

Informe Generación Valor Social 2012



Banco de Occidente

Contenido



| | | | | | |
|---|----|---|----|---|----|
| 1. Lo Más Destacado de 2012 | 3 | 7.2 Empleo, Selección y Evaluación | 27 | 8.6.3 Cajeros Humanos | 43 |
| 2. Perfil General..... | 4 | 7.2.1 Evaluación de Conocimientos | 28 | 8.6.4 Jornadas Móviles de Recaudo..... | 43 |
| 2.1 Historia..... | 4 | 7.2.2 Evaluación del Desarrollo | 28 | 8.6.5 Jornadas Especiales para Recaudo de Impuestos | 43 |
| 2.2 Red de Oficinas | 5 | 7.2.3 Incrementos por Méritos | 28 | 8.7 Satisfacción del Cliente | 44 |
| 2.3 Misión y Visión..... | 6 | 7.3 Clima Laboral..... | 28 | 8.7.1 Estudio Sectorial Bancario | 44 |
| 2.3.1 Misión | 6 | 7.3.1 Plan de Acción | 30 | 8.7.2 ENSE..... | 44 |
| 2.3.2 Visión | 6 | 7.3.2 Acciones en Fiduciaria de Occidente..... | 30 | 8.7.3 ENSE Reclamos | 44 |
| 2.4 Estrategia de Negocio..... | 7 | 7.4 Salud y Seguridad..... | 31 | 8.7.4 TEO..... | 44 |
| 2.5 Principios y Valores | 7 | 7.4.1 Salud Ocupacional | 31 | 8.7.5 ENSI | 44 |
| 2.5.1 Principios | 7 | 7.4.2 Acciones en Fiduciaria de Occidente..... | 32 | 8.7.6 Acciones en Fiduciaria de Occidente | 45 |
| 2.5.2 Valores Corporativos..... | 8 | 7.5 Capacitación | 33 | 8.8 Calidad | 46 |
| 2.6 Calificaciones y Reconocimientos..... | 9 | 7.5.1 Capacitación Operativa..... | 33 | 8.8.1 Programas de Calidad en el Servicio | 46 |
| 3. Gobierno Corporativo..... | 10 | 7.5.2 Capacitación Comercial | 33 | 8.8.2 Gestión de Reclamos y Requerimientos..... | 46 |
| 3.1 Órganos de Control | 11 | 7.5.3 Capacitación Virtual..... | 33 | 8.8.3 Indicador de Oportunidad en la Respuesta al Cliente..... | 47 |
| 3.1.1 Control Interno..... | 11 | 7.5.4 Acciones en Fiduciaria de Occidente..... | 33 | 8.8.4 Filosofía sobre Derechos de los Clientes..... | 48 |
| 3.1.2 Control Externo..... | 11 | 7.6 Relaciones Laborales..... | 34 | 8.9 Privacidad y Protección al Cliente | 48 |
| 3.2 Aplicación de Principios Éticos..... | 12 | 7.7 Bienestar | 34 | 8.9.1 Seguridad Física y Virtual | 48 |
| 3.2.1 Conflictos de Interés..... | 12 | 7.8 Apoyo al Fondo de Empleados..... | 35 | 8.9.2 Modelo de Seguridad de la Información..... | 48 |
| 3.2.2 Cumplimiento de Principios Éticos.. | 12 | 8. Clientes..... | 36 | 8.9.3 Atención de Reclamos en Seguridad..... | 49 |
| 3.3 Filiales..... | 13 | 8.1 Régimen de Protección al Consumidor Financiero..... | 36 | 8.9.4 Estándares de Seguridad Física..... | 49 |
| 3.4 Estructura Organizacional | 14 | 8.2 Sistema de Atención al Consumidor Financiero | 36 | 8.9.5 Atención Personalizada en Seguridad | 49 |
| 4. Motor de Desarrollo Social y Económico..... | 15 | 8.3 Educación Financiera | 37 | 8.10 Defensoría del Cliente Financiero..... | 49 |
| 4.1 Distribución de Valor Económico | 18 | 8.4 Segmentación | 38 | 8.11 Estrategia de Información a Clientes | 50 |
| 5. Inversión Social..... | 19 | 8.4.1 Segmentación Banca Personal..... | 38 | 8.12 Plan de Continuidad del Negocio | 50 |
| 5.1 Medio Ambiente | 19 | 8.4.2 Segmentación Banca Empresarial, Oficial e Intermedia..... | 39 | 8.13 Accesibilidad | 51 |
| 5.1.1 Premio Nacional de Ecología Planeta Azul | 19 | 8.4.3 Segmentación Banca de Vehículos, | 40 | 8.13.1 Accesibilidad Personas Discapacitadas | 51 |
| 5.1.2 Libro Ecológico | 20 | 8.4.4 Segmentación Unidad de Leasing.... | 41 | 8.14 Multicanalidad..... | 52 |
| 5.2 Donaciones..... | 21 | 8.5 Bancarización..... | 42 | | |
| 5.3 Cultura | 22 | 8.5.1 Corresponsales Bancarios | 42 | | |
| 5.3.1 Premio Nacional ANIF-Fiduciaria de Occidente al Periodismo Económico..... | 22 | 8.5.2 Recaudo por Extensión de Red..... | 42 | | |
| 6. Inclusión Financiera | 24 | 8.6 Servicios Especiales | 43 | | |
| 6.1 Libranza | 24 | 8.6.1 Pago a Pensionados | 43 | | |
| 6.2 Cooperativa Emprender..... | 24 | 8.6.2 Página Electrónica para Liquidación y Pago de Impuestos..... | 43 | | |
| 6.3 Occimoto..... | 25 | | | | |
| 7. Gestión Humana | 26 | | | | |
| 7.1 Perfil de los Empleados..... | 26 | | | | |

1. Lo más Destacado de 2012



Se donaron \$ 1.436.564.164 a organizaciones sin ánimo de lucro

Aumentó 7.1 % el número de empleos directos nuevos

Se generaron 555 nuevos empleos

1.135 empleados fueron ascendidos

82% de los empleados tienen contrato a término indefinido

Disminuyó en 32% el total de las reclamaciones

14.586 beneficiarios de Occimoto

2. Perfil General



2.1 Historia

El Banco de Occidente luego de 47 años de existencia considera que a través de su trabajo diario cumple con el compromiso de apoyar el desarrollo del país al responder de manera cabal a la confianza de la comunidad, de sus clientes y de sus accionistas.

El servicio al cliente es el valor agregado y diferenciador por excelencia que aplica el Banco de Occidente, al ofrecer atención especializada de primer nivel a todas las necesidades y requerimientos de clientes y usuarios.

La cultura de trabajo destaca la calidez, el liderazgo, la innovación, la oportunidad y la efectividad, con el fin de construir relaciones de largo plazo que contribuyen a mejorar la calidad y el bienestar de los clientes.

Momentos importantes en la historia de la organización:

1965 El Banco inició operaciones en Cali como sociedad anónima comercial de naturaleza bancaria.

1970 Las primeras oficinas fuera de Cali se abrieron en Palmira, Pereira y Armenia. Durante este año el Banco contaba con una red de 15 oficinas.

1973 El Banco inició una nueva etapa bajo la orientación del grupo económico Sarmiento Angulo, el cual lo fortaleció con recursos de capital y su reconocida experiencia.

1976 El Banco lanzó su propio sistema de tarjeta de crédito Credencial.

1980 Se amplió considerablemente la red de oficinas. Nacieron las Direcciones Regionales.

1981 Nació Leasing de Occidente.

1982 Se inauguró su Filial Banco de Occidente de Panamá, como respuesta a la necesidad de nuevos recursos para el financiamiento externo.

1991 Nació la Fiduciaria de Occidente S.A.

1993 Se inició el proyecto de modernización de operaciones bajo el enfoque de reingeniería.

1997 Se inaugura su nueva sede principal en el sector histórico de Cali, donde se concentra la Dirección General del Banco, el Staff de la Región Sur Occidental, sus Filiales y Vinculadas.

1998 Se inició el proyecto London, orientado a optimizar la Estructura Comercial del Banco.

2000 Se desarrolló el proyecto McKinsey, con el cual se rediseñó la estructura organizacional del Banco buscando mayor eficiencia.

2005 / 2006 Fusión con los Bancos Aliadas y Unión Colombiano. Con esta última fusión se integra la filial Occidental Bank Barbados.

2007 Implementación de un nuevo modelo comercial.

2010 Se fusiona Leasing de Occidente a la estructura del Banco, creándose una nueva Unidad de Negocio.

2010 / 2011 El Banco fue certificado por la firma Great Place to Work como el mejor Banco para trabajar en Colombia y la sexta mejor compañía para trabajar en América Latina.



2. Perfil General



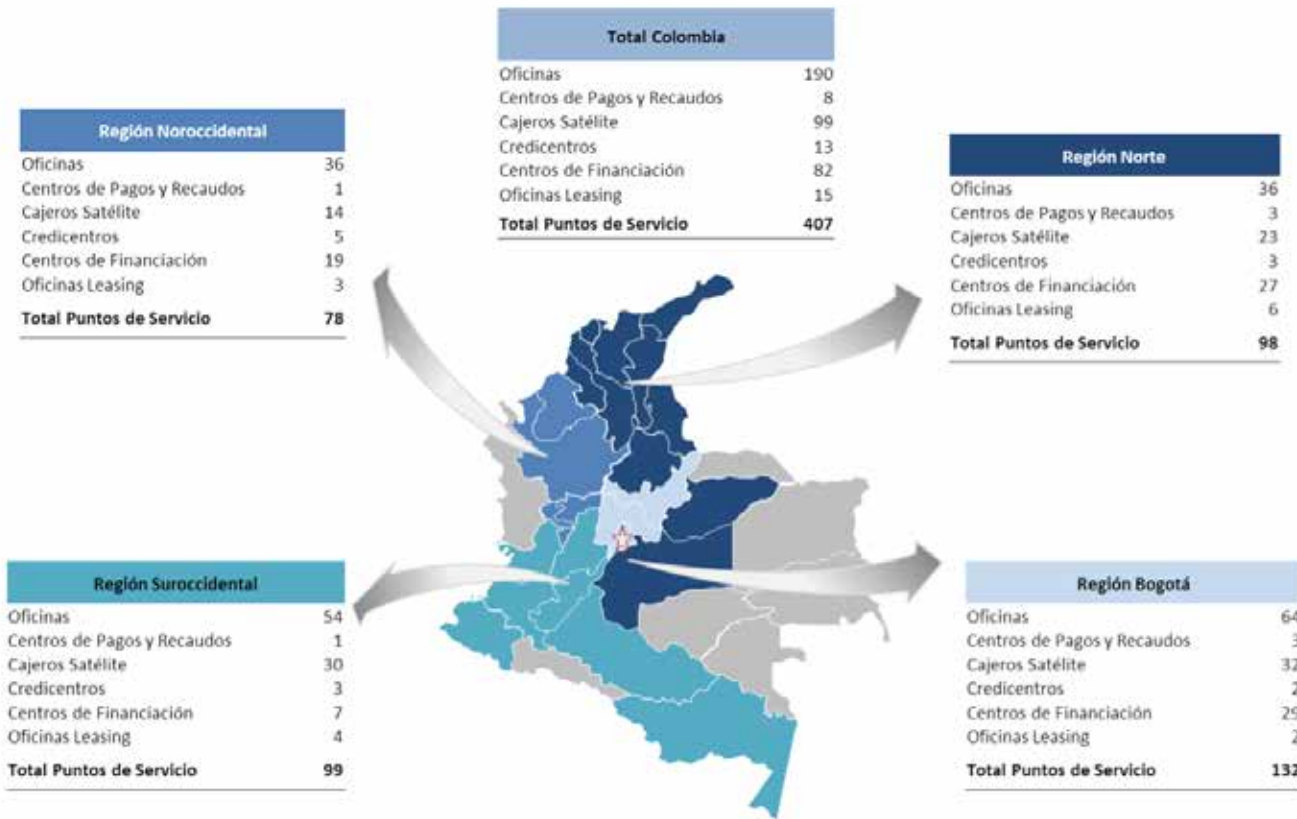
2.2 Red de Oficinas

El Banco de Occidente tiene presencia en 56 ciudades del país a través de 198 Oficinas y 8 Centros de Pagos y Recaudos. De las oficinas, 52 ofrecen horario adicional, en éstas los clientes, pueden acceder a todos los productos y ser-

vicios mencionados a continuación: caja rápida, pagos a terceros, cambios de cheques, consignaciones, pago de impuestos, pago de dividendos de Grupo Aval y Ecopetrol y atención personalizada de reclamos y requerimientos de los clientes. De igual manera, los clientes pueden realizar en esta red de oficinas, desembolsos de créditos, apertura de cuentas, captación, retiro y cancelación de CDT's, actualización de datos de clientes, avances en efectivo por ventanilla, transferencia de fondos y expedición de cheques de gerencia.

El Banco también cuenta con 13 Credicentros que son oficinas especializadas en la atención de los productos de la Banca de Vehículos y Bienes Intermedios: Occiauto, Occimoto, Occiauto Vehículos Productivos y Occiequipo. Además estas oficinas extienden su cobertura a través de 82 Centros de Financiación ubicados estratégicamente dentro de un concesionario y su función principal es la atención a clientes y ofrecimiento de crédito de vehículos y motos.

En 2010 Leasing de Occidente se integra al Banco de Occidente gracias a la Ley 1328 del 15 de julio de 2009 que faculta a las entidades bancarias a ofrecer y prestar servicios de leasing, creándose así una nueva Unidad de Negocio, la cual cuenta con oficina especializada en 15 ciudades principales del país.



2. Perfil General



Red de Oficinas

| Región Suroccidental | Región Bogotá | Región Noroccidental | Región Norte |
|---|---|--|--|
| Cali 29 Oficinas 2 Credicentros 1 Oficina Leasing | Bogotá 55 Oficinas 1 Credicentro 2 Centros de Pagos y Recaudos 1 Oficina Leasing | Medellín 20 Oficinas 1 Credicentro 1 Centro de Pagos y Recaudos 1 Oficina Leasing | Barranquilla 10 Oficinas 1 Credicentro 1 Centro de Pagos y Recaudos 1 Oficina Leasing |
| Andalucía | Chía | Armenia | Bucaramanga |
| Buenaventura | Duitama | Dosquebradas | Barrancabermeja |
| Buga | Facatativa | Envigado | Cartagena |
| Cartago | Mosquera | Guatapé | Itagüí |
| Espinal | Siberia | Itagüí | Manizales |
| Florencia | Sogamoso | Manizales | Montería |
| Girardot | Tunja | Montería | Montería |
| Ibagué | Zipaquirá | Pereira | Pereira |
| Ibague | | Pereira | Piedecuesta |
| Ipiales | | Palmira | Riohacha |
| La Victoria | | Palmira | San Andrés (Isla) |
| La Unión | | Pastor | Santa Marta |
| Leticia | | Pastor | Santa Marta |
| Neiva | | Pastor | Santa Marta |
| Neiva | | Pastor | Santa Marta |
| Palmira | | Pastor | Santa Marta |
| Palmira | | Pastor | Santa Marta |
| Pasto | | Pastor | Santa Marta |
| Pasto | | Pastor | Santa Marta |
| Pasto | | Pastor | Santa Marta |
| Puerto Tejada | | Pastor | Santa Marta |
| Popayán | | Pastor | Santa Marta |
| Popayán | | Pastor | Santa Marta |
| Tuluá | | Pastor | Santa Marta |
| Santander de Quilichao | | Pastor | Santa Marta |

2.3 Misión y Visión

2.3.1 Misión

Ser el líder en la prestación de servicios financieros, de transacciones y medios de pago, asegurando la satisfacción de las necesidades de los clientes, la máxima rentabilidad para sus accionistas, el desarrollo integral del equipo humano y la contribución al bienestar de la comunidad.

En la búsqueda de este propósito y el crecimiento continuo de los resultados, estamos comprometidos con los más altos valores éticos, la calidad en los procesos y la utilización de la tecnología más adecuada.

2.3.2 Visión

Ser la mejor entidad financiera del país.

2. Perfil General



2.4 Estrategia de Negocio

En el Banco se trabaja con el modelo de planeación VISIÓN - ESTRATEGIA COMPETITIVA. Con esta metodología busca construir ventajas que le permitan lograr una posición destacada en el mercado. Cada Unidad Estratégica de Negocio definió sus ventajas competitivas en términos de percepción de valor por parte del cliente. Se realizó la planeación estratégica a 3 años, la cual se actualiza anualmente. Así mismo, se llevan a cabo seguimientos trimestrales a los proyectos e indicadores más importantes.

Objetivos

- Crecimiento en Participación de Mercado en Cartera, con Calidad y Riesgo Controlado
- Crecimiento en Participación de Mercado en Captaciones de Bajo Costo
- Calidad y Eficacia en el Servicio
- Desarrollo Tecnológico y Operativo
- Eficiencia en Costos Operativos
- Innovación

2.5 Principios y Valores

2.5.1 Principios

La estructuración de relaciones y negocios confiables y seguros, requiere de la instauración de un clima de confianza con altos estándares de calidad en las relaciones con el cliente. Es así como se deben conducir los negocios y ejercer las funciones con lealtad, claridad, transparencia, precisión, probidad comercial, seriedad y cumplimiento, con el fin de crear valores que permitan el desarrollo de bienestar social.

La filosofía de trabajo del Banco de Occidente refuerza este principio: “actuar en condiciones éticas de responsabilidad, carácter e idoneidad profesional, primando el interés general sobre el interés particular”.

Es política del Banco de Occidente, y sus Filiales, Fiduciaria de Occidente S.A., Ventas y Servicios S.A, Banco de Occidente (Panamá) y Occidental Bank (Barbados) la aplicación de los siguientes principios:

- Principio de Buena Fe
- Principio de Transparencia
- Principio de Equidad
- Principio de Prudencia
- Principio de Legalidad
- Principio de Fiscalización
- Principio de Colaboración



2. Perfil General



2.5.2 Valores Corporativos

El Banco de Occidente se esfuerza en ser reconocido por su calidad en el servicio al cliente. Por lo tanto a través de la campaña VALORES EN MOVIMIENTO se instauran los compromisos que rigen las actividades cotidianas de todos los empleados. La institución fomenta una cultura de trabajo que representa los valores corporativos practicados por todo el personal. Se promueve el orgullo por la integridad personal y del equipo y el compromiso por la excelencia en el servicio que se modifica de acuerdo con los requerimientos de un mercado de clientes cada vez más exigente y competido.

Satisfacción al Cliente

La satisfacción al Cliente es el centro del esfuerzo laboral y personal de todos los empleados. *“Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera”.*

Trabajo en Equipo

El trabajo en equipo busca fomentar el sentido de pertenencia, la participación y el desarrollo integral de las personas. *“Las personas cumplen tareas, los equipos alcanzan metas”.*

Compromiso con los Resultados

El compromiso con los resultados es una actitud positiva de hacer las cosas bien. Esto significa responder adecuadamente a las expectativas creadas por accionistas, directivos, clientes y comunidad en general. *“No hables de la dificultad de la carrera, muestra el trofeo”.*

Cuidado de los Recursos Naturales

Contribuir al desarrollo del País y al cuidado de sus recursos naturales. *“La tierra no es una herencia de nuestros padres, sino un préstamo de nuestros hijos”.*

Calidad Total

La búsqueda de la Calidad Total es una filosofía de vida en el Banco de Occidente. *“En la carrera por la calidad no hay línea de meta”.*

Flexibilidad y Adaptación al Cambio

Es valorar en forma especial la flexibilidad y la capacidad de enfrentar el cambio. *“Lo único en el universo que nunca cambia, es el cambio”.*

Lealtad y Honestidad

Se debe ser consecuente con las políticas y normas que regulan todas las actividades desarrolladas, actuando con transparencia, rectitud, responsabilidad y profesionalismo. *“La honradez es siempre digna de elogio, aun cuando no reporte utilidad, ni recompensa, ni provecho”.*

Sentido de Pertenencia

El compromiso y la responsabilidad espontánea son los ingredientes indispensables para ser parte de la solución. *“Cuando entendemos nuestro lugar dentro de la sinfonía de la naturaleza, podemos vivir en armonía con su canción”.*



Valores en.
movimiento

2. Perfil General



2.6 Calificaciones y Reconocimientos

Ranking Mejores Empresas para Trabajar

En el 2012, para la edición de América Latina, Great Place To Work lo ubica dentro de la categoría “Las 25 mejores empresas nacionales con más de 500 colaboradores” y lo destaca nuevamente como el mejor Banco para trabajar en América Latina.

BRC Investor Services S.A.

En noviembre de 2012 el Banco obtuvo la calificación AAA y BCR 1+, otorgada por la sociedad calificadora, para la deuda de largo y corto plazo respectivamente.

Ranking de MERCO

El estudio Monitor Empresarial de Reputación Corporativa - MERCO ubicó al Banco por cuarto año consecutivo dentro de las 100 empresas con mayor reputación en Colombia, ocupando el puesto 65. Así mismo, Efraín Otero Álvarez – Presidente del Banco, ocupó el puesto 40 dentro del ranking de los mejores directivos del país.

Certificación ISO 9001:2008 a Fiduciaria de Occidente

Desde el año 2005 el sistema de gestión de calidad de la Fiduciaria se encuentra certificado bajo esta norma. El certificado es aplicable a todos los procesos requeridos para prestar el servicio fiduciario de carteras colectivas y portafolios de inversión, fiducia de administración en sus diferentes modalidades y fiducia de garantía y tiene cobertura para la ciudad de Bogotá.



3. Gobierno Corporativo



El Sistema de Control Interno, SCI, es el referente del Banco y de sus Filiales para garantizar que todas las operaciones que realicen se encuentren ajustadas a las normas, cada vez más precisas, sobre los diferentes aspectos que tienen incidencia en la labor comercial. Es política de esta organización emplear todos los métodos que garanticen transparencia en el ejercicio de sus funciones.

Se entiende por SCI el proceso que ejecuta la administración con el fin de evaluar operaciones específicas con seguridad razonable en tres principales categorías: Efectividad y Eficiencia Operacional, Confiabilidad de la Información Financiera y el Cumplimiento de políticas, leyes y normas que sean aplicables.

Es decir, el SCI establece acciones, políticas, métodos, procedimientos y mecanismos de prevención, control, evaluación y mejoramiento continuo de la entidad que le permitan tener una seguridad razonable acerca de la consecución de sus objetivos. Esto es posible a través del cumplimiento de las normas que la regulan. La Junta Directiva aprobó la Circular Reglamentaria con la que la Dirección General estableció el marco conceptual y normativo para el SCI como elemento fundamental del gobierno corporativo.

El Código de Gobierno Corporativo, se encuentra publicado en la página de Internet del Banco www.bancodeoccidente.com.co. Además se

realizan campañas para promover los Valores Corporativos y el Código de Ética, Conducta y Régimen Sancionatorio que rige al Banco en todos los niveles de la organización.

El Banco se compromete con la aprobación por parte de la Junta Directiva de las herramientas empleadas para arraigar la cultura corporativa en todas las instancias de su organización y de las Filiales.

El Código de Ética, Conducta y Régimen Sancionatorio se entrega a cada empleado a su ingreso al Banco y periódicamente se actualiza y se realiza el control correspondiente de recepción de esta información por parte del equipo humano del Banco de Occidente.

La capacitación virtual es otra de las herramientas utilizadas en el Banco de Occidente para fomentar todas las acciones encaminadas a que se cumplan las normas corporativas.



3. Gobierno Corporativo



3.1 Órganos de Control

Con el propósito de garantizar la transparencia de la gestión el Banco y sus Filiales se cuenta con mecanismos de control internos y externos que garantizan la protección de los intereses de clientes y accionistas, así como el estricto cumplimiento de las normas que rigen al sector bancario.

3.1.1 Control Interno

En materia de Control Interno se destaca el papel de la **Junta Directiva**, ya que sus miembros, como principales administradores del Gobierno Corporativo están comprometidos a realizar su tarea con profesionalismo, integridad, competencia e independencia. Su labor es apoyada por el **Comité de Auditoría** que se encarga del control interno y del mejoramiento constante de los procesos para que se garantice la transparencia.

De otra parte, el **Representante Legal** es el responsable de implementar los procedimientos de control y hacer las labores de verificación que soporten los procedimientos bajo cumplimiento de las normas. Por su parte, la **Auditoría Interna** busca apoyar la fiscalización dentro de la organización a través de la revisión de todos los procesos de una manera sistemática que permita eficiencia en los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno.

El Banco de Occidente y sus Filiales cuentan con un **Auditor Interno**, contralor o funcionario con tareas equivalentes, que cumplen con normas y parámetros mínimos para garantizar el ejercicio profesional idóneo de los controles internos, acorde con los estándares y mejores prácticas internacionales.

3.1.2 Control Externo

Como órgano privado de fiscalización, la **Revisoría Fiscal** se encuentra estructurada con el ánimo de ofrecer seguridad a los accionistas sobre la calidad de la información financiera, la seguridad y conservación de los activos sociales y el cumplimiento de las disposiciones legales.

La Revisoría Fiscal ejerce una función de vigilancia permanente de la actividad social para prestar a los socios una colaboración completa y eficaz que les permita ejercer adecuado control de la ejecución de contratos, con el objeto de defender intereses de la comunidad por encima de intereses particulares.

Por ética, responsabilidad social y por ley, el sector financiero desempeña un papel preponderante frente al Lavado de Activos y la Financiación del Terrorismo. Por eso el Banco de Occidente y sus Filiales participan en la prevención, detección y reporte de este problema.



3. Gobierno Corporativo



3.2 Aplicación de Principios Éticos

3.2.1 Conflictos de Interés

Con el fin de evitar cualquier situación que pueda involucrar conflicto de intereses, los directivos y empleados del Banco obran equitativamente y prestan sus servicios contratados sin esperar retribución diferente de la pactada en la relación contractual o laboral, sin considerar beneficios personales o de terceros.

Los directivos y empleados se abstienen de recibir dinero, regalos o atenciones por pequeña que sea su cuantía, como gratificación a su gestión realizada.

La ética representa las características humanas ideales o de autodisciplina para gobernar las relaciones con los clientes, con los empleados del Banco de Occidente y sus Filiales que también se plantean el ejercicio de la actividad profesional bajo criterios de competencia, independencia e integridad moral.

Las reglas de ética mencionadas a continuación son normas que deben ceñirse estrictamente a los mandatos constitucionales, legales, estatutarios, reglamentarios y del Código Corporativo de Conducta, en aras de proteger la confiabilidad y la seguridad de estas instituciones financieras. Estas reglas se refieren a: ética en la administración del riesgo, correcto manejo de las relaciones con clientes, inexistencia de conflictos de interés, calidad en el desarrollo del trabajo, compromiso de solución dentro del error ajeno y la política de revelación de información.

3.2.2 Cumplimiento de Principios Éticos

Toda actividad a cargo debe ser desplegada con el máximo de diligencia, oportunidad y confiabilidad, buscando el cumplimiento de los objetivos institucionales sin apartarse de los principios éticos y morales y de los mandatos legales e internos.



3. Gobierno Corporativo



3.3 Filiales

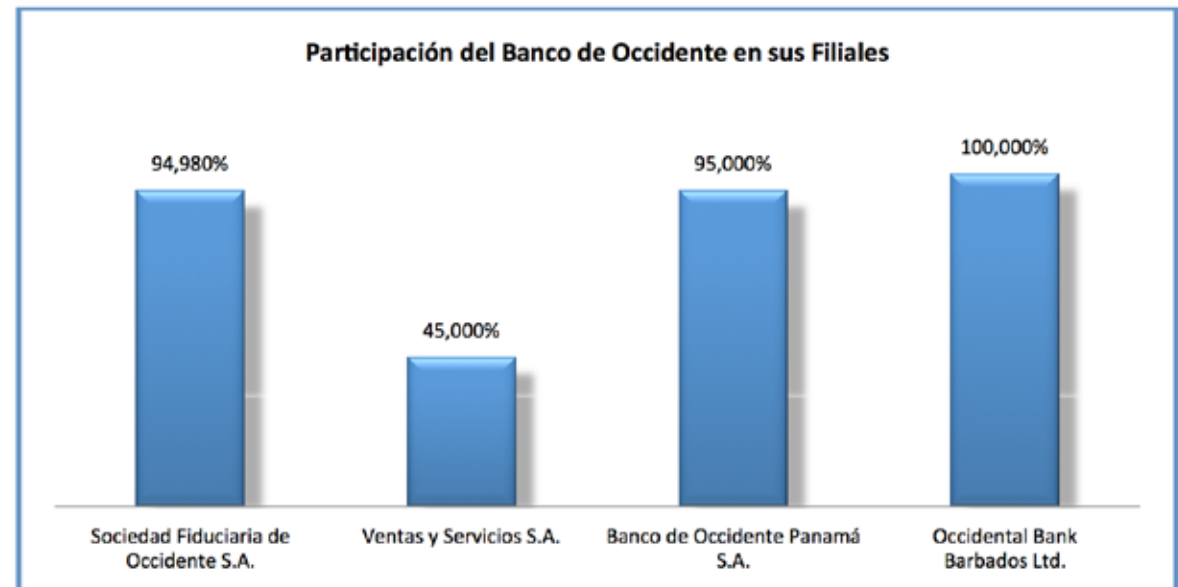
Sociedad Fiduciaria de Occidente S.A. Nació en 1991, tiene como objeto social la celebración de contratos y de fiducia mercantil y de mandatos fiduciarios no traslativos de dominio, conforme a las disposiciones legales. Su propósito fundamental es adquirir, enajenar y gravar, administrar bienes muebles e inmuebles e intervenir como deudora o como acreedora en toda clase de operaciones de crédito.

Su Misión es: ser una empresa cuyos esfuerzos y recursos están dirigidos a satisfacer las necesidades de sus clientes mediante la asesoría financiera y la prestación de servicios fiduciarios en los ramos de inversión, administración, garantía y administración inmobiliaria, ofreciendo un servicio de valor agregado, máxima calidad y la mejor relación costo/beneficio por producto. De igual manera el enfoque de sus actividades, está orientado a la satisfacción de las expectativas de los accionistas, el bienestar y satisfacción de un eficaz recurso humano, y el total cumplimiento de la normatividad existente y aplicable al sector.

Banco de Occidente (Panamá) S.A. Nació en 1982, es una entidad constituida al amparo de la licencia internacional otorgada por la Comisión Bancaria Nacional de ese país.

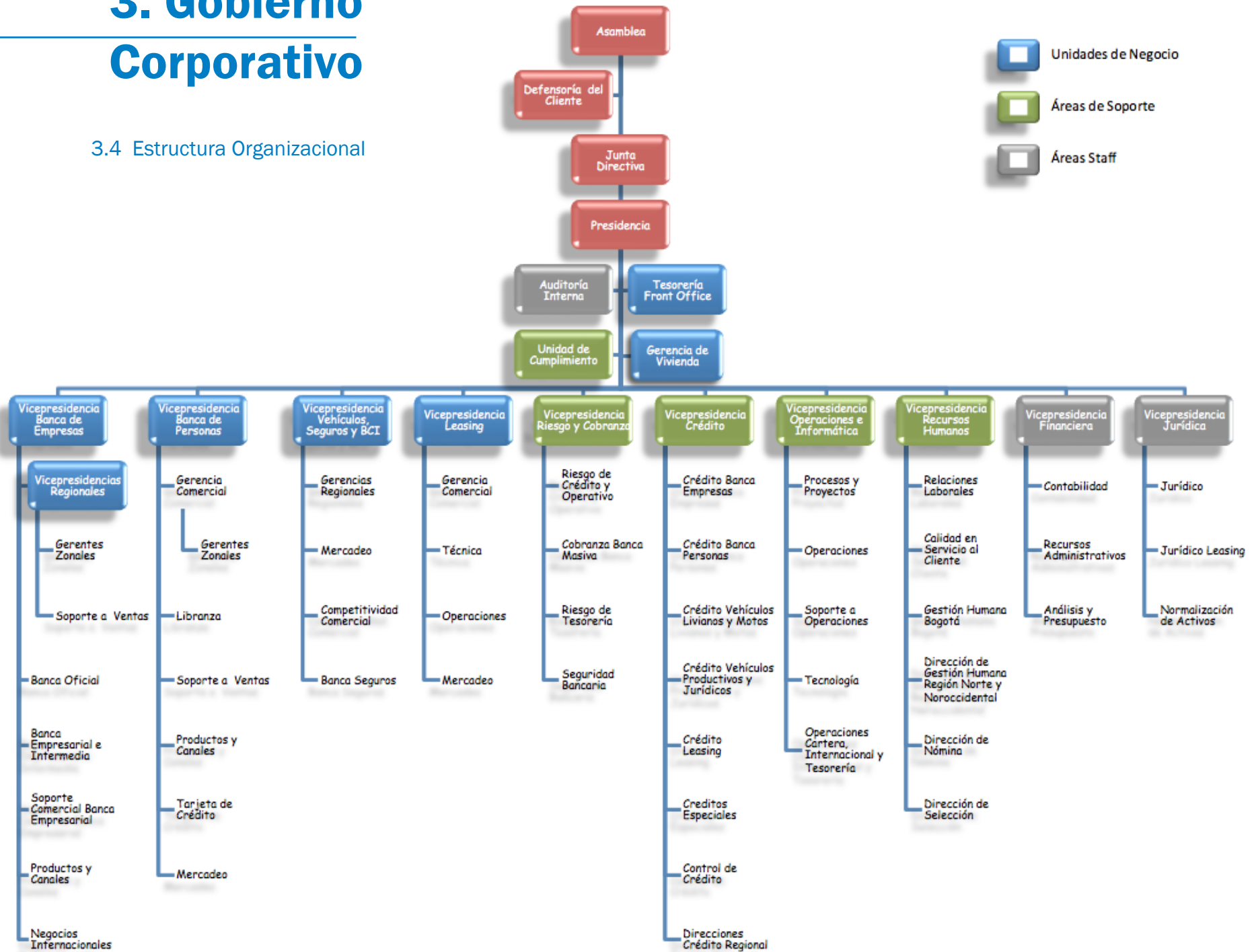
Occidental Bank (Barbados) LTDA. Se incorporó bajo las leyes de Barbados en 1991 y obtuvo autorización para manejar negocios de Banca dentro de ese territorio.

Ventas y Servicios S.A. Tiene como objeto social la prestación de servicios técnicos o administrativos a los que se refiere el artículo quinto de la ley 45 de 1990, como son: programación de computadores, mercadeo, creación y organización de archivos de consulta y realización de cálculos estadísticos e informes en general.



3. Gobierno Corporativo

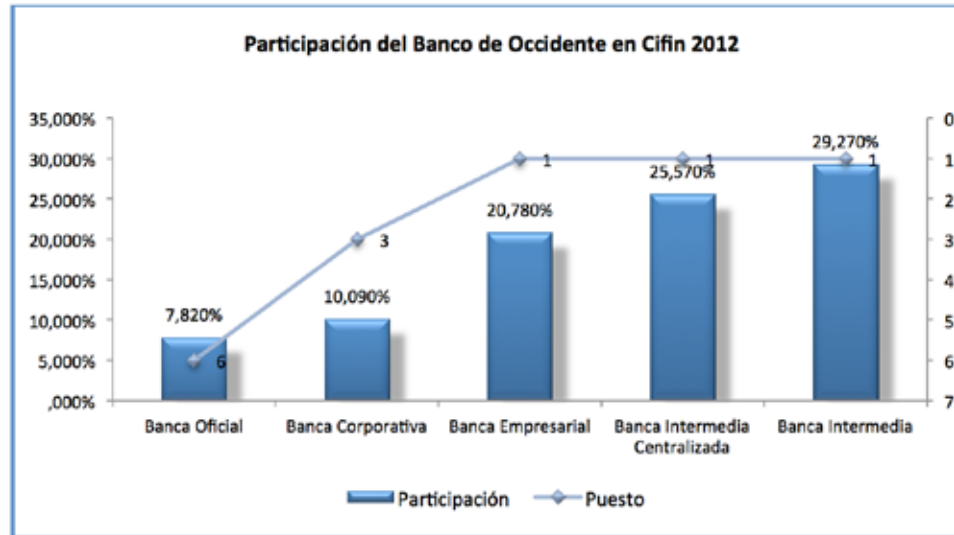
3.4 Estructura Organizacional



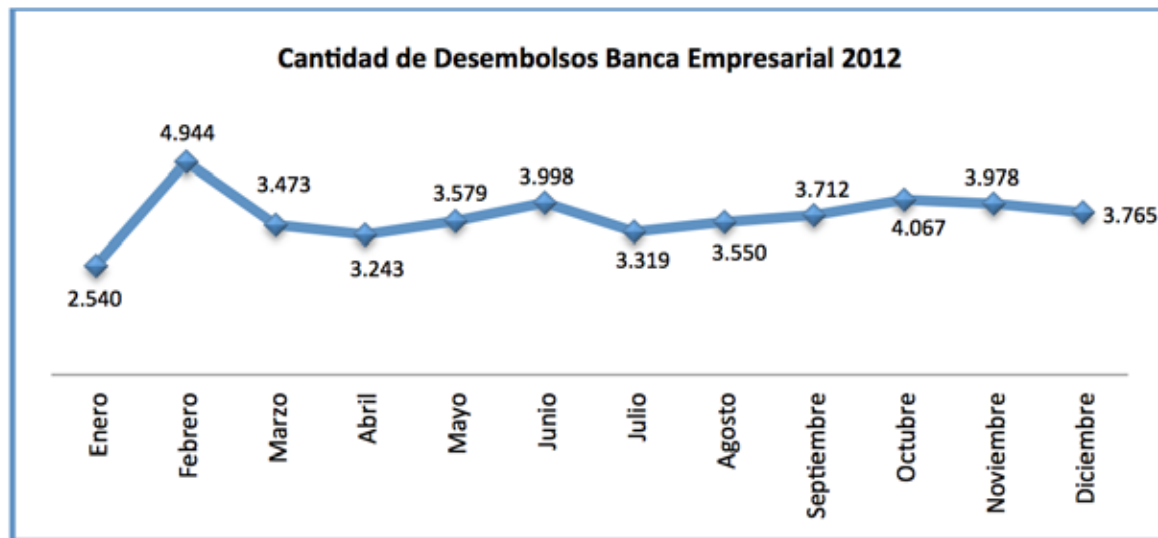
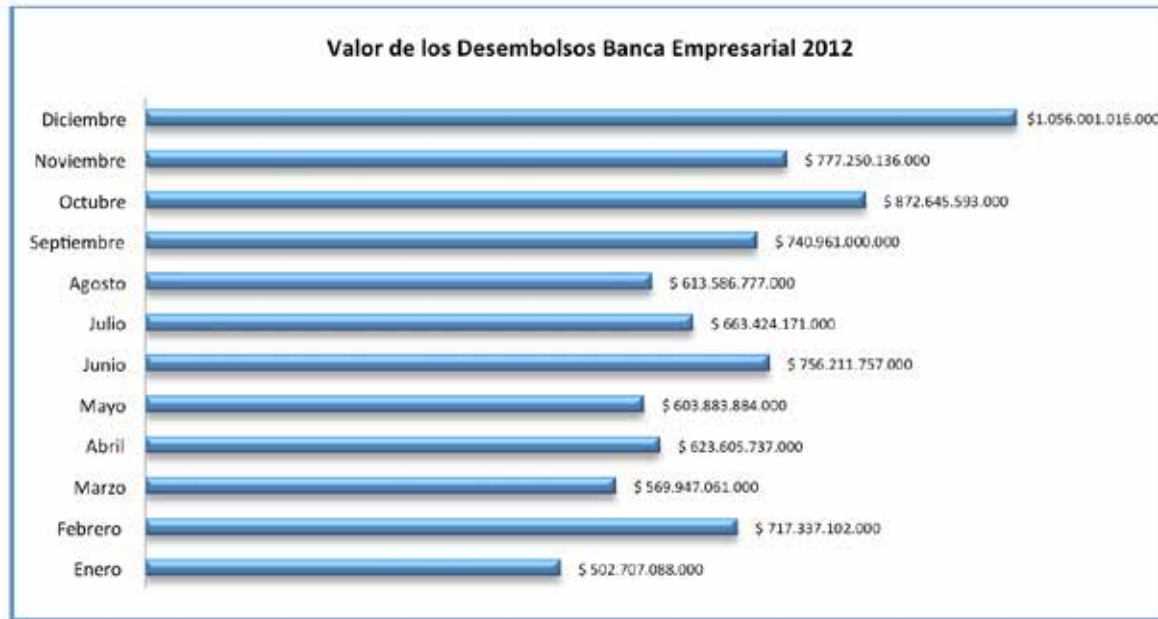
4. Motor de Desarrollo Social y Económico



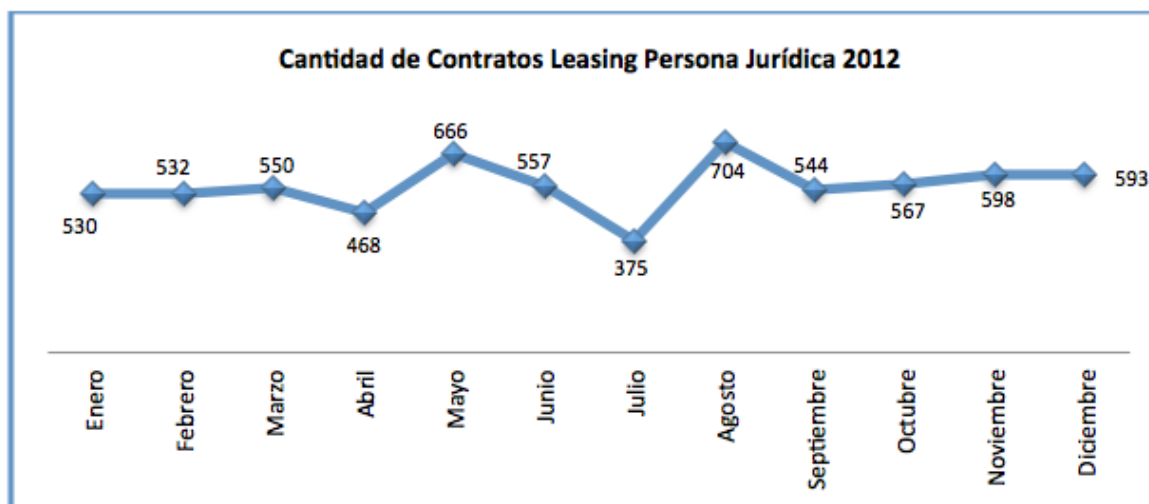
Para el Banco de Occidente y sus Filiales el apoyo al desarrollo del país es un compromiso evidenciado en su oferta de productos y en el incremento de acciones para apoyar al sector empresarial.



4. Motor de Desarrollo Social y Económico



4. Motor de Desarrollo Social y Económico



4. Motor de Desarrollo Social y Económico

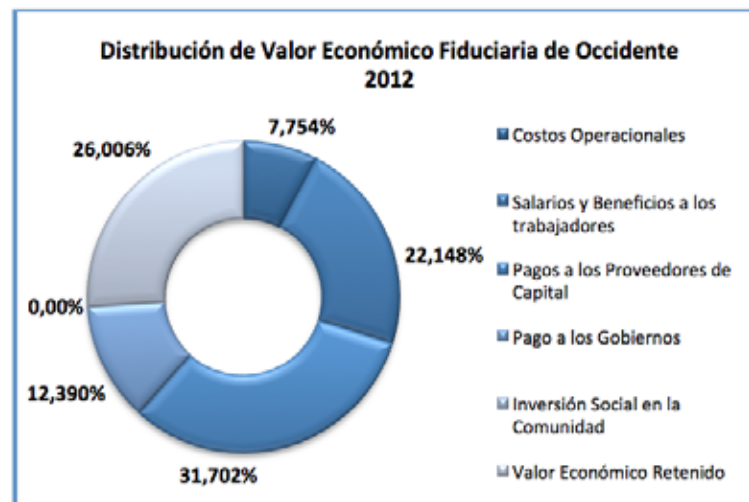
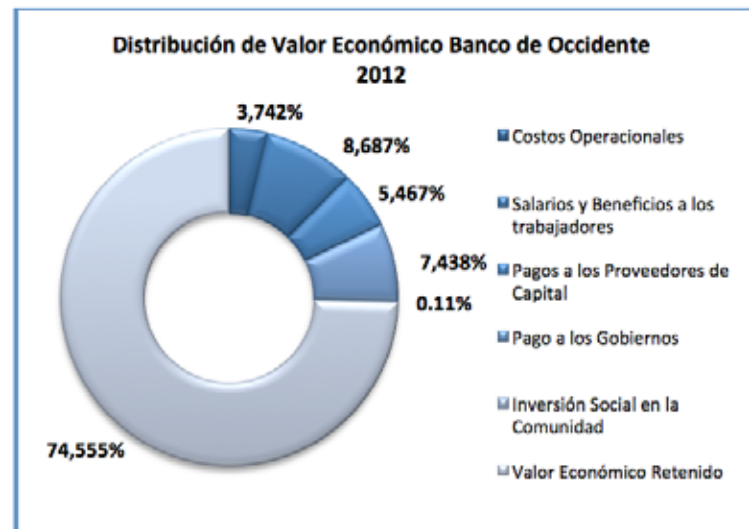


4.1 Distribución de Valor Económico

El Banco de Occidente y sus Filiales a través del ejercicio de sus funciones crea valor y lo distribuye entre sus diversas partes interesadas. Se destacan en este sentido los aportes a proveedores y contratistas, a sus empleados, a los proveedores de capital y a la administración pública.

| Valor Económico Directo | Banco de Occidente | Fiduciaria de Occidente |
|--|--------------------|-------------------------|
| Generado – VEDG 2012 | (Millones) | (Millones) |
| Ingresos (1) | 3,721,488 | 80,477 |
| Valor Económico Distribuido – VED | 1,025,001 | 59,548 |
| Costos Operacionales (2) | 148,433 | 6,240 |
| Salarios y Beneficios a los trabajadores (3) | 330,086 | 17,824 |
| Pagos a los Proveedores de Capital (4) | 211,681 | 25,513 |
| Pago a los Gobiernos (5) | 315,562 | 9,971 |
| Inversión Social en la Comunidad (6) | 19,239 | 0 |
| Valor Económico Retenido (VEDG - VED) | -3,721,488 | 20,929 |

- (1) Ingresos totales
- (2) Diversos menos Donaciones
- (3) Gastos de personal
- (4) Proyecto distribución de utilidades- dividendo en efectivo, balance semestral julio y diciembre 30 de 2012. Incluye el valor pagado por honorarios de la Junta Directiva
- (5) Impuesto de Renta + Impuesto al patrimonio + Impuestos indirectos + Contribución a la Superfinanciera + Seguro de Depósito + GMF
- (6) Donaciones



5. Inversión Social



5.1 Medio Ambiente

Conscientes de la necesidad de proteger el medio ambiente y de educar a los colombianos en esta materia el Banco de Occidente dedica desde hace 28 años tiempo y esfuerzo para rescatar los recursos naturales de nuestro país. De igual manera, estimula a las empresas y personas naturales a trabajar por el cuidado y protección del agua como fuente de vida, a través del Premio Planeta Azul que en el 2012 cumplió 19 años de existencia.

Durante este tiempo ha apoyado con diversas acciones encaminadas a la toma de conciencia de los colombianos sobre la necesidad de preservar y defender los recursos naturales a través de diferentes iniciativas como la adopción del chigüiro, el oso de anteojos y la tortuga verde, animales en peligro de extinción.

5.1.1 Premio Nacional de Ecología Planeta Azul

El Banco, identificado como entidad comprometida con la causa de conservación del medio ambiente, creó en 1993 el «Premio Nacional de Ecología Planeta Azul Banco de Occidente: Agua principio de la Vida». Desde su primera versión hace 19 años se han recibido **2.249** trabajos.

El Premio Nacional de Ecología Planeta Azul busca impulsar y reconocer a entidades, fundaciones, ONG'S, Empresas, Pymes, Personas Naturales, Comunidades e Instituciones Educativas que se hayan distinguido por acciones directas, encaminadas a la educación, conservación y recuperación del agua.

El agua un tema actual y de gran preocupación para el mundo entero. Por eso los recursos que

el Banco de Occidente encamina hacia este premio le permiten continuar con su interés ecológico, contribuir a la sociedad colombiana y destacarse en el mercado como una entidad comprometida con un asunto primordial como es la sostenibilidad del planeta.

Desde su creación, el Banco de Occidente ha entregado **\$ 656.300.000** en premios a los ganadores de esta iniciativa que resalta los estudios y acciones dirigidas a la conservación y recuperación de los recursos naturales que correspondan a un desarrollo sostenible. Los criterios de evaluación son: Impacto en términos de resultados obtenidos en cuanto a volumen y calidad, creatividad, vigencia, replicabilidad, coherencia en las acciones e integración de las diferentes áreas.



5. Inversión Social



5.1.2 Libro Ecológico

En 1984 comenzó la publicación de un libro anual de contenido ecológico y de gran calidad, con el cual el Banco de Occidente ha tenido una importante presencia durante estos años, al contribuir a la divulgación de nuestras riquezas naturales.

En la historia editorial de estos lujosos libros que exaltan los tesoros ecológicos de Colombia se han publicado **506.080** ejemplares que buscan así mismo, promover su conservación.

Comentario de Claudia Martínez Zuleta sobre el Premio Planeta Azul y los Libros del Banco sobre su Responsabilidad Social Ambiental

Los libros que lleva publicado el Banco de Occidente desde hace más de 29 años han sido para mí motivo de inspiración y fuente de ideas para mi trabajo. Cada uno que ha salido ha resultado mejor que el anterior, reflejando la riqueza ambiental que tiene Colombia desde sus diferentes ángulos y a la vez el espíritu que quiere imprimir el Banco en sus publicaciones, con un llamado a conservar esta belleza de país. No es normal que un Banco sea constante en sus ideas y en sus publicaciones, y menos en temas ambientales. Cuando me llamaron a ser jurado del Premio Planeta Azul del Banco de Occidente, acababa de salir de ser banquera desde la CAF por varios años. Me encantó la idea que un Banco tuviera además la constancia de premiar a los colombianos por entender, manejar y gestionar de manera sostenible el agua. Llevo seis años acompañando al Banco año a año en ser jurado de este maravilloso premio. En él no solamente admiro los cientos de proyectos que desde los diferentes rincones de Colombia muestran la gente preocupada por conservar el agua con ideas y proyectos innovadores sino además el gran entusiasmo que los directivos del Banco le impregnan al mismo, celebrando su entrega como uno de los más grandes acontecimientos del Banco cada dos años.

Claudia Martínez Zuleta



- 1984** Sierra Nevada de Santa Marta
- 1985** El Pacífico Colombiano
- 1986** Amazonia Naturaleza y Cultura
- 1987** Frontera Superior de Colombia
- 1988** Arrecifes del Caribe Colombiano
- 1989** Manglares de Colombia
- 1990** Selva Húmeda de Colombia
- 1991** Bosques de Niebla de Colombia
- 1992** Malpelo Isla Oceánica de Colombia
- 1993** Colombia Caminos del Agua

- 1994** Sabanas Naturales de Colombia
- 1995** Desiertos Zonas Áridas y Semiáridas de Colombia
- 1996** Archipiélagos del Caribe Colombiano
- 1997** Volcanes de Colombia
- 1998** Lagos y Lagunas de Colombia
- 1999** Sierras y Serranías de Colombia
- 2000** Colombia Universo Submarino
- 2001** Páramos de Colombia
- 2002** Golfos y Bahías de Colombia

- 2003** Río Grande de la Magdalena
- 2004** Altiplanos de Colombia
- 2005** La Orinoquia de Colombia
- 2006** Bosque Seco de Colombia
- 2007** Deltas y Estuarios de Colombia
- 2008** La Amazonia de Colombia
- 2009** El Chocó Biogeográfico de Colombia
- 2010** Saltos, Cascadas y Raudales de Colombia
- 2011** Colombia, Paraíso de Animales Viajeros
- 2012** Ambientes Extremos de Colombia

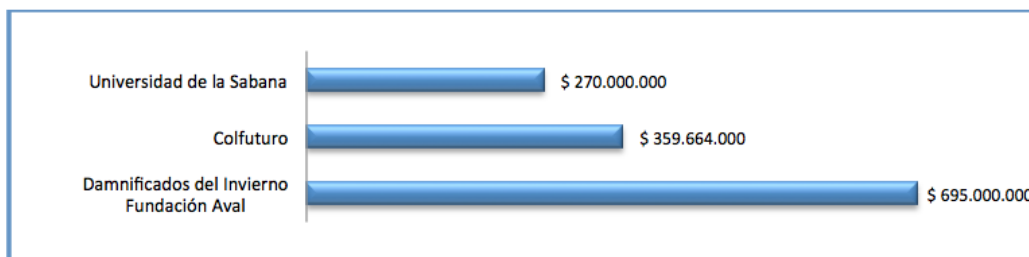
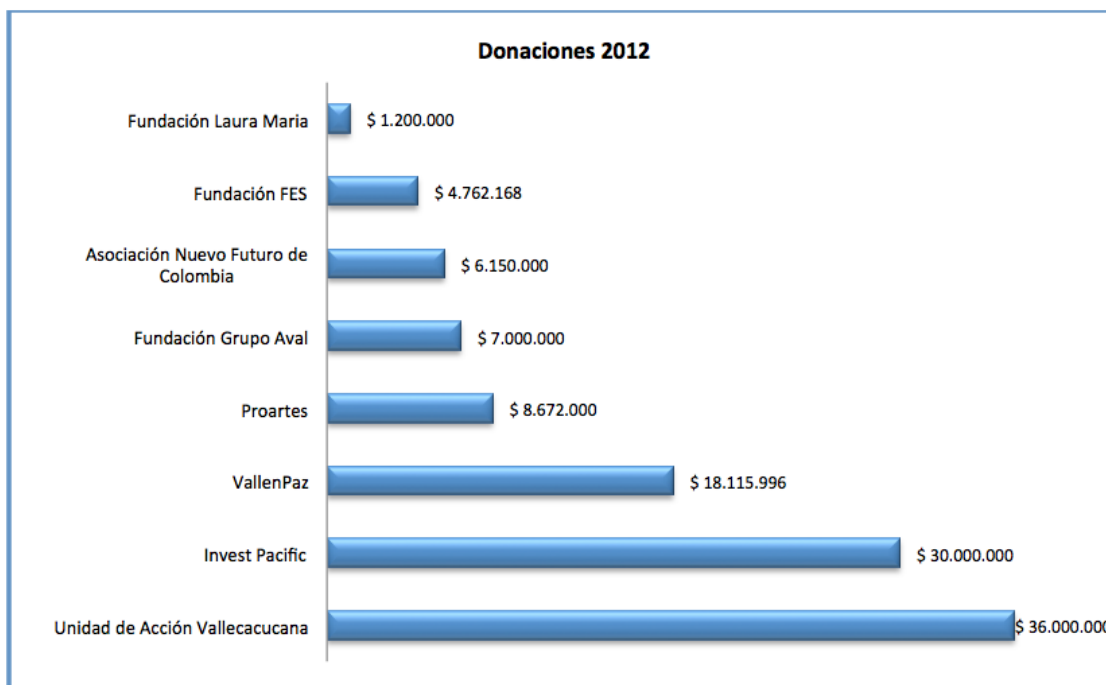
5. Inversión Social



5.2 Donaciones

El Banco de Occidente apoya a fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro que trabajan con proyectos afines a la entidad o que puedan representar aliados estratégicos.

Se entregaron en 2012 recursos por **\$ 1.436.564.164** destinados a diferentes fundaciones.



Dentro de sus programas de reciclaje y ahorro de energía, el Banco donó diferentes recursos a organizaciones sin ánimo de lucro que atienden a población infantil de muy bajos ingresos en materia de salud.

Donación a Colfuturo

La Junta Directiva del Banco aprobó para Colfuturo un aporte de US \$ 1.000.000. Como aparece en la escritura de Insinuación de Donación, distribuido a lo largo de cuatro años así:

- 2009 El Banco canceló US \$ 400.000, que en pesos equivalen a \$765.956.000
- 2010 El Banco canceló US \$ 200.000, que en pesos equivalen a \$375.156.000
- 2011 El Banco canceló US \$ 200.000, que en pesos equivalen a \$375.756.000
- 2012 US \$ 200.000, que en pesos equivalen a \$359.664.000

El objetivo de Colfuturo es el fomento de la educación de profesionales en el exterior en prestigiosas universidades del mundo. Se busca que a su regreso al país los becarios contribuyan a impulsar el progreso de los diferentes sectores económicos y sociales.

5. Inversión Social



Donación a Damnificados del Invierno

Los empleados del Banco a nivel nacional aportaron dinero de forma voluntaria con el fin de apoyar a personas que a causa de la ola invernal quedaron sin un techo para vivir durante el 2011. Después de estudiar varias opciones, se tomó la decisión en 2012 de apoyar un proyecto liderado por la Corporación Diocesana Pro Comunidad Cristiana para el diseño y construcción de 10 viviendas en una urbanización de la ciudad de Cartago – Valle, para donarlas a los damnificados del invierno que han perdido sus viviendas. La selección de los adjudicatarios de estas casas fue realizada por la misma Corporación.



5.3 Cultura

5.3.1 Premio Nacional ANIF - Fiduciaria de Occidente al Periodismo Económico

El premio de periodismo económico se creó en 1994 como reconocimiento a la labor periodística en materia de análisis y redacción económica. Su objetivo es promover mayores estándares de calidad en un área de las comunicaciones que ha adquirido y seguirá ganando creciente importancia en la vida nacional.

El premio se otorga en cinco categorías básicas: Prensa, Revista Especializada, Televisión, Entrevista y Medios Digitales.

Criterios de Selección: Calidad de análisis y claridad expositiva, aporte personal investigativo para lograr una mejor comprensión de los temas económicos por parte del público no especializado y trascendencia de la información.

Cada ganador recibe la estatuilla representativa del Premio y dinero en efectivo. El monto de cada uno de los premios es de **\$7.000.000** y se proyecta para el 2013 entregar reconocimientos económicos por valor total de **\$35.000.000**. La ceremonia de premiación se llevará a cabo el 20 de Noviembre del 2013, día en el cual se realizará el Seminario Temático Asofondo y ANIF.

5. Inversión Social



Ganadores del Premio de Periodismo Económico 2012

En la categoría de Prensa se recibieron 28 trabajos entre los cuales el ganador fue Fausto Mauricio Manrique Horta con “Rutas del contrabando crecen Como arroz”, publicado en el Diario del Huila, Febrero 26, 27, 28, Abril 25 y Agosto 6 de 2012.

En la categoría de Revista Especializada, se recibieron un total de 12 trabajos entre los cuales el ganador fue Carlos Enrique Lora Falquez con “El precio de la Paz”, artículo publicado en la Revista Dinero el día 14 de Septiembre del 2012.

En la categoría Televisión, se recibieron un total de 8 trabajos entre los cuales los ganadores fueron Luis Segundo Gámez y María Paula Vernaza con “Radiografía de las Pensiones en Colombia”, emitido por RCN Televisión los días 19, 20, 21, 22 y 23 de Marzo de 2012.

En la categoría Entrevista se recibieron un total de 6 trabajos entre los cuales la ganadora fue Gilda Sarmiento Quiroga con “Sector Forestal es una Prioridad”; Fedemaderas, Agosto 2012.

En la categoría Medios Digitales se recibieron un total de 4 trabajos entre los cuales el ganador fue Edgar Aldana Rosillo con “El Crédito Agropecuario Tiene Baja Participación en el Sistema Financiero”; APE – Asociación de Periodistas Económicos en Septiembre 7 de 2012.



6. Inclusión Financiera



En materia de inclusión financiera el Banco se ha enfocado en ampliar sus servicios a la atención de créditos para personas de ingresos inferiores a dos salarios mínimos legales vigentes.

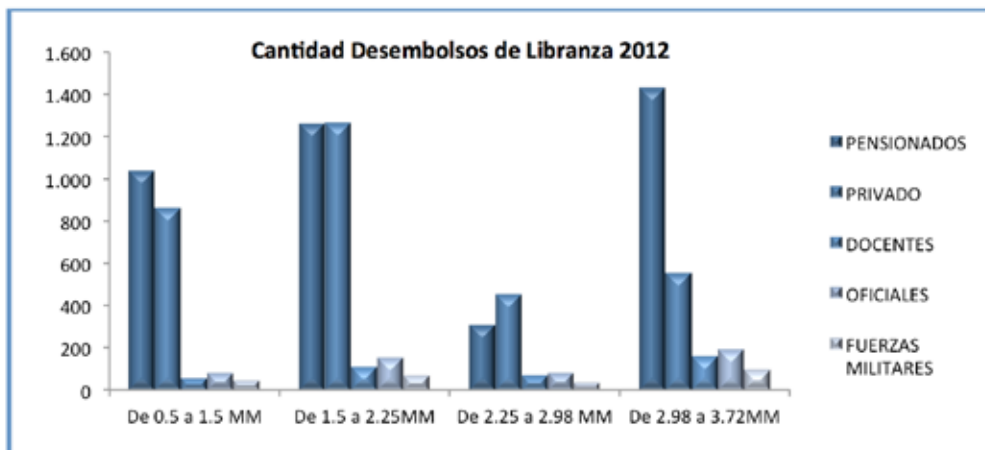
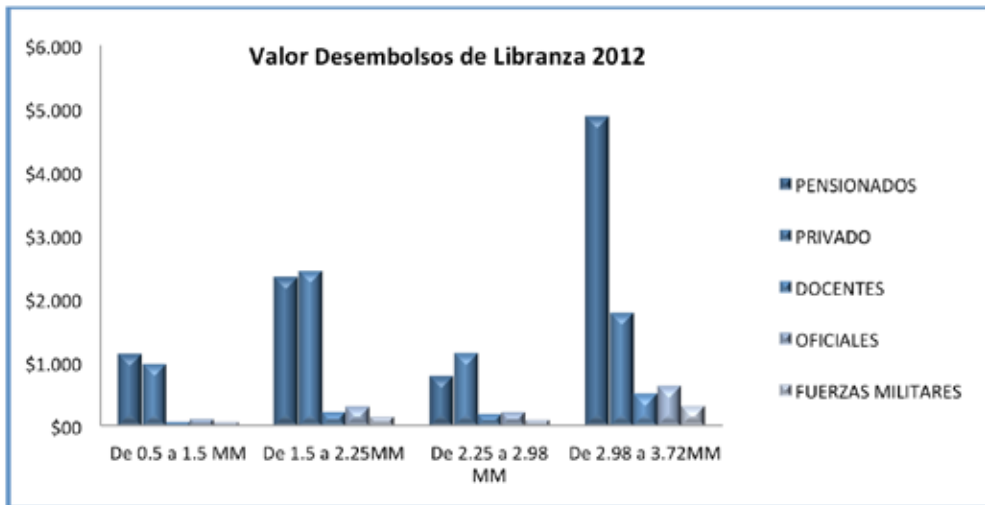
6.1 Libranza

El Banco de Occidente atiende a sectores de ingresos bajos a través del otorgamiento de créditos en la modalidad de libranza que son diferidos hasta 36 meses. Los beneficiarios de este servicio son pensionados, docentes, militares, empleados oficiales, operarios de sector real y empleados de este tipo de ingresos del sector privado. Se ofrecen préstamos entre 3 y 5 veces su ingreso bruto a personas que devengan un salario mínimo legal vigente.

6.2 Cooperativa Emprender

Este año estamos cumpliendo 21 años apoyando en forma ininterrumpida el crecimiento y consolidación de la industria de las microfinanzas en Colombia. Sin lugar a equivocaciones el Banco de Occidente ha sido un gran aliado nuestro y gracias a su generoso y oportuno fondeo, y lo más importante: la calidez de sus funcionarios y su diligencia para solucionar en todo momento nuestros requerimientos, son la razón principal por la cual se construyó una relación comercial y personal muy satisfactoria y de hecho nos sentimos muy orgullosos de trabajar con esta institución.

Claudio Higuera Martínez, Gerente General.



6. Inclusión Financiera



6.3 Occimoto

La asesoría y desembolso de créditos para adquisición de motos es otro de los frentes que se trabajó durante el 2012, fortaleciendo la participación en eventos con el fin de acercar el producto a los clientes y facilitar los trámites.

El Banco cuenta con una línea de financiación de motos de baja cilindrada, inferior a 250 c.c. Este producto nació en Banco Aliadas y se ha mantenido en el portafolio actual de esta entidad y su mercado objetivo se concentra en los estratos 2,3 y 4.

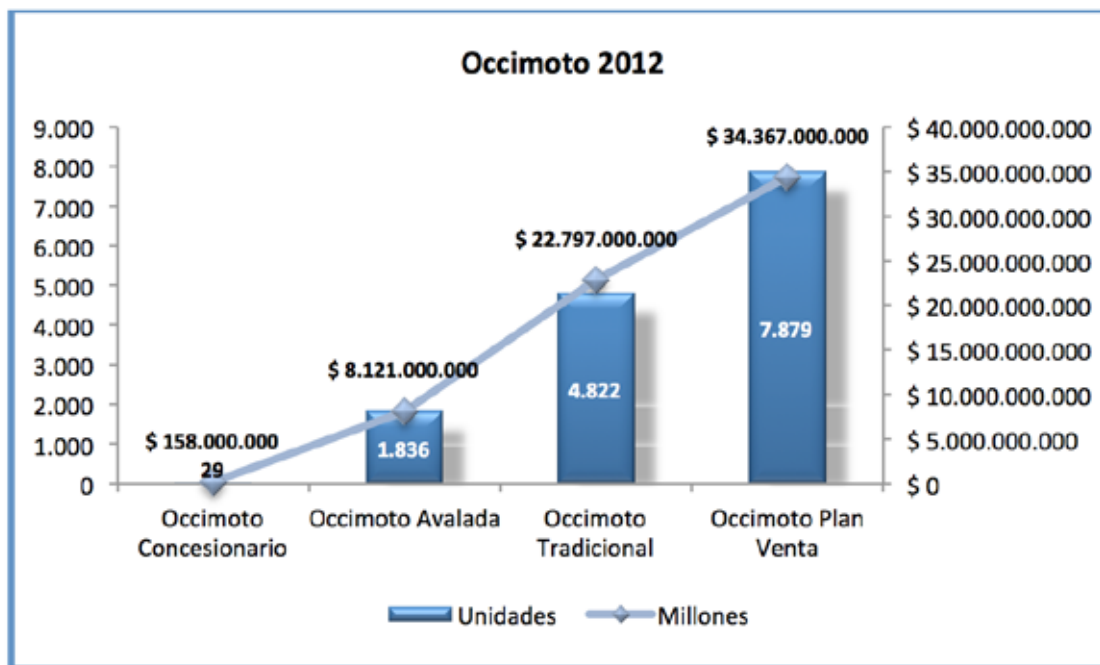
Occimoto brinda la oportunidad de financiación de motos a las personas de menores recursos para contribuir con sus necesidades de movilización, transporte y generación de ingresos.

En estudios adelantados por las ensambladoras más importantes del país y en investigaciones realizadas por el Banco, se encuentra que el 58% de los motociclistas compran la moto como medio de transporte y el 29% la adquieren para aumentar sus ingresos. De las 570.000 motos vendidas en Colombia en 2012, el 30% fueron adquiridas mediante algún sistema de financiación, lo que evidencia que es un mercado con necesidades de apoyo crediticio.

Es por esto que el Banco contribuye a mejorar el bienestar social y económico de la sociedad en Colombia y reconoce en este vehículo, un motor de oportunidades para los clientes y sus familias. La entidad ofrece facilidad y acompañamiento al cliente en la compra de la motocicleta y apoyo en la administración de su crédito a través de tasas por debajo de las tasas de usura.

De igual manera se realizan en esta línea préstamos a clientes que no cuentan con experiencia crediticia, financiación **hasta el 90% del valor** de la motocicleta con plazos máximos de 48 meses que permiten tener al cliente un flujo de caja positivo y la asesoría de ejecutivos especializados del Banco, que están capacitados para brindar al cliente interesado un servicio individualizado sobre la financiación de motocicletas.

Se hizo una adecuación a los procesos de originación y evaluación crediticia, lo cual temporalmente tuvo por fuera productos como plan venta y Occimoto avalada. No obstante en este momento nuevamente se cuenta con toda la capacidad instalada para poder seguir cumpliendo con tan importante labor, favoreciendo con ello a la población de menores ingresos.



7. Gestión Humana



El Banco de Occidente ofrece a sus empleados un adecuado clima laboral, que se ve reflejado en el desempeño y productividad de la organización al mantener un balance entre las responsabilidades laborales y la vida personal y familiar de sus empleados.

El desarrollo profesional y el fomento de la realización de carrera en el Banco son parte de las políticas de la organización. Se busca satisfacer y motivar al equipo humano mediante la definición de planes integrales orientados al bienestar del empleado y su familia. De igual manera, se fomenta la práctica de los valores éticos en su trabajo diario y su vida personal y se orientan sus acciones a la satisfacción del cliente. Todas estas acciones se desarrollan a través de la Vicepresidencia de Recursos Humanos.

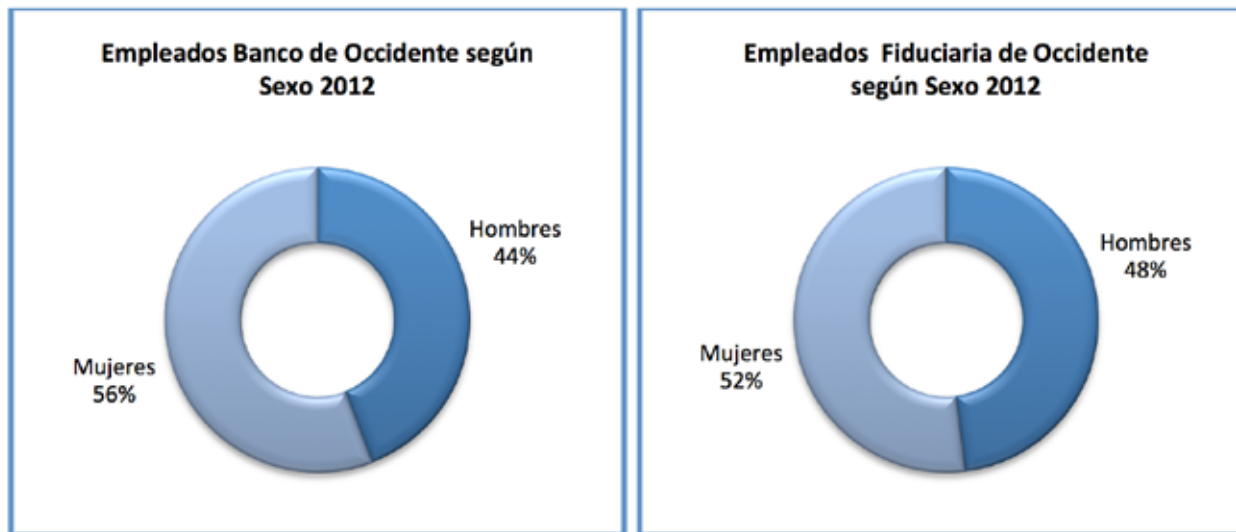
Las relaciones con el sindicato son excelentes, producto del trabajo alineado con el Banco en la permanente búsqueda de propuestas orientadas al bienestar de los empleados.

7.1 Perfil de los Empleados

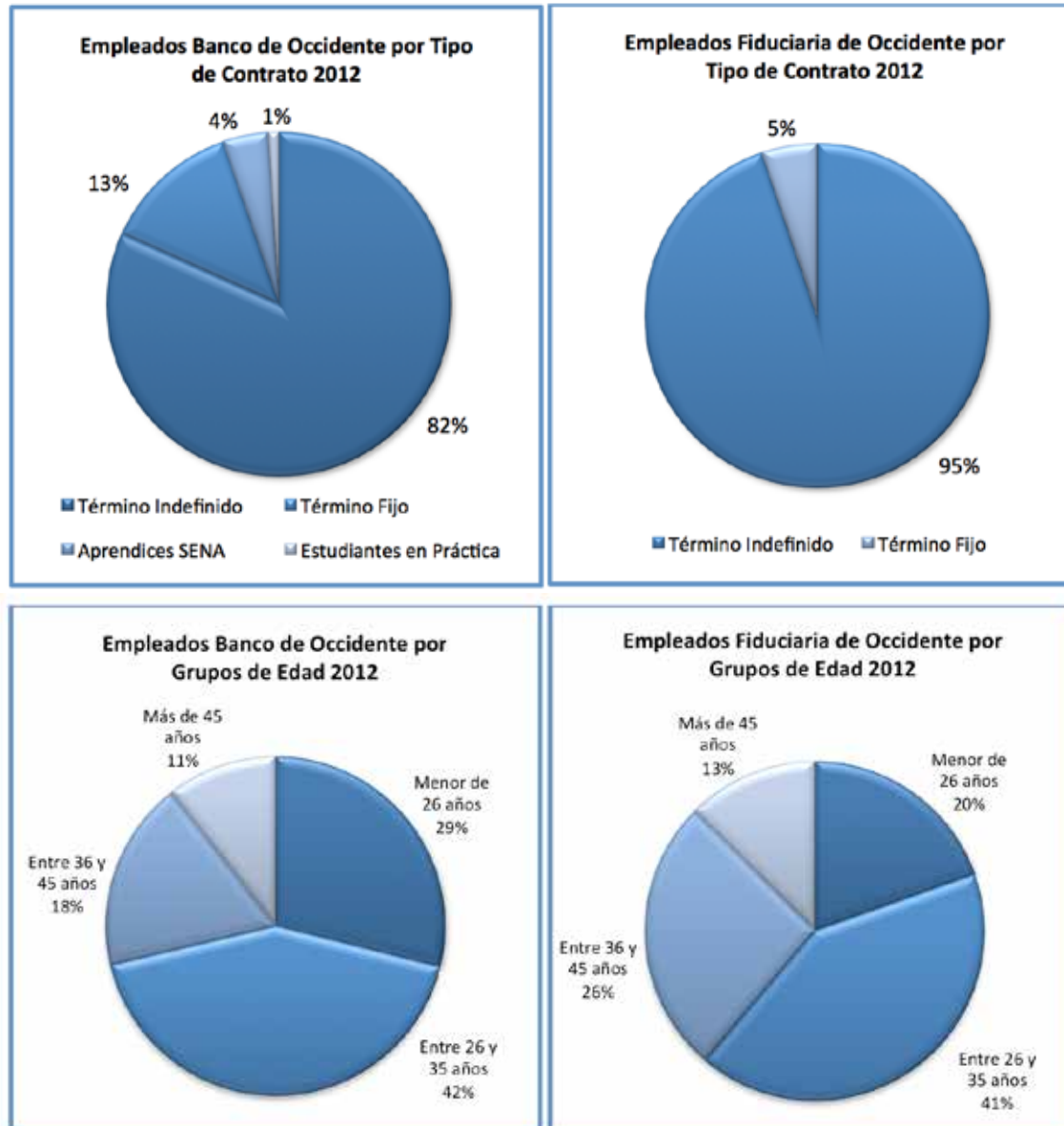
El Banco y su Filial Fiduciaria de Occidente durante el 2012, emplearon **7.888 personas**.

La planta de personal del Banco tuvo un crecimiento de 7.1% con respecto al año 2011. Se crearon **555 nuevos cargos** en el año 2012.

La planta de personal de Fiduciaria de Occidente tuvo un crecimiento de 7.5% con respecto al año 2011. Se crearon **23 nuevos cargos** en el año 2012.



7. Gestión Humana



7.2 Empleo, Selección y Evaluación

En el Banco se manejan tres grupos ocupacionales: Operativo, Comercial y Profesional. La selección de personal puede definirse como **“la es-cogencia del hombre adecuado para el cargo adecuado”**. Los procesos de selección se inician con vacantes de cargos autorizados en planta. Se cuenta con una guía que determina el nivel de estudio, experiencia y edad deseados para cada uno de los puestos de trabajo.

Se escogen los candidatos con el perfil adecuado para el cargo y con potencial para futuros cargos: **“Seleccionar hoy para el cargo del mañana”**.

La estructura salarial utilizada por el Banco, está definida de acuerdo a los parámetros establecidos en la Metodología HAY de Valoración de Cargos. La persona que se nombre en un cargo tiene definido, de acuerdo con su categoría, su asignación salarial sin distinción de sexo.

El Banco tiene dentro de sus políticas de desarrollo del recurso humano la promoción, esto se refleja en los **1.135** empleados ascendidos en el 2012, de los cuales **20** pasaron a ocupar cargos de nivel directivo.

7. Gestión Humana



7.2.1 Evaluación de Conocimientos

Es una de las herramientas que permite a los empleados conocer el portafolio de productos y servicios que ofrece el Banco, la cual ayuda a brindar una mejor atención y acertada orientación a los clientes actuales y potenciales, independientemente del área en la que se desempeñen.



7.2.2 Evaluación del Desarrollo

Actualmente la Evaluación del Desarrollo, constituye una orientación indispensable en el desarrollo del principal recurso y valor del Banco: **Su Gente**. La Evaluación del Desarrollo, es un proceso que permite tanto a Jefes como Empleados y a la Organización, conocer los logros alcanzados y el potencial de desarrollo de cada uno de sus empleados, mientras se evalúa su desempeño. Constituye una técnica de gestión administrativa a través de la cual se refuerza el concepto de Jefe - Formador.

La Evaluación del Desarrollo en el Banco se emplea para:

- Promociones y traslados
- Revisión salarial
- Establecimiento de una adecuada relación Jefe - Empleado
- Auto perfeccionamiento del funcionario
- Detección de necesidades de capacitación
- Estimación del potencial de cada empleado
- Refuerzo del papel integral del Jefe

7.2.3 Incrementos por Méritos

El Banco tiene definidos incrementos por méritos de acuerdo con el desempeño de los empleados. Los incrementos por méritos para cargos de nivel No Convencionado (Nivel Profesional) y los Convencionados (Nivel Operativo) deben ser sometidos al Comité de Salarios, que revisa la Evaluación del Desarrollo correspondiente a los últimos seis meses.

7.3 Clima Laboral

El Banco de Occidente ofrece un adecuado Clima Laboral para sus empleados, realizando de forma constante mediciones y tomando las acciones correspondientes para lograr mejoras en este importante campo que genera bienestar para el equipo humano de la entidad y facilita el cumplimiento de los objetivos corporativos. Por esta razón, desde el año 2006 se han desarrollado modelos de intervención que permiten identificar la percepción de los empleados en los diferentes frentes.

7. Gestión Humana



En 2010 se inició la evaluación de Clima Laboral con Great Place To Work (Gran Lugar para Trabajar), un instituto norteamericano que provee una de las herramientas más confiables y de más amplia aceptación para efectuar este tipo de mediciones.

Este Instituto ha desarrollado y validado mundialmente un modelo para el entendimiento y comprensión del ambiente laboral a partir de la construcción, reconocimiento e interacción de las tres relaciones básicas en cualquier lugar de trabajo, como son:



A partir de estas relaciones, el modelo analiza cinco (5) dimensiones y quince (15) variables que se agrupan de acuerdo con la siguiente tabla:

| C O N F I A N Z A | |
|-------------------|---|
| | <p>Credibilidad</p> <p>Aceptación de los líderes y su estilo de liderazgo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Competencia Gerencial • Integridad |
| | <p>Respeto</p> <p>Aceptación de las prácticas de la organización frente a las personas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo • Participación • Cuidado |
| | <p>Imparcialidad</p> <p>Imparcialidad percibida en los líderes y compromiso de estos con la equidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equidad • Ausencia de Favoritismo • Justicia |
| | <p>Camaradería</p> <p>Inteligencia emocional en los colaboradores y de los grupos entre sí</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fraternidad • Hospitalidad • Sentido de Equipo |
| | <p>Orgullo</p> <p>Sentimientos hacia las diferentes facetas de la organización</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo • Equipo • Empresa |

7. Gestión Humana



7.3.1 Plan de Acción

Luego de la aplicación de la encuesta, se realiza el proceso de divulgación de resultados a cada una de las dependencias del Banco y con base en el resultado se definen planes de acción que reflejan las oportunidades de mejora.

El objetivo es que el clima de la organización muestre progresos mediante acciones focalizadas en el trabajo individual y de equipo. Los planes de acción son:

- Divulgación de resultados al 100% de las Áreas, Oficinas y Divisiones
- Trabajo de Dimensiones en forma cualitativa de los resultados de la Encuesta de Clima Laboral
- Grupos focales, que permite diagnosticar la situación y definición de planes de acción más acertados
- Entrevistas privadas a los empleados
- Talleres focalizados sobre las dimensiones con valoraciones sensibles y bajas de cada Área, Oficina y División
- Coaching líderes y coaching grupal
- Divulgación beneficios legales y extralegales del Banco
- Programa 5's

7.3.2 Acciones en Fiduciaria de Occidente

En el 2012 se aplicó la encuesta de Clima Laboral del Instituto Great Place To Work, con una participación del 97% de los funcionarios de la Fiduciaria, permitiendo identificar y establecer planes de trabajo en las dimensiones de Credibilidad, Respeto, Imparcialidad, Camaradería y Orgullo. La divulgación de los resultados se viene realizando a través de grupos de discusión, generando planes de acción con miembros de todos los niveles de la organización.



7. Gestión Humana



7.4 Salud y Seguridad

7.4.1 Salud Ocupacional

Los temas a trabajar en el área de Salud Ocupacional se seleccionan de acuerdo al informe de ausentismos, con el apoyo del Departamento de Promoción y Prevención de las EPS y Caja de Compensación para la realización de conferencias sobre prevención de enfermedades. Las personas que participan en las diferentes jornadas, se seleccionan por previa inscripción en la Intranet en el momento en que se envía la campaña de expectativa a través de correo electrónico.

Con el apoyo de las Entidades Promotoras de Salud se establecen convenios de Consultorio Empresarial de Medicina y Odontología.

Se realizan exámenes ocupacionales de Ingreso y Retiro, como también los exámenes ocupacionales periódicos con el objetivo de identificar la población de empleados en riesgo por enfermedad cardiovascular e hipertensión, entre otros. Adicionalmente se tienen establecidos programas como Evaluaciones Médicas, Calidad de Vida y Reto Vital, para la prevención de Enfermedades Cardiovasculares fomentando la actividad física y el bienestar físico y mental.

Se ejecutan los subprogramas de Salud Ocupacional como son: Visual, Auditivo, Cardiovascular y Ergonómico.

Durante el año 2012 se realizaron diversas actividades en las cuatro regionales dirigidas a preservar, mejorar y mantener la salud de los empleados en su vida laboral, personal y familiar de manera individual y colectiva. Se realizaron intervenciones en los siguientes aspectos ocupacionales: ergonomía, optometría, audiometría. También se realizaron las jornadas de promoción y prevención en temas de odontología, prevención de cáncer, enfermedades gástricas, respiratorias y jornadas de relajación.



7. Gestión Humana



Ergonomía

Con el apoyo de la ARL Alfa se realizaron las siguientes actividades:

- Sensibilización en temas de higiene postural
- Inspecciones de los puestos de trabajo para evaluar condiciones físicas y recomendaciones para acondicionamiento de los puestos de trabajo
- Evaluación de riesgos en el área visual y osteomuscular en los puestos de trabajo
- Evaluación de solicitudes de las EPS, de acuerdo a los documentos de patologías presentados por los empleados



Programa de Salud Visual

Con la puesta en práctica de este programa el Banco busca determinar clínicamente el grado de deficiencia visual individual con el fin de tomar medidas preventivas y correctivas ampliando así la conciencia de los empleados acerca del cuidado visual, con lo que se obtiene un mejor desempeño y rendimiento laboral.

Programa Cardiovascular

Se realizaron encuestas y tamizajes de Riesgo Cardiovascular donde a los empleados se les toma el índice de masa corporal, la presión arterial y el peso; una vez se tiene esta información se definen riesgos en la población para ejecutar un programa de Nutrición y consulta con médico y/o enfermera.

7.4.2 Acciones en Fiduciaria de Occidente

A lo largo del año 2012 se realizaron en esta entidad programas de Higiene y Seguridad Industrial, Medicina Preventiva, exámenes médicos periódicos ocupacionales, talleres de estilos de vida saludable y jornadas de capacitación a los brigadistas de las áreas en Dirección general y de las distintas regionales. De igual forma se llevaron a cabo actividades de esparcimiento y celebración de fechas especiales.

7. Gestión Humana



7.5 Capacitación

7.5.1 Capacitación Operativa

El objetivo del Banco es brindar a los empleados la oportunidad de capacitarse para mejorar su desempeño en los diferentes procesos y contribuir a su desarrollo profesional.

El Área de Capacitación Operativa con base en las mejores prácticas, pretende innovar y promover el crecimiento de los funcionarios de manera estandarizada, con una activa participación que involucre y complemente todos los temas, para que esto se vea reflejado en la excelencia y la buena calidad de servicio a nuestros clientes. Se llevan actividades que involucran al personal operativo de las Oficinas, Credicentros y Staff Regional en los diferentes procesos de la operación bancaria.

7.5.2 Capacitación Comercial

Para reforzar y mantener actualizada la fuerza comercial del Banco de Occidente, anualmente se programan las jornadas de capacitación, para cada una de las Unidades de Negocio: Banca Personal, Banca Empresarial, Oficial, Intermedia, Intermedia Centralizada y Corporativa, Banca de Vehículos y Bienes Intermedios y la Unidad de Leasing.

7.5.3 Capacitación Virtual

La Vicepresidencia de Recursos Humanos establece las políticas sobre las cuales se rige la capacitación virtual en su plataforma: e-ureka. El seguimiento de estas políticas es importante para asegurar el entrenamiento oportuno de todos los funcionarios y la consecución de los objetivos estratégicos del Banco. En los programas de capacitación virtual existen temas definidos por la Superintendencia como SARO, SARLAFT, PCN, entre otros, los cuales deben ser observados por el 100% de los empleados (incluyendo empleados a término fijo, estudiantes en práctica y aprendices SENA), quienes deben presentar posteriormente una evaluación que debe ser aprobada.

7.5.4 Acciones en Fiduciaria de Occidente

Para la Fiduciaria de Occidente la formación es un tema de vital importancia y se refiere a todos aquellos estudios y aprendizajes encaminados a mantener y aumentar los conocimientos y habilidades de los funcionarios para el desempeño de su labor.

En este sentido, los nuevos empleados tienen el programa de Inducción, el cual involucra el conocimiento de todas las áreas de la entidad y además participan en el Programa de Entrenamiento en el Puesto de Trabajo P.E.P.T., que ofrece formación específica en las funciones y conocimientos teóricos y prácticos propios del cargo.

Durante el año 2012 se realizaron programas orientados a desarrollar y actualizar a los funcionarios en el desempeño de su labor, de acuerdo a los objetivos estratégicos planteados en la organización. Se destacan formaciones normativas, formaciones de actualización en temas jurídicos, contables, cambiarios, prevención e identificación de riesgos y en el Sistema de Atención al consumidor financiero.



7. Gestión Humana



7.6 Relaciones Laborales

La vigencia de la Convención Colectiva de Trabajo, está comprendida entre el primero 1° de Enero de 2012 y el 31 de Diciembre de 2014. Esta convención sólo aplica para los funcionarios del Banco de Occidente y no se extiende a los trabajadores de sus Filiales.

Testimonio de **José Eudoro Gallo**, presidente del sindicato del Banco de Occidente, empleado de la entidad hace 40 años:

“Yo destaco las excelentes relaciones entre la empresa y el sindicato desde que empezó a funcionar en el año 73. El Banco de Occidente es un Banco de puertas abiertas. Hemos venido trabajando sin mayores problemas y por consiguiente no se han presentado interrupciones en las labores. Desde el Presidente, hasta el patinador todos tenemos la función de destacar el papel del Banco. La recomendación de la Presidencia es trabajar a favor del Banco, esto ha sido muy importante para conservar la buena relación entre el sindicato y la empresa”.

7.7 Bienestar

Es el área donde se propende por el mantenimiento y fortalecimiento del Clima Laboral, generando bienestar en los funcionarios y sus familias a través de la administración de los servicios y beneficios, la planeación y desarrollo de actividades a partir de los lineamientos de la organización y de las necesidades del empleado, incentivando el equilibrio entre lo social, emocional, físico y laboral.

El Banco se preocupa por brindar a sus empleados y sus familias posibilidades de mejoramiento de calidad de vida profesional y familiar a través de diferentes tipos de auxilios, actividades y pólizas.

A lo largo del año se realizan diferentes actividades para los empleados y sus familias: taller de adolescentes y vacaciones recreativas para los hijos de los empleados, día de plenitud para los padres (mayores a 55 años) de los empleados, día de la familia, economía familiar y actividades recreodeportivas.

De igual manera se llevan a cabo actividades institucionales tales como: programa Acerquémonos, celebración día de la secretaria, fiesta de navidad para los hijos (menores a 12 años) de los empleados y fiesta de navidad para los empleados del Banco.

También se ofrecen diferentes convenios, los cuales están encaminados a generar bienestar y salud en los empleados. Algunos de estos convenios se establecen con: gimnasios, escuelas deportivas, centros de salud, belleza y medicina alternativa, escuelas de idiomas y programas culturales.

| Pólizas | Auxilios |
|---|--|
| Asistencia Médica, Vida y Accidentes Personales | Bachillerato, escolaridad hijos de los empleados, Universidad de los empleados y de sus hijos, Nacimiento, Matrimonio, Óptico, Escritura, Defunción. |



7. Gestión Humana



7.8 Apoyo al Fondo de Empleados

Los aportes del Banco de Occidente al Fondo de Empleados, que agrupa a **6.073 asociados** a cierre de diciembre de 2012, fueron significativos.

El Fondo como empresa de los empleados del Banco disfrutó de tasas preferenciales de sobregiro, exoneración de comisiones en las consultas telefónicas, traslados de dinero, comisiones por débitos automáticos, abonos a cuentas propias, cheques en formas continuas, OcciRed, entre otros.



Fondoccidente contribuyó a aumentar la riqueza de sus asociados en \$9.557 MM en el 2012.

Los valores estimados del Beneficio de los Asociados, se hacen respecto a los costos de los créditos y los ahorros, el uso de otros servicios, el reintegro de recursos con la revalorización de los aportes, pago de auxilios y reintegros de las pólizas. Así mismo, el Banco facilita la realización de eventos como juntas y asambleas.

Fondoccidente lleva a cabo sus programas de manera independiente y autónoma en relación con el Banco de Occidente, incluso cuando recibe apoyo en varios frentes de la entidad.

De otra parte, se destacan las asesorías en proyectos de tecnología, el soporte en contrato de servicios, apoyo logístico con proveedores, cobertura del correo interno, apoyo legal y de recursos humanos y cesión de espacio físico para la ubicación de oficinas.

8. Clientes



8.1 Régimen de Protección al Consumidor Financiero

El Régimen de Protección al Consumidor Financiero tiene como objeto establecer los principios y reglas que rigen la protección a los consumidores financieros en las relaciones entre estos y las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, entendiéndose por consumidor financiero, toda persona que sea consumidor en el sistema financiero, asegurador y del mercado de valores.

El gran cambio que se presenta en esta reglamentación, es que eleva los derechos del consumidor financiero a la consideración de Ley, lo cual permite a la Superintendencia Financiera de Colombia aplicar con toda claridad el régimen sancionatorio.

Se realizó un curso virtual con el fin de instruir a todos los empleados del Banco sobre el alcance del Régimen de Protección al Consumidor Financiero contemplado en la nueva Reforma Financiera consagrada en la Ley 1328 de 2009.

8.2 Sistema de Atención al Consumidor Financiero

En complemento a la Ley 1328 de 2009, el Banco estableció el Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC) con el propósito de fortalecer la normatividad existente, evitar que la información suministrada a los consumidores genere dudas y buscar el equilibrio contractual entre el Banco y el consumidor financiero.

Para lograrlo, el SAC se compone de 4 etapas que son: identificación, medición, control y monitoreo de todos aquellos hechos o situaciones que puedan incidir en la debida atención y protección de los consumidores financieros, cumpliendo las siguientes premisas:

1. Fortalecer la cultura de atención, respeto y servicio a los consumidores financieros
2. Adoptar sistemas para suministrarles información adecuada
3. Fortalecer los procedimientos para la atención de sus quejas, peticiones y reclamos
4. Propiciar la protección de los derechos del consumidor financiero, así como la educación financiera de estos
5. Fortalecer la cultura de mejoramiento continuo

Con una periodicidad anual, se realiza un curso virtual con el objetivo de que todos los colaboradores del Banco comprendan en qué consiste el Sistema de Atención al Consumidor Financiero, cuáles son sus etapas y cómo se aplica en la gestión de Calidad del Banco.



8. Clientes



8.3 Educación Financiera

La educación financiera es el proceso educativo por medio del cual las personas desarrollan conocimientos, actitudes, destrezas, valores, hábitos y costumbres en el manejo de la economía personal y familiar por medio de la utilización adecuada de las herramientas e instrumentos básicos de la vida financiera necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar.

Contribuye a mejorar las condiciones de vida de las personas, ya que proporciona herramientas para la toma de decisiones relativas a la planeación para el futuro y a la administración de los recursos, así como información pertinente y clara que da lugar a un mayor y mejor uso de los productos y servicios financieros.

Los usuarios con mayores niveles de educación financiera tienden a ahorrar más, lo que normalmente se traduce en mayores niveles de inversión y crecimiento de la economía en su conjunto. Los objetivos principales del programa de educación financiera del Banco de Occidente son:

Educar al Cliente: Diseñando y desarrollando planes y programas de educación financiera dirigidos a los clientes, usuarios y clientes potenciales del Banco, con el fin de hacer claridad acerca de conceptos básicos financieros, manejo de finanzas personales, información de su portafolio, medidas para el manejo seguro de canales, productos y servicios y los mecanismos legales y contractuales establecidos para la defensa de los derechos de los consumidores financieros.

Informar al Cliente: Garantizar la entrega de la información clara, suficiente y oportuna a los consumidores financieros.

Para ello el Banco de Occidente ha utilizado varios mecanismos de comunicación a través de sus Gerentes Comerciales, Boletín Alcorriente, Cartelera Institucional y el portal **www.occieduca.com** donde los clientes y usuarios pueden encontrar orientación sobre el manejo correcto y el uso efectivo de los productos y servicios que se ofrecen. **“Mantenerse informado es seguridad, es protegerse, es garantizar sus derechos”.**



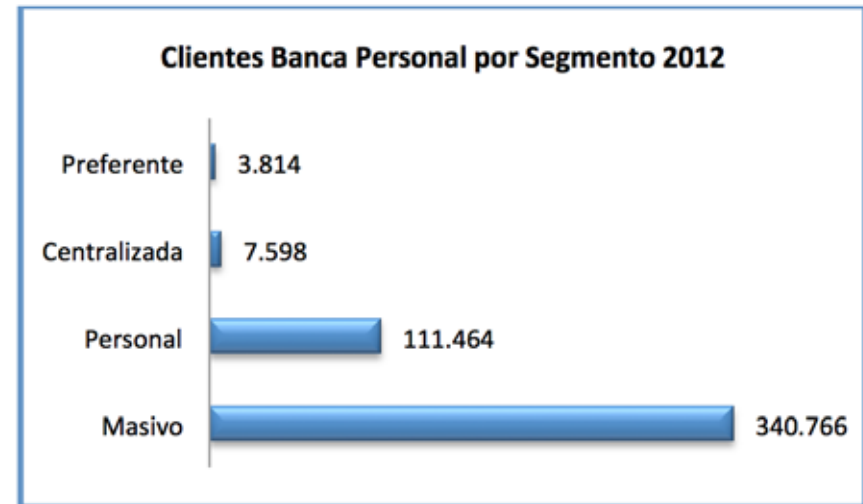
8. Clientes



8.4 Segmentación

8.4.1 Segmentación Banca Personal

| Banca Personal | |
|------------------------------|--|
| Segmento | Perfil |
| Preferente | <p>Dueños de empresas, accionistas, miembros de Juntas Directivas, ejecutivos de empresas reconocidas de primer y segundo nivel, profesionales con ingresos mayores a 43 SMLV que cumplan con alguno de los siguientes parámetros:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promedio últimos 6 meses Cuenta Corriente, mayor o igual a \$ 15 millones ▪ Promedio últimos 6 meses Cuenta Ahorros, mayor o igual a \$ 25 millones ▪ Promedio saldo en Cartera mayor o igual a \$ 50 millones ▪ CDT mayor o igual a \$ 70 millones |
| Personal Centralizada | <p>Personas con ingresos de 18 a 42 SMLV o que cumplan con alguno de los siguientes parámetros:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Clientes con promedio últimos seis meses en Cuenta Corriente mayores a \$ 10MM ▪ Clientes con promedio últimos seis meses en Cuenta de Ahorros mayores a \$ 18MM ▪ CDT mayor a \$ 50 MM ▪ Promedio de Cartera mayor a \$ 35MM |
| Personal | <p>Clientes con ingresos superiores a 5.6 SMLV que cumplan con alguno de los siguientes parámetros:</p> <p>Ciudades Tipo A (Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promedio últimos 6 meses Cuenta Corriente mayor o igual a \$ 1.2 millones ▪ Promedio últimos 6 meses Cuenta Ahorros mayor o igual a \$ 4 millones ▪ Promedio saldo en Cartera mayor o igual a \$ 25 millones ▪ CDT mayor o igual a \$ 20 millones ▪ Clientes Cartera mono producto mayor o igual a \$ 15 millones <p>Ciudades Tipo B (Bucaramanga, Cartagena, Ibagué, Manizales, Palmira, Pereira) y Tipo C (demás ciudades)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promedio últimos 6 meses Cuenta Corriente mayor o igual a \$ 1.2 millones ▪ Promedio últimos 6 meses Cuenta Ahorros mayor o igual a \$ 4 millones ▪ CDT mayor o igual a \$ 15 millones ▪ Promedio saldo en Cartera mayor o igual a \$ 15 millones ▪ Clientes Cartera mono producto mayor o igual a \$ 10 millones |
| Masiva | <p>Clientes con ingresos entre 1.5 y 6 SMLV Clientes con ingresos entre 1 y 2 SMLV</p> |

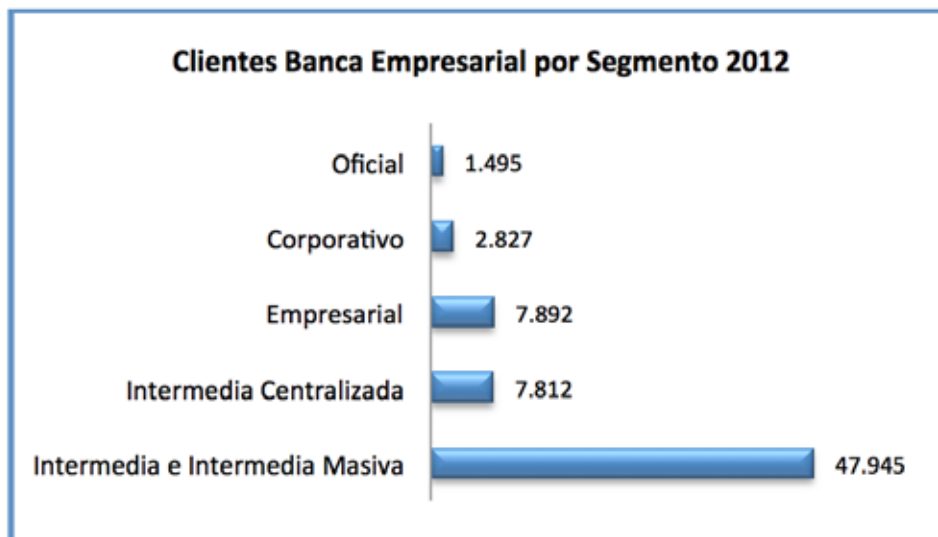


8. Clientes



8.4.2 Segmentación Banca Empresarial, Oficial e Intermedia

| Banca Empresarial, Oficial e Intermedia | |
|---|--|
| Segmento | Perfil |
| Oficial | Entidades pertenecientes al sector oficial |
| Corporativo | Clientes con nivel de ventas mayor a \$60.000 MM |
| Empresarial | Clientes con nivel de ventas mayor a \$15.000 MM y menor a \$60.000 MM |
| Intermedia Centralizada | Clientes con nivel de ventas mayor a \$5.500 MM y menor a \$15.000 MM |
| Intermedia | Clientes con nivel de ventas mayor a \$1.500 MM y menor a \$5.500 MM |
| Intermedia Masiva | Clientes con nivel de ventas mayor a \$500 MM y menor a \$1.500 MM |

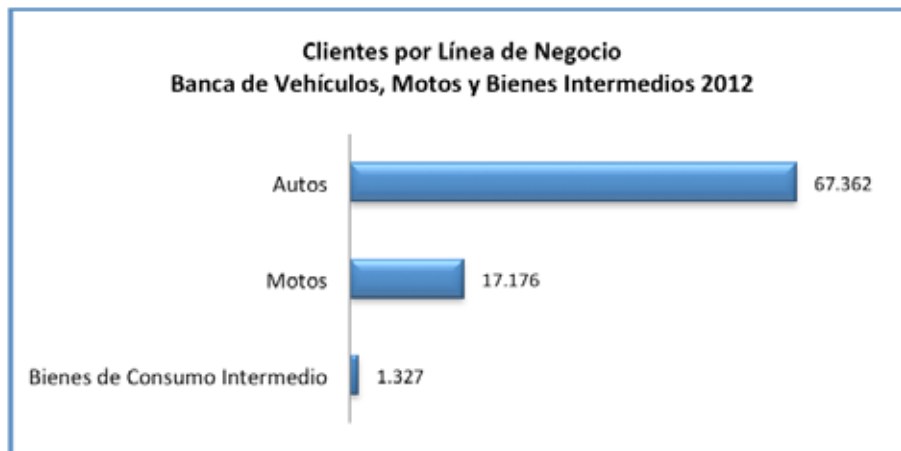


8. Clientes



8.4.3 Segmentación Banca de Vehículos, Motos y Bienes Intermedios

| Banca de Vehículos, Motos y Bienes Intermedios | |
|--|---|
| Segmentos por línea de negocio | Perfil |
| Vehículos Particulares | <p>Asalariadas, personas cuyo salario representa por lo menos el 60% de sus ingresos totales. Contrato a término indefinido deberá ser de por lo menos 3 meses (presentando continuidad laboral de un año), y, para contrato a término fijo (prestación de servicios u obra labor), debe estar renovado por más de un año. El ingreso mínimo requerido para un asalariado debe ser por lo menos de 2,5 SMLV.</p> <p>Rentistas de Capital, personas cuyos ingresos provienen de intereses, beneficios, ganancias y en general, todo cuanto represente rendimiento de capital; este incluye además ingresos generados por alquiler. Deberá llevar en su actividad, dos años de experiencia. El ingreso mínimo requerido para un independiente debe ser por lo menos de 5 SMLV.</p> <p>Profesionales Independientes, personas que tengan un título como profesional o tecnólogo y que su actividad esté relacionada con dicha profesión, cuyos ingresos, al menos el 60%, deben provenir de su actividad profesional, independientemente del número de fuentes de ingreso que presente. La experiencia en el sector debe ser, por lo menos, de un año y el ingreso mínimo requerido de 3 SMLV.</p> <p>Independientes, las personas declarantes o no, cuyos ingresos dependen en un porcentaje superior al 60% de actividades económicas, en las cuales no existe vínculo laboral alguno. Deberá llevar en su establecimiento comercial o en su actividad, dos años de constituida o de experiencia respectivamente. El ingreso mínimo requerido debe ser por lo menos de 5 SMLV.</p> |
| Vehículos Productivos | <p>Personas Naturales y Jurídicas con ingresos mensuales iguales o superiores a 6 SMLV, cuya actividad económica en un 60% o más provengan de la actividad de transporte de carga o pasajeros y que sean propietarios de dos o más vehículos generadores de renta.</p> |
| Motocicleta | <p>Segmento de baja cilindrada (Occimoto): Asalariados desde 1.5 SMLV, Profesionales Independientes desde 2.0 SMLV y Comerciantes y/o Rentistas de Capital desde 3.0 SMLV</p> <p>Segmento de Alta cilindrada (Occimoto Alta Cilindrada): Asalariados y Profesionales Independientes desde 3.0 SMLV. Comerciantes y/o Rentistas de Capital desde 4.5 SMLV.</p> <p>Personas Jurídicas que cumplan con el análisis establecido para la adquisición de motos de baja y de alta cilindrada. (Financiación directa con los productos de línea)</p> <p>Distribuidores o ensambladores que cumplan con el análisis crediticio para el otorgamiento de un cupo con el cual puedan avalar la financiación de sus clientes directos.</p> |
| Maquinaria y Equipo Productivo | <p>Personas Naturales independientes o Personas Jurídicas interesadas en adquirir maquinaria para construcción, agrícola, montacargas, estanterías, equipos médicos, plantas eléctricas, equipos industriales y equipos de diagnóstico automotriz a través de crédito o leasing, que tengan mínimo 2 años de experiencia comprobada en su actividad y cuyos montos a financiar superen los \$13MM.</p> |



8. Clientes



8.4.4 Segmentación Unidad de Leasing

| Unidad de Leasing | |
|----------------------|---|
| Modalidad de Leasing | Segmentos |
| Financiero | Corporativo, Empresarial, Intermedio, Oficial, Pyme y Persona Natural |
| Operativo | Corporativo, Empresarial, Intermedio, Oficial y Pyme |
| Habitacional | Persona Natural Estratos 4, 5 y 6 |
| Renting | Corporativo, Empresarial, Intermedio y Oficial |





8.5 Bancarización

La estrategia de bancarización actualmente está enfocada en ampliar la cobertura geográfica de puntos de recaudo de servicios públicos y privados, al igual que impuestos a través de los esquemas de Corresponsales Bancarios y de Recaudo por Extensión de Red.

8.5.1 Corresponsales Bancarios

El Grupo Aval en conjunto con el Grupo Éxito, unieron esfuerzos para trabajar en el tema de Corresponsalía Bancaria. A raíz de este proyecto, cualquier persona bancarizada o no, puede realizar el pago en efectivo de sus facturas de servicios públicos y privados, pago de seguridad social y retiros en efectivo con tarjeta débito de los cuatro bancos del Grupo Aval.



Al cierre de 2012 se cuenta con 456 almacenes del Grupo Éxito (Éxito, Carulla, Homeart y Surtimax), Colsubsidio, Copidrogas y Red Cerca como Corresponsales Bancarios del Grupo Aval, con un total de 4.432 cajas para realizar transacciones en todo el país.

A diciembre de 2012 se realizó un total acumulado de 8.234.032 recaudos de facturas de servicios públicos, privados y pago de seguridad social y 865.484 retiros en efectivo.

8.5.2 Recaudo por Extensión de Red

Actualmente el Banco tiene convenio de Recaudo por Extensión de Red con 22 supermercados del Valle del Cauca y Antioquia y dos Gestores de Red a Nivel Nacional, lo que permite a las personas bancarizadas o no, realizar pago de facturas de servicios públicos y privados, pago de seguridad social y el recaudo de impuestos.

El objetivo de este esquema, al igual que el de Corresponsal Bancario, es aumentar la cobertura geográfica del Banco y facilitar el acceso a las poblaciones que están bancarizadas o que aún no lo estén, para facilitar los pagos y recaudos de servicios públicos y privados. Difiere del Corresponsal Bancario en el marco legal de la contratación de los servicios de operación por parte de terceros.

8. Clientes



8.6 Servicios Especiales

8.6.1 Pago a Pensionados

El Banco ha diseñado centros de pago, donde se ofrecen lugares cómodos, con atención exclusiva, con sillas de ruedas y en general donde se brinda un servicio de calidad a los adultos mayores. Se realizaron modificaciones para no cobrar comisiones a los pensionados y brindarles la comodidad de uso de cajeros automáticos y compras en establecimientos.

También se implementó el servicio de Pago Domiciliado para los pensionados discapacitados o con estado de salud crítica, lo que permite que puedan realizar sus pagos desde su casa, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de estas personas.

8.6.2 Página Electrónica para Liquidación y Pago de Impuestos

Diseño y desarrollo de páginas Transaccionales particulares que permiten el cargue de la información para la parametrización de la liquidación y pago de impuestos. El sistema controla uno a uno los campos de una liquidación y/o declaración de impuestos, esto genera mayor facilidad para los contribuyentes en aspectos como la asistencia total para no cometer errores, que pueden generar sanciones. Con el uso de la red se evitan desplazamientos de los contribuyentes, se disminuye el consumo de papel y químicos en las impresoras y se reduce el uso de tramitadores.

Adicionalmente, este servicio va en línea con la Ley 19 de 2012 relacionada con la disminución de trámites, generando así valor al sector oficial y empresarial.

8.6.3 Cajeros Humanos

Este personal está ubicado en las instalaciones del cliente, lo cual contribuye a generar empleo y apoya el desarrollo de los municipios a través de la recuperación de cartera y recaudo. El Banco tiene 35 clientes con este servicio.

8.6.4 Jornadas Móviles de Recaudo

El Banco ha desarrollado el servicio de Recaudo Móvil para las Jornadas Militares, donde se recauda la cuota de compensación Militar y el decreto 2350 en municipios donde no hay presencia de Bancos, se acompaña al Ministerio de la Defensa en la estrategia de definición de la situación militar de poblaciones muy alejadas y hacemos presencia de 1 a 4 días continuos. Se programan alrededor de 100 convocatorias especiales al año en los diferentes municipios del País. Servicio de Recaudo con actualización de base de datos en tiempo real y con infraestructura muy liviana (software y hardware), que permite la movilidad y el dinamismo que se requiere.

8.6.5 Jornadas Especiales para Recaudo de Impuestos

El Banco ha dispuesto la domiciliación para el recaudo de impuestos en 2 líneas:

1. Visita a grandes empresas para recaudo de impuesto con datafono, evitando el desplazamiento de los contribuyentes, generando valor al disminuir el riesgo por manejo de efectivo y apoyando el recaudo masivo del ente territorial (disminución cartera vencida)
2. Habilitar puntos de recaudo con estructura muy liviana, en centros comerciales donde se ubica un stand con funcionario liquidador del ente territorial y un cajero humano Banco con datafono para el pago.



8. Clientes



8.7 Satisfacción del Cliente

Para el Banco de Occidente la excelencia en el servicio constituye uno de sus principales frentes de trabajo, por eso realiza estudios de carácter interno y externo y fomenta entre los colaboradores de la entidad competencias que permiten ofrecer cada día mejoras en la atención de expectativas y necesidades de sus clientes. En los casos en que no ocurra una experiencia favorable, el Banco procura agilizar los procesos para corregir los errores en este sentido.

8.7.1 Estudio Sectorial Bancario

Encuesta de percepción de servicio en clientes de entidades financieras. A través de este estudio se conoce el nivel de satisfacción de los clientes externos del Banco en comparación con el de los clientes de las otras entidades financieras de Colombia. Esta medición se realiza anualmente.

La calificación general de la institución para cada una de sus bancas se ubicó en un rango de servicio bueno de acuerdo a la escala internacional utilizada en la encuesta.

El Banco, en su interés por ofrecer calidad en la excelencia realiza de forma sistemática estudios de satisfacción del cliente externo e interno para tomar los correctivos en todos los aspectos de mejora.

8.7.2 ENSE

Encuesta de Nivel de Satisfacción Externa. Se realiza anualmente a clientes de todas las bancas. Permite conocer la percepción del servicio en oficinas y Gerentes, en aspectos tales como: atención telefónica, atención personal, oportunidad en la entrega de extractos, oportunidad en la atención de requerimientos y reclamos y presentación personal, entre otros aspectos.

8.7.3 ENSE Reclamos

Esta encuesta es realizada a todos los clientes que han presentado reclamos o quejas y le permite al Banco conocer el nivel de satisfacción con la respuesta recibida. Se lleva a cabo una vez al año.

8.7.4 TEO

El Teléfono Eficiente y Oportuno, TEO, permite establecer el nivel de satisfacción con la atención telefónica de los clientes internos, en relación con la facilidad, rapidez, actitud y oportunidad en la atención. Se realiza anualmente.

8.7.5 ENSI

Encuesta de Nivel de Satisfacción Interna. Este estudio mide una vez al año el nivel de satisfacción de los clientes internos. Permite conocer si las áreas de Dirección General y Staff Regionales están cumpliendo con su misión de entregar productos y servicios oportunos y con la calidad de atención requerida a sus compañeros de trabajo.





8.7.6 Acciones en Fiduciaria de Occidente

En la Fiduciaria de Occidente se realiza un estudio de satisfacción de clientes bajo el modelo ACSI, American Customer Satisfaction Index, implementado por Customer Index Value, CIV. ACSI es un modelo econométrico de causa-efecto que calcula impactos de todos los drivers o móviles que afectan directa o indirectamente la satisfacción de los consumidores en la economía.

La calificación de satisfacción es dependiente de las variables de expectativas, calidad percibida y valor percibido para cada sector y compañía que se estudia; el resultado, es el índice de satisfacción total y de este indicador se desprenden las variables de quejas y lealtad.

Para la ejecución del estudio se realizaron entrevistas telefónicas durante el mes de septiembre y octubre de 2012 sobre la muestra aleatoria definida de los segmentos de fiducia de inversión y fiducia de administración.

En escala de 1 a 100, el índice total de satisfacción de Fiduoccidente y de sus líneas de negocio tuvo una calificación de 79.6 puntos que está calificado como una buena calificación entre el estándar calificaciones emitida por ACSI.

El índice de Calidad Percibida es una medición de la evaluación que hacen los consumidores a través de experiencias recientes sobre la calidad de los productos y servicios de las empresas medidas.

La calidad percibida se mantiene en niveles superiores a los 82 puntos siendo un factor fundamental la alta percepción de confiabilidad de la Fiduciaria en sus procesos.



8. Clientes



8.8 Calidad

8.8.1 Programas de Calidad en el Servicio

El Banco promueve el premio de Oficina Modelo, el cual reconoce a la oficina más destacada en servicio a nivel nacional en cuatro grupos conformados de acuerdo a tamaño de las agencias. Se escoge la oficina ganadora por los mejores resultados en las encuestas de servicio y de clima laboral. Los ganadores reciben un estímulo económico.

Las oficinas trabajan sobre las principales oportunidades de mejora detectadas en las encuestas de servicio bajo la asesoría del área de Calidad en Servicio al Cliente y con las directrices generadas en los comités de Calidad de la Dirección General y los Comités Regionales.

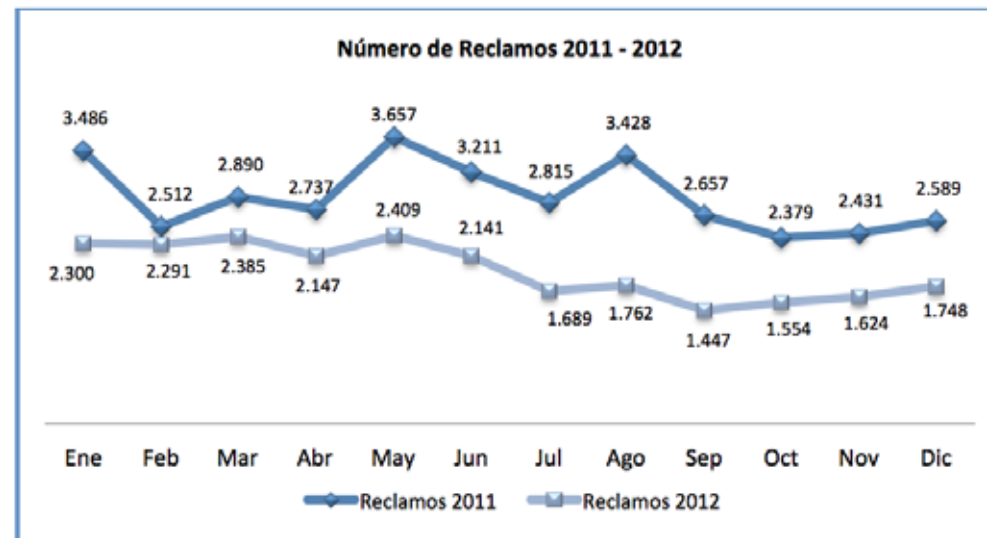
De otra parte, el Banco promueve anualmente el Encuentro de Calidad y el Encuentro de los Mejores, en los cuales los seleccionados tienen la posibilidad de presentar sus proyectos de mejoramiento e innovación y son reconocidos por la alta dirección del Banco, la cual les hace entrega de un trofeo y premios por su aporte a la gestión de Calidad en la organización.

Durante todo el año el área de Calidad en Servicio al Cliente orienta y asesora a las áreas y oficinas para el desarrollo de sus proyectos a través de la metodología PHVA que significa: Planear, Hacer, Verificar y Actuar. Además, promueve proyectos enfocados en agilizar y facilitar trámites, operaciones y solicitudes de los clientes; así como disminución del impacto ambiental: consumo de papel, energía, reciclaje, reutilización y manejo de desperdicios, aportando así al balance social del Banco; entre otros.

8.8.2 Gestión de Reclamos y Requerimientos

El Banco ha implementado la **Metodología Lean** en la gestión de reclamos y requerimientos, estableciendo una visión de punta a punta del proceso, con inicio y fin en el cliente. El objetivo del proyecto es aumentar el nivel de resolución, minimizar errores y tiempos de gestión y cumplir las promesas pactadas con el cliente.

El acumulado de reclamaciones del 2012, disminuyó en un 32%, respecto al año 2011. Esta disminución se debe a la estabilización del Proyecto Lean, actualmente el grupo de causa raíz está enfocado en el 80X de reclamos según su volumetría. El indicador de reclamos por cada mil clientes es del 2.8 al cierre del año.



8. Clientes



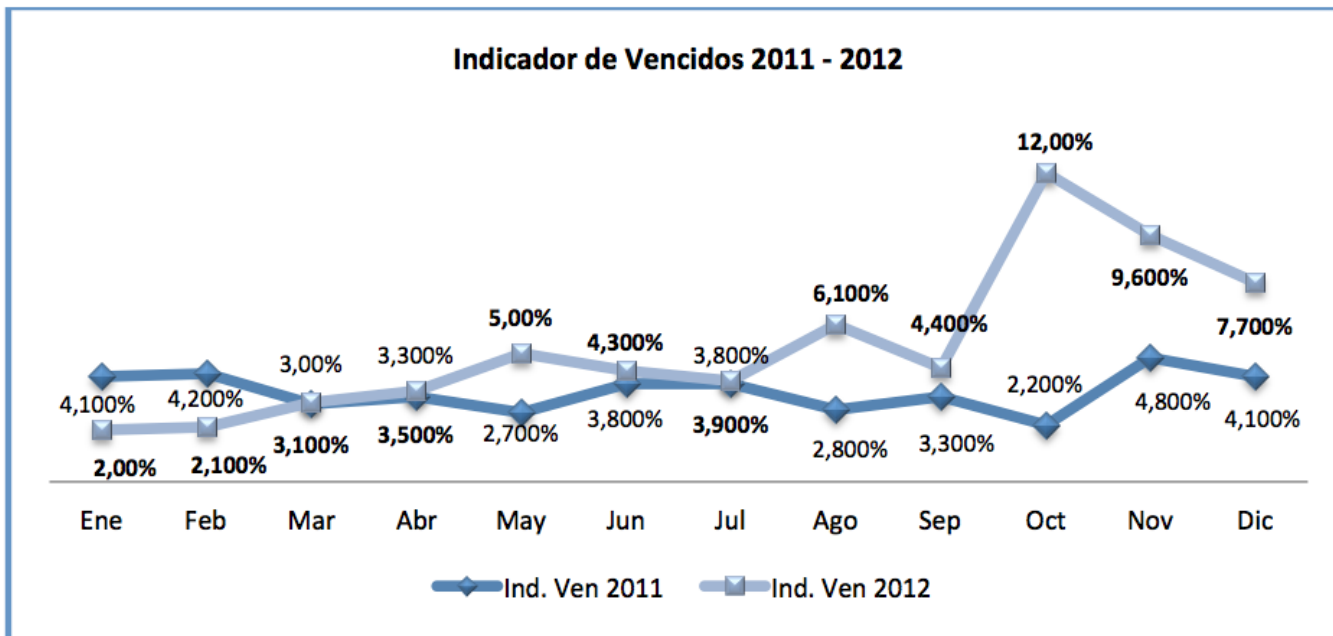
8.8.3 Indicador de Oportunidad en la Respuesta al Cliente

Este indicador, refleja los reclamos y solicitudes que fueron solucionados fuera del tiempo definido en el sistema, para dar respuesta al cliente.

El promedio de vencimiento en el 2012, fue de 5%, con un incremento de un punto respecto al 2011. El indicador actual de vencidos es producto de la migración de otros procesos de reclamos a la Unidad de Gestión de reclamos. De igual manera, se está realizando control sobre el indicador de vencidos en compañía de las áreas de Calidad en Servicio al Cliente y CRM al 100% de las áreas solucionadoras.

La Unidad de Gestión de Reclamos (UGR), ha hecho uso de las siguientes estrategias para reducir el Indicador de vencidos y dar continuidad a una de las premisas del proyecto LEAN, llamado "justo a tiempo":

- Seguimiento a la mala radicación, método de contacto adecuado y vencidos
- Seguimiento interno con el fin de dar cumplimiento de cara al cliente
- Seguimiento a otras áreas radicadoras, garantizando el cumplimiento en los tiempos de respuesta
- Administración de la Matriz de Serviciente como soporte a los canales
- Divulgación de los indicadores y estadísticos a través de la Intranet
- Compromiso de los funcionarios y líderes de la UGR
- Seguimiento por parte del área de Calidad en Servicio al Cliente y CRM en el cumplimiento del proceso



8. Clientes



8.8.4 Filosofía sobre Derechos de los Clientes

El Banco de Occidente cree en el valor de una relación comercial sana, dinámica y efectiva, a partir de parámetros claros y equitativos en todo lo referente a derechos y obligaciones.

Además, considera que en cada petición, solicitud, queja o reclamo de un cliente, se presenta la oportunidad de validar el compromiso del Banco y sus empleados con el servicio ofrecido. El Banco motiva a todos y cada uno de sus empleados a mantener muy presente y actuar consecuentemente, con las disposiciones legales vigentes sobre derechos del cliente, así como sus obligaciones y también las del Banco, como proveedores de productos y servicios financieros.

8.9 Privacidad y Protección al Cliente

8.9.1 Seguridad Física y Virtual

En el modelo de seguridad del Banco se tiene contemplados procedimientos sobre seguridad bancaria y privacidad en el manejo de la información.

Entrenamiento al personal, información a los clientes, trabajo conjunto con otras entidades del sector financiero y participación activa en los comités de este tema, hacen parte de las actividades realizadas para preservar el importante activo que representa la seguridad.

8.9.2 Modelo de Seguridad de la Información

La seguridad de la información se logra implantando un Modelo de Seguridad que apoya las políticas corporativas de protección de la información y está alineado con los requerimientos técnicos y de negocios. Este modelo se encuentra estructurado bajo el enfoque ISO27001.

La información es uno de los activos más importantes del Banco y por lo tanto se espera que sea utilizada acorde con los requerimientos del negocio. La confidencialidad de la información del negocio y de terceras partes debe ser mantenida, independientemente del medio o formato donde se encuentre.

De acuerdo con las políticas del Banco la información debe preservar su integridad, sin tener en cuenta que su residencia sea temporal o permanente o la forma en que sea transmitida.

Inversiones para garantizar seguridad en la información:

- Las inversiones en seguridad de la información están representadas por servicios como antiphishing, antivirus, crecimiento en herramientas de monitoreo, herramientas para prevención de pérdida de información (DLP), correlación de eventos (SIEM), capacitación interna y proyectos internos. La inversión del área en el año 2012 fue de **US \$113.202**
- **Implementación Circular 052:** Proyecto con presupuesto acumulado de **US \$18.585.000.000**
- **Identificación Biométrica:** Proyecto finalizado con un presupuesto ejecutado de **US \$100.000 en implementación y US \$294.634.322 en costos operativos**
- **Gestión de usuarios:** Proyecto en curso con un presupuesto de **US \$760.518**
- **Póliza Global Bancaria:** **US \$1.827.762.705**



8. Clientes



8.9.3 Atención de Reclamos en Seguridad

El Banco cuenta con procedimientos y tiempos estandarizados para la atención y respuesta a los reclamos que presentan los clientes por el retiro de sus dineros a través de conductas mal intencionadas, que cubren todos los productos y canales.

Una vez documentada la reclamación, un Comité que se reúne dos veces a la semana estudia las solicitudes y resuelve formalmente la reclamación a través del Gerente que atiende al cliente.

8.9.4 Estándares de Seguridad Física

El Banco cuenta con estándares de seguridad física con los cuales diseñan y proveen a las oficinas bancarias. Existe adicionalmente la señalización que le permite al cliente diferenciar cuáles son los funcionarios del Banco y los puntos de atención.

8.9.5 Atención Personalizada en Seguridad

Se ofrece atención personal a aquellos clientes que solicitan al Banco la prestación de los servicios de pago o recaudo en sus instalaciones. También se presenta con algunos clientes corporativos que demandan la revisión de sus áreas, procedimientos y en ocasiones la capacitación de sus propios empleados.

Cuando el cliente contrata y utiliza sus propios cheques especiales, el Banco de Occidente verifica que las condiciones físico - químicas con las cuales fueron impresos cumplan con los estándares de seguridad.

El Banco cuenta con áreas específicas para adelantar estas operaciones que le garanticen la seguridad y confidencialidad al cliente que realiza de forma ocasional o permanente este tipo de operaciones. Así mismo, existe un reglamento en el cual se ofrece protección de la Policía para seguridad de los clientes que retiran cuantiosas sumas en efectivo.

cieros ante el Banco y sus Filiales y que conoce y emite conceptos, sobre las situaciones de conflicto que ellos hayan puesto en su conocimiento por escrito.

El Defensor del Cliente Financiero emite un concepto o decisión motivada, en relación con la debida aplicación de la normatividad vigente, las estipulaciones contractuales, las costumbres comerciales y las prácticas bancarias. Por disposición legal el Defensor del Cliente Financiero del Banco de Occidente y sus Filiales ejerce sus funciones con absoluta independencia, imparcialidad y objetividad.

8.10 Defensoría del Cliente Financiero

Es un ente independiente de los organismos de administración de la entidad, que se desempeña como vocero de los Clientes o Usuarios finan-



8. Clientes



8.11 Estrategia de Información a Clientes

El Banco de Occidente tiene una estrategia para informar y capacitar a los clientes en las medidas de seguridad para realización de operaciones por cada canal. Se señalan a continuación las que se emplean con mayor frecuencia:

- Entrega de plegables de productos a clientes con certificación que la información fue recibida
- Divulgación a clientes a través de boletín masivo enviado en extractos
- A través de Canal Internet y medios impresos entregados en oficinas
- En OcciRed y PSP la estrategia para dar conocer esta funcionalidad se realiza a través de una compañía externa encargada de capacitar al cliente sobre las recomendaciones de utilización del producto
- En el caso de Línea Empresarial, el Gerente de Cuenta es el encargado de explicar a sus clientes las recomendaciones de seguridad para este producto

8.12 Plan de Continuidad del Negocio

Este modelo de Gestión, busca establecer estrategias específicas para mitigar los riesgos de no disponibilidad de las funciones críticas de negocio, ante eventos de desastre o interrupciones mayores, las cuales pueden ser generadas por causas naturales, acciones terroristas y actos malintencionados, entre otros.

El Plan de Continuidad del Negocio es liderado por un equipo multidisciplinario y por los dueños de proceso sobre los cuales se han establecido estrategias de continuidad, para proveer un nivel mínimo de funcionalidad de las operaciones críticas del negocio.

Durante el 2012 se continuó con el afinamiento y fortalecimiento del Modelo de Gestión, mediante los esquemas de identificación, medición, control y monitoreo de los riesgos de continuidad. Esto incluye entre otros, la actualización permanente del Análisis de Impacto al Negocio, ajustes a la documentación de los planes dada la dinámica del negocio, pruebas a los mismos desde el punto de vista tanto tecnológico como operativo y monitoreo permanente al cumplimiento de acuerdos de niveles de servicio para actualización y ajuste de estrategias.

El Banco trabaja desde el 2005 con un Centro Alterno de Tecnología el cual de acuerdo con directriz del Grupo Aval fue implementado mediante negociación con la multinacional IBM para los Bancos AVillas, Bogotá y Occidente. De esta forma se desarrolló la contingencia para las aplicaciones de misión crítica que soportan los procesos claves del negocio.



8. Clientes



8.13 Accesibilidad

Con el fin de atender de la manera más cómoda y eficiente a sus diversos grupos de clientes y usuarios el Banco apalancado en la tecnología y con políticas claras sobre el manejo de sus productos y canales hace posible que el acceso a los servicios de esta entidad financiera haya crecido mediante la implementación de las tácticas explicadas a continuación.



8.13.1 Accesibilidad Personas Discapacitadas

El Banco cuenta con el manual arquitectónico de normas y estándares que reglamentan la accesibilidad a espacios de atención al público tanto en oficinas como en cajeros.

De igual manera se acordó para todas las entidades de Grupo Aval un manejo de estándares en acceso a los cajeros y al hall que cumple con las siguientes especificaciones técnicas.

- **Hall mínimo:** de 1.50 x 1.50 metros.
- **Puerta acceso:** de 0.90 metro de ancho mínimo.

De acuerdo con las recomendaciones no debe existir ningún peldaño entre el andén y el acceso a oficinas y cajeros y donde exista el Banco tiene la obligación de construir rampas para minusválidos. En caso de que la oficina de la entidad esté ubicada en una copropiedad, esta adecuación debe ser construida por la administración. El Banco de Occidente cuenta con la adecuación de estas normas en todas sus oficinas y cajeros.

8. Clientes



8.14 Multicanalidad

Los clientes del Banco cuentan con Acceso Fácil-24 HORAS, un completo esquema de servicios tecnológicos que les permite realizar de manera ágil, cómoda y segura sus consultas, pagos y transferencias, entre otros, servicios transaccionales.

A continuación se presentan los diversos canales electrónicos a través de los cuales los clientes pueden acceder a los diferentes servicios:

Internet

www.bancodeoccidente.com.co

Los clientes que deseen utilizar este servicio deben inscribirse en la Zona Transaccional de la Página Web de la entidad con alguna de sus tarjetas Débito Activa o Crédito Credencial. Así, pueden crear un usuario y contraseña que les permite realizar transacciones de acuerdo al producto que manejen con el Banco.

Audio Línea de Occidente A.L.O.

- Línea Nacional 01 8000 51 5050
- Bogotá 320 1177
- Cali 895 9256
- Medellín 231 7700
- Barranquilla 330 5000

Mediante el servicio de Audiorespuesta, Audio Línea de Occidente A.L.O., los clientes pueden realizar consultas, pagos, transferencias, entre otros servicios. Para ingresar, sólo deben marcar su número de cédula y seguir las indicaciones del sistema.

Banca Móvil

Este servicio permite a los clientes, recibir notificaciones y alertas de sus productos a través de mensajes de texto vía celular, así como realizar con toda comodidad, agilidad y seguridad las consultas, pagos y transferencias. Para garantizar la seguridad de las operaciones el cliente interesado debe inscribirse previamente para disfrutar de estos servicios.

Cajeros Electrónicos ATH

Los clientes del Banco, disponen de más de 2.700 Cajeros Electrónicos de la Red ATH en Colombia, que les permiten realizar retiros en efectivo y avances, así como consultas, pagos y transferencias, entre otros servicios.

Agilizadores Electrónicos ATH

Este canal se encuentra disponible en algunas de las oficinas del Banco a nivel nacional. A través de estos equipos se pueden realizar pagos, transferencias y consultas. Para tener acceso a este servicio, se requiere tener por lo menos una de las Tarjeta Débito o Crédito de las entidades de Grupo Aval.

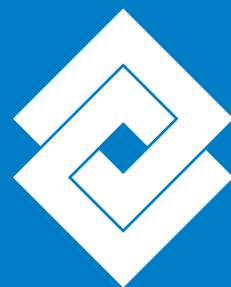
Occivirtual

Gracias a esta herramienta virtual se fortalece el intercambio comercial en el sector automotriz de los clientes del Banco que cuentan con Occivirtual, un espacio web que les permite ver información de productos, solicitar créditos, obtener pre - aprobaciones y realizar simulaciones de crédito. De igual manera, es un lugar que facilita el intercambio comercial para clientes y concesionarios.

Occimóvil

Es una herramienta exclusiva para la fuerza comercial del Banco que permite otorgar pre - aprobaciones que agilizan de manera considerable el servicio y contribuyen a un mayor acceso a estos servicios por parte de la población, al contar con información en menor tiempo.





Banco de Occidente