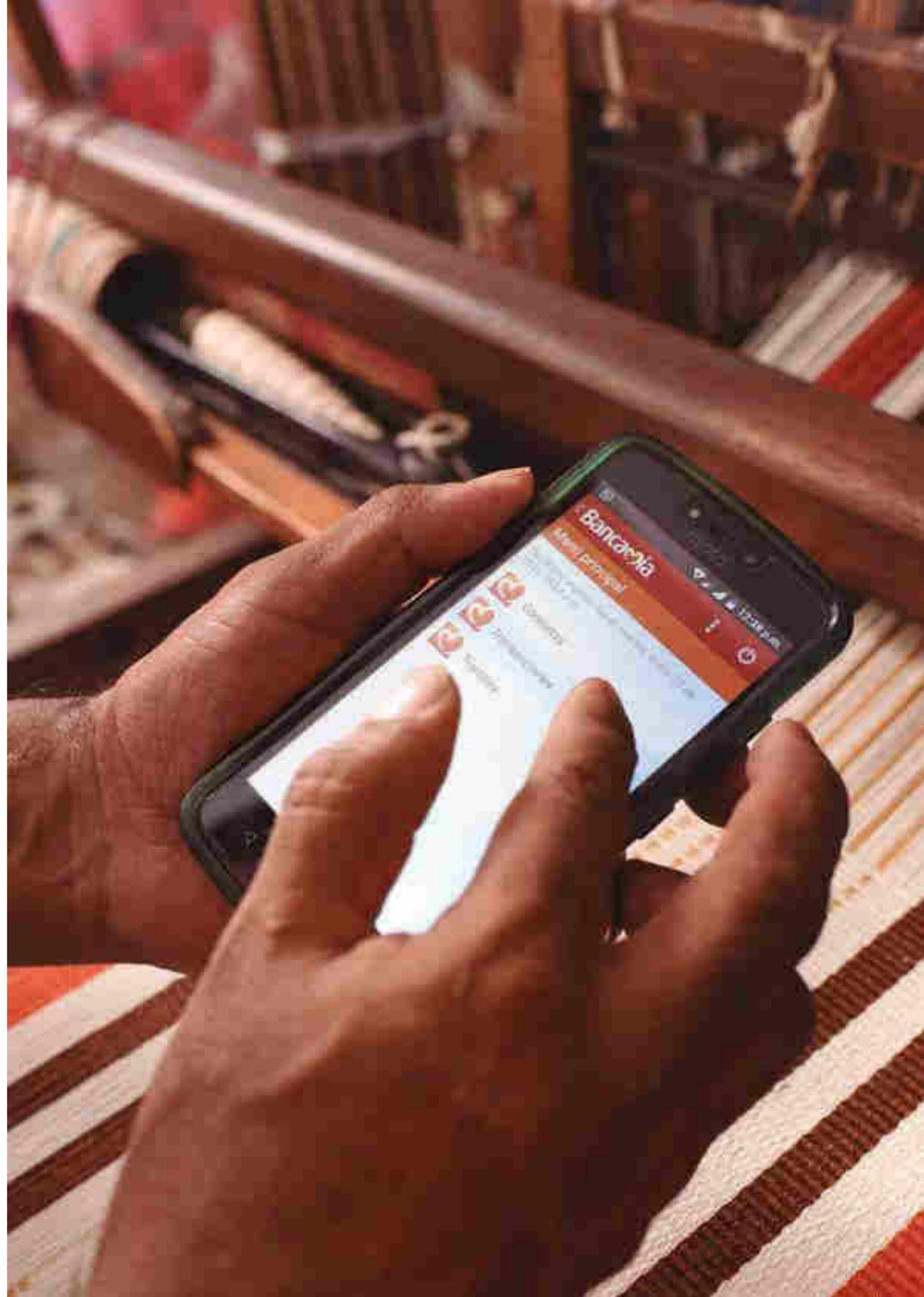
El Banco, durante el año 2018, de manera mensual obtuvo una valoración superior al promedio de las entidades que reportan, en cuan-

to al indicador de la UIAF (Unidad de Información y Análisis Financiero) del Ministerio de Hacienda, denominado ICROS (Índice de la Completitud de los Reportes de Operaciones Sospechosas).

El SARLAFT de Bancamía cuenta con evaluación interna realizada por la Auditoría General del Banco y también con evaluación independiente realizada por la firma KPMG, que a su vez son los Revisores Fiscales del Banco. Tanto la interna como la independiente han arrojado resultados satisfactorios.

Se continúa fortaleciendo e impartiendo los programas de sensibilización y capacitación a los colaboradores del Banco, tanto en la inducción como en procesos de refuerzo anual, enfocados a la prevención, detección y reporte frente al riesgo del lavado de activos y la financiación del terrorismo.

Durante el 2019 el Banco trabajará en medidas conducentes a fortalecer el sistema, teniendo en cuenta el incremento en las operaciones del pasivo, mediante la solicitud de apertura de cuentas de ahorro y constitución de CDTs.





## Gestión de riesgos



### Riesgo de Crédito

Durante el 2018, el sistema financiero atravesó por una situación marcada por una menor dinámica de la cartera y aumento en los niveles de deterioro, especialmente durante el primer semestre del año, situación frente a la cual Bancamía no fue ajena, lo que implicó un incremento en el indicador de cartera vencida de 22 puntos básicos respecto al 2017.

Dadas estas condiciones, las metodologías de riesgo, modelos de originación crediticia, seguimiento y recuperación y, en general, del sistema de gestión de riesgo crediticio, se direccionaron a hacer frente a esta situación, asegurando mantener niveles de deterioro dentro de o definido en el marco de apetito al riesgo de la entidad. Al mismo tiempo, implicó avanzar en el fortalecimiento de la gestión mediante el desarrollo de una mayor capacidad analítica y la incorporación de herramientas digitales innovadoras.

En tal sentido, se implementaron estrategias focalizadas en reconducir perfiles de riesgo que

registraban mayor probabilidad de deterioro; asimismo, el otorgamiento de herramientas de normalización, a aquellos clientes con mayor probabilidad de éxito en reconducir su condición de impago, permitió que el 80% de ellos que se acogieron a estas herramientas mejoraran durante el año el nivel de cumplimiento de sus obligaciones.

Con el fin de apalancar el crecimiento de la cartera en condiciones de calidad, a lo largo del año se consolidó el modelo de gestión proactiva de clientes, al cual accedieron 35.000 de ellos que se beneficiaron de procesos más livianos y menores costos en la renovación de sus operaciones. El monto otorgado por esta vía ascendió a COP\$ 187.936 millones, aportando en promedio el 16% de la facturación mensual del Banco.

El despliegue tecnológico realizado durante el 2018, en términos de movilidad, dotó al 100% de las oficinas con tabletas para la captura de información y análisis de crédito, así como de la funcionalidad de pagaré electrónico. Esto aportó

mayores niveles de eficiencia al circuito de crédito, permitiendo mejorar procesos internos y tiempos de respuesta al cliente.

En el ámbito de calidad de cartera, durante el 2018, se han desarrollado mejoras a la gestión de recuperación, manteniendo su énfasis en la cartera preventiva y de moras tempranas, en respuesta a factores externos como la disminución de la capacidad de pago en los hogares, menor ritmo de crecimiento económico y desaceleración del crédito que han venido incidiendo en el deterioro generalizado de la calidad de la cartera del sector financiero.

Se incorporó, como fortalecimiento a la gestión de recuperación, un score de cobranza que permite priorizar la gestión de los clientes según su probabilidad de pago y, de esta forma, vincular la herramienta más apropiada y su intensidad de uso, en función del perfil de riesgo.

De igual forma, se vincularon a la gestión herramientas tecnológicas innovadoras de bajo costo, tales como robots, mensajes de voz y de texto interactivos que permitieron un mayor alcance a la gestión, acompañando durante el año a 43.000

clientes al día y en moras tempranas, logrando una mejora de 140 puntos básicos en la eficacia recuperatoria.

Asimismo, apalancados en la normativa local (Circular Externa 026 de 2017, expedida por la Superintendencia Financiera de Colombia) se desarrollaron estrategias focalizadas, para modificar las condiciones de los créditos a aquellos clientes que presentaron situaciones coyunturales, que les llevaron a incumplir con algún pago, por un período no mayor a 30 días en los últimos 6 meses. Esta acción, que implicó el ajuste al plan de pagos de los créditos, permitió ofrecer una alternativa de normalización temprana a 2.045 clientes, con saldo de COP\$ 15.070 millones, sin alterar su calificación en las centrales de riesgos; adicionalmente, se reestructuraron 1.217 créditos con saldo de capital por COP\$ 3.778 millones y se evitó el castigo de 2.400 clientes por COP\$ 1.710 millones.

Se realizaron ajustes de política, focalizados por oficinas que generaron un indicador de cosechas a 3 meses inferior al promedio de los últimos años, de 0,31%.



### Riesgo de liquidez

La estrategia de liquidez del Banco centró sus actividades en fortalecer la gestión de los indicadores, límites y niveles de alerta definidos en el marco de apetito para este tipo de riesgo, permitiendo mejorar la toma de decisiones para el manejo de la liquidez y optimizar el costo de fondeo, al contar con herramientas para una mejor anticipación en la administración de recursos y estrategias.

Es de anotar que esto contribuyó a que en 2018 se cerrara el año con una estructura de financiamiento en la cual se diversificaron las fuentes de fondeo, destacando especialmente la pérdida de participación de los bancos locales, recursos que fueron sustituidos por una mayor contribución de los recursos de clientes y de organismos multilaterales.



## Riesgo de Mercado

El Banco mantuvo su definición estratégica de no asumir exposiciones a este tipo de riesgo, al no asumir posiciones especulativas, limitando la ex-

posición a las asociadas a las inversiones obligatorias y aquellas necesarias como instrumento de gestión de la liquidez.



## Riesgo Operacional

Durante 2018, Bancamía actualizó la metodología de valoración de riesgos, la cual recoge el marco normativo local y las mejores prácticas y estándares internacionales, implementándola a través del desarrollo de las etapas de la administración del riesgo operacional. En conjunto con esto, se migró y se puso en marcha una nueva herramienta tecnológica (Global Suite) para la administración del riesgo operacional, que permite, además, la gestión integrada de los riesgos no financieros. Todo esto acompañado de capacitaciones a sus colaboradores sobre los temas de riesgo operacional, así como de las nuevas políticas y herramientas, de manera que sean conocidos y aplicados adecuadamente en su gestión.

También, el Banco actualizó los límites de su marco de apetito al riesgo, los cuales fueron objeto de seguimiento permanente a través de la identificación, medición, monitoreo y control de

los riesgos asociados a los procesos de la cadena de valor del Banco, así como a los procesos impactados por efecto de la implementación de proyectos, productos, servicios y canales, y el establecimiento de las medidas de mitigación con el análisis del contexto interno y externo, el reporte de eventos de riesgo y los informes de órganos de control, lo que permitió una revisión al inventario de causas, riesgos y controles, ajustando el perfil de riesgo operacional de acuerdo con la metodología.

Con el ingreso de nuevos canales digitales para acompañar el desarrollo del negocio, acogiendo las mejores prácticas y las recomendaciones de los órganos de control, se han desarrollado planes de gestión para atender los escenarios de los riesgos tecnológicos y de ciberseguridad.

En lo corrido de 2018, se presentaron pérdidas brutas correspondientes a eventos de riesgo ope-

racional por COP\$ 1.775 millones y se generó un ingreso por recuperaciones de COP\$ 60 millones, lo que implica una pérdida neta de COP\$ 1.715 millones por este concepto. De la misma manera, las provisiones de riesgo operacional crecieron en COP\$ 3.348 millones, pasando de COP\$ 646 millones en 2017, a COP\$ 3.994 millones en 2018.

De las pérdidas y provisiones antes comentadas, el principal evento asociado corresponde a las sanciones e intereses de mora por errores en el cálculo de la base de auto retención del año gravable 2018, evento que implicó una afectación a las cuentas de pérdida de riesgo operacional por COP\$ 1.194 millones, así como la constitución de una provisión por COP\$ 3.219 millones, para reconocer los impactos que se deriven de los ajustes a realizar en 2019 sobre las declaraciones presentadas en el período gravable 2017.

Asimismo, el monitoreo permanente de los eventos y de los riesgos definidos como altos y críticos, ha permitido establecer planes de acción para minimizar los niveles de exposición de riesgo, lo cual se ha complementado con el testeo del inventario de controles claves.

La gestión de riesgo operacional ha sido objeto de permanente seguimiento por el Comité Operativo de Riesgos, el Comité de Seguridad y Control y el Comité de Riesgos de Junta Directiva, en los que se define, analiza y controla la gestión de las políticas de riesgo operacional, se aprueban los límites de apetito al riesgo y se diseñan estrategias para su mejoramiento.

Al cierre de la vigencia 2018, el perfil de riesgo residual se encuentra en zonas de aceptabilidad definidas por la Junta Directiva del Banco, lo que permite dar cabal cumplimiento al apetito de riesgo deseado.



## Continuidad del Negocio

La implementación de la herramienta Global Suite ha permitido automatizar la gestión, mantenimiento y monitoreo del Sistema de Gestión de la Continuidad de Negocio. Para esto se actualizó la metodología de Gestión, la cual recoge el marco regulatorio local y las mejores prácticas y estándares internacionales, todo esto acompañado de capacitaciones a sus colaboradores.

A través de esta herramienta, se realizó la actualización del Análisis de Impacto del Negocio - BIA, el cual generó como resultado la identificación de los procesos críticos, así como también la actualización de la política, manuales y planes de continuidad de negocio para la atención de incidentes, de procesos críticos y de contingencia.

De la misma manera, se definieron estrategias de contingencia operativa y tecnológica en el desarrollo de los proyectos estratégicos de Bancamía que involucran la inserción de tecnología en los procesos críticos del Banco, lo cual permite brindar un mejor servicio a nuestros clientes, mejorando la disponibilidad de los servicios financieros.

Para asegurar su operatividad se ejecutaron pruebas a las estrategias definidas por el Banco en los centros alternos de operaciones y se trasladó la operación del Core Bancario al centro alternativo de cómputo para que las oficinas operaran en este ambiente con un resultado exitoso.

Bancamía, como miembro del comité de Continuidad de Asobancaria participó activamente en

la elaboración de las recomendaciones gremiales para la gestión de crisis del proceso de Distribución del Efectivo ante un escenario de terremoto, así como en el seguimiento a las estrategias de continuidad del negocio a los proveedores del sistema financiero, lo cual demostró la sinergia y su aporte en el fortalecimiento en las estrategias de continuidad del negocio para el Sector Financiero

Por otro lado, se informó permanentemente a nuestros clientes y a los órganos de control las situaciones que afectaron la prestación a través de los canales transaccionales del Banco, así como su nivel de disponibilidad, efectuando la compensación establecida en la política del Banco en

cumplimiento de la circular 028 de 2016 de la Superintendencia Financiera de Colombia.

Durante 2018, se hizo especial énfasis en el apoyo a nuestros colaboradores y clientes en el Bajo Cauca antioqueño, ante las dificultades presentadas en el proyecto de Hidroituango por el riesgo de colapso e inundación para los municipios cercanos a la ribera del río Cauca, a través de los equipos de manejo de incidentes y de manejo de crisis, efectuando monitoreo constante de la situación, brindando las directrices de actuación de acuerdo con las políticas establecidas de cara a nuestros colaboradores, clientes y demás grupos de interés.



La implementación de la herramienta **Global Suite** ha permitido automatizar la gestión, mantenimiento y monitoreo del Sistema de Gestión de la Continuidad de Negocio.



## Control Interno

En Bancamía, el Sistema de Control Interno (SCI) se sigue fortaleciendo a través del marco de COSO 2013 y se dinamiza en sus diferentes componentes y elementos bajo el modelo de las tres líneas de defensa del control, el cual proporciona de una manera sencilla y eficaz la gestión de los riesgos, los controles y el cumplimiento.

Contar en 2018 con una herramienta tecnológica (Global Suite) para la gestión integral y proactiva de los riesgos no financieros en el Banco, iniciando además con la incorporación del Control Contable, solidifica el gobierno de riesgos y permite el continuo fortalecimiento del control interno en todos los niveles de la estructura organizacional, promoviendo la toma de decisiones basadas en riesgos, el logro de los objetivos estratégicos y el enfoque en la creación y protección de valor para los clientes a partir de nuestro modelo de negocio de Finanzas Productivas.

Se espera para el 2019 presentar los primeros escenarios de perfil de riesgo integrado de los sistemas de gestión de riesgos no financieros del Banco.

Las evaluaciones realizadas durante los últimos 3 años a la madurez del Sistema de Control Interno muestran que mantiene su calificación en nivel Administrado, acorde a las expectativas planificadas por el Banco. En el 2018, se reflejan mejoras en el componente de Evaluación de Riesgos y los elementos de Gestión Contable y Gestión Tecnológica. En ese mismo sentido el nivel de madurez resalta el Buen Gobierno Corporativo, los lineamientos de conducta, los estándares de cumplimiento respecto a las leyes y normas aplicables, y la cultura de riesgos en el Banco que permiten identificar, evaluar y proponer medidas de control y transferencia respecto de la exposición al riesgo. De la misma manera muestra cómo las actividades de gestión y administración de riesgos en todo el Banco, están implementadas consistentemente en los procesos de negocio y es posible el monitoreo y la evaluación de los procesos de manera objetiva por los diferentes órganos de control internos y externos.

1.6

# Comunicación Responsable



Bancamía fue galardonada con el Premio a la Mejor Iniciativa de Comunicación Responsable de Iberoamérica, en los Premios Corresponsables, por hacer visibles las historias de mujeres emprendedoras e inspirar a otras a poner en marcha sus habilidades y capacidades para emprender, buscando que cada vez más los medios de comunicación en nuestro país y en el mundo muestren mayor interés en hacer públicas las historias de mujeres microempresarias, cuyas vidas llenas de valentía merecen ser contadas. En su novena edición este reconocimiento recibió más de 500 candidaturas de 16 países.

En el año 2018, Bancamía como marca y banco con sentido social tuvo un importante reconocimiento en los medios de comunicación de alcance nacional, regional e internacional, los cuales reflejaron importantes hechos del banco como la celebración de los 10 años de trabajo en pro de los microempresarios colombianos, las historias de éxito de nuestros clientes, la opinión del Presiden-

te Ejecutivo y algunos directivos sobre la dinámica del sector microfinanciero, las visitas destacadas de emprendedores que contaron sus realidades en escenarios de alcance global en acompañamiento de la Fundación Microfinanzas BBVA.

Hacer visible la gestión de Bancamía, mostrando el impacto positivo que genera en el bienestar de los emprendedores de menores ingresos, al facilitarles la entrega de productos y servicios financieros, se ha convertido en una herramienta fundamental para demostrar a los colombianos cómo desde las microfinanzas se pueden conseguir grandes cosas. El logro de Bancamía en el 2018, fue presentar a través de distintos medios de comunicación internos y externos, casos de éxito de microempresarios, principalmente en el ámbito rural y experiencias de vida de nuestras clientes mujeres, quienes son las que viven en mayores condiciones de vulnerabilidad y desigualdad, pero que hoy son ejemplo de pujanza, desarrollo productivo y sostenible.

**GRÁFICO 10.**  
COMUNICACIÓN RESPONSABLE



## Bancamía abre nuevos canales para comunicarse con sus Grupos de Interés

Este año, en un trabajo conjunto entre las áreas de Mercadeo y Comunicación e Imagen se abrieron las redes sociales del banco en Facebook y Youtube, con el objetivo de tener un nuevo canal de contacto con los clientes y usuarios, compartiendo allí

los temas que hacen parte de la oferta de valor del Banco, educación financiera, las cifras de impacto social, económico y ambiental de la entidad, además de contar con un equipo de respuesta a solicitudes e inquietudes de los cibernautas.

GRÁFICO 11.  
BANCAMÍA EN REDES SOCIALES



“Hoy celebramos 10 años de una entidad que continúa con la tradición de apoyar a quienes más lo necesitan. Las microfinanzas pueden ayudar a **superar la pobreza y la informalidad rural**. Gracias haber hecho tanto Colombia”.  
**Marta Lucía Ramírez, Vicepresidenta de Colombia, Inauguración del acto.**



## Foro “Microfinanzas para el progreso de una Colombia emprendedora”

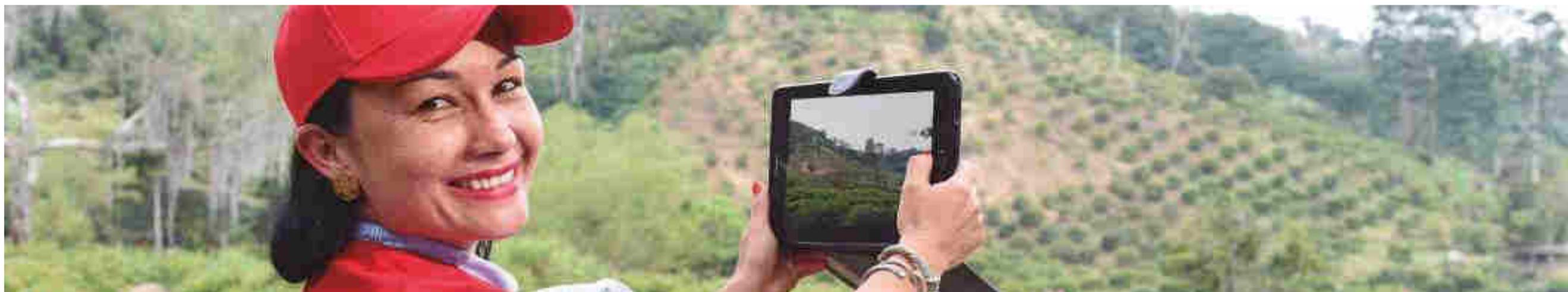
Bancamía celebró su décimo aniversario hablando sobre el impacto y los retos de la industria microfinanciera nacional para llegar a más personas de bajos ingresos.

En el encuentro, al que asistieron 240 personas, importantes representantes del alto Gobierno, organizaciones multilaterales, agencias internacionales de desarrollo, sector financiero y de la empresa privada, se expusieron logros, re-

tos y pasos a seguir de la industria microfinanciera, abordando temas como la transformación digital del sector, el empoderamiento económico de las mujeres, la inclusión financiera y el desarrollo de los microempresarios rurales.

Pusimos a hablar al país de microfinanzas y del evento de celebración de los 10 años de Bancamía se publicaron 32 notas en medios de comunicación de alcances regional, nacional y global.





## 1.7 Apoyo a las mujeres emprendedoras

El 2018 estuvo marcado por la voz de las mujeres en el mundo, además de ser considerado uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, varios organismos, líderes mundiales y empresas hemos trabajado en la búsqueda de la equidad de oportunidades, reconociendo el impacto social y las implicaciones económicas de la igualdad de género como promotor del desarrollo económico sostenible e inclusivo. Este es un reto en el que Bancamía está comprometido desde sus orígenes, ya que el trabajo por un mundo estable y seguro depende tanto de la erradicación de la pobreza extrema como de lo que es posible aportar al talento de las mujeres, a la potencialización de sus capacidades.

Un informe de Naciones Unidas ha señalado que “cuando las mujeres son pobres, sus derechos no están protegidos, se enfrentan a obstáculos que pueden resultar extraordinariamente difíciles de superar. Esta situación da como resultado privaciones en sus propias vidas y pérdidas para la sociedad en general y para la economía, puesto que la productividad de las mujeres es uno de los principales motores del dinamismo económico.”

El desarrollo económico de las mujeres es un objetivo prioritario en la reducción de la pobreza, por eso hoy en términos de sostenibilidad son consideradas agentes de cambio y de transformación so-

cial. Según la FAO, las mujeres reinvierten hasta el 90% de sus ingresos en el hogar: en nutrición, salud, educación y en actividades que generen más ingresos para seguir progresando. Por eso, empoderarlas económicamente ha sido una realidad evidente y una apuesta de futuro.

Las mujeres representan el 54% del total de los clientes del Banco. Muchas de las microempresarias han emprendido como un medio de subsistencia, en su mayoría son madres, con educación primaria a lo sumo, varias son oriundas de la ruralidad y de cinturones de pobreza de ciudades intermedias. Pertenecen a estratos 1 y 2, y casi todas persiguen la ilusión de conseguir dinero y tener autonomía en la consecución y distribución sus recursos económicos, tras años de trabajo también son generadoras de empleo y tienen la certeza que sus hijos tendrán un futuro diferente y mejor que el de sus antepasados.

El Banco ha querido hacer visible el rol de las mujeres en el desarrollo económico y social de las comunidades, tras la celebración de nuestro décimo aniversario, con el lanzamiento de Nosotros con Ellas.

Esta iniciativa evidencia la importancia y el impacto que genera empoderar económicamente a las mujeres, a través de las microfinanzas, como una condición necesaria para contribuir a disminuir la pobreza y eliminar la desigualdad.

>> Nace de una propuesta de interacción entre líderes que están convencidos de la importancia de empoderar a las mujeres quienes, desde sus diferentes roles y experiencias profesionales, han logrado transformaciones sociales, políticas y económicas en favor del desarrollo de ellas.

>> El trabajo de mujeres, quienes con su esfuerzo y valentía han logrado romper las barreras de la pobreza y exclusión a través del desarrollo de proyectos productivos de impacto para ellas y sus familias, siendo actualmente empresarias empoderadas, generadoras de empleo, ingresos y orgullo colombiano.

>> Todo esto en una apuesta creativa de Bancamía para hacer visible la inclusión, con actores legítimos de transformación social: las mujeres.

Con esta iniciativa, el Banco busca:

>> Mostrar cómo las mujeres a través de su autonomía económica se convierten en motor de desarrollo económico y social, mediante un ejercicio vivencial en el que intervienen líderes destacados del país.

>> A partir de estas historias de mujeres empoderadas, contagiar a otras para que desarrollen sus habilidades y capacidades hacia el desarrollo de actividades productivas, dignas de ser emuladas.

>> Mostrar cómo el acceso a los servicios financieros facilita el desarrollo de actividades productivas, que con el tiempo logran generar excedentes y ganancias en autonomía, autodeterminación y confianza.

>> Descubrir a través de estas historias el destino de los ingresos y excedentes de las mujeres empoderadas económicamente.

Bancamía espera que este proyecto incentive diferentes actores del país que, con sus acciones desde lo público y lo privado, contribuyan al desarrollo de sociedades más justas e incluyentes en las que el empoderamiento económico de la mujer sea una intención natural.

Este año han participado: Ana Gúezmes, Directora de ONU Mujeres Colombia; Margarita Correa, Presidenta de la Junta Directiva de Bancamía; Óscar Cabrera, Presidente de BBVA Colombia, y Lawrence Sacks, Director de la Mision USAID Colombia. Ellos han visitado algunos de los negocios de las emprendedoras del Banco y han sido testigos del impacto que generan para el desarrollo de Colombia, contando desde su experiencia el papel de las microfinanzas en la vida de las mujeres.

Nosotros con Ellas es la insignia de Bancamía para la consolidación del modelo de negocio, que actualmente está innovándose bajo el proyecto de segmentación / ámbito y el género (hombre - mujer), pues se sabe que, además de atender sus necesidades de crédito, se debe profundizar en aquello que potencializará su desarrollo, acceso y bienestar como ahorro, seguros, pensiones, redes de apoyo, entre otros.

Bancamía es una entidad centrada en el cliente y ello implica emprender acciones que lleven a que cada persona genere progreso en sus actividades económicas, satisfaciendo sus necesidades financieras. Esta interacción entre las personas y su banco debe partir del conocimiento de sus necesidades y el mejoramiento continuo de su experiencia, que en el Banco genera acceso a los servicios y productos financieros, mayoritariamente en las mujeres.

De acuerdo con el modelo de negocio de Bancamía para la inclusión y favorecimiento económico de las mujeres, se entienden las microfinanzas desde un punto de vista amplio. No sólo se habla de microcréditos, también es fundamental seguir promoviendo en ellas la cultura del ahorro y de protección. Para ello, la educación financiera y la capacitación son esenciales; como también generar alianzas que les aporten valor y dar acceso a redes de conocimiento y encadenamientos productivos para que puedan crecer. Así como abrirles nuevos horizontes y posibilidades de negocio, la tecnología y la transformación digital son factores

clave en la expansión de oportunidades financieras para las mujeres, toda vez que consigue acercarlas al sistema financiero y lo hace más accesible para ellas. Esto cambia la manera de generar desarrollo.

Por otro lado, consciente de la necesidad de consolidar una cultura interna que promueva la construcción del camino a la equidad en la sociedad con sus colaboradores, este año el Banco ha marcado hitos importantes en este aspecto.

Durante el mes de marzo, suscribió los Principios para el empoderamiento de las mujeres, de ONU Mujeres y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas; estos ofrecen una guía sobre cómo empoderar a la mujer en el trabajo, el mercado y la comunidad. De igual manera, el Banco ha incorporado la Herramienta de Análisis de Brechas de los Principios para el Empoderamiento de la Mujer (Herramienta Empresarial de Género WEPs - por sus siglas en inglés) que ayuda a las empresas a identificar fortalezas, debilidades y oportunidades para mejorar su desempeño en igualdad de género.

El Banco obtuvo buenos resultados en esta medición, no sólo por las condiciones de trabajo de sus colaboradores, entre las que se destacan prácticas igualitarias en los procesos de selección y formación y, especialmente, por el impacto social que genera en las comunidades que interviene, evidenciando indicadores de crecimiento económico diferenciales para sus clientas y el efecto multiplicador en sus familias y comunidades.

En esta misma línea, desde agosto de 2018, Bancamía hace parte de la Comunidad Par, un movimiento empresarial en favor de la equidad de género: 24 empresas, varias de ellas multinacionales, en torno al ascenso igualitario, el equilibrio vida personal - vida laboral, la formación y retención de talentos, uso de licencias de paternidad, horarios flexibles, entre otros. El estar desarrollando planes de acción en esta vía, hace de Bancamía una marca empleadora que promueve la equidad en Colombia.

Ninguna economía puede alcanzar su máximo potencial sin una participación plena de mujeres y hombres. Las mujeres, que representan a la mitad de la población mundial, tienen un rol equivalente al de los hombres en promover el crecimiento económico.



**GRÁFICO 12.**  
PRINCIPIOS PARA EL EMPODERAMIENTO DE LA MUJER





02

Cultura y  
**Aprendizaje**

---

# Cultura Bancamía 2018

El fin trascendente de Bancamía de contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias de los microempresarios de Colombia requiere de una cultura organizacional especial, profundamente arraigada en principios y manifestada en los comportamientos de los colaboradores tanto frente a los clientes como al interior de la empresa. Esos principios, que dan cuenta de la forma de ser del equipo humano del banco, son la ética y la responsabilidad social, la orientación social, el estímulo a la generación de riqueza para los clientes y la pasión por el servicio y la excelencia.

Se trata de una cultura en la que actuamos bajo la convicción de ponernos al servicio, ser útiles y contribuir al desarrollo de clientes y colaboradores. Para ello, año tras año, se trabajan diferentes frentes que buscan seguir fortaleciendo la cultura que requiere el Banco para cumplir su propósito institucional. En particular en el año 2018 se trabajaron los siguientes aspectos:

En el proceso de inducción el 100% de los colaboradores que ingresaron (un total de 675) realizaron el curso de cultura del Banco en el campus de microfinanzas y asistieron al taller de bienvenida institucional. Con estas acciones se busca desarrollar el compromiso con la misión, visión y valores de la empresa de las personas que se vinculan con Bancamía.

Un total de 2.651 colaboradores realizaron los cursos diseñados para el desarrollo de las competencias del Banco (PDI), los cuales se cumplieron en un 91.74%. Gracias a estas competencias se promueven comportamientos clave de la cultura del Banco, asociados al espíritu de servicio, la colaboración, la eficiencia entre otros.

Se certificó a un total de 253 gerentes que participaron del primer ciclo de la escuela de gerentes.

Esta escuela, que continua en el 2019, busca no sólo formar en los aspectos técnicos para la debida administración de las unidades de negocio del Banco sino que además se entrena a los líderes en las competencias requeridas para interactuar y ser ejemplo frente a sus equipos de trabajo.

Por tercer año consecutivo en el 2018 se llevó a cabo las Olimpiadas de Cultura del Banco. En dichas olimpiadas participaron un total de 2.908 colaboradores y el 97.85% pasó el puntaje establecido. Con las olimpiadas se busca que todos los colaboradores interioricen la cultura institucional y la forma como ella se refleja en todos sus procesos, productos, servicios y programas.

Un total de 303 colaboradores de la Dirección General realizaron la visita de campo, esto es, fueron a las oficinas a vivir un día de trabajo con un ejecutivo, con el fin que mantengan muy en alto, y con permanente recordación, que el eje central de nuestra cultura lo constituyen nuestros clientes.

Un total de 3.287 colaboradores refrendaron el compromiso con los valores y principios del Banco a través del estudio y adhesión al código de conducta de la organización.

Se contó con un plan de comunicaciones internas, a través de los diferentes canales del Banco, en los que no sólo se mantuvo informado al 100% de los colaboradores sobre los temas de interés sino que se promovieron y destacaron los elementos fundamentales de la cultura institucional en términos de por qué hacemos lo que hacemos, para quien lo hacemos y cómo lo hacemos. De manera muy destacada en ello tuvo especial relevancia la carta mensual del presidente para los colaboradores, la divulgación de las cifras de impacto MIDE, las reflexiones mensuales para líderes gentiles y la revista CREER en sus diferentes ediciones.



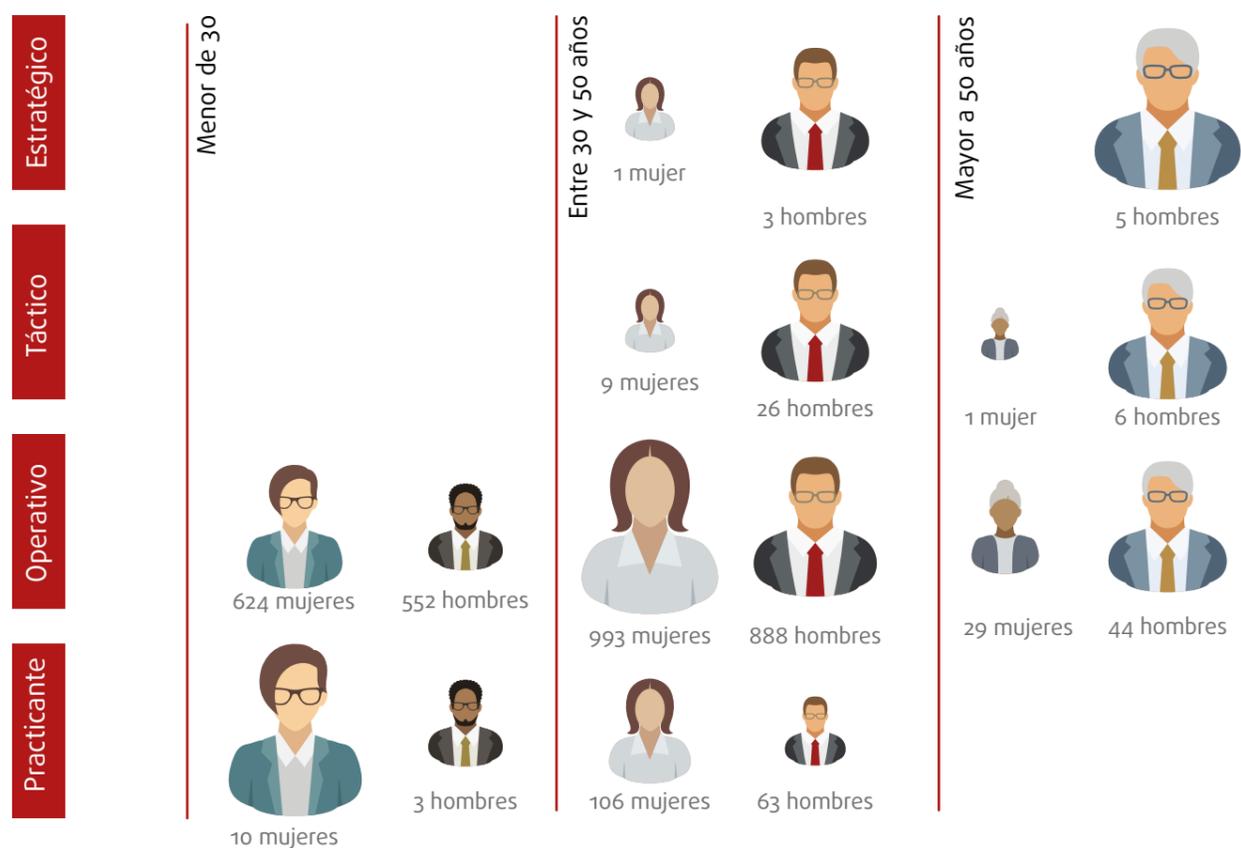
# 2.1

## Desarrollo de los Colaboradores

Bancamía, en el 2018, ha implementado estrategias que fortalecen el plan carrera y el desarrollo de sus colaboradores, con criterios de transparencia y equidad. De esta forma, se implementaron acciones que permitieron incrementar la

participación de las mujeres en las diferentes posiciones. Referente a la distribución de colaboradores por género, el 47.3% de los cargos son ocupados por hombres y el 52.7% restante por mujeres.

**TABLA 2.**  
DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES POR CARGO, EDAD Y GÉNERO.



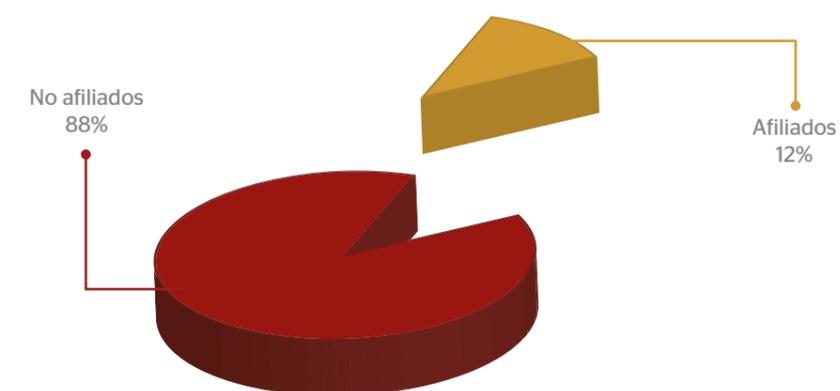
El promedio de edad de nuestros colaboradores es de treinta y dos años, dos meses (32,2).

Durante el año 2018, en Bancamía S.A., ha regido la Convención Colectiva de Trabajo – CCT suscrita como resultado de negociación colectiva de trabajo adelantada con las organizaciones sindicales ASEFINCO y ACEB, en el año 2017,

cuya vigencia se extiende hasta el treinta (30) de junio del 2019, año en el que se iniciará un nuevo proceso de negociación con las organizaciones en mención.

En el año 2018 el tribunal de arbitramento designado para pronunciarse en relación con el pliego de peticiones de Sintramía dictó su laudo arbitral.

**GRÁFICO 13.**  
COLABORADORES AFILIADOS A LA CONVENCIÓN



Bancamía vela por dar cabal cumplimiento a lo acordado en la convención colectiva de trabajo y actúa siempre bajo los parámetros legales y jurisprudenciales vigentes, en especial, lo referente al derecho de asociación y negociación colectiva.

El Banco sigue generando empleo inclusivo con equidad de género. La proporción total de colaboradores es: **53% mujeres y 47% hombres**

# 2.2

## Generación de Oportunidades Laborales

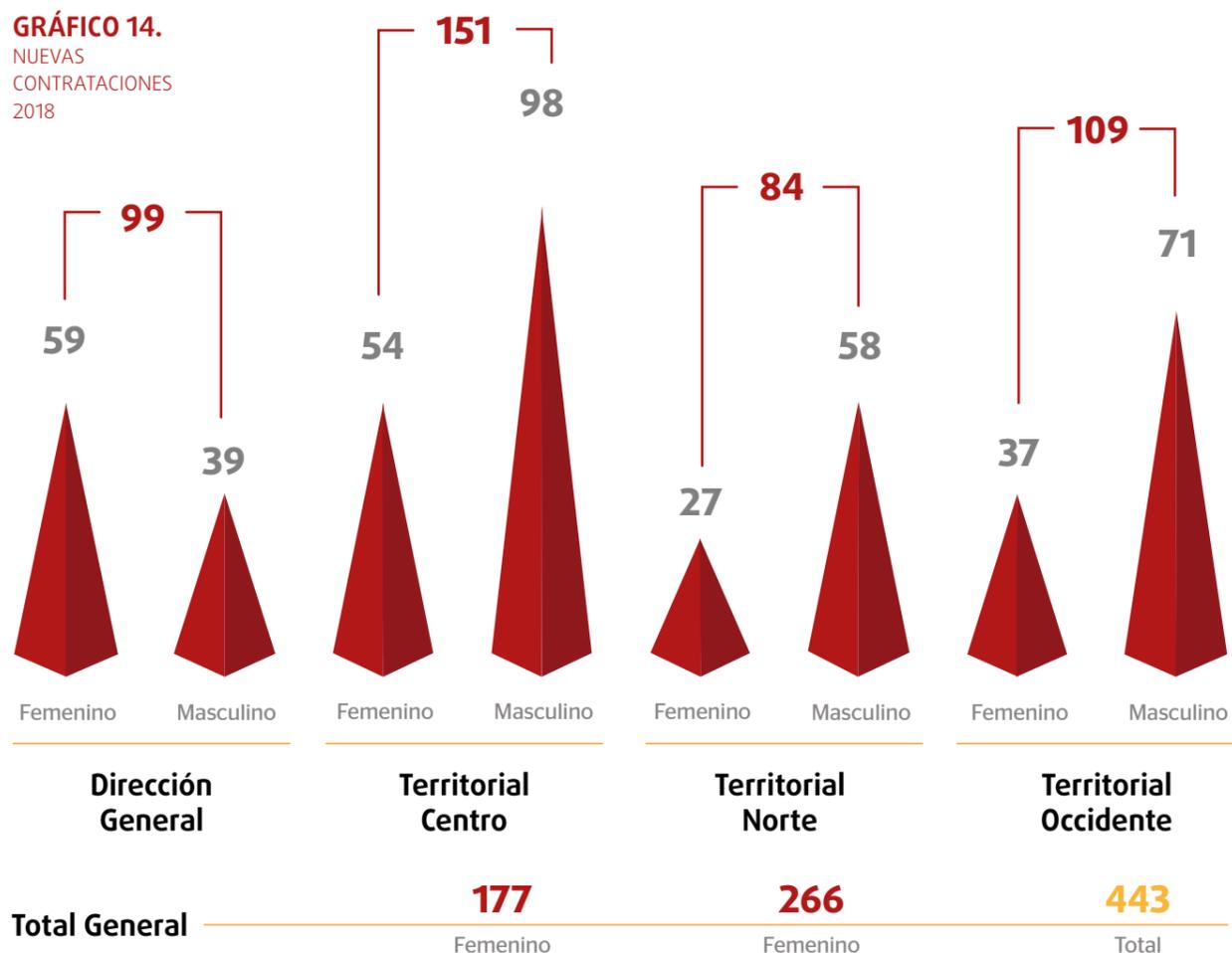
Bancamía es una entidad referente de las microfinanzas en el país, llegando a más de 900 municipios a nivel nacional, muchos de ellos con dificultades de acceso por las deficiencias en materia de transporte.

Es por ello que la misión del Banco cobra aún más relevancia cuando se promueve de manera decidida la empleabilidad incluyente en las poblaciones donde hace presencia, llegando a zo-

nas distantes con una posicionada oferta laboral que brinda condiciones de estabilidad, acceso a múltiples beneficios, condiciones contractuales justas, responsables y respetuosas del ser humano y la normativa laboral vigente en Colombia.

Bancamía realizó durante el año 2018 la vinculación de 443 personas mediante la modalidad de contrato laboral directo, que se segmenta por regiones como se presenta a continuación:

**GRÁFICO 14.**  
NUEVAS CONTRATACIONES 2018



**GRÁFICO 15.**

TIPOS DE CONRATACIÓN - VINCULACIONES 2018

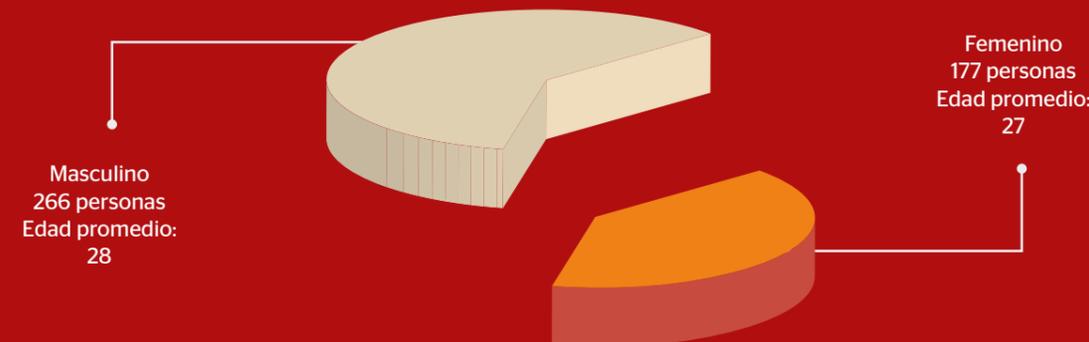
>> Dentro de la modalidad de contrato laboral se segmenta por el término del contrato las vinculaciones correspondientes al año 2018, así:



**GRÁFICO 16.**

PARTICIPACIÓN DE COLABORADORES POR GÉNERO - VINCULACIONES 2018

>> Respecto de la participación por género en las contrataciones efectuadas durante el año 2018, encontramos la siguiente distribución:



Como se puede evidenciar, el promedio de edad de las personas vinculadas al banco en el año 2018 es de 27,5 años, lo cual se comporta de manera muy similar al año inmediatamente anterior,

pues en el 2017 fue promedio 27,4. Si se segmenta por género el promedio de edad para las mujeres corresponde a 27 años y 28 años para los hombres.

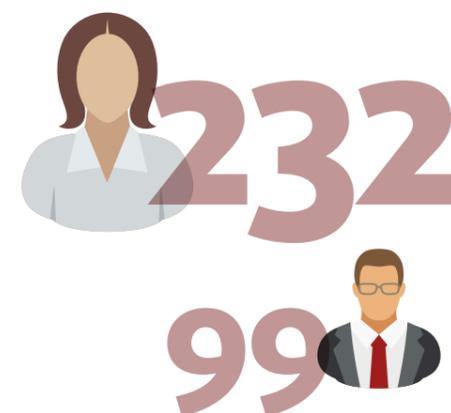


Consistente con la vocación social que caracteriza a Bancamía, se hace una apuesta grande en la construcción de escenarios de aprendizaje que favorezcan la consolidación de conocimientos e inmersión en el contexto laboral de los estudiantes correspondientes a los niveles técnicos y tecnológicos, promoviendo el desarrollo de habilidades blandas que favorecen la

estructuración de los futuros profesionales del país, quienes se constituyen en el principal semillero para la entidad.

A continuación se relaciona la dinámica de contratación del año 2018 correspondiente al colectivo de la Cuota Sena, vinculado bajo la modalidad de contrato de aprendizaje y con cobertura a nivel nacional:

**GRÁFICO 17.**  
OPORTUNIDADES DE APRENDIZAJE 2018



De otra parte, se vincularon 37 personas en misión, a través de empresas de servicios temporales.

**GRÁFICO 18.**  
CONTRATACIONES EN MISIÓN 2018



La fuerza laboral de Bancamía, vinculada durante el año 2018, corresponde al grupo de jóvenes con promedios de edad que se relacionan a continuación:



Generámos **oportunidades laborales en todas las regiones del país**, en 2018 vinculamos **443 nuevos colaboradores** y **331 jóvenes** con oportunidades de aprendizaje.



## Logros 2018

>> Mejora en el indicador de cobertura, con el cubrimiento del 100% de lleno de vacantes.

>> Mejora en la oportunidad de cobertura de las vacantes, dentro de los tiempos de servicio acordados.

>> El Banco sigue generando alternativas de empleo inclusivo, en sectores de la población donde no llegan otras entidades.

## Rotación de Colaboradores

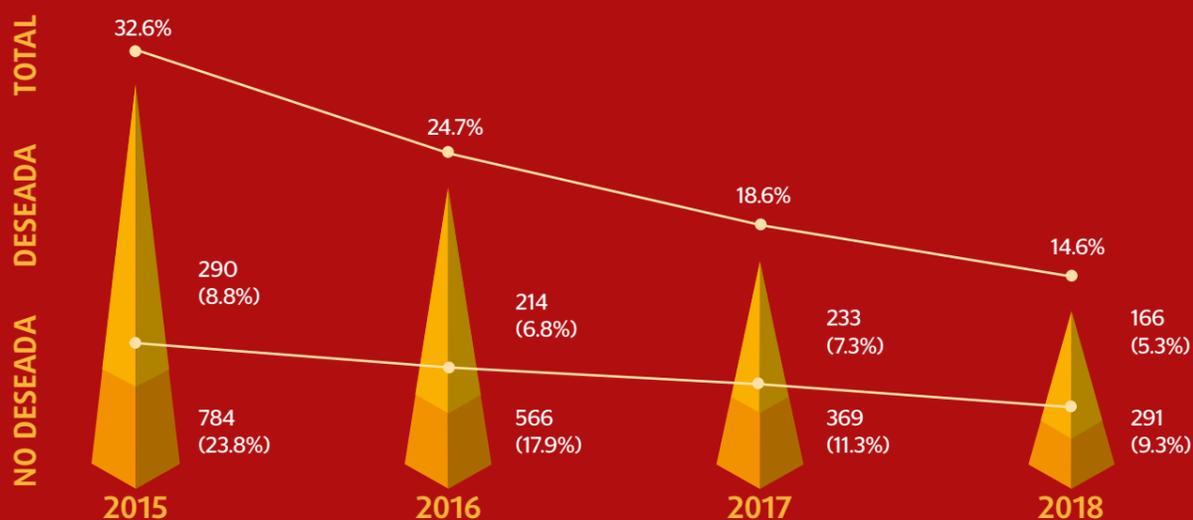
Como producto de la implementación del plan de desarrollo de los colaboradores, el cual ofrece más oportunidades de crecimiento, Bancamía logró afianzar la tendencia a la baja en el indicador de rotación total y no deseada, alcanzando este último un 9.3%. Es así como pasó de tener una rotación total en 2015

de 32.6%, a 14.6% en 2018, lo que representa una disminución total del 55.2%.

De igual manera, la rotación no deseada presentó una disminución significativa, al registrar una disminución del 60.9%, pasando de 23.8% en 2015, a 9.3% en 2018.

**GRÁFICO 19.**

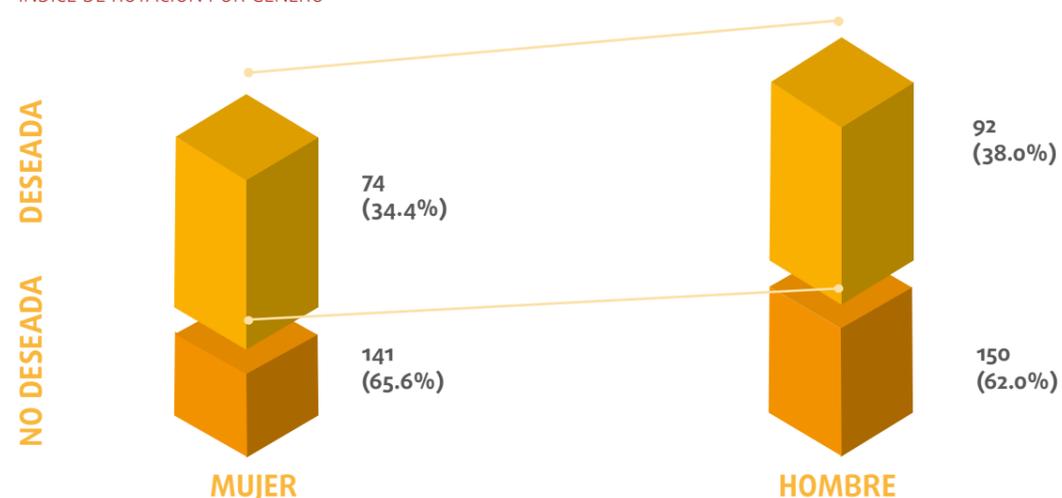
ÍNDICE DE ROTACIÓN DE COLABORADORES



Asimismo, la participación de la mujer en la rotación total para el año 2018, tuvo un porcentaje del 47%, en tanto que la participación de hombres fue de 53%.

**GRÁFICO 20.**

ÍNDICE DE ROTACIÓN POR GÉNERO



## Logros 2018

>> Los indicadores de rotación total y no deseada continúan su tendencia a la baja, logrando disminuir en los 3 últimos años un 55.2% y 60.9%, respectivamente.

>> Al finalizar el año 2018, el indicador de rotación no deseada logra ubicarse en un dígito, registrando el 9.3%.

>> Bancamía se posiciona como una marca atractiva en el mercado para atraer y retener el mejor talento humano; muestra de ello, es que actualmente tenemos en nuestro portal de empleo cerca de 80.000 hojas de vida registradas.

**2.3**

## Plan de Beneficios para Colaboradores

Bancamía durante el 2018 se empeñó en llevar a todos los colaboradores la oferta de valor prevista para ellos, logrando mayor conocimiento y utilización de dicha oferta para mejorar su calidad de vida y la de su grupo familiar.

Cabe destacar que durante 2018 los colaboradores hicieron un mejor y mayor uso del Plan de Beneficios:

### CRÉDITO DE VIVIENDA

(Auxilio Avalúo, Auxilio Gastos Notariales): 53 familias más lograron cumplir el sueño de tener vivienda propia.

### CRÉDITO EDUCATIVO

De estos créditos se condonó el 80%, dado el buen rendimiento académico demostrado por los colaboradores.

### PÓLIZA EXEQUIAL

El Banco facilita la protección de sus colaboradores, incluyendo su grupo familiar.



**Los auxilios hipotecarios aumentaron un 84%** con respecto al año anterior. Satisfactoriamente más colaboradores han adquirido vivienda propia a través de este beneficio.

**TABLA 3.**  
PLAN DE BENEFICIOS

Beneficios	2018		2017	
	Beneficiarios	Total COP\$ (Millones)	Beneficiarios	Total COP\$ (Millones)
Auxilio Educativo Hijos	960	101.9	823	78.3
Póliza Exequial Mapfre	900	11.0	767	8.5
Auxilio de Visiometría	765	151.1	736	128.7
Crédito Educativo	575	1.063	486	835.7
Condonación Crédito Educativo	456	661.0	339	434.8
Prima de Antigüedad	399	353.9	471	258.4
Auxilio de Nacimiento	179	42.5	237	45.2
Crédito Vivienda	53	4.296.5	18	1.449.4
Auxilio de Avalúo Hipotecario	50	7.0	8	1.0
Auxilio Gastos Notariales	27	20.8	20	8.0
Auxilio Hijos Educación Especial	8	2.4	3	0.9
Crédito de Calamidad	6	27.6	6	30.4
<b>Total Inversión En Beneficios</b>		<b>6.737.7</b>		<b>3.279.3</b>



## Logros 2018

>> Para el año 2018, se realizó una inversión económica en beneficios que superó en más del 105% la inversión realizada en el año 2017.

>> El porcentaje de acceso total a beneficios por parte de las mujeres fue del 60%, en tanto que, el de los hombres fue del 40%.

>> Se ofreció un 84% más de auxilios hipotecarios para nuestros colaboradores, con respecto al año anterior

>> 1.749 hombres accedieron a beneficios, con un incremento del 15% respecto a 2017. Asimismo, el acceso de las mujeres a los beneficios fue mayor en 9.8% frente a 2017, con 2.629 colaboradoras beneficiadas.

>> Con relación al año 2017, se logra identificar un aumento significativo en los siguientes beneficios: Auxilio Avaluó Hipotecario, Auxilio Educativo para hijos, Póliza exequial, Crédito educativo y Crédito de vivienda.

>> Los créditos de vivienda incrementaron en un 66% con respecto al año anterior.



## Licencias de Maternidad y Paternidad

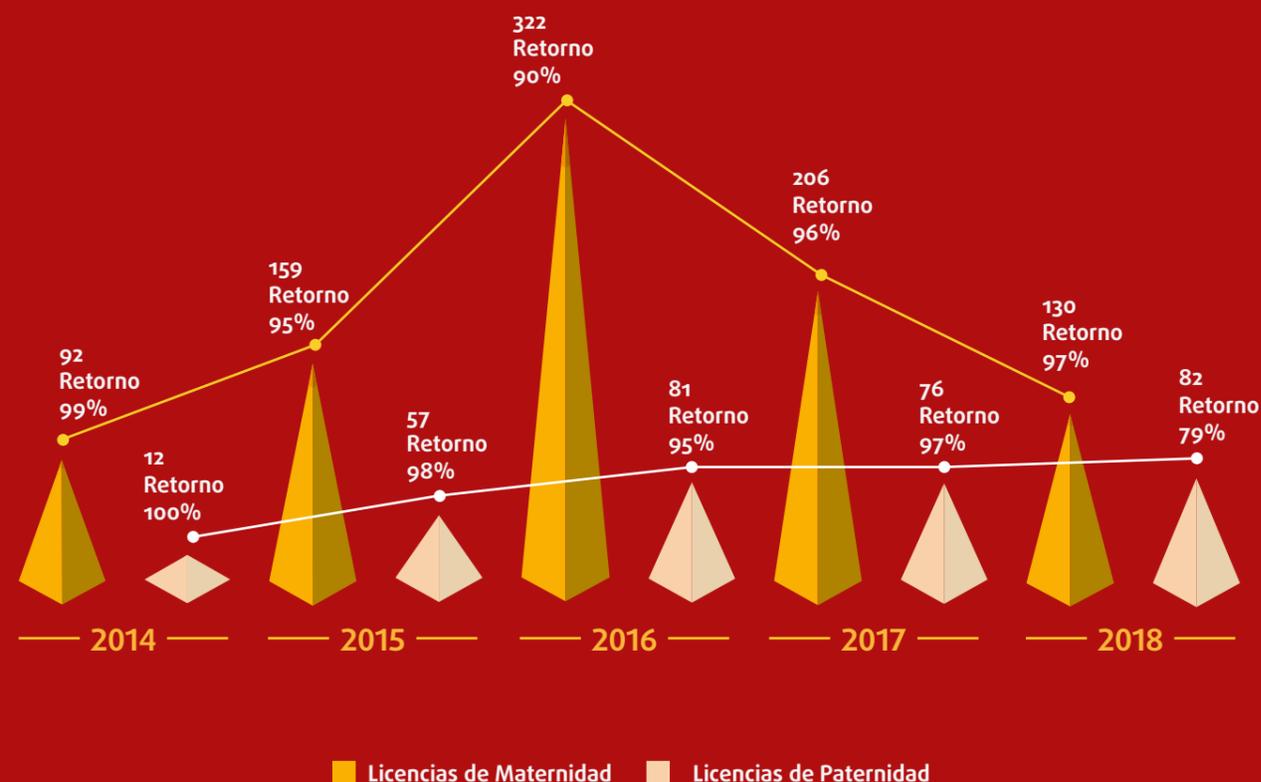
En cumplimiento del marco legal, el Banco acompaña a los colaboradores para que puedan hacer uso efectivo de sus licencias de maternidad y paternidad, cuando quiera que se registre en sus familias la llegada de un nuevo hijo.

Además, se efectúa un acompañamiento en el proceso de afiliación al sistema de seguridad social del nuevo miembro de la familia, para facilitar el servicio médico en cualquier evento.



### GRÁFICO 21.

BENEFICIOS DE LEY – LICENCIAS DE MATERNIDAD Y PATERNIDAD



Las colaboradoras que hacen uso de la licencia de maternidad, al igual que en años anteriores, reciben el beneficio de compensación, una vez finalizado el período legal de lactancia, disminuyendo su jornada laboral en 1 hora, durante los dos meses siguientes.

zado el período legal de lactancia, disminuyendo su jornada laboral en 1 hora, durante los dos meses siguientes.

**El Banco acompaña a los colaboradores en su proceso de maternidad y paternidad, en la llegada de un nuevo miembro de la familia**

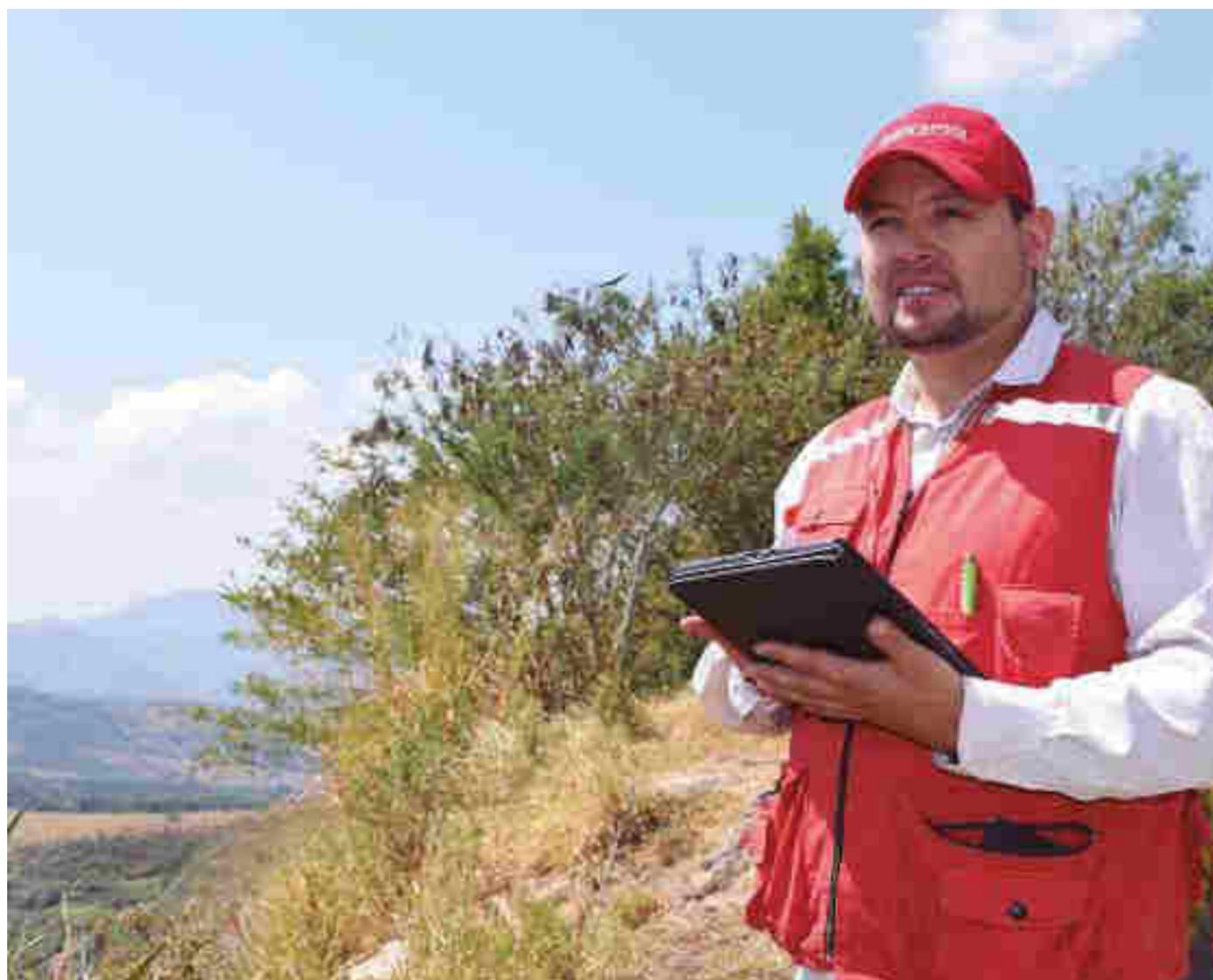
**2.4**

**Formación y Capacitación**

Incorporamos nuevos recursos de aprendizaje como *mobile learning* y contenidos *microlearning* que permiten mayor interactividad y facilitan el aprendizaje.

Bancamía implementa diferentes procesos formativos para todos los colaboradores del país. Promueve la actualización, refuerzo y reentrenamiento, en temas claves que facilitan su gestión. El Banco está a la vanguardia tecnológica en materia de capacitación, ofreciendo una constante oferta de formación al talento humano que se traduce en colaboradores fortalecidos de conocimiento, con mejores habilidades, mayores competencias y, por ende, mayor productividad.

Para el 2018, además de robustecer el aprendizaje a través de una plataforma virtual, incorporamos recursos adicionales como el mobile learning y contenidos microlearning, permitiendo mayor interactividad en los contenidos, facilidad en el aprendizaje y la aplicación.



**TABLA 4.**  
HORAS DE FORMACIÓN

Año	Horas
2017	306.120
2018	311.294

Género	Horas
Hombres	162.999
Mujeres	148.295

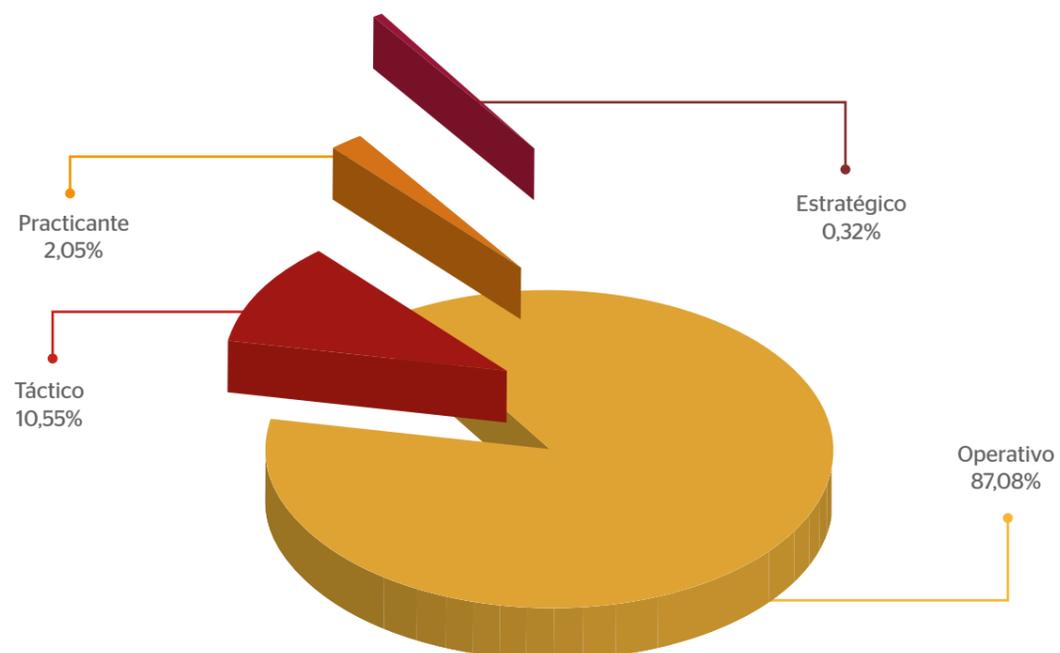
Categoría	Horas
Operativo	271.087
Practicante	6.371
Táctico	32.853
Estratégico	983

Se presenta un aumento de 5.174 horas de capacitación frente al año anterior. En cuanto a las categorías, se evidencia que el 87% de horas de

formación fueron realizadas por los colaboradores operativos, los cuales corresponden al 86% de la planta del Banco.

**GRÁFICO 22.**

HORAS DE FORMACIÓN POR LÍNEAS DE GOBIERNO



Para Bancamía, es importante que su crecimiento como Banco sea paralelo al crecimiento de sus colaboradores. El Banco, durante el 2018, realizó procesos de formación enfocados al desarrollo de su talento humano, en lo laboral, lo profesional y lo personal. Se destacan especialmente tres ámbitos de formación: Escuela de Geren-

tes, Formación de semilleros y Fortalecimiento de competencias. Estas líneas formativas se orientan a motivar y empoderar al colaborador en el desempeño de sus funciones, con mayor productividad, rendimiento y eficiencia, contribuyendo al logro de los objetivos establecidos por la organización.

**TABLA 5.**

PLAN DE DESARROLLO POR COMPETENCIAS

PDI Competencia	Número de itinerarios	PDI Competencia	Número de itinerarios
Competencia Capacitador	3	Competencia Íntegro	1
Competencia Colaborador	1	Competencia Transformador	3
Competencia Comprometido	1	Competencia Profesional	3
Competencia Espíritu de Servicio	3	Competencia Respetuoso	1



**GRÁFICO 23.**  
FORMACIÓN DE SEMILLEROS



**TABLA 6.**  
ESCUELA DE GERENTES



## Logro 2018

>> Con el apoyo del Tecnológico de Monterrey y la Fundación Microfinanzas BBVA se certificaron 253 colaboradores participantes de la Escuela de Gerentes, correspondiente al 97% del público objetivo.

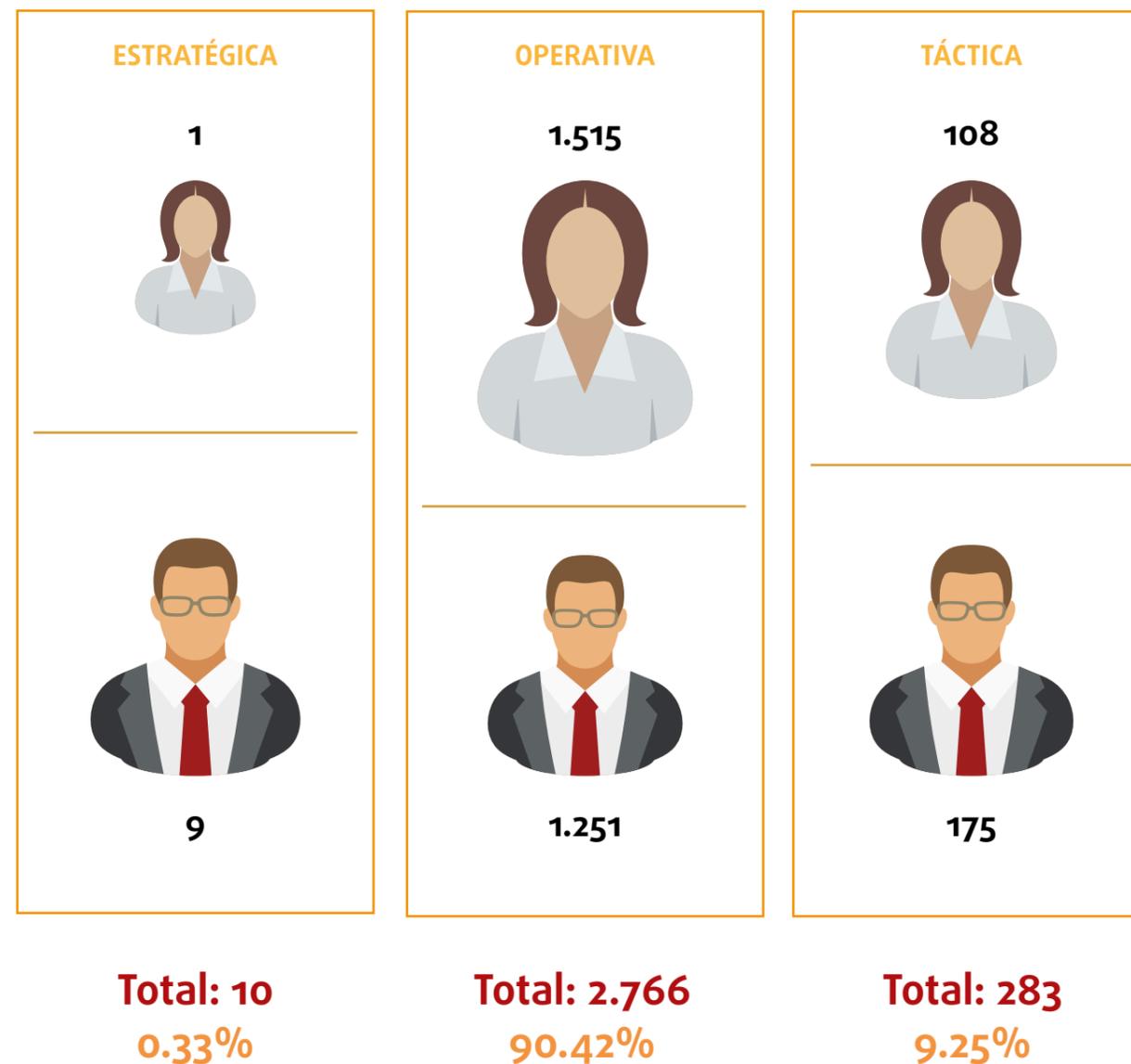


## Evaluación de desempeño y Desarrollo Profesional

Bancamía valora el aporte de sus colaboradores a los resultados, para hacer posible la mejora de la calidad de vida de sus clientes. Es por ello que, en 2018, sobre una población total de 3.311 colaboradores, evaluó a 3.059 (92%), representados en 0.3% de nivel estratégico, 9.3% en el nivel táctico y 90.4% en el nivel operativo.

Este ejercicio que se viene realizando desde el año 2010, ha permitido crear conciencia sobre la importancia de la contribución individual, permitiendo, a la vez, definir planes de mejora continua y, así mismo, reconocer al colaborador en los aspectos destacados de su gestión.

**GRÁFICO 24.**  
COLABORADORES EVALUADOS EN SU DESEMPEÑOS 2018

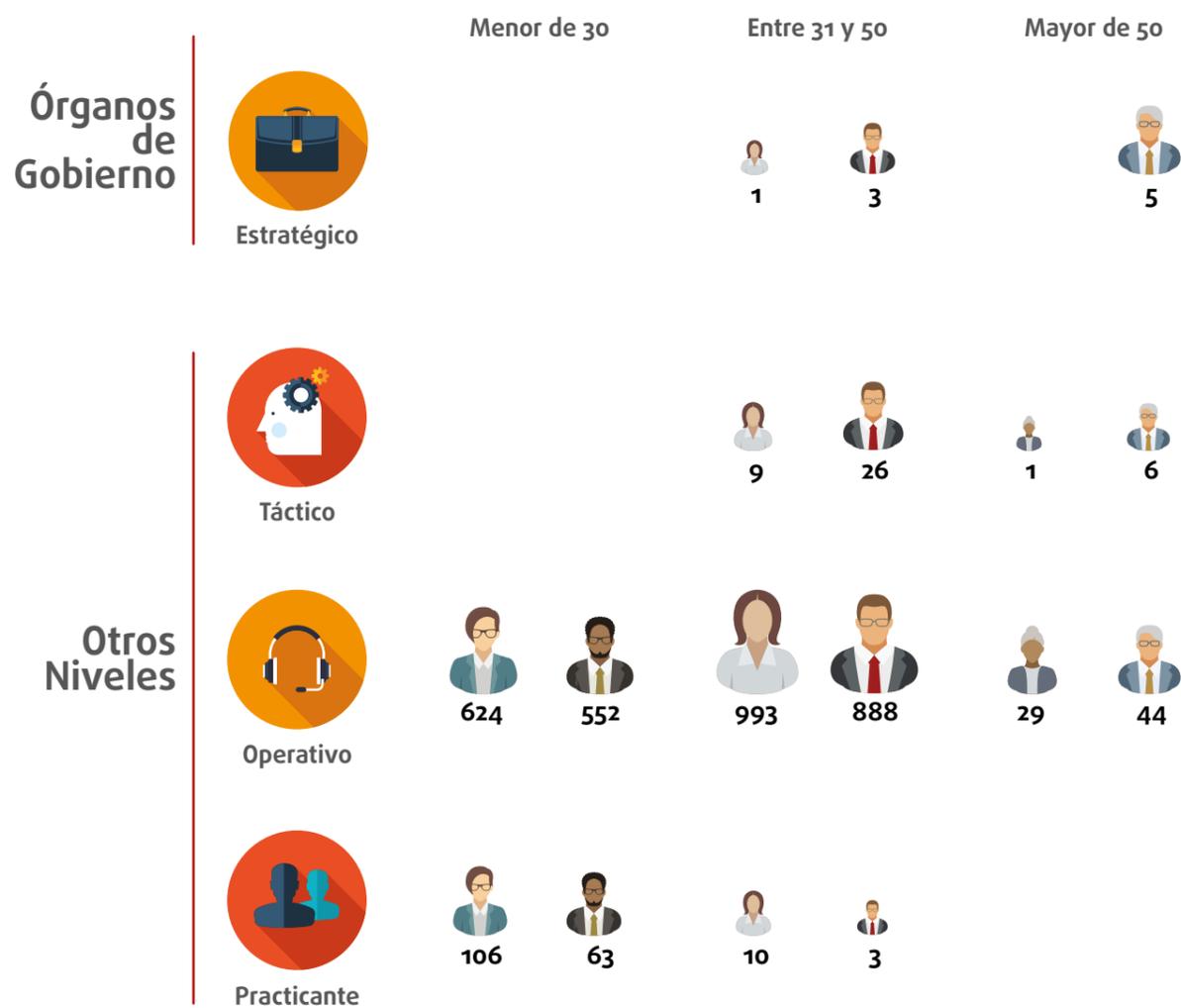


## Diversidad y Equidad de Género

Uno de los lineamientos estratégicos del Banco es el empoderamiento de la mujer y la equidad de género, para lo cual estamos desarrollando estrategias que estimulan la ubicación de la mujer en cargos gerenciales y estratégicos.

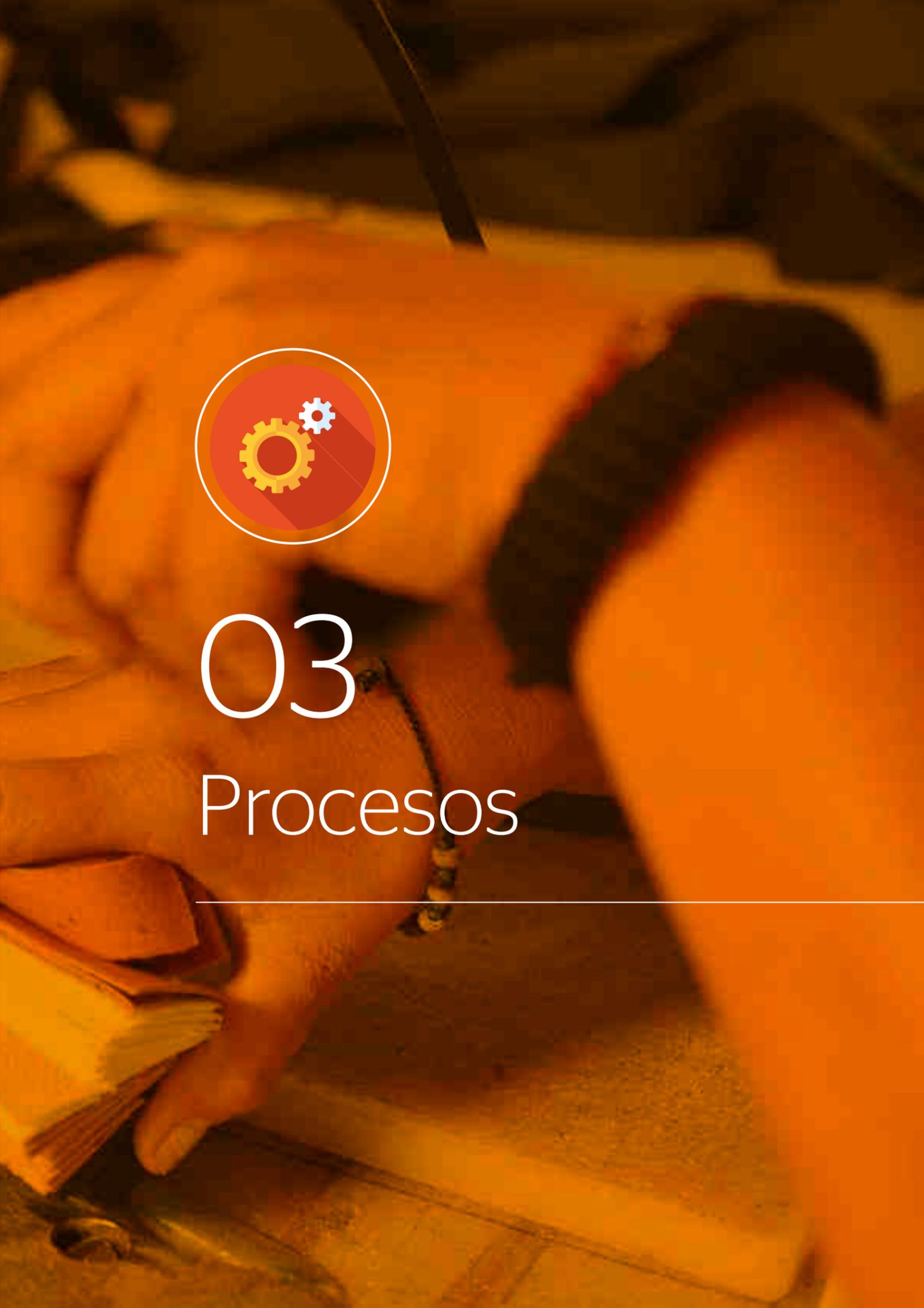
**GRÁFICO 25.**

DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES POR GÉNERO, EDAD Y LÍNEA DE GOBIERNO



Bancamía **valora el aporte de sus colaboradores a los resultados** de la gestión 2018 encaminada a mejorar la calidad de vida de los clientes





# 03

## Procesos

---

La evolución del mundo y los cambios constantes que vivimos están protagonizados por la era digital, demandando las organizaciones transformarse para permanecer y ser exitosas, en un entorno cada vez más competitivo. Adaptarse, además de generar eficiencia, permite el logro de objetivos y facilita el acceso de

nuestros clientes a los diferentes productos y servicios. Teniendo en cuenta esto y la responsabilidad que tiene Bancamía, al ser líder en Microfinanzas Productivas, decide incluir nuevas herramientas digitales para servir mejor a sus clientes y mejorar la eficiencia de la cadena de valor.

# 3.1

## Proyecto de Movilidad

Inicia en el año 2016, con 200 Ejecutivos de Desarrollo Productivo (EDPs), dotados con una herramienta de movilidad que facilita su gestión comercial. Posteriormente, durante los años 2017 y 2018, se realiza el despliegue a la totalidad de los EDPs.

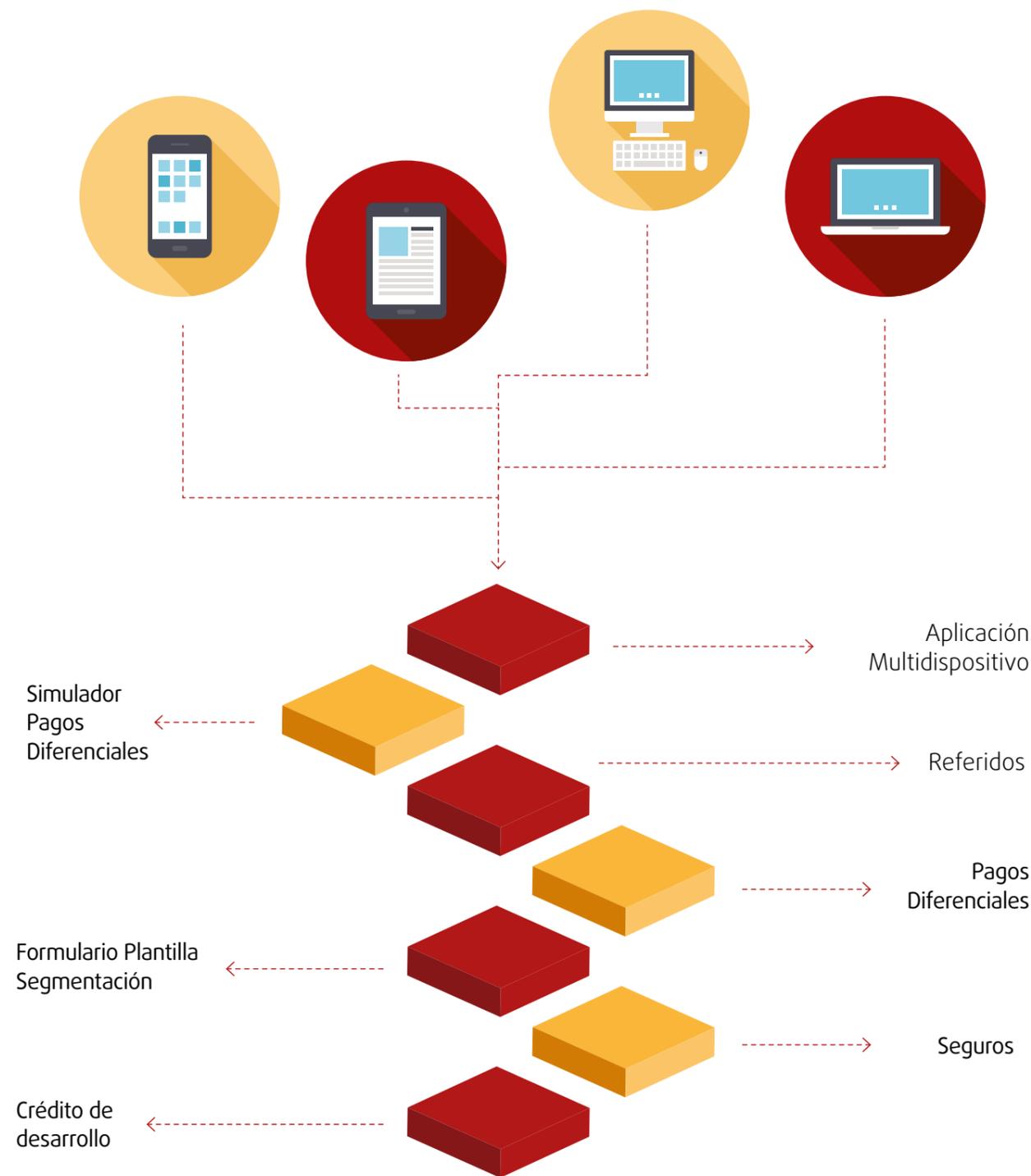
En el 2018 finaliza la implementación del proyecto de movilidad, al suministrar a 1.402 ejecutivos de las 200 oficinas una tablet, con la aplicación que les permite realizar en campo, gestiones con el cliente que antes se podían realizar únicamente en la oficina, tales como: levantamiento de información cualitativa y cuantitativa, gestión de la carte-

ra, geolocalización de las direcciones de los clientes (residencia y negocio), consulta de información relevante durante la visita, acceso al correo corporativo, acceso a guía de productos (ayuda ventas), acceso a la aplicación de riesgos (validación de política), acceso a Internet para consultas y generación de oferta de valor oportuna y adecuada a nuestros clientes, entre otros. Al cierre de diciembre de 2018, el 90% de la totalidad de los créditos fueron realizados a través de la herramienta de movilidad.

Además, durante el 2018, se realizaron los siguientes desarrollos en la aplicación de movilidad:



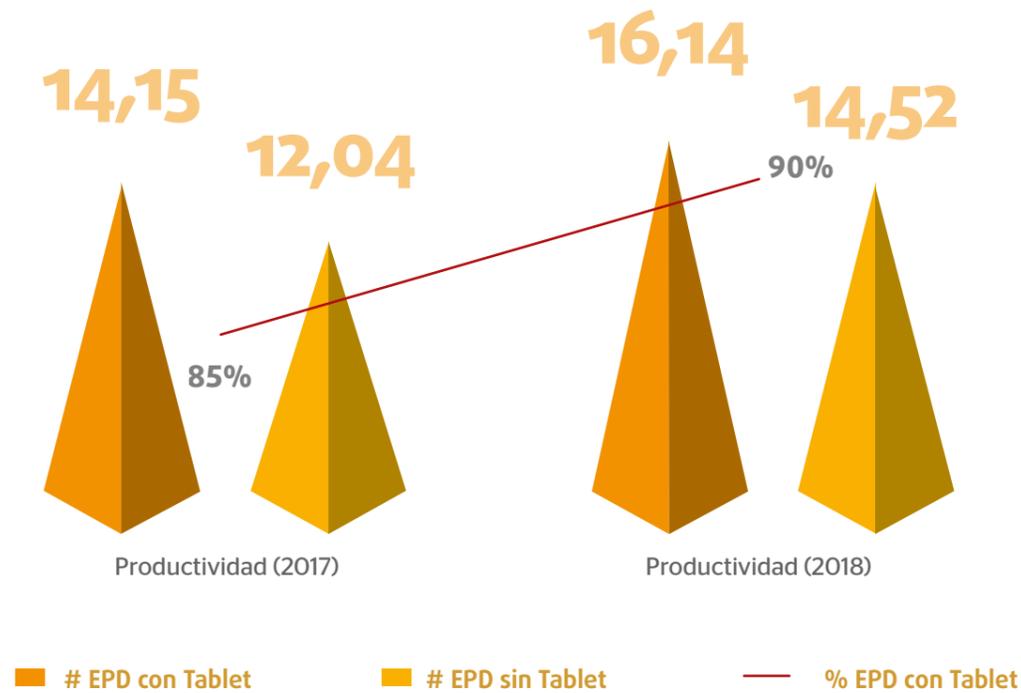
**GRÁFICO 26.**  
DESARROLLO DE MOVILIDAD EN PRODUCCIÓN



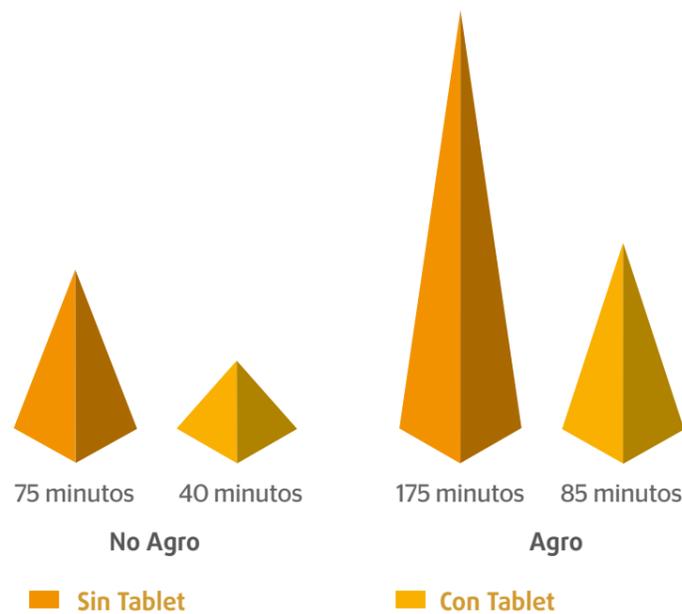
Desde los primeros meses de la implantación del proyecto de movilidad, se han logrado resultados positivos en la productividad de

Bancamía, especialmente en la colocación de créditos, los cuales se pueden evidenciar a continuación:

**GRÁFICO 27.**  
IMPACTO DE LA MOVILIDAD EN LA PRODUCTIVIDAD



**GRÁFICO 28.**  
IMPACTO DE LA MOVILIDAD EN AHORRO DE TIEMPO



**AHORRO**

Ahorro No Agro

**46%**

Ahorro Agro

**50%**



## Logros 2018

>> La movilidad de Bancamía ha permitido llegar a un mayor número de clientes.

>> Se ha disminuido el tiempo de respuesta de los trámites de crédito, gracias a la eficiencia obtenida con el uso de la herramienta.

>> Mejora en la calidad de vida de los colaboradores por cumplimiento de horarios.

>> Incremento en la productividad

## Retos Futuros

**01**

Masificación del Expediente Digital: Consiste en administrar el flujo de los documentos de cada uno de los procesos, permitiendo el cargue, consulta, modificación y eliminación.

**02**

Agenda Comercial: Apoyo la gestión comercial diaria del EDP.

**03**

Geolocalización: Captura de las coordenadas de ubicación de los clientes del Banco.

**04**

Firma electrónica: Validación de la identidad del cliente, a través de mecanismos biométricos.

**05**

Pagaré electrónico: Desmaterialización de los pagarés de crédito, gestionando su consulta y recuperación para efectos de cobranza.

3.2

## Cadena de Abastecimiento

La cadena de abastecimiento del Banco provee bienes y servicios en un contexto de interés por el componente social y la responsabilidad ambiental. Es un medio para que terceros y sus grupos de interés construyan una relación comercial que les permita crecer junto con el Banco, de forma sostenible.

Actualmente, el proceso de cadena de abastecimiento se encuentra en transformación hacia procesos ágiles, sin perder los controles y análisis que se deben realizar para obtener el mejor

servicio posible, al costo óptimo, permitiendo un correcto equilibrio y una relación de mutuo beneficio entre el Banco y su red de proveedores.

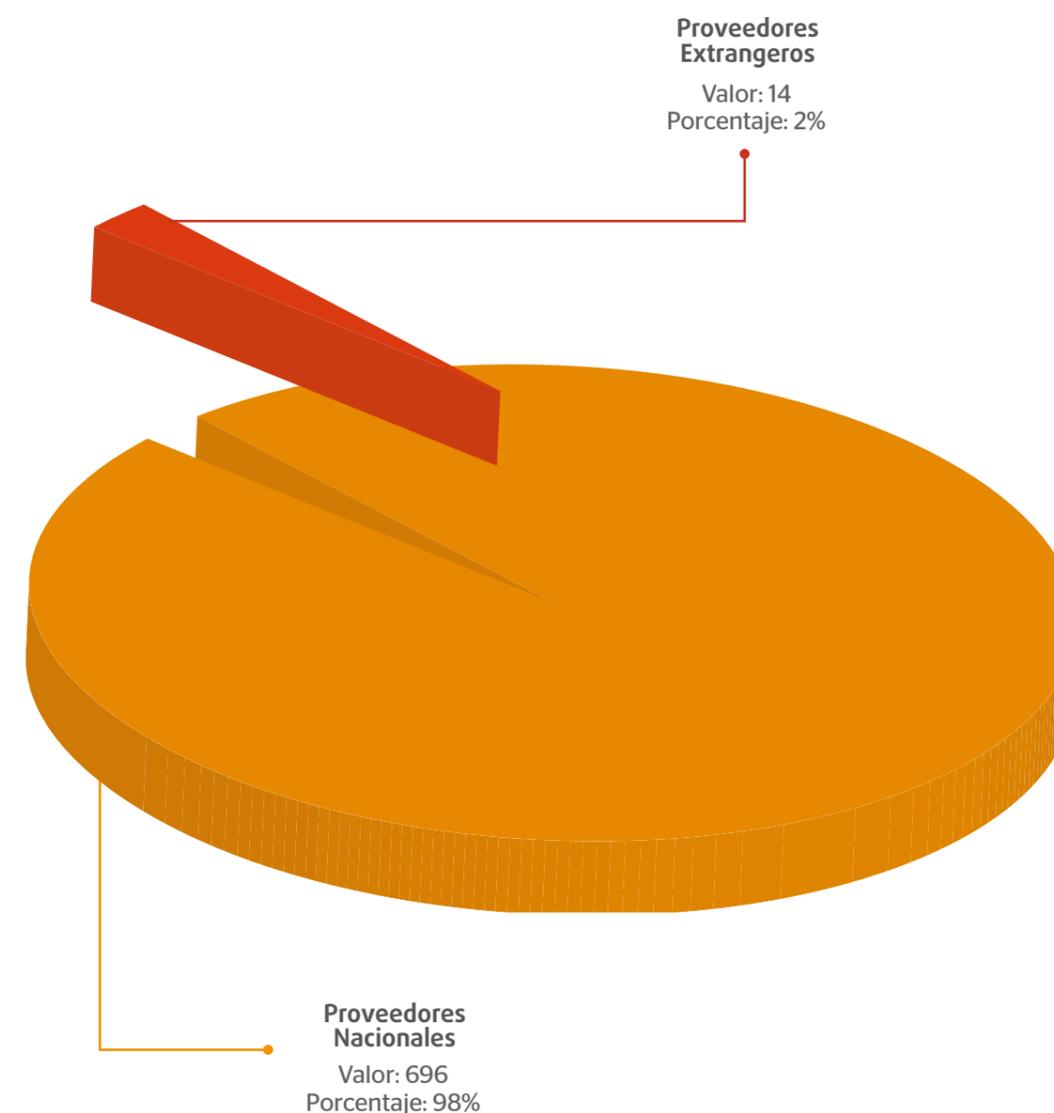
La importancia de la cadena de suministro radica en que es un proceso transversal que afecta a toda la organización, desde su área de operaciones, pasando por la gestión del talento humano y teniendo un papel fundamental en las áreas de apoyo, tal como lo son la Dirección de Compras y los Centros Administrativos Regionales.



## El 98% de los proveedores de Bienes y Servicios son nacionales.

Nos preocupamos por construir relaciones comerciales con ellos, que generen un crecimiento junto al Banco de forma sostenible

**GRÁFICO 29.**  
PROVEEDORES NACIONALES Y EXTRANJEROS



**3.3**

**Oficina Virtual**

Buscando que el cliente se encuentre permanentemente conectado con sus productos financieros, Bancamía ha desarrollado un Piloto de Oficina Virtual desde la cual ofrece un espacio seguro e interactivo para que el cliente pueda realizar transacciones monetarias y gestionar sus productos, facilitando su relación con el banco al obtener en un solo sitio, desde su hogar u oficina, acceso a los servicios que ofrece Bancamía.

En 2018 finalizó el desarrollo de la plataforma que soporta los servicios de Oficina Virtual, tanto para persona natural como para persona jurídica, incluyendo el monitoreo de tran-

sacciones. La plataforma estará a disposición de todos los clientes durante el primer trimestre del año 2019.

Durante el desarrollo del proyecto, Bancamía ha considerado las necesidades de los clientes en un entorno digital, buscando ofrecer sus servicios en forma permanente, permitiéndoles un acceso seguro.

Finalmente, el propósito de operar a través de esta herramienta es permitir mayor autonomía de los clientes en sus operaciones y obtener mayor eficiencia en los procesos de su negocio, estando conectado permanentemente con Bancamía.



Buscando brindar mayor conectividad a nuestros clientes con sus productos financieros, **Bancamía ha desarrollado la oficina virtual** para tener en un solo sitio todos los servicios desde su unidad productiva o su hogar





# 04

## Financiera

---

## 4.1

## Entorno Macroeconómico

A falta de consolidación de cifras de final de año, la economía colombiana creció el 2,7% en III trimestre de 2018, resultado superior al obtenido en el mismo periodo de 2017 y 2016, y que a su vez permite prever que al cierre de 2018 el crecimiento estará entre 2,6% y 2,8. El comportamiento observado obedece fundamentalmente a los sectores de Administración pública y defensa (4,5%), Comercio al por mayor y por menor (2,6%) e Industrias manufactureras (2,9%). A partir de esta información se estima que el desempeño de la economía en el consolidado anual se explique por los sectores de Actividades profesionales (5,4%), Administración pública y defensa (4,6%), Agricultura (4,0%) y Comercio (3,5%).

Analizando este resultado desde la demanda, se espera un crecimiento de la inversión cercano al 0,5%, asimismo que el consumo público tenga una variación positiva alrededor de 5,0%, superior a la del consumo privado que no superará el 3,0%. Esta última referencia puede estar explicada por el comportamiento del Índice de Confianza del Consumidor que cierra el año con una variación de -8,3%, dato que permite inferir un descenso en la participación del consumo de los hogares.

En cuanto al mercado laboral, para noviembre de 2018 la tasa de desempleo se ubicó en 8,8%, dato levemente superior a la del mismo mes de 2017 (8,4%). Adicionalmente, es de destacar el comportamiento de la informalidad que al mes de referencia alcanzó el 48,1%.

El análisis de la política monetaria registra una inflación que cerró con un crecimiento del IPC de 3,18%, resultado en línea con las proyecciones realizadas (3,16%) y cercano a la meta de inflación establecida por el Banco de la República (3,0%). Los grupos de gastos que más crecieron son Educación (6,4%), Salud (4,3%), Vivienda (4,1%) y Transporte (3,7%), de igual manera, los grupos de gasto

menos costosos fueron Alimentos (2,4%), Vestuario (0,3%), Comunicaciones (0,3%) y Diversión (-1,2%). El comportamiento estable de la inflación y el margen de mejora que se puede dar en el PIB llevó a que la Junta Directiva del Banco de la República mantuviera inalterada la tasa de intervención en política monetaria (4,25%) al cierre de 2018.

El sector externo presenta una balanza comercial que continúa siendo deficitaria, dado que con corte a octubre se tiene un total de exportaciones por US\$ \$3.786,6 millones frente a unas importaciones de US\$ \$5.165,5 millones. Continuando en el contexto exterior, durante el segundo semestre de 2018 se consolidó la tendencia al alza del dólar que cerró con un precio de \$3.249, la excesiva volatilidad de la divisa se explica por el comportamiento del precio del petróleo que cerró cercano a los US\$60/Barril y a la incertidumbre por lo que pueda pasar en la relación USA - China, además de las crisis de economías emergentes como Turquía y Argentina.

Por su parte, el sector financiero registró un crecimiento promedio de la cartera de créditos del sistema de 6,7% a octubre de 2018, continuando con la tendencia de desaceleración que se exhibe desde enero de 2017. Particularmente la cartera de microcrédito registró un crecimiento de 3,8% en el mes de referencia, dato que es un leve repunte luego de continuas desaceleraciones a lo largo del año.

En suma, puede decirse que 2018 es un año en que se comienzan a consolidar las bases de la recuperación económica (la proyección de crecimiento del PIB para 2019 es de 3,3%), sin embargo, aún se tienen retos que pueden afectar al público objetivo de Bancamía, ya que condiciones como la informalidad y el comportamiento negativo del Índice de Confianza del Consumidor (ICC) permiten prever que el crecimiento económico esperado no se irrigará de manera uniforme a todos los sectores de la población.



## 4.2

## Situación Financiera de Bancamía

Por su parte, Bancamía continuó mejorando su desempeño durante 2018, representado principalmente en el crecimiento de la Cartera Bruta, que ascendió a 9,8% frente al año anterior y el ascenso en número de clientes con créditos vigentes al cierre de 2018 situado en 2,6%. (338.917 Clientes). Este mejor desempeño se explica por la continua mejora e implementación de campañas de fidelización y atracción de clientes nuevos.

Los ingresos financieros incrementaron +120Pbs y los costos financieros disminuyeron

-41Pbs, con lo cual finalizaron el año en 29% y 5,15% respectivamente. Lo anterior como resultado de la implementación de las estrategias de gestión de fondeo encaminadas a la diversificación, renegociación y/o cancelación de obligaciones a mayor costo. El indicador ROA (Return On Assets) ascendió 2,21% (+74Pbs) y la eficiencia decreció 66,20% (-380Pbs) principalmente por el fomento de estrategias encaminadas a la generación de ahorros en la gestión de recursos.

## 4.3

Estado de  
Situación FinancieraTABLA 7.  
SITUACIÓN FINANCIERA

	DIC.-18	DIC. -17	VARIACIÓN AÑO %	VARIACIÓN AÑO \$
Disponible	93.161	56.204	65,8	36.956
Intermediarios Financieros	58.964	42.197	39,7	16.767
Inversiones	11.276	8.345	35,1	2.931
Cartera Bruta	1.354.914	1.232.124	10,0	122.790
Cartera Rentable	1.251.194	1.140.118	9,7	111.076
Empleados	8.506	5.003	70,0	3.503
Cartera en Mora	73.538	64.434	14,1	9.104
Intereses	30.182	27.572	9,5	2.610
Provisiones de cartera	-77.186	-67.598	14,2	-9.588
Activos Fijos	146.651	150.343	-2,5	-3.692
Otros Activos	55.107	47.856	15,2	7.251
<b>Total Activo</b>	<b>1.642.888</b>	<b>1.469.472</b>	<b>11,8</b>	<b>173.416</b>
Recursos de Clientes	719.191	512.720	40,3	206.471
Depósitos de Ahorro	106.883	93.779	14,0	13.104
Depósitos a término	612.308	418.941	46,2	193.367
Tesorería	392.530	259.478	51,3	133.052
Red Comercial	219.778	159.462	37,8	60.316
Bonos	183.661	183.036	0,3	625
Bancos	245.650	268.451	-8,5	-22.801
Nacional	235.683	248.518	-5,2	-12.835
Bancos Primer Piso	151.476	237.218	-36,1	-85.742
Bancos segundo Piso	84.207	11.300	N.C.	72.907
Extranjeros y Multilaterales	9.967	19.933	-50,0	-9.967
Otros Pasivos	121.608	137.112	-11,3	-15.503
Fondos Propios	372.779	368.154	1,3	4.625
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>1.642.888</b>	<b>1.469.472</b>	<b>11,8</b>	<b>173.416</b>

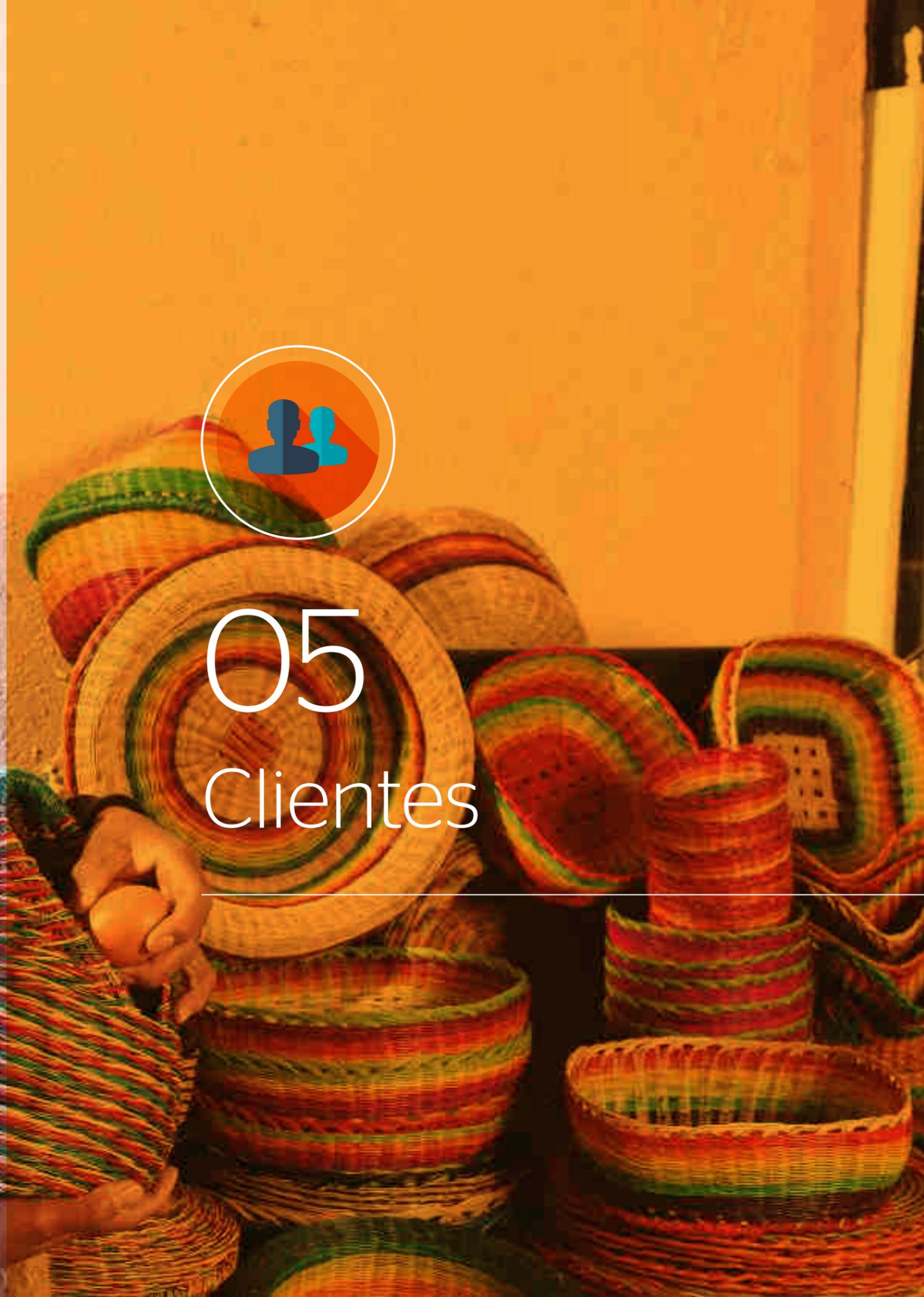
\*Cifras en Millones de pesos

## 4.4

Estado de  
Resultados AcumuladoTABLA 8.  
ESTADO DE RESULTADOS ACUMULADO

	DIC.-18	DIC. -17	VARIACIÓN AÑO %	VARIACIÓN AÑO \$
Ingresos Financieros	449.117	420.586	28,531	6,8
Costos Financieros	-79.804	-84.063	4,259	-5,1
Margen de interés	369.313	336.523	32,790	9,7
Comisiones netas	17.696	13.731	3,964	28,9
Operaciones Financieras	9.757	3.869	5,889	152,2
Resto de Ingresos Ordinarios	-6.853	-2.837	-4,015	141,5
Margen Bruto	389.914	351.286	38,628	11,0
Gastos Generales de Admon.	-259.130	-245.644	-13,486	5,5
Gastos de Personal	-159.557	-151.287	-8,270	5,5
Gastos Generales	-67.469	-65.501	-1,968	3,0
Impuestos y Contribuciones	-17.964	-16.556	-1,408	8,5
Amortizaciones	-14.141	-12.300	-1,840	15,0
Margen Neto	130.783	105.641	25,142	23,8
Pérdida por deterioro de Activos	-79.188	-66.304	-12,884	19,4
Otras Provisiones	-737	-279	-458	164,3
Beneficio antes de Impuestos (BAI)	50.866	39.116	11,750	30,0
Impuesto de Renta	-19.854	-16.921	-2,932	17,3
Beneficio después de Impuesto (BDI)	31.012	22.194	8,818	39,7

\*Cifras en Millones de pesos



05  
Clientes

5.1

## Finanzas Productivas

Durante 2018, Bancamía continuó evolucionando su modelo de Finanzas Productivas, a través del cual ha ejecutado su gestión comercial y sus iniciativas de enfoque social, encaminadas al desarrollo productivo de los emprendedores del país.

Buscando mejorar la experiencia de sus clientes, el Banco desarrolló un modelo de segmentación que parte del conocimiento de sus necesidades y está basado en la combinación de 2 variables: el nivel de madurez del negocio y la relación con Bancamía. Para cada segmento, se diseñaron ofertas de valor diferenciadas y adaptadas a sus necesidades, de forma transversal en los productos, servicios, canales y alianzas.

Este modelo se desarrolló a través de una metodología que permite brindar una experiencia relacional cercana con los clientes y así facilitar el asesoramiento en campo de forma asertiva para cada uno de ellos. Además, mantiene la prestación de todos los servicios transaccionales a través de una amplia red de oficinas, corresponsales bancarios, tanto propios como de red posicionada, y en canales alternos como la banca móvil, cajeros automáticos y la línea de atención telefónica gratuita a nivel nacional que operan a lo largo y ancho del país, permitiendo una adecuada cobertura.

Al cierre de 2018, Bancamía cuenta con una red de 200 oficinas y 15.590 corresponsales bancarios a través de las cuales atendió 1.016.625 clientes, 11.23% más que los 913.913 clientes de 2017.

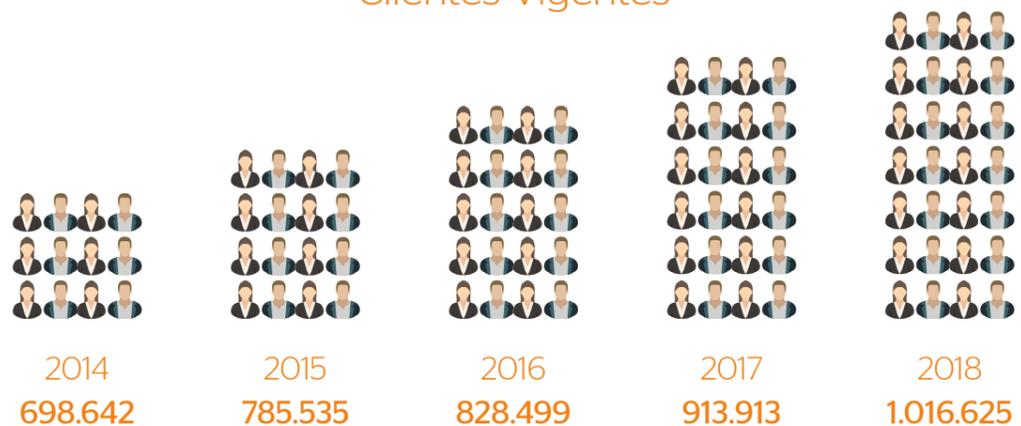
En 2018 ampliamos nuestra **red de corresponsales bancarios a 15.590** en todo el país a través de los cuales atendimos a 1.016.625 clientes, un 11% más que el año anterior



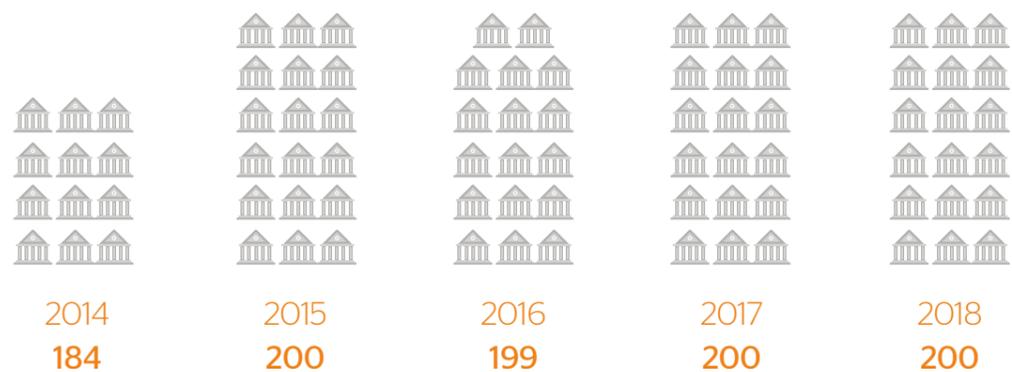
**GRÁFICO 31.**

CRECIMIENTO DE CLIENTES, OFICINAS Y CORRESPONSALES

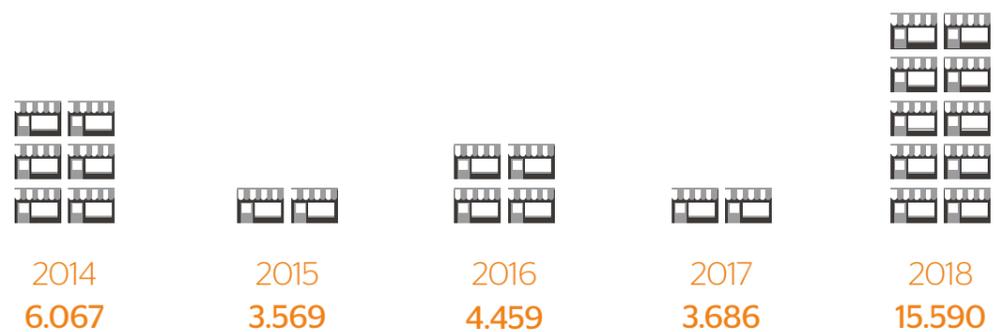
**Clientes Vigentes**



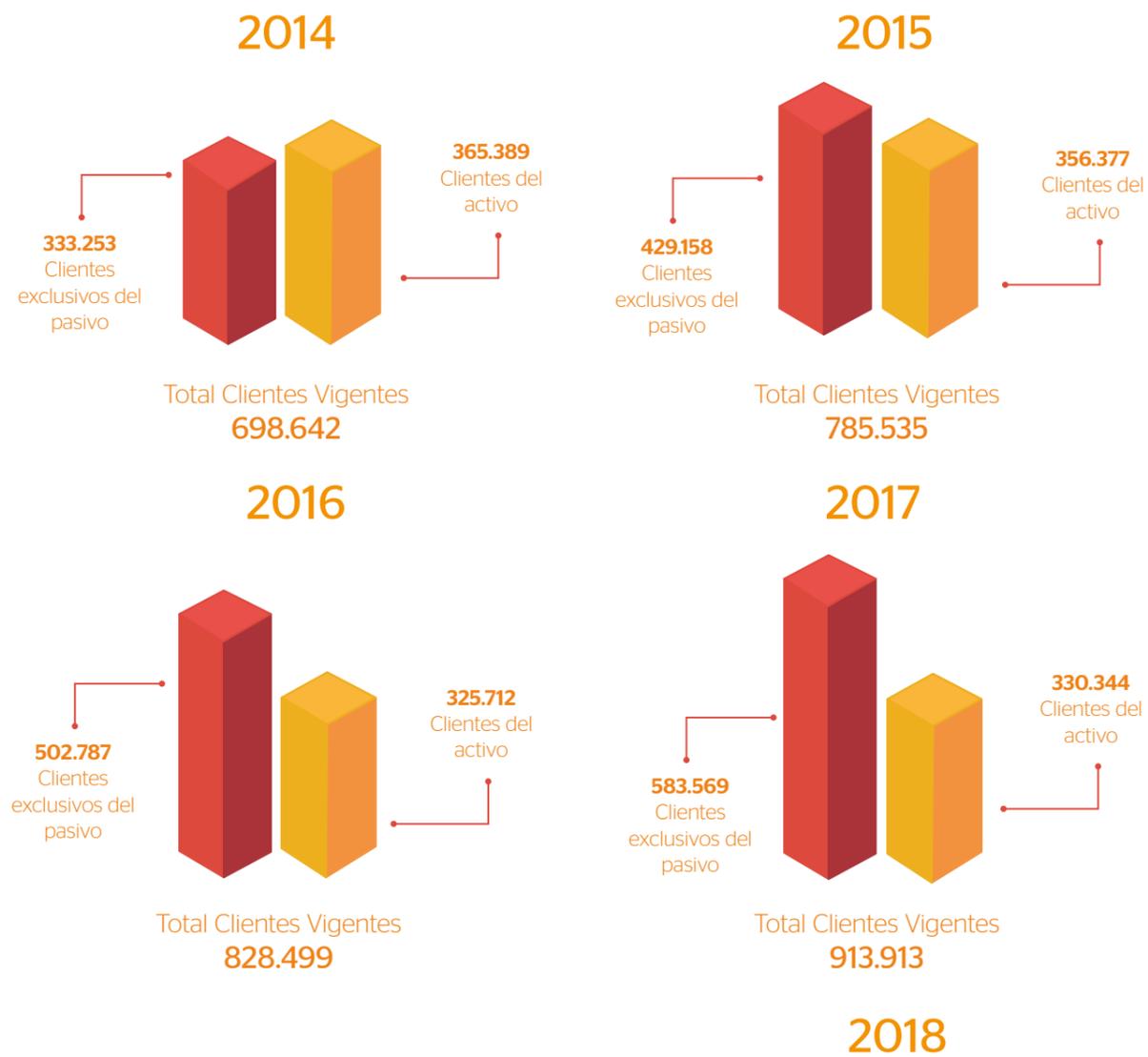
**Oficinas de Atención**



**Corresponsales Bancarios**



**GRÁFICO 32.**  
CLIENTES DE ACTIVO Y PASIVO

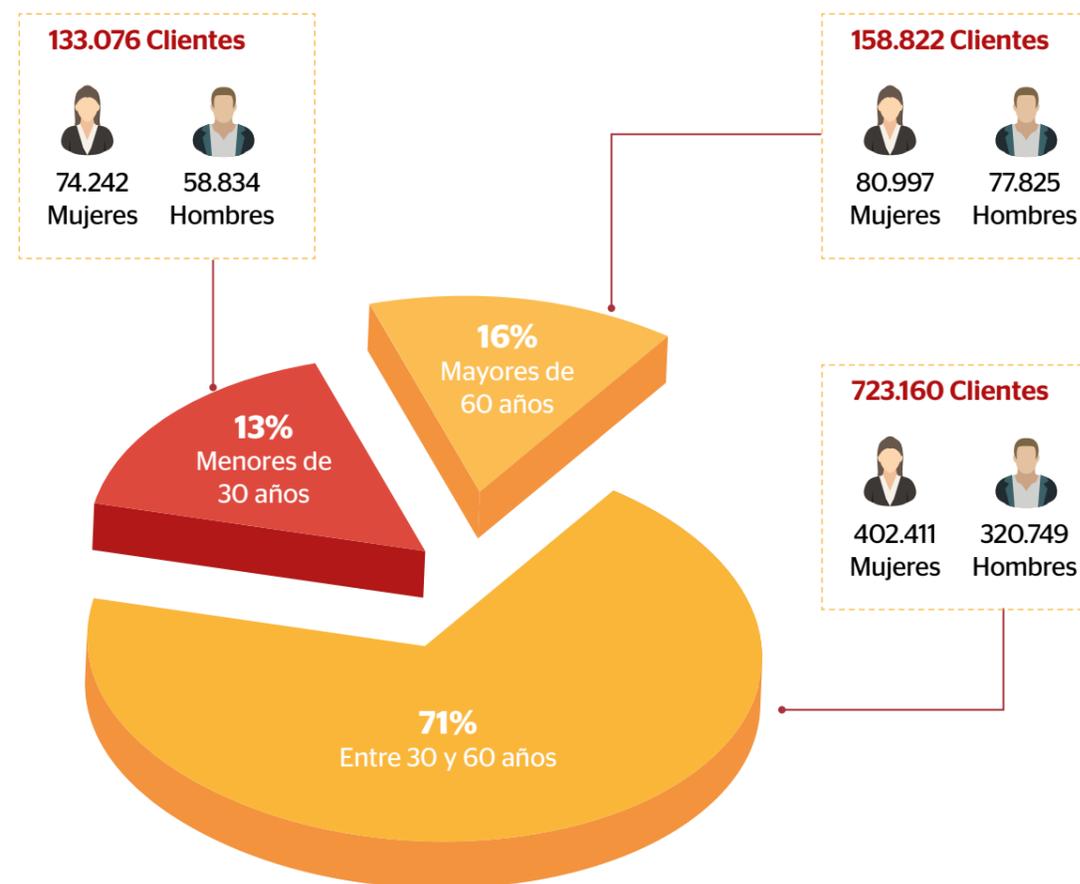


**Clientes del Activo y Pasivo**

>> Al igual que los años anteriores, Bancamía continúa mostrando un enfoque de consolidación de las relaciones comerciales con clientes en edad adulta y cuyas unidades productivas están consolidadas. De los 1.016.625 clientes atendidos en 2018, el 66.6%, es decir, 677.239, son clientes exclusivos del pasivo y, el 33.3%, es decir, 339.386, son clientes del activo, tendencia que se ha mantenido frente a los resultados del año pasado.

**GRÁFICO 33.**  
RANGO DE EDAD DE LOS CLIENTES

**Rangos de edad de los Clientes**



\*Esta gráfica de clientes no incluye 1.567 Personas Jurídicas

**El 29% de los clientes están en grupos etáreos vulnerables, el 13% son jóvenes menores de 30 años y el 16% son mayores de 60 años.**

GRÁFICO 34.  
PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

## Principales características de los clientes Bancamía

Cientes  
Totales **1.016.625**

Cientes  
de Crédito **339.268**

Mujeres  
**54%**

Mayores de 60  
**16%**

Menores de 30  
**12%**

Entorno  
Rural | **44%**

Educación  
Primaria  
a los sumo | **50%**

Cientes  
totales  
Vulnerables | **80%**





5.2

## Portafolio de Servicios Microfinancieros

Para 2018, el Banco obtuvo un crecimiento del **14.69%** en el número de cuentas de ahorro, el **2.43%** en el número de créditos desembolsados, **13.97%** en saldos de ahorro, el **7.49%** en número de CDT y del **46.16%** en saldos de CDT, de **9.76%** en el monto de los desembolsos, del

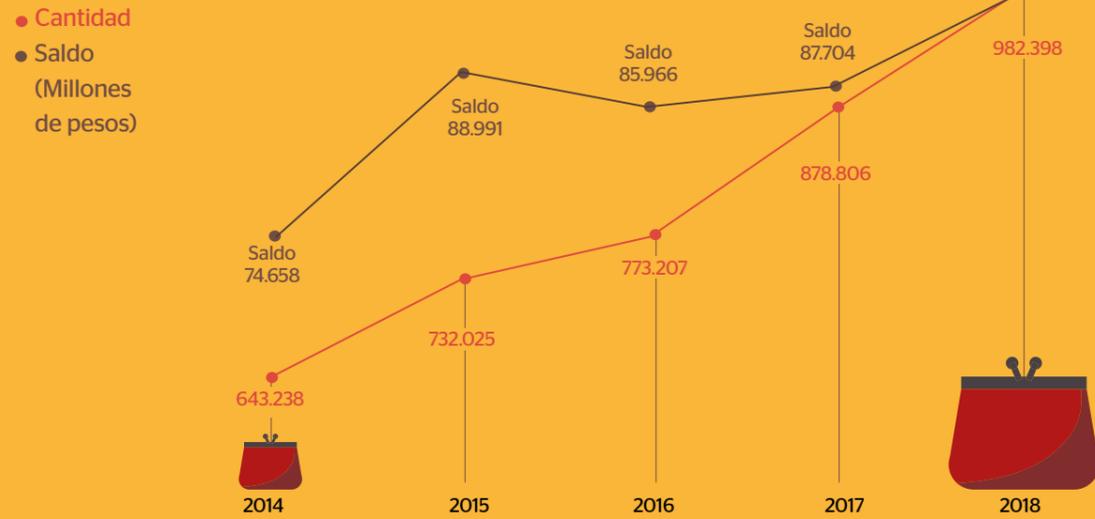
**GRÁFICO 35.**  
CARTERA DE CRÉDITO



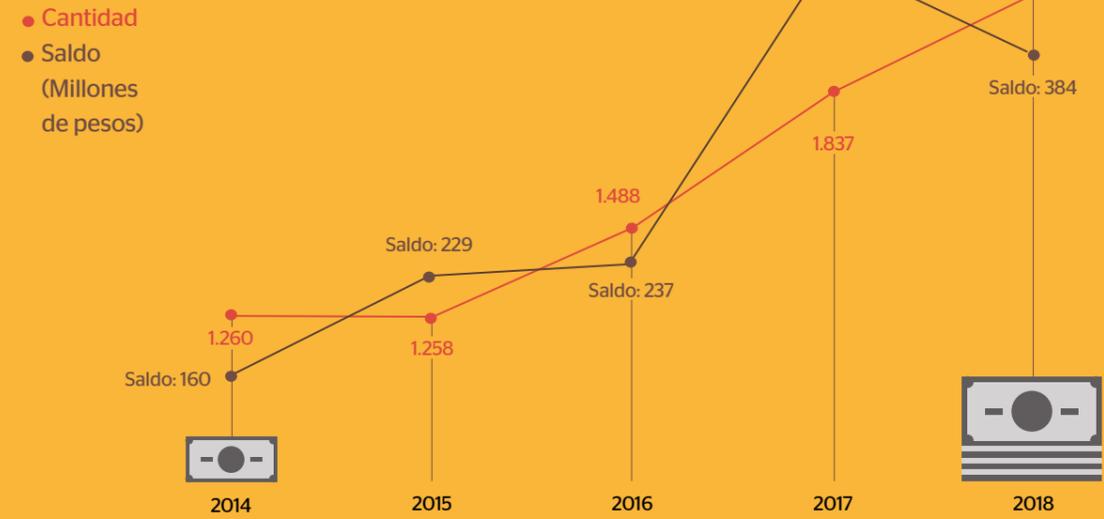
\* Cifras de Saldo en millones de pesos

**GRÁFICO 36.**  
PRODUCTOS DEL PASIVO

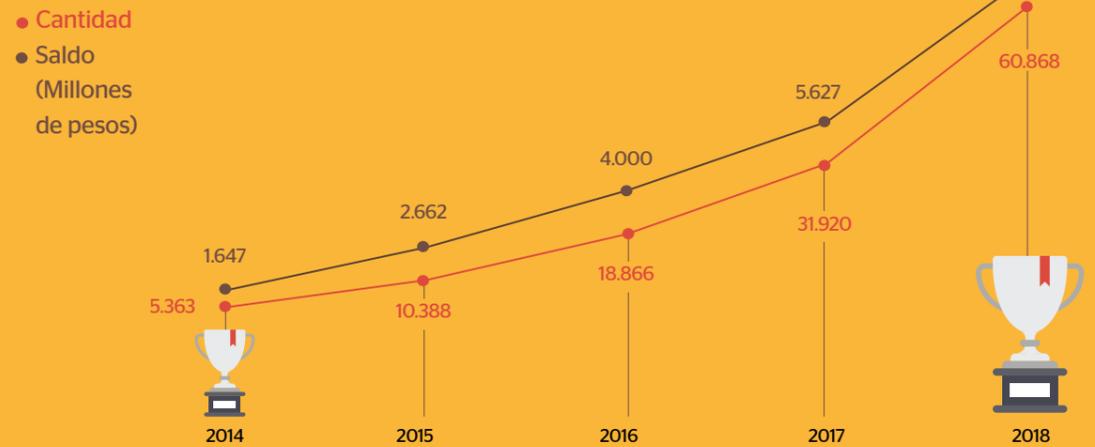
## Ahorramía



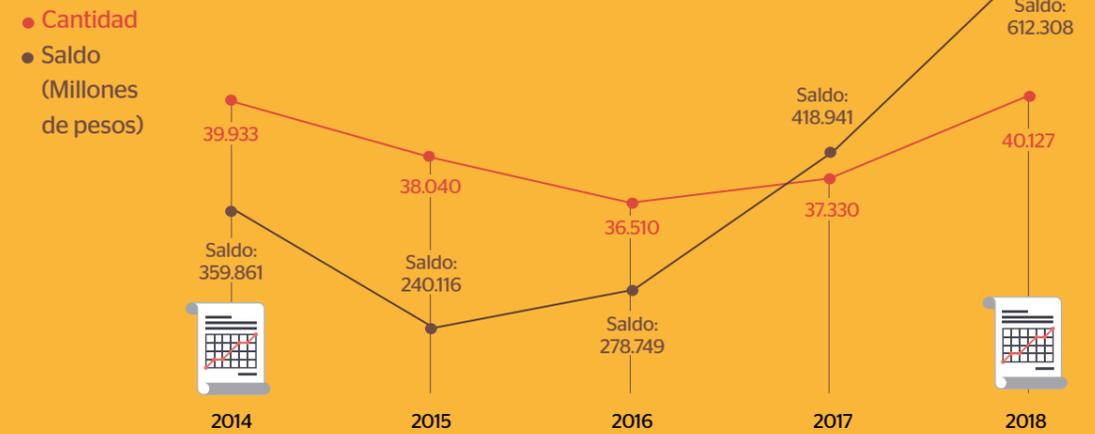
## Ahorro progresivo



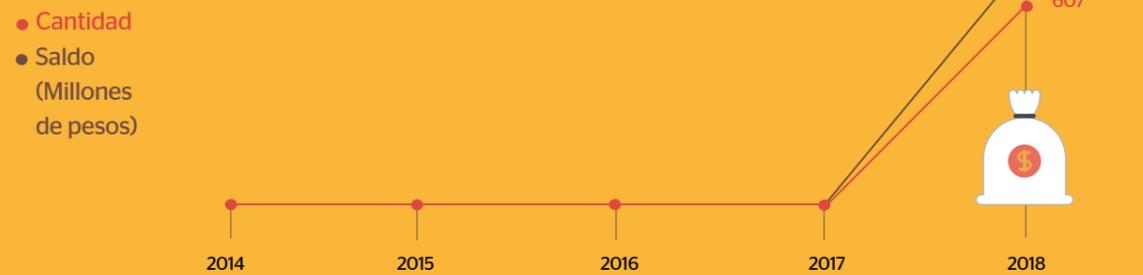
## Soñando Juntos



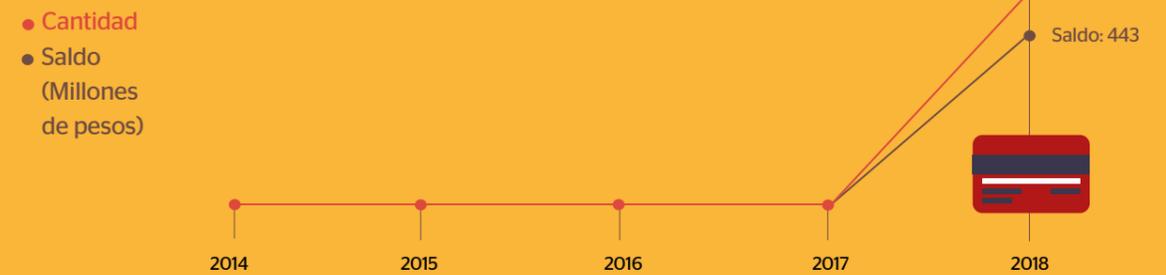
## CDT



## Ahorro Recaudadora



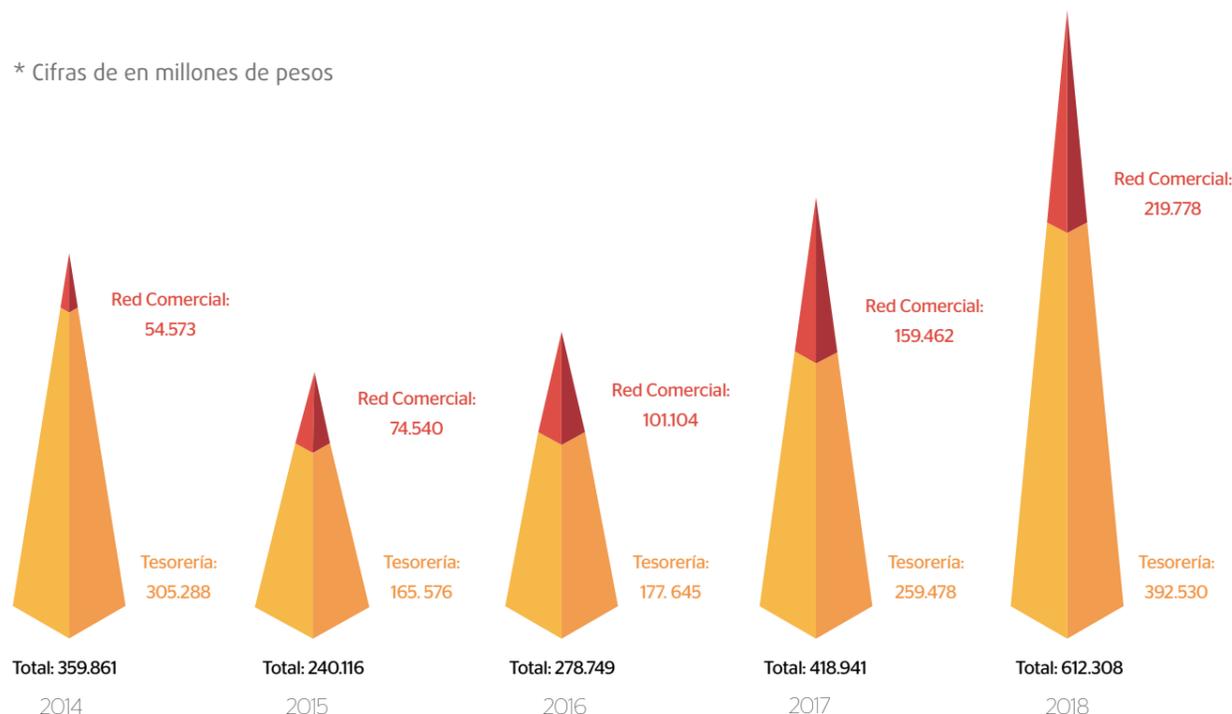
## Cuentamía



**GRÁFICO 37.**

SALDOS DE CERTIFICADOS DE DEPÓSITO A TÉRMINO - CDT

\* Cifras de en millones de pesos



En línea con el propósito misional, y a través de un modelo de atención basado en las Finanzas Productivas, Bancamía continúa fortaleciendo su oferta de valor diferenciada a través del mejoramiento de productos de financiación, inversión, ahorro y protección, enfocados en las necesidades de los diferentes microempresarios colombianos y sus familias y apoyados en los canales, las alianzas comerciales y de valor, el modelo de segmentación y experiencia para el desarrollo de los clientes desde cualquier etapa del desarrollo productivo de su negocio.

Para el año 2018, la cartera de créditos de Bancamía cerró con un saldo de COP\$ 1.316.226 millones, con 425.721 créditos, de los cuales 110.845 corresponden a líneas de crédito dirigidas a los clientes que desarrollan actividades agropecuarias y 314.876 créditos para los clientes del segmento no agropecuario, mostrando un crecimiento frente al año 2017 del 15.9% en el número de créditos y del 9.8% en el saldo de cartera.

**Se evidenció que los microempresarios si ahorran.** Cuando desarrollamos productos acordes a sus necesidades, aumentando saldos de CDTs en un 38%

Se optimizó la oferta de valor dirigida al sector rural y urbano en ahorro, inversión, crédito y protección (seguros), con el fin de mejorar la calidad de vida de acuerdo con la necesidad de cada uno de los clientes y sus familias.

**LA OFERTA DE VALOR PARA CLIENTES AGROPECUARIOS SE FORTALECIÓ EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS:**



01

Se lanzó al mercado un sistema de amortización diferencial para capital de trabajo e inversión, el cual se adapta al ciclo productivo de los clientes, facilitando así el cumplimiento del pago de las cuotas de los créditos. Durante 2018, se colocaron 316 créditos por COP\$ 1.107 millones.



02

A través de la línea Crediverde Adaptación- MEbA, se financió en los municipios de Chaparral, Planeta Rica, Ubaté y Pamplona, la implementación de medidas de adaptación a los impactos del cambio climático, generando una fuente adicional de ingresos para los clientes y contribuyendo a incrementar su resiliencia. En 2018, se colocaron 631 créditos por COP\$ 1.558 millones. De las 40 tipos de medidas de adaptación, las más utilizadas han sido Abonos Orgánicos, Acondicionamiento de Suelos y Sistemas Silvopastoriles.



03

Se dio inicio a la implementación de una metodología de oferta de servicios financieros para atender las necesidades de las cadenas de valor, en los municipios de Chaparral y Tierralta, relacionadas con cultivos de café y cacao, para 2 asociaciones con un potencial de 102 productores.



## Laboratorio Rural

En la búsqueda de diseñar más y mejores servicios a la medida de los microempresarios que se encuentran en el ámbito rural y trabajan en el campo colombiano, se trabajó en la implementación de un programa llamado “Laboratorio Rural” con el fin de medir e impactar social, económica y ambientalmente a esta población a través del modelo de Negocios de Finanzas

Productivas y Microfinanzas Verdes en una intervención articulada de productos, canales, medios de pago, modelos de relacionamiento y de asistencia técnica.

Los municipios donde se llevó a cabo este piloto fueron: Tierralta, Planeta Rica, Montelíbano en el Departamento de Córdoba; y Planadas, Chaparral y La Plata en los departamentos de Tolima y Huila.



### LA OFERTA INTEGRAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EL ÁMBITO RURAL ESTUVO ESTRUCTURADA POR LAS SIGUIENTES INICIATIVAS:

>> Inclusión de población vulnerable del sector rural con énfasis en ahorro a través de convocatoria masiva, conformando grupos en promedio de 13 participantes y con vinculación individual “in situ”, a través de la cuenta de ahorro programado con propósito definido. Como resultado se encontró que en Planeta Rica se conformaron 29 grupos con 340 cuentas ahorro, logrando una disciplina de ahorro del 83% en el cumplimiento del ahorro mensual mediante el recaudo en campo, resaltando que el 72% de los ahorradores rurales, son mujeres.

>> Este proceso se soportó en la educación financiera, a través de talleres a personas de la comunidad, con metodologías dinámicas que permiten afianzar la importancia de la planeación presupuestal, el ahorro y la administración adecuada de los ingresos.

>> Sensibilización sobre la identificación de riesgos de negocios y cultivos frente al cambio climático y posteriormente se presentan las diferentes medidas de adaptación para mitigación de estos riesgos a los que se enfrentan los microempresarios en el sector rural. Bancamía ofrece financiación para adoptar 40 medidas, acompañadas de un programa de asistencia técnica a través de aliados, así como también para generar una fuente adicional de ingresos a partir de su implementación.

>> Puesta en marcha de una línea de amortización para el sector agropecuario que se adapta a los ciclos productivos de cada actividad tanto para capital de trabajo como para inversión.

>> Implementación de un modelo de corresponsabilidad propio y de red posicionada a través de la Red Baloto en estas zonas, para facilitar e incentivar la ejecución de transacciones por parte de los clientes, sin tener que desplazarse hacia las oficinas.

>> Se fortaleció el modelo de otorgamiento de la tarjeta débito para garantizar su usabilidad a través de los cajeros automáticos, establecimientos de comercio y POS de Redeban, mediante una adecuada comunicación de programas, beneficios y servicios de cada municipio.

>> Se mejoraron los niveles de vinculación y uso de la App Banca Móvil a partir de una mejor dinámica de comunicación para facilitar e incrementar la transaccionalidad de pago y consulta de los productos.

>> Se implementaron dos cadenas de valor de cacao y café con el objetivo de facilitar la oferta de productos y servicios para todo el ciclo de un producto, desde la financiación de la inversión para siembra, capital de trabajo para un adecuado mantenimiento de la unidad productiva, de su cosecha y comercialización.

### COMO RESULTADO DE LA APLICACIÓN DE ESTAS INICIATIVAS EN LAS ZONAS DEL PILOTO “LABORATORIO RURAL”, SE OBTUVO UN CRECIMIENTO DEL 129% EN LA VINCULACIÓN DE CLIENTES NUEVOS, PASANDO DE 773 A 1773 CLIENTES.



**73%** de clientes nuevos son del sector agro



**75%** pertenecen al ámbito rural



**30%** de Clientes son mujeres en las oficinas de Tierralta (Córdoba) y La Plata (Huila) y un 24% en la oficina Planadas (Tolima).



**59%** de los clientes nuevos tienen **educación primaria** a lo sumo, superior al general del banco que es del 53%.



**24%** de clientes del Laboratorio Rural son jóvenes menores de 30 años



**9%** son adultos mayores de 60 años.

**LA OFERTA DE VALOR PARA CLIENTES DEL SECTOR URBANO TUVO MEJORAS EN ALGUNOS ASPECTOS:**

01

Líneas de crédito de Desarrollo Educativo y de Mejoramiento de Vivienda, para los clientes Ejemplares y Estrella, con COP\$ 2.249 millones desembolsados, representados en 213 créditos.

02

A través de la promoción del programa de Créditos Preaprobados, se desembolsaron COP\$ 247.669 millones a 43.409 clientes, facilitando así beneficios en la tasa de interés, disminución de documentación y trámites de renovación.

03

Se realizó la adquisición de cartera de microcrédito del Banco Scotiabank Colpatría, por valor de COP\$ 31.387 millones, logrando así consolidar la cartera urbana y mantener su posicionamiento en el sistema de microcrédito colombiano.



Durante el 2018, los productos de captación se destacaron bajo una tendencia creciente frente a los resultados obtenidos en el 2017, logrando los siguientes incrementos:

>> 14.69% en el número de cuentas de ahorro, 13.97% en saldos de ahorro.

>> El ahorro a la vista muestra un incremento del 11.84%, con 105.132 nuevos clientes, y el ahorro con programación de tiempo (Soñando Juntos) tiene un incremento del 90.69%, con 28.948 nuevos clientes, mostrando una cultura de ahorro disciplinada.

>> 7.49% en número de CDTs y 46.16% en saldos.

>> Se resalta el crecimiento en saldos de CDTs de la Red de Oficinas, con el 38%, logrando vincular clientes persona natural y jurídica, obteniendo aumento en la participación de los rangos de 100 a 500 SMMLV y mayores a >500 SMMLV.

>> Se resalta también el crecimiento en saldo de CDTs captados por la Tesorería del Banco, con el 51%.

**EN AHORRO E INVERSIÓN, SE DISEÑARON Y SE LANZARON AL MERCADO LOS SIGUIENTES PRODUCTOS:**

>> Para clientes con necesidad de tener el control de su cartera a través de referencias de pago y sin ningún costo, se creó la Cuenta Ahorravía Recaudadora. Se abrieron 607 cuentas por COP\$ 1.240 millones.

>> Cuenta de nómina para Colaboradores de Bancamía, denominada Cuentavía, a la que se han vinculado 679 colaboradores a nivel nacional.

>> Se dio inicio a la implementación de CDTs desmaterializados en algunas oficinas, con el fin de brindar a los clientes facilidad en el proceso de custodia y negociación en el mercado secundario.

La oferta de valor se complementa con servicios de seguros voluntarios que buscan ofrecer alternativas de protección en vida, exequias y daños para el cliente, su núcleo familiar y su negocio.

En el 2018, el servicio de seguros de vida y de exequias presenta un incremento de 27.360 nuevas pólizas, pasando de 206.850 en el 2017, a 234.210.

**SE REALIZARON LAS SIGUIENTES MEJORAS EN LOS SERVICIOS DE SEGUROS:**

01

>> En Vida y Exequias, se crearon más coberturas a menor costo. Se colocaron 226.387 pólizas de vida y 7.823 pólizas de exequias.

02

>> Se ha cumplido a los clientes la promesa en el pago de los siniestros, demostrando así, la importancia de adquirir un seguro. Se pagó a los beneficiarios de 6.356 clientes que tomaron las pólizas de vida (voluntario y grupo deudores), daños y exequias, la suma de COP\$ 14.694 millones.

Trabajamos en la oferta de seguros a la medida, ampliando coberturas y reduciendo el valor de las primas. En 2018, **tuvimos un 13% más de microempresarios protegidos** llegando a 234.210 pólizas.



Adicionalmente, se ha venido fortaleciendo el modelo de alianzas, para complementar la oferta de servicios con valores agregados a través de terceros, en beneficio de una mejor atención a los clientes. En 2018, se colocaron 2.799 créditos por este canal. Adicionalmente, se complementó la red de aliados con la integración de nuevos clientes con actividades de comercio al por menor, ventas por catálogo y domiciliarios, entre otros.

Se abrieron nuevos espacios para estar más cerca de los clientes, en redes sociales Facebook y Youtube, para compartir contenidos de valor con los usuarios. En menos de 6 meses, se impactó a una comunidad de más de 16 mil seguidores en Facebook, con cerca de 800 mil interacciones en los contenidos.

También, a través de la alianza con RCN Radio, se llegó a más de 1.7 millones de oyentes, con cápsulas de educación financiera en diferentes emisoras a nivel nacional con participación de los colaboradores y los testimonios de los clientes.

Bancamía trabaja constantemente para generar una mayor cultura de servicio y mejorar así la experiencia de clientes y colaboradores.

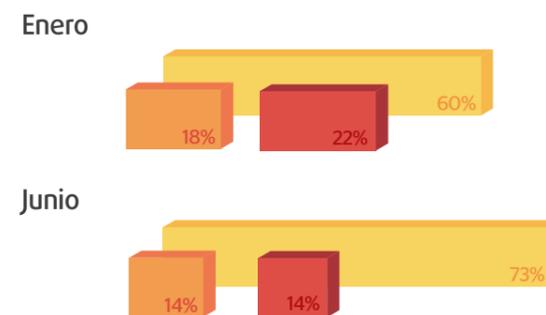
En desarrollo de lo anterior, se implementaron programas de formación, tales como: Escuela de Gerentes y Satisfacción de Servicio a Clientes, promoviendo la cultura gentil en la atención y relacionamiento, en las diferentes etapas del ciclo de vida de los clientes.

Bancamía conectó las 200 Oficinas al Centro de Relevó (Discapacidad Auditiva), y dotó las diademas y cámaras necesarias para su funcionamiento. De igual forma, instaló avisos de atención preferencial en lenguaje de señas, braille y timbres para la atención de clientes con discapacidad.

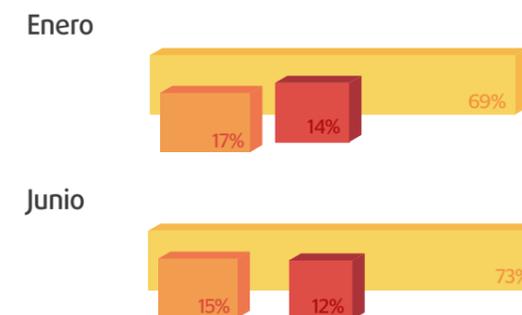
Adicionalmente, se realizó la instalación de la plataforma Convertic en 197 Oficinas (Discapacidad Visual), realizando una campaña de sensibilización y activación para los colaboradores frente a la calidad del servicio telefónico y se implementó en la Red Comercial el protocolo de atención para clientes con discapacidad.

Finalmente, y con el propósito de mejorar la oferta de valor, se realizó una encuesta de satisfacción de clientes con los siguientes resultados:

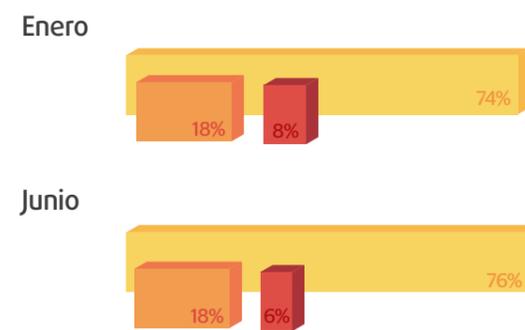
### Permanencia



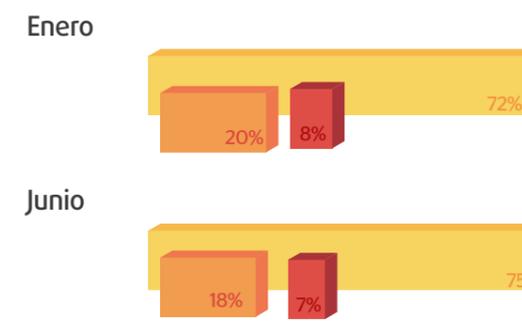
### Recomendación



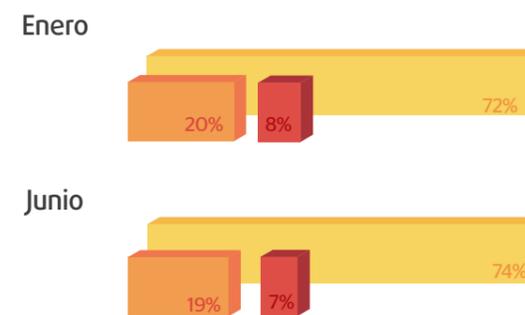
### Satisfacción del servicio



### Agilidad en trámites



### Amabilidad



■ Bueno ■ Medio ■ Malo

>> Los resultados de permanencia y satisfacción han mejorado satisfactoriamente, en enero el 22% de los clientes manifestaban irse de Bancamía al terminar su crédito, esta cifra ha bajado al 14% en el mes de junio

**GRÁFICO 38.**  
ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES

# 5.3

## Red de Canales y Corresponsales Bancarios

### Red de Oficinas

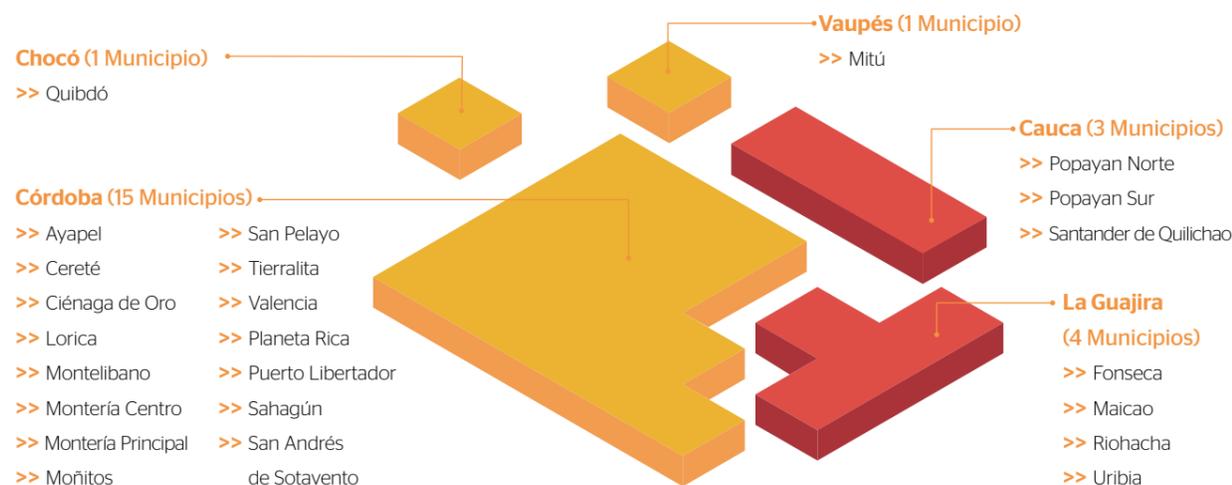
En 2018, Bancamía realizó la apertura de la oficina San Vicente del Caguán, en el departamento del Caquetá, con recursos de cooperación no reembolsables de USAID (Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional). Así, el Banco reitera su compromiso de llegar a los municipios más vulnerables del país con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Se desarrolló un nuevo modelo de punto de atención liviano, eficiente y sostenible, llamado Punto Express, que permitirá ampliar la cobertura, presencia y cercanía al cliente. En este modelo, se atenderá a los clientes de manera integral y nos permitirá llegar a los municipios con mayores necesidades de inclusión financiera.

El primer Punto Express se ubicó en el municipio de Soacha. Para el año 2019 Bancamía ampliará su Red Comercial por medio de la instalación de Puntos Express en lugares estratégicos que brinden flexibilidad en el horario de atención y mayor agilidad en las transacciones.

De acuerdo con el propósito misional y dando continuidad a la presencia en las zonas más vulnerables del país, Bancamía cierra el año 2018 con 24 oficinas ubicadas en 5 departamentos de Colombia (Cauca, Chocó, Córdoba, La Guajira y Vaupés) que superan el 50% de habitantes con al menos una necesidad básica insatisfecha (NBI).

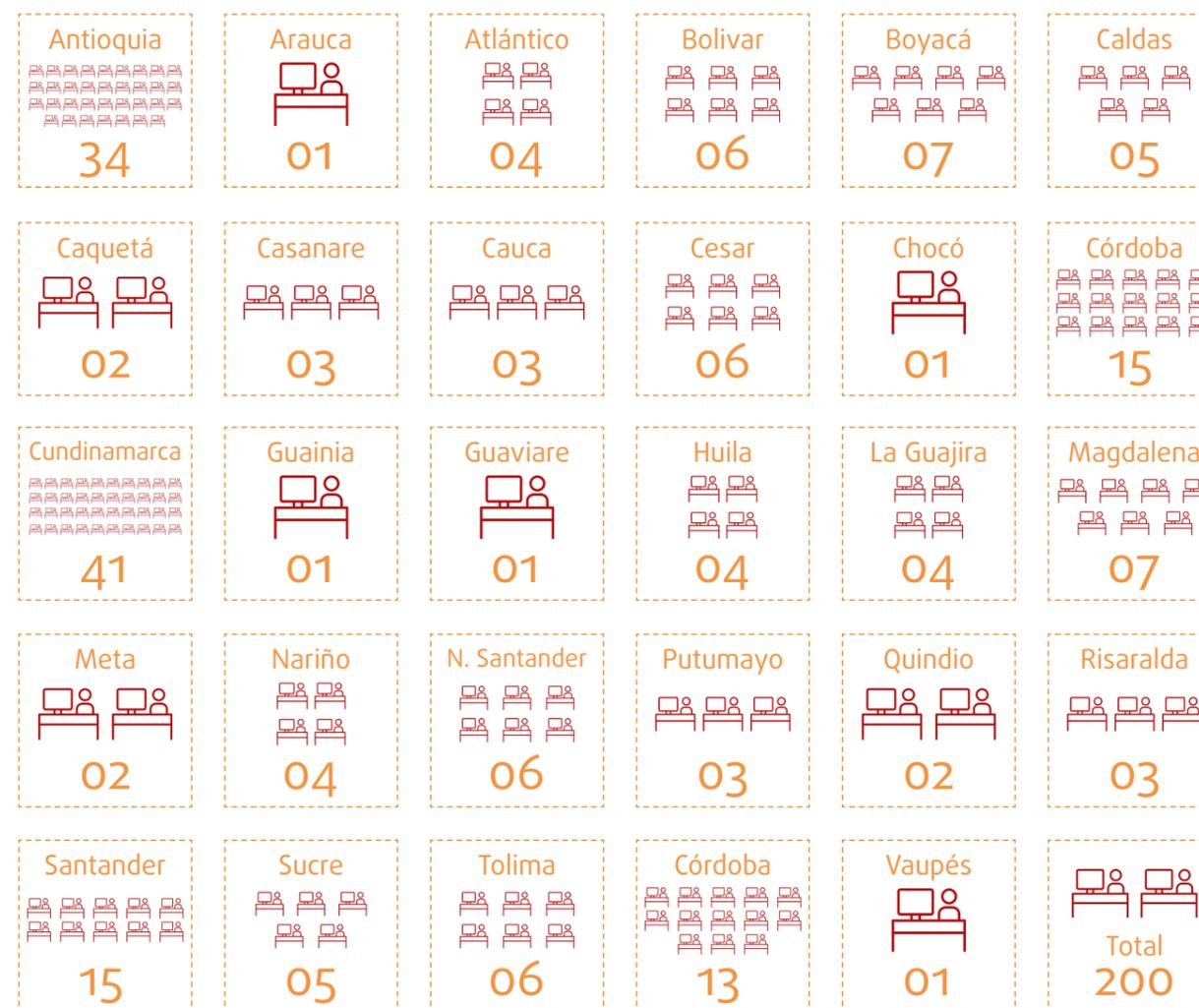
**GRÁFICO 39.**  
OFICINAS EN MUNICIPIOS CON MAYOR POBREZA MULTIDIMENSIONAL



## Cobertura geográfica de la Red de Oficinas

El número de oficinas ha permanecido estable en los últimos 2 años. Para 2018, se hizo una revisión de la red de oficinas para optimizar algunos puntos, reorganizando estratégicamente la cobertura geográfica.

**GRÁFICO 40.**  
RED DE OFICINAS BANCAMÍA



Las 200 oficinas de Bancamía se encuentran ubicadas en **148 municipios**, en **29 departamentos**

5.4

## Corresponsales Bancarios

### Red Propia

Para el año 2018, Bancamía finalizó con 246 Corresponsales Bancarios propios, los cuales están ubicados en 29 departamentos del país, distribuidos en 239 municipios, brindando apoyo a los mi-

croempresarios que se encuentran en zonas con difícil acceso, permitiendo fortalecer el proceso de inclusión financiera en Colombia.

**GRÁFICO 41.**  
CRECIMIENTO CORRESPONSALES BANCARIOS PROPIOS



En 2018, Bancamía inauguró **166 nuevos Corresponsales Bancarios** a nivel nacional



Durante el periodo comprendido entre 2014 y 2016, el número de Corresponsales Bancarios permaneció relativamente constante. En 2017, se diseñó una nueva estrategia de crecimiento que le permitió al Banco obtener un crecimiento del 169% en ese año y del 103% en 2018. Para el año 2019, el Banco ampliará su cobertura geográfica en todo el país con más de 350 Corresponsales Bancarios Propios.

Adicionalmente, Bancamía opera con 2 Redes Posicionadas de Corresponsales Bancarios: Moviired y Baloto.

### Moviired

>> Cuenta con 4.204 puntos habilitados en 527 municipios, que representan el 48 % de municipios del país.

### Baloto - IGT

>> Cuenta con 11.140 puntos de Baloto a nivel nacional, habilitados en 645 municipios. Esta cobertura representa el 59% del total de municipios del país.

# 5.5

## Banca Móvil

Durante el año 2018, Bancamía ha continuado avanzando en la implementación de las nuevas tecnologías y tendencias del mercado a través de su sistema de Banca Móvil por medio del cual se ha buscado crear un ecosistema en el que se brinda al Cliente no sólo información relacionada con sus productos financieros, sino que adicionalmente le ha permitido acceder a operaciones que habitualmente debía realizar en oficinas, así como a servicios adicionales como el acceso a recargas de operadores celulares, encontrando de esta forma un mecanismo de fácil acceso al sistema financiero.

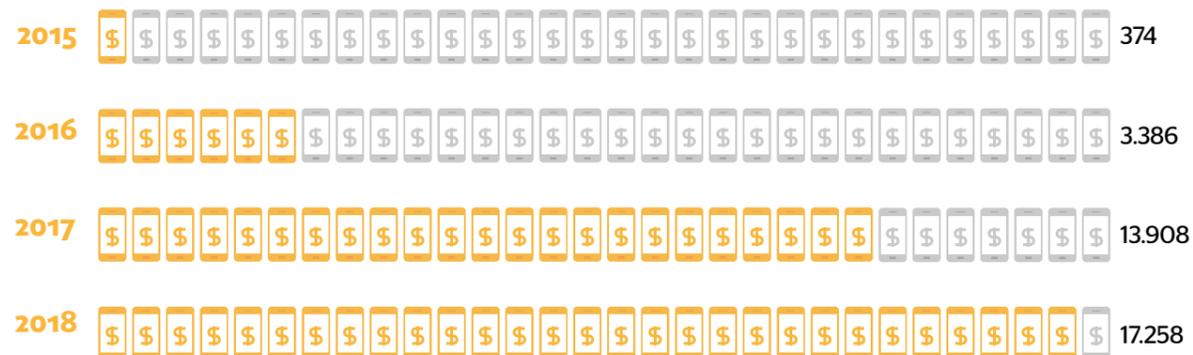
De esta forma, este tipo de servicios cada vez son más utilizados por nuestros Clientes quienes representan un nicho compuesto principalmente por microempresarios que requieren maximizar su tiempo y ser más productivos, siendo una herramienta fundamental para realizar transacciones de forma rápida, segura y sencilla, que viene

teniendo cada vez mayor usabilidad de parte de nuestros Clientes.

A través de campañas dirigidas a los clientes mediante las cuales se les brinda información relacionada con los beneficios de este tipo de servicios, comunicada a través de material publicitario o de los funcionarios de nuestras oficinas con quienes se viene desarrollando procesos de capacitación, con la finalidad que sean promotores de nuestros servicios de Banca Móvil.

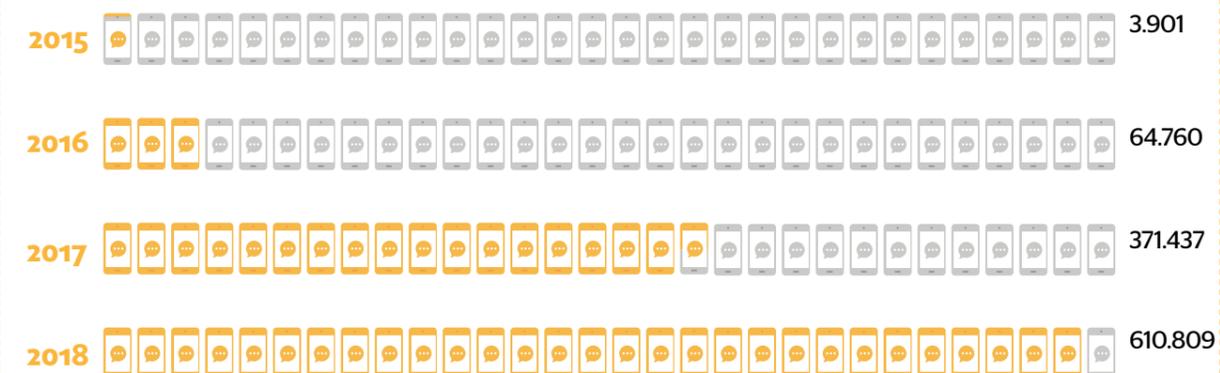
Asimismo, se ha participado en programas sociales como el Laboratorio Rural, a través del cual se viene promoviendo la inclusión financiera, permitiendo a clientes contar con un producto financiero que puede ser operado desde su celular, sin requerir largos desplazamientos a oficinas físicas como es propio de las zonas rurales.

### Transacciones monetarias Banca Móvil



**GRÁFICO 42.**  
TRANSACCIONES MONETARIAS BANCA MÓVIL

### Transacciones no monetarias Banca Móvil



**GRÁFICO 43.**  
TRANSACCIONES NO MONETARIAS BANCA MÓVIL

### Usuarios transando en Banca Móvil



**GRÁFICO 44.**  
USUARIOS TRANSANDO EN BANCA MÓVIL

## 5.6 Cajeros Automáticos

El Banco cuenta con 16 cajeros de marca compartida con Servibanca y acceso a la Red Verde de Cajeros Servibanca. Adicionalmente, promoviendo la digitalización de sus operaciones, ha suscrito un convenio con Banco BBVA, a través del cual

los Clientes de Bancamía podrán acceder a su red de más de 2.500 cajeros automáticos, ubicados en diferentes regiones del territorio nacional, siendo este un importante hito en cuanto a la cobertura y capilaridad que ofrece Bancamía a sus clientes.



# 06

## Sostenibilidad

---

Las Finanzas Productivas se complementan con un modelo, que busca el equilibrio permanente entre las tres dimensiones de la sostenibilidad y se ubica en el plano de la creación y mejora continua de soluciones específicas para la reducción de la pobreza.

A partir de su cadena de generación de valor para sus grupos de interés, el Banco aborda la inclusión financiera como la oportunidad de facilitar a sus clientes el acceso a productos y servicios financie-

ros y fomentar el uso racional del dinero para su desarrollo productivo.

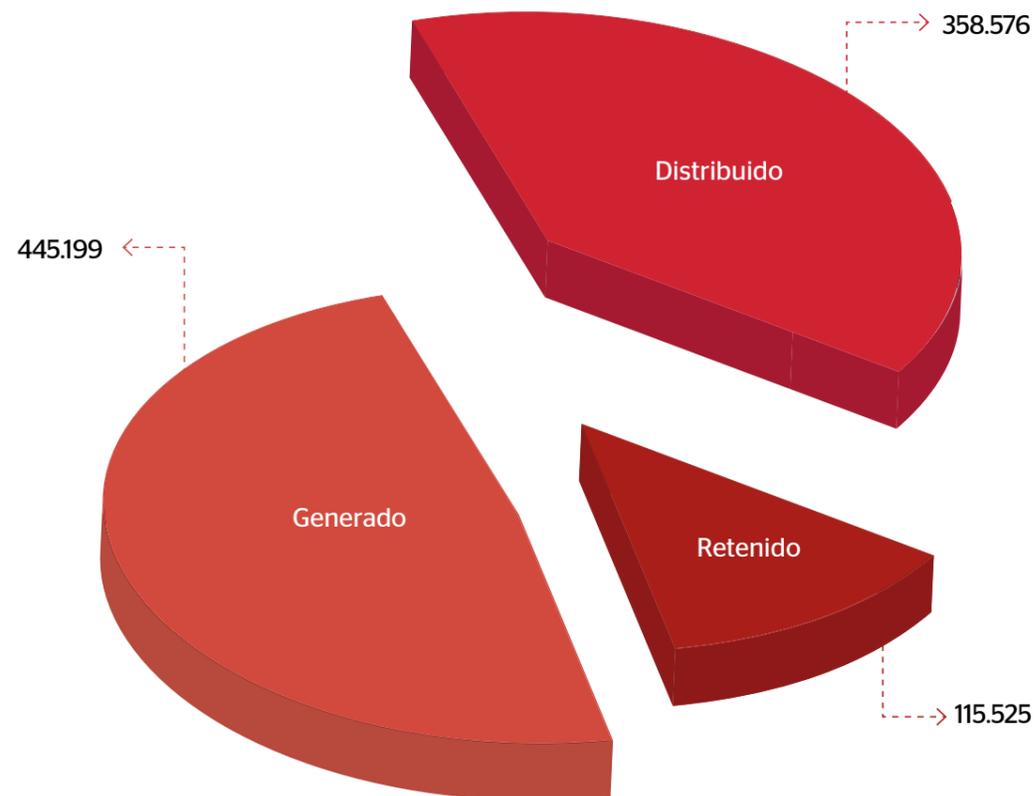
El Banco ha implementado un Sistema de Gestión de la Sostenibilidad fundamentado en que los diferentes procesos de la cadena de valor incorporen políticas y modelos de gestión específicos que permitan satisfacer de forma sostenible necesidades relevantes de los diferentes grupos de interés en los ámbitos económico, ambiental y, principalmente, social.

**6.1**

# Valor económico generado, distribuido y retenido

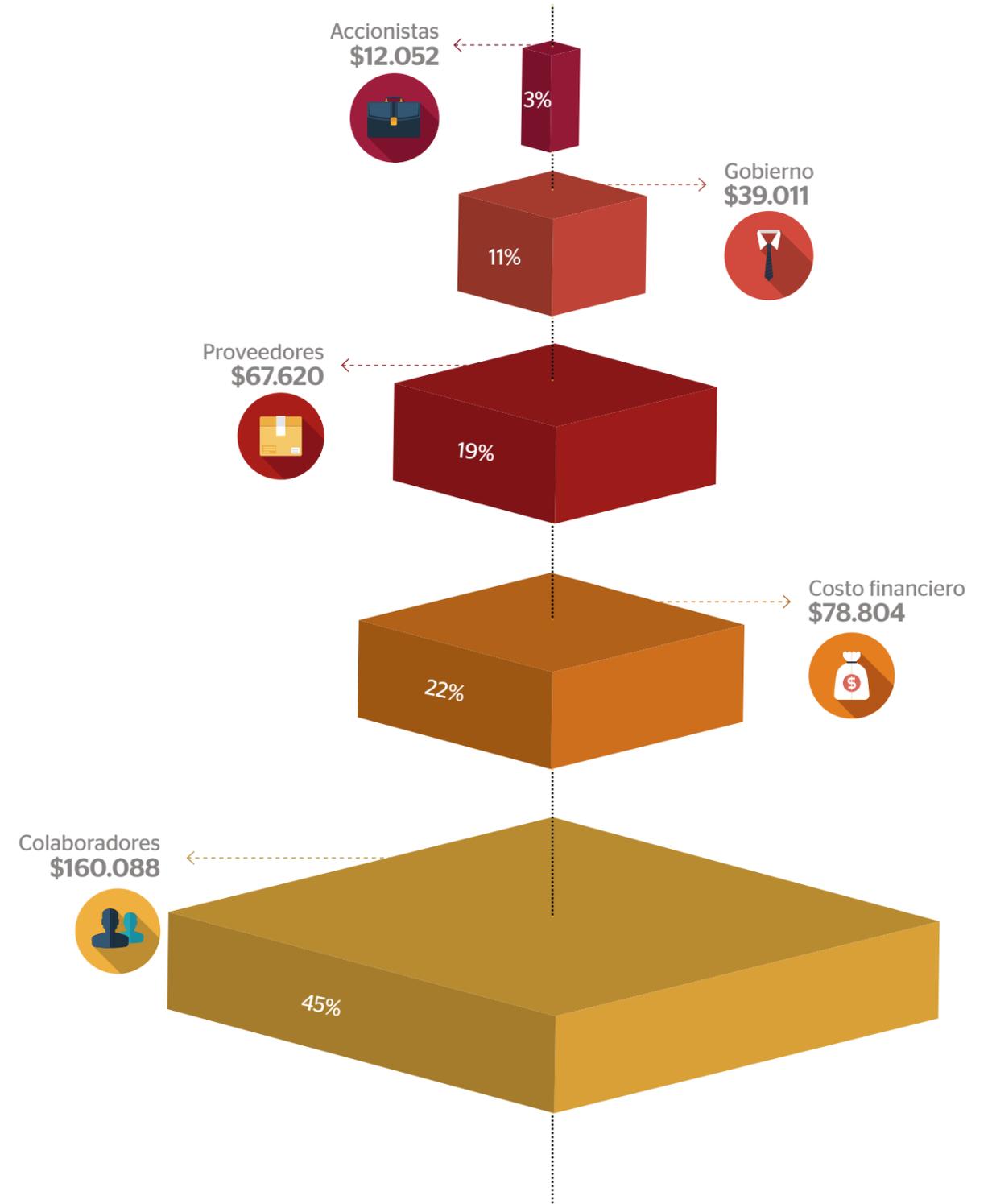
Bancamía generó un valor económico de COP\$ 445.199 millones en 2018, de los cuales distribuyó entre sus grupos de interés la suma de COP\$ 358.576 millones, con una retención de COP\$ 115.525 millones.

**GRÁFICO 45.**  
VALOR ECONÓMICO GENERADO, DISTRIBUIDO Y RETENIDO 2018



\*Cifras expresadas en COP millones de pesos

**GRÁFICO 46.**  
DISTRIBUCIÓN DEL VALOR ECONÓMICO POR GRUPO DE INTERÉS



\*Cifras expresadas en COP millones de pesos

## 6.2

## Educación Financiera

En Colombia, en los últimos años se han realizado dos mediciones nacionales sobre las capacidades financieras de la población adulta. La primera por parte del Banco Mundial en el 2012<sup>3</sup> y la segunda por el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) en 2013<sup>4</sup>. Entre los resultados a destacar encontramos que: i) Existe una diferencia entre la conducta financiera prevista y real de los individuos. Aunque más de la mitad de quienes usan productos financieros comparan precios y analizan las condiciones antes de seleccionar productos, el 81% de la población no sabe calcular la tasa de interés de sus obligaciones. ii) Pese a que la mayoría de los colombianos presenta altas puntuaciones en el conocimiento de conceptos financieros sencillos y una actitud hacia el uso responsable de las finanzas, persiste una alta orientación a preferir gastar dinero ahora que ahorrar para el futuro. iii) El 45% de la población no usa productos financieros y el 72% no tiene un producto de ahorro.

En virtud de lo anterior, el sector financiero colombiano ha venido impulsando iniciativas diri-

gidas a los clientes y usuarios, promoviendo la adquisición de buenos hábitos financieros y un mejor manejo de las finanzas personales y de los productos financieros.

Por su parte, Bancamía ha implementado desde el año 2013 una política de Educación Financiera articulada, específica y adaptada a las características y contexto de los grupos de interés, orientada a fomentar una sana cultura financiera en sus beneficiarios.

La Educación Financiera en Bancamía es uno de los pilares más importantes en el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad, que mediante el programa de formación y aprendizaje "Echemos Números", dirigido a colaboradores, clientes y comunidad en general, busca llevar conocimientos a la población donde hacemos presencia, para desarrollar habilidades que contribuyan a la transformación del comportamiento hacia las buenas prácticas sobre el uso del dinero, logrando un aumento y uso eficaz de sus ingresos, una mejor administración y protección de sus bienes disponibles y un mayor control sobre los riesgos derivados de sus actividades y condiciones de vida.

3. Resultados de la encuesta nacional sobre comportamientos, actitudes y conocimientos financieros en Colombia realizado en 2012 y publicado en 2013 - Banco Mundial

4. Presentación Resultados de la Encuesta de Medición de Capacidades Financiera en los Países Andinos, años 2013 CAF - Banco de Desarrollo de América Latina





## Educación Financiera dirigida a clientes y comunidades

### Asesoramiento Objetivo

A través de esta modalidad, buscamos brindar información clara, oportuna y objetiva al cliente, donde el Ejecutivo de Desarrollo Productivo interactúa con él, sobre todos aquellos temas relacionados con el manejo del dinero, abordando conceptos de Ahorro, Presupuesto, Administración de la Deuda, Negociaciones Financieras y Riesgos y Seguros, Tarjeta Débito y Bancamóvil, acompañados de he-

rramientas de administración del dinero y análisis, que le permiten al cliente tomar decisiones acertadas para lograr un bienestar financiero.

Durante el 2018, se brindó Asesoramiento Objetivo a 265.314 personas, a través de 1.402 Ejecutivos de Desarrollo Productivo, quienes dan orientación en cada visita a sus clientes hacia la toma de decisiones con sus productos financieros.

**GRÁFICO 47.**  
CLIENTES QUE RECIBIERON ASESORAMIENTO OBJETIVO



En 2018, se obtuvo un crecimiento importante en cobertura del 61% frente al año inmediatamente anterior, gracias al compromiso y seguimiento a la gestión por parte de las Gerencias Territoriales, desde donde se ha promovido la Educación Fi-

nanciera como parte de la oferta integral del Banco. Es importante resaltar que la gestión de Educación Financiera en Bancamía es un proceso transversal que define las tácticas y actividades para ser incorporadas como parte de la Sistemática Comercial.

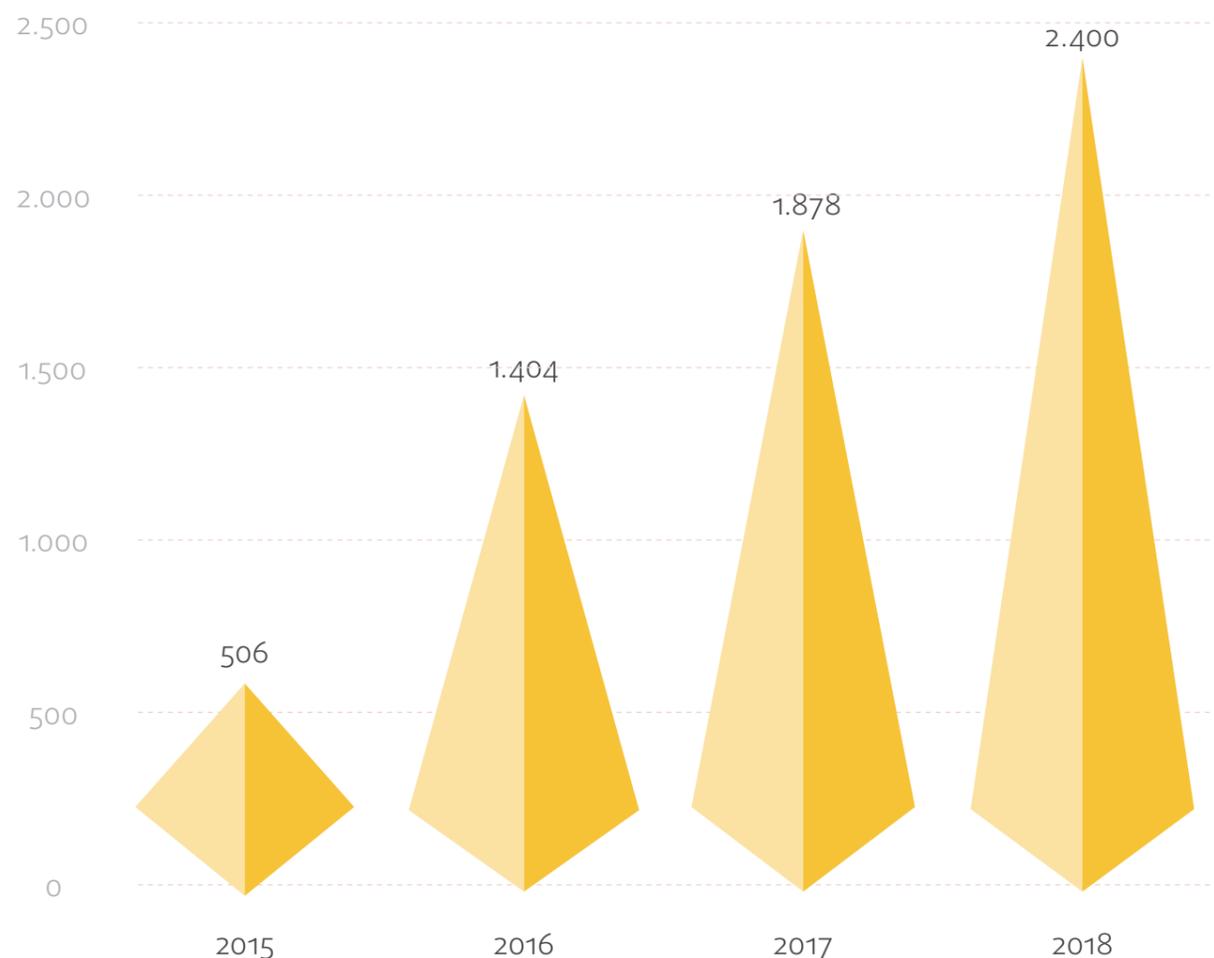


## Taller de Educación Financiera

Esta formación se realiza de manera grupal y está dirigida a clientes y a la comunidad en general, convocada por cada Oficina y dirigida por sus Gerentes

y Ejecutivos de Desarrollo Productivo. Durante el año 2018, se realizaron 2.400 Talleres con la participación de 22.812 clientes y 27.094 personas no clientes.

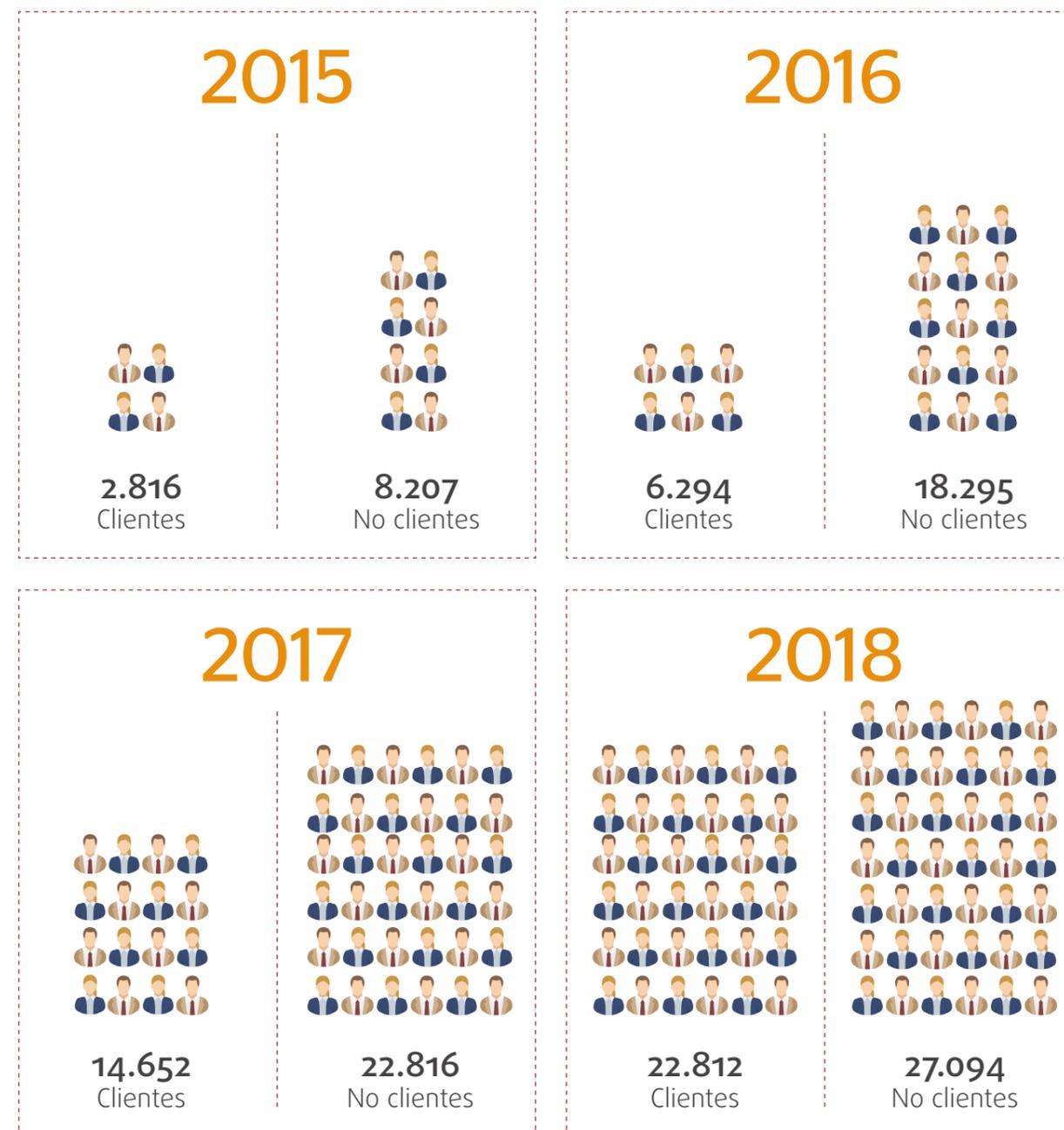
**GRÁFICO 48.**  
TALLERES DE EDUCACIÓN FINANCIERA



Esta modalidad de impartición de Educación Financiera ha presentado un importante crecimiento en cobertura del 33% en comparación con el 2017. Cada equipo de oficina ha desarrollado diferentes estrategias para convocar y llevar a cabo la gestión de Educación Financiera; es así como varias de ellas, especialmente las ubicadas en zona

rural, han establecido acuerdos con fundaciones, instituciones educativas y entes locales para el desarrollo de talleres, lo que ha permitido posicionar a Bancamía en las zonas como una Entidad con un alto sentido de responsabilidad social, al contribuir a una mejor calidad de vida financiera en la población atendida.

**GRÁFICO 49.**  
PARTICIPANTES DE TALLERES DE EDUCACIÓN FINANCIERA



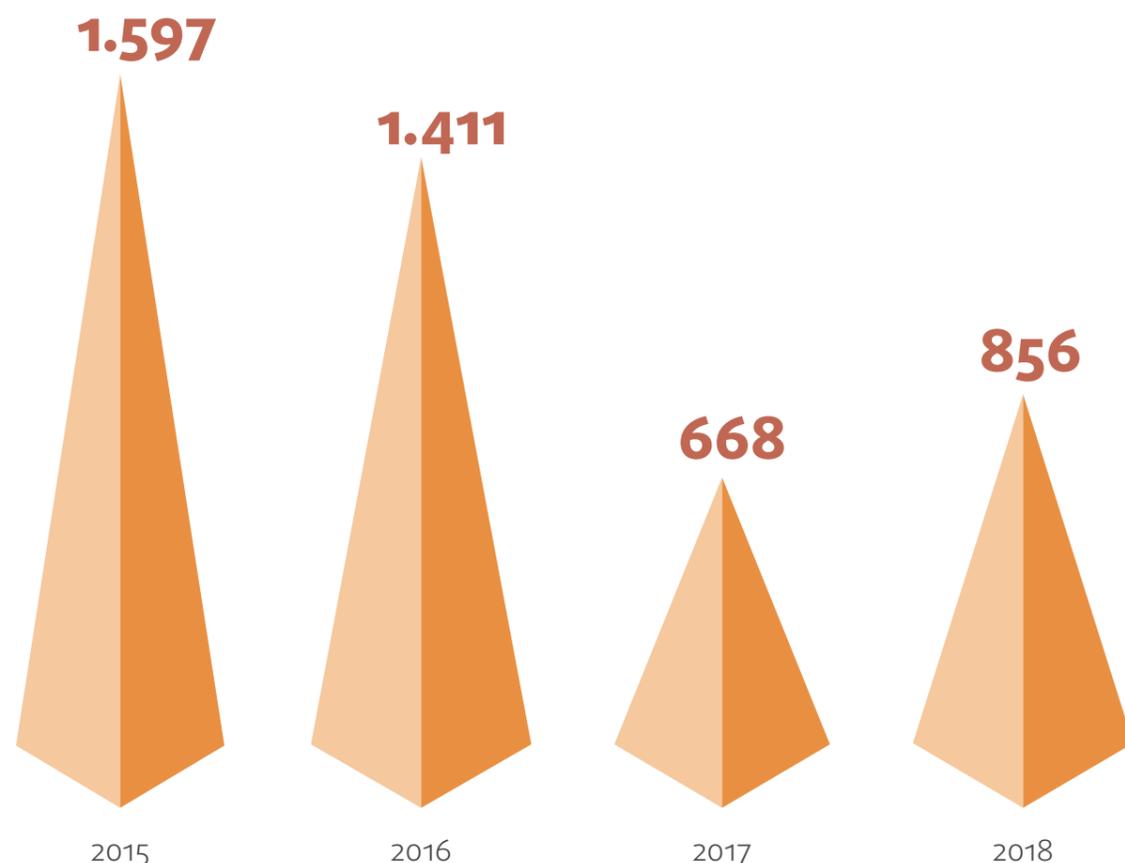


## Educación Financiera para Colaboradores

Los colaboradores de Bancamía reciben educación financiera desde el proceso de inducción y cada año se realizan jornadas de actualización y refuerzo con la Red Comercial, a través de Talleres de Formador de Formadores, en alianza con la Corporación Mundial de la Mujer Colombia.

Durante estas jornadas de formación, se aborda la metodología para gestionar eficazmente la Educación Financiera, permitiendo afianzar los conocimientos ya adquiridos e incrementar las capacidades de aplicación de los colaboradores y, de esta manera, contribuir al fortalecimiento de sus competencias

**GRÁFICO 50.**  
EDUCACIÓN FINANCIERA PARA COLABORADORES



En los últimos 4 años, se refleja una disminución en el número de colaboradores capacitados en temas de educación financiera en proceso de inducción, desde un aspecto positivo relacionado con la disminución del índice de rotación de personal<sup>5</sup>, del 32% en 2015 al 14% el último año.

En 2018, se presenta un crecimiento en cobertura del 28% frente al 2017, a través de la imple-

mentación de un nuevo taller de sensibilización y fortalecimiento de capacidades para la red comercial, el cual permitió desarrollar habilidades y un alto compromiso de los participantes en la gestión de Educación Financiera, contando con la participación de 107 colaboradores de 41 oficinas, adicionales a los talleres de Formador de Formadores dirigidos a colaboradores antiguos.

**En 2018 formamos a 856 colaboradores de la red comercial** para impartir la educación financiera a los clientes y apoyarlos en la toma de decisiones y en el mejor uso de sus productos financieros

5. Para mayor información sobre la rotación de colaboradores, consultar el indicador GRI 401-1

1

## Educación Financiera a Nivel Sectorial

Bancamía, como entidad miembro del Comité de Educación Financiera de Asobancaria, ha participado en la planeación y ejecución de programas a nivel gremial, que permiten implementar estrategias que promueven la articulación de las Entidades Financieras miembro para impactar en la política pública y contribuir a mejorar las capacidades y conocimientos financieros de segmentos poblacionales específicos.

Para el año 2018, Bancamía se une a la iniciativa internacional de *Child & Youth Finance International (CYFI)*, con en el evento *Global Money Week*, el cual busca promover la educación y la inclusión financiera, específicamente en la población infantil y adolescente. A través de la participación de las oficinas de Soacha, Barrancas, Kennedy, Facatativá y Funza, seleccionadas por la

alta afluencia de clientes y su ubicación en zona de importante impacto social, se extendió invitación a los hijos de nuestros clientes y se desarrolló una actividad lúdica denominada "Los asuntos del dinero importan", contando con la asistencia de 76 niños.

Durante el transcurso del año, se participó activamente a través de espacios radiales concedidos por la Cadena Radial RCN, específicamente en la emisora "La Cariñosa", con 31 cápsulas de Educación Financiera tratando temas de ahorro, presupuesto, administración efectiva de la deuda y manejo de los riesgos. "La Cariñosa" tiene cubrimiento en 11 ciudades del país, 392 municipios y una audiencia de 20.021.936. Sus oyentes son personas mayores de 35 años, de estratos 1, 2 y 3, y en su gran mayoría dueños de negocio.

**El programa "Echemos Números" de educación financiera fue reconocido en 2018 como uno de los casos de éxito del sector por Asobancaría.**



# 6.3

## Productos Verdes

Las líneas de crédito verde en Bancamía tienen el propósito de financiar actividades o inversiones que estén dirigidas a optimizar el uso de los recursos naturales, reducir la contaminación, o a generar soluciones que incorporen beneficios ambientales.

Bancamía está comprometido con la transformación hacia una banca más sostenible, apoyando e incentivando la inversión en medidas de adaptación al cambio climático a través de la línea de crédito "Crediverde - Adaptación", dirigida a microproductores que requieren acceder a la financiación de medidas de adaptación frente a los efectos del cambio climático, con el propósito de hacer más resilientes sus proyectos productivos y aprovechar también las oportunidades que ofrece la variabilidad climática, generando una fuente adicional de ingresos.

Dando continuidad al proyecto que inició con el apoyo de ONU Medio Ambiente en años anteriores, Bancamía fortaleció la financiación de adopción de "Medidas de Adaptación al Cambio Climático basada en Ecosistemas (MEbA)" a

clientes que habitan en poblaciones vulnerables, tanto rurales como urbanas, con el apoyo de la Corporación Interamericana de Inversiones (CII), sensibilizándoles sobre el manejo sostenible de los ecosistemas y los riesgos climáticos a los cuales está expuesto su unidad productiva.

Durante 2018, se extendió esta iniciativa a otros 3 municipios vulnerables: Chaparral-Tolima; Planeta Rica-Córdoba; Pamplona - Santander; adicionales a Ubaté-Cundinamarca dónde inició el proyecto en 2017.

El proceso de colocación se hace a través de la Banca relacional, acompañando al cliente desde el inicio del conocimiento del negocio, identificación de necesidades, selección de la medida de adaptación al cambio climático, asesoría técnica para el diseño y construcción de la medida, posteriormente, acompañamiento en el desarrollo de la actividad productiva.

Como resultado, se logró apoyar a estas poblaciones, a través de 631 créditos por \$1.526 millones de pesos.

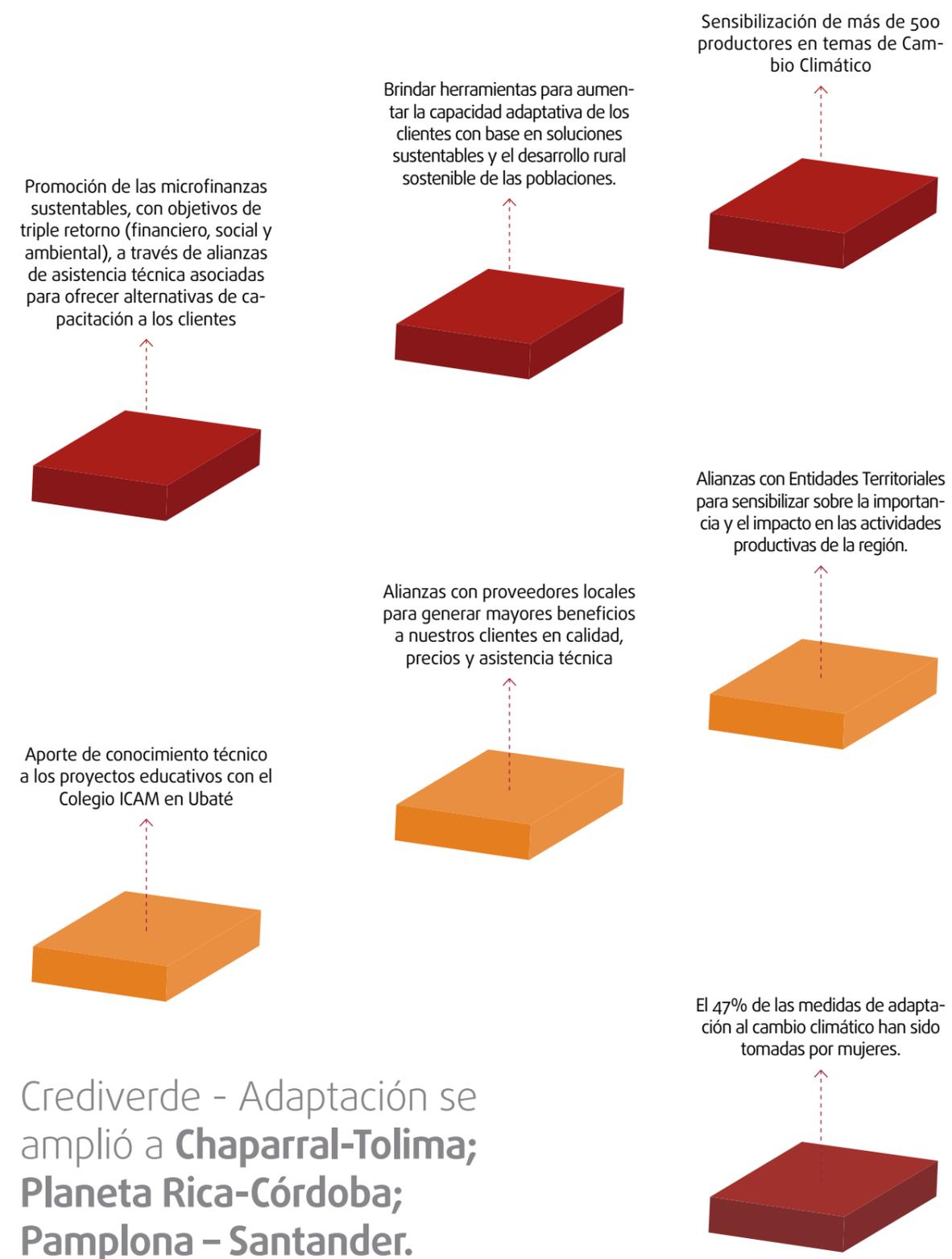
**TABLA 9.**  
COLOCACIÓN CRÉDITOS CREDIVERDE ADAPTACIÓN 2018

Medidas MEbA	TOTAL			
	#	COP\$ millones	%	% en \$
Abono orgánico	189	\$ 408.5	30%	27%
Acondicionamiento de suelos	131	\$ 332.5	21%	22%
Sistema Silvopastoril	119	\$ 231.0	19%	15%
Agricultura de conservación	48	\$ 112.8	8%	7%
Huerto familiares	40	\$ 82.0	6%	5%
Reservorio de Aguas	36	\$ 137.4	6%	9%
Piscicultura	27	\$ 86.6	4%	6%
Deshidratador Solar	12	\$ 37.2	2%	2%
Riego por goteo	7	\$ 20.3	1%	1%
Invernadero	7	\$ 37.0	1%	2%
Apicultura	2	\$ 2.3	0%	0%
Zanjas Bordo	2	\$ 4.0	0%	0%
Lombricomposta	2	\$ 4.6	0%	0%
Biodigestores	2	\$ 8.0	0%	1%
Sombra natural	2	\$ 2.1	0%	0%
Diversificación de cultivos	2	\$ 6.6	0%	0%
Muro de contención	1	\$ 2.5	0%	0%
Vivero	1	\$ 1.0	0%	0%
Ecoturismo	1	\$ 10.0	0%	1%
<b>Total</b>	<b>631</b>	<b>\$ 1.526.4</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO 51.**  
BENEFICIOS E IMPACTOS CREDIVERDE-ADAPTACIÓN



## Otros Resultados



# 6.4

## Ecoeficiencia

La ecoeficiencia es el resultado del control y gestión del consumo de recursos naturales en el transcurso del año, aplicado en la cadena de generación de valor. Los indicadores de ecoeficiencia que se reportan a continuación permiten dimensionar el

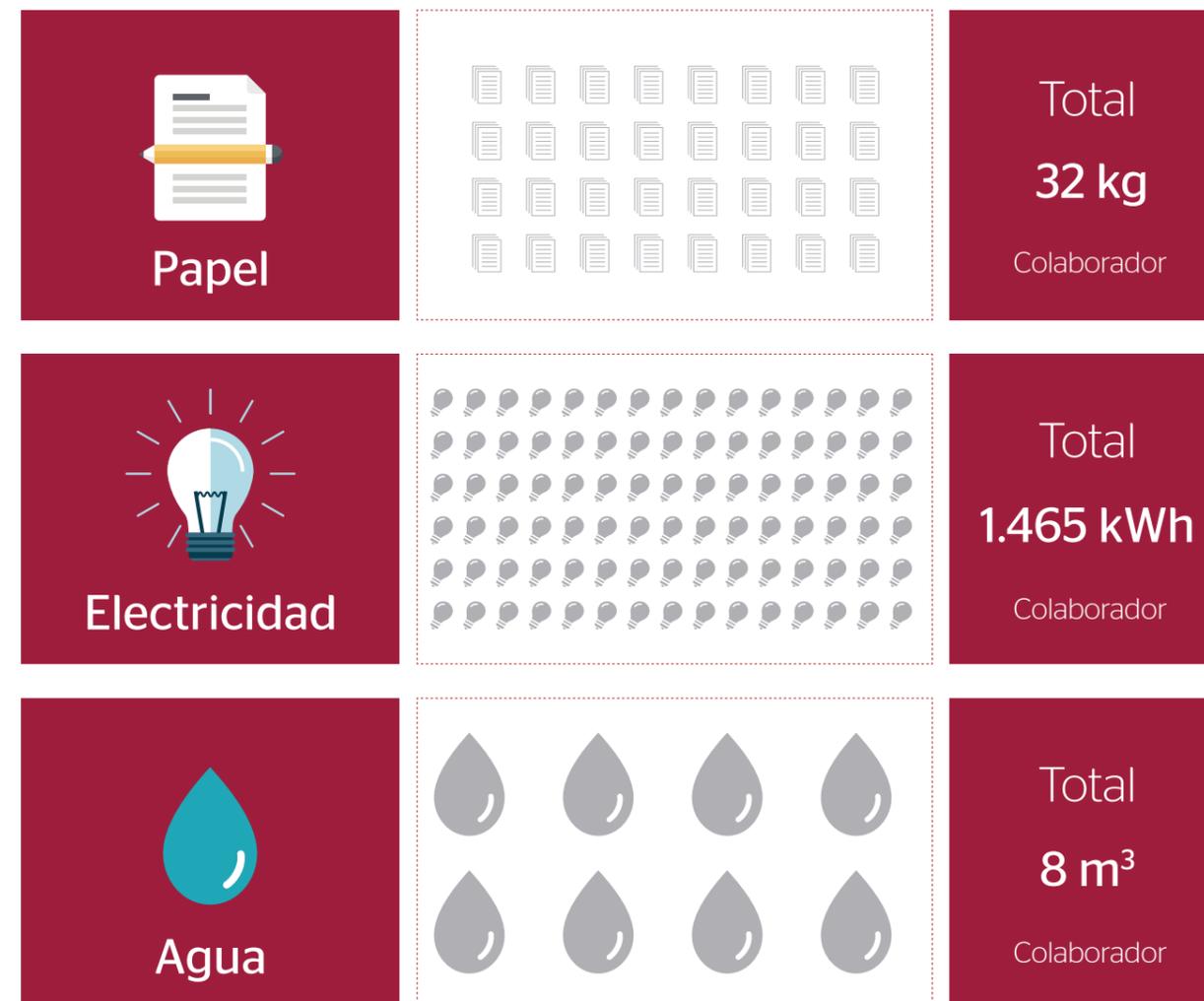
impacto ambiental y financiero del uso de dichos recursos directamente asociados al desarrollo de nuestra operación, permitiendo implementar acciones que conducen a un uso más eficiente de recursos y reduciendo la huella de carbono.

**GRÁFICO 52.**  
CONSUMO DE RECURSOS Y PORCENTAJE DE AHORRO



En el 2018 se presentó una **disminución significativa de consumo de agua**, con un **22%** menos al año anterior

## Consumo Per Cápita



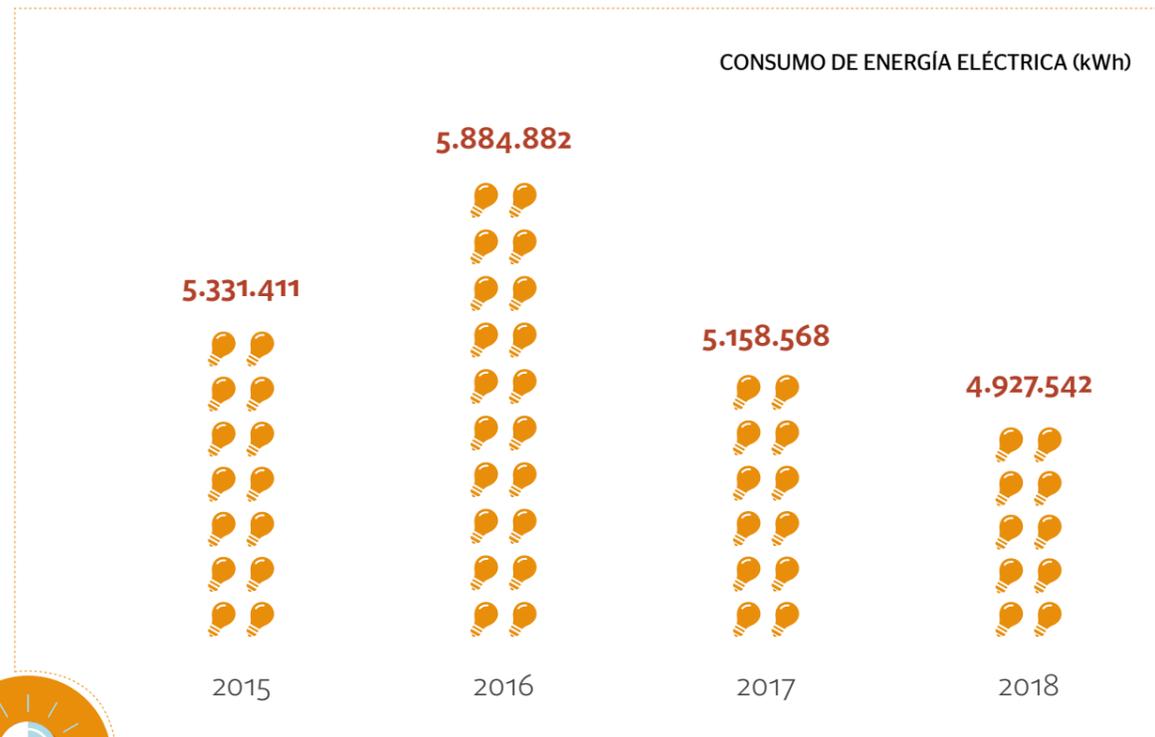
La gestión responsable de materiales e insumos permite evaluar el impacto directo que incide en los recursos naturales y así generar un control y evaluación en la gestión ambiental para una mejora continua, lo cual incluye el uso y/o consumo de productos y servicios de forma responsable, reduciendo el impacto que puede causar el gasto, irracional de suministros.

El principal ahorro de recursos se evidenció en el consumo de agua, con una reducción del 22% respecto al registrado en 2017. Esto se encuentra directamente relacionado con el consumo humano y fines sanitarios de los 3.363 colaboradores a nivel nacional. Durante 2018, se dejaron de consumir 7.760 m<sup>3</sup>, equivalente a 3 piscinas olímpicas.

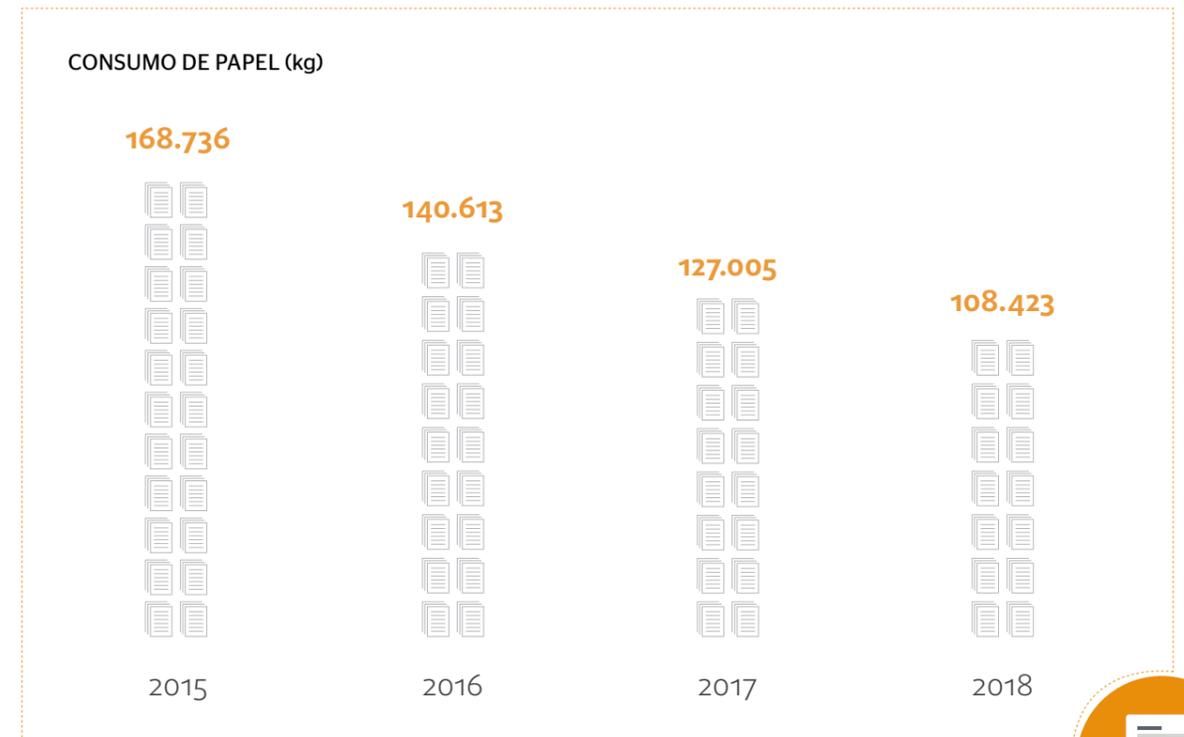
Por otra parte, el consumo de papel disminuyó 14%, gracias al proyecto de movilidad, que se ha dado a través de la automatización de procesos en oficinas. Esta medida logró la disminución de 800 mil formatos, es decir, 258.000 resmas de papel con respecto a lo que se consumió en el 2017, gracias a que los formatos de créditos fueron digitalizados completamente durante el 2018.

El consumo de energía eléctrica asociado al funcionamiento de la red de oficinas del Banco, relacionado con iluminación, carga de computadores y operación de sistemas de aire acondicionado, entre otros, se redujo en un 4,5% respecto al año anterior. El consumo per cápita de energía eléctrica disminuyó en un 35%.

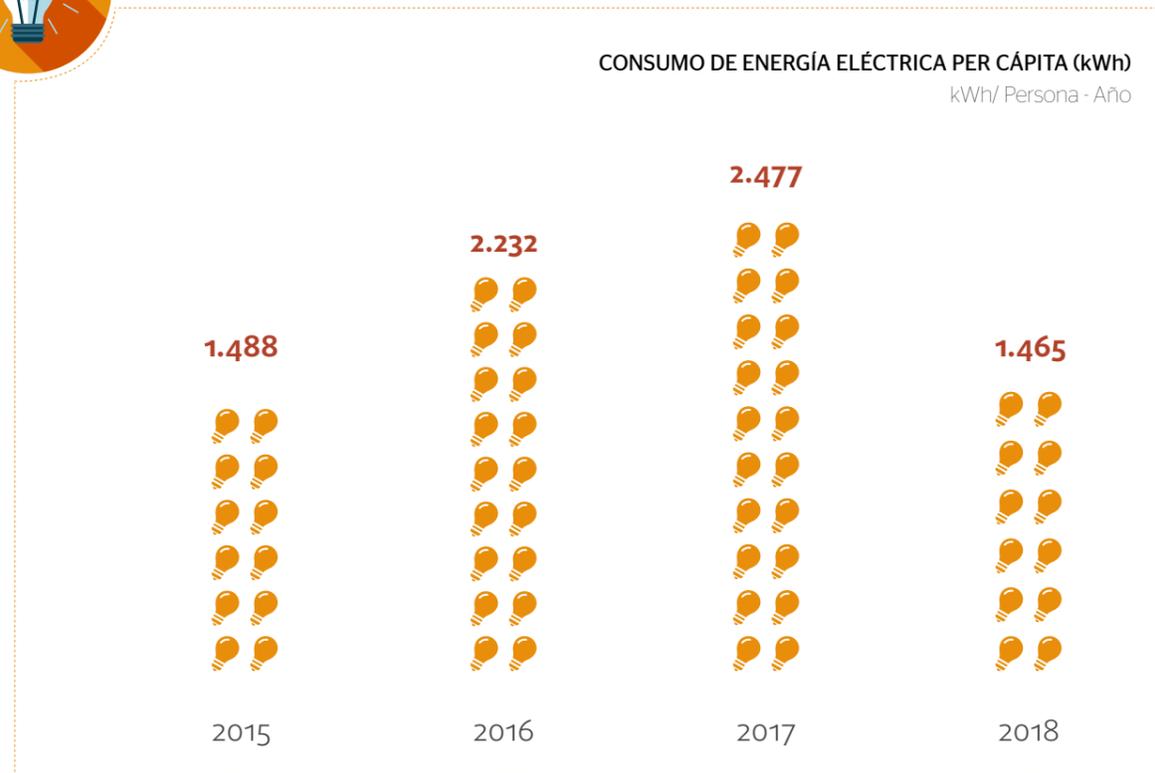
**GRÁFICO 53.**  
CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA



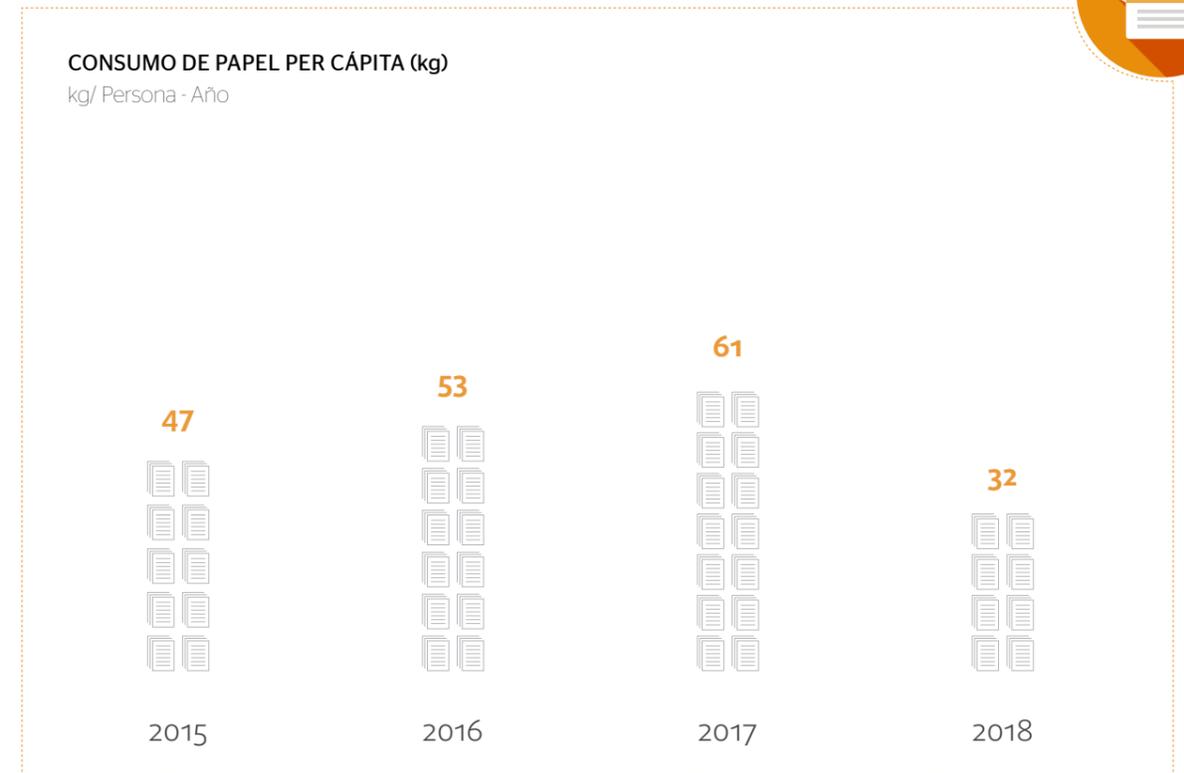
**GRÁFICO 54.**  
CONSUMO DE PAPEL



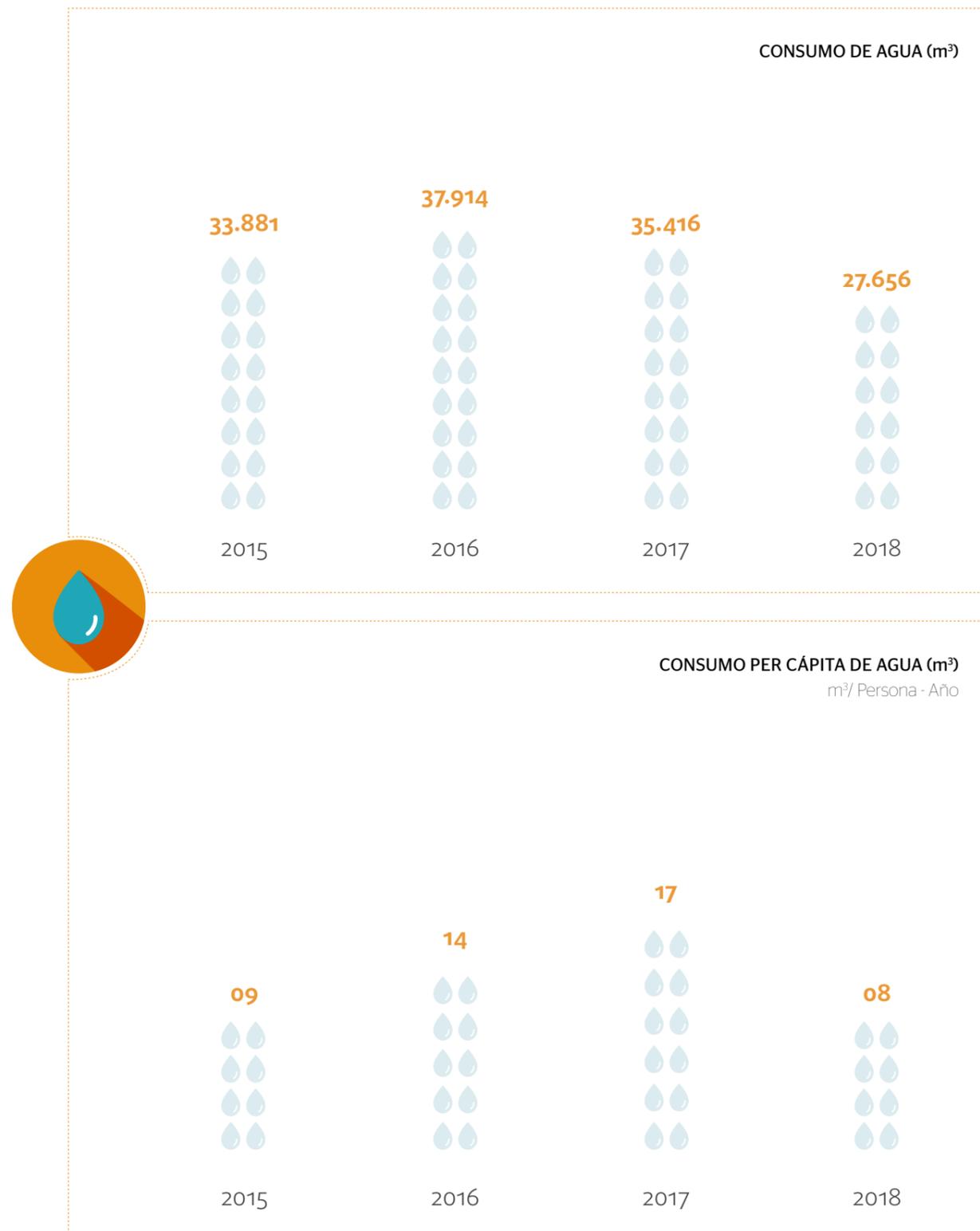
**CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA PER CÁPITA (kWh)**  
kWh/ Persona - Año



**CONSUMO DE PAPEL PER CÁPITA (kg)**  
kg/ Persona - Año



**GRÁFICO 55.**  
CONSUMO DE AGUA



**6.5**

## Medición y Compensación de la Huella de Carbono Corporativa

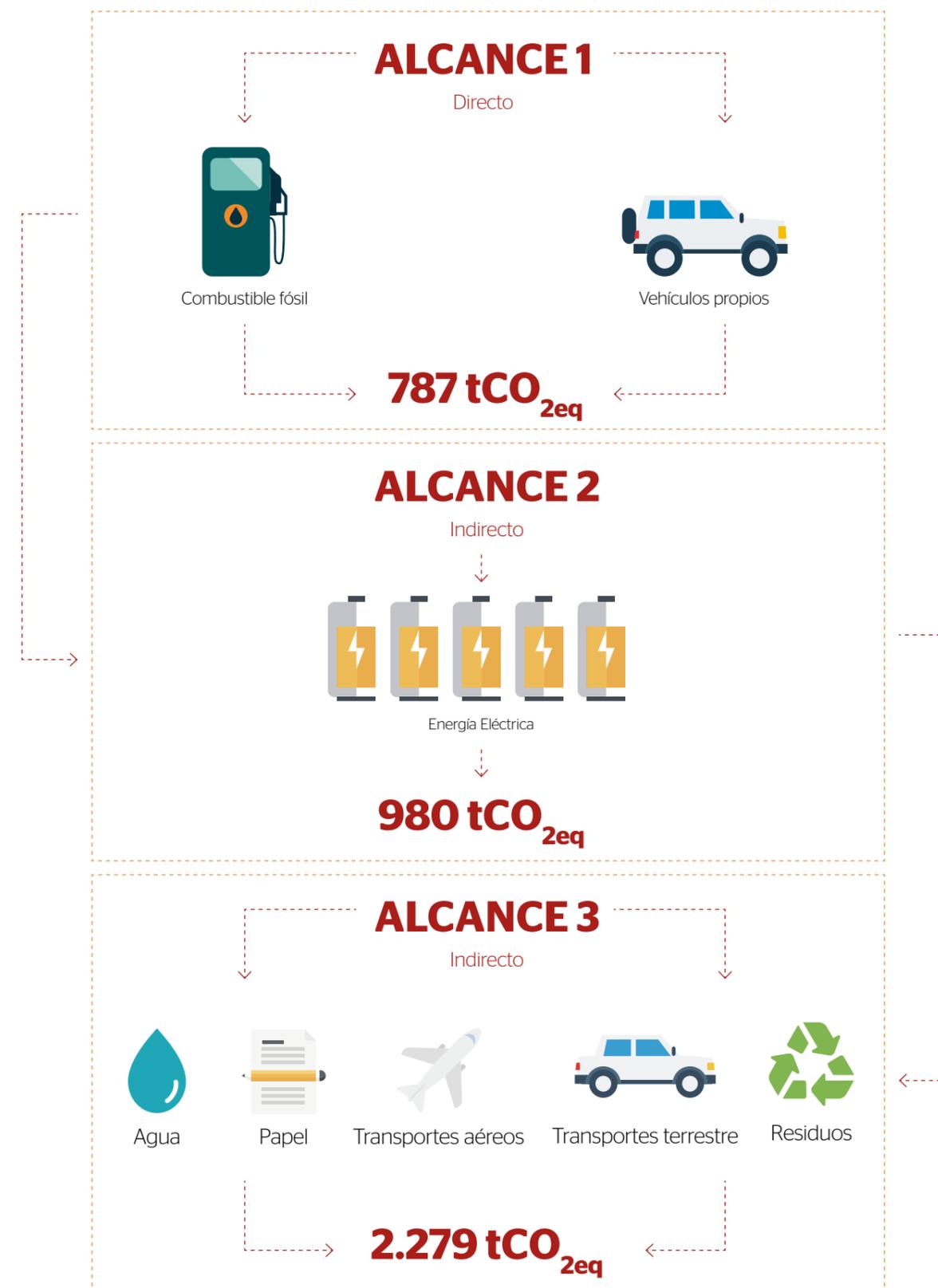
Con el fin de implementar estrategias de mitigación al cambio climático, se ha identificado que la cuantificación de emisiones y remoción de Gases Efecto Invernadero (GEI) son un instrumento clave para determinar cuánto impacta la operación directa e indirecta de Bancamía al ambiente. El cálculo de la huella de carbono representa una oportunidad de mejora para reducir y com-

pensar las emisiones de GEI, comunicar resultados y mejorar el desempeño ambiental. Bajo la metodología del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero- GHG Protocol WRI Y WBCSD, 2004<sup>6</sup>, Bancamía realiza la medición de la huella de carbono desde el año 2015, como periodo de referencia, determinando el total de toneladas con el fin de compensarla.

En el marco del Protocolo Verde de Asobancaría, **Bancamía compensó 1.184 tCO<sub>2eq</sub>** que corresponden al 32% de la Huella de Carbono Corporativa del año anterior, mediante el esquema de Ban-CO<sub>2</sub> y MASBOSQUES

6. El GHG Protocol es la herramienta internacional más utilizada para el cálculo y comunicación del inventario de emisiones de GEI, la cual ha sido desarrollada entre el World Resources Institute- WRI y el World Business Council for Sustainable Development – WBCSD, junto con sus empresas, gobiernos y grupos ambientales de todo el mundo, con la finalidad de crear programas para abordar y combatir el cambio climático.

**GRÁFICO 56.**  
EMISIONES DE GASES EFECTO INVERNADERO (GEI) 2018



## Alcances solicitados:

---

# 01 ALCANCE

Emisiones generadas por fuentes propias de consumo de combustible en fuentes fijas, resultante de la quema de combustible para la generación de electricidad en oficinas, consumo de refrigerantes de sistemas de aire acondicionado y fuentes móviles correspondiente a los 2 automóviles propios del Banco. La Huella de Carbono para el Alcance 1 aumentó en un 34% respecto de años anteriores, producto de una mejora en la recolección de información primaria relacionada con el consumo de refrigerantes, sin que sea posible reconstruir información de años previos.

---

# 02 ALCANCE

Emisiones que son producto de la energía eléctrica consumida por la red de oficinas y Dirección General, las cuales disminuyeron en un 4.5%, respecto al año 2017, debido a las acciones que se tomaron de sensibilización a los colaboradores sobre el uso eficiente de los aparatos electrónicos, apagado de equipos en periodos sin uso y optimización de los sistemas de iluminación.

---

# 03 ALCANCE

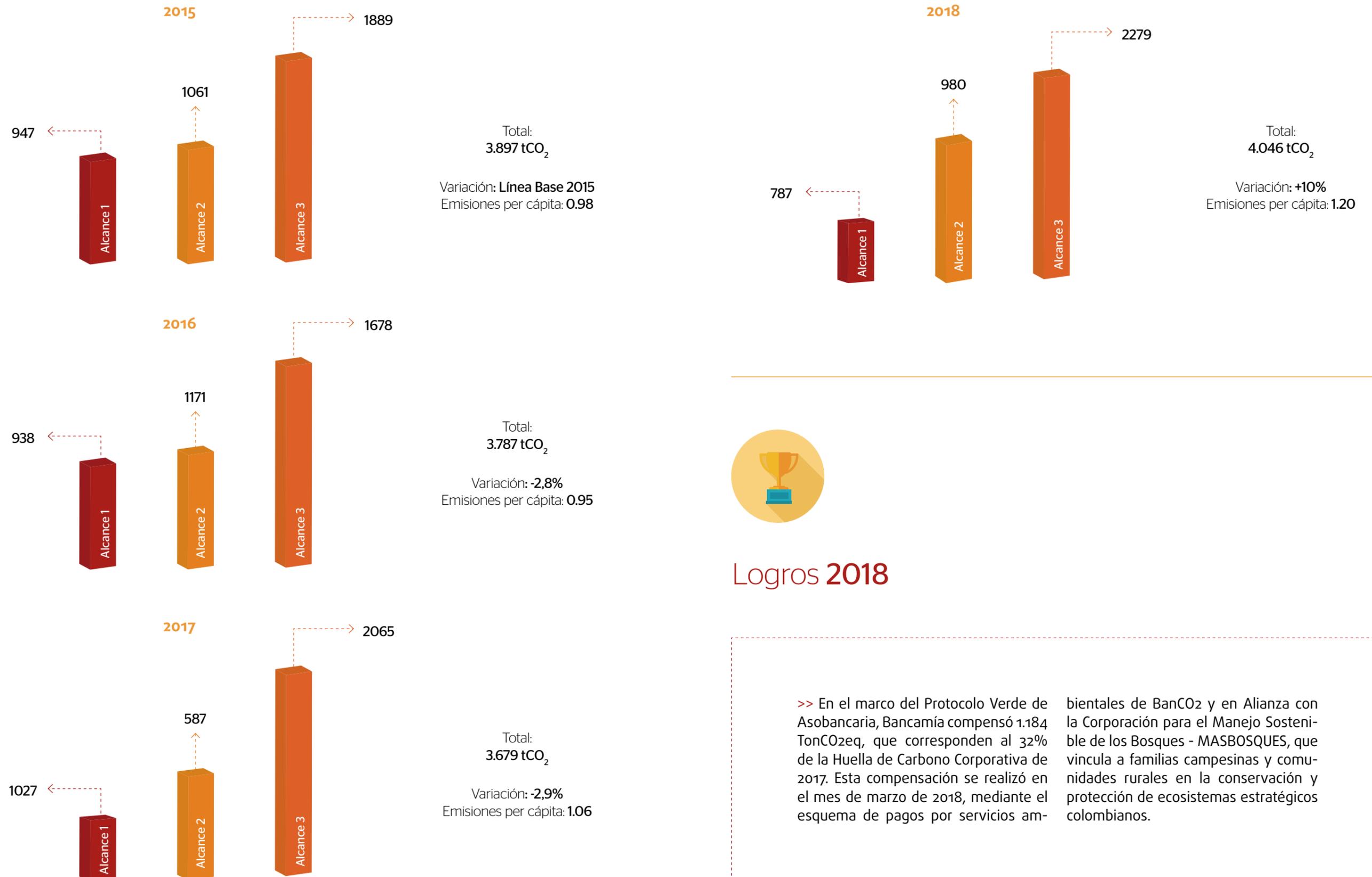
Emisiones resultantes de actividades que provienen de fuentes indirectas como los viajes aéreos de negocios y el traslado de los colaboradores. También se contemplan emisiones indirectas generadas por el consumo de materiales, recursos y servicios, las cuales aumentaron en un 10% con respecto al año 2017, debido al crecimiento del número de colaboradores, con 314 nuevos en 2018 y, a su vez, al incremento de los traslados en moto por parte de los empleados.

---



**GRÁFICO 57.**

COMPARATIVO EMISIONES GEI ULTIMOS 4 AÑOS



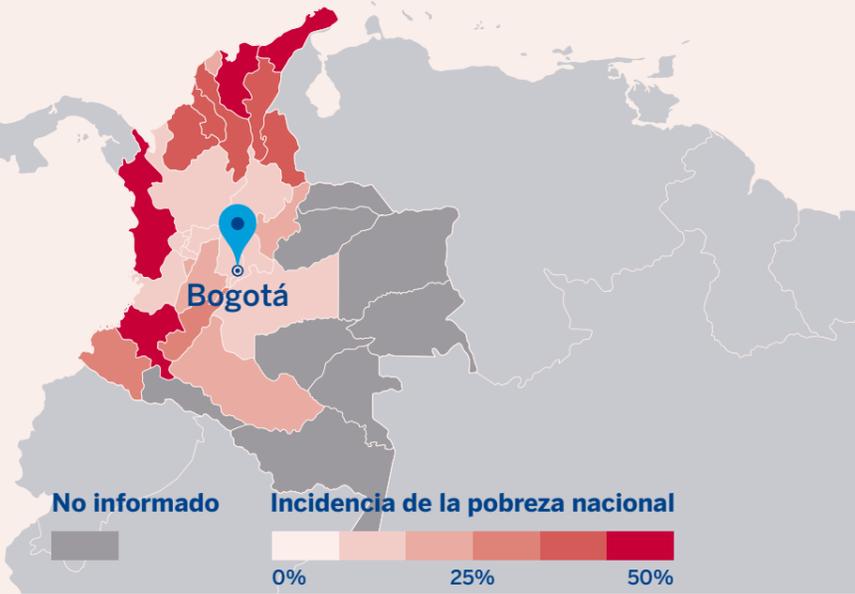
**Logros 2018**

>> En el marco del Protocolo Verde de Asobancaria, Bancamía compensó 1.184 TonCO<sub>2</sub>eq, que corresponden al 32% de la Huella de Carbono Corporativa de 2017. Esta compensación se realizó en el mes de marzo de 2018, mediante el esquema de pagos por servicios ambientales de BanCO<sub>2</sub> y en Alianza con la Corporación para el Manejo Sostenible de los Bosques - MASBOSQUES, que vincula a familias campesinas y comunidades rurales en la conservación y protección de ecosistemas estratégicos colombianos.

# 6.5 Medir realidades que impulsan sueños



## 1. CLIENTES: Comprometidos con las personas vulnerables



## 2. PROGRESO: Acompañándolos en su desarrollo...



1 de cada 2 clientes renovados ha mejorado su renta.



En el segundo año de relación con la entidad.

... y en el crecimiento de sus proyectos



Tasa de crecimiento anual.

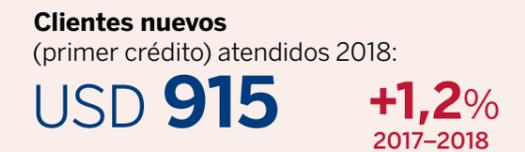


Tasa de crecimiento anual.

## 3. RELACIÓN: Ofreciendo productos y servicios oportunos y relevantes



### Desembolso medio



### Ahorro

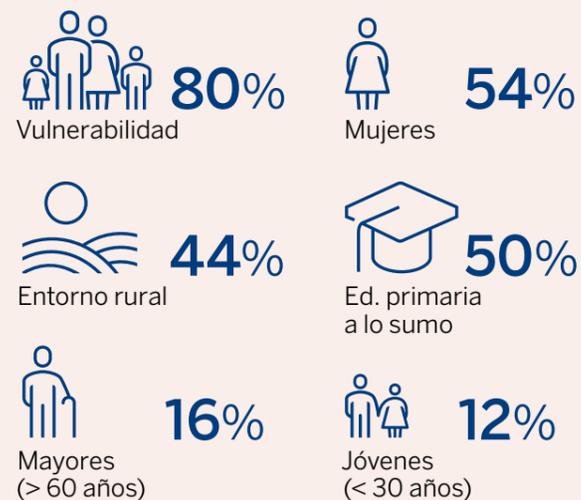
**12%**  
El total de clientes de ahorro ha crecido un 12% en 2018.



**USD 20**  
Un 27% de los clientes ahorran en un año esta cantidad o más en productos de ahorro programado.

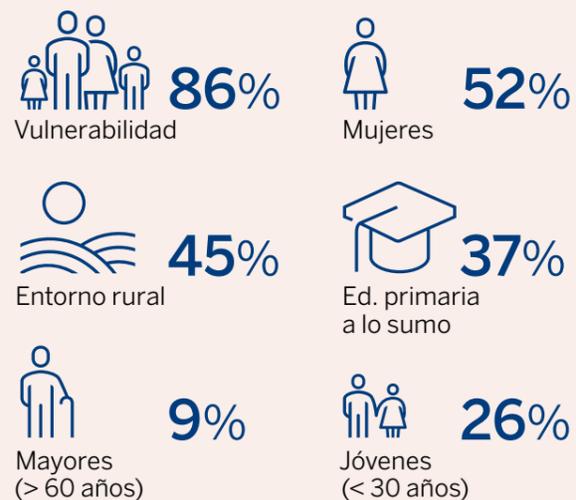
### Total clientes de crédito<sup>3</sup>

**339.386**



### Cientes nuevos 2018

**87.617**



Fuente: Bancamía. Cálculos FMBBVA. (1) Pobreza Nacional según los datos del DANE. (2) Global Findex 2017. (3) Vigentes a 31.12.2018.

# Introducción

Al cumplir su décimo aniversario, Bancamía acompaña a más de 1 millón de emprendedores colombianos en el desarrollo sostenible de sus microempresas, contribuyendo así a cambiar sus realidades y al crecimiento económico y social del país.

En 2018, la economía colombiana se expandió un 2,7%. La recuperación del consumo de los hogares y del consumo público fueron los motores del dinamismo económico al aumentar un 3,9%, mientras que la inversión, con un crecimiento del 3,5%, mostró un menor desempeño. La inflación continuó con su moderación cerrando el año en un 3,2%. La convergencia de la inflación con el rango meta permitió una postura más expansiva por parte del Banco Central, que redujo en dos oportunidades su tasa de intervención en 25 puntos básicos, situándola en un 4,25% al cierre del año.

A pesar del mejor desempeño de la economía, la tasa de desempleo se ubicó en 9,2%, incrementándose en 0,2 puntos porcentuales en 2018. Se mantiene la brecha de género, siendo el desempleo de las mujeres del 12%, un 68% superior al de los hombres.

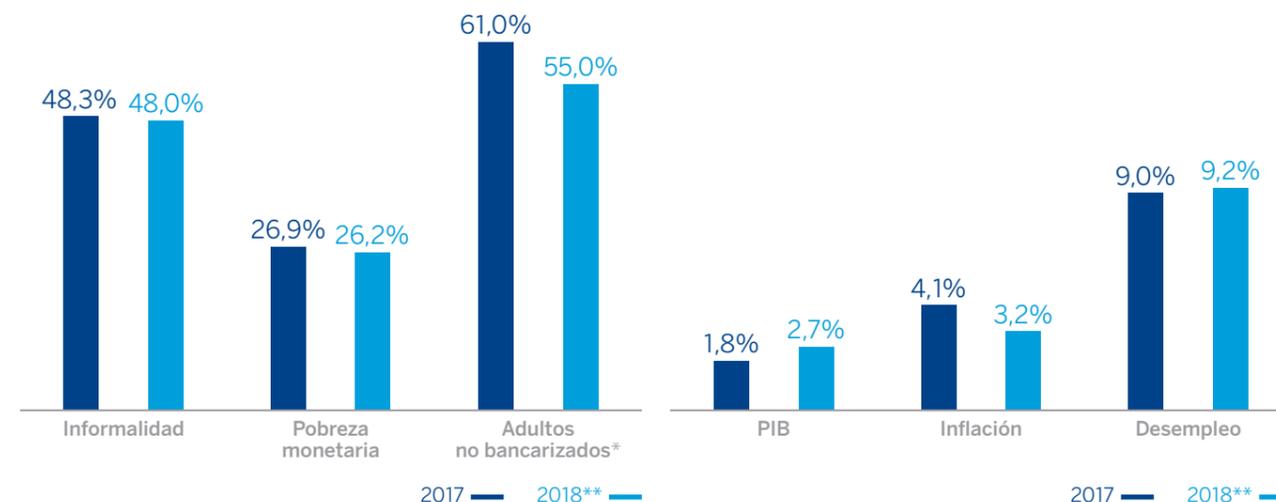
El 48% de los trabajadores aún desarrollan sus actividades en el sector informal de la economía, siendo esta ratio del 46,9% para los hombres y del 49,2% para las mujeres. No obstante, continúa la disminución de la pobreza monetaria de la población colombiana, que se situó en un 26,2% en 2018.

Existen además grandes diferencias entre el entorno rural y el urbano: todavía 3 de cada 10 personas que viven en entornos rurales tienen ingresos por debajo del precio de la canasta de alimentos, bienes y servicios básicos. Se observa, por ejemplo, que en las zonas rurales la pobreza extrema es tres veces superior a la de las zonas urbanas (15,4% en zonas rurales vs. 5% en cabeceras).

Acompañar a personas vulnerables, en su desarrollo financiero, es clave para su progreso. Alrededor del 45% de los adultos en Colombia se encuentra incluido financieramente. No obstante, existe una clara brecha de género, observándose que la inclusión de los hombres supera en 7 puntos porcentuales a la de las mujeres.

El sistema microfinanciero colombiano es uno de los más desarrollados del mundo. De acuerdo con el Microscopio Global 2018<sup>1</sup>, Colombia ocupó el primer lugar en ranking de inclusión financiera, destacando el compromiso del Estado para promover la inclusión financiera en el largo plazo (Estrategia Nacional de la Banca de Oportunidades).

<sup>1</sup>Elaborado por la revista británica The Economist Intelligence Unit.



El liderazgo gremial de Bancamía se expresa, ocupando la Presidencia del Consejo Directivo de ASOMICROFINANZAS, la asociación de entidades microfinancieras de Colombia, al cual se encuentran afiliadas 38 entidades con actividad microfinanciera que representan más del 99% de la cartera de microcréditos del país.

Bancamía tiene un firme compromiso con el desarrollo del sector. Su visión radica en facilitar el desarrollo productivo de personas en la base de la pirámide económica a través de la provisión de productos y de servicios financieros a su medida.

*Colombia posee uno de los entornos microfinancieros más desarrollados del mundo y es una oportunidad para reducir la desigualdad del país.*

Fuente: Banco de la República, Colombia.  
 \* Global Findex Banco Mundial para 2017.  
 \*\* Estimado FMBBVA Research.  
<sup>2</sup> USD/COP: 3.271,02, a 31.12.2018, BBVA Research.

## PRINCIPALES MAGNITUDES<sup>2</sup>

Cientes totales	<b>1.016.625</b>
Número de empleados	<b>3.373</b>
Número de oficinas	<b>200</b>
Cartera bruta (USD)	<b>404.990.650</b>
Personas que han recibido educación financiera	<b>315.220</b>
Recursos administrados de clientes (USD)	<b>219.867.589</b>
Monto desembolsado en 2018 (USD)	<b>352.874.470</b>
Número desembolsos en 2018	<b>280.814</b>
Desembolso medio en 2018 (USD)	<b>1.257</b>

## Introducción

Banco de las Microfinanzas – Bancamía, S.A. (Bancamía) es un reconocido banco social –el primero dedicado a la microempresa– que ha cumplido 10 años promoviendo el desarrollo de emprendedores y transformando su calidad de vida y la economía del país con pequeños negocios. Bancamía surgió de la unión de tres entidades sin ánimo de lucro: Corporación Mundial de la Mujer Colombia, Corporación Mundial de la Mujer Medellín y Fundación Microfinanzas BBVA.

En 2018, Bancamía alcanzó el millón de clientes que confían en la entidad. El Banco proporciona productos de ahorro, crédito y seguros, así como educación financiera a emprendedores de bajos recursos a lo largo de todo el país. A través de 200 oficinas, más de 3.000 corresponsales activos (de los cuales 246 son propios), y de una creciente oferta de banca móvil, Bancamía ha realizado un gran esfuerzo por implantar herramientas de movilidad que permiten traer la oficina al hogar del cliente y ofrecerle información relevante en todo momento.

Es fiel a su compromiso de trabajar en las zonas más alejadas, con el objetivo de apoyar a emprendedores en la generación de excedentes económicos sostenibles en el tiempo. Por ello, apuesta de manera decidida por el entorno rural, que es donde desarrollan su actividad el 44% de los emprendedores de la entidad y donde se produce una mayor exclusión financiera.

Trabaja también de forma especial en unos 58 municipios de Colombia priorizados por el Estado en el proceso de paz. Esto lo hace en alianza con relevantes instancias gubernamentales y con organizaciones internacionales, como la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), con la que colabora en la iniciativa Finanzas Rurales, que refuerza su compromiso con las víctimas del conflicto armado, especialmente en el campo (ver Proyecto destacado, p. XX).

Además, ha desarrollado iniciativas específicas de lucha contra el cambio climático, como el programa Microfinanzas para la Adaptación al Cambio Climático basada en Ecosistemas (MEbA), apoyando así a emprendedores para mejorar su resiliencia ambiental (ver Proyecto destacado, p. XX).

A pesar de que la economía colombiana presenta signos de mejora, Bancamía continúa manteniendo su compromiso de atención a los clientes en situación de vulnerabilidad. Así, ha atendido a 87.617 nuevos clientes y un mayor porcentaje de ellos son pobres o vulnerables.

Las ventas de los negocios de los clientes crecieron un 12% frente a un 14% en 2017, provocando que la salida de la pobreza fuera más lenta y afectase a menos personas. Se espera que en los próximos meses las buenas expectativas económicas y el crecimiento de determinados sectores tengan un impacto positivo en la economía de los clientes.

<b>Clientes de crédito</b>	<b>16.841</b>
<b>Crédito y ahorro</b>	<b>322.545</b>
<b>Ahorro</b>	<b>677.239</b>

**Total clientes de crédito 339.386**

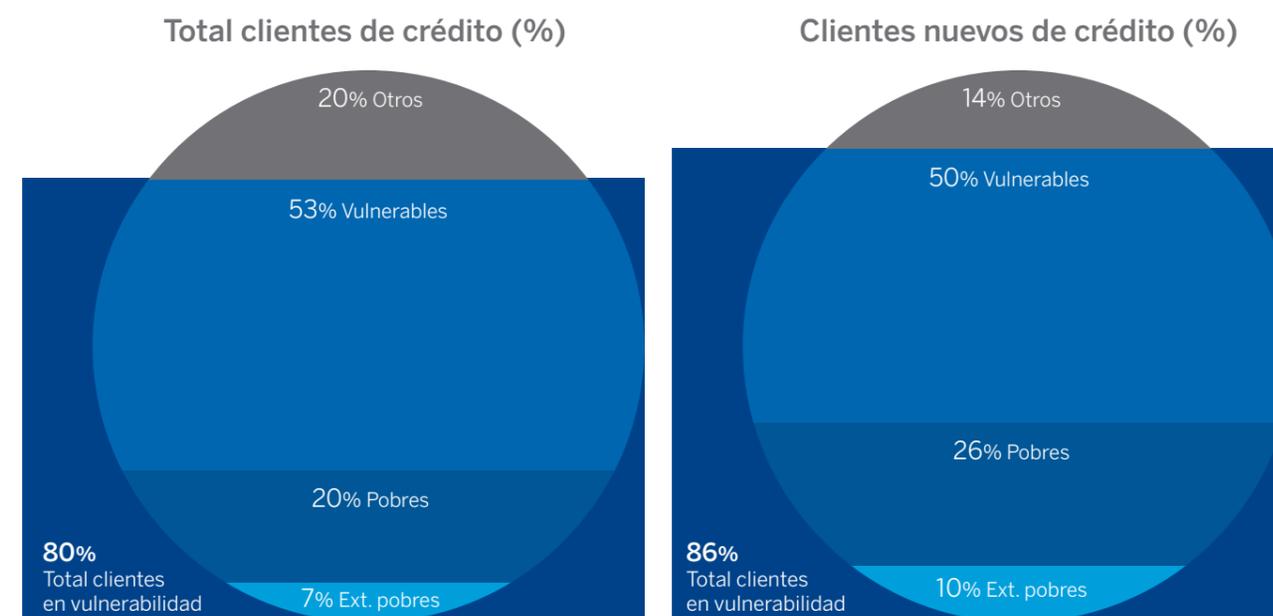
**Total clientes de ahorro 999.784**

Los clientes de crédito atendidos en 2018 por Bancamía tienen unos excedentes (utilidades del negocio) mensuales promedio para cada miembro del hogar (per cápita) de USD 156, lo que supone aproximadamente 4 veces la canasta básica de alimentos en el área urbana.

### PRECIO DE LA CANASTA BÁSICA DE ALIMENTOS



## VULNERABILIDAD ECONÓMICA\*



En efecto, el precio de este conjunto de bienes está representado por la Línea de Pobreza extrema. Aquellos emprendedores que no llegan a generar ingresos para adquirir esta cesta son considerados extremadamente pobres. El precio del conjunto de bienes compuesto por la canasta básica, vestuario y vivienda está representado por la Línea de Pobreza. En el caso de Colombia asciende a USD 52 mensuales en zonas rurales y USD 87 en las urbanas<sup>3</sup>. Aquellos emprendedores cuyos negocios generan utilidades por debajo de ella son clasificados como pobres. La elevada diferencia entre la Línea de Pobreza rural y la urbana pone de manifiesto cómo está cambiando el consumo de las zonas urbanas hacia una canasta más sofisticada y cara.

La categoría en la que se encuentra el mayor porcentaje de emprendedores es la formada por los clientes que, aun no siendo pobres, tienen una elevada volatilidad de ingresos, por lo que cualquier imprevisto puede hacerles caer de nuevo en pobreza. Son los clientes vulnerables. El límite para esta clasificación es tener excedentes per cápita por debajo de 3 veces la Línea de Pobreza del país. El 86% de los clientes nuevos de crédito se encuentra bajo esta franja.

\*De acuerdo con las líneas de pobreza del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), diferenciando entorno rural y urbano. Se considera como segmento vulnerable al formado por clientes cuyo excedente per cápita (estimado a partir del excedente del negocio, dividido por el tamaño del hogar) está sobre la línea de pobreza, pero por debajo del umbral que se obtiene al multiplicar por 3 la cifra atribuida a dicha línea.

<sup>3</sup> Línea de Pobreza 2017 publicada por el DANE, actualizada con IPC a cierre de año 2018.

# 1. Nuestros clientes

## PERFIL SOCIOECONÓMICO

Durante 2018 Bancamía ha atendido a un número mayor de clientes en situación de vulnerabilidad (86%) y de pobreza, profundizando así en su misión. De los 87.617 clientes nuevos que ha incorporado a la cartera, un 10% son clasificados como extremadamente pobres, lo que significa que los ingresos de sus negocios no alcanzan a comprar una canasta básica de alimentos para cada uno de los miembros del hogar.

Esta mayor profundización en clientes de bajos ingresos se refleja en el análisis de la renta media de cada uno de los segmentos de pobreza, que ha caído respecto al año anterior. Así, en promedio, los clientes pobres tienen ingresos que representan el 76% de la línea de pobreza, o lo que es lo mismo, USD 61 mensuales. Es decir, el 26% de los clientes atendidos durante 2018 ingresa únicamente 2 dólares al día para cada miembro del hogar.

*Bancamía ha conseguido casi 90.000 nuevos clientes. Los más vulnerables son las mujeres jóvenes, encontrándose en situación de vulnerabilidad un 90% de ellas.*

Destacar además dos segmentos de vulnerabilidad importante: los clientes rurales y las mujeres. Se ha atendido a 39.651 nuevos clientes en zonas rurales, donde la gran mayoría de ellos (el 69%) se dedica a actividades agrícolas. De éstos, un mayor porcentaje está liderado por hombres, y un elevado porcentaje tiene un bajo nivel educativo (un 52% tiene educación primaria a lo sumo). Sólo un 43% de los clientes rurales son mujeres.

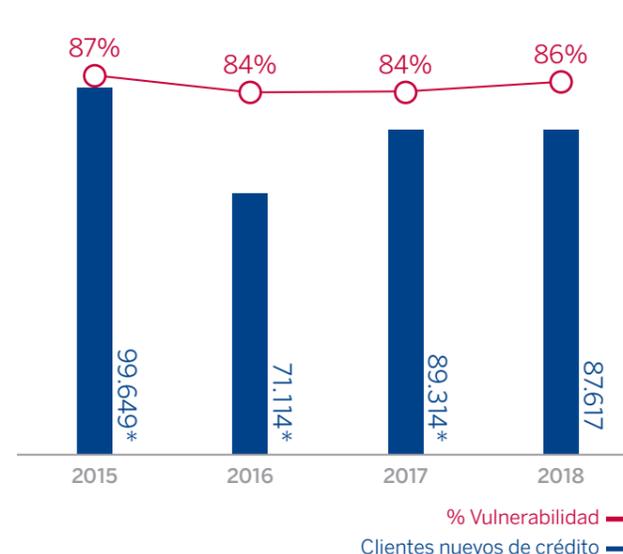
La brecha de género indica que todavía la pobreza es más aguda para ellas. Un 90% de las mujeres que han ingresado por primera vez en la entidad son vulnerables y se concentra en entornos urbanos, donde la oferta de servicios financieros es mayor. El nivel de educación femenino es superior al masculino, no obstante, las distintas barreras de acceso al mercado laboral así como al autoempleo y la estructura familiar (ellas en promedio sostienen familias de 3,4 miembros) resultan en unos niveles iniciales de renta inferiores. Su renta mensual promedio (USD 119) es un 18% inferior a la de los hombres.

\* Los clientes nuevos han variado respecto a lo publicado anteriormente por una compra de cartera en 2018.

- (1) Considera la entrada de clientes durante el año (sin créditos anteriores). Vulnerabilidad es el porcentaje de clientes con ingresos por debajo de 3 veces la Línea de Pobreza oficial del país.
- Clientes exclusivos: aquellos que sólo tienen productos con la entidad.
- (2) De acuerdo con las Líneas de Pobreza oficiales del país. Considera clientes nuevos durante el año (sin créditos anteriores).
- (4) Considera clientes nuevos del año (sin créditos anteriores). Vulnerabilidad es el porcentaje de clientes con ingresos por debajo de 3 veces la Línea de Pobreza oficial del país.

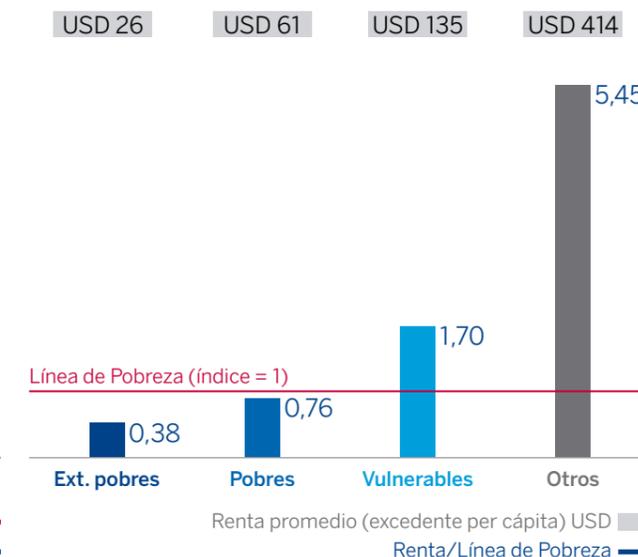
### 1 NUEVOS EMPRENDEDORES ATENDIDOS

Clientes nuevos de crédito por año de entrada  
Nº de clientes exclusivos: 55%



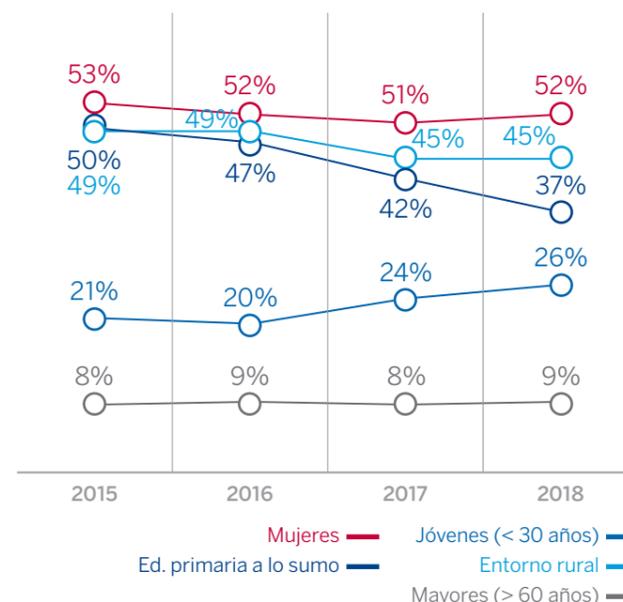
### 2 NIVEL DE RENTA DE LOS EMPRENDEDORES

Renta de cada segmento respecto a la Línea de Pobreza



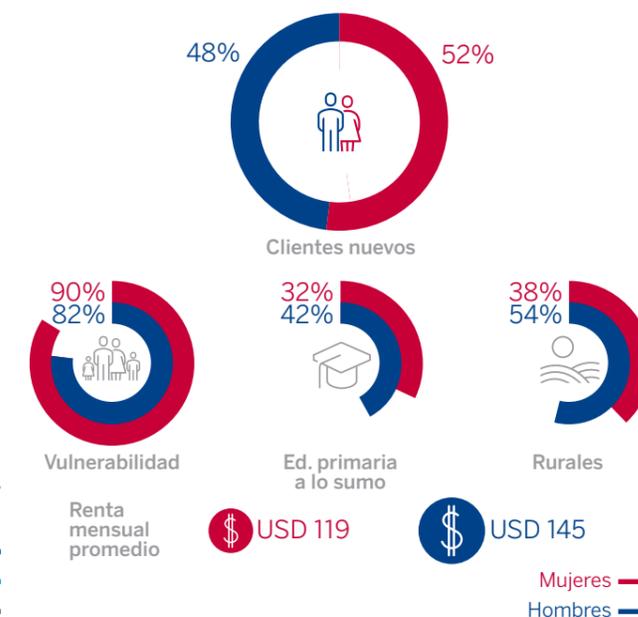
### 3 PERFIL DE CLIENTES NUEVOS

Clientes nuevos por año de entrada (%)



### 4 PERFIL POR GÉNERO

Clientes nuevos de crédito (%)



## 1. Nuestros clientes

### PERFIL DE SUS NEGOCIOS

En línea con la estrategia de la entidad, en 2018 Bancamía ha apostado por el entorno rural y un 32% de los clientes nuevos son agro (este sector representa ya un 29% del total de clientes que atiende la entidad). Las principales actividades que concentra –generalmente lideradas por hombres (63%)– son la cría de ganado (31%) o el cultivo (de café principalmente). En efecto, en zonas rurales, la actividad agropecuaria es la principal fuente de empleo y de ingresos de los hogares.

En este sector las necesidades de activos son comparativamente más elevadas. Incluso los clientes por debajo de la Línea de Pobreza presentan activos cercanos a los USD 6.000. La dificultad primordial del campo consiste en conseguir liquidez de su conjunto de activos (aunque éstos tengan alto valor). También presentan menores niveles de apalancamiento que en el resto de sectores: 14% (pasivo/activo) frente a otros sectores como, por ejemplo, el comercio (21% pasivo/activo). Ciertos estudios indican que las mejores condiciones de acceso a la financiación de las empresas se pueden traducir, entre otras cosas, en aumentos de su productividad (BID, 2014; Ibarra et al., 2009).

Del total de clientes, el comercio al por menor continúa siendo el principal sector (31% del total), destacando la venta de ropa y accesorios y los establecimientos no especializados. Este sector es más flexible y, por tanto, más atractivo para clientes de bajos ingresos en las urbes. En él las ventas son elevadas y la inversión en activos es menor, por lo que tiene pocas barreras de entrada. No obstante, presenta menores márgenes financieros (el porcentaje de las ventas que finalmente se conserva como excedente es menor que en otras actividades) y concentra una gran proporción de mujeres (64%).

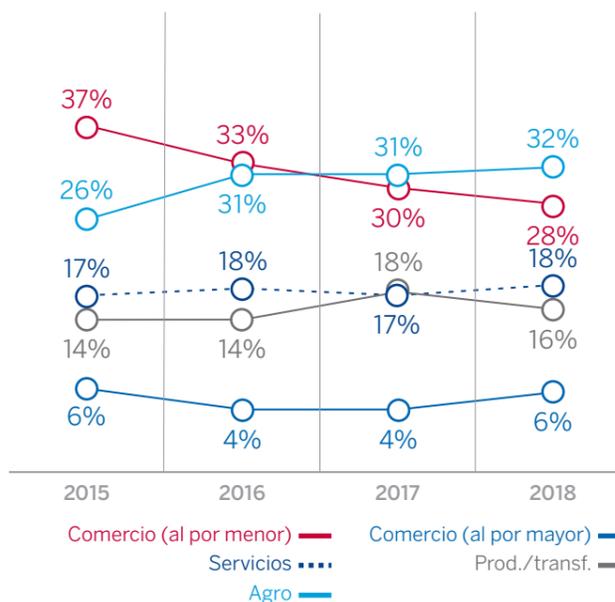
(6) Datos sobre las ventas mensuales medias y los activos medios de cada uno de los sectores, segmentados por clientes bajo la Línea de Pobreza (LP; extremadamente pobres y pobres) y clientes sobre la LP (vulnerables y otros).

(7) Porcentajes de los costes sobre ventas (s/ventas) medias de cada uno de los sectores. El excedente es posterior al pago de la cuota financiera.

(8) Datos sobre el activo, pasivo y patrimonio medio y ratios de éstos, para cada uno de los sectores. Los ratios (patrimonio/activo, pasivo/activo) se calculan como el promedio de la ratio de cada cliente. El pasivo no incluye el crédito concedido por la entidad.

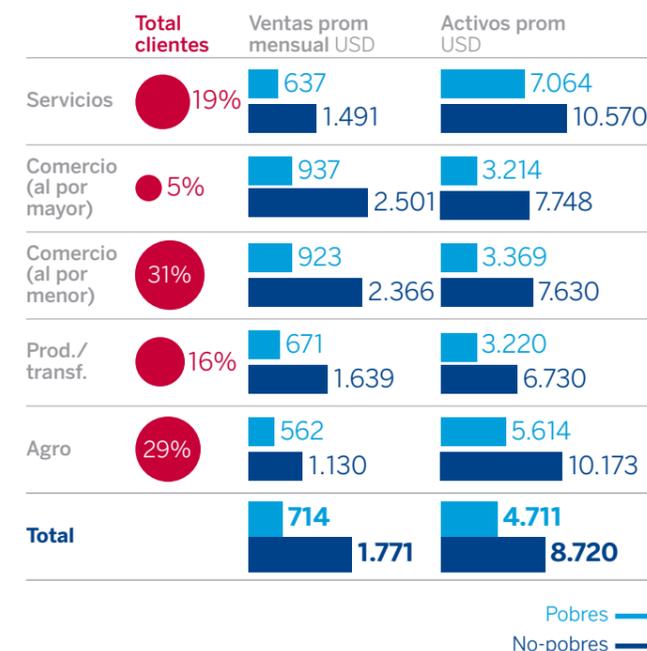
### 5 SECTOR DE ACTIVIDAD

Clientes nuevos por año de entrada (%)



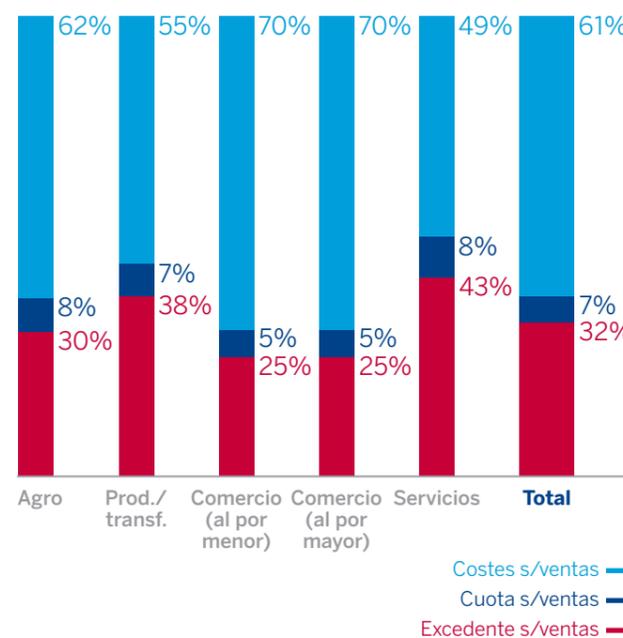
### 6 RELACIÓN ENTRE VENTAS Y ACTIVOS

Total clientes de crédito, segmentados por pobres y no-pobres



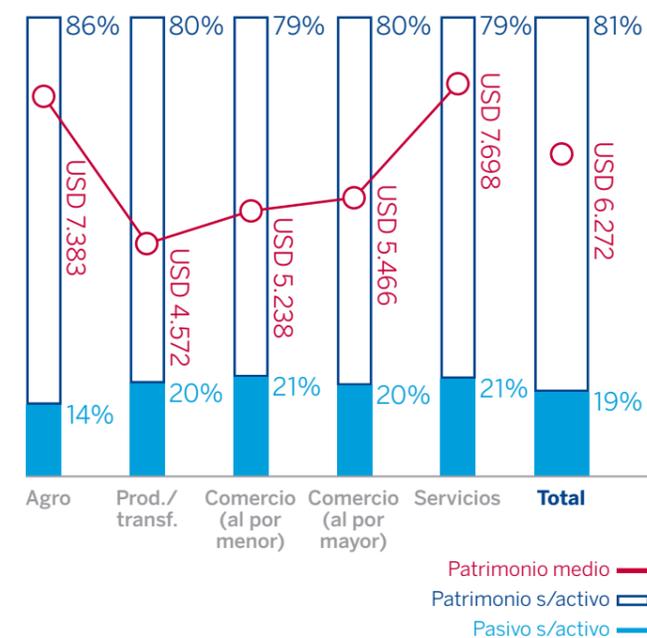
### 7 PYG – MÁRGENES SOBRE VENTAS

Total clientes de crédito



### 8 ESTRUCTURA DEL BALANCE – APALANCAMIENTO

Total clientes de crédito



## 2. Desarrollo de nuestros clientes

### CRECIMIENTO DE SUS NEGOCIOS

Se continúan observando unas tasas de crecimiento positivas en ventas, excedentes y activos de los negocios, y por encima de la inflación del país. No obstante, y a pesar de las buenas expectativas económicas, el efecto en las tasas de crecimiento de los emprendedores lleva cierto retraso, siendo ligeramente inferiores a las de años anteriores. Además, la mayor diversificación sectorial también tiene un impacto en las tasas de crecimiento agregadas. El sector agro, que cuenta con una alta inversión en activos y pequeñas ventas, refleja altas tasas de crecimiento en ventas y bajas en activos. El comercio a su vez, con actividades de bajo margen pero que buscan liquidez a corto plazo, revela unas tasas de crecimiento elevadas en todas las variables del negocio (dada su baja inversión en activos es más fácil hacerlos crecer que otros sectores).

En general, se observa que los negocios liderados por mujeres son menores que los de los hombres, tanto en tamaño de activos como de ventas, especialmente en los activos, ya que los activos promedio de las mujeres son un 20% inferiores a los de los hombres. Estas brechas económicas no han variado en los últimos años, pues requieren políticas de medio plazo a nivel nacional.

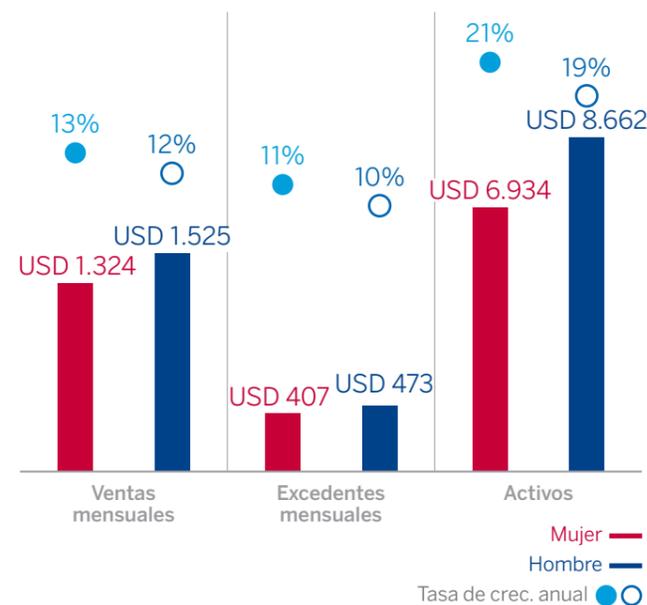
*Los negocios de los clientes crecen a un ritmo superior al 10% en todas las magnitudes financieras.*

Finalmente cabe destacar el sector de servicios (restaurantes, peluquería, etc.), una actividad creciente para los emprendedores de Bancamía. Si bien las tasas de crecimiento son bajas, en excedentes cuentan con altos márgenes (43% excedente/ventas después del pago de la cuota). Son negocios que cobran importancia en comunidades vulnerables dado que no dependen de una extensa cadena de valor. Si estos emprendimientos se crean como resultado de una oportunidad (es decir, responden a una verdadera demanda del mercado) representan una propuesta de valor (por ej. una buena empanada) que se puede traducir en mayor sostenibilidad.

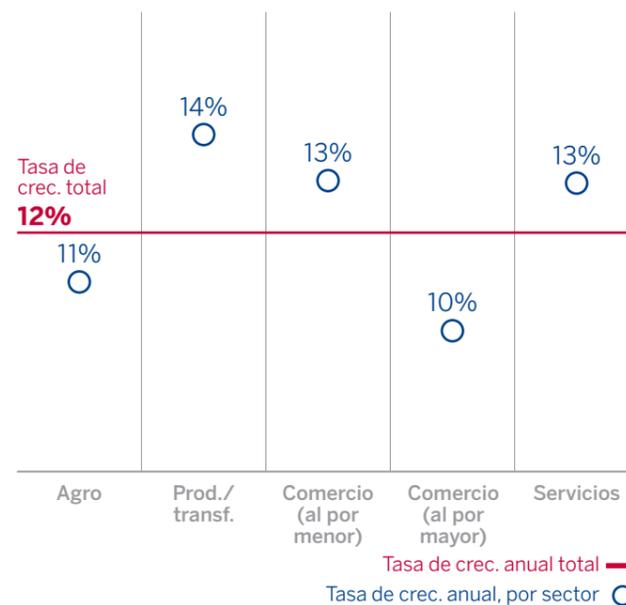
(9) Datos sobre clientes vigentes en algún momento del año y que cuentan con alguna actualización en los últimos 12 meses de relación con la entidad (en adelante clientes renovados). Para el cálculo se ha utilizado la tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) de las cohortes (año de entrada) de 2013–2018, presentando para cada género el promedio ponderado de dichas tasas.

(10) (11) (12) Datos sobre clientes renovados. Para el cálculo se ha utilizado la tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) de las cohortes de 2013–2018 (año de entrada), presentando para cada sector el promedio ponderado de dichas tasas.

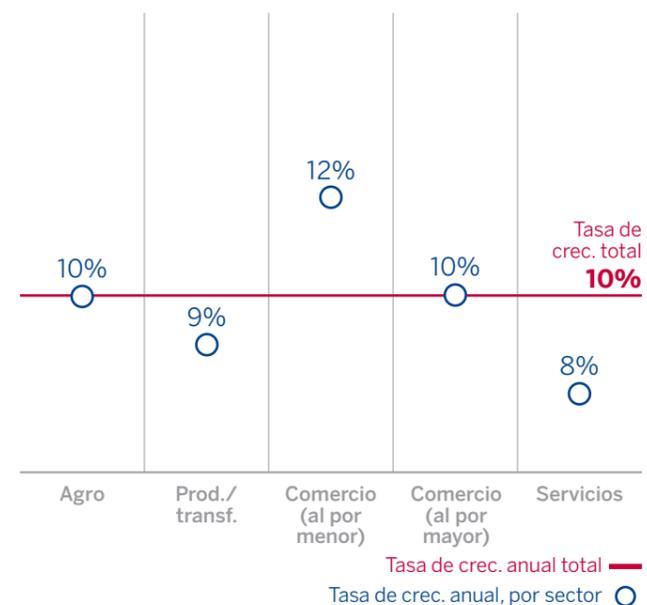
**9 CRECIMIENTO DE MAGNITUDES FINANCIERAS, POR GÉNERO**  
Tasas de crecimiento anuales compuestas



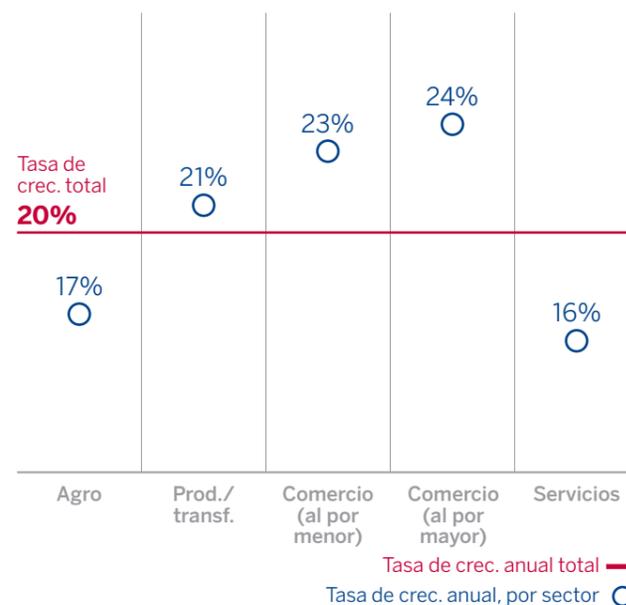
**10 CRECIMIENTO DE VENTAS**  
Tasas de crecimiento anuales compuestas



**11 CRECIMIENTO DE EXCEDENTES**  
Tasas de crecimiento anuales compuestas



**12 CRECIMIENTO DE ACTIVOS**  
Tasas de crecimiento anuales compuestas



## 2. Desarrollo de nuestros clientes

### SALIDA DE LA POBREZA

Se continúa observando una reducción neta positiva de la bolsa de pobreza de los clientes de Bancamía. No obstante, al ralentizarse las tasas de crecimiento de los negocios de los clientes, esta salida de la pobreza es más lenta en el tiempo, en parte debido a que se está profundizando en sectores de la población con menos recursos. Los clientes clasificados como extremadamente pobres necesitan, en promedio, dos créditos para superar la Línea de Pobreza. Los empresarios que en origen eran pobres sólo necesitan uno. Esto pone de manifiesto la relevancia de crear relaciones a largo plazo con los clientes para asegurar su crecimiento.

Al analizar el desempeño vemos cómo los emprendedores inicialmente pobres que viven en entornos rurales tienen unas elevadas tasas de salida de la pobreza. Es posible que los bajos costes de vida y poca competencia ayuden a este crecimiento. Dentro del entorno rural, cabe destacar los clientes no-pobres agro. Estos también presentan mayores tasas de caída en la pobreza. Esto indica que en el sector rural en Bancamía, los clientes presentan mayor volatilidad. Los clientes dedicados al comercio al por menor en el área urbana son el segmento con mejor desempeño o mayor reducción de la pobreza neta, especialmente si presentan altos niveles de activos iniciales.

Para emprendedores no-pobres que caen en la pobreza, se observa que el tipo de actividad que desarrollan es determinante. Aquellos que son agropecuarios tienen mayor propensión a caer en la pobreza que los que se dedican al comercio en entornos urbanos. El sector agro requiere una mayor inversión de activos, y por tanto presenta mayores riesgos. Así, se observa que es necesario ampliar el análisis –más allá de la provisión de financiamiento– y estudiar aspectos como el capital humano, las cadenas de valor y la resiliencia al cambio climático que potencien los beneficios del acceso al crédito para impulsar el crecimiento de los negocios. Bancamía es pionera en esta línea de trabajo, pues reconoce que, en promedio, existe un desempeño positivo en el entorno rural para todos los clientes y todos los segmentos (ver graf. 15).

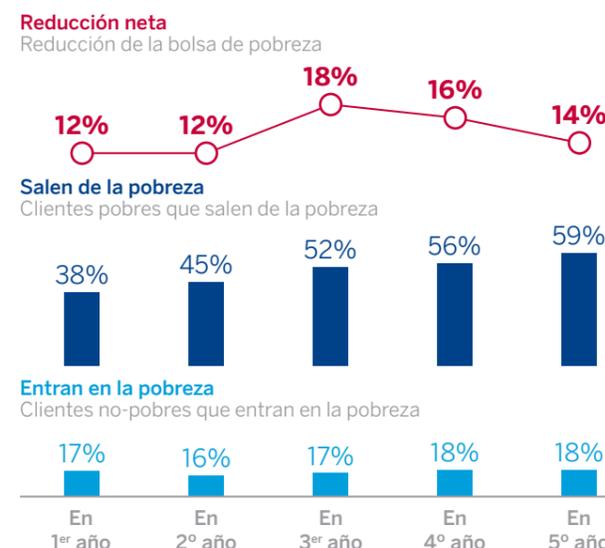
“Las microfinanzas rurales no son per se una solución contra la pobreza. No obstante, se consolidan como un instrumento a partir del cual se hacen viables y sostenibles las iniciativas productivas del campo colombiano. Por tanto, si se basan en una metodología de acompañamiento a iniciativas productivas, sirven como instrumento complementario a las políticas para el desarrollo rural y como alternativa virtuosa de financiamiento. De allí la importancia de su promoción y monitoreo” (Ramirez Virviescas, Universidad Nacional de Colombia, 2018).

- (13) Se muestran los clientes renovados. Se excluye de la salida de la pobreza a aquellos clientes dados de baja por impago (castigados).
- Salida de la pobreza: Clientes en la pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como extremadamente pobres o pobres) que han generado rentas por encima de la Línea de Pobreza.
- Entrada en la pobreza: Clientes en no-pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como vulnerables u otros), que han generado rentas por debajo de la Línea de Pobreza.
- Reducción neta: Salida de la pobreza – Entrada en la pobreza.

(14) Para la muestra de clientes atendidos durante 2018 –clasificados según su situación inicial en el primer crédito– se muestra el excedente per cápita en cada ciclo de crédito relativizado respecto a la Línea de Pobreza oficial del país (según el año de desembolso). La renta relativa toma valor 1 cuando es igual a la Línea de Pobreza.

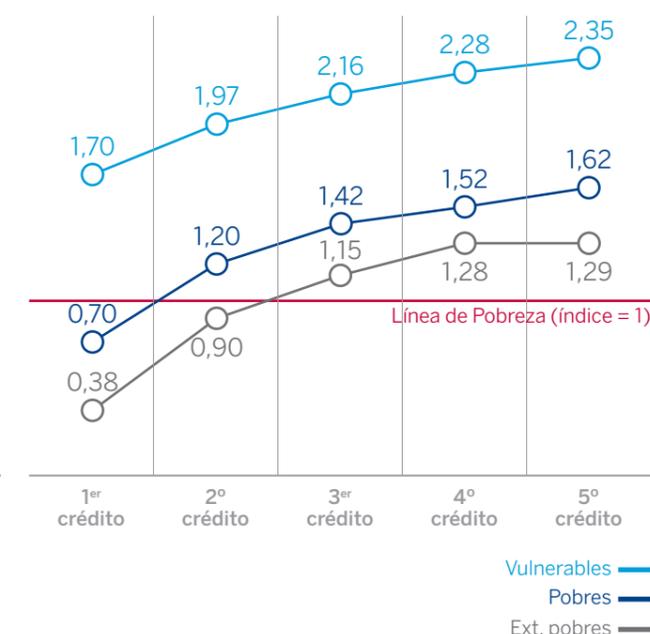
- (15) Se muestran los clientes renovados. Se excluye de la salida de la pobreza a aquellos clientes dados de baja por impago (castigados).
- Salida de la pobreza para cada segmento: Clientes de cada segmento en la pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como extremadamente pobres o pobres) que han generado rentas por encima de la Línea de Pobreza.
- (16) Se muestran los clientes renovados.
- Entrada en la pobreza para cada segmento: Proporción de clientes de cada segmento en no-pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como vulnerables u otros), que han generado rentas por debajo de la Línea de Pobreza.

### 13 VARIACIÓN DEL SEGMENTO DE POBREZA



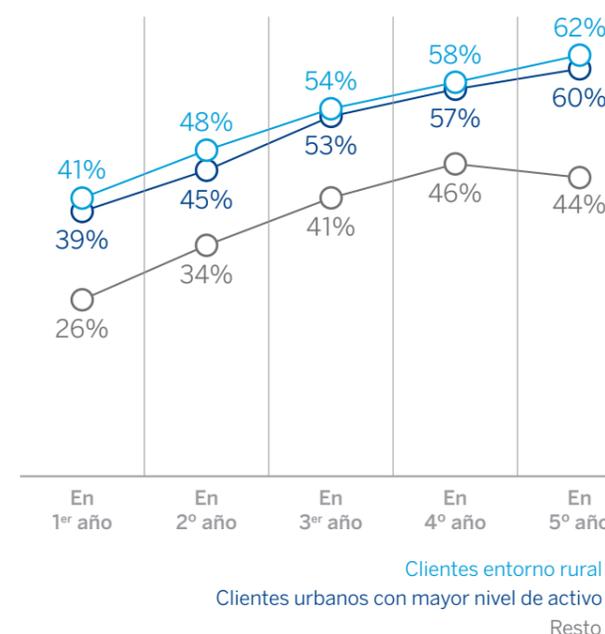
### 14 CRECIMIENTO DE LA RENTA

Renta de cada segmento respecto a la Línea de Pobreza



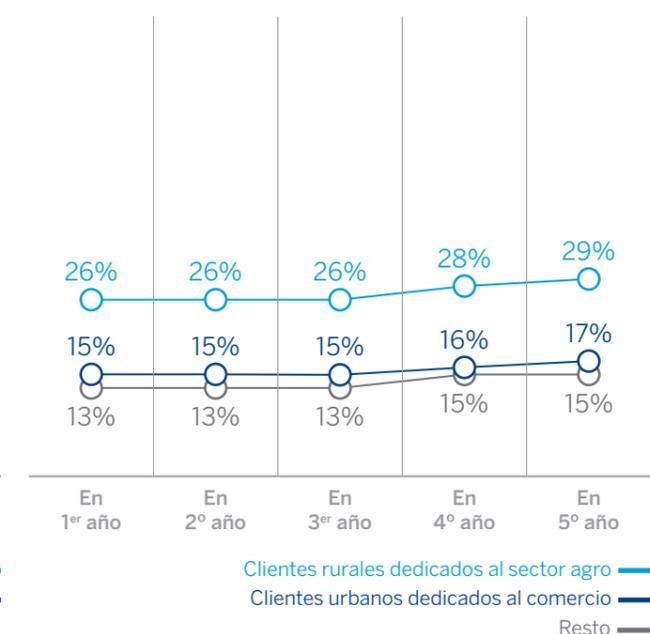
### 15 SALIDA DE LA POBREZA POR SEGMENTOS

Clientes pobres que salen de la pobreza (%)



### 16 ENTRADA EN LA POBREZA POR SEGMENTOS

Clientes no-pobres que entran en la pobreza (%)



## 2. Desarrollo de nuestros clientes

### LA VULNERABILIDAD Y LA ACUMULACIÓN DE ACTIVOS

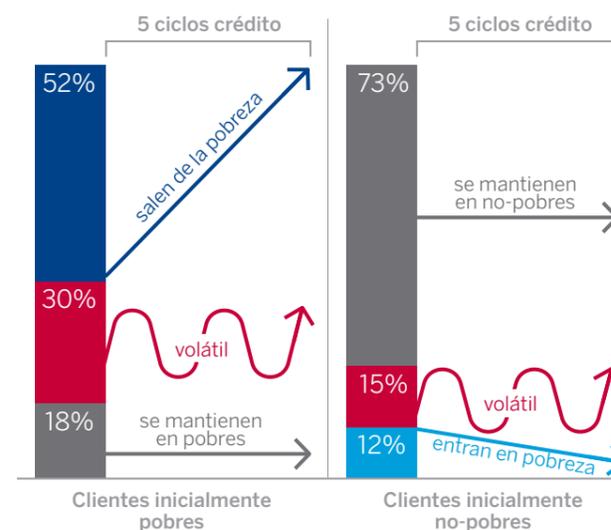
Observando el comportamiento de los clientes a largo plazo (tras 5 créditos) se puede comprobar cómo la mayoría de ellos superan la pobreza (52%), si bien existe un porcentaje de los mismos que recae (30% sobre total) en algún momento. Los clientes no-pobres también pueden sufrir imprevistos o shocks financieros que provoquen una caída de sus excedentes por debajo de la Línea de Pobreza, aunque en menor medida (27%). Se percibe cómo para un 15% de los clientes esta caída es temporal.

Como ya indicaban las tasas de salida y entrada en pobreza, el entorno rural en Bancamía se caracteriza por una mayor volatilidad de ingresos, independientemente de si el cliente al llegar a la entidad estaba en situación de pobreza o no.

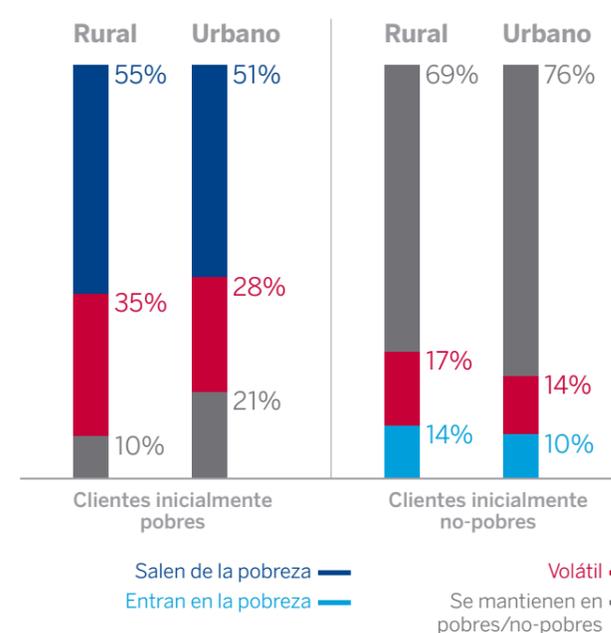
Ante shocks o imprevistos, la acumulación de activos puede ser un factor diferencial, ya que éstos acaban siendo un colchón de ahorro que se puede transformar en efectivo en caso de necesidad. Se observa que aquellos clientes de Bancamía que consiguen superar la pobreza y mantenerse son quienes logran acumular más activos (los pobres que superan la Línea de Pobreza acumulan activos en un 63% de los casos, frente al 39% de los clientes pobres que no lo superan).

Cabe destacar cómo incluso aquellos que no superan la pobreza, o que caen en la misma, presentan tasas de acumulación de activo relevantes (39% los inicialmente pobres y 48% los que caen en la pobreza). Esto pone de manifiesto que los activos son un factor importante pero no el único, existen otros retos como la liquidez y productividad de los mismos.

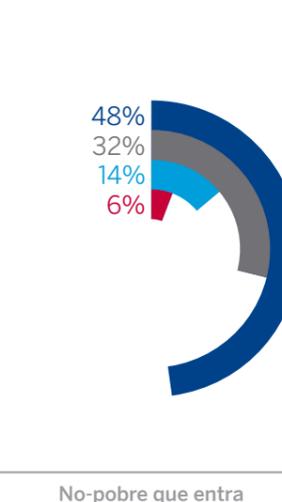
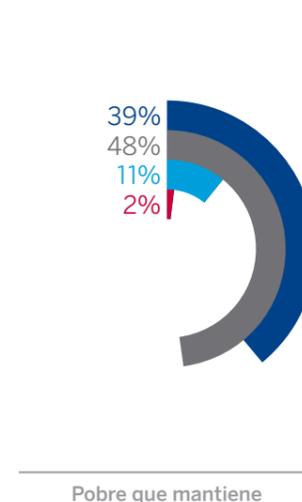
**17 VOLATILIDAD DE LA RENTA**  
Clientes con 5 créditos, clasificados según las veces que caen/superan la LP



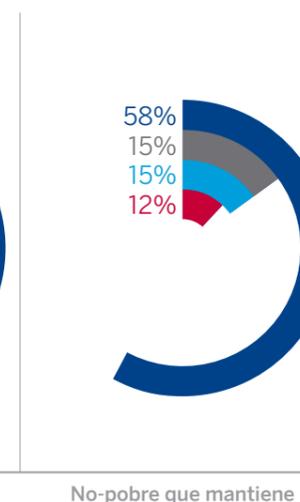
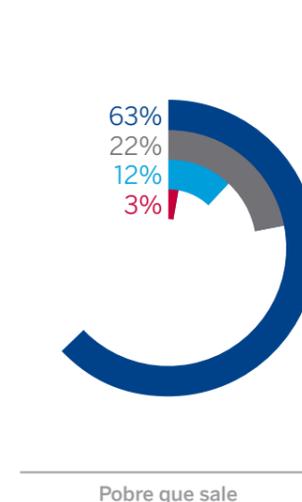
**18 VOLATILIDAD DE LA RENTA - RURAL/URBANO**  
Clientes con 5 créditos, clasificados según las veces que caen/superan la LP



**19 ACUMULACIÓN DE ACTIVOS, POBRE FINAL**  
Clientes con 5 créditos, clasificados según la evolución de activos



**20 ACUMULACIÓN DE ACTIVOS, NO-POBRE FINAL**  
Clientes con 5 créditos, clasificados según la evolución de activos



**(17) (18)** Muestra de clientes atendidos desde 2011 hasta 31.12.2018 que han tenido un mínimo de cinco desembolsos. Se analiza el número de veces que un cliente cruza la Línea de Pobreza (LP). Volátil es el cliente cuyos ingresos suben y bajan más de una vez sobre la LP.

- Sale de la pobreza: Cliente pobre al inicio cuyos ingresos crecen por encima de la LP (y no se observa que vuelvan a disminuir).
- Entra en la pobreza: Cliente no-pobre al inicio cuyos ingresos caen por debajo de la LP (y no se observa que vuelvan a aumentar).
- Se mantienen pobres (o no-pobres): Clientes que se mantienen en su situación de pobreza (o no-pobreza) a lo largo de los cinco desembolsos.

**(19) (20)** Muestra de clientes atendidos desde 2011 hasta 31.12.2018 que han tenido un mínimo de cinco desembolsos. Se excluye el sector agro. Se analiza el desempeño en función de la situación inicial versus final en dos ámbitos: Se analiza la evolución de la renta en función de si los clientes mantienen o no su situación de pobreza. Se analiza la evolución de activos en función de si cambian su nivel de activo, distinguiendo las siguientes categorías:

- Muy bajo (entre 0 y 20 veces la Línea de Pobreza).
- Bajo (entre 20 y 60 veces la Línea de Pobreza).
- Medio (entre 60 y 100 veces la Línea de Pobreza).
- Alto (más de 100 veces la Línea de Pobreza).

## 2. Desarrollo de nuestros clientes

### IMPACTO INDIRECTO

Los impactos en los negocios tienen, a posteriori, un reflejo en la mejora de la calidad de vida de las familias de los emprendedores. Estas mejoras suelen requerir varios años para materializarse.

Un impacto indirecto claro, y que tiene un efecto multiplicador en la comunidad, es la generación de empleo. Como promedio, un 81% de los clientes tienen negocios de autoempleo, y un 19% de ellos emplea al menos a un trabajador adicional.

A mayor nivel de ingresos, mayor generación de empleo. Los negocios más pequeños difícilmente pueden emplear a otros trabajadores pero, en casi un 30% de los casos, los de los clientes clasificados como otros generan empleo. Esto constituye por lo tanto un vehículo para la mejora de las comunidades donde los emprendedores desarrollan su actividad.

El reto de las microfinanzas consiste no sólo en impulsar el negocio, sino en llegar a mejorar la calidad de vida de las familias que atiende. Así, observamos que el 5,5% de los clientes servidos que han permanecido en la entidad durante un año ha implementado mejoras en su vivienda, frente a un 6,5% de aquellos que llevan dos años. Éstas pueden ser la ampliación del número de dormitorios o mejoras en el material de construcción.

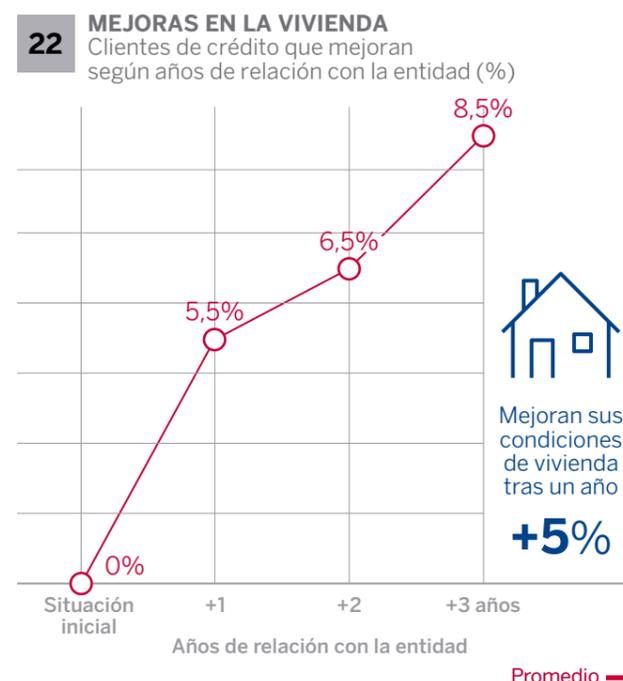
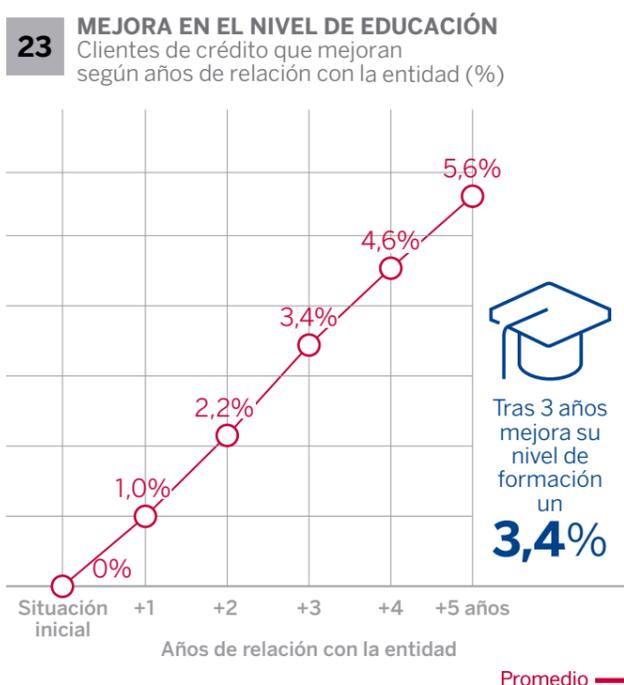
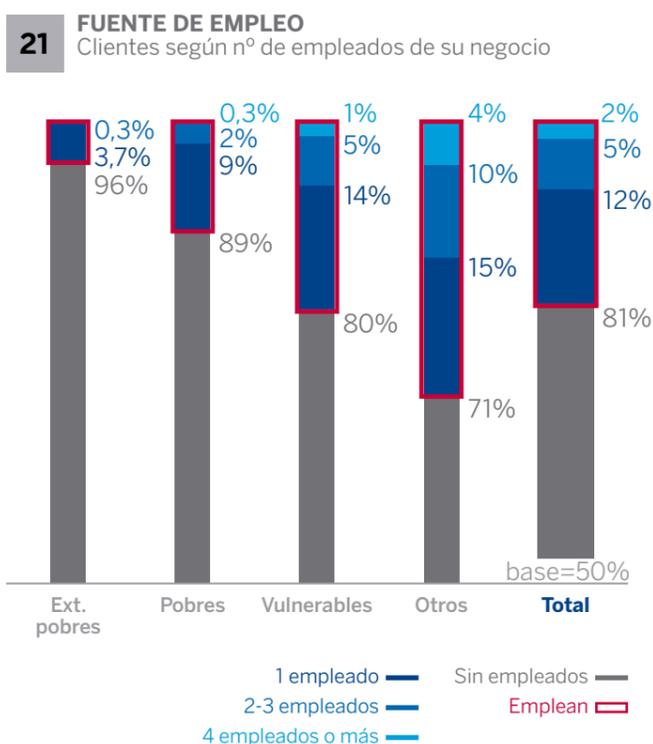
Los clientes también presentan progresos en su educación: tras cuatro años, un 5% de los clientes mejora su nivel de formación.

Para el bienestar de las familias se hace imprescindible mantener relaciones a largo plazo que permitan consolidar la riqueza y acceder a una mayor calidad de vida.

**(21)** Considera el número de empleados del negocio de los clientes vigentes a 31.12.2018.

**(22)** Proporción de clientes atendidos, desde octubre de 2016, en los que se ha observado más de una mejora en la vivienda (régimen de vivienda, mejoras sanitarias, nº de dormitorios, material de construcción y combustible) desde su primer crédito hasta el último.

**(23)** Proporción de clientes vigentes a 31.12.2018, que ha incrementado su nivel de formación. Se muestra el promedio de las cohortes (año de entrada) de 2013–2018.



*Los emprendedores se esfuerzan por crecer en sus negocios para conseguir mejoras en sus hogares y en su comunidad.*

**La pobreza multidimensional fue del 17%, siendo el trabajo informal y el bajo logro educativo las carencias más frecuentes\*.**

En las zonas rurales la pobreza multidimensional afecta al 36,6% de la población.

\* DANE, 2017.

### 3. Relación con los clientes

#### RELACIÓN CON NUESTROS CLIENTES DE CRÉDITO

En Colombia, entre los motivos que determinan la no-bancarización, el 67% de los adultos adujeron que la principal razón era la insuficiencia de fondos y el 21% arguyeron como razón la lejanía de las instituciones financieras.

Tener una oficina cerca y operativa es un primer pilar en esta estrategia. En 2018 se han abierto 125 corresponsales bancarios, y más de 628.067 transacciones se han hecho por canal digital. Además, más de 1.395 asesores trabajan de forma personal con los clientes con un firme compromiso y apuesta por su desarrollo. En efecto, son ellos quienes ayudan a definir las necesidades de formación de los clientes, habiéndose formado en 2018 a 315 mil personas con 5 programas diferentes. Una educación financiera que permita el adecuado manejo de las microfinanzas personales resulta clave en el acompañamiento del cliente.

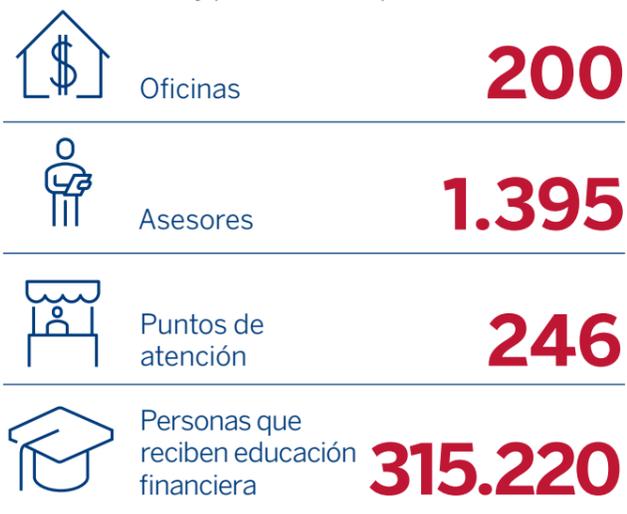
El 17% de la población colombiana cuenta al menos con un crédito de un banco, el 8,6% de una cooperativa y el 0,2% de una ONG (II Estudio de Demanda BDO 2017). Por su parte, las principales fuentes de crédito informal son: el gota a gota (préstamos informales) (4%), la familia y amigos (3,8%), el fiador (2%) y la casa de empeño (0,8%). De hecho, los hombres cuentan con más acceso al crédito formal (30,2%) que las mujeres (21,4%). Es más, hay una mayor proporción de mujeres (63,5%) que de hombres (58,1%) sin acceso a crédito alguno.

Apoyar a las familias de bajos ingresos (especialmente a las mujeres) a entrar en el sistema financiero formal y construir relaciones a largo plazo es clave. Además, un mayor conocimiento del cliente permite que éste

acceda a préstamos mayores y pueda invertir en activos más relevantes para su empresa. Un 50% de los clientes de Bancamía solicitan un segundo crédito, y casi la mitad de ellos (48%) permanecen en la entidad con algún tipo de préstamo durante dos años.

El monto de crédito para clientes nuevos es de USD 915, lo que representa dos veces el gasto anual de la canasta básica de alimentos (Línea de Pobreza extrema urbana) en Colombia. El importe desembolsado va creciendo a medida que la microempresa crece y el historial de pagos también lo permite. Además, más de un 34% contrata un seguro voluntario, especialmente en el sector agropecuario.

Bancamía trabaja consciente de la importancia que para Colombia tiene la inclusión financiera, abarcando no sólo una amplia oferta de productos, sino un servicio cercano y personalizado para el cliente.



(24) Considera los clientes vigentes a 31.12.2018.

(25) Considera los clientes nuevos. Desembolso medio calculado como el promedio del primer desembolso para los clientes nuevos en cada año. Peso de la cuota calculado como promedio de ratio (cuota sobre ventas) de cada cliente.

(26) Considera los clientes de cada cohorte (año de entrada entre 2013 y 2018) en cada fecha de observación. El valor inicial es el promedio de los valores iniciales (primer desembolso según año de entrada). A este valor inicial se le aplica el crecimiento promedio a 1 año, 2 años etc. observado en los desembolsos a los grupos de clientes de las cohortes 2013-2018.

(27) Retención: Porcentaje de clientes de cada cohorte (año de entrada) que siguen vigentes a cierre de cada año y hasta 31.12.2018. Se muestran promedios de las cohortes de 2013-2018.

Recurrencia: Clientes atendidos desde 2011. Porcentaje de clientes que, después de un primer crédito, accede a otro. La distancia entre ciclos es la distancia (en días) entre desembolsos de un crédito respecto al siguiente (no es necesario que el primero esté cancelado).

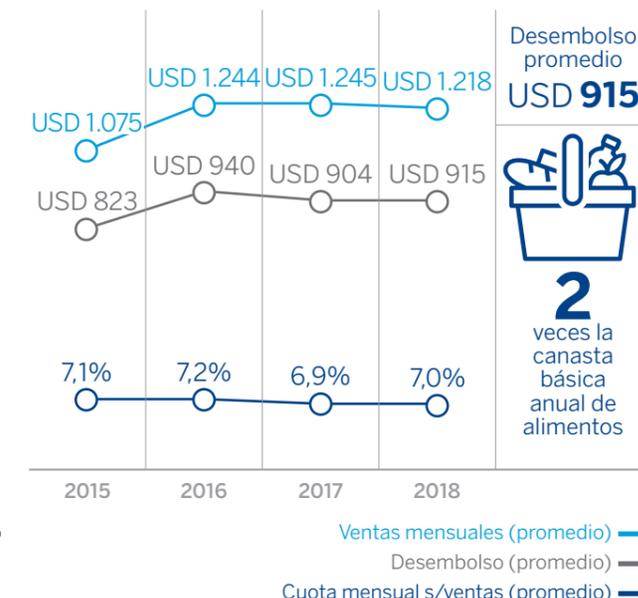
#### 24 CLIENTES POR TIPO DE PRODUCTO

Total de clientes vigentes



#### 25 VENTAS, DESEMBOLSO Y PESO DE LA CUOTA

Clientes nuevos por año de entrada



#### 26 CRECIMIENTO DEL DESEMBOLSO MEDIO

Evolución según años de relación



#### 27 RETENCIÓN Y RECURRENCIA

De los clientes de crédito

	Situación inicial	+1	+2	+3	+4	+5 años
<b>Retención</b>	100%	78%	48%	32%	24%	19%

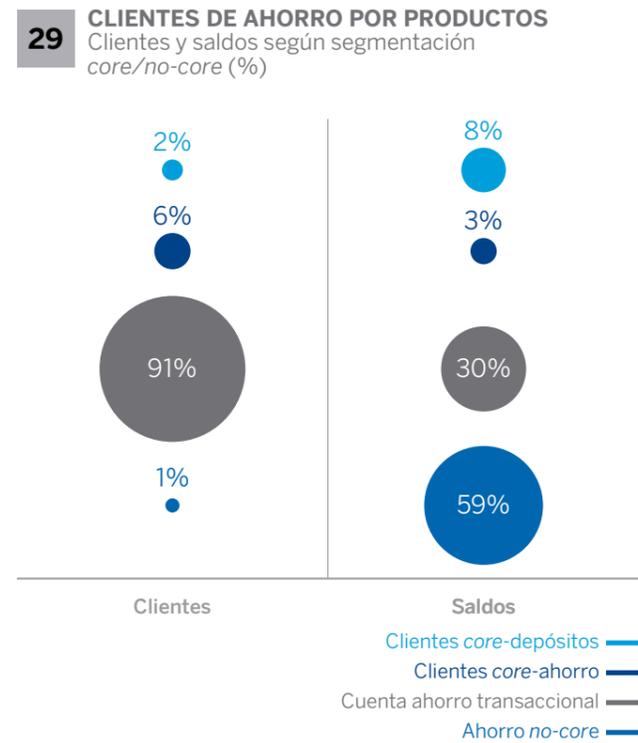
  

	1er crédito	2º crédito	3er crédito	4º crédito	5º crédito	6º crédito
<b>Recurrencia</b>	100%	50%	28%	17%	10%	7%
<b>Distancia (días)</b>	-	471	454	384	333	297

### 3. Relación con los clientes

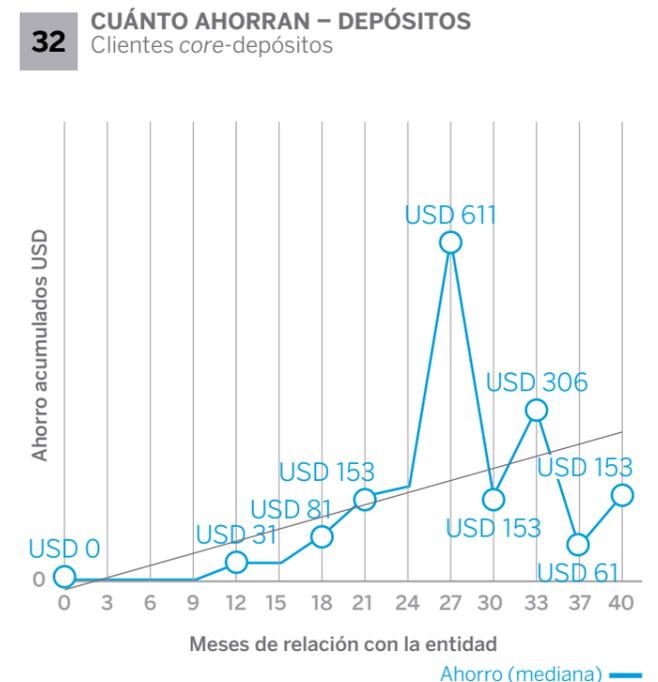
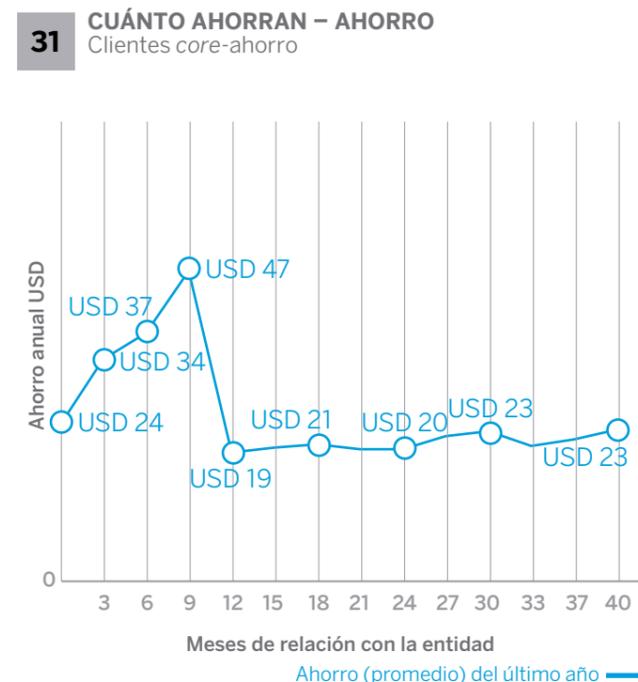
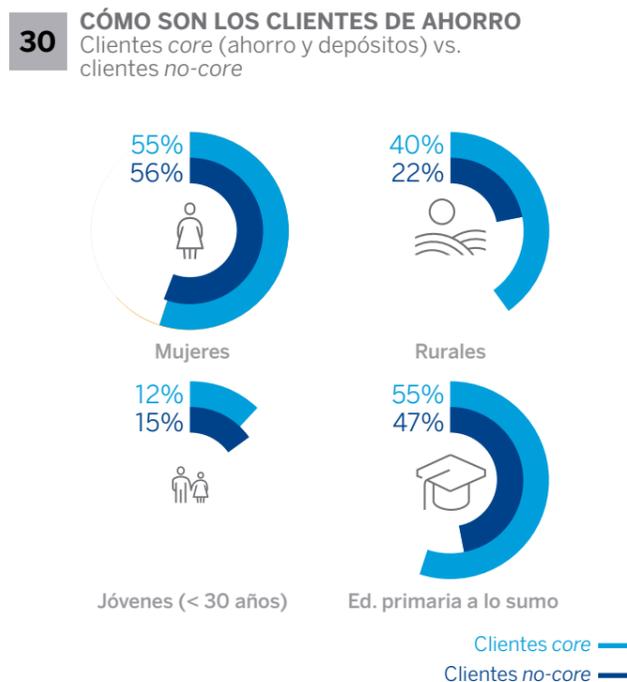
#### RELACIÓN CON NUESTROS CLIENTES DE AHORRO

La escasa generación de ingresos de las familias de América Latina limita gravemente su acceso a instrumentos económicos adecuados, lo que, sumado a la baja educación financiera, las conduce a adoptar el uso de herramientas informales. En promedio, sólo el 16% de los adultos en países latinoamericanos registran ahorros en instituciones bancarias, en contraste con el 50% que se da en las economías avanzadas (BID, 2016). En Colombia, el 39% de los adultos realizó algún tipo de ahorro en el último año, pero sólo el 9% lo hizo en una institución financiera. El 27% de los adultos de ingresos más bajos logró ahorrar en el último año (ver Entorno macroeconómico).



TIPO DE CLIENTE	OBJETIVO
<b>CORE</b> Clientes con productos dirigidos a atraer el ahorro de microempresarios o contratados por nuestros clientes de activo	¿Cómo son los microempresarios que atendemos con ahorro? ¿Cuánto ahorran?
<b>TRANSACCIONAL</b> Clientes con cuenta de ahorro donde se le deposita el crédito, intereses etc. Puede o no tener otros productos (de activo y pasivo)	¿utilizan realmente la cuenta transaccional?
<b>NO-CORE</b> Resto de clientes, fuente de financiación	

(28) Clientes con productos de ahorro (cuentas de ahorro y depósitos) en cada fecha de observación.  
 (29) Se observan clientes con algún producto de ahorro vigente a 31.12.2018 (excluyendo clientes institucionales y empleados).  
 • Clientes core-ahorro: Son aquellos que tienen un producto de ahorro programado.  
 • Clientes core-depósitos: Son aquellos que cuentan con productos no-vista (depósitos) y han tenido alguna vez un crédito en la entidad.  
 • Cuentas transaccionales: Son aquellos clientes con una cuenta de ahorro corriente.  
 • Ahorro no-core: Resto de clientes (ej. depósitos a plazo de clientes no-core, remesas, etc.).  
 (30) Considera los clientes clasificados como core (clientes core-ahorro y clientes core-depósitos) y se comparan con los clasificados como no-core. Todos los clientes están vigentes a 31.12.2018.  
 (31) Considera clientes con producto de ahorro programado y compara saldos en t-12 y t. Se presenta la promedio de ahorro por antigüedad de cliente.  
 (32) Considera clientes con certificados financieros (depósitos) vigentes a 31.12.2018 y que en algún momento hayan tenido crédito con la entidad. Mediana del ahorro en función de antigüedad. Se presenta la mediana del ahorro acumulado.



### 3. Relación con los clientes

Promover hábitos de ahorro entre poblaciones de bajos recursos resulta fundamental para asumir mejor los riesgos y dar un mejor uso a la gestión patrimonial. En Bancamía, casi un millón de clientes tienen un producto de ahorro, habiendo crecido un 12% en 2018.

El uso de estos productos es otro reto al que se enfrenta el banco. Por tanto, aboga por profundizar en el conocimiento de los clientes para diferenciar a los “ahorradores” de los que “transaccionan”, adaptando así la oferta a sus respectivas necesidades.

El producto más utilizado es la cuenta de ahorro o transaccional. El 91% de los clientes contrata este producto que supone el 30% de los saldos, es decir, una cuenta de ahorro vista que utilizan para gestionar sus finanzas. Muchos clientes disponen de cuenta de ahorro formal, lo que supone un gran avance para el sistema financiero colombiano, si bien el nivel de uso continuado (3 movimientos o más en los últimos 3 meses), no es muy elevado. Del 91% de clientes con cuenta de ahorro, un 6% de los clientes utiliza la cuenta transaccional de forma activa.

Al profundizar en productos adaptados a clientes *core*, vemos que representan el 8% de los clientes de pasivo (excluyendo institucionales y empleados), así como el 11% de los saldos. Se trata de clientes que tradicionalmente no poseían ahorros como, por ejemplo, personas con bajos niveles de educación (un 55% de los clientes tiene educación primaria a lo sumo) o del entorno rural (un 40%) para los cuales se diseñan productos específicos de ahorro.

En promedio los clientes *core* consiguen ahorrar el primer año –a través productos de ahorro programado– cerca de USD 35, si bien, tras esos primeros 12 meses, el saldo de estos productos se reduce. Aquellos clientes *core* que han accedido a depósitos a plazo presentan saldos crecientes y más importantes en función de su antigüedad.

El conjunto de clientes que presentan mayores saldos es el que tiene mayores niveles de transaccionalidad, es decir hay una relación positiva entre el nivel de ahorro y la transaccionalidad. En Bancamía estos clientes son fundamentalmente aquellos que únicamente cuentan con productos de ahorro (no han solicitado créditos en la entidad).

Bancamía espera poder seguir ampliando esta oferta clave para los emprendedores que atiende.

*“Hay un momento en que todos los obstáculos se derrumban, todos los conflictos se apartan, y a uno se le ocurren cosas que no había soñado.”*

**Gabriel García Márquez**  
Premio Nobel de literatura

# El clima cambia, nosotros nos adaptamos



**“Quise ser la primera en usar un biodigestor”**

**Sandra Mendoza**  
Clienta de Bancamía

Sandra vive en una zona rural, Tolima (Colombia), con escaso acceso a infraestructuras, pero no la cambiaría por la ciudad. En sus cuatro hectáreas cultiva café y cría cerdos como segunda fuente de ingresos. Además, es la primera presidenta del comité de cafeteros de su municipio.

Gracias a MEbA instaló un biodigestor que transforma el estiércol y la materia orgánica en biogás. Así Sandra consigue sustituir leña por compostaje, una solución más sostenible, económica y saludable.

*“Es ecológico, mucho más saludable que la leña y más respetuoso con el medio ambiente”.*

Es pionera en utilizar esta técnica en su comunidad y ahora trata de extenderla entre sus vecinos. Está convencida de que tanto ella como su comunidad lograrán mejorar y progresar.

**El crecimiento sostenible es un pilar básico del desarrollo, por eso Bancamía trabaja en la creación de nuevos productos que generen resultados positivos para el cliente y para su comunidad, en armonía con el uso de los recursos naturales.**

El programa **Microfinanzas para la Adaptación al Cambio Climático basada en Ecosistemas** (MEbA por sus siglas en inglés) tiene por objetivo proporcionar a poblaciones vulnerables rurales y peri-urbanas, productos y servicios microfinancieros que les permitan invertir en medidas para adaptarse al cambio climático, mejorando la resiliencia de su unidad productiva y diversificando sus ingresos.

En 2017, en combinación con la ONU Medio Ambiente y el Colegio ICAM (Instituto de Ciencias Agroindustriales y Medioambientales de Cundinamarca – Colombia) se puso en marcha una **finca demostrativa**, dónde se instalaron varias medidas de adaptación al cambio climático que forman parte del MEbA. La finca sirve como centro de formación a productores, clientes y asesores, y en ella aprenden cómo funcionan las distintas medidas y cómo implementarlas.

**Algunas de estas medidas son:**

- Abonos orgánicos
- Agricultura de conservación
- Lombricomposta
- Apicultura
- Biodigestores
- Deshidratadores solares
- Huertos familiares

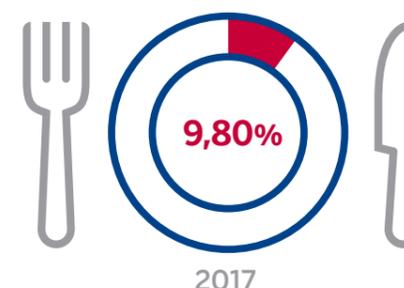
Este proyecto ha sido implantado en 4 zonas rurales piloto: Chaparral, Planeta Rica, Ubaté y Pamplona. Sus principales objetivos son: apoyar a los pequeños productores agropecuarios afectados por el cambio climático; sensibilizar a la población objetivo sobre los riesgos que el cambio climático puede tener sobre sus negocios y proporcionar asistencia técnica y acompañamiento a lo largo del ciclo de vida del crédito.

Esta línea de productos contribuye a alcanzar las metas de los ODS 1 (Reducción de la Pobreza), ODS 2 (Hambre cero) y ODS 13 (Desarrollo Sostenible) ya que contribuye a la erradicación del hambre a través de la creación de sistemas agroalimentarios sostenibles e inclusivos. Según la FAO, “además de los conflictos, la variabilidad y las condiciones extremas del clima se encuentran entre los factores clave del reciente aumento del hambre en el mundo y son algunas de las causas principales de crisis alimentarias graves”.



## INSEGURIDAD ALIMENTARIA EN AMÉRICA LATINA

Población (%)  
La agricultura sostenible es un pilar para asegurar la alimentación de la población.



**La inseguridad alimentaria grave (carencia absoluta de alimentos durante un día o más) aumentó en 2017 en América Latina.**

## MICROFINANZAS PARA LA ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO

**475** clientes atendidos



Cliente MEbA: desembolso promedio USD 831

### Principales beneficios del producto:

- Disminuye los problemas de acceso a alimentos
- Aumenta la resiliencia de los clientes ante los climas extremos
- Mitiga las consecuencias del cambio climático en sus negocios
- Cuida el planeta conservando los ecosistemas

## ASESOR

Evaluación de la situación cliente y propuesta de medidas óptimas para cliente.

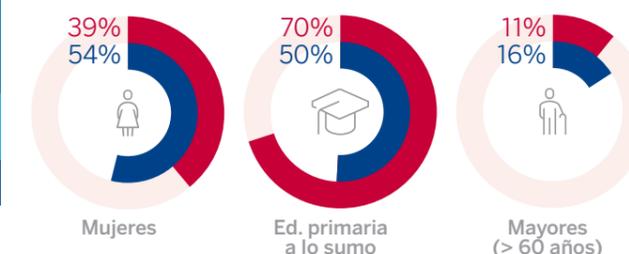


- Mejor adaptación al cambio climático
- Mayor resiliencia
- Diversificación de ingresos
- Mayor productividad

## PERFIL DE CLIENTES ATENDIDOS

**1.710** personas impactadas

Las familias atendidas son extensas (promedio 3,6 personas) por lo que el impacto es mayor.



Clientes MEbA  
Total clientes Bancamía

# Empropaz: emprendimientos productivos para la paz

**BancaMía**  
Facilitamos su progreso

Fundación  
**BBVA MicroFinanzas**

**USAID**  
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS  
UNIDOS DE AMÉRICA

En alianza con: **DE MIS MANOS**  
CORPORACIÓN MUNDIAL DE LA MUJER COLOMBIA

## UNA REALIDAD

En Colombia, cerca de 14 millones de personas viven en áreas rurales, con indicadores de pobreza y pobreza extrema de 36% y 15.4%, respectivamente, y un coeficiente de desigualdad GINI de 0.508, uno de los más altos del mundo.

Factores como vulnerabilidad económica, falta de acceso a la tierra, informalidad, inseguridad y la ausencia de oportunidades económicas productivas han afectado las condiciones de vida, aumentando los indicadores de pobreza rural y desencadenado el desplazamiento de un alto número de víctimas del conflicto y la migración de jóvenes hacia las ciudades.

## UN PROGRAMA CREADO PARA CONTRIBUIR

EMPROPAZ consiste en la implementación de un modelo de inclusión financiera rural, innovador y autosostenible que contribuye al desarrollo social, económico y ambiental de los microempresarios en 58 municipios, ubicados en 9 departamentos de la geografía nacional. Las zonas de intervención están alineadas con las áreas de prioridad definidas por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) en Colombia, como parte de su estrategia para apoyar a Colombia en sus esfuerzos por consolidar una paz sostenible y duradera en el país.

EMPROPAZ brinda tres servicios a los microempresarios: inclusión financiera, gestión para el emprendimiento con un fondo de crédito semilla y fortalecimiento empresarial.

Esta alianza nace de una convocatoria realizada por USAID/Colombia, que invitó a empresas del sector privado a generar proyectos, centrados en temas como seguridad, desarrollo rural y posconflicto.

## EMPROPAZ BUSCA:

- Facilitar el acceso a productos y servicios financieros a la población rural excluida.
- A través de la capacitación y el acompañamiento generar capacidades emprendedoras para el nacimiento eficiente de microempresas, minimizando riesgos inherentes a la puesta en marcha de nuevos negocios, aumentando así las probabilidades de éxito.
- Trabajar en la aceleración del crecimiento de los microempresarios para permitirles dar un salto cualitativo en sus negocios.s.

## IMPLEMENTADORES

Bancamía, en alianza con USAID/Colombia, y junto a la Corporación Mundial de la Mujer Colombia y la Corporación Mundial de la Mujer Medellín, en un compromiso compartido con la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA), accionista mayoritario del banco, son los responsables de trabajar por el desarrollo productivo de las poblaciones a intervenir.

## RECURSOS Y TIEMPO

Fondos aprobados: USD 7 millones, apalancando USD 20,3 millones para trabajar juntos durante 5 años en los territorios definidos.

## EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES

EMPROPAZ tendrá un capítulo importante dedicado a potenciar las habilidades, capacidades e iniciativas de las mujeres, especialmente las que habitan en zonas rurales, porque son ellas las que viven más la desigualdad, la pobreza y han afrontado el conflicto armado, pero estamos convencidos de que ellas garantizan la seguridad alimentaria de sus comunidades, contribuyen a la protección ambiental y fortalecen las economías.

## METAS

Microempresarios y emprendedores atendidos por el programa	<b>112.050</b>
Gestión para el emprendimiento con impacto en	<b>1.274</b> nuevas microempresas rurales
Financiamiento a través de un fondo semilla hasta para	<b>764</b> emprendedores que empiezan sus microempresas
Fortalecimiento empresarial para	<b>6.251</b> microempresarios rurales
Mujeres microempresarias atendidas	<b>56.000</b>
Microempresarios con financiación para adaptación al cambio climático	<b>300</b>

*El impacto probable del proyecto es una mayor inclusión financiera de los microempresarios rurales, más integral y apropiada para fortalecer y acelerar el desarrollo socioeconómico y, de esta manera, contribuir a la construcción de una paz más estable y duradera.*

**NOTA:** "Este informe es posible gracias al generoso apoyo del pueblo estadounidense a través de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Los contenidos son responsabilidad de Bancamía y no reflejan necesariamente los puntos de vista de USAID o del Gobierno de los Estados Unidos".

# 10 años progresando juntos

Desde que empezamos un conjunto de clientes depositaron su confianza en nosotros, destacando por su fidelidad y tesón. Estas cifras reflejan solo una parte de todo su esfuerzo emprendedor.

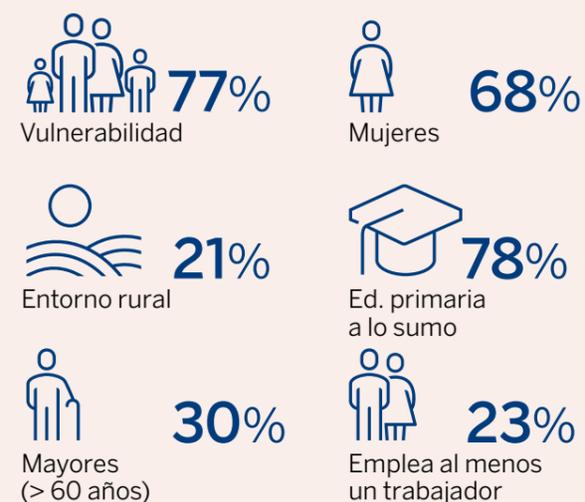
## El continuo compromiso con el cliente vulnerable

El 11% de los clientes vigentes ya llevan 10 años con nosotros. Se encuentran principalmente en las regiones de Cundinamarca (34%) y Antioquia (29%), en las áreas urbanas de Bogotá y Medellín, respectivamente.



La mayoría son mujeres de unos 55 años de media, con un bajo nivel de educación y que se dedican a pequeño comercio.

### Perfil de los clientes que llevan 10 años con nosotros



## Mejorando su salud financiera

### Cómo los atendemos



El promedio de sus montos es 1,4 veces mayor que la media de la entidad.



El promedio de sus ahorros es 2 veces mayor que el de otros clientes de crédito y ahorro.



El 83% tiene contratado al menos un producto de crédito, otro de ahorro y un seguro voluntario.

## Observando un crecimiento sostenido de sus negocios

En los primeros años los negocios de los emprendedores crecen a tasas mayores. Después el crecimiento se ralentiza. Esto sugiere una primera etapa de crecimiento y una segunda de consolidación y estabilización del negocio.

### ACTIVOS DEL NEGOCIO (USD)\*

Comparativa del total de clientes vs. los que llevan 10 años



# 10 AÑOS

### VENTAS MENSUALES DEL NEGOCIO (USD)\*

Comparativa del total de clientes vs. los que llevan 10 años



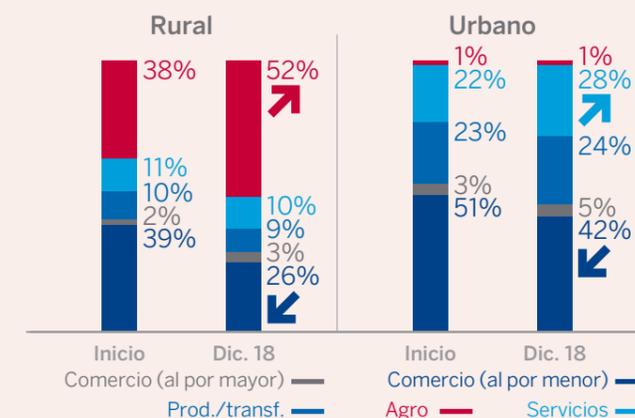
## Negocios más especializados

A lo largo de los 10 años, uno de cada tres clientes ha cambiado su sector de actividad (el 33% en zonas rurales y el 28% en urbanas). Los emprendedores empiezan con negocios más accesibles y flexibles, como el comercio al por menor. Pero a medida que crecen, invierten y apuestan por negocios más grandes y especializados.



ha cambiado su sector de actividad.

### CAMBIOS EN LOS SECTORES DE ACTIVIDAD\*\*



\* Datos sobre clientes que han tenido algún desembolso en el año analizado.

\*\* Todos los datos presentados son sobre clientes vigentes a 31.12.2018.

# Entorno macroeconómico

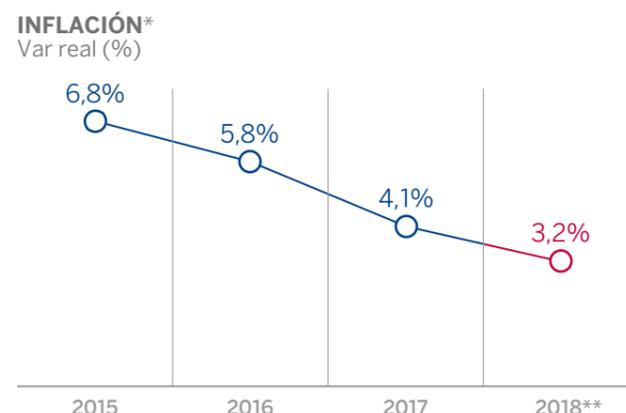
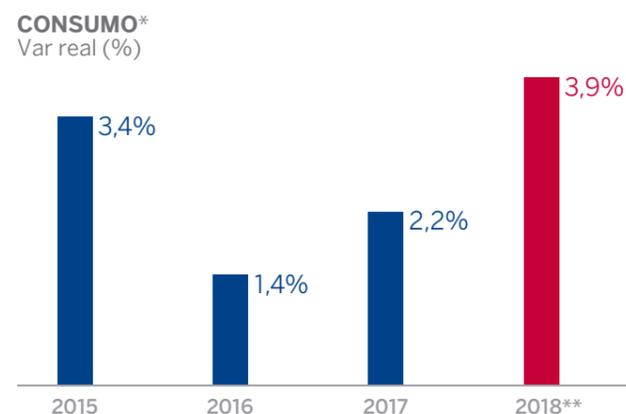
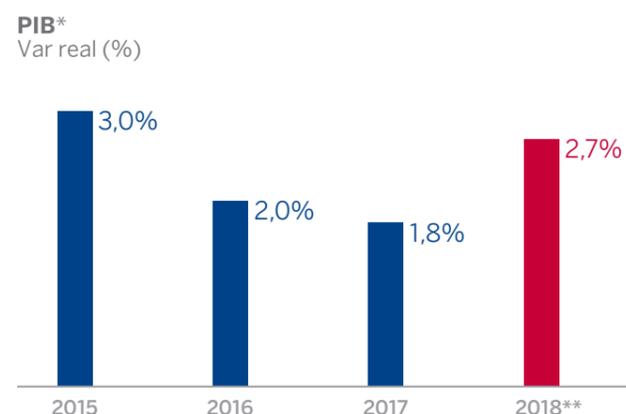
## ECONOMÍA<sup>1</sup>

La economía colombiana aumentó un 2,7% anual, recuperándose tras dos años de atonía (con crecimientos de 2% y 1,8% en 2016 y 2017 respectivamente). Los sectores con mayor dinamismo en función de su peso dentro del PIB fueron: comercio y transporte y comunicaciones, con crecimientos ambos del 3,1%, seguidos por la generación de electricidad y agua con un 2,7%. La administración pública y defensa, que incluye planes de seguridad social de afiliación obligatoria, educación, actividades de atención de la salud humana y servicios sociales, fue, con un crecimiento del 4,1%, uno de los sectores de mayor dinamismo.

El sector de la construcción mostró una importante recuperación en la segunda mitad del año tras siete trimestres de caída de la actividad. En el primer semestre, el descenso acumulado fue del 4,7%, debido a los retrasos por problemas jurídicos sufridos en importantes proyectos de infraestructura y al escaso dinamismo de la demanda de vivienda. No obstante, en el segundo semestre creció un 5,4%, cerrando el año con una ligera alza del 0,3%, impulsando la generación de empleo en la segunda mitad del año.

El consumo público y en los hogares fueron los motores del dinamismo económico al crecer un 3,9%. Sin embargo, la inversión mostró un menor desempeño al aumentar un 3,5%, fundamentalmente en el segundo semestre del año. Por su parte, y tras dos años de caídas, las exportaciones se recuperaron incrementando un 1,2%.

La inflación continuó su senda moderada, pasando del 4,1% en 2017 al 3,2% en 2018, convergiendo con la meta de inflación a largo plazo del 3%, y manteniéndose dentro de las bandas establecidas para dicha meta. Las partidas con mayor dinamismo en los precios fueron educación, salud, transporte y vivienda, que sufrieron alzas superiores al 4% y aportando el 69% de la variación total de precios de 2018. El precio de los alimentos ayudaron a moderar la inflación del año al crecer sólo un 2,2%, ya que representa el 28% de la canasta de gasto de la familia colombiana.



\* Banco de la República, Colombia.  
\*\* Estimado FMBBVA.

La convergencia de la inflación con el rango meta permitió una postura ligeramente expansiva por parte de la autoridad monetaria durante 2018, quien redujo en dos ocasiones su tasa de intervención en 25 puntos básicos, situándola en un 4,25% desde el mes de abril. Esto se tradujo en una reducción de los tipos de interés y en una mejora de la capacidad adquisitiva de los hogares.

## EMPLEO, POBREZA Y BIENESTAR<sup>2</sup>

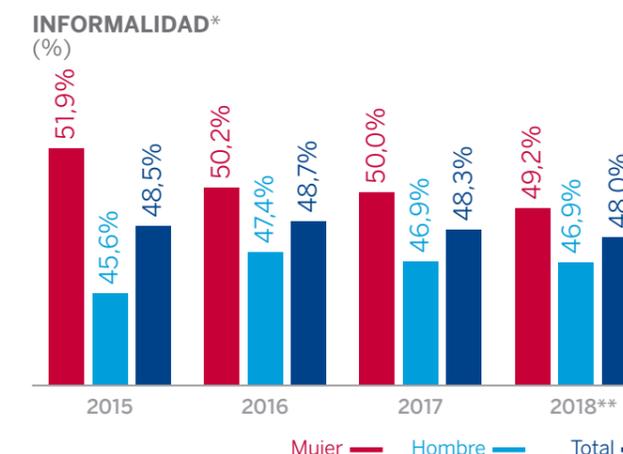
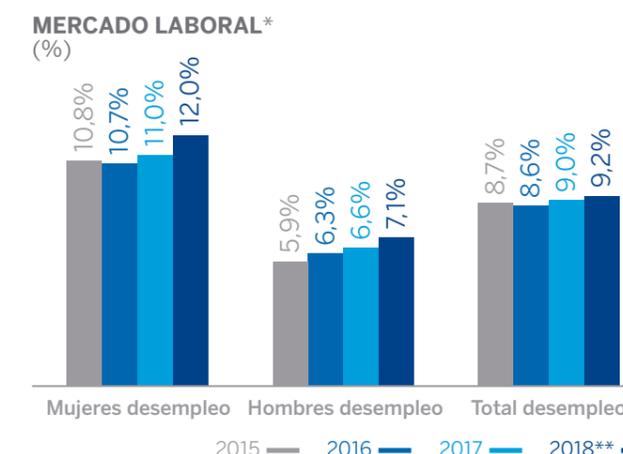
A pesar del mejor desempeño de la economía, la tasa de desempleo se ubicó en 9,2% a nivel nacional, incrementándose en 0,2 puntos porcentuales en 2018. La tasa global de participación nacional disminuyó en 0,1 puntos porcentuales pasando de 64,7% a 64,6% para el mismo período, mientras que la tasa de ocupación disminuyó en 0,3 puntos porcentuales, pasando de 58,9% a 58,6%.

En el análisis por género, se contabilizaron un incremento de 163.000 mujeres al desempleo frente a tan solo 21.000 hombres. Seis de cada diez personas que han ingresado a la población inactiva son mujeres, en su grueso en edad laboral (25–54 años), mientras que, en el caso de los hombres, casi en su totalidad se trata del segmento de mayores de 55 años, reduciéndose el de 25–54 años.

La tasa de desempleo de los hombres se situaba en un 7,1%, mientras que el de las mujeres es un 68% superior, ubicándose en un 12%, a pesar de la menor participación de éstas entre la población económicamente activa.

Las ramas de actividad económica que concentraron mayores tasas de población activa ocupada fueron: comercio, hostelería y restauración, servicios comunales, sociales y personales, y agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca. Estos tres sectores capturaron el 63,0% de la población activa ocupada.

<sup>2</sup> Datos disponibles del DANE a Octubre de 2018. Estimaciones de FMBBVA Research.



\* Banco de la República, Colombia.  
\*\* Promedio móvil del tercer trimestre.  
\*\*\* Estimado FMBBVA.

## Entorno macroeconómico

De las 23 principales ciudades del país, el desempleo aumentó en 17 de ellas durante 2018. La población que registró la mayor tasa de desempleo fue Quibdó (17,9%), seguida por Cúcuta AM, con el 15,9%, Ibagué con 15% y Riohacha con 14,6%. En Bogotá DC se situó en 9,6%, mostrando un alza de 0,3 puntos porcentuales en el último año. Por su parte, la que presentó la menor tasa de desempleo fue Pasto, con 8,1%, seguida por Bucaramanga AM con 8,3%, Pereira AM con 8,6% y Barranquilla AM con 8,8%.

El subempleo objetivo se refiere aquellos trabajadores que han hecho una gestión para materializar sus aspiraciones y están en disposición de efectuar un cambio para mejorar sus ingresos, el número de horas trabajadas o tener una labor más propia de sus competencias personales. La tasa de subempleo objetivo se situaba en el 10,3% a nivel nacional. Las ciudades con mayor tasa de subempleo objetivo fueron: Riohacha (17,4%), Barranquilla AM (14,1%) y Cali AM (13,1%).

Por su parte, la tasa de subempleo subjetivo –que considera solo el deseo de mejorar su situación laboral actual en línea con lo anterior–, se ubicaba en el 23,2%. Las ciudades con mayor tasa de subempleo subjetivo fueron: Cali AM (30,7%), Pasto (30,5%) y Barranquilla AM (28,4%).

El 48% de los trabajadores realizaron sus actividades en el sector informal de la economía, siendo este ratio del 46,9% para hombres y del 49,2% para mujeres.

En 2018 la pobreza monetaria fue 0,7 puntos porcentuales menor que la registrada en 2017, situándose en 26,2%. La pobreza extrema también mejoró 0,5 puntos porcentuales, ubicándose en 6,9% al cierre de 2018. En el mismo año la pobreza en las cabeceras municipales fue de 23,7% mientras que en los centros poblados y zonas rurales dispersas fue de 34,8%.

En 2018 el coeficiente de Gini en el total nacional fue 0,503, mejorando con respecto a 2017, cuando se ubicó en 0,508, mostrando una reducción de la desigualdad del ingreso de los hogares, pero manteniéndose el país entre los más desiguales de la Región.

## INCLUSIÓN FINANCIERA

Según datos del Banco Mundial<sup>3</sup>, en Colombia sólo el 44,9% de los adultos se encuentra bancarizado y posee una cuenta en instituciones financieras. Existe una clara brecha de género en la inclusión financiera: la de los hombres supera en 7 puntos porcentuales la de las mujeres, que es del 41,4%. Es decir, casi 6 de cada 10 mujeres adultas se encuentra fuera del sistema financiero.

Esta brecha es aún mayor por niveles de ingreso. Del 40% de los adultos más pobres, el 33,7% se encuentra incluido en el sistema financiero, mientras que para el 60% del segmento de mayores ingresos lo hace el 52,3%. Esta brecha de diferenciación por ingresos de 18,7% puntos porcentuales se encuentra entre las más altas de la Región.

Entre los principales motivos que determinan la no bancarización, el 67,2% de los adultos adujeron que la principal razón era la insuficiencia de fondos. El 20,5% de los adultos arguyeron como razón la lejanía de las instituciones financieras, mientras que el 59% dijeron que los servicios financieros eran “muy caros”.

El 39% de los adultos realizaron algún tipo de ahorro en el último año, pero sólo el 9% lo hizo en una institución financiera. El 27% de los adultos de ingresos más bajos lograron ahorrar en el último año.

Por su parte el 41% ha recibido algún préstamo, pero solo el 14% lo ha obtenido de una institución financiera, mientras que el 20% lo obtuvo de familiares y amigos. Para los adultos de menores ingresos, si bien el 30% ha recibido algún préstamo, sólo el 9% de ese segmento lo obtuvo de instituciones financieras mientras que el 17% lo obtuvo de familiares y amigos.

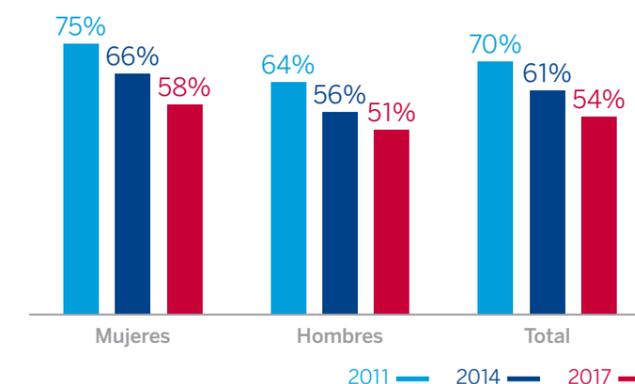
<sup>3</sup> Global Findex 2017, Banco Mundial. Fuente de Banca de las Oportunidades, Superintendencia.

Según fuentes locales<sup>4</sup>, de un total de 1.122 municipios en el territorio nacional, las instituciones financieras tienen presencia en 833 (74,2%). Sin embargo, informan que desde 2015, existe 100% de cobertura en los municipios, es decir que cuentan con al menos un punto de acceso. En total, las entidades financieras contabilizan 532.138 puntos de acceso distribuidos de la siguiente manera: 403.512 datáfonos (75,8%), 105.104 corresponsales bancarios (19,8%), 15.709 cajeros automáticos (3,0%) y 7.813 oficinas (1,4%).

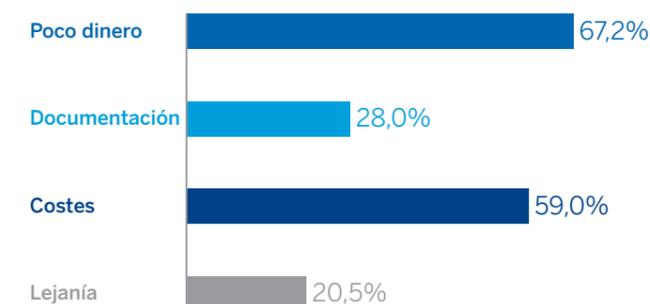
De acuerdo con estas mismas fuentes, el país pasó de tener un indicador de inclusión financiera del 73,9% en 2014 a un 80,1% en 2017. El 75,6% de los adultos contaba con al menos un producto de depósito, mientras que el 44% tenía al menos un producto de crédito. El indicador de inclusión financiera cae cuando aumenta el nivel de ruralidad, siendo la diferencia entre las ciudades y los municipios rurales dispersos de 32,5 puntos porcentuales en términos de inclusión financiera. En relación con la composición por género de los adultos que tienen algún producto financiero, se evidencia que el 50,7% eran mujeres y el 49,1% hombres, no existiendo diferencias significativas de género en el acceso a productos financieros, según esas fuentes.

<sup>4</sup> Financiera y Banco de la República, Colombia.

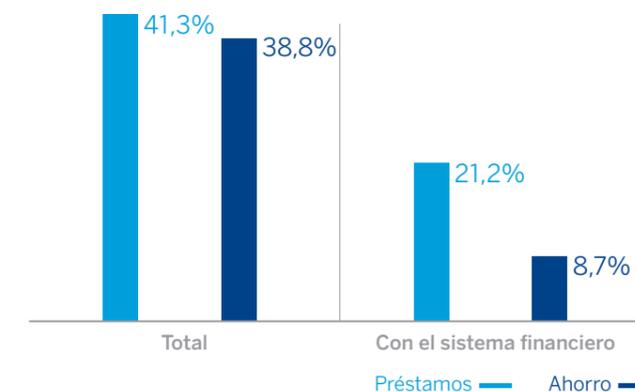
**ADULTOS NO BANCARIZADOS\***  
Total + 15 años (%)



**FACTORES DE EXCLUSIÓN\***  
Adultos excluidos (%)



**PRODUCTOS DEMANDADOS**  
Adultos (%)



\* Global Findex Banco Mundial.

# Tabla GRI

GRI STANDARD	NOMBRE DEL INDICADOR 2018	TEMA MATERIAL	PÁGINA
<b>CONTENIDOS GENERALES</b>			
<b>ESTRATEGIA</b>			
GRI 102-14	Declaración del Tomador de Decisiones Senior	N/A	48
GRI 102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	N/A	48
<b>PERFIL GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
GRI 102-1	Nombre la organización	N/A	58
GRI 102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	N/A	58
GRI 102-3	Localización de la sede principal	N/A	1
GRI 102-4	Localización de operaciones	N/A	159
GRI 102-5	Régimen de propiedad y Naturaleza Jurídica	N/A	59
GRI 102-6	Mercados atendidos	N/A	138
GRI 102-7	Tamaño de la organización	N/A	132
GRI 102-8	Distribución de colaboradores	N/A	100
GRI 102-9	Cadena de suministro	N/A	126
GRI 102-10	Cambios significativos en la Organización y en su cadena de suministro	N/A	63
GRI 102-13	Membresías en asociaciones	N/A	45
<b>ETICA E INTEGRIDAD</b>			
GRI 102-16	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento	N/A	74
GRI 102-17	Mecanismos de denuncia y asuntos éticos	N/A	75
<b>GOBIERNO</b>			
GRI 102-18	Estructura de Gobierno	N/A	62
GRI 102-19	Delegación de autoridad	N/A	68
GRI 102-21	Consulta de los grupos de interés en temas económicos ambientales y sociales	N/A	56
GRI 102-22	Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités	N/A	62
GRI 102-23	Presidente del órgano superior de gobierno	N/A	62
GRI 102-24	Nominación y selección del órgano superior de gobierno	N/A	66
GRI 102-25	Conflicto de Intereses	N/A	70
GRI 102-26	Rol del órgano superior de gobierno, señalando propósito, valores y estrategia	N/A	67
GRI 102-27	Conocimiento colectivo del Organismo superior de gobierno	N/A	72
GRI 102-28	Evaluación del desempeño del organismo superior de gobierno	N/A	72
GRI 102-30	Efectividad de los procesos de gestión del riesgo	N/A	82

GRI STANDARD	NOMBRE DEL INDICADOR 2018	TEMA MATERIAL	PÁGINA
	Rol del órgano superior de gobierno en el reporte de Sostenibilidad	N/A	46
GRI 102-33	Comunicación de aspectos relevantes	N/A	57
GRI 102-34	Tipo y número total de aspectos críticos	N/A	73
	Participación de los grupos de interés		
GRI 102-40	Lista de los grupos de Interés	N/A	56
GRI 102-41	Acuerdos colectivos de negociación	N/A	
GRI 102-42	Identificación y selección de los Grupos de Interés	N/A	56
GRI 102-43	Enfoque de relacionamiento con los grupos de interés	N/A	56
<b>PRÁCTICAS DE REPORTAR</b>			
GRI 102-45	Entidades incluidas en los Estados Financieros consolidados	N/A	54
GRI 102-46	Definición del contenido y alcance del reporte	N/A	54
GRI 102-47	Lista de temas materiales	N/A	57
GRI 102-49	Cambios en el reporte	N/A	54
GRI 102-50	Periodo de reporte	N/A	54
GRI 102-51	Fecha del reporte más reciente	N/A	54
GRI 102-52	Ciclo de reporte	N/A	54
GRI 102-53	Punto de contacto para resolver dudas sobre el contenido del reporte	N/A	1
GRI 102-55	Índice del Contenido GRI	N/A	228
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			
GRI 103-1	Explicación de cada aspecto material y su alcance	N/A	54
GRI 103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	N/A	55
<b>CONTENIDOS BÁSICOS ESPECIFICOS</b>			
<b>CATEGORÍA ECONOMICA</b>			
GRI 201-1	Valor económico directo generado y distribuido	5. Valor económico generado y distribuido	166
GRI 203-2	Impactos económicos significativos indirectos	5. Valor económico generado y distribuido	166
GRI 204-1	Porcentaje del gasto en proveedores locales	5. Valor económico generado y distribuido	126
	Anticorrupción		
GRI 205-1	Políticas y procedimientos anticorrupción. Operaciones en riesgo relacionado con corrupción	N/A	80

GRI STANDARD	NOMBRE DEL INDICADOR 2018	TEMA MATERIAL	PÁGINA
<b>CATEGORÍA AMBIENTAL</b>			
	Materiales		
GRI 301-1	Materiales usados por peso y volumen	6. Hacia las microfinanzas verdes	185
	Energía		
GRI 302-1	Consumo de energía de la organización	6. Hacia las microfinanzas verdes	184
	Agua		
GRI 303-1	Captación de agua por tipo de recurso	6. Hacia las microfinanzas verdes	186
	Emisiones		
GRI 305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1)	6. Hacia las microfinanzas verdes	188
GRI 305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2)	6. Hacia las microfinanzas verdes	188
GRI 305-3	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3)	6. Hacia las microfinanzas verdes	188
	Cumplimiento regulatorio		
GRI 307-1	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	Anexo II. Estado de Resultados	
<b>CATEGORÍA DE DESEMPEÑO SOCIAL</b>			
<b>EMPLEO</b>			
GRI 401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de empleados	N/A	102
GRI 401-2	Beneficios provistos a empleados de tiempo completo que no se proporcionan a empleados temporales o de tiempo parcial	N/A	108
GRI 401-3	Licencia de paternidad	N/A	110
	Capacitación y educación		
GRI 404-1	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado	N/A	113
GRI 404-2	Programa para la mejora de habilidades del empleado y de asistencia en el plan carrera	N/A	114
GRI 404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	N/A	115
	Diversidad e igualdad de oportunidades		
GRI 405-1	Diversidad de los órganos de gobierno y empleados	N/A	117
<b>INDICADORES SECTORIALES FINANCIEROS</b>			
FS1	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio.	6. Hacia las microfinanzas verdes	165
FS2	Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio.	6. Hacia las microfinanzas verdes	165

GRI STANDARD	NOMBRE DEL INDICADOR 2018	TEMA MATERIAL	PÁGINA
FS5	Interacciones con los clientes / socios comerciales en relación con Riesgos ambientales y sociales y oportunidades	5. Construyendo cultura de protección - Microseguros	155
FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej: microempresas/PYMEs/grandes) y el sector de actividad.	1. Impulsamos el desarrollo económico de los microempresarios	138
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	1. Impulsamos el desarrollo económico de los microempresarios	142
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para entregar un beneficio ambiental para cada negocio línea desglosada por propósito	6. Hacia las microfinanzas verdes	178
FS13	Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente.	2. Tecnología al servicio de la inclusión financiera - Banca digital y Canales	158
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas	3. Llevamos la Banca al campo y a las zonas vulnerables	160
FS15	Política para el diseño justo y venta transparente de los productos y servicios financieros	1. Impulsamos el desarrollo económico de los microempresarios	77
FS16	Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario	7. Cultura de Educación Financiera - Ahorro Grupal	170
<b>INDICADORES PROPIOS BANCAMÍA</b>			
PROPIO	Comunicación Responsable y sostenible	4. Comunicación Responsable y Sostenible	88
PROPIO	Fortalecimiento del modelo de negocio basado en la tecnología	2. Tecnología al servicio de la inclusión financiera - Banca digital y Canales	128
PROPIO	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a la mujer	9. Mujeres emprendedoras	92
PROPIO	Medición del desempeño económico de los clientes	Impulsamos el desarrollo económico de los microempresarios	194

# Banca♥ía

Fundación  
**BBVA** MicroFinanzas

[www.bancamia.com.co](http://www.bancamia.com.co)

  /bancamiaoficial

