

**ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LA RSE EN EL SECTOR FINANCIERO EN
COLOMBIA, EN PARTICULAR EN RELACIÓN CON LAS POLÍTICAS DE INCLUSIÓN
FINANCIERA**



NESLIE YAZMÍN RODRIGUEZ B.

CÓD. 200620063

MARTHA YANETH SEGURA S.

CÓD. 200620521

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

2013

**ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LA RSE EN EL SECTOR FINANCIERO EN
COLOMBIA, EN PARTICULAR EN RELACIÓN CON LAS POLÍTICAS DE INCLUSIÓN
FINANCIERA**

NESLIE YAZMÍN RODRIGUEZ B.

CÓD. 200620063

MARTHA YANETH SEGURA S.

CÓD. 200620521

MONOGRAFÍA

Tutor

JENNYFFER VARGAS LAVERDE

Docente

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

2013

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

AGRADECIMIENTOS – DEDICATORIA

Este trabajo lo dedicamos muy especialmente a nuestros padres quienes siempre han sido nuestra inspiración, aliciente y principal apoyo; igualmente agradecemos al cuerpo docente de la Institución, en especial a nuestra Tutora Jennyffer Vargas Laverde, por estar siempre atentos y dispuestos a impartirnos sus conocimientos y brindarnos toda su colaboración, a nuestros demás familiares, amigos y compañeros que de una u otra manera contribuyeron a nuestro proceso de formación hasta verlo el día de hoy convertido en una realidad.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	10
INTRODUCCIÓN.....	12
1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
2. OBJETIVOS.	18
2.1 Objetivo General.	18
2.2 Objetivos específicos.	18
3. JUSTIFICACIÓN.....	19
4. MARCO TEÓRICO.....	22
4.1 Las teorías éticas y el desarrollo.	22
4.2 Responsabilidad Social Empresarial (RSE).	26
4.3 Historia de la RSE.....	28
4.4 RSE y Desarrollo Sostenible.....	36
4.5 RSE y Filantropía.....	37
4.6 La RSE y el Valor Compartido.....	38
4.7 La RSE, la creación de Valor Compartido y las Empresas.....	40
4.8 ¿A quién se dirige la RSE?: Las partes interesadas (Stakeholders).....	42
4.9 El Sector Financiero Colombiano y la RSE.	45
4.9.1 El Sector Bancario Colombiano.	48
4.9.2 Directrices de la RSE para el Sector Bancario Colombiano.....	50
4.9.2.1 Inclusión Financiera o Bancarización: Un nuevo reto del Sector Bancario Colombiano frente a la comunidad.	51
4.9.2.2 Entidades que en la actualidad desarrollan la Inclusión Financiera.	52

5.	MARCO METODOLÓGICO.....	55
6.	POLÍTICA DE RSE PARA EL SECTOR BANCARIO EN COLOMBIA.	65
6.1	¿Qué significa ser Socialmente Responsable?	66
6.2	Líneas de Acción de la RSE.	68
6.3	Indicadores de Gestión Responsable a nivel general.	68
6.3.1	Guías e indicadores de consolidación de una gestión responsable para el Sector Financiero.	72
6.4	Grupos de Interés para el Sector Bancario Colombiano.....	72
6.4.1	Consumidores Financieros.	73
6.4.2	Los colaboradores.....	73
6.4.3	Los accionistas.....	73
6.4.4	Los proveedores.....	74
6.4.5	La comunidad.....	74
6.4.6	El medio ambiente.....	74
7.	ANÁLISIS DE LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD.	76
7.1	Consumidores Financieros.	76
7.1.1	Protección al Consumidor Financiero.	77
7.1.2	Educación Financiera.	78
7.1.3	Seguridad Bancaria.....	81
7.1.4	Inclusión Financiera.	82
7.2	Los Colaboradores.	83
7.3	Los Accionistas.	85
7.4	Los Proveedores.....	86
7.5	La Comunidad.....	88
7.6	El Medio Ambiente.	90

8.	INCLUSIÓN FINANCIERA EN LA ACTUALIDAD.....	91
8.1	Inclusión Financiera – Asobancaria.....	91
8.1.1	Indicador de Bancarización.....	91
8.1.2	Acceso a productos de ahorro.....	92
8.1.3	Acceso a productos de crédito.....	92
8.1.4	Acciones y obstáculos para incrementar la inclusión financiera.....	93
8.1.5	Acceso a servicios y ampliación de cobertura.....	94
8.2	Inclusión Financiera - Davivienda.....	94
8.3	Inclusión Financiera – Bancolombia.....	96
8.4	Inclusión Financiera – Banco de Bogotá.....	98
8.5	Los costos de los servicios financieros: principal barrera actual para la Inclusión Financiera.....	100
9.	PERCEPCIÓN DE LA COMUNIDAD EN CUANTO A INCLUSIÓN FINANCIERA (Resultados de la Encuesta y la Entrevista).....	106
9.1	Resultados de la encuesta aplicada.....	106
9.2	Resultados de la entrevista realizada.....	120
10.	CONCLUSIONES.....	124
11.	RECOMENDACIONES.....	127
12.	BIBLIOGRAFÍA.....	131

LISTA DE TABLAS

Tabla I: Declaración de Principios Éticos del Empresario Colombiano.	30
Tabla II: Paralelo comparativo entre RSC y CSV.....	40
Tabla III: Ranking Sectores - Financiero.	56
Tabla IV: Comparación Costos de los Productos Financieros.....	101
Tabla V: Evolución del número de personas con productos financieros.....	109

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica I: Participación por Sectores del PIB.....	49
Gráfica II: Vínculo Comercial por Entidad.	106
Gráfica III: Vínculo Comercial (Por estratos).....	107
Gráfica IV: Productos del Vínculo Comercial (Total encuestados).....	108
Gráfica V: Manejo del dinero (Total encuestados).....	110
Gráfica VI: Fuentes de crédito personal.	111
Gráfica VII: Motivos de solicitud de Crédito Personal (Total Encuestados).....	112
Gráfica VIII: ¿Alguna vez ha recurrido a servicios financieros informales?	113
Gráfica IX: Estratos que recurren a servicios financieros informales.....	113
Gráfica X: Tipo de servicio al que acudió.	114
Gráfica XI: Motivos para acudir a este tipo de servicio.	115
Gráfica XII: Montos más solicitados.	116
Gráfica XIII: Plazos más solicitados para el pago de los créditos.	117
Gráfica XIV: Cobro de la Tasa de interés de los servicios financieros informales.....	117
Gráfica XV: Tasa de interés de los servicios financieros informales.....	118
Gráfica XVI: Frecuencia con la que recurren a este tipo de servicio.	118
Gráfica XVII: Respaldo exigido.	119
Gráfica XVIII: Riesgo que se corre al usar Servicios Financieros Informales.	119

RESUMEN EJECUTIVO

En este documento se analizan cuáles son las actuales políticas de RSE para el Sector Bancario Colombiano, basados en el estudio de los análisis de los Informes de Gestión de tres (3) de los más reconocidos bancos del país, así como el Informe de Gestión que Asobancaria presenta con respecto al Sector Bancario en general, y teniendo en cuenta estudios e informes realizados por otras entidades como la Superintendencia Financiera de Colombia, el Ministerio de Educación Nacional, el Instituto Ethos, entre otros.

A partir de dicho análisis, se identifican cuáles son las mejores prácticas que se deben seguir implementando para desarrollar políticas y programas de RSE que sean realmente eficientes, y qué otras prácticas podrían llevarse a cabo, para que en conjunto, puedan contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad, enfatizando en algo tan importante como lo es la Inclusión Financiera, la cual ayuda a mitigar la pobreza para aquellas poblaciones que por sus bajos ingresos actualmente no tienen acceso a los productos y servicios financieros que podrían ayudarles a mejorar las condiciones de su calidad de vida.

Este trabajo pretende convertirse en una herramienta o guía acerca de lo que percibe actualmente la comunidad, entendida como aquella que conforman tanto los individuos que actualmente tienen algún tipo de vínculo con el sistema financiero como aquellos que aún no han logrado o no han querido acceder a él, frente a la oferta de Servicios Financieros de cara a sus necesidades principales, los beneficios que perciben de ellos y las falencias que encuentran en el Sector Bancario y que son las que impiden que actualmente sean más las personas que tengan acceso al sistema financiero.

El presente análisis demuestra que aunque la Banca Colombiana ha logrado avanzar en la Inclusión Financiera de algunos sectores “olvidados” de la sociedad, dadas las condiciones económicas de la población de nuestro país, aún es importante seguir innovando y creando productos a la medida de cada grupo de interés, sin dejar de lado la importancia de que en esta innovación juegan un papel fundamental el Estado y el

Sector Privado, ya que con ellos se pueden realizar importantes alianzas que contribuyan para que los productos y servicios financieros realmente satisfagan las necesidades de la comunidad, ayudando a la reducción de las condiciones de pobreza, lo que finalmente traería consigo el desarrollo económico del país.

INTRODUCCIÓN

Para una organización tener grupos de interés definidos y que interactúen constantemente entre sí, contribuye a la generación de oportunidades que permiten responder a las expectativas generadas por su entorno.

Estas oportunidades de participación e interacción con los *stakeholders* también van encaminadas al desarrollo de competencias gerenciales con un enfoque de gestión integral, que conducen a la implementación de prácticas que contribuyen al fortalecimiento de las empresas.

Sin embargo, hasta hace algunos años, se tenía un concepto errado acerca de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y a quienes involucra; se entendía que ser socialmente responsable desde el punto de vista empresarial consistía únicamente en hacer donaciones a fundaciones y/o entidades sin ánimo de lucro, sembrar árboles, regalar kits escolares a la población de escasos recursos, etc.

Ahora, identificar de manera clara cuáles son las partes interesadas en la dinámica de la empresa, establecer prioridades, dialogar con ellas para conocer sus necesidades, expectativas y la forma en que perciben su relación con la empresa, es el punto de partida clave para el trabajo de RSE.

La RSE se entiende como un elemento importante para el desarrollo de la sociedad, ya que a través de ella se busca contribuir al bienestar de todos los actores que forman parte de la empresa y que se relacionan con su entorno (los trabajadores, sus familias, los clientes, los accionistas, etc.)

"La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes,

relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general. Corresponde a una estrategia de negocios enfocada a incrementar la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, sirviendo como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible. El concepto de RSE puede incorporar derechos humanos, medidas de anticorrupción, el medio ambiente, condiciones laborales y actividades dentro de comunidades por medio de alianzas con organizaciones de sociedad civil." (Ministerio de Educación, 2011)

En Colombia, la RSE ha tomado importancia, ya que ésta permite a las empresas ser más competitivas, sostenibles e influye en su nivel de desarrollo al ser un mecanismo de reconocimiento y posicionamiento.

Por ejemplo, en el sector de Hidrocarburos, que representa para Colombia **34.786 mm del PIB a 2011** (DANE, 2012), la empresa nacional más importante, ECOPETROL, reconoce la importancia de la RSE desde el 2007, cuando estructuró su sistema de forma alineada con la norma guía ISO 26000 en la Guía de Relacionamiento con sus Grupos de Interés que tiene como objetivo asegurar la confianza y reputación de la empresa y la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

En la banca, por su parte, se ha iniciado una cultura de Responsabilidad Social Empresarial acorde con el negocio y grupos de interés, teniendo en cuenta su papel como agente dinamizador de la economía y su gran responsabilidad en la sociedad. La sostenibilidad del negocio ha sido uno de los pilares para lograr el compromiso social de crecimiento bilateral con uno de sus grupos de interés, "Los consumidores financieros"; es por ello que en la actualidad se vienen desarrollando programas de Inclusión Financiera los cuales hacen parte fundamental de las políticas de RSE que se implementan en el Sector.

La importancia de la Inclusión Financiera dentro de las políticas de RSE obedece a que a través de ella se contribuye al desarrollo económico de la sociedad, al ofrecer productos y servicios a toda la comunidad y no únicamente a quienes actualmente ya tienen o reciben algún beneficio por parte del sistema financiero, logrando así un

equilibrio en cuanto a las oportunidades que todos los individuos deben tener para formar parte activa de la sociedad al contribuir con el crecimiento del país.

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

Ante lo costoso que resulta el sistema financiero formal, lo exigente y dispendioso que resulta ser un proceso de aprobación de crédito o de algún otro producto financiero y el miedo a ser reportados en las centrales de riesgo financiero, las personas de bajos y medianos ingresos difícilmente tienen acceso a créditos o recursos por parte del sector bancario, y por ello, no tienen otra alternativa que recurrir a prestamistas particulares, gota a gota, cooperativas, fondos o incluso a las conocidas pirámides.

“La realidad muestra que los préstamos populares, conocidos como ‘gota a gota’, han funcionado por décadas en Colombia y en regiones como la Costa Atlántica son toda una tradición con una estrategia publicitaria muy efectiva: el voz a voz. La lucrativa actividad tiene como principales clientes a comerciantes y empleados de negocios que manejan dinero a diario, como peluquerías, panaderías, centrales de abastos, etc. Están excluidos de este servicio los asalariados. Los intereses van desde 5% hasta 20%, y entre más rápido se pague, menor es el interés. Sin embargo, en algunos casos esos intereses pueden llegar a ser hasta del 200%. El éxito del negocio está garantizado en un país como Colombia, donde la población bancarizada no llega al 40%; los estudios de crédito son exigentes y tardan mucho y el estar reportado en una central de riesgo cierra las puertas a un crédito otorgado por entidades financieras vigiladas” (Castro, 2008).

“En el 2008 fueron las famosas 'pirámides' las que llevaron a miles de personas a la quiebra o hasta al borde del suicidio; un año después, el anzuelo era el negocio de divisas (Forex), con el que muchos más perdieron millones de pesos y sus patrimonios enteros. Pero el 'negocio' mutó hasta los prestamistas piratas de hoy, que tienen asolado al mercado y en alerta a las autoridades, que no se cansan de advertirles a los ciudadanos que "de eso tan bueno no dan tanto", según palabras del propio superintendente financiero, Gerardo Hernández” (García, 2011).

Ejemplos como estos, permiten evidenciar que la proliferación de este tipo de “negocios” se ha convertido en un verdadero problema social, toda vez que por una parte unos pocos se están lucrando a raíz de estas figuras financieras informales al cobrar intereses bastante altos y estafando a la comunidad, y por la otra, se reconoce una falla por parte del Sector Bancario al no estar cumpliendo con su tarea, pues un banco se crea con el propósito de ahorrar y al ser cliente de un banco a través del ahorro, esto debería darle al individuo la opción o el beneficio de tener acceso a créditos y recursos con una mayor agilidad y facilidad.

Los bancos como agentes dinamizadores del desarrollo económico, al canalizar los excedentes de liquidez de ahorradores e inversionistas hacia aquellos que los requieren para proyectos de producción y están dispuestos a pagar un interés por él, tienen una gran responsabilidad por el impacto de sus decisiones, los sectores a los cuales se orientan, sus tasas de captación y colocación, la transparencia en la administración de sus recursos y cumplimiento de la reglamentación que les rige.

La RSE de la banca va más allá de la obligatoriedad contractual de administración de depósitos y la relación Banco - Cliente que es a través de un documento de crédito donde no hay compromiso social sino económico; su sostenibilidad en el tiempo dependerá de la relación con sus *stakeholders*, unos **accionistas** participativos con bases morales y éticas en la construcción de un gobierno corporativo que reciba unos dividendos acordes con sus decisiones y las condiciones del mercado, y otros **Clientes** que buscan satisfacer sus necesidades con los productos ofrecidos, del nivel de satisfacción de ellos dependerá su cumplimiento y adquisición de nuevos productos.

Por ello, bajo el supuesto de la necesidad de los bancos de desarrollar Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con sus *Stakeholders*, así como la política del gobierno actual, en el presente trabajo se quiere determinar bajo qué mecanismos el sistema bancario está desarrollando RSE con las personas de bajos y medianos ingresos, teniendo en cuenta que el Gobierno no sólo busca el concepto de equidad sino también que haya un vínculo entre el Sector Privado, el Estado y los beneficiarios de los créditos, y es allí donde los bancos pueden generar mecanismos para desarrollar su

RSE que permitan seguir satisfaciendo las necesidades de los accionistas, sin dejar a un lado las necesidades de sus clientes y potenciales clientes.

2. OBJETIVOS.

2.1 Objetivo General.

Analizar las políticas de RSE del Sector Bancario en Colombia, específicamente las tendencias a la promoción de la Inclusión Financiera.

2.2 Objetivos específicos.

- ✓ Determinar la política de RSE para el sector bancario en Colombia.
- ✓ Analizar comparativamente los informes de sostenibilidad de tres instituciones financieras en Colombia, observando de manera particular sus políticas y acciones en materia de Inclusión Financiera.
- ✓ Identificar las principales necesidades de la comunidad en relación con la Inclusión Financiera
- ✓ Formular recomendaciones para que se desarrollen buenas prácticas de RSE por parte del Sector Bancario en relación con la Inclusión Financiera.

3. JUSTIFICACIÓN.

Siendo los servicios financieros el 19,31% del PIB a 2011 en Colombia (DANE, 2012), las empresas que lo conforman se constituyen en parte importante del desarrollo del país y por ello sus actuaciones deben estar enfocadas a lograr un equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social en un marco de sostenibilidad. La buena relación entre las entidades bancarias y sus *stakeholders* es además una fuente de aprendizaje, innovación y mejora en los resultados financieros, económicos, sociales y ambientales del país. Esta investigación busca identificar las principales prácticas de RSE del sector bancario colombiano y su aporte al desarrollo sostenible, de manera particular en relación con las políticas de Inclusión Financiera para las personas de bajos y medianos recursos.

Para que exista el crecimiento económico, debe existir por parte de las entidades públicas y privadas una equidad en cuanto a la distribución de los recursos y al acceso de los diferentes servicios que se ofrecen, las entidades financieras específicamente deben implementar mecanismos que permitan que sus productos sean utilizados por toda la comunidad; por eso, al lograr identificar y aplicar las políticas de Inclusión Financiera, es más probable alcanzar una mayor equidad social, asegurando a la comunidad unas condiciones de vida dignas e igualitarias, a través de mecanismos como la redistribución de la pobreza, los recursos y las oportunidades.

La Inclusión Financiera es la forma en que las entidades Financieras llegan con los productos y servicios financieros tanto a aquellas personas que están excluidas del sistema como a las que cuentan con al menos un producto, incluyendo a la población con todo tipo de ingreso económico y sin importar su ubicación geográfica. Dichos productos y servicios tienen que ser de fácil acceso, de calidad, fáciles de usar, que su costo no sea muy alto y que brinden un mayor beneficio a todos sus usuarios,

satisfaciendo las necesidades que tiene cada individuo en particular, cumpliendo con las políticas definidas por el Sector Financiero en cuanto a RSE.

Las oportunidades que obtiene la comunidad a través de la Inclusión Financiera, se relacionan con el acceso al sistema financiero no solo de las personas con menos recursos o que vivan en condiciones de pobreza, si no a la población en general, ya que si bien a las personas de la clase baja es necesario permitirles acceder al manejo del dinero a través de medios electrónicos, frente al tema de liquidez y acceso a los productos de crédito ellos reciben subsidios y ayudas del Gobierno y el sector privado.

Por su parte, la clase alta o con mayores ingresos, usualmente ya tiene acceso a los diferentes servicios financieros y por tener suficiente capacidad de pago obtienen facilidades y beneficios que les otorgan las entidades financieras, mientras que la clase media, por tener un ingreso relativamente fijo y que los excluye de los índices de “pobreza”, no es tenida en cuenta para recibir el apoyo del Gobierno y el Sector Privado; sin embargo, este ingreso no le es suficiente para suplirse por sí sola en todas sus necesidades básicas y de desarrollo personal y profesional, y tampoco les permite tener acceso a los productos de crédito pues las entidades financieras consideran que su capacidad de pago no es la más adecuada.

Si se logra una correcta implementación de programas de Inclusión Financiera que sean realmente efectivos, se estará permitiendo a los individuos satisfacer las necesidades básicas según la pirámide de Maslow, al lograr que las personas suplan las necesidades fisiológicas como la alimentación, de seguridad con la adquisición de un crédito para compra de vivienda en donde se sientan seguros, en donde no estén expuestos a derrumbes o incendios, pueden obtener créditos de libre inversión para cubrir necesidades de abrigo, se pueden cubrir las necesidades sociales ya que se está incluyendo a las personas dentro de un sistema que le permite ir obteniendo productos y servicios que hace que las relaciones con otras personas sean más estrechas y no se sientan rechazados y por el contrario sean aceptados.

El hecho de contar con un producto de crédito en algún establecimiento financiero, genera para las personas un status, reconocimiento, confianza, así mismo la población se puede ir desarrollando continuamente y mejorar la calidad de vida.

Los resultados de esta monografía serán fuente de información para que otros investigadores puedan comparar sus resultados con diferentes horizontes temporales, otros agentes del sector financiero o pares del exterior y en general a toda persona que tenga acceso a su contenido, en el sentido que se afianzarán los conceptos acerca de las mejores prácticas de RSE, gestión de grupos de interés y las implicaciones éticas de sus decisiones, basadas en el análisis y evaluación de los ambientes de negocio.

Para la academia, los resultados de esta monografía, serán un aporte para el mejoramiento de procesos organizacionales en el sector bancario, al aportar conocimiento para que éste cumpla mejor el papel que la sociedad le ha dado.

4. MARCO TEÓRICO.

4.1 Las teorías éticas y el desarrollo.

La actividad empresarial es una actividad humana y por lo tanto puede incluir la moral desde el punto de vista de la calidad de sus productos y las relaciones con quienes se ven afectados por ello. La ética se ofrece a las organizaciones como una herramienta que brinda orientaciones para la acción, de manera que sea posible distinguir entre aquellas decisiones que sean buenas y justas, de las que no lo son, para que la organización vaya adquiriendo el hábito de tomar buenas decisiones no solo para ella sino para todos aquellos que son afectados con sus acciones.

La ética y la actividad económica están altamente relacionadas, ya que si no se tiene un actuar ético dentro del campo empresarial se estaría hablando de las prácticas corruptas, así como lo señala Kliksberg en su libro Más Ética, más desarrollo “Cuando la ética orienta y regula la economía, se obtienen resultados concretos en áreas como desarrollo humano, crecimiento económico sostenido, transparencia y competitividad de las empresas” (Kliksberg, 2004).

La ética en los negocios es necesaria para desarrollar mejores negocios, si ésta no se tiene en cuenta como un factor importante dentro del desarrollo de la actividad empresarial, se corre el riesgo de llevar a cabo negocios que aumenten la inequidad, desigualdad, exclusión, falta de solidaridad, etc.

La ética permite enfrentar los problemas y desafíos que plantea la economía y el desarrollo en la actualidad. Amartya Sen, pensador ético y Premio Nobel en Economía de 1998, en su Teoría sobre el Desarrollo, señala que éste debe ser

asumido como “la expansión de las capacidades y los funcionamientos valiosos de la gente: qué puede o no hacer la gente, por ejemplo, si pueden tener una larga vida, escapar de la morbilidad evitable, estar bien nutridos, ser capaces de leer, escribir y comunicarse, tomar parte en los propósitos literarios y científicos, y así sucesivamente” (Sen, 1984).

Este planteamiento da a entender que el desarrollo humano se basa en el acceso a la educación, la salud y en general, a todas las necesidades básicas del ser humano que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de cada individuo., lo que concuerda con lo expuesto por Abraham Maslow en su teoría de la motivación según la cual las necesidades humanas están jerarquizadas y puestas en niveles de acuerdo a su importancia:

- ✓ Necesidades fisiológicas.
- ✓ Necesidades de Seguridad.
- ✓ Necesidades sociales.
- ✓ Necesidades de autoestima.
- ✓ Necesidades de autorrealización.

Todo esto, en conjunto, contribuye no sólo a mejorar la calidad de vida de las personas, sino que a su vez, aumenta el nivel de sus capacidades haciéndolas más productivas, repercutiendo así en el crecimiento económico de su entorno. Pero para que este crecimiento económico sea sostenible, el desarrollo social debe ser paralelo, trayendo como consecuencia un bienestar colectivo, ya que se crea una cadena de valor donde al fortalecer el capital humano, se potencia también el capital social, lo que a su vez genera estabilidad política y una participación democrática.

“Para David Crocker, profesor del Instituto de Filosofía y Políticas Públicas de la Universidad de Maryland-EEUU, la ética del desarrollo es una reflexión sobre los fines y medios que acompañan a los cambios socioeconómicos en los países y

regiones pobres, y con base en ella, el proceso de desarrollo debe estar orientado a lograr un cambio beneficioso, enfocado a aliviar la miseria humana y la degradación ambiental de los países pobres”. (Volpentesta, 2009)

Desde las teorías éticas del desarrollo planteadas por Klisberg, Sen y Crocker, toda esa teoría está pensada dentro del sistema capitalista, por ello, allí se sugiere que las empresas que realicen actividades de RSE deben actuar sentando bases para el desarrollo y sostenimiento de bienes públicos en las comunidades en las que actúan. No se trata de que la ayuda consista en respuestas inmediatas de compasión, sino buscar las causas de la pobreza y la desigualdad, y eliminarlas a través del aumento de la capacidad productiva de las personas y la generación de oportunidades de superación. Sin embargo; y si bien la ética es la base de la RSE, en la práctica no todas las empresas dicen realizar actividades de RSE y presentan informes de sostenibilidad son completamente éticas en todo su actuar.

Juan Pablo II, durante su Pontificado, expuso algunos pensamientos interesantes referidos a la economía, dentro de los cuales, se pueden destacar tres, que se ajustan a los lineamientos de la teoría ética del desarrollo:

1. “Es necesaria una nueva y más profunda reflexión sobre la naturaleza de la economía y su propósito”.
2. “Invito a los economistas y profesionales financieros así como a los líderes políticos, a reconocer la urgencia de asegurar que las prácticas económicas y que las políticas vinculadas tengan como su meta el bien en cada persona y de la totalidad de la persona”.
3. “Impulsar una nueva cultura de solidaridad internacional y cooperación donde todos, particularmente las naciones ricas y el sector privado, acepten responsabilidades por un modelo económico que sirva a todos”, (Kliksberg, 2010).

El mundo es cada vez más rico, pero también más injusto y con más inequidad, por ello, la preocupación actual de las empresas por ser sostenibles y rentables, involucra cada vez más al “ser” e incluso, para la nueva teoría económica, la empresa ya no es un simple negocio, sino que es considerada como un organismo para satisfacer necesidades humanas con calidad, consiguiendo objetivos económicos pero a su vez solucionando problemáticas sociales.

Como parte de esta preocupación y para poder tener una visión acerca del nivel de inequidad que existe en la sociedad, los países hacen uso del **Coefficiente de Gini**, el cual “es una medida de la desigualdad ideada por el estadístico italiano Corrado Gini. Normalmente se utiliza para medir la desigualdad en los ingresos, dentro de un país, pero puede utilizarse para medir cualquier forma de distribución desigual” (Wikipedia, 2013).

“El índice de Gini mide hasta qué punto la distribución del ingreso (o, en algunos casos, el gasto de consumo) entre individuos u hogares dentro de una economía se aleja de una distribución perfectamente equitativa” (Grupo Banco Mundial, 2013).

Esta medición con el índice de Gini, permite a los países conocer cuál es el nivel de desigualdad en la distribución de los ingresos de su población, lo que se convierte en una herramienta de trabajo para la toma de decisiones en cuanto a la implementación de planes de acción para lograr una mayor equidad dentro de la comunidad.

La ética empresarial es el marco general donde se ubica la Responsabilidad Social Empresarial.

4.2 Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Dar un concepto universal, único y concreto de la RSE resulta algo complejo debido a la variedad de temas que aborda (éticos, económicos, ambientales y sociales) y porque existen distintas visiones regionales sobre su definición y alcance. Cada país difiere de acuerdo con sus antecedentes culturales, políticos, su nivel de desarrollo económico y social, y con su concepción sobre cuál debe de ser el papel de la empresa en el desarrollo del país.

A lo largo de este proceso de identificación y definición de RSE, se han trabajado muchas definiciones:

"La responsabilidad Social Corporativa es el compromiso permanente de los negocios de comportarse éticamente y de contribuir al desarrollo económico al tiempo que se mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local y de la familia en general."¹ (Colombia Incluyente, 2010)

Desde una óptica internacional, en septiembre de 2004 la International Standard Organization (ISO) estableció un grupo de trabajo multisectorial para desarrollar una norma no certificable sobre RSE de uso voluntario la cual se denominó ISO26000, allí se incluye la siguiente definición de RSE:

“La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- ✓ Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;

¹ Esta definición fue construida de manera participativa en 1998 por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), que se dio a la tarea de obtener un significado de Responsabilidad Social Empresarial a partir de definiciones y propuestas de diferentes países que representan diversas culturas.

- ✓ Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- ✓ Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- ✓ Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.” (ISO, 2008)

De acuerdo con la Guía Técnica Colombiana GTC180, la Responsabilidad Social es:

“Compromiso voluntario y explícito que las organizaciones asumen frente a las expectativas y acciones concertadas que se generan con las partes interesadas (*stakeholders*), en materia de desarrollo humano integral; ésta permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ambiental, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales.” (ICONTEC, 2008)

Es común que la RSE sea confundida con otros conceptos que den a pensar que ésta consiste solamente en que las empresas cumplan lo estipulado por la ley y lo que les implique su objeto social desde el punto de vista económico, ó que es la forma en que las empresas deben actuar para resarcir de alguna manera el impacto que sus acciones causan a la comunidad y el medio ambiente; por ello, es importante diferenciar la RSE de la Obligación Social y la Respuesta Social.

La **Obligación Social**, “es la plataforma de la participación social de una empresa: representa el estricto cumplimiento de sus responsabilidades económicas y legales. Desde esta mirada toda empresa trata de obtener los mayores beneficios económicos dentro del marco de leyes y disposiciones que impone la sociedad en la que actúa” ((Volpentesta, Gestión de la responsabilidad social empresarial, 2009)

En cuanto a la **Respuesta Social**, “es la capacidad que tiene una empresa de adaptarse a las cambiantes condiciones de la sociedad, reaccionando frente a

normas sociales vigentes, valores y expectativas de comportamiento y desempeño. Dentro de este concepto se entiende que la sociedad espera de las empresas un comportamiento que va más allá de la producción de bienes y servicios; mínimamente se les pide a las empresas que se hagan cargo de los costos sociales, ecológicos y ambientales que resulten de su accionar” (Volpentesta, Gestión de la responsabilidad social empresarial, 2009).

Habiendo conocido las definiciones de RSE mencionadas anteriormente y teniendo claros los conceptos de Obligación Social y Respuesta Social, se puede concluir que la RSE es el compromiso que las empresas tienen para con la comunidad y para con ellas mismas, de llevar a cabo su actividad empresarial cumpliendo su obligación social, actuando de una manera reactiva al ofrecer una respuesta social a lo que de ellas demanda la comunidad, y que adicionalmente, todas sus actuaciones redunden en la generación de valor compartido para toda la sociedad, convirtiéndose así en actores proactivos para el desarrollo sostenible del país.

4.3 Historia de la RSE.

Desde que se concibió el concepto de Empresa como tal, en ellas se ha tenido una preocupación social que va más allá de las normas; es así como comienza a darse forma, sin saberlo, al concepto de RSE cuando inicialmente se dio una preocupación por el primer Stakeholder de las empresas “los trabajadores”.

Por ejemplo, en el Siglo XIX en USA, uno de los padres de la Administración y gran empresario, Henry Ford (1863-1947) tenía la siguiente premisa “para que mi negocio triunfe, mis empleados deben tener un sueldo suficiente para comprar mis automóviles”, a raíz de ello, Ford prohibió sindicatos, aumentó los salarios de sus trabajadores en un 50% y les dio una participación accionaria.

Ya en el siglo XX surge un auge de la ética y los códigos de conducta, a raíz de la preocupación de las empresas por la Reputación de las mismas como uno de sus principales factores de rentabilidad. En Colombia, desde su máxima ley, la Constitución Política de 1991, se reconoce la importancia de la actividad económica como base para el desarrollo del país y así mismo se establecen sus responsabilidades y funciones, de acuerdo con lo estipulado en su Artículo 33:

“La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.


La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación” (Presidencia de La República de Colombia, 2011).

Por otra parte, en el año de 1994 fue fundada la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia ANDI, donde fue creado el primer código de ética y responsabilidad social corporativa de los empresarios en Colombia, lo que implica asumir compromisos de manera voluntaria frente a cada uno de los grupos de interés de la empresa.

La **ANDI** entiende “la RSE como una forma de conducir los negocios, definida por relaciones éticas y transparentes con todos los grupos de interés y el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad (social, ambiental y económico).” Así mismo, la ANDI cree “firmemente en que la RSE es una iniciativa voluntaria del empresariado, que nace de sus convicciones y prioridades estratégicas” (ANDI, 2011).

En su LIX Asamblea General Ordinaria de Afiliados a la ANDI, resolvieron vincularse formalmente al compromiso de la RSE y para ello elaboraron la Declaración de Principios Éticos del Empresario Colombiano.

Tabla I: Declaración de Principios Éticos del Empresario Colombiano.

 ANDI DECLARACION DE PRINCIPIOS ETICOS DEL EMPRESARIO COLOMBIANO
FRENTE AL ESTADO
<ul style="list-style-type: none"> ● Respetar y apoyar a las instituciones y autoridades legítimamente constituidas. ● Colaborar con las autoridades en la recta aplicación de las normas. ● Pagar los impuestos y demás gravámenes económicos establecidos por la ley. ● Promover la concertación como mecanismo idóneo para la adopción de medidas y políticas que interesen al bien común. ● Abstenerse de realizar actos comerciales con personas que se encuentren al margen de la ley.
FRENTE A LA COMUNIDAD
<ul style="list-style-type: none"> ● Participar activamente en los asuntos gremiales, sectoriales y regionales. ● Velar por la mejora de la calidad de vida. ● Utilizar, dentro de las posibilidades de la empresa, la tecnología que represente un menor riesgo para el ambiente. ● Participar en la medida de lo posible, en obras y actividades de beneficio común. ● Promover la buena imagen de Colombia en el exterior.
FRENTE A LOS CONSUMIDORES
<ul style="list-style-type: none"> ● Procurar que los bienes y servicios sean de la mejor calidad. ● Suministrar información veraz y suficiente sobre los bienes y servicios.
FRENTE A LOS EMPLEADOS
<ul style="list-style-type: none"> ● Respetar, en todo momento, la dignidad de la persona humana y los derechos que le son inherentes. ● Reconocer una remuneración adecuada. ● Velar por la seguridad, física y social, de los empleados. ● Brindar capacitación adecuada. ● Promover un desarrollo integral.
FRENTE A LA COMPETENCIA
<ul style="list-style-type: none"> ● Obrar con lealtad, transparencia y buena fe en las relaciones comerciales. ● Velar por el mantenimiento de un sistema de libre competencia. ● Promover la creación de ventajas competitivas en los sistemas productivos y comerciales.
FRENTE A LOS PROVEEDORES Y ACREEDORES
<ul style="list-style-type: none"> ● Informar en forma veraz, transparente y completa sobre la situación económica de la empresa. ● Cumplir con las obligaciones en la forma estipulada o de acuerdo con lo establecido por la ley. ● Abstenerse de realizar actos que en forma fraudulenta, menoscaben el patrimonio de la empresa en detrimento de los terceros.
FRENTE A LOS SOCIOS
<ul style="list-style-type: none"> ● Proponer la distribución de los beneficios, de acuerdo con las condiciones de la empresa. ● Otorgar un trato equitativo. ● Respetar sus derechos legítimos. ● Informar, en forma veraz, transparente y completa, sobre el estado de la empresa.
FRENTE A LA PROPIA EMPRESA
<ul style="list-style-type: none"> ● Velar por el crecimiento, desarrollo y competitividad de la empresa. ● Abstenerse de utilizar indebidamente información privilegiada. ● Abstenerse de realizar actos que impliquen conflictos de interés. ● Fomentar la investigación para el mejoramiento y desarrollo empresarial.
FRENTE A LA TRANSPARENCIA
<ul style="list-style-type: none"> ● Contribuir a la consolidación de entornos de negocios basados en la integridad, la transparencia y la rendición de cuentas. ● Rechazar y prohibir el soborno en cualquiera de sus formas, ya sea directo o indirecto. ● Implementar prácticas para combatir el soborno en la empresa y en sus relaciones de negocio.
COMPROMISO DE ADHESION

Como Representante Legal de acepto sin reservas
los anteriores principios éticos emanados de la LI Asamblea General de Afiliados a la ANDI
y me comprometo a cumplirlos y difundirlos.
En constancia firmo a los días del mes de del 2004.

Fuente: ANDI.

Desde el 2003 la ANDI realiza anualmente al Sector Privado Colombiano la Encuesta de RSE para conocer el panorama general del sector en esta materia.

También para el siglo XXI, más exactamente en el año 2000, el Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLACDS), ideó una iniciativa para Instituciones Financieras **Ecobanking**, que es un programa establecido para asistir al Sector Financiero latinoamericano creando valor a partir de la gestión ambiental (Centurión Bedoya, 2005).

El CLACDS, realizó un inventario de mejores prácticas de la RSE en los bancos según el ECOBANKING:

- ✓ Aplicación de guías de Ecoeficiencia de las Iniciativas Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.
- ✓ Transparencia en las operaciones, comunicación permanente por medio de informes a los accionistas, empleados, clientes.
- ✓ Promoción y apoyo a los clientes con mejores prácticas; transmisión y búsqueda de réplicas en los demás clientes.
- ✓ Revisión y medición de las operaciones ambientales de los clientes, apoyo a los grandes para incorporación de sistemas de administración ambiental.
- ✓ Apoyo a las necesidades financieras de la comunidad, adaptación a necesidades locales específicas; el apoyo puede consistir en entrenamiento, transferencia de tecnología.
- ✓ Expresión de políticas claras sobre las operaciones del banco, para que los clientes, proveedores, y otros puedan ser exigidos en su cumplimiento.
- ✓ Políticas sociales para acceso a los servicios del banco de los sectores desprotegidos o minoritarios.

Otras importantes iniciativas en materia de RSE que se han venido desarrollando y aplicando durante el siglo XXI, son:

B-Corp: Este es un nuevo tipo de sociedad que utiliza el poder de las empresas para resolver los problemas sociales y ambientales, haciendo frente a los grandes retos de la sociedad, creando valor para ella y no sólo a los accionistas.

Por cumplir con rigurosos estándares de desempeño, rendición de cuentas y la transparencia social y medioambiental, las Corporaciones B, son certificadas por el Laboratorio B, lo que les permite acceder a una cartera de servicios y el apoyo del mencionado laboratorio. (Wikipedia, 2013)

Para América Latina, las corporaciones B están representadas o agrupadas en **Sistemab**, aquí se encuentran los emprendedores y empresarios de una diversidad de sectores que buscan dar solución a problemas sociales y medioambientales, usando mecanismos de mercado.

Siendo Sudamérica el continente más desigual, donde el promedio de pobreza sobrepasa el 40%, estos actores, buscan ser un motor de bienestar para la sociedad, que complemente el rol que deben cumplir el Estado y la Sociedad Civil, logrando un crecimiento sostenible y equitativo

Las Empresas B, se distinguen por:

“1. Solucionar problemas sociales y ambientales desde los productos y servicios que comercializamos, y también desde nuestras prácticas laborales, ambientales, las comunidades, proveedores y diferentes públicos de interés.

2. Para demostrarlo, pasamos por un riguroso proceso de certificación que analiza todas las dimensiones de la Empresa. Debemos cumplir estándares mínimos de desempeño y hacemos un fuerte compromiso con la transparencia al reportar públicamente nuestros impactos sociales y ambientales.

3. Hacemos modificaciones legales para proteger nuestra misión o propósito empresarial, y así combinar nuestro interés público con el privado. Esto además

generará confianza con la ciudadanía, nuestros clientes, trabajadores y nuevos inversionistas.” (Sistema B, 2013)

Para la sociedad es importante contar con las empresas B, ya dentro de su concepción de empresa privada, ellas consideran que ésta puede crear beneficios públicos como:

- ✓ “Disminuir la pobreza,
- ✓ Reconstruir comunidades,
- ✓ Preservar el medioambiente y
- ✓ Crear buenos lugares donde trabajar” (Sistema B, 2013)

Sistema B se define como: “Somos una plataforma global que facilita y da escala a empresas que redefinen el éxito en los negocios y nuestras sociedades utilizando la fuerza del mercado para resolver problemas ambientales y sociales; somos Sistema B” (Sistema B, 2013).

Dentro de Sistema B, ya se encuentran algunas empresas colombianas, las cuales obtuvieron la certificación de B Corporation por parte del B Lab, dentro de ellas están:

- ✓ **Acción Verde** “es una empresa con ánimo de lucro que busca generar impactos ambientales y sociales positivos, canalizando recursos del sector privado en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial, para dirigirlos a la reforestación protectora en sitios estratégicos de Colombia” (Sistema B, 2013).
- ✓ **Armovial** “es una empresa colombiana de tradición familiar en la ingeniería. Se funda en 1998, creyendo en su aporte a un mundo sostenible y socialmente responsable. Se especializa en el sector de la construcción, ejecutando obras viales y civiles, movimientos de tierra y urbanismos. Además, desarrolla e implementa estudios ambientales,

planes de manejo ambiental y consultoría para el sector de la infraestructura y la construcción sostenible (LEED-BREEAM). ARMOVIAL busca la calidad de vida para sus empleados, clientes y las comunidades donde opera e incorpora prácticas eco-amigables basadas en el bienestar de las futuras generaciones” (Sistema B, 2013).

- ✓ **Envés** “es una empresa de diseño sostenible comprometida con el bienestar social, apoyando y trabajando con población vulnerable, potencializando iniciativas productivas en todo el país y buscando siempre justicia económica actuando con transparencia a todo nivel; nuestros proyectos y productos están enfocados en ofrecer mayor eficiencia y duración, en ser biodegradables y/o reciclables, en ser de materiales reutilizados y en siempre tener en cuenta el impacto ambiental” (Sistema B, 2013).
- ✓ **Hybrytec** “con más de cinco años en el mercado es una empresa dedicada al diseño, comercialización e instalación de soluciones de energía solar fotovoltaica y térmica. Hace parte del portafolio de empresas del fondo de inversión de origen Suizo ECOS Sustainable Equity y cuenta con la vinculación de “Promotora como inversionista a través del Fondo de Venture Capital”” (Sistema B, 2013)
- ✓ **La Tercera Mirada** “se dedica a **mover conocimiento**, ayudamos a cada organización que agrega valor social o ambiental, a potenciar su estrategia desde una tercera mirada a lo que es, siente, conoce, quiere y puede” (Sistema B, 2013).
- ✓ **Portafolio Verde** “es una firma consultora dedicada a diseñar, desarrollar e implementar soluciones y estrategias innovadoras para el Desarrollo Sostenible. Cuenta con un Sistema de Gestión de la Calidad bajo la norma ISO 9001 V2008, está vinculada a las Naciones Unidas como una empresa de consultoría que promueve los Objetivos de Desarrollo del

Milenio y hace parte del grupo de Stakeholders del Global Reporting Initiative” (Sistema B, 2013).

- ✓ **SANTOSH** “es una empresa que genera oportunidades de desarrollo personal y estilos de vida conscientes y sintonizados con la naturaleza, mediante la producción y comercialización de alimentos inspirados en la ciencia Ayurveda, así como la prestación de servicios de orientación en alimentación y constitución Ayurveda. Sus productos se irradian con intención y están comprometidos con el crecimiento personal de los miembros de su equipo para ofrecer productos conscientes, armónicos y saludables. Ubicada en un entorno rural, Santosh cultiva orgánicamente parte de sus insumos e involucra a la comunidad campesina (especialmente mujeres) como trabajadores y proveedores” (Sistema B, 2013).

El **Conscious Capitalism** o Capitalismo Consciente, es una iniciativa que busca resaltar las virtudes que puede tener el capitalismo de libre empresa, demostrar y entender que el Capitalismo no es algo malo para la sociedad sino que puede tener un propósito humano que beneficie a la sociedad, en general, el Capitalismo Consciente se refiere a que las empresas sean conscientes del impacto que su actividad puede traer para la sociedad y el medio ambiente, y busque la forma de contrarrestar todo aquello que tenga un efecto negativo.

Algunos importantes empresarios a nivel mundial perciben el Capitalismo Consciente como:

“ **Herb Kelleher, ex presidente y CEO de Southwest Airlines:** Durante mucho tiempo he creído que las empresas tienen la responsabilidad de equilibrar la rentabilidad con una conciencia social, sin embargo, pocos líderes tienen la comprensión inherente de cómo hacerlo. En Capitalismo Consciente, John Mackey y Raj Sisodia proporcionan un marco realista oportuna para que las empresas puedan servir mejor a una variedad de grupos de interés. Recomiendo escuchar lo que tienen que decir .

Howard Schultz, presidente, director general y consejero delegado de Starbucks: Las **empresas conscientes** y personas (también llamado **capitalismo consciente**) son los que buscan el conocimiento de los efectos de sus acciones y prácticas de desarrollo que beneficien tanto a los seres humanos y el medio ambiente. El movimiento empresarial consciente, que surgió de la teoría de la responsabilidad social de las empresas , presiona por "basado en valores" valores económicos que los valores representan las preocupaciones sociales y ambientales tanto a escala global como local. Este esfuerzo tiene que ver con no-sólo fines de lucro, modelos de negocio, el consumismo consciente y la inversión socialmente responsable" (Wikipedia, 2013).

4.4 RSE y Desarrollo Sostenible.

El desarrollo sostenible fue definido en 1987 por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas en el informe "Nuestro futuro común" (también llamado informe Brundlandt) como: "El desarrollo que satisface nuestras necesidades sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas" (Naredo, 1996).

Esta misma comisión, también señaló las tres dimensiones del desarrollo sostenible:

- ✓ Desarrollo económico
- ✓ Protección ambiental
- ✓ Equidad social

En términos generales, el desarrollo sostenible es un proceso de cambio hacia una situación en la que los hábitos de producción, consumo e inversión permitan que las personas, en el presente y en el futuro, disfruten de las condiciones

materiales, sociales y ambientales que les permitan acceder a una existencia digna y a una mejor calidad de vida (Naredo, 1996).

Entendidos los conceptos de RSE y de Desarrollo Sostenible, se entiende también que la RSE es la contribución de las empresas al Desarrollo Sostenible, ya que la implementación de ésta supone para la empresa la modificación de sus patrones de producción, consumo e inversión para alcanzar un desarrollo equilibrado en los tres ejes: económico, ambiental y social; de ahí, que en algunas organizaciones se utilice indistintamente los términos RSE y Sostenibilidad Empresarial, tal como se observa, por ejemplo, en sus informes anuales de RSE también llamados Informes de Sostenibilidad.

4.5 RSE y Filantropía.

Tal como se mencionó en la introducción de este trabajo, hasta hace algunos años, se tenía un concepto errado acerca de lo que es la RSE; se entendía que ser socialmente responsable desde el punto de vista empresarial, consistía únicamente en hacer donaciones a fundaciones y/o entidades sin ánimo de lucro, sembrar árboles, regalar kits escolares a la población de escasos recursos, etc., pero estas son acciones filantrópicas que si bien hacen parte de la RSE dentro de su campo de acción con la comunidad, no son el único tema que ésta abarca.

“La filantropía es una acción social externa de la empresa que tiene como beneficiaria principal a la comunidad. La RSE está enfocada en la estrategia de negocios de la empresa y engloba preocupaciones sobre un público más amplio (accionistas, empleados, subcontratistas, proveedores, consumidores, comunidades, gobierno y medio ambiente) cuyas demandas la empresa debe tratar de satisfacer a través de sus operaciones. Por tanto la RSE trata directamente de los negocios de la empresa y de cómo los conduce” (Instituto Ethos, 2008).

Una vez definida la Filantropía, se comprende que ésta forma parte de la RSE desde el punto de vista en que dentro de los programas de RSE existen algunos enfocados a contribuir con el bienestar social de toda la comunidad, pero se desarrollan al margen de la estrategia de negocios de las empresas.

4.6 La RSE y el Valor Compartido.

Cuando se habla de “Compartir”, se entiende que varias partes a la vez tienen participación en algo que los beneficia a todos; es decir, que la actividad que se desarrolle o lo que se obtenga de ésta, debe tener en cuenta las necesidades de todas las partes que interactúan en torno a ella. Por ello, cuando se habla del valor compartido con relación a la RSE, se entiende que la actividad empresarial y las necesidades de los negocios deben estar directamente relacionadas y conectadas con las necesidades de la comunidad en general.

Porter y Kramer, lo definen como “las políticas y prácticas operativas que incrementan la competitividad de una compañía desarrollando simultáneamente condiciones económicas y sociales en las comunidades donde las empresas tienen el asiento de sus negocios. Para ello existen tres vías clave en las cuales las compañías pueden crear oportunidades de valor compartido:

- ✓ **Reinvención de productos y mercados.** El punto de partida para crear valor es que las empresas identifiquen las necesidades de la sociedad, beneficios y efectos nocivos que puedan revestir sus productos...
- ✓ **Redefinición de la productividad en la cadena de valor.** Porter y Kramer reiteran la congruencia entre el progreso social y la productividad en la cadena de valor, lo cual implica no solo ejercer prácticas ambientalmente amigables, sino procurar compras a pequeñas empresas o firmas locales, así como utilizar nuevos modelos de distribución, como el caso de Google

Scholar que ofrece en la red textos escolares; así como implementar programas de salud ocupacional...

- ✓ **Desarrollo de clústeres locales de empresas:** El éxito de una empresa depende de las compañías y la infraestructura que está a su alrededor. Estos clúster no solo están compuestos por otras empresas, sino también por otro tipo de instituciones, programas académicos, organizaciones de comercio, universidades, agua potable, leyes de competencia justa, transparencia en los mercados.” (Porter & Kramer, 2011).

Pero para que estas tres vías propuestas por Porter y Kramer, sean realmente útiles, se debe tener en cuenta que las necesidades de la comunidad son cambiantes; es decir, que cada día surge una nueva necesidad o a una necesidad ya existente le surge una variante que depende, por ejemplo, de las nuevas legislaciones que determina un Estado, el avance de la tecnología, etc. En consecuencia, las empresas están obligadas a estar atentos a estos cambios para así amoldar sus productos y servicios, o crear unos nuevos que realmente satisfagan por completo las necesidades de toda la comunidad.

Cuando las empresas son conscientes de este tipo de planteamientos y los ponen en práctica, es cuando se genera el Valor Compartido, ya que la innovación en sus productos y servicios les ayuda a obtener una reducción de costos que, en mayor o menor medida, son compensados una vez atraen más clientes quienes llegan en busca de sus nuevos e innovadores productos, y esto a su vez enriquece su imagen y reputación.

En cuanto a los clústeres, cada vez existen más agrupaciones y asociaciones de los diferentes sectores productivos, los cuales realizan alianzas con las empresas y organizaciones internacionales para poder acceder a diferentes servicios obteniendo beneficios.

“Porter y Kramer son enfáticos al afirmar que todos los esfuerzos van a requerir una nueva premisa: el valor compartido solo puede ser el resultado de una efectiva colaboración entre las partes” (Porter & Kramer, 2011)

A continuación se presenta el paralelo comparativo entre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CSV) que Porter y Kramer citan en su artículo:

Tabla II: Paralelo comparativo entre RSC y CSV.

Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	Creación de Valor Compartido (CSV)
Valor: Hacer el bien.	Valor: Beneficios económicos y sociales en relación con los costos.
Ciudadanía, filantropía, sostenibilidad.	Compañía y comunidad conjuntamente crean valor
Discrecional o en respuesta a la presión externa.	Parte integral de la competencia.
Separada de la maximización de utilidades.	Parte integral de la maximización de utilidades.
La agenda es determinada por reportes externos y preferencias personales.	La agenda es definida por la Compañía para necesidades particulares e internamente generada.
El impacto está limitado al presupuesto de la Compañía para la RSC.	Reorganiza íntegramente el presupuesto de la compañía.
Ejemplo: Compras justas (fair trade purchasing)	Ejemplo: la transformación de la contratación para aumentar la calidad y el rendimiento

Fuente: (M. Porter y M. Kramer, 2011)

4.7 La RSE, la creación de Valor Compartido y las Empresas.

Las tendencias de internacionalización y competitividad han obligado a las empresas a crear una cultura acerca de la RSE, que implica no sólo la realización de actividades eventuales, sino que se trata de comprender la estructura de la sociedad y el rol que cada persona tiene dentro de ella para contribuir a la construcción, transformación y desarrollo de la misma.

Cada persona tiene una responsabilidad dentro de ese ámbito de RSE, basándose en el respeto y el cumplimiento de la ley, y por ello la sostenibilidad de nuestra sociedad depende en gran medida del compromiso y desempeño de cada individuo en la sociedad.

Las empresas, como individuos, tienen la gran responsabilidad de ser actores participativos en este esfuerzo por hacer de nuestra sociedad una sociedad sostenible:

“...Es en este marco donde la RSE aparece como la responsabilidad que tienen las empresas frente al funcionamiento de la sociedad. Y esta es, en principio, desarrollar la actividad empresarial siempre desde una perspectiva ética que reconozca la dignidad del ser humano, pues una buena ética empresarial juega un papel sustancial en el éxito económico y social” (Colombia Incluyente, 2010).

Todos los *stakeholders* de una organización esperan que ésta, además de ofrecerles los productos y servicios que cubren sus necesidades, también contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de toda la comunidad, a través de la generación de empleo, el cuidado del medio ambiente, y el desarrollo de programas sociales.

“El desarrollo de proyectos de RSE en las empresas y negocios se orienta a lograr la sostenibilidad de la misma: una empresa socialmente responsable construye fidelidad, enriquece la imagen institucional, fortalece sus marcas y contribuye de manera sensible a la rentabilidad del negocio en el largo plazo” (Colombia Incluyente, 2010).

Otro factor importante dentro de la sostenibilidad de las empresas y de la sociedad, y que es parte importante de la RSE, es el que tiene que ver con el área de Gestión Humana. En este sentido, los procesos de Gestión Humana, hacen un gran aporte, ya que a través de sus políticas contribuyen a mejorar la competitividad de los colaboradores, trayendo consigo la competitividad para la

empresa, la cual al ser sostenible ofrece a sus colaboradores una estabilidad laboral que repercute en el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

4.8 ¿A quién se dirige la RSE?: Las partes interesadas (*Stakeholders*).

Las empresas están constituidas por una colectividad de individuos que interactúan entre sí en entornos internos y externos; debido a esa relación existente entre ellos, la empresa debe actuar en pro de las demandas de sus grupos de interés y esto debe ir ligado a la implementación de sus actividades de RSE. Esto pone en evidencia que la implementación de la RSE en las empresas no es algo que surge espontáneamente sino que es una reacción a dichas demandas de sus colectivos internos (propietarios o accionistas y empleados) o externos (clientes y consumidores, proveedores, autoridades, organizaciones sociales), los cuales constituyen los llamados grupos de interés, y todo esto le permite a las empresas minimizar los riesgos de destruir valor y maximizar las oportunidades de crear valor.

“Los llamados *stakeholders* o partes interesadas, como los denomina la Guía Técnica Colombiana de RSE de Icontec, representan el corazón de los esfuerzos de la responsabilidad social empresarial. Son aquellos actores o grupos de actores que tienen un interés en la empresa, que pueden demandar algo de ella o que se ven afectados por las actividades de la empresa u organización o pueden afectarlas” (ICONTEC, 2008).

En consecuencia, cualquier empresa que se considere socialmente responsable, debe estar siempre atenta a las percepciones de sus *stakeholders*, así como de sus expectativas y necesidades, ya que de no respetarlas y satisfacerlas, se ve expuesta a perjudicar su imagen y crear una mala reputación dentro de la comunidad, lo que puede traer como consecuencia la pérdida de clientes y tener

que incurrir en costos para recuperarlos junto con su imagen y reputación organizacional.

4.8.1 Tipos de *Stakeholders*.

Dependiendo de su actividad económica, ubicación geográfica y entorno social en el cual se desenvuelven, las empresas deben tener en cuenta las necesidades de cada uno de sus grupos de interés, y para ello, es importante que se cuente con una definición clara y ordenada de cada uno de los tipos de *stakeholders* con que interactúa la organización.

Marsh (Marsh, 1998) propone cuatro tipos principales de *stakeholders*:

- ✓ Principales *stakeholders* – las personas esenciales para la organización o proceso como socios y colaboradores.
- ✓ Los clientes y consumidores – personas que reciben el producto o servicio (miembros de la comunidad).
- ✓ Controladores – personas que definen, regulan e influyen en la organización o proceso (legisladores, reguladores, proveedores de capital, servicios públicos, medios de comunicación, fiduciarios).
- ✓ Socios – personas a través de los cuales se da parte o la totalidad de la prestación del servicio (proveedores, personal temporal, distribuidores, agentes, consultores).

No hay una lista genérica de grupos de interés que sirva para todas las organizaciones pero en la mayoría de ellas pueden encontrarse, al menos, los grupos de interés siguientes:

- ✓ “Inversores y accionistas
- ✓ ONGs y grupos de presión
- ✓ Clientes y consumidores
- ✓ Comunidades locales
- ✓ Empleados
- ✓ Competidores
- ✓ Proveedores
- ✓ Aliados
- ✓ Gobierno y entes reguladores
- ✓ Líderes de opinión
- ✓ Medios de comunicación
- ✓ Comunidad académica y científica
- ✓ Sindicatos
- ✓ Instituciones internacionales” (AccountAbility, 2005).

De acuerdo con el proyecto de la Guía Técnica Colombiana de la RSE (ICONTEC, 2008), en general, las partes interesadas dentro del desenvolvimiento de los negocios de una empresa podrían ser:

- ✓ Sus trabajadores y las organizaciones de las que hacen parte.
- ✓ Sus socios, representantes, directivos.
- ✓ Sus clientes, consumidores y las organizaciones que los representen.
- ✓ Las comunidades locales y regionales, según sea el caso, donde se asienta la empresa.

- ✓ Sus proveedores de insumos, capital, servicios.
- ✓ Sus competidores.
- ✓ El Estado y sus instituciones.
- ✓ Algunas concepciones incluyen otros como el medio ambiente.

Un punto de partida clave para el desarrollo de la RSE y para que exista una buena estrategia de gestión empresarial, consiste en que la empresa establezca prioridades y dialogue con cada uno de sus *stakeholders* para identificar y comunicar claramente a cada uno ellos, cuáles son sus intereses y expectativas, asegurando así el logro de los objetivos del negocio y obteniendo un buen relacionamiento con su entorno.

Establecer relaciones de cooperación y compromisos alrededor de ellas, puede permitir el desarrollo de intereses comunes y complementarios, que minimicen los impactos negativos que puedan llegar a tener en determinado momento las actuaciones de una u otra de las partes. Por ejemplo, en relación con los clientes según la ISO 26000, los principales asuntos que conciernen a éstos se relacionan con prácticas responsables de marketing, la protección de la salud y seguridad de los productos y servicios, el consumo responsable, la protección de privacidad, el acceso a productos y servicios esenciales (ANDI, 2011).

4.9 El Sector Financiero Colombiano y la RSE.

En Colombia, el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero establece la estructura general del sector financiero y asegurador, donde divide las entidades que lo integran en las siguientes categorías:

1. Establecimientos de crédito.
2. Sociedades de servicios financieros.
3. Sociedades de capitalización.
4. Entidades con régimen especial.
5. Entidades aseguradoras.
6. Intermediarios de seguros y reaseguros.
7. Sociedades de servicios técnicos y administrativos.

La propia ley define las actividades que pueden o no realizar estas entidades. Por esta razón, las entidades financieras que conforman el sector financiero y asegurador en Colombia tienen un objeto social reglado, es decir, que está limitado por la ley (Asobancaria, 2011).

La Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), es un organismo técnico adscrito al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera y patrimonio propio, cuya función es supervisar el sistema financiero colombiano con el fin de preservar su estabilidad, seguridad y confianza, así como, promover, organizar y desarrollar el mercado de valores colombiano y la protección de los inversionistas, ahorradores y asegurados. (Coltefinanciera, 2011)

La primera categoría de entidades financieras, Establecimientos de crédito, corresponde a aquellos que tienen como función principal la intermediación, es decir, la captación de recursos del público en moneda legal, a través de depósitos a la vista o a término, para su posterior colocación mediante

préstamos, descuentos, anticipos u otras operaciones activas de crédito. Las siguientes son las entidades que se consideran establecimientos de crédito:

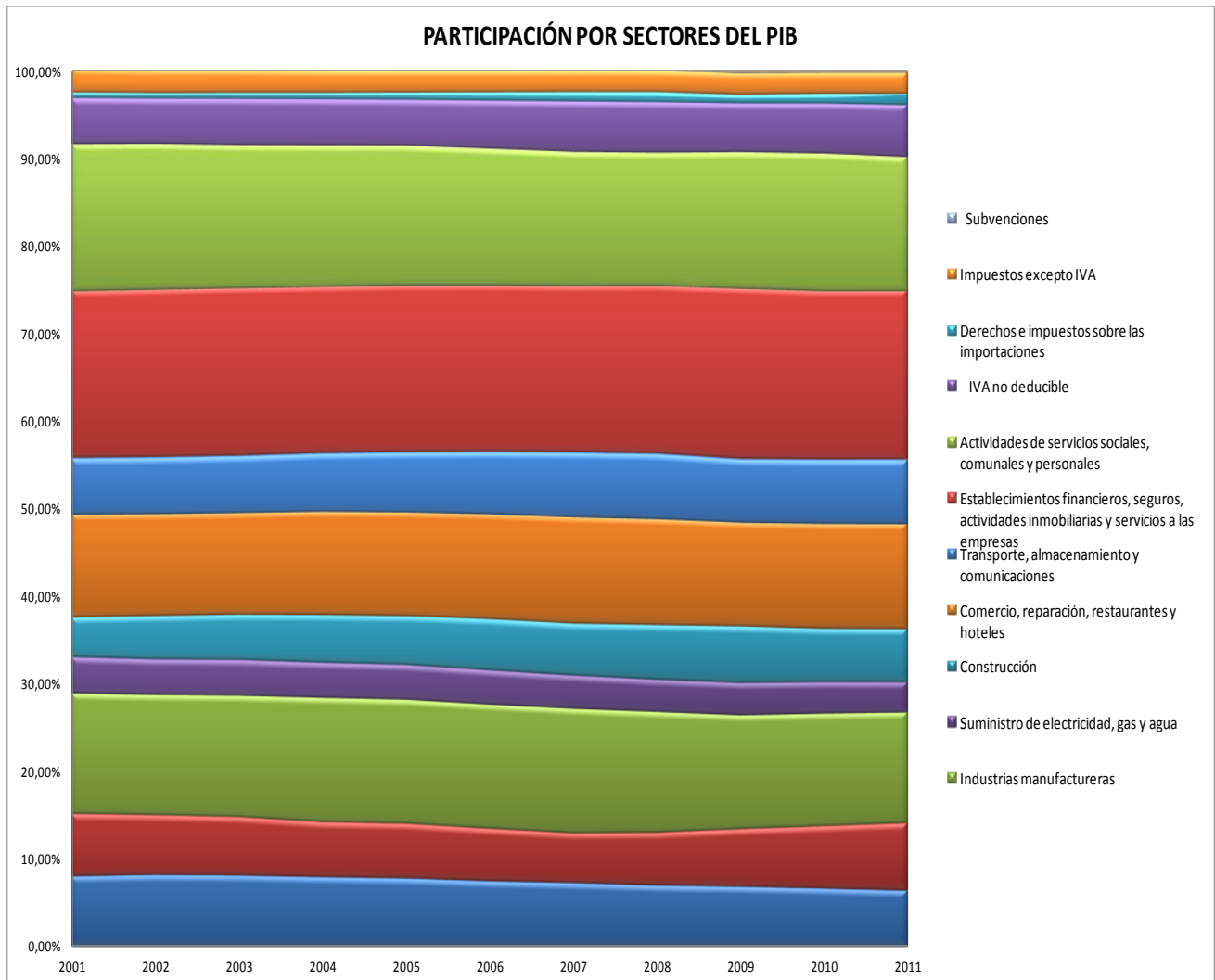
- ✓ Establecimientos bancarios: Su función principal es la captación de recursos en cuenta corriente, bancaria o en otros depósitos a la vista o a término, con el fin de realizar operaciones activas de crédito.
- ✓ Corporaciones de ahorro y vivienda: Aunque, como desarrollo de la disposición contenida en la Ley 546 de 1999, las corporaciones de ahorro y vivienda se convirtieron en bancos comerciales, en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero se conserva su definición: Instituciones que tenían como función principal la captación de recursos para realizar operaciones activas de crédito hipotecario de largo plazo.
- ✓ Corporaciones financieras: Su función principal es la captación de recursos a término, a través de depósitos o de instrumentos de deuda a plazo, con el fin de realizar operaciones activas de crédito y efectuar inversiones; esto con el objeto primordial de fomentar o promover la creación, reorganización, fusión, transformación y expansión de empresas en el sector real de la economía.
- ✓ Compañías de financiamiento: Su función principal es captar recursos a término, con el objeto de realizar operaciones activas de crédito para facilitar la comercialización de bienes y servicios, y realizar operaciones de arrendamiento financiero o leasing. Esto implica que la captación de recursos que efectúan se utiliza para la satisfacción de la demanda de créditos de consumo.
- ✓ Cooperativas financieras: Organismos cooperativos especializados cuya función principal consiste en la intermediación; sin embargo, por tener una naturaleza jurídica distinta, su funcionamiento se rige por las disposiciones de la Ley 79 de 1988. En todo caso, las operaciones que realicen se rigen por lo

previsto en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y demás normas que les sean aplicables (Asobancaria, 2011).

4.9.1 El Sector Bancario Colombiano.

En la actualidad, los establecimientos de crédito o bancarios, que en adelante se llamará “El sector bancario colombiano”, se encuentra conformado por 23 establecimientos que aportan al PIB nacional colombiano en el grupo de servicios financieros en un 19.31% a 2011, convirtiéndolo en parte vital para el desarrollo sostenible del país, al ser quien irriga la liquidez de capital a todos los demás sectores con su intermediación entre captaciones y colocaciones, es por ello que sus actuaciones deben estar enfocadas a lograr un equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social de sus diferentes *stakeholders*.

Gráfica I: Participación por Sectores del PIB.



Fuente: DANE (2011).

Este sector funciona bajo las directrices fijadas por la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia, ASOBANCARIA, que es el gremio representativo del sector financiero colombiano.

Asobancaria, está integrada por los bancos comerciales nacionales y extranjeros, públicos y privados, las más significativas corporaciones financieras e instituciones oficiales especiales. El Banco de la República,

banco central de Colombia, ostenta la calidad de miembro honorario (Asobancaria, 2011).

4.9.2 Directrices de la RSE para el Sector Bancario Colombiano.

Dentro del Balance Social de La Banca Colombiana 2011 (Asobancaria, 2012), Asobancaria presenta los principales aspectos que son tenidos en cuenta por el Sector Bancario Colombiano, frente al desarrollo e implementación de sus programas de RSE.

- a) Líneas de acción de la RSE: Social, ambiental y económica.
- b) Guías e indicadores de una Gestión Responsable.
- c) Guías e indicadores de consolidación de una gestión responsable para el Sector Financiero.
- d) Qué significa ser socialmente responsable: “Ejercer con ética la actividad bancaria en todas sus dimensiones y en todo momento, cumpliendo con la normatividad vigente y desarrollando y adoptando buenas prácticas en aspectos que fortalezcan el gobierno corporativo, la transparencia y funcionamiento del sector” (Asobancaria, 2012)
- e) Grupos de interés del Sector Financiero: Consumidores financieros, colaboradores, accionistas, proveedores, comunidades y el medio ambiente.

4.9.2.1 Inclusión Financiera o Bancarización: Un nuevo reto del Sector Bancario Colombiano frente a la comunidad.

No existe una definición para Inclusión Financiera; sin embargo, de acuerdo con el Informe de Inclusión Financiera que elabora Asobancaria, hay un consenso internacional con el cual se describe la inclusión financiera como el acceso a servicios financieros a toda la comunidad, llegando a la población de menores ingresos y a zonas rurales.

“Para la Asobancaria y para fines de este informe, se entiende la inclusión financiera como un proceso que involucra, por un lado, una visión tradicional de la bancarización, medida como el número de personas y empresas con acceso al sistema financiero por el lado del ahorro o del crédito, y por otro lado, el acceso eficiente a sistemas y herramientas de pago, bien sea que quien los utilice sea un cliente o un usuario del sistema.” (Asobancaria, 2011)

Dentro de los programas de inclusión financiera el Gobierno y el sector bancario, vienen trabajando en iniciativas que reconocen la importancia que tiene la inclusión financiera para el país, que contribuye a la lucha que se tiene por disminuir los índices de pobreza, y de inequidad en la distribución de los ingresos; en Colombia estos factores afectan directamente a las familias más vulnerables.

La inclusión financiera es ahora un tema que todos los Bancos deben reportar en sus informes de sostenibilidad ya que para el sector es clave implementar estrategias que permitan que la mayoría de las personas de diferentes comunidades tengan acceso a los sistemas financieros.

La inclusión financiera complementa el trabajo que realizan los Bancos en el tema de RSE, ya que se comprometen con la sociedad en la cual interactúan, logrando mejores niveles de vida para las personas. Es por esta razón que el reporte de la Superintendencia Financiera hace énfasis en cuatro dimensiones para medir el nivel de Inclusión Financiera:

- ✓ “Acceso: es la capacidad para acceder a los productos y servicios financieros.
- ✓ Uso: Considera aspectos como regularidad, frecuencia, plazo de uso, entre otras.
- ✓ Calidad: relaciona los atributos de los productos y servicios financieros con el perfil de los clientes.
- ✓ Bienestar: Cuantifica el efecto de los productos y servicios financieros sobre la calidad de vida, bienestar y productividad de la sociedad” (Colombia, 2012).

4.9.2.2 Entidades que en la actualidad desarrollan la Inclusión Financiera.

En la actualidad, aunque las tradicionales entidades bancarias realizan prácticas tendientes a la inclusión financiera, existen algunas entidades tanto internacionales como nacionales, públicas y privadas, cuyo objetivo específico es éste y dentro de ellas se encuentran:

- ✓ **Banco de los pobres (GRAMEEN BANK):** En el año 2006 Muhammad Yunus recibe el premio nobel de la paz por sus esfuerzos en incentivar el desarrollo social y económico empezando por las personas menos favorecidas. A través de la creación en 1983 del

Banco Grameen en Bangladés, se concedieron microcréditos a personas de humildes que no podían pagar préstamos en bancos tradicionales.

Estos créditos fueron aprobados con bajas tasas de interés, a febrero de 2010 el banco tiene una cartera en préstamos de \$ 8.9 billones de dólares en microcréditos, el 99% fueron pagos de acuerdo a las políticas que estableció Yunus. “Este banco de pobres ha beneficiado a siete millones y medio de personas, propietarias ellas mismas del banco, en su gran mayoría mujeres, que reunidas en grupos de cinco o más, solidarias y responsables, consiguen reembolsar 9 de cada 10 de sus pequeños préstamos en contra de lo esperado” (Yunus, 2006).

- ✓ **GRAMEEN AVAL COLOMBIA:** “El Grammen Aval Colombia facilita el acceso al microcrédito de los Colombianos de escasos recursos, empleando la filosofía del Grameen Bank” (Grameen Aval Colombia, 2010).

La filosofía del Banco Grameen Aval Colombia es muy parecida al banco creado en Bangaldes, se trabaja con el mismo modelo y los expertos de Grameen Trust, quienes se encargan de administrar y coordinar todas las actividades que se requieran para el buen funcionamiento del establecimiento.

La Fundación Luis Carlos Sarmiento Angulo realizó una donación de capital semilla para iniciar operaciones. Este Banco está bajo la responsabilidad de Luz Ángela Sarmiento Gutiérrez, hija del Banquero Luis Carlos Sarmiento Angulo. Este Banco cuenta a Febrero de 2011 con 2074 clientes en Bogotá, cuentan con oficinas en Usme, Bosa y Suba, el monto de microcrédito es desde \$ 380.000, en promedio \$ 500.000 y lo máximo que se ha aprobado ha sido de \$ 1.000.000.

- ✓ **Banca de las Oportunidades:** “La Banca de las Oportunidades es un programa de inversión administrado por el Banco de Comercio Exterior – Bancoldex. Tiene como objetivo promover el acceso a servicios financieros a familias en pobreza, hogares no bancarizados, microempresarios y pequeña empresa. Se enmarca dentro de la política de largo plazo del Gobierno Nacional , dirigida a lograr el acceso a servicios financieros para la población de bajos ingresos con el fin de reducir la pobreza, promover la igualdad social y estimular el desarrollo económico en Colombia” (Banca de las Oportunidades, 2012).

La Banca de las Oportunidades es administrada por Bancoldex, se crea en el año 2006 mediante decreto 3078 de Septiembre 8, para estimular el acceso a los servicio financieros de la población menos favorecida o población a donde no llegan las entidades financieras.

- ✓ **BANCAMIA:** “Bancamía inicia su operación en octubre de 2008. Nace de las voluntades de la Fundación Microfinanzas BBVA y las Corporaciones Mundiales de la Mujer de Bogotá y de Medellín. Bancamía cuenta con una inversión en acciones preferentes realizada por IFC (Corporación Financiera Internacional por sus siglas en inglés) del Banco Mundial, en el marco del acuerdo estratégico suscrito por IFC con la Fundación Microfinanzas BBVA para invertir en sus entidades financieras en Latinoamérica” (Bancamia S.A, 2012).

Es el primer establecimiento bancario para el sector de las microempresas, creado con el fin de contribuir al desarrollo social y económico del país, al otorgar créditos a clientes con pequeños negocios, permitiéndoles progresar, superando las condiciones de pobreza y mejorando su nivel de vida.

5. MARCO METODOLÓGICO.

Esta investigación es de carácter descriptivo, y para el cumplimiento de los objetivos planteados en ella, en primer lugar se consultaron fuentes bibliográficas especializadas que permitieron la construcción del marco teórico para la determinación de la política de RSE en el sector bancario en Colombia.

En segundo lugar, y para analizar la aplicación de la RSE por parte del sector bancario colombiano, se tuvo en cuenta otra fuente bibliográfica importante, los informes de sostenibilidad de las instituciones financieras, los cuales se analizaron comparativamente tomando como base las directrices fijadas por ASOBANCARIA; así mismo, con el fin de llevar a cabo el estudio de los principales aspectos que son tenidos en cuenta por el Sector Bancario Colombiano, frente al desarrollo e implementación de sus programas de RSE puntualmente en el tema de Inclusión Financiera que es uno de los ítem señalados por las instituciones financieras dentro de sus Informes de Sostenibilidad. Se seleccionaron tres (03) de los principales bancos que operan en Colombia, y para su selección se tuvo en cuenta el **Monitor Empresarial de Reputación Corporativa** (MERCO), que es un instrumento de evaluación reputacional que desde 2000 se ocupa de medir la reputación de las empresas que operan en España. Diez años después es uno de los monitores de referencia en el mundo. (Merco, 2012)

De acuerdo con la última encuesta de MERCO Colombia sobre el Ranking Sectores para el año 2012, estas son las principales entidades financieras de Colombia en cuanto a Reputación Organizacional:

Tabla III: Ranking Sectores - Financiero.

Empresa	Puesto
BANCOLOMBIA	1
DAVIVIENDA	2
BANCO DE BOGOTÁ	3
BBVA	4
GRUPO AVAL	5
COLPATRIA	6
BANCO DE OCCIDENTE	7
HELM BANK	8
CITIBANK	9
AV VILLAS	10

Fuente: (Merco, 2012)

De otra parte, y para tener una idea de la percepción de las principales necesidades que tiene la comunidad frente al acceso al sistema financiero, se aplicó una encuesta a una muestra de 200 personas de la ciudad de Bogotá. Se escogió puntualmente la Localidad de Chapinero, ya que como el objetivo era conocer la percepción de aquellas personas que se supone ya cuentan con la edad suficiente (mayores de 18 años) y las condiciones económicas para acceder a los servicios que ofrece el sector bancario para cubrir sus necesidades personales o de sus negocios, en esta localidad por ser una de

las zonas comerciales y financieras más grandes de la ciudad, se encuentran este tipo de personas dedicadas a diferentes actividades económicas, pertenecientes a los estratos sociales 1, 2 y 3, quienes serían una población objetivo para los bancos en el sentido de desarrollar sus programas de Inclusión Financiera.

A continuación se muestra el contenido de la encuesta aplicada:

ENCUESTA

Señor(a) encuestado (a), esta es una encuesta de carácter exclusivamente académico que busca identificar las preferencias y percepciones de la comunidad en cuanto al acceso a servicios financieros. La información suministrada por usted es completamente anónima y será utilizada únicamente para los fines antes descritos.

PERFIL DEL ENCUESTADO

Género	Femenino _____	Masculino _____				
Edad (en años)	Entre 18 y 29 _____	Entre 30 y 49 _____	50 o más _____			
Estrato Social	1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____
Actividad u Ocupación	Estudiante _____	Empleado _____	Independiente _____			
	Ama de Casa _____	Pensionado _____	Otro _____			
Nivel de estudios	Bachiller _____	Técnico _____	Profesional _____	Otro _____		
Ingresos Mensuales (SMMLV \$ 589.500)	Menos de 1 _____	Entre 1 y menos de 2 _____	Entre 2 y menos de 3 _____			
	Entre 3 y menos de 4 _____	Más de 4 _____				
Estos ingresos son	Fijos _____	Variables _____				
Tipo de Vivienda	Propia _____	Familiar _____	Arrendada _____			

CUESTIONARIO

1. ¿Tiene usted algún vínculo comercial con alguno de estos bancos?	Bancolombia _____	Banco de Bogotá _____	Davivienda _____
	Ninguno _____	Otro, ¿cuál? _____	
2. Si su respuesta anterior es afirmativa, por favor indique ¿A través de cuál de los siguientes productos?	Cuenta de ahorro _____	Cuenta Cte. _____	Tarjeta Crédito _____
	Credito de Vivienda _____	Crédito Vehículo _____	Crédito Libre Inv. _____
	Microcrédito _____	CDT _____	Otro, ¿cuál? _____

3. ¿De qué forma prefiere manejar su dinero?

Efectivo	_____	Tarjeta Débito	_____	Tarjeta Crédito	_____
Cheque	_____	Otro medio electrónico, cuál?	_____		

4. ¿Cuáles son sus principales fuentes de microcrédito (Hasta 1 o 2 millones de pesos)?

Banco	_____	Tarjeta Crédito	_____	Casa de empeño	_____
Familiar	_____	Prestamista	_____	Otro, ¿cuál?	_____

5. ¿Cuáles son los principales motivos por los que usted solicita microcrédito?

Pago Servicios	_____	Pago arriendo	_____	Pago Colegio	_____
Compra electrodomésticos	_____	Financiamiento de Viajes	_____	Otros ¿Cuáles?	_____
Pago de otros créditos	_____				

6. ¿Alguna vez ha recurrido a los servicios financieros informales para acceder a recursos económicos?

Sí _____ No _____

7. Si su respuesta anterior fue afirmativa, por favor indique ¿a qué tipo de servicio acudió?

Prestamista _____ Casa de empeño _____ Otro, ¿cuál? _____

8. ¿Cuál de estas razones le motivó a recurrir a este tipo de servicio?

Ofrece menores tasas de interés	_____	Exige menos requisitos	_____
Ofrece más facilidades de pago	_____	El desembolso es más rápido	_____
No hay reporte a Centrales de Riesgo	_____	No importa reporte a Centrales de Riesgo	_____
En mi sector no hay entidades financieras	_____	Banco no presta dinero por bajos ingresos	_____

9. ¿Cuáles son los montos más solicitados por usted normalmente?

Entre 0 y 100 mil pesos	_____	Entre 101 mil y 300 mil pesos	_____
Entre 301 mil y 500 mil pesos	_____	Entre 501 mil y 1 millón de pesos	_____
Entre 1 millón y 2 millones de pesos	_____	Más de 2 millones de pesos	_____

10. ¿Cuáles son los plazos solicitados por usted y/o los ofrecidos por el prestamista para el pago de los préstamos?

Quincenal	_____	Mensual	_____
Trimestral	_____	Semestral	_____
Anual	_____	Otro, ¿cuál?	_____

11. La tasa de interés de esos préstamos es:

Mensual	_____	Trimestral	_____	Semestral	_____	Anual	_____
---------	-------	------------	-------	-----------	-------	-------	-------

12. ¿De cuánto es la tasa de interés que le cobran al usar estos servicios? De 0% a 5% _____ Del 6% al 10% _____ Otro, ¿cuál? _____

13. ¿Cómo realizan el cobro de intereses? Anticipado _____ Vencido _____

14. ¿Con qué frecuencia recurre usted a este tipo de servicios? Quincenal _____ Mensual _____ Trimestral _____ Semestral _____ Anual _____ Otro, ¿cuál? _____

15. ¿Qué tipo de respaldo le exigen para acceder a este tipo de préstamos? Letra _____ Pagaré _____ Fiador _____ Otro, ¿cuál? _____

16. ¿Qué riesgos representan este tipo de servicios para usted? Estar expuesto al robo del dinero, al manejarlo en efectivo _____ No poder cumplir con el pago de la cuota más los intereses _____ Pagar intereses más altos _____ Otro riesgo, ¿cuál? _____

17. ¿Desea usted hacer algún comentario o brindar alguna información adicional que pueda ser relevante para esta investigación?

Muchas gracias por su tiempo y colaboración.

Igualmente, se realizó una entrevista semiestructurada, a una persona que ofrece servicios financieros informales, con el fin de conocer la otra cara de la realidad de la oferta de los servicios financieros para la comunidad, en cuanto a los costos que estos servicios tienen si son mayores o no a los de los bancos, en qué proporción y quienes son las personas que recurren a ellos y si frente a las entidades financieras los servicios informales son una mejor o más desfavorable opción para los usuarios de los servicios financieros.

A continuación se muestra el formato de la entrevista realizada:

ENTREVISTA A UN PRESTAMISTA

Señor(a) entrevistado (a), esta es una entrevista de carácter exclusivamente académico que busca identificar las preferencias y percepciones de la comunidad en cuanto al acceso a servicios financieros. La información suministrada por usted es completamente anónima y será utilizada únicamente para los fines antes descritos.

PERFIL DEL ENTREVISTADO

Género: Femenino ____ Masculino ____

Edad: Entre 18 y 29 años ____ Entre 30 y 49 años ____ 50 años o más ____

Estrato Social:
1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____ 6 ____

Actividad u Ocupación Alternativa
Estudiante ____ Empleado ____ Independiente ____ Pensionado ____
Ama de Casa ____ Otro, ¿cuál? _____

Nivel de Estudios
Bachiller ____ Técnico ____ Profesional ____ Otro, ¿cuál? ____

CUESTIONARIO

1. ¿Por qué decidió usted dedicarse a esta actividad?

2. ¿Hace cuánto tiempo que se dedica a ella?

0 – 12 meses ____
12 – 36 meses ____
36 – 60 meses ____
Más de 60 meses ____

3. En su mayoría ¿Qué tipo de personas son sus clientes?

Género: Hombre _____ Mujer _____

Edad en años: 18 a 25 _____ 26- 40 _____ 40 a 50 _____ más de 50 _____

Estrato Social: 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____ 6 _____

Actividad (Ocupación)

Estudiante _____ Empleado _____ Independiente _____ Pensionado _____

Ama de Casa _____ Otro, ¿cuál? _____.

Nivel de Estudios

Bachiller _____ Técnico _____ Profesional _____ Otro, ¿cuál? _____

4. ¿Con qué frecuencia recurren a usted sus clientes?

Quincenal _____ Mensual _____ Semestral _____ Anual _____ Otro ¿Cuál? _____

5. La tasa de interés de sus préstamos es:

Mensual _____ Trimestral _____ Semestral _____ Anual _____

6. ¿Cuál es la tasa de interés que usted ofrece a quienes recurren a sus servicios?

De 0% a 5% _____ Del 6% al 10% _____ Otra, ¿cuál? _____.

7. ¿Cómo hace usted el cobro de intereses?

Anticipado ____ Vencido ____

8. ¿Qué tipo de respaldo exige a sus clientes?

Letra ____ Pagaré ____ Fiador ____ Otro, ¿cuál? _____.

9. ¿Cuáles son los montos más solicitados por sus clientes?

____ Entre 0 y 100 mil pesos
____ Entre 101 mil y 300 mil pesos
____ Entre 301 mil y 500 mil pesos
____ Entre 501 mil y Un millón de pesos
____ Entre un millón y dos millones de pesos
____ Más de dos millones de pesos

10. ¿Cuáles son los plazos solicitados por sus clientes y/o los ofrecidos por usted para el pago de los préstamos?

Quincenal ____ Mensual ____ Trimestral ____ Semestral ____
Anual ____ Otro ¿Cuál? _____.

11. ¿Cuáles cree usted que son las ventajas y/o beneficios que sus servicios tienen para sus clientes, frente a los que le podría ofrecer un Banco o Entidad Financiera?

Menores tasas de interés ____ Menos requisitos ____
Más facilidades de pago ____ Menos procedimientos ____
Desembolso más rápido ____ No reporte a Centrales de Riesgo ____
Otro, ¿cuál? _____.

12. ¿Por qué motivos ha perdido a sus clientes?

Encuentran empleo fijo _____ Acceden a créditos bancarios _____

Encuentran préstamos a menos intereses _____ Otro ¿Cuál? _____

13. ¿A qué riesgos se ve enfrentado usted al ofrecer sus servicios?

Retardo en pagos _____

Incumplimiento definitivo de pagos _____

Otros ¿Cuáles? _____

14. ¿Cómo ha mitigado usted estos riesgos, o qué acciones ha tomado cuando éstos ocurren?

Aumenta requisitos _____

Baja tasas de préstamos _____

Otros ¿Cuáles? _____

15. ¿Por qué le negaría usted un préstamo a una persona?

No la conoce _____ No tiene suficientes garantías _____ Es desempleado _____

No tiene empleo estable _____ Es independiente _____

Otra razón, ¿cuál? _____

16. ¿Desea usted hacer algún comentario o brindar alguna información adicional que pueda ser relevante para esta investigación?

Muchas gracias por su tiempo y colaboración.

Con base en la información obtenida de las encuestas y la entrevista, se logró conocer las necesidades de la comunidad frente a la inclusión financiera y su percepción actual frente a la misma, fuente importante para la formulación de recomendaciones para que el Sector Bancario colombiano pueda mejorar sus planes y proyectos en este sentido, y así continuar con la búsqueda de nuevos productos y servicios para que cada vez más colombianos puedan acceder a éstos y de esta manera seguir contribuyendo al desarrollo sostenible de la sociedad.

6. POLÍTICA DE RSE PARA EL SECTOR BANCARIO EN COLOMBIA.

Antes de hablar del tema principal de esta investigación y cuál ha sido y es actualmente su aplicación en Colombia, es importante conocer cuáles son las políticas de RSE que se manejan en el país para este sector, ya que como se vio anteriormente, la Inclusión Financiera hace parte de las políticas de RSE para el Sector Financiero.

Tal como se muestra al inicio del Marco Teórico de este trabajo, los comportamientos éticos empresariales son los que dan paso a la adopción de programas de RSE al interior de las empresas; para ello, lo primero que éstas definen son los valores sobre los cuales van a regir todas sus actividades y comportamientos frente al cumplimiento y desarrollo de su labor.

En el caso del Sector Bancario Colombiano, Asobancaria adopta como Valores Corporativos para el sector los siguientes:

- ✓ Respeto
- ✓ Igualdad
- ✓ Honestidad
- ✓ Compromiso
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Excelencia
- ✓ Lealtad
- ✓ Actitud de servicio

Los tres bancos tomados como referencia para realizar el análisis objeto de esta investigación, además de tomar en cuenta los Valores Corporativos adoptados por

Asobancaria, han adicionado otros, acordes con sus objetivos corporativos y su cultura organizacional, dentro de los cuales se encuentran:

- ✓ **Davivienda:** Perseverancia, entusiasmo, alegría y buen humor, sentido de pertenencia y orgullo, profesionalidad.
- ✓ **Bancolombia:** Integridad, Transparencia, Responsabilidad social, Trabajo en equipo, Alto desempeño, Orientación al cliente, Actitud positiva, Confianza.
- ✓ **Banco de Bogotá:** Eficiencia, Liderazgo.

6.1 ¿Qué significa ser Socialmente Responsable?

Partiendo de los lineamientos que le dan a la empresa sus Valores Corporativos, y conociendo las definiciones de RSE que se tienen a nivel mundial, Asobancaria describe el Ser Socialmente Responsable como:

“Ejercer con ética la actividad bancaria en todas sus dimensiones y en todo momento, cumpliendo con la normatividad vigente y desarrollando y adoptando buenas prácticas en aspectos que fortalezcan el gobierno corporativo, la transparencia y funcionamiento del sector.

Implica Responsabilidad con:

- ✓ Consumidores
- ✓ Colaboradores
- ✓ Accionistas
- ✓ Proveedores
- ✓ Entorno y la comunidad.

La responsabilidad social supone también un compromiso con el desarrollo sostenible del país, entendido como aquel que permite satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro” (Asobancaria, 2012).

En concordancia con la definición de Asobancaria, cada uno de los bancos analizados, entiende la RSE como:

“El actuar responsable de la empresa en la sociedad en la que opera. Por tal motivo hemos definido 6 ámbitos en los que enmarcamos y desarrollamos todas nuestras acciones, con el objetivo de ser una empresa económicamente viable, ambientalmente correcta y socialmente justa” (Davivienda S.A., 2012).

“El íntegro cumplimiento de nuestro objeto social, constituyéndonos en una organización que facilita procesos de desarrollo para las comunidades y los grupos de interés con los que nos relacionamos” (Grupo Bancolombia, 2013).

“El compromiso ético que hemos asumido desde siempre, para construir una empresa: Regida por los más altos valores éticos, Sostenible en el largo plazo, Prudente en sus decisiones, Estratégicamente dirigida, Rentable” (Banco de Bogotá, 2012).

En todas estas definiciones, se puede apreciar que todas las entidades del Sector, coinciden en su compromiso de ser parte del desarrollo sostenible del país en el sentido de contribuir a la satisfacción de las necesidades de la comunidad, basados siempre en un actuar ético, que a su vez redunde en el logro de los objetivos corporativos, lo que es consecuente con el planteamiento de Porter y Kramer y que no es otra cosa que incentivar negocios que a partir de la creación de valor sean competitivos y generen desarrollo sostenible para la comunidad y empresas en donde operan.

6.2 Líneas de Acción de la RSE.

De acuerdo con Asobancaria las líneas de acción de la RSE para el Sector Bancario son: Social, ambiental y económica (Asobancaria, 2012); así mismo, los tres bancos analizados, coinciden en que estas tres líneas de acción son importantes desde el punto de vista de la RSE, y hacen especial énfasis en los ámbitos laboral y humano (dentro de la línea de acción Social), y en lo comercial (dentro de la línea de acción económica).

Todos estos campos de acción, son los que hacen parte de la base para la definición de sus objetivos y políticas en torno a ser reconocidas como entidades Socialmente Responsables.

6.3 Indicadores de Gestión Responsable a nivel general.

Los indicadores de gestión responsable son instrumentos que se han creado a partir de la necesidad de las empresas por ser reconocidas como entidades socialmente responsables, y su finalidad es, además de guiar a estas empresas, medir la consecución de sus objetivos ocupándose de cada una de las líneas de acción de la RSE. A nivel mundial, se conocen, entre otros, los siguientes instrumentos enfocados a líneas de acción específicas tales como:

- ✓ Aspectos centrales de negocios (Principios del Pacto Global): “El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Por su número de participantes,

seis mil en más de 135 países, el Pacto Mundial es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo. El Pacto es un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de las corporaciones y los mercados. Aquellas empresas que se adhieren al Pacto Mundial comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas” (Corporación Red Local del Pacto Global en Colombia., 2013).

- ✓ Gestión Ética y Gobierno Corporativo (Norma SGE21:2008): “La SGE 21, Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, es la primera norma europea que establece los requisitos que debe cumplir una organización para integrar en su estrategia y gestión la Responsabilidad Social. Dicho de otro modo, la SGE 21 es la primera herramienta que pone a disposición de las organizaciones una sistemática enfocada a la integración voluntaria de sus preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales y en las relaciones con sus grupos de interés. Una muestra del valor añadido que aporta a las organizaciones la SGE 21 es que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social” (Forética, 2010).
- ✓ Gestión con los grupos de interés (AA 1000, ISO 26000, Libro verde de la Unión Europea): **El modelo Accountability 1000 (AA 1000)**: “son principios basados en estándares para ayudar a las organizaciones a ser más sostenibles y responsables. Pueden ser utilizadas para cualquier tipo de organización, desde las empresas multinacionales hasta las Pyme, los gobiernos y las organizaciones de la sociedad civil. Estos estándares son desarrollados a través de procesos de consulta “*multistakeholder*” entre múltiples personas interesadas que aseguran una imparcialidad en la información en relación con el impacto que se está alcanzando” (Colombia Incluyente, 2010)

ISO 26000: “es una Norma internacional ISO que ofrece guía en RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más. ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación como la ISO 9001:2008 y la ISO 14001:2004” (ISO, 2010).

Libro Verde de la Unión Europea: “tiene por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

- ✓ Gestión frente a los colaboradores (SA 8000): “La SA8000 es una certificación voluntaria la cual fue creada por una organización estadounidense llamada Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI), con el propósito de promover mejores condiciones laborales. La certificación SA8000 se basa en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, los cuales incluyen temas tales como justicia social, los derechos de los trabajadores, etc.” (Food And Agriculture Organization of the United Nations., 2012).
- ✓ Gestión Medioambiental (ISO 14001): ISO 14001:2004 establece los criterios para un sistema de gestión ambiental y se puede certificar. No constituye un requisito del estado para el desempeño ambiental, pero traza un marco que una empresa u organización puede seguir para establecer un sistema de gestión ambiental eficaz (ISO, 2012).

- ✓ Gestión de la Calidad (ISO 9000): “La familia ISO 9000 aborda diversos aspectos de la gestión de la calidad y contiene algunos de los mejores estándares conocidos de la ISO. Las normas proporcionan orientación y herramientas para las empresas y organizaciones que quieren asegurarse de que sus productos y servicios cumplen consistentemente los requerimientos del cliente, y que la calidad se mejora constantemente” (ISO, 2012).
- ✓ Sistemas de Reporte (GRI Indicadores Ethos): “Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red y ha sido pionera en el desarrollo de los más reconocidos y utilizados modelos de reporte de sostenibilidad en el mundo. El GRI promueve y desarrolla un enfoque estandarizado para la presentación de informes, con ello se beneficia a las organizaciones que dan a conocer su información, así como a quienes hacen uso de la información reportada” (Colombia Incluyente, 2011). “Los indicadores Ethos, elaborados por el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social de Brasil, constituyen una herramienta de concientización, aprendizaje y monitoreo de la responsabilidad social empresarial, que permite estimular y desarrollar en las organizaciones una gestión socialmente responsable” (Colombia Incluyente, 2011).

La banca colombiana, ha venido adoptando estos indicadores de gestión dentro de sus actividades; por ejemplo, el 17 de Julio de 2007, Davivienda firmó la adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas, lo que la comprometió desde ese entonces a alinear sus estrategias y operaciones con los diez principios universalmente aceptados, igual decisión fue tomada por Bancolombia en el año 2008 cuando adhirió a este Pacto, como resultado de su compromiso con la sostenibilidad corporativa y el fortalecimiento de la relación con sus grupos de interés (Grupo Bancolombia, 2013).

Así mismo, para la elaboración de sus reportes de Sostenibilidad y/o de Gestión, la banca colombiana se acoge a los lineamientos de la Global Reporting Initiative (GRI).

6.3.1 Guías e indicadores de consolidación de una gestión responsable para el Sector Financiero.

En lo que concierne específicamente a la gestión responsable del Sector Financiero, se han desarrollado a nivel mundial, guías e indicadores tendientes a lograr el desarrollo sostenible en temas como:

- ✓ Actividad crediticia (Principios del Ecuador): Los Principios del Ecuador son una iniciativa del sector financiero mundial para la mitigación de riesgos sociales y ambientales presentes en los proyectos que se financian a través de sus operaciones.
- ✓ La gestión social y ambiental del riesgo (UNEP, FI, IFC).
- ✓ Las inversiones del portafolio (Principios de Inversión Responsable).
- ✓ La inclusión y educación financiera (The Smart Campaign, CGAP).
- ✓ Consumidor Responsable: “que invita a los usuarios a tener en cuenta, a la hora de comprar, elementos distintos al precio y la calidad, como el impacto social y ambiental del proceso de elaboración del producto y/o la conducta de las empresas que lo fabrican” (Asobancaria, 2012).

6.4 Grupos de Interés para el Sector Bancario Colombiano.

Para cualquier empresa, sus grupos de interés son el eje central de los esfuerzos de la RSE; estos grupos, son aquellos individuos o agrupaciones de individuos que tienen un interés en la empresa, pueden requerir algo de ella o que se ven afectados por las actividades de la empresa, o que también la pueden afectar.

De acuerdo con Asobancaria, los descritos a continuación son los Grupos de Interés para el Sector Bancario Colombiano.

6.4.1 Consumidores Financieros.

Son los clientes, clientes potenciales y usuarios del sistema. Frente a este grupo de interés, la banca colombiana ha venido desarrollando programas tendientes a brindarles seguridad y confianza en el sector, dentro de los cuales se encuentran programas como Protección al consumidor financiero, Educación financiera, Seguridad bancaria y mitigación de los riesgos de lavado de activos y financiación del terrorismo, e inclusión financiera (Asobancaria, 2012).

6.4.2 Los colaboradores.

Para las entidades bancarias sus empleados representan un motor activo, promotor de cambios positivos y enriquecedores. Según Asobancaria el Sector Bancario Colombiano es "Un sector que genera nuevos empleos y apoya la igualdad de género, Empleo de calidad y para todas las edades, Educación y desarrollo, y Empleo en todo el país".

6.4.3 Los accionistas.

Al ser los socios capitalistas de la empresa, se involucran dentro de su gestión debido al poder de decisión que les es otorgado de acuerdo al

porcentaje de acciones que poseen; por ello, la banca se obliga a que su gestión involucre también la obtención de resultados para este grupo de interés, ya que sin él, no existiría la entidad.

6.4.4 Los proveedores.

“Para los bancos son como socios relevantes por la compra de productos para cafetería, papelería y aseo, consultorías y asesorías, servicios de telecomunicaciones, seguridad y vigilancia”. (Asobancaria, 2012).

6.4.5 La comunidad.

“Trabajar con y para la comunidad es una actividad fundamental dentro de la estrategia de Responsabilidad Social de la Banca Colombiana, apoyando fundaciones y sus aportes se destinaron a programas de educación, damnificados por el invierno, soluciones de vivienda y a promover actividades sociales y culturales” (Asobancaria, 2012).

6.4.6 El medio ambiente.

“Las entidades reconocen la importancia de la riqueza natural del país, adoptando una serie de acciones dirigidas a lograr la ecoeficiencia, al interior de las organizaciones y a sus grupos de interés, a través de la identificación del impacto que sus actividades tienen sobre la cadena de valor y la oportuna

identificación, evaluación y administración de riesgos ambientales generados por las actividades y proyectos a financiar” (Asobancaria, 2012).

7. ANÁLISIS DE LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD.

Los Informes de Sostenibilidad son la forma en que las empresas documentan, evalúan y reportan los resultados de su gestión, consignando allí cómo fue durante un determinado período de tiempo su desempeño financiero, ambiental y social frente a sus diferentes grupos de interés. Dentro de estos informes, también se hace claridad acerca de todo lo relacionado con las políticas de RSE que hacen parte de la gestión de las empresas, y es por eso que a la publicación de estos informes, algunas entidades le llaman “Informes de Sostenibilidad” y en otras se titula “Informes de RSE”; sin embargo su contenido y su finalidad son la misma.

El realizar estos reportes, permite que la entidad, dando a conocer sus resultados al público, pueda transmitir una imagen de transparencia y credibilidad.

El Sector Bancario Colombiano, y en particular los tres bancos objeto de este análisis, presentan estos reportes de manera estandarizada basados en los lineamientos del GRI.

Dentro de los tres informes de sostenibilidad analizados, las tres entidades señalan los programas de RSE que han venido implementando, los resultados que han obtenido con ellos y también, el grupo de interés al cual se benefició o que se vio afectado con la implementación de dichos programas.

A continuación se describen los programas de RSE que viene realizando el sector bancario para cada uno de sus grupos de interés.

7.1 Consumidores Financieros.

Para la banca, es importante mantener buenas relaciones con sus consumidores, y para ello, vienen desarrollando una serie de programas tendientes a brindarles

más seguridad no sólo en cuanto al manejo de su dinero, sino también al manejo de la información. Dentro de estos programas se encuentran:

7.1.1 Protección al Consumidor Financiero.

El sector bancario al estar vigilado por la Superintendencia Financiera de Colombia está obligado a acatar las recomendaciones e instrucciones dadas por esta entidad, además de cumplir a cabalidad con las leyes expedidas en esta materia, dentro de las cuales se encuentran, por ejemplo, la Ley 795 de 2003 con la que se dio un carácter legal a la figura de la Defensoría del Cliente y la Reforma Financiera o Ley 1328 del 2009 donde uno de los principales avances fue la creación del Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC). Estas leyes así como las directrices de la Superfinanciera, buscan que las entidades del sector ofrezcan a sus clientes información clara, veraz y transparente con respecto a los productos que les ofrecen, y también que en caso de presentarse algún tipo de petición, queja o reclamo, el cliente sea tratado en forma justa, clara y responsable.

Todo esto, y de acuerdo con Asobancaria, conlleva al sector bancario a continuar con su compromiso de trabajar en tres frentes “uno, la provisión de información clara y oportuna relacionada con las características, costos y funcionamiento de los productos y servicios financieros; dos, la efectividad en el ejercicio de los derechos y deberes de los consumidores y de las entidades bancarias, así como de los mecanismos de protección; y tres, el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes de la población, necesarios para comprender de manera adecuada la información disponible, tomar decisiones acertadas y adquirir hábitos financieros saludables” (Asobancaria, 2011).

Todos los bancos que hacen parte de Asobancaria, dentro de los cuales se encuentran los tres bancos objeto de este análisis, así como todos los bancos

que operen en nuestro país, deben estar regidos por esta legislación y dar cumplimiento a los programas indicados por la SFC y Asobancaria.

Gracias a la implantación de estas y otras leyes, el Consumidor Financiero tiene hoy día el acceso a información clara y precisa, que le permite estar enterado del comportamiento de su dinero, y sobretodo, tiene la oportunidad de comparar los servicios de las diferentes entidades para poder tomar decisiones que se ajusten más y mejor a sus necesidades.

7.1.2 Educación Financiera.

Que los usuarios del sistema financiero conozcan claramente cuáles son los productos que les ofrece el sector, para qué sirve y cómo funciona cada uno de ellos, les permite a ellos estar en capacidad de tomar mejores decisiones, y a las entidades del sector les significa una mayor estabilidad, lo que genera un valor compartido entre las partes. Algunos de los principales avances en esta materia, corresponden a programas como el **Programa gremial de educación financiera “Saber más, ser más”**, el cual fue ideado en el año 2011 por el Comité de Educación Financiera de Asobancaria, en el que participan representantes de las entidades afiliadas. Este programa, se enmarcó en los siguientes lineamientos:

- ✓ “Entender la educación financiera, no como algo teórico, sino como la construcción de hábitos (cultura financiera).
- ✓ Uso de esquemas no tradicionales de educación (participación en redes sociales, e-learning).
- ✓ Diferentes herramientas metodológicas son necesarias para distintos públicos.

- ✓ Medición y evaluación permanente.
- ✓ Generación de alianzas para garantizar sostenibilidad” (Asobancaria, 2011).

Así mismo, el programa tuvo como fin el alcance de los siguientes objetivos:

- ✓ “Incidir en la política pública para lograr que la educación financiera se incluya dentro de la educación formal desde los primeros años de escolaridad.
- ✓ Desarrollar en alianza con las entidades públicas, como el SENA, el Ministerio de Educación y el ICFES, programas que contribuyan a la alfabetización financiera de segmentos poblacionales específicos y al desarrollo de herramientas para evaluar los niveles de educación financiera de los colombianos.
- ✓ Promover la educación financiera de los consumidores, a través de un programa de amplio alcance que complemente el trabajo que las entidades hacen a nivel individual.
- ✓ Promover la investigación, la identificación de buenas prácticas y el desarrollo de herramientas de educación financiera para consumidores.” (Asobancaria, 2011)

Otro importante y reconocido programa de Educación Financiera, ha sido la campaña de seguridad “**No seas cabeza dura**”, la cual se llevó a cabo a través de los medios de comunicación masiva, donde se ilustraba la forma en que los niños recomendaban a sus padres y demás adultos, la importancia de tomar precauciones de seguridad al momento de realizar sus transacciones bancarias.

Otro ejemplo de los programas llevados a cabo en este sentido, es el **Curso de Finanzas Personales**, dirigido a las personas interesadas en

adquirir subsidios de vivienda, y que fue dictado por la Secretaría Distrital del Hábitat de Bogotá.

Las entidades analizadas (Davivienda, Bancolombia y Banco de Bogotá), además de pertenecer a los programas anteriormente señalados, al igual que las demás afiliadas a Asobancaria, cuentan con programas dirigidos a la educación financiera de sus usuarios en temas de ahorro, manejo de sus productos, crédito, inversión, los derechos y deberes de los consumidores, entre otros. De estas entidades, se pueden resaltar los siguientes programas:

- ✓ **“Mis Finanzas en Casa”**, es un portal de educación financiera creado en el año 2012 “para aprender de forma sencilla y amable cómo administrar bien el dinero y alcanzar las metas, con el cual esperamos llegar a todos nuestros clientes. Además, avanzamos con la capacitación de 7.500 empleados de las empresas que tienen convenio de libranza con el Banco, a través del taller “Mis Finanzas Personales y Familiares” (Davivienda S.A., 2012).
- ✓ **Con el Banco Agrícola**, el Grupo Bancolombia, capacita a empleados de instituciones públicas y empresas privadas y clientes con talleres que incluyen temáticas como administración del presupuesto personal, manejo de crédito y economía familiar, llegando a 2,594 personas en 2012. Así mismo, renovó la exhibición en el Museo de Los Niños TIN MARÍN denominada “el Banco de Los Niños” que busca entregar competencias de educación financiera a temprana edad. (Grupo Bancolombia, 2013)
- ✓ **Educación Financiera para la vida**, es un programa creado en el año 2011 por el Banco de Bogotá, fundamentado en las necesidades de conocimiento que debe tener la población acerca de los productos y servicios financieros que utiliza en cada etapa de su vida.

- ✓ **Diversity:** en este parque de diversiones para niños entre los 3 y los 13 años, el Banco de Bogotá les enseña la importancia del ahorro, y les enseña también las diferentes formas que existen para el manejo del dinero (cheques, tarjetas, efectivo), todo de una manera muy didáctica que les permite aprender jugando.

Para el desarrollo de todos estos programas, todas las entidades del sector coinciden en que la mejor manera de darlos a conocer es a través de páginas web, cartillas, asesoría en oficinas y otros medios como cursos y capacitaciones, que permitan a los usuarios o clientes tomar decisiones financieras de manera consciente y responsable.

7.1.3 Seguridad Bancaria.

Esto hace referencia a los programas tendientes a minimizar los riesgos de fraude a los que se pueden ver expuestos tanto usuarios como entidades y por lo tanto los dos actores deben trabajar en conjunto para evitar que el riesgo ocurra. Dentro de los riesgos más comunes se encuentran la clonación de las tarjetas débito y/o crédito, el fleteo, los fraudes por internet, y para ello la banca realiza permanentemente campañas de prevención a través de la entrega de volantes, comerciales en los diferentes medios de comunicación, información útil a través de sus páginas web, etc.

Adicionalmente, el sector ha trabajado en conjunto con entidades como la Policía Nacional y la Fiscalía General de La Nación, en la capacitación de los funcionarios de dichas entidades para que puedan realizar una mejor investigación de este tipo de delitos financieros. Todo esto, sumado a los programas de Educación Financiera hace posible que los usuarios del sistema cada vez estén más atentos y no caigan en los engaños de los delincuentes.

Otro avance importante a nivel de seguridad bancaria, corresponde a la implementación de programas que le permite a los bancos verificar la procedencia del dinero de sus clientes, colaboradores, y en general de todos sus grupos de interés, con el fin de evitar que se filtren dineros producto de los delitos asociados con la financiación del terrorismo y el lavado de activos. Para facilitar al Sector Financiero el desarrollo e implementación de este tipo de programas, así como promoverlo entre las empresas de los demás sectores económicos, Asobancaria publicó en el año 2011 la primera cartilla de Riesgos de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo.

Al igual que con los programas de Protección al Consumidor, en el tema de Seguridad Bancaria todos los bancos que hacen parte de Asobancaria, dentro de los cuales se encuentran los tres bancos objeto de este análisis, así como todos los bancos que operen en nuestro país, se rigen, dan cumplimiento y ponen en práctica los planes y estrategias propuestos por Asobancaria y también por la autoridades nacionales como son la Policía Nacional, la Fiscalía General de La Nación, entre otros.

7.1.4 Inclusión Financiera.

Para el sector bancario es importante desarrollar e implementar planes y estrategias tendientes a incrementar el acceso de la comunidad al sistema financiero, ya que con esto no sólo obtienen mayores ingresos para sus entidades, sino que también, contribuyen al desarrollo sostenible del país. Por ser este el tema central de esta investigación, se hablará de los programas de inclusión financiera que el sector colombiano desarrolla actualmente, en el siguiente capítulo.

7.2 Los Colaboradores.

Para los bancos, sus empleados son un factor importante para el desarrollo y sostenibilidad de la organización, y por ello, este sector se ha caracterizado siempre por ser uno de los grandes generadores de empleo en el país, prueba de ello, es “el listado realizado por *Great Place to Work* a más de 1.900 empresas de América Latina con 2,8 millones de empleados, el mejor banco (no multinacional) para trabajar en la región es colombiano” (Asobancaria, 2012).

El sector ha tenido un incremento en la generación de empleo durante los últimos años pasando de 5.593 empleos directos creados en el año 2009, a 6.966 en 2010 y para el 2011 finalizó con la creación de 7.931 nuevos empleos directos (Asobancaria, 2012), pero, ¿qué es lo que hace que cada vez más gente se interese por trabajar en el sector y mantenerse en él?

Uno de los factores que incide es el de la igualdad de oportunidades ofrecidas para todos los géneros, las entidades afiliadas reportaron que para 2011, del total de empleados del sector, cerca del 60% eran mujeres (Asobancaria, 2011). Otros factores como la estabilidad laboral, las prestaciones sociales, la vinculación de personas jóvenes, los beneficios extralegales, el apoyo para la educación y la compra de vivienda, se suman a la estrategia de los bancos para ofrecer un empleo de calidad logrando atraer, mantener y retener a sus colaboradores; a continuación, se mencionan los principales beneficios laborales que los bancos ofrecen:

- ✓ **Davivienda:** cuenta con un salario mínimo para sus empleados el cual es de 1,3 frente al salario mínimo del país; adicional a esto, cuenta con un Pacto Colectivo con el que busca darle más participación a sus colaboradores frente a la toma de decisiones para definir los beneficios laborales de la compañía. Su Fondo de Vivienda permite que sus empleados puedan acceder a la

compra de vivienda propia con tasas de interés preferenciales, otros beneficios corresponden a auxilios educativos, servicios de salud, seguridad y salud ocupacional COPASO, formación en el cargo.

- ✓ **Bancolombia:** reconoce a sus colaboradores como el público más importante en la transformación para ser una organización en crecimiento, rentable, eficiente, sostenible basada en las personas. Ha sido un gran contribuyente a la generación de empleo en el país, “Durante el año, en Colombia vinculamos de manera directa a 1.562 personas, 150 a término fijo, 1.412 a término indefinido; adicional a esto, 952 aprendices y estudiantes en convenio. En las filiales del exterior contratamos a 297 personas.

El banco se preocupa por el bienestar y calidad de vida de los funcionarios y sus familias, por eso, les ofrece oportunidades de ascenso, formación en el cargo, beneficios como auxilios y créditos para educación y adquisición de vivienda, entre otros y con tasas preferenciales.

- ✓ **Banco de Bogotá:** Para este banco también es de suma importancia que sus colaboradores cuenten con un buen nivel en su calidad de vida y el de sus familias, ya que el crecimiento de la empresa, depende en igual medida del crecimiento de sus colaboradores. En pro de este objetivo, les ofrece programas y políticas de bienestar como primas y beneficios extralegales, auxilios de alimentación, educación para ellos y sus familiares, auxilios de transporte, e incluso en los periodos de disfrute de vacaciones les otorgan unos días adicionales para que puedan disfrutar más con sus familias.

La remuneración está basada en lograr la equidad interna y externa, teniendo en cuenta las responsabilidades del cargo, las competencias requeridas y la proyección que pueda tener. El salario mínimo del banco se establece por encima del 30% del salario mínimo legal.

Reconociendo la importancia de que sus colaboradores puedan desarrollarse plenamente a nivel físico, emocional y familiar, promueve actividades de

recreación, deporte, arte y aprendizaje, donde además se vincula a la familia. Todos los colaboradores del banco reciben capacitación para prepararse y especializarse en las diferentes áreas de trabajo.

De otra parte, y para mantener unas buenas relaciones laborales, el banco permite a sus colaboradores la libertad de asociación a cualquiera de los dos sindicatos del sector, y cuenta con una convención colectiva que beneficia al 58,84% de los empleados.

7.3 Los Accionistas.

La banca tiene un compromiso permanente con sus accionistas pues además de preservar capital, deben velar también por la estabilidad del negocio. “De acuerdo con cifras de la Superintendencia Financiera, la solvencia de la banca ha ido mejorando cada vez más, siendo así que en 2011 fue de 14,23%, nivel muy superior al mínimo requerido por la ley del 9%. En cuanto a la rentabilidad, esta se mantuvo estable en 2011. El ROA, que mide las utilidades que se generan por cada peso en el activo, fue de 2,14 % y el ROE, que indica las utilidades por cada peso en el patrimonio, se ubicó en 16,3%” (Asobancaria, 2012).

Otro tema importante frente a este grupo de interés es el Gobierno Corporativo, el cual se enfoca en los estándares de transparencia y toma de decisiones sugeridos por la Superintendencia Financiera de Colombia. Anualmente, las entidades presentan ante la Superintendencia la encuesta Código País que es la herramienta a través de la cual evidencian la forma en que las entidades desarrollan sus actividades de gobierno corporativo.

Para que el Gobierno Corporativo funcione correctamente, es importante que la comunicación entre los colaboradores y los accionistas fluya de una manera

clara y oportuna; en consecuencia, la banca ha venido implementando herramientas como el correo electrónico donde manejan sus comunicaciones corporativas haciendo la comunicación extensiva a todos los grupos de interés involucrados, otros medios comúnmente utilizados por las organizaciones son las carteleras, boletines impresos o la intranet, según Asobancaria en cuanto a los canales, el 46.67% de las entidades utiliza canales de comunicación como la intranet, el 40% el correo electrónico y el 20% usan voceros o representantes de empleados.

7.4 Los Proveedores.

Como ya se mencionó anteriormente, este grupo de interés es socio relevante para el negocio, pues el éxito de sus actividades, depende en gran parte de la calidad de los productos y servicios que éstos les ofrecen; por lo tanto, las entidades del sector cuentan con políticas de selección para sus proveedores e igualmente, buscan vincularlos a través de alianzas que les permita obtener mayores beneficios para ambas partes. Dentro de los planes de acción para mantener una buena relación con este grupo de interés, la banca implementa políticas de contratación donde se contempla desde la importancia de vincular proveedores que no evadan responsabilidades con sus colaboradores en cuanto a seguridad social, hasta la evaluación periódica de sus productos y servicios, verificando que cumplan con la calidad ofrecida y que los costos de los mismos se encuentren dentro de los parámetros del mercado.

Como valor agregado para ese grupo de interés, algunas de las entidades del sector, ofrecen programas adicionales, dirigidos a mantener las buenas relaciones y a su vez generar un valor compartido; algunas de ellas son:

- ✓ **“Tejedoras del Servicio:** Este programa, que comenzó en 2011, tiene por objeto garantizar la mejora de las condiciones de vida y laborales de las

colaboradoras del Banco en la prestación del servicio de aseo y cafetería. Durante 2012 presentó los siguientes resultados: Personas incluidas: 486, Cubrimiento: 54%, Meta para 2013: aumentar cobertura al 79% de las funcionarias del *outsourcing* (340 participantes nuevas). Se realizaron charlas y talleres para incentivar el desarrollo personal y profesional de las beneficiarias mediante el manejo de contenidos relacionados con principios y valores, etiqueta y protocolo, manejo de desperdicios, sexualidad, drogas y posibilidades de estudio” (Davivienda S.A., 2012).

- ✓ **“Capacitación a proveedores:** Durante 2012, los programas de capacitación a proveedores se centraron en: Formación específica en seguridad de la información, políticas de pagos del Banco y continuidad del negocio. Capacitación estratégica: “Comandos de la Excelencia”, programa dirigido a los colaboradores de proveedores en las empresas de seguridad, y el “Programa de Tejedoras de Servicio” ya citado. Tres programas de excelencia, lealtad y compromiso, para proveedores de mensajería y correspondencia; “Soy apasionado, respetuoso y soñador”, realizado a proveedores de servicios de soporte informático; y “El alma del equipo soy yo”, dirigido a proveedores de seguridad y centros de monitoreo para el Banco. Para 2012 se capacitaron 490 colaboradores de nuestros proveedores” (Davivienda S.A., 2012).

- ✓ **Bancolombia** trabaja de la mano con sus proveedores a través de un acompañamiento basado en la realización de visitas para conocer sus instalaciones, la forma en que trabajan, sus procesos, y a su vez se realiza de manera periódica la evaluación de sus productos y servicios, y la calificación de su desempeño. Todos estos factores son tenidos en cuenta por el banco para elaborar sus políticas de contratación con lo que busca crear el hábito en sus proveedores de contar con sistemas de calidad y mayor organización al interior de sus empresas.

- ✓ **Banco de Bogotá** incluye a sus proveedores dentro de sus líneas de acción de RSE, haciendo un trabajo similar al de Bancolombia, en el sentido de verificar que éstos cumplan con buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional en sus empresas, y que sus productos y/o servicios tengan cada vez más un mínimo impacto ambiental.

7.5 La Comunidad.

El sector bancario le apuesta a trabajar con y para la comunidad. Dentro de las actividades desarrolladas para cumplir con este objetivo, se encuentra la creación de fundaciones de carácter social con las cuales se destina parte de los recursos del sector para brindar apoyo en temas educativos, de vivienda, cultural y recreativo a diferentes regiones del país. Un aporte importante con el que cuenta este tipo de programas, es la colaboración de los funcionarios de los bancos, quienes voluntariamente dedican parte de su tiempo a la realización de los diferentes programas demostrando así el compromiso de todos los grupos de interés frente al desarrollo de la comunidad y la cadena de valor que esto representa.

Uno de los programas que desarrolla la banca en este sentido y que es el más reconocido, es “**Finanzas para Educar**” es liderado por Asobancaria y canalizado a través del Plan Padrino de la Presidencia de la República que sigue ejecutándose en la actualidad. A través de este programa, la banca en su conjunto ha llegado a comunidades alejadas en donde, gracias a su aporte financiero, se han logrado construir escuelas para aumentar la cobertura y la calidad educativa en municipios de extrema pobreza, con dificultades de acceso y poca capacidad de gestión de recursos” (Asobancaria, 2012).

Otro importante programa es el de Cultivarte - Espacios de Bienestar implementado por el banco Davivienda, quien lo describe así “Cultivarte es un

espacio físico en el que ofrecemos a la población de los municipios alternativas culturales como sala audiovisual, ludoteca, sala de exposiciones, taller de arte y aula virtual, para el mejor aprovechamiento del tiempo libre” (Davivienda S.A., 2012).

Cada una de las entidades asociadas a Asobancaria, y en particular las tres entidades analizadas en esta investigación, trabajan arduamente en hacer parte del crecimiento y desarrollo social del país, a continuación algunos de sus aportes más importantes.

El enfoque social en **Davivienda** se centra en la contribución al progreso y desarrollo equitativo de los Colombianos, para el banco es importante que los funcionarios tengan un desarrollo integral y para eso trabaja en fortalecer una cultura de solidaridad a través de voluntariado, Davivienda también hace parte de fundaciones y apoyó la ola invernal por la que atravesó el país en el año 2011.

Por su parte, **Bancolombia** a través de su fundación que lleva el mismo nombre, orienta sus esfuerzos en trabajar en programas que promuevan la calidad educativa de la población rural y urbana de Colombia; sin embargo, al igual que Davivienda apoya la Teletón, la ola invernal, y trabaja en programas de atención integral a la primera infancia, entre otros.

El **Banco de Bogotá** demuestra su interés por la comunidad al estar vinculado con la implementación y generación de planes y programas de Inclusión y Educación Financiera, así como el apoyo a iniciativas filantrópicas como la Teletón, Colfuturo, Fundación Nueva vida para todos, y patrocina también actividades de tipo artístico, educativo y cultural como es el caso de la Temporada de Ópera de Bogotá, el Festival Internacional de Jazz, la Feria Internacional de Arte de Bogotá (ArtBo), entre otros.

7.6 El Medio Ambiente.

Acorde con las directrices de Asobancaria, los bancos hoy en día ya cuentan con sistemas de evaluación que les permite medir el riesgo y los impactos socio ambientales, directos o indirectos que en un determinado momento puedan surgir como consecuencia de las actividades realizadas por ellos, o de los proyectos ejecutados por sus clientes y que han sido financiados por sus entidades, y por ello, promueven la prevención, mitigación, corrección y compensación de los mismos.

Dentro de las acciones que ha tomado el sector se encuentra el acuerdo de colaboración que Asobancaria suscribió en el año 2011 con el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente –UNEPFI–, su objetivo es “intercambiar información relevante en temas de sostenibilidad, identificar y difundir buenas prácticas entre los afiliados y ofrecer capacitaciones en temas relacionados” (Asobancaria, 2012).

Los bancos analizados, también han realizado avances en esta materia, al haber adherido los tres al Protocolo Verde en el marco de la Convención Bancaria; este protocolo tiene por objeto “considerar la inclusión de lineamientos de desarrollo sostenible en el sector financiero, generando beneficios al medio ambiente y a la sociedad. Se hará mediante el desarrollo de estrategias que consideran los impactos y costos ambientales en la gestión de activos, los análisis de riesgos ambientales y sociales en la financiación de proyectos, la producción más limpia y el consumo responsable de los recursos naturales renovables” (Davivienda S.A., 2012).

Otras políticas como el Ecobanking, la Ecoeficiencia, entre muchos más, son herramientas que el sector utiliza para cumplir con las responsabilidades que tiene con este grupo de interés tan importante como lo es el medio ambiente.

8. INCLUSIÓN FINANCIERA EN LA ACTUALIDAD.

8.1 Inclusión Financiera – Asobancaria.

Para el sector es importante aumentar el acceso de la población al sistema financiero, con el fin de contribuir con el desarrollo y crecimiento del país, para ello se deben crear estrategias que lleven a la innovación de nuevos productos que permitan el acceso eficiente a los sistemas. A continuación se detallan los avances que registró Asobancaria en el informe de Inclusión Financiera presentado en el 2012:

8.1.1 Indicador de Bancarización.

“El concepto de bancarización tiende a relacionarse con el acceso de los agentes económicos al crédito. Sin embargo, se trata de un concepto más amplio que hace referencia al acceso a todos los servicios financieros disponibles. La bancarización es a su vez una herramienta clave para los países en vía de desarrollo, en tanto juega un papel significativo frente a la reducción de la pobreza, razón que la ha convertido en un tema de gran importancia para las economías de Latinoamérica” (Tafur Saiden, 2009).

Con base en este concepto emitido por Claudia Tafur en su estudio sobre Bancarización en Colombia frente a América Latina, así como las definiciones ya vistas de Inclusión Financiera, se puede decir que estos dos términos hacen alusión a lo mismo y que el concepto de bancarización que contemplaba únicamente el acceso a los servicios tradicionales de contar con

productos de crédito y ahorro evolucionó al de Inclusión Financiera puesto que busca el acceso a toda la gama de servicios que ofrece el sistema financiero.

Al cierre del 2011 el indicador de Bancarización alcanzó 64% lo cual indica que aproximadamente 19 millones de personas cuentan con al menos un producto de ahorro o crédito, a Septiembre de 2012 este indicador alcanzo 66.5% generando un incremento 1.5 millones de personas con productos en el sector financiero.

8.1.2 Acceso a productos de ahorro.

Según el reporte a 2011 se observa un incremento importante de personas con cuenta de ahorro el cual está en 6% anual lo cual equivale a 6 millones de personas aproximadamente.

8.1.3 Acceso a productos de crédito.

En los productos de crédito se observa un crecimiento en microcrédito y tarjetas de crédito en 30.6% y 6.3% respectivamente, para el caso de crédito de vivienda al cierre de 2011 731.000 personas contaban con este producto.

8.1.4 Acciones y obstáculos para incrementar la inclusión financiera.

Como se vio anteriormente, las entidades han realizado bastantes esfuerzos para incrementar el índice de bancarización y facilitar el acceso de toda la población al sistema financiero, sin embargo se encuentran obstáculos que impiden el incremento de la bancarización.

Las entidades reportaron que lo más importante es lograr un mayor acercamiento hacia los clientes, a través de acciones de educación financiera y de realizar una mayor explicación sobre los productos y servicios que tienen las entidades y de las ventajas que se tienen al utilizarlos.

Las entidades bancarias consideran que productos como banca móvil son necesarios para mejorar los procesos de inclusión financiera, ya que son productos con el diseño adecuado para cubrir las necesidades de la población.

Algunos elementos de la regulación financiera como el gravamen a los impuestos financieros (impuesto del 4x1000), encarecen la prestación de los servicios y por consiguiente se convierte en obstáculo para la bancarización, adicionalmente los clientes piensan que este es un impuesto que recaudan las entidades para su propio beneficio y desconocen que las entidades actúan como ente recaudador para el Estado.

Otro obstáculo para acceder a los productos del sistema financiero y según el punto de vista de los clientes son: el acceso fácil y rápido a créditos, los requisitos que se exigen para la apertura y solicitud de servicios, la desconfianza que tienen en las entidades financieras.

8.1.5 Acceso a servicios y ampliación de cobertura.

El compromiso que tiene la banca con la inclusión financiera está encaminado en la innovación y desarrollo de nuevos productos y servicios, para cubrir las necesidades de toda la población.

Durante los últimos años la banca ha realizado inversiones en tecnología que han permitido el incremento en número de oficinas, cajeros automáticos, datafonos, corresponsales no bancarios, servicios por internet y banca móvil, así mismo con el ingreso de nuevas tecnologías como tarjetas con chip que busca ofrecer mayor seguridad a los clientes.

8.2 Inclusión Financiera - Davivienda.

Davivienda a través del producto Daviplata continua contribuyendo a la inclusión financiera, al cierre de 2012 contaba con 857 mil clientes 71.2% más que el año anterior, en el mes de Octubre el banco fue seleccionado para la administración de pagos de subsidios de un millón de familias del programa “más familias en acción”, este es un programa de la presidencia de la republica que entrega apoyo financiero a familias pobres de Colombia. Con este programa se lograra tener presencia en más de 380 municipios de los cuales hay 191 en los que el Banco no tenía oficinas y 119 que no contaban con ninguna entidad financiera, siendo Davivienda la primera.

“Este programa posiciona a DaviPlata como el tercer monedero electrónico más importante del mundo por número de clientes, después de M-Pesa (Kenia) y Wizzit Bank (Sudáfrica). DaviPlata es un modelo innovador que permite acceder de manera diferente al sistema financiero y se ha convertido en la primera

plataforma masiva de dinero electrónico en Latinoamérica” (Davivienda S.A, 2013).

Uno de los retos más grandes del sector financiero es lograr la inclusión al sistema de los colombianos no bancarizados, actualmente la cifra se encuentra aproximadamente en 12.2 millones de personas que representan el 37% de la población. (Davivienda S.A., 2012).

Daviplata es un producto innovador creado por Davivienda para lograr la inclusión financiera de los colombianos no bancarizados. Este producto permite manejar de forma ágil y gratis el dinero desde un celular, sin tener la necesidad de una cuenta bancaria o tarjeta débito, este producto contribuye a la creación de una cultura de manejo de efectivo a través de medios electrónicos.

Principales cifras de Daviplata: “En 2012 DaviPlata contaba con más de 850.000 clientes, 71,17% más que el año anterior. De ellos, el 77% no eran clientes y el 61% no estaban bancarizados.

- ✓ Durante el año se realizaron 112 mil consignaciones desde oficinas a DaviPlata.
- ✓ Se han firmado más de mil convenios con empresas de diferentes sectores para pagos de nómina.
- ✓ A diciembre 2012 se realizaron 406 mil pagos y se hicieron 4 millones de transacciones a través de DaviPlata.

La inclusión financiera es el mayor beneficio que ofrece Davivienda a los colombianos a través de DaviPlata.” (Davivienda S.A, 2013)

Principales logros:

- ✓ Daviplata es la primera plataforma masiva en Latinoamerica de dinero electrónico y nuevo medio transaccional en Colombia.

- ✓ Daviplata está ubicado en la tercera posición después de M-Pesa (Kenia) y Wizzit Bank (Sudáfrica), es uno de los monederos más importantes del mundo por su número de clientes.
- ✓ Fue seleccionado para la administración de pagos de subsidios de un millón de familias del programa “más familias en acción”, este es un programa de la presidencia de la república.

Daviplata vinculo laboralmente al Call Center a 20 personas de SISBEN 1 y 2 de acuerdo a Alianza de Empleabilidad DAR+” entre el Sena, el Departamento para la Prosperidad Social, Sistemcobro y Daviplata.

8.3 Inclusión Financiera – Bancolombia.

El propósito de Bancolombia es trabajar por la construcción de un sistema financiero incluyente para seguir mejorando la calidad de vida de las personas a través de productos no presenciales y con el apoyo del Gobierno Nacional buscar alternativas que beneficien la comunidad.

Bancolombia Adquirió el 70% de Uff Movil un operador virtual que permitirá desarrollar nuevas opciones para cumplir con el objetivo de inclusión financiera y que más personas puedan acceder al sistema financiero.

Con esta adquisición Bancolombia se convierte en el primer grupo financiero en Colombia en incluir a su negocio una empresa de desarrollo tecnológico.

A través de Micropyme, Bancolombia apoya a los emprendedores del país y contribuye al crecimiento de la inclusión financiera, con este crédito se atendieron a 2.393 tenderos a través de convenio firmado con Bavaria.

“Pymes: Realizamos acciones para mejorar la propuesta de valor de las pymes y las entidades gubernamentales del país. En este segmento somos su Banco

preferido, conclusiones que surgen de los indicadores de posicionamiento de marca y de penetración del mercado según estudio sindicado de Inmark, según el cual el 57,1% de las pymes bancarizadas de Colombia están con nosotros; en total, 120.693 clientes.” (Grupo Bancolombia, 2013).

Bancolombia considera al crédito educativo Vive la U como una opción incluyente para financiar la educación superior en el país, con este producto se ha logrado acercar a más de 1.000 personas a alcanzar de meta de culminar estudios superiores.

Tuya es la tarjeta que Bancolombia y almacenes éxito entregan a los clientes de forma ágil, con fácil aprobación, con ofertas atractivas, con facilidad en la forma de pago y atención personalizada, con este sistema de crédito Bancolombia ha logrado el compromiso de inclusión financiera y posicionamiento en el mercado.

El grupo Bancolombia a través de la política de responsabilidad corporativa, promueve la inclusión financiera a través del desarrollo de programas sociales y acciones de alto impacto que generan construcción de capital humano y a mejorar los niveles de pobreza y desigualdad.

El Banco destinó del valor económico generado durante 2012 el 17.2% para impuestos y contribuciones y el estado se encargó en distribuir los recursos para el desarrollo y bienestar del país, realizando programas sociales, educativos y culturales.

Adicionalmente el Banco realiza donaciones a la Fundación Bancolombia en donde entrego recursos por \$ 7.178 mil millones para desarrollar programas que cubren las cuatro líneas estratégicas las cuales son: atención integral a la primera infancia, educación, emprendimiento y el programa de voluntariado corporativo.

8.4 Inclusión Financiera – Banco de Bogotá.

Este banco también ha venido llevando a cabo importantes programas de inclusión financiera, dentro de los cuales se destacan los siguientes:

- ✓ **Banca Móvil:** Para el Banco de Bogotá, la Banca Móvil es un canal transaccional que atiende las necesidades de los clientes ya que habilitó la tecnología SIM browsing para los usuarios de Tigo y Movistar, en donde se realizaron 30.000 transacciones a diciembre de 2011 de las cuales el 77% corresponden a consultas de saldos. El Banco de Bogotá, al cierre de 2011 contaba con 113 Corresponsales no Bancarios, con 1002 terminales.

En el segundo semestre de 2011 el Banco realizó una importante alianza con COPIDROGAS, la más grande cooperativa de droguerías a nivel nacional, en donde se aumentó la cobertura en más de 400 municipios, contribuyendo con la bancarización y el crecimiento de la economía local y regional del país.

El Banco de Bogotá está comprometido con el desarrollo y crecimiento del país para lo cual aporta a la sociedad modelos de negocio que lleven a incluir a más personas en el sector de las finanzas y ayudarles a mejorar su calidad de vida.

A través de la innovación de nuevos modelos e incursión de nuevos mercados, el banco pretende estar a la vanguardia en las tendencias del mercado financiero con tecnologías rentables y sostenibles a nivel global.

- ✓ **Microfinanzas:** Uno de los modelos de los que se habla en el informe son las Microfinanzas, este modelo permite atención personalizada a pequeños empresarios.

La labor que se realiza con este segmento de clientes, está fundamentada en un modelo acorde con las características y necesidades de los beneficiarios, este programa inicia en el 2007 con pilotos en dos ciudades (Bogotá sur y Bucaramanga), siendo hoy en día un modelo exitoso y novedoso convirtiéndose en una unidad de negocio sostenible. Este modelo ha permitido ayudar al desarrollo y progreso de microempresarios de los estratos 1, 2 y 3, a mujeres cabeza de familia con actividades productivas, todos estos nuevos clientes no cuentan con historial crediticio, hay poca información financiera y no cuentan con garantías. Para los clientes que ya hacen parte del programa de microfinanzas y presentan buen comportamiento en el pago de las obligaciones, se fidelizan a través de la renovación del crédito y ampliación del mismo. Los indicadores de microfinanzas son: Clientes totales atendidos 31.360 con el 10.05% de clientes bancarizados, se desembolsaron 17.022 créditos.

- ✓ **Programa de Microcrédito para emprendedores y microempresarios:**
Los microempresarios Colombianos son importantes para el Banco de Bogotá, ya que son pieza clave para el desarrollo de la sociedad, es por ello que se están otorgando créditos por montos que van desde los 800 mil pesos dependiendo de la capacidad de pago de cada uno.

Con este crédito cada microempresario puede financiar sus proyectos a través de fuentes formales de crédito a menor costo y no las utilizadas por la mayoría como lo son los prestamistas a costos mucho más altos. Los plazos de estos créditos los pueden elegir los clientes y van desde 36 a 60 meses con cuotas fijas. A cierre de 2011 se desembolsaron 10.795 microcréditos por un valor total de \$ 133.762. (Banco de Bogotá, 2012)

8.5 Los costos de los servicios financieros: principal barrera actual para la Inclusión Financiera.

Los altos costos que tienen los bancos para que los clientes puedan acceder a los productos, impiden que nuevos clientes y más de escasos recursos o de poblaciones en donde no hay presencia de entidades financieras, quieran hacer parte de un banco, en muchos casos prefieren tener el dinero guardado en la casa o realizar otro tipo de inversiones o negocios.

Actualmente los bancos efectúan cobros a los clientes por muchas de las transacciones que realizan, inclusive para poder vincularse con una entidad a través de un crédito, adicionalmente de los papeles que deben entregar, las filas que deben hacer, el tiempo que deben esperar para realizar las consultas, la inseguridad al realizar las operaciones dentro y fuera de las oficinas o en los cajeros automáticos.

Sin embargo, se debe reconocer que todas las opciones que los bancos ofrecen para realizar transacciones son indispensables para el crecimiento económico de los colombianos y del país en general.

A continuación se analizan los costos que tienen Bancolombia, Davivienda y Banco de Bogotá, por la utilización o adquisición de sus productos; para ello, se elaboró la siguiente tabla en la cual se comparan los cobros más comunes que realizan los bancos a sus clientes de acuerdo al producto que utilizan; sin embargo, se puede observar que algunos de los cobros no se aplican para todos los bancos seleccionados o no se relacionan en sus tablas de valores.

Tabla IV: Comparación Costos de los Productos Financieros.

PRODUCTO/SERVICIOS	BANCO		
	BANCOLOMBIA	DAVIVIENDA	BANCO DE BOGOTA
CUENTAS DE AHORRO Y/O CORRIENTE			
Acceso a Internet	N/A	Gratis	Gratis
Llamadas telefono (consultas, mov y saldos)	\$ 1.000,00	Gratis	\$ 800,00
Llamadas telefono asesor (consultas, mov y saldos)	\$ 1.400,00	N/A	N/A
Retiros Atm's propios otras ciudades	N/A	Gratis	\$ 1.100,00
Copia de Extractos a traves de telefono	\$ 1.000,00	Gratis	N/A
Copia de Extractos a traves de telefono asesor	\$ 1.400,00	N/A	N/A
Copia de Extractos via fax	\$ 5.100,00	N/A	N/A
Reposicion tarjeta debito	\$ 10.000,00	Gratis	\$ 11.800,00
Transacciones Banca Movil	N/A	Gratis	N/A
certificaciones y referencias bancarias	Gratis	Gratis	\$ 11.000,00
Debito Automatico	N/A	Gratis	N/A
Transacciones atm's red propia	\$ 2.150,00	Gratis	\$ 1.100,00
Opcion cobro retiro con tarjeta debito	N/A	\$ 4.650,00	N/A
Transferencia cta a cta en oficina entre ciudades	\$ 5.000,00	\$ 6.200,00	N/A
Debito Automatico	N/A	Gratis	N/A
Deposito o consignación nacional, retiro viajero en oficina y pago nal de cheques	\$ 10.300,00	\$ 10.300,00	\$ 9.999,00
Consignacion nacional efectivo	\$ 10.300,00	N/A	\$ 9.999,00
Cheques de Gerencia	\$ 20.700,00	\$ 5.500,00	\$ 18.000,00
Costo talonario	N/A	\$ 77.000,00	\$ 58.000,00
Chequera persona natural	N/A	\$ 111.000,00	\$ 110.000,00
Transferencias internacionales	N/A	us\$ 21	N/A
Transferencias recibidas ach	N/A	\$ 1.800,00	N/A
Transferencias a cuentas otras entidades ach canales virtuales	\$ 7.200,00	\$ 4.650,00	\$ 5.100,00
Cuota de manejo tarjeta debito tarifa plena	\$ 9.700,00	\$ 9.300,00	\$ 8.800,00
Cuota de administración cuenta talonario	N/A	\$ 9.300,00	N/A
CUENTAS DE AHORRO RURAL			
Cuota de manejo tarjeta debito mes anticipado	N/A	\$ 6.200,00	N/A
Transacciones atm's otras redes	N/A	\$ 3.200,00	N/A
Retiros viajeros atms propios	N/A	Gratis	N/A
COBRO TRANSACCIONES TD ATM'S OTRAS REDES			
Transacciones declinadas	Gratis	Gratis	Gratis
Tarifa unica transacciones otras redes nacionales	\$ 4.050,00	\$ 4.000,00	\$ 3.900,00
Retiros y consultas en cajeros internacionales	\$ 4.050,00	\$ 5.200,00	\$ 3.900,00
COBRO CUOTA DE MANEJO TARJETA DE CREDITO			
Tarjeta de credito Diners Club trimestre anticipado	N/A	\$ 62.000,00	N/A
Tarjeta de credito clasica trimestre anticipado	\$ 49.700,00	\$ 49.800,00	\$ 48.900,00
Tarjeta de credito mujer clasica trimestre anticipado	N/A	\$ 55.000,00	N/A
Tarjeta de credito Gold trimestre anticipado	\$ 59.400,00	\$ 59.800,00	\$ 59.000,00
Tarjeta de credito Platinum trimestre anticipado	\$ 68.400,00	\$ 68.000,00	\$ 66.000,00
Transaccion declinada tarjeta de credito	Gratis	\$ 6.400,00	\$ 1.100,00
Reposicion tarjeta de credito	\$ 18.700,00	Gratis	\$ 11.700,00
Avance tarjeta de credito en cajeros, atm's y telefono	\$ 4.050,00	\$ 7.500,00	\$ 3.900,00

Fuente: Realización propia de acuerdo a las tablas de cobros y tarifas de los bancos: Bancolombia, Davivienda y Banco de Bogotá.

- ✓ El primer servicio que se relaciona es el acceso a internet el cual es gratis para los tres bancos seleccionados, este servicio según el informe de sostenibilidad de Asobancaria y de acuerdo al Ministerio de Hacienda y Crédito Público en el Decreto 4809 de 2011, señala que el internet debe ser el servicio ofrecido a menor costo, los tres bancos lo prestan gratis y es un canal que es muy utilizado por el fácil acceso y ahorro de tiempo.
- ✓ El segundo cobro es el de teléfono, como se observa en la tabla el banco Davivienda ofrece este servicio gratis, el Banco de Bogotá a un costo de \$ 800 y Bancolombia \$ 1.000.
- ✓ Los Bancos de Bogotá y Davivienda no tienen contemplado realizar cobros a los clientes cuando son atendidos telefónicamente por un asesor de servicio, Bancolombia realiza un cobro por valor de \$ 1.400.
- ✓ Los retiros en Atm´s de la misma red pero de ciudades diferentes a la ciudad de origen de la cuenta, son gratis para Davivienda y Bancolombia, mientras que para los clientes del Banco de Bogotá tienen un costo de \$ 1.100.
- ✓ Las solicitudes de extractos son gratis para los bancos de Bogotá y Davivienda, el banco de Colombia cobra a sus clientes \$ 1.000 si es a través de teléfono, \$1.400 si es a través de asesor y \$ 5.100 si es vía fax.
- ✓ La reposición de tarjeta debito es gratis para los clientes del Banco Davivienda, Bancolombia cobra \$ 10.000, el Banco de Bogotá cobra \$ 11.800.
- ✓ Por una solicitud de certificación y referencia bancaria, el Banco de Bogotá cobra a sus clientes \$ 11.000, mientras que para los clientes de Bancolombia y Davivienda son gratis.
- ✓ Las transferencias entre cuentas en oficinas entre ciudades, es decir un cliente que tiene una cuenta en la ciudad de Armenia y desea realizar una transferencia a un cliente de la ciudad de Bogotá, tienen un costo para Bancolombia de \$5.000, para Davivienda \$ 6.200 y para el Banco de Bogotá es gratis.
- ✓ Los depósitos o consignaciones nacionales en cheque, el retiro viajero en oficina y los pagos de cheques nacionales tienen un cobro para los clientes de Bancolombia y Davivienda de \$ 10.300 y para el Banco de Bogotá de \$ 9.999.

- ✓ Las consignaciones locales en efectivo no tienen costo para Davivienda hasta la transacción 41, después de esta tiene un cobro de \$ 6,200, para Bancolombia tiene un costo de \$ 10.300, para los clientes del Banco de Bogotá de \$ 9.999.
- ✓ A los clientes que realizan retiros con cheques de gerencia, Bancolombia les realiza un cobro por \$ 20.700, Davivienda de \$ 5.500 y Banco de Bogotá de \$18.000.
- ✓ El costo de talonario para los clientes que no cuentan con tarjeta débito es de \$77.000 para Davivienda, de \$ 58.000 para Banco de Bogotá, el Banco de Colombia no tiene este ítem en su tabla de valores.
- ✓ Una chequera para un cliente de Davivienda tiene un costo de \$ 111.000, para un cliente del Banco de Bogotá de \$ 110.000, la tabla de valores del Banco de Colombia no especifica este cobro.
- ✓ La cuota de manejo de una tarjeta débito para clientes del Bancolombia es de \$9.700, para clientes de Davivienda es de \$ 9.300 y para clientes del Banco de Bogotá es de \$ 8.800, es de aclarar que esta es la tarifa plena, es decir cuando no existe algún tipo de convenio, por ejemplo empleados de nómina, el empleador paga un porcentaje y el trabajador otro, o diferentes convenios con las empresas.
- ✓ Las cuotas de manejo de las tarjetas de crédito son los más significativos para los clientes que cuentan con este producto, en este cobro encontramos que las tres entidades realizan cobros muy similares de sus productos, esto se debe a que en general son tarjetas de las mismas redes.
- ✓ El cobro que realiza Bancolombia a un cliente con tarjeta de crédito clásica visa o master es de \$ 49.700, Davivienda de \$ 49.800 y Banco de Bogotá de \$ 48.900.
- ✓ Un cliente con una tarjeta de crédito Gold visa o master tiene que pagar en Bancolombia \$ 59.400, en Davivienda \$ 59.800 y en Banco de Bogotá \$ 59.000.
- ✓ Por una tarjeta Platinum el cliente de Bancolombia paga \$ 68.400, el de Davivienda \$ 68.000 y el de Banco de Bogotá \$ 66.000.
- ✓ Las transacciones que realizan los clientes con sus tarjetas de crédito y que son declinadas, es decir que no son efectivas, para los clientes de Bancolombia son

gratis, para los de Davivienda tienen un costo de \$ 6.400 y para los del Banco de Bogotá de \$ 1.100.

- ✓ Una reposición de tarjeta de crédito, por deterioro, robo o pérdida, para los clientes de Bancolombia tiene un costo de \$ 18.700, para los de Davivienda es gratis y para los clientes del Banco de Bogotá es de \$ 11.700.
- ✓ Adicional a los cobros que ya vimos por manejo de los productos o por utilización de los mismos, los bancos también realizan cobros por el estudio de créditos, por ejemplo el Banco de Bogotá por el estudio de un crédito de libre inversión hasta por \$ 1.500.000 cobra un valor de \$ 61,000, por un crédito de más de \$1.500.000 cobra \$ 51.000, Bancolombia cobra porcentajes, basados en el SMMLV de acuerdo al tipo de crédito y al monto, Davivienda no realiza cobros.

De lo anterior podemos evidenciar que todos los bancos realizan cobros por sus productos unos más costosos que otros o cobros similares para evitar la competencia desleal.

Como ya se mencionó los cobros que hacen los bancos son necesarios ya que ellos también tienen que pagar por la materia prima de los productos, sin embargo si se debería trabajar en la reducción de cobros por estudio de créditos.

Dentro del análisis de cobros que realizan los Bancos, encontramos que los productos como Bancamóvil, Corresponsales Bancarios y Daviplata, no realizan cobros por la utilización de los servicios, por lo cual se convierten cada día en instrumentos importantes para lograr la bancarización e inclusión de más personas.

Bancamóvil es un canal que se utiliza a través de la plataforma de los celulares y se necesita de una cuenta de ahorros para poder acceder al canal, en las cuentas se realizan los cobros que se describieron anteriormente.

Los Corresponsales no Bancarios son terminales ubicadas en establecimientos comerciales o negocios autorizados en donde se pueden realizar diferentes operaciones financieras, funcionando en algunos casos como cajero electrónico,

para la utilización de este servicio es necesario contar con una cuenta de ahorro y tarjeta débito, al igual que Bancamóvil aplican los cobros correspondientes por tener cuenta de ahorro.

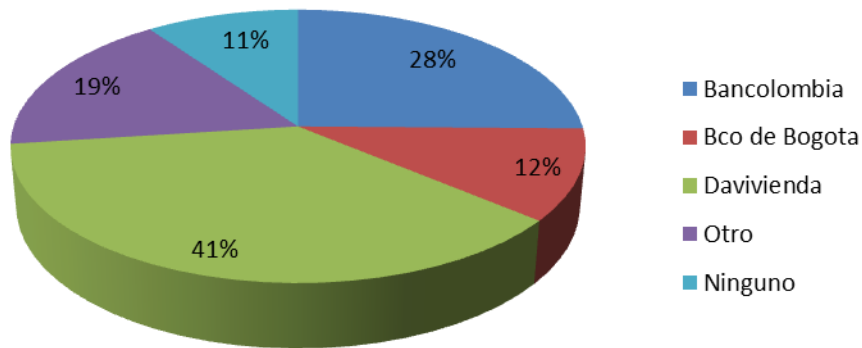
Para utilizar Daviplata solo es necesario tener celular con operador tigo y Claro, no requiere de aperturas de cuentas y la utilización de los servicios no tiene ningún costo.

9. PERCEPCIÓN DE LA COMUNIDAD EN CUANTO A INCLUSIÓN FINANCIERA (Resultados de la Encuesta y la Entrevista).

9.1 Resultados de la encuesta aplicada.

La encuesta aplicada permite tener una visión acerca de cuál es la relación de la muestra con el que cuenta el sector Bancario y así mismo, tener una idea de cuál es el déficit que presentan respecto a la inclusión financiera.

Gráfica II: Vínculo Comercial por Entidad.

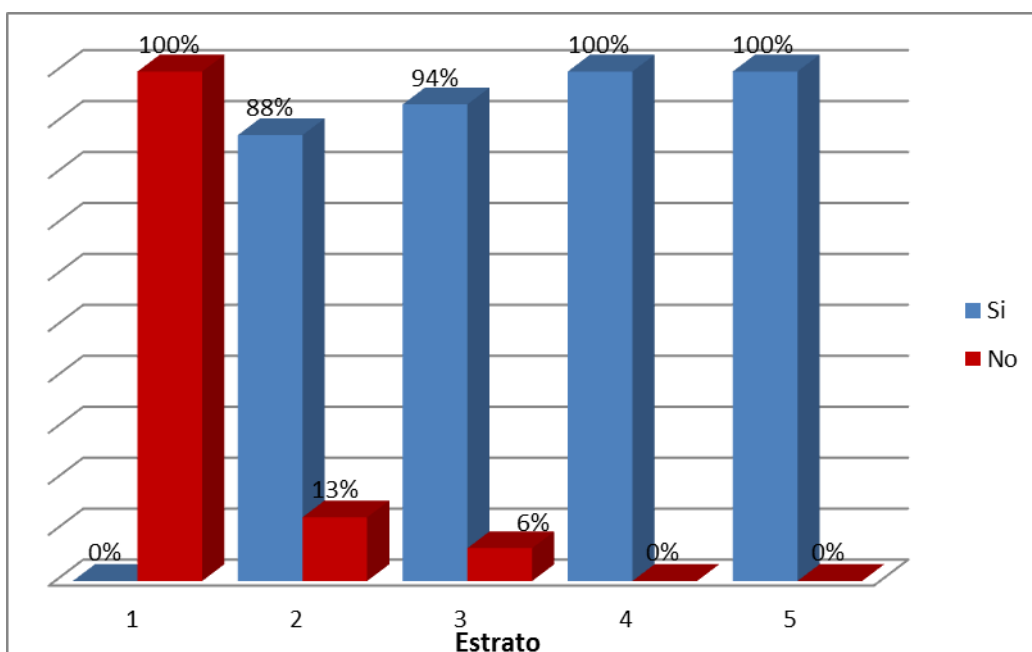


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

Del total de las personas encuestadas, tan sólo el 11% manifiesta no tener vínculos comerciales con los bancos, mientras que el 99% restante, indican tener vínculos comerciales vigentes con por lo menos un banco o entidad financiera,

dentro de los cuales los que más se destacan, son precisamente los bancos más posicionados según la MERCO y que son objeto de este estudio, siendo Davivienda el más importante.

Gráfica III: Vínculo Comercial (Por estratos).



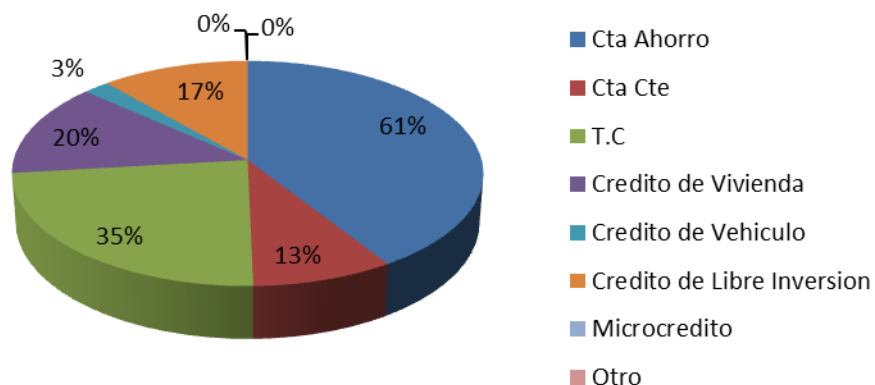
Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

Del total de los encuestados, se observa que el 100% de los que pertenecen al estrato 1, ninguno tiene vínculo comercial actual con el sector bancario, esta misma situación se ve en el 13% de las personas de estrato 2 y el 6% de las de estrato 3.

En cuanto a quienes manifestaron tener actualmente un producto o servicio del sector bancario, se encuentra el 100% de las personas de estratos 4 y 5, seguidos por un 94% del estrato 3 y 88% del estrato 2.

En estos resultados se evidencia que el sistema financiero continúa teniendo más llegada a la clase alta y hace falta aún más por incluir a las personas de la clase media y baja.

Gráfica IV: Productos del Vínculo Comercial (Total encuestados).



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

Del 99% de las personas que indicaron tener un vínculo comercial vigente con los bancos, el 61% está vinculado a través de la Cuenta de Ahorros, mientras que el 35% de los encuestados lo hace a través de la Tarjeta de Crédito, siendo estos los dos productos que más atraen a los usuarios del Sistema Bancario.

De otra parte, se evidenció que uno de los productos que toma fuerza dentro del Sector Bancario es el Crédito de Vivienda, del cual hace uso el 20% de los encuestados; a este producto le sigue de cerca el Crédito de Libre Inversión con un 17% de los usuarios, y finalmente otro de los productos financieros que tienen los encuestados pero que por tratarse para nuestra sociedad de un lujo más que de una necesidad es el Crédito de Vehículo el cual lo posee el 2% de los encuestados.

Estos resultados concuerdan con lo reportado en el Informe de Inclusión Financiera de Asobancaria a Septiembre de 2012, en donde 19.299.813 de

personas en el tercer trimestre del 2012 contaban con cuenta de ahorro, siendo el primer producto de preferencia y de más fácil acceso, el reporte muestra en segundo lugar las tarjetas de crédito con 5.908.598 personas con el producto en el mismo periodo.

Tabla V: Evolución del número de personas con productos financieros.

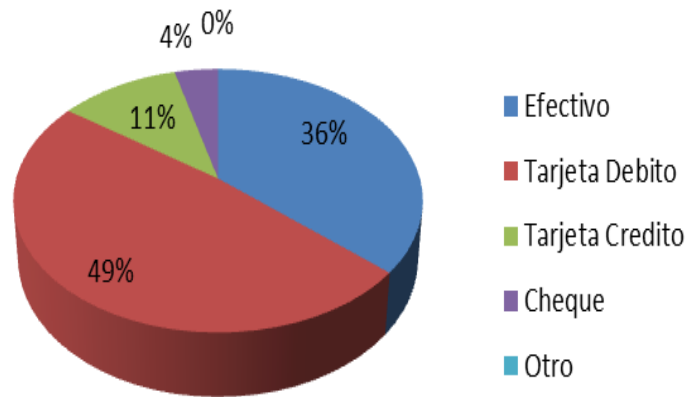
	Cédulas						Diferencias		Crecimientos		
	2011 I	2011 II	2011 III	2011 IV	2012 I	2012 II	2012 III	sep11- sep12	jun12- sep12	sep11- sep 12	jun12- sep12
Cuentas de Ahorro	17.680.697	17.873.234	18.022.079	18.551.419	18.800.595	19.050.842	19.299.813	1.277.734	248.971	7.1%	1.3%
Cuentas Corrientes	1.409.442	1.429.218	1.438.659	1.451.619	1.451.308	1.484.933	1.498.835	60.176	13.902	4.2%	0.9%
Consumo	4.048.332	4.157.721	4.243.059	4.349.594	4.621.087	4.759.128	4.851.998	608.939	92.870	14.4%	2.0%
Vivienda	694.227	705.974	716.739	731.370	750.667	745.712	761.130	44.391	15.418	6.2%	2.1%
Microcrédito	1.193.100	1.249.800	1.484.261	1.534.716	1.573.529	1.618.407	1.677.273	193.012	58.866	13.0%	3.6%
Tarjetas de crédito	5.241.935	5.352.888	5.499.377	5.530.896	5.623.870	5.704.050	5.908.598	409.221	204.548	7.4%	3.6%

Fuente: Asobancaria-CIFIN. Cálculos Asobancaria.

El resultado de estos estudios, muestra los importantes avances de la banca en cuanto a inclusión financiera y la aceptación que sus productos tienen cada vez más dentro de la comunidad.

Otro avance importante, esta vez relacionado también con el tema de Educación Financiera, tiene que ver con el resultado general de pregunta ¿De qué forma prefiere manejar su dinero?, donde el 49% prefiere utilizar la tarjeta débito, seguido del 36% que lo maneja en efectivo y el 11% con tarjeta de crédito; en último lugar está el 4% de la muestra quienes prefieren manejar el dinero en Cheque.

Gráfica V: Manejo del dinero (Total encuestados).



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

La tarjeta débito es un medio transaccional que facilita el manejo del dinero, es más seguro que manejar efectivo, y en este sentido tanto las entidades financieras como las autoridades, han realizado una serie de campañas que permiten que los usuarios realicen transacciones en los distintos canales de forma segura, las tarjetas débito son aceptadas por una gran cantidad de establecimientos.

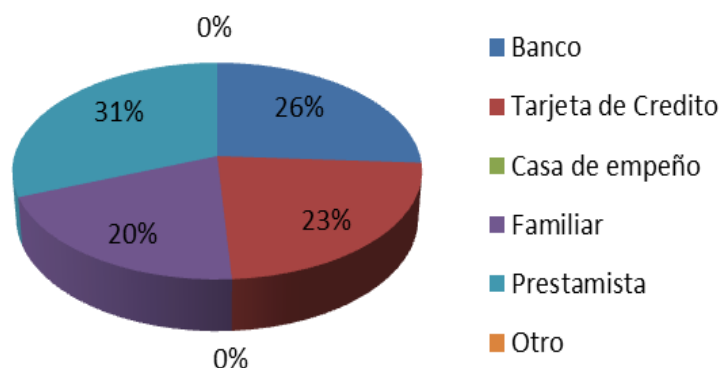
En general, la mayoría de los encuestados prefiere manejar el dinero en efectivo y con tarjetas débito y crédito.

Llevar efectivo para realizar transacciones es un riesgo ya que es más fácil que se pierda o que personas inescrupulosas se apoderen de él, no obstante, cuando se hizo esta pregunta a los encuestados, muchos de ellos mencionaron que al manejar su dinero en efectivo, se evitaba el descuento de cobros, impuestos y otros conceptos que tienen los bancos y que como se vio anteriormente en el numeral 8.5 en donde se relacionan los cobros más representativos de los bancos analizados (Bancolombia, Davivienda y Banco de Bogotá), se encuentra que existen diferencias en los cobros que realizan los bancos de sus productos, por ejemplo los clientes prefieren utilizar la tarjeta débito porque es un medio

transaccional fácil de usar, sin embargo cuando esta se pierde a los clientes de Bancolombia les cobran \$10.000 por la reposición, en Davivienda es gratis y en el Banco de Bogotá cobran \$ 11.800.

Esta es una de las causales por las cuales los clientes no acuden a los servicios que ofrecen las entidades financieras, y en algunas oportunidades prefieren acudir a otro tipo de fuentes de financiación, tal como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfica VI: Fuentes de crédito personal.

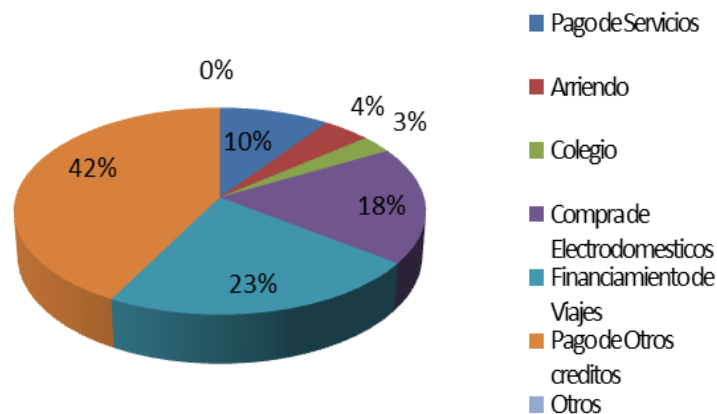


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

Ante la dificultad de acceder a los productos de crédito que ofrecen los bancos, el 31% de los encuestados utiliza como opción pedir créditos a prestamistas, seguido del 26% que tiene acceso a los bancos y solicitan allí sus créditos e igualmente un 23% también tiene acceso a los servicios financieros pero a través de avances con las tarjetas de crédito obtienen la liquidez que necesitan.

La cultura de nuestro país influye para que la familia continúe siendo una fuente importante de financiación que compite de cerca con las entidades financieras, pues la fraternidad y el sentido de colaboración y solidaridad entre familiares son motivo de confianza para solicitar y hacer préstamos entre ellos.

Gráfica VII: Motivos de solicitud de Crédito Personal (Total Encuestados).



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

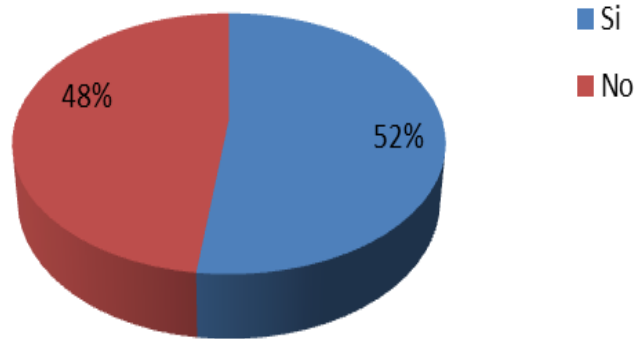
Se puede observar que el 42% de los encuestados recurre a nuevos créditos para poder cubrir los pagos de cuotas de otros créditos o la totalidad de los mismos, lo que en el sector financiero se conoce como Compra de Cartera.

En este sentido, existe una gran preocupación, pues en muchas ocasiones las entidades financieras no realizan correctamente los estudios de los créditos, en los cuales se evidencia la capacidad de pago que tienen las personas y se otorgan créditos los cuales, posteriormente, resultan ser de difícil recaudo.

Un hallazgo importante en este sentido, es que el 23% de los encuestados solicita créditos para poder financiar sus proyectos personales como son viajar y la compra de electrodomésticos para mejorar la calidad de vida que representa un 18% de la muestra.

Como se planteó dentro de la identificación del problema que dio origen a esta investigación, es frecuente que la comunidad a veces prefiera acudir a los servicios financieros informales y no al sector financiero formal. Para tener una percepción de qué tan cierto es esto y por qué razones o circunstancias se da esta situación se realizó una serie de preguntas a los encuestados, donde se obtuvieron los siguientes resultados:

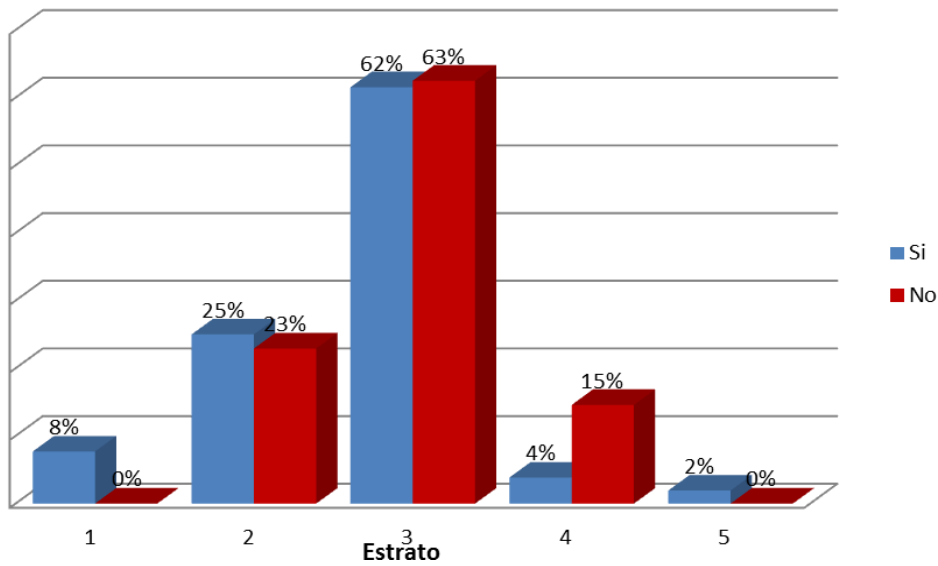
Gráfica VIII: ¿Alguna vez ha recurrido a servicios financieros informales?



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

El 52% de los encuestados ha recurrido a préstamos de dinero a diferentes personas o medios informales, y aunque no está muy distante de la cifra de quienes no recurren a ello (48%), continúa siendo una cifra preocupante ya que significa que los bancos aún no están siendo lo suficientemente asequibles al momento de solicitar créditos.

Gráfica IX: Estratos que recurren a servicios financieros informales.

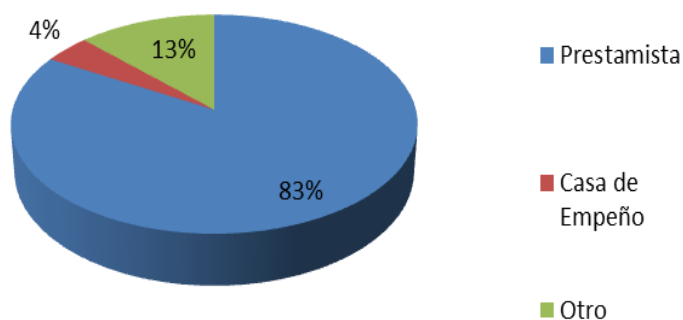


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

De todas las personas que manifestaron recurrir a los servicios financieros informales, quienes más lo hacen, pertenecen a las personas de clase media (estrato 3), seguidas por las de estrato 2 con un 25%, mientras que en las demás clases sociales los porcentajes de uso de este tipo de servicio son más bajos.

De manera particular, cabe señalar que las personas de estrato 1, quienes indicaron no tener ningún vínculo comercial actual con los bancos, prefieren en un 8% acudir a los servicios financieros para obtener liquidez.

Gráfica X: Tipo de servicio al que acudió.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

El 83% de los encuestados recurren a Prestamistas, seguido del 13% que acude a otros como familiares, amigos, gota a gota, y un 4% que aún hace uso de los servicios de las Casas de Empeño.

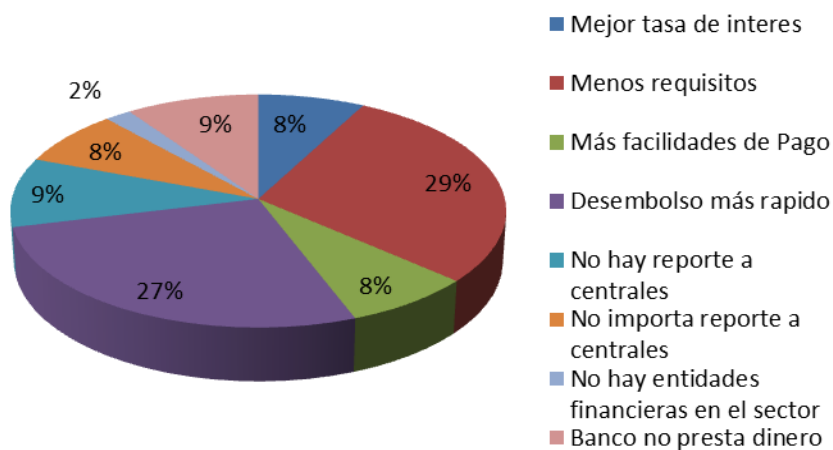
Cuando existen condiciones adversas en comunidades en donde no hay presencia de entidades financieras, la población se ve obligada a acudir a prestamistas que les cobran altas tasas de interés o se empiezan a ver casos de empresas que se forman para lavar activos aprovechándose de la inocencia de la gente, estas empresas son las pirámides que ofrecen servicios y captan dinero

del público reconociendo altas tasas de interés que los bancos no están en condiciones de ofrecer.

Recurrir a familiares, amigos o gota a gota, implica el riesgo de entrar en conflictos y hasta actos de violencia por el abuso en las condiciones de los préstamos o el incumplimiento en los pagos por parte de quien lo solicita.

Cuando se acude a las casas de empeño, el principal riesgo que se corre es que al incumplir con los pagos, se puede perder los bienes que fueron objeto del empeño y garantía del préstamo otorgado.

Gráfica XI: Motivos para acudir a este tipo de servicio.

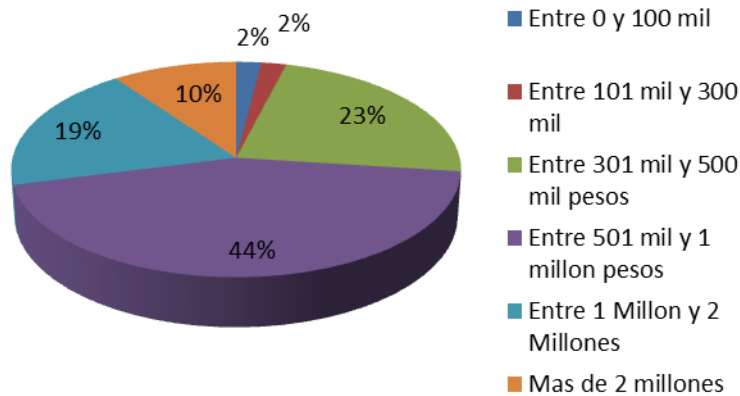


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

El 29% de los encuestados recurre a los prestamistas porque pide menos requisitos que las entidades financieras, adicionalmente el desembolso es más rápido, y los bancos no prestan dinero a personas que no cumplan con los requisitos.

Otra de las percepciones de los encuestados es que no hay reporte a las centrales de riesgo.

Gráfica XII: Montos más solicitados.

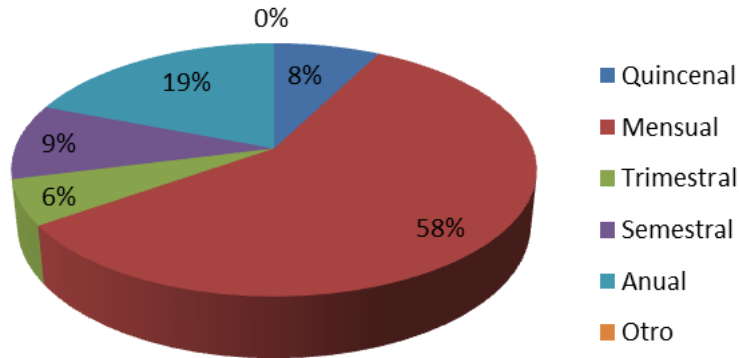


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

En cuanto a los montos de dinero solicitados por la comunidad, se encontró que los más solicitados a los prestamistas por el 44% de la población corresponde a sumas de dinero entre \$ 501.000 y \$ 1.000.000, seguido del 23% con montos entre \$301.000 y \$501.000, el siguiente monto más solicitado por los encuestados (19%) está entre \$1.000.000 y \$ 2.000.000.

El 10% de los encuestados, en ocasiones por cuestiones de urgencia o fuerza mayor, han solicitado a los prestamistas sumas superiores a los dos millones de pesos.

Gráfica XIII: Plazos más solicitados para el pago de los créditos.

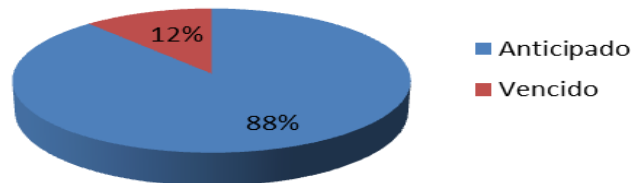


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

El plazo más solicitado como se muestra en la gráfica es mensual, ya que en muchos de los casos se presentan situaciones que requieren que el pago sea de inmediato y el dinero se paga al mes siguiente que se recupera o ingresan los dineros que estaban destinados para dicho imprevisto.

Las tasas cobradas por los servicios financieros informales son bastante elevadas con relación a las que maneja el sector bancario.

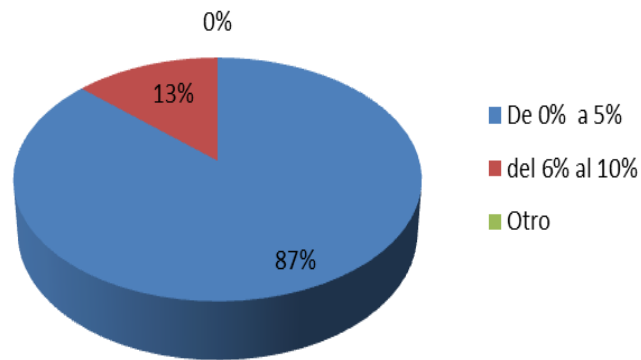
Gráfica XIV: Cobro de la Tasa de interés de los servicios financieros informales.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

Estas tasas se cobran en su mayoría de forma anticipada.

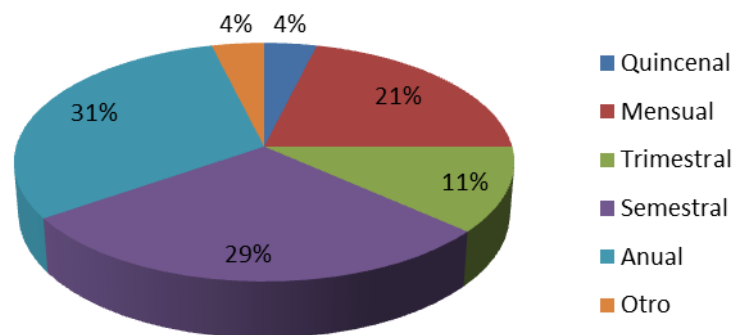
Gráfica XV: Tasa de interés de los servicios financieros informales.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

La tasa de interés que con frecuencia cobran los prestamistas esta entre el 0% y el 5% con el 87% de las respuestas de los encuestados, esta tasa se cobra de forma anticipada y aunque es más costoso pedir un crédito con un prestamista, resulta mejor para muchas personas pagar tasas de interés altas por la premura de pagar otros créditos o deudas.

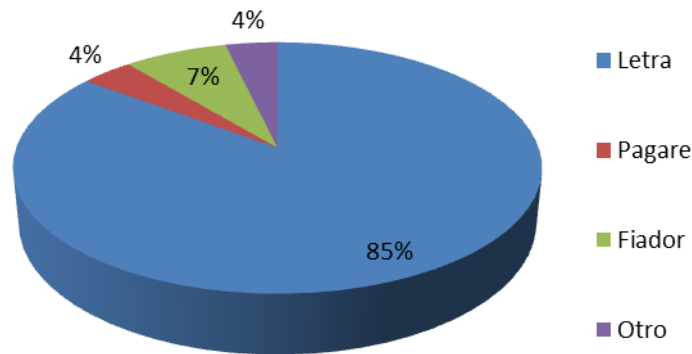
Gráfica XVI: Frecuencia con la que recurren a este tipo de servicio.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

Como lo muestra la gráfica, el 31% de los encuestados recurre a estos créditos de forma anual, lo cual indica que las personas prefieren pagar intereses de los dineros que les prestan por periodos hasta de 1 año.

Gráfica XVII: Respaldo exigido.

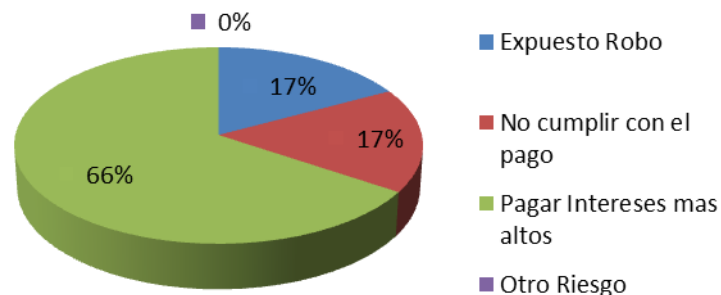


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

Muchos de los prestamistas exigen como respaldo la letra de cambio que es un documento que permite que el prestamista en caso de no pago utilice este papel para poder realizar los cobros en caso de que así se requiera.

Otras de las garantías exigidas por estas personas, son el pagaré y la figura del Fiador.

Gráfica XVIII: Riesgo que se corre al usar Servicios Financieros Informales.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada.

El riesgo a que están expuestas las personas que recurren a este tipo de préstamos es pagar intereses altos pues como ya vimos en el resultado que arroja la pregunta en la gráfica XII, el pago de intereses esta ente el 0% y el 5% y este interés mensual es más alto que el que cobran las entidades financieras.

De acuerdo al análisis total de las preguntas de la encuesta, se puede determinar que los bancos no han logrado bancarizar al 100% de la población, toda vez que el 11% de los encuestados manifiesta que no tiene vínculos con entidades financieras y de este porcentaje el 73% prefieren acudir a los servicios financieros informales como lo son los prestamistas para obtener el apalancamiento necesario para el desarrollo de las actividades de cada uno.

Las personas no bancarizadas tienen que pagar un alto costo por tomar créditos del sistema financiero informal, estos costos se ven representados en tasas mensuales que como se muestra en la gráfica XII alcanza a ser del 5%, las cuales se denominan en el sistema financiero como tasas de usura.

9.2 Resultados de la entrevista realizada.

Esta entrevista permite conocer cuáles son las características del servicio financiero informal ofrecido a los usuarios, y así mismo da una idea de cuales son necesidades de las personas que recurren a él.

La persona entrevistada, es un hombre de 65 años de edad, Contador Público de profesión, quien trabajó para una empresa Aseguradora y salió pensionado de allí hace aproximadamente 6 años. Cuenta con vivienda propia en sector de Bogotá perteneciente a estrato 3.

Al preguntarle ¿Por qué decidió dedicarse a esta actividad?, manifiesta que lo hizo a raíz de que sus compañeros frecuentemente recurrían a él para pedirle

dinero prestado, y él comenzó a verlo como una fuente de ingreso adicional que le permitiría amortiguar sus ingresos una vez recibiera su pensión.

Cuenta que esto comenzó a suceder aproximadamente dos años antes de que recibiera la notificación de su jubilación por parte de la empresa para la cual trabajaba, es decir, que lleva cerca de 8 años dedicándose a este tipo de negocio.

Al preguntarle sobre sus clientes, indica que en su mayoría son mujeres entre los 26 y los 40 años, de estratos sociales entre 2 y 3, empleadas en su mayoría, quienes debido a su condición de madres (algunas cabeza de hogar, otras no) sus ingresos algunas veces no alcanzan a cubrir el monto de sus deudas y/o necesidades básicas, y por lo tanto necesitan una “ayudita extra” para estar al día con todas sus obligaciones, dice desconocer su nivel educativo pues considera que ese no es un factor importante para su negocio.

A la pregunta ¿Con qué frecuencia recurren a usted sus clientes?, responde “mis clientes me visitan por lo menos una vez al mes”, lo que deja entrever que el salario devengado por sus clientes no es el más apropiado para cubrir todas las necesidades que tienen.

En cuanto al servicio ofrecido por el, manifiesta que se trata de pequeños créditos que van desde los \$100.000 hasta \$1'200.000, cuya tasa de interés es del 5% mensual y el cobro lo hace de manera anticipada; al preguntar puntualmente sobre la tasa de interés que maneja, respondió de manera jocosa “no puedo cobrar más del 5% de interés porque mis clientes podrían acusarme de usura y me mandarían a la policía”. Como garantía de pago, a todos les solicita la firma de una letra de cambio la cual guarda celosamente en un archivador y que es destruida frente al cliente al momento en que la deuda queda saldada completamente.

En cuanto a los montos más solicitados por sus clientes, responde puntualmente “me piden muy poquito, entre \$300.000 y \$500.000”; igualmente, manifiesta que

prefiere que sean sus clientes quienes establezcan los plazos en los que cumplirán con el pago de sus deudas y responde textualmente “hay quienes hacen abonos quincenales, pero la mayoría prefieren pagar el saldo total de la deuda un mes después de haber obtenido el préstamo”.

Tomando esta percepción y comparándola con la que tienen los encuestados y comparándola con la del prestamista, se encuentra que en el caso particular de este último los montos que más le solicitan están entre \$300.000 y \$ 500.000, lo cual a pesar de no coincidir exactamente con los resultados de la encuesta, si concuerda con la segunda preferencia de los encuestados.

Frente a las ventajas de sus servicios con respecto al ofrecido por los bancos o entidades financieras, manifiesta que radican en que él entrega el dinero más rápido y sin pedir tantos requisitos.

Al preguntarle cuáles son los principales motivos por los que ha perdido clientes, hace un aporte importante para la investigación, al manifestar que debido a que las empresas obligan hoy en día a sus empleados a abrir cuentas para el pago de la nómina, a través de este vínculo a las personas les ofrecen más productos de crédito, entre ellos las tarjetas de crédito, lo que ha venido desplazando sus servicios pues las personas tienen acceso fácil al dinero y pueden diferir el pago del mismo a los plazos que ellos mejor consideren.

El principal riesgo de ofrecer sus servicios como prestamista, es verse enfrentado al no pago por parte de sus clientes.

Esta afirmación da paso a la siguiente pregunta que fue ¿Cómo ha mitigado usted estos riesgos, o qué acciones ha tomado cuando éstos ocurren?, donde manifestó que “para curarse en salud”, él solamente le presta dinero a personas conocidas o que sean muy bien recomendadas por sus conocidos.

Al complementar la entrevista con la pregunta ¿Por qué le negaría usted un préstamo a una persona?, indicó textualmente “yo no le presto mi dinero a la

gente que no conozco o a la gente que tiene fama de mala paga, no puedo ser tan confiado”.

10. CONCLUSIONES.

Los Bancos a nivel mundial representan una importante fuente para el crecimiento económico y social de los países, es por ello que cada día existen más retos para ser más competitivos a través de estrategias que generen nuevos productos y servicios al alcance de toda la población, en especial a la menos favorecida, personas pobres y que se encuentran en lugares apartados de la sociedad.

La RSE es el compromiso que las empresas tienen para con la comunidad y para con ellas mismas, de llevar a cabo su actividad empresarial más allá de su obligación social, y actuando de una manera proactiva y no solo reactiva a lo que de ellas demanda la comunidad, y que adicionalmente, todas sus actuaciones redunden en la generación de valor compartido para toda la sociedad, convirtiéndose así en actores proactivos para el desarrollo sostenible del país.

En el Sector Financiero Colombiano, la política actual de RSE contempla el desarrollo de la gestión empresarial bajo 3 líneas de acción que corresponden a los temas social, ambiental y económico, trabajando bajo las guías e indicadores Nacionales e Internacionales (GRI, ISO, Pacto Global) a los cuales se han adherido sus miembros de acuerdo a las sugerencias de Asobancaria y la Superintendencia Financiera, y enfocados siempre en satisfacer las necesidades de sus diferentes grupos de interés.

Siguiendo las directrices arriba mencionadas, todos los bancos presentan anualmente sus Informes de Sostenibilidad donde documentan, evalúan y reportan los resultados de su gestión, consignando allí cómo fue durante un determinado período de tiempo su desempeño financiero, ambiental y social frente a sus diferentes grupos de interés, dentro de estos informes, tiene un lugar especial, el informe de los avances y resultados en materia de inclusión financiera que las entidades han estado llevando a cabo.

La inclusión financiera contribuye a generar una cultura financiera responsable por parte de los consumidores y se convierte en estrategia para que los bancos compitan con las entidades que se aprovechan de las necesidades de las personas para cobrar altas tasas de interés fomentando el crecimiento de prestamistas y como se vivió en Colombia en el 2008 con la crisis de las pirámides al engañar a clientes con mejores tasas de interés y regalos por tener dineros en estas entidades captadoras que son sin lugar a dudas establecimientos al margen de la ley.

Con la aplicación y análisis de la encuesta, se lograron importantes hallazgos que evidencian el avance de la banca frente a los programas de inclusión financiera y bancarización, puesto que cada vez más personas cuentan con acceso a los diferentes productos y servicios ofrecidos por el Sector.

Sin embargo, también se evidencia que aún existe algo de temor por parte de la comunidad ante el hecho de endeudarse con estas entidades, pues el tema de los reportes a centrales de riesgo, embargos y otras de las consecuencias que acarrea el incumplimiento de las obligaciones financieras adquiridas, implican una disminución en la calidad de vida de los usuarios.

Del punto de vista de las personas encuestadas y de la información que se detalla en este informe, se puede determinar que también el alto costo que los bancos cobran por la prestación de los servicios es sin duda otro factor que tienen en cuenta las personas al querer vincularse con el sistema financiero, para ello los bancos han puesto sus esfuerzos en realizar cambios y adquisiciones tecnológicas que hacen posible que día a día la banca preste servicios a la comunidad de forma gratuita como el Daviplata del Banco Davivienda o Banca Móvil que está a disposición de los clientes de Bancolombia, Davivienda y Banco de Bogotá.

Aún se percibe la falta de educación financiera en los consumidores, y esto afecta la toma de decisiones en cuanto a su interés por vincularse a los servicios financieros, en este sentido, la banca es consciente que debe seguir trabajando en proyectos de educación financiera, capacitación a sus empleados y acompañamiento a sus clientes para la toma de decisiones financieras.

Las personas que tienen actualmente vínculo comercial con los bancos, son quienes realmente pueden recibir del sistema algún beneficio y/o llegar a ser más partícipes de la Inclusión Financiera, y de ellos, se observó que quienes más oportunidades de acceso tienen a todo el portafolio, son las personas de los estratos más altos, lo que da a entender que aún falta trabajar más por incluir a las personas de la clase media y baja.

La comunidad tiene unas necesidades básicas que para poder cubrirlas de forma más eficiente y con calidad, es necesario que pueda tener acceso al sistema financiero, dentro de las cuales se encuentran por ejemplo:

- ✓ Fisiológicas como la alimentación.
- ✓ De seguridad: con la adquisición de un crédito para compra de vivienda en donde se sientan seguros, en donde no estén expuestos a derrumbes o incendios.
- ✓ Sociales: incluyendo a las personas dentro de un sistema que le permite ir obteniendo productos y servicios que hace que las relaciones con otras personas sean más estrechas y no se sientan rechazados y por el contrario sean aceptados.
- ✓ De status: El hecho de contar con un producto de crédito en algún establecimiento financiero, genera para las personas un status, reconocimiento, confianza, así mismo la población se puede ir desarrollando continuamente y mejorar la calidad de vida

11. RECOMENDACIONES.

Para el sector financiero es importante implementar estrategias que permitan que las personas tengan acceso a todos los servicios y productos del sistema financiero, para así contribuir con el desarrollo y crecimiento del país; dichas estrategias tienen que ir encaminadas a innovar, al desarrollo e inclusión de nuevos productos que no tengan costos o que estos sean mínimos para los consumidores, adicionalmente que sean de fácil acceso y que cuenten con los estándares de seguridad requeridos para que la población vinculada tenga confianza en su utilización.

La política actual de RSE del sector financiero colombiano se encuentra actualmente bien estructurada; sin embargo, se debe ahondar en estrategias que permitan a los usuarios perder el miedo a manejar e invertir su dinero a través de los productos y servicios que ofrece el sector; de otra parte, se debe mejorar los productos y servicios ya existentes para que quienes ya están vinculados al sistema se vinculen más a través de más productos y quienes no estén vinculados se motiven a hacerlo, adicionalmente, dentro de las políticas de RSE se debe continuar insistiendo en la importancia del crédito como un impulsor del desarrollo social.

Dentro de las políticas de RSE para que los programas de Inclusión Financiera sean más efectivos, algunos de los productos que se podrían ofrecer teniendo en cuenta quienes ya están vinculados actualmente al sistema y quienes no, son:

Dirigidos a quienes aún no tienen vínculo comercial con las entidades financieras:

- ✓ Que productos como Daviplata incluyan a Movistar, Uff y demás operadores móviles con el fin de vincular a un mayor número de usuarios y así no excluir de este servicio a gran parte de la población.

- ✓ Dentro de las políticas de Inclusión financiera se debe contemplar que las personas de los sectores en donde no hay presencia de establecimientos bancarios y que no tienen acceso a internet, obtengan información clara de los productos y servicios que ofrecen los bancos a través de capacitaciones, campañas y programas en educación financiera ya que muchas veces la información solo la obtienen las personas con acceso a canales de radio, televisión, prensa e internet.
- ✓ Se deben aprovechar los canales como los teléfonos fijos de las personas para ofrecer productos virtuales que tengan los parámetros y condiciones necesarias de seguridad, estos productos se podrían ofrecer sin costo ya que el uso del teléfono se paga en una factura mensual, con esto se generaría mayor cobertura y los cobros para los usuarios serían mínimos.
- ✓ Se deben realizar capacitaciones a los funcionarios de las entidades para que ellos a su vez puedan brindar información y acercarse a personas que se creen que no pueden cumplir con el pago de una obligación financiera.

De esta manera se podría llegar a la población que hoy en día no tiene acceso al sistema financiero.

Para aquellos que ya tienen vínculo comercial con las Entidades Financieras, pero que aun así, no recurren a la utilización de todos los servicios y productos ofrecidos:

- ✓ Productos virtuales que no tengan costo como por ejemplo tarjetas de crédito virtuales, para la utilización de este producto no sería necesario tener el plástico en la mano para realizar compras o avances sino que a través de una llamada a los Call Center de los bancos o a través del celular se genere un pin el cual va a ser el que habilite la transacción, para poder utilizar este producto se deben realizar alianzas con los establecimientos de crédito para que reciban el pin como autorización.

- ✓ Se puede pensar en utilizar los carnets de las empresas o entidades que prestan servicios de salud para habilitar un chip en estos y que funcione como medio transaccional, allí se podrían depositar los dineros que solicitan los clientes por préstamos de forma más rápida y con costos más bajos a los que se cobran hoy en día.

En términos generales, se hacen las siguientes recomendaciones para que la Inclusión Financiera sea realmente útil y efectiva para toda la población:

- ✓ Las políticas de RSE en el sector financiero deben incluir la Promoción de la inclusión financiera buscando la equidad como estrategia para combatir los índices de pobreza.
- ✓ También se hace necesario, que la banca verifique a través de estudios y/o encuestas, si sus campañas para los consumidores están siendo entendidas y sobre todo, utilizadas por ellos, y si hacen uso o no de las herramientas que actualmente a su disposición, ya que no se puede olvidar que este es un factor importante para la toma de decisiones y si no está siendo efectiva, es preciso reforzar las campañas actuales, hasta que se logre con ellas una mayor efectividad.
- ✓ Es necesario que las entidades financieras cuenten con el apoyo del gobierno con el fin de llegar a acuerdos para mejorar las tasas de interés, establecer políticas encaminadas a eliminar los impuestos que hacen que los productos no sean atractivos para la comunidad.
- ✓ Los bancos deben trabajar en la posibilidad de ofrecer servicios como créditos de bajos montos ya que según la encuesta realizada estos montos están entre 300 mil pesos y 2 millones de pesos y al encontrar obstáculos en las entidades financieras recurren a prestamistas quienes al final son los más favorecidos al obtener intereses mucho más altos que el que cobran los bancos.

- ✓ Es vital que al interior de las entidades financieras se formulen y se apliquen las políticas que propicien la toma de conciencia y la importancia que tiene que la población pueda acceder al ecosistema del sistema financiero.
- ✓ Es importante que las entidades financieras cumplan con las políticas establecidas por la Superfinanciera para que todos ofrezcan los servicios con las mismas condiciones y reportando oportunamente los valores que se están cobrando por la utilización de los productos y servicios.

12. BIBLIOGRAFÍA.

- AccountAbility. (2005). *El compromiso con los Stakeholders*. Recuperado el Abril de 2013, de AccountAbility: <http://www.accountability.org/mwg-internal/de5fs23hu73ds/progress?id=OfJ4Pizfug>
- ANDI. (2011). *Caja de Herramientas RSE*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2012, de Asociación Nacional de Empresarios de Colombia-ANDI: http://www.andi.com.co/cajadeherramientasrse/dequesetrata.aspx?mnu_id=16
- Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia - Asobancaria. (2011). *¿Quiénes somos?* Recuperado el 25 de Marzo de 2013, de Asobancaria: <http://www.asobancaria.com/portal/page/portal/Asobancaria/asobancaria/>
- Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia - Asobancaria. (Mayo de 2011). *Informe de Inclusión Financiera Colombia 2006 - 2010*. Bogotá D.C.
- Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia - Asobancaria. (2011). *Publicaciones/juridico y legal*. Recuperado el 25 de Marzo de 2013, de Asobancaria: http://www.asobancaria.com/portal/page/portal/Asobancaria/publicaciones/juridico_legal/marco_juridico_del_sector_financiero_colombiano/estructura_del_sector_financiero
- Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia - Asobancaria. (2012). *Balance Social de la Banca Colombiana 2011-La banca, motor de desarrollo del país*. Bogotá D.C.
- Banca de las Oportunidades. (2012). *¿Quiénes somos?* Recuperado el MAYO de 2013, de Banca de las oportunidades:

<http://www.bancadelasoportunidades.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=298&conID=673>

Banco de Bogotá. (2012). *Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2011*. Bogotá D.C.

Castro, A. M. (20 de Noviembre de 2008). Gota a gota, negocio caudaloso. *El Espectador*.

Centurión Bedoya, V. (2005). *La Banca Sostenible en Latinoamérica: Consideraciones para el Financiamiento de la Biodiversidad Agrícola. Ecobanking*. Costa Rica.

Colombia Incluyente. (24 de Julio de 2010). *Responsabilidad Social*. Recuperado el 16 de Septiembre de 2012, de Colombia Incluyente:

<http://www.colombiaincluyente.org/empresarial.php>

Coltefinanciera. (2011). *Educación Financiera*. Recuperado el 25 de Marzo de 2013, de Coltefinanciera: <http://www.coltefinanciera.com.co/el-sistema-financiero-colombiano/>

Corporación Red Local del Pacto Global en Colombia. (Marzo de 2013). *¿Qué es el Pacto Global?* Recuperado el Abril de 2013, de Red Pacto Global Colombia:

<http://www.pactoglobal-colombia.org/quees.html>

DANE. (2012). *Cuentas Nacionales Trimestrales-Pib oferta y demanda*. Recuperado el 2012, de DANE:

http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=128&Itemid=85

DANE. (2012). *DANE*. Recuperado el 2012, de DANE: <http://www.dane.gov.co>

DaviVienda S.A. (2012). *Informe de Sostenibilidad 2011*. Bogotá D.C.

Food And Agriculture Organization of the United Nations. (2012). *Depósito de documentos*. Recuperado el Mayo de 2013, de FAO:

<http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s06.htm>

Forética. (Diciembre de 2010). *Conocimiento RSE-Estándares*. Recuperado el Mayo de 2013, de Forética: www.foretica.org/conocimiento-rse/estandares/sge-21?lang=es

García, C. A. (2011 de Octubre de 2011). Prestamistas piratas en Colombia se incrementan cada mes. *Portafolio*.

Grameen Aval Colombia. (2010). *¿Quiénes somos?* Recuperado el 10 de Mayo de 2013, de Grameen Aval Colombia: <http://www.grameenavalcolombia.org/qsomos.html>

Grupo Banco Mundial. (2013). *El Banco Mundial*. Recuperado el 24 de Junio de 2013, de Datos: <http://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.GINI>

Grupo Bancolombia. (2013). *Responsabilidad Social Corporativa*. Recuperado el Febrero de 2013, de Grupo Bancolombia: <http://www.grupobancolombia.com/webcorporativa/responsabilidad/contenido/rsc.asp>

ICONTEC. (2008). "Proyecto de Guía Técnica Colombiana sobre Responsabilidad Social". En ICONTEC, *"Proyecto de Guía Técnica Colombiana sobre Responsabilidad Social"*. Bogotá D.C.

ICONTEC. (2008). Guía Técnica Colombiana GTC 180 Responsabilidad Social. En ICONTEC, *GTC 180 Responsabilidad Social* (pág. 1). Bogotá D.C.

Instituto Ethos. (2008). *Preguntas frecuentes - ¿Qué es el Instituto Ethos?* Recuperado el 16 de Septiembre de 2012, de Instituto Ethos: <http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3344&Alias=Ethos&Lang=pt-BR>

ISO. (12 de Diciembre de 2008). *Standars - ISO 26000*. Recuperado el 16 de Septiembre de 2012, de International Standard Organization: <http://www.iso.org/sr>

- Kliksberg, B. (2010). *Organización Panamericana de la Salud, Situación Social América Latina problemas claves y tendencias*. Recuperado el Mayo de 2013, de Autor Stream: <http://www.authorstream.com/Presentation/Biaggia-40163-kli-situa-ORGANIZACION-PANAMERICANA-DE-LA-SALUDSITUACION-SOCIAL-AMERICA-LATINAPROBLEMAS-as-Entertainment-ppt-powerpoint/>
- Marsh, J. (1998). *A Stake in Tomorrow: World Class Lessons in Business Partnerships*. En J. Marsh, *John Marsh*. London: Batsford Limited.
- Merco. (2012). *¿Qué es Merco?* Recuperado el 26 de Marzo de 2013, de Merco: <http://www.merco.info/es/pages/1-que-es-merco>
- Merco. (2012). *Colombia-MercoEmpresas-Rankings*. Recuperado el 26 de Marzo de 2013, de Merco: <http://www.merco.info/es/countries/6-co/rankings/7?type=6>
- Ministerio de Educación. (2011). *Ministerio de Educación*. Recuperado el Septiembre de 2012, de Ministerio de Educación: <http://www.mineduccion.edu.co>
- Naredo, J. M. (1996). *Biblioteca CF+S*. Recuperado el 16 de Septiembre de 2012, de Ciudades para un futuro más sostenible: <http://habitat.aq.upm.es/cs/p2/a004.html>
- Porter, M., & Kramer, M. (2011). *Creando Valor Compartido*. *Harvard Business Review*.
- Presidencia de la República de Colombia. (Septiembre de 2011). *Normativa*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2012, de Presidencia de La República: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Documents/Constitucion-Politica-Colombia.pdf>
- Sistema B. (2013). *Sistema B*. Recuperado el 6 de Julio de 2013, de La empresa B: <http://www.sistemab.org/la-empresa-b>
- Sistema B. (2013). *Sistema B*. Recuperado el 6 de Julio de 2013, de ¿Porqué son importantes?: <http://www.sistemab.org/la-empresa-b/por-que-son-importantes>
- Sistema B. (2013). *Sistema B*. Recuperado el 6 de Julio de 2013, de Misión y desafíos: <http://www.sistemab.org/el-movimiento-global/mision-y-desafios>

Sistema B. (2013). *Sistema B*. Recuperado el 4 de Junio de 2013, de Empresas B América Latina-Acción Verde Colombia: <http://www.sistemab.org/comunidad-empresas-b/empresas-b-america-latina/accion-verde-colombia>

Sistema B. (2013). *Sistema B*. Recuperado el 6 de Julio de 2013, de Empresas B América Latina-Armovial: <http://www.sistemab.org/comunidad-empresas-b/empresas-b-america-latina/armovial>

Sistema B. (2013). *Sistema B*. Recuperado el 4 de Julio de 2013, de Empresas B América Latina-Enves: <http://www.sistemab.org/comunidad-empresas-b/empresas-b-america-latina/enves-colombia>

Sistema B. (2013). *Sistema B*. Recuperado el 6 de Julio de 2013, de Empresas B América Latina-Hybrytec: <http://www.sistemab.org/comunidad-empresas-b/empresas-b-america-latina/hybrytec-colombia>

Sistema B. (2013). *Sistema B*. Recuperado el 6 de Julio de 2013, de Empresas B América Latina-La Tercera Mirada: <http://www.sistemab.org/comunidad-empresas-b/empresas-b-america-latina/la-tercera-mirada-colombia>

Sistema B. (2013). *Sistema B*. Recuperado el 6 de Julio de 2013, de Empresas B América Latina-Portafolio Verde: <http://www.sistemab.org/comunidad-empresas-b/empresas-b-america-latina/portafolio-verde-colombia>

Sistema B. (2013). *Sistema B*. Recuperado el 4 de Julio de 2013, de Empresas B América Latina-Santosh: <http://www.sistemab.org/comunidad-empresas-b/empresas-b-america-latina/santosh-colombia>

Superintendencia Financiera de Colombia. (18 de Mayo de 2012). *Reporte de Inclusion Financiera*. Bogotá D.C.

Tafur Saiden, C. (2009). *Bancarización: Una aproximación al caso colombiano a la luz de América Latina*. Universidad Icesi.

Volpentesta, J. R. (2009). *Gestión de la responsabilidad social empresarial*. Osmar D. Buyatti Librería Ed.

Wikipedia. (9 de Marzo de 2013). *Muhammad Yunus*. Recuperado el 15 de Abril de 2013, de Wikipedia - La enciclopedia libre.:
http://es.wikipedia.org/wiki/Muhammad_Yunus

Wikipedia. (24 de Junio de 2013). *Wikipedia*. Recuperado el 2013 de Julio de 6, de Coeficiente de Gini: http://es.wikipedia.org/wiki/Coeficiente_de_Gini

Wikipedia. (14 de Junio de 2013). *Wikipedia*. Recuperado el 6 de Julio de 2013, de B Corporation: http://en.wikipedia.org/wiki/B_corporation

Wikipedia. (2013). *Wikipedia*. Recuperado el 6 de Julio de 2013, de Conscious Business: http://en.wikipedia.org/wiki/Conscious_business

Yunus, M. (2006). *¿Es posible acabar con la pobreza?* Editorial Complutense.

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Neskie Yazmín Rodríguez Baracaldo

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 52.345.638

Nombre Completo Martha Yaneth Segura Sáchica

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 52.728.897

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Análisis de la aplicación de la RSE en el Sector Financiero en Colombia, en particular en relación con las políticas de Inclusión Financiera.

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).


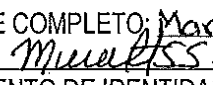
Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Neshe Yazmín Rodríguez</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Martha Yaneth Segura S.</u>
FIRMA: <u></u>	FIRMA: <u></u>
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>52.345.638</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>52.728.897</u>
FACULTAD: <u>Administración, Finanzas y Ciencias E.</u>	FACULTAD: <u>Administración, Finanzas y Ciencias E.</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Adm. de Empresas</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Adm. de Empresas</u>

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 18 de Julio de 2013.