

Informe de Generación de Valor Social 2014



Banco de Occidente

Banco de Occidente

PAGAR SUS IMPUESTOS PUEDE CONVERTIRLO EN UN *Ganador*



Por cada \$300.000 acumulados en el pago de sus impuestos con su Credencial, tiene una oportunidad de ganar una de las 6 Tarjetas Bono Regalo por valor de \$5.000.000 cada una.

Liámenos: Línea de Servicio al Cliente 01 800 05 14652 en Bogotá al 307 70 27

Cajero electrónico

Caja Rápida los Únicos

Crear es el único requisito para que tus sueños se hagan realidad.

Tabla de Contenido

1. LO MÁS DESTACADO DEL 2014	3	7. GESTIÓN HUMANA	29	8.5.2 Recaudo por Extensión de Red.....	46
2. PERFIL GENERAL	4	7.1 Perfil de los Empleados.....	29	8.6 Servicios Especiales.....	47
2.1 Historia.....	4	7.2 Empleo, Selección y Evaluación.....	30	8.6.1 Pago a Pensionados.....	47
2.2 Perfil del Banco.....	5	7.2.1 Evaluación de Conocimientos.....	31	8.6.2 Página Electrónica para Liquidación y	
2.3 Misión y Visión.....	5	7.2.2 Evaluación del Desarrollo.....	31	Pago de Impuestos.....	47
2.3.1 Misión.....	5	7.2.3 Incrementos por Méritos.....	31	8.6.3 Cajeros Humanos.....	48
2.3.2 Visión.....	5	7.3 Clima Laboral.....	32	8.6.4 Jornadas Móviles de Recaudo.....	48
2.4 Estrategia de Negocio.....	7	7.3.1 Plan de Acción.....	32	8.6.5 Jornadas Especiales para Recaudo	
2.5 Principios y Valores.....	8	7.3.2 Acciones en Fiduciaria de Occidente.....	33	de Impuestos.....	48
2.5.1 Principios.....	8	7.4 Salud y Seguridad.....	33	8.6.6 Desarrollo Ventanilla Única de Registro (VUR).....	49
2.5.2 Valores Corporativos.....	9	7.4.1 Seguridad y Salud en el Trabajo.....	33	8.7 Satisfacción del Cliente.....	50
2.6 Calificaciones y Reconocimientos.....	10	7.4.2 Acciones en Fiduciaria de Occidente.....	34	8.7.1 ESTUDIO SECTORIAL BANCARIO.....	50
3. GOBIERNO CORPORATIVO	11	7.5 Formación.....	34	8.7.2 ENSE.....	50
3.1 Órganos de Control.....	12	7.5.1 Universidad Corporativa.....	34	8.7.3 ENSE Reclamos.....	50
3.1.1 Control Interno.....	12	7.5.1.1 Programas de formación presencial.....	34	8.7.4 TEO.....	50
3.1.2 Control Externo.....	12	7.5.1.2 Programas de formación virtual.....	35	8.7.5 ENSI.....	50
3.2 Aplicación de Principios Éticos.....	13	7.5.4 Modelo de Generación de Valor.....	35	8.7.6 Acciones en Fiduciaria de Occidente.....	51
3.2.1 Conflictos de Interés.....	13	7.5.5 Acciones en Fiduciaria de Occidente.....	36	8.8 Calidad.....	52
3.2.2 Cumplimiento de Principios Éticos.....	13	7.6 Relaciones Laborales.....	38	8.8.1 Programas de Calidad en el Servicio.....	52
3.3 Filiales.....	14	7.7 Bienestar.....	38	8.8.2 Gestión de Reclamos y Requerimientos.....	53
3.4 Estructura Organizacional.....	15	7.8 Apoyo al Fondo de Empleados.....	39	8.8.3 Indicador de Oportunidad en la	
4. MOTOR DE DESARROLLO SOCIAL Y		8. CLIENTES	40	Respuesta al Cliente.....	54
ECONÓMICO	16	8.1 Régimen de Protección		8.8.4 Filosofía sobre Derechos de los Clientes.....	55
4.1 Distribución de Valor Económico.....	18	al Consumidor Financiero.....	40	8.9 Privacidad y Protección al Cliente.....	55
5. INVERSIÓN SOCIAL	20	8.2 Sistema de Atención al		8.9.1 Seguridad Física y Virtual.....	55
5.1 Medio Ambiente.....	20	Consumidor Financiero.....	40	8.9.2 Modelo de Seguridad de la Información.....	55
5.1.1 Premio Nacional de Ecología Planeta Azul.....	20	8.3 Educación Financiera.....	41	8.9.3 Atención de Reclamos en Seguridad.....	56
5.1.2 Libro Ecológico.....	21	8.4 Segmentación.....	42	8.9.4 Estándares de Seguridad Física.....	56
5.2 Donaciones.....	23	8.4.1 Segmentación Banca Personal.....	42	8.9.5 Atención Personalizada en Seguridad.....	57
5.3 Cultura.....	23	8.4.2 Segmentación Banca Empresarial e Intermedia.....	43	8.10 Defensoría del Cliente Financiero.....	57
5.3.1 Premio Nacional ANIF - Fiduciaria de		8.4.3 Segmentación Banca de Vehículos,		8.11 Estrategia de Información a Clientes.....	58
Occidente al Periodismo Económico.....	24	Motos y Bienes Intermedios.....	44	8.12 Accesibilidad.....	59
6. INCLUSIÓN FINANCIERA	25	8.4.4 Segmentación Unidad de Leasing.....	45	8.12.1 Accesibilidad Personas Discapacitadas.....	59
6.1 Libranza.....	25	8.5 Bancarización.....	46	8.13 Multicanalidad.....	60
6.2 Funcación Mundo Mujer.....	26	8.5.1 Corresponsales Bancarios.....	46		
6.3 Occimoto.....	27				

1. Lo más destacado del 2014



Se donaron \$ 615.588.700 MM a organizaciones sin ánimo de lucro

Aumentó 3.89 % el número de empleos directos nuevos

Se generaron 259 nuevos empleos

1.435 empleados fueron ascendidos

81% de los empleados tienen contrato a término indefinido

2. Perfil General

2.1 Historia

El Banco de Occidente luego de 49 años de existencia considera que a través de su trabajo diario cumple con el compromiso de apoyar el desarrollo del país al responder de manera cabal a la confianza de la comunidad, de sus clientes y de sus accionistas.

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

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

Momentos importantes en la historia de la organización:

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

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

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

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

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

1981 Nació Leasing de Occidente.

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

1991 Nació la Fiduciaria de Occidente S.A.

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

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

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

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

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

2007 Implementación de un nuevo modelo comercial.

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

2010 / 2011 / 2013 El Banco fue certificado por la firma Great Place to Work como el mejor Banco para trabajar en Colombia.

2014 El Banco con el proyecto Estrategia Corporativa cambió la estructura de las Bancas y creó una nueva Vicepresidencia de Servicio al Cliente.

2. Perfil General

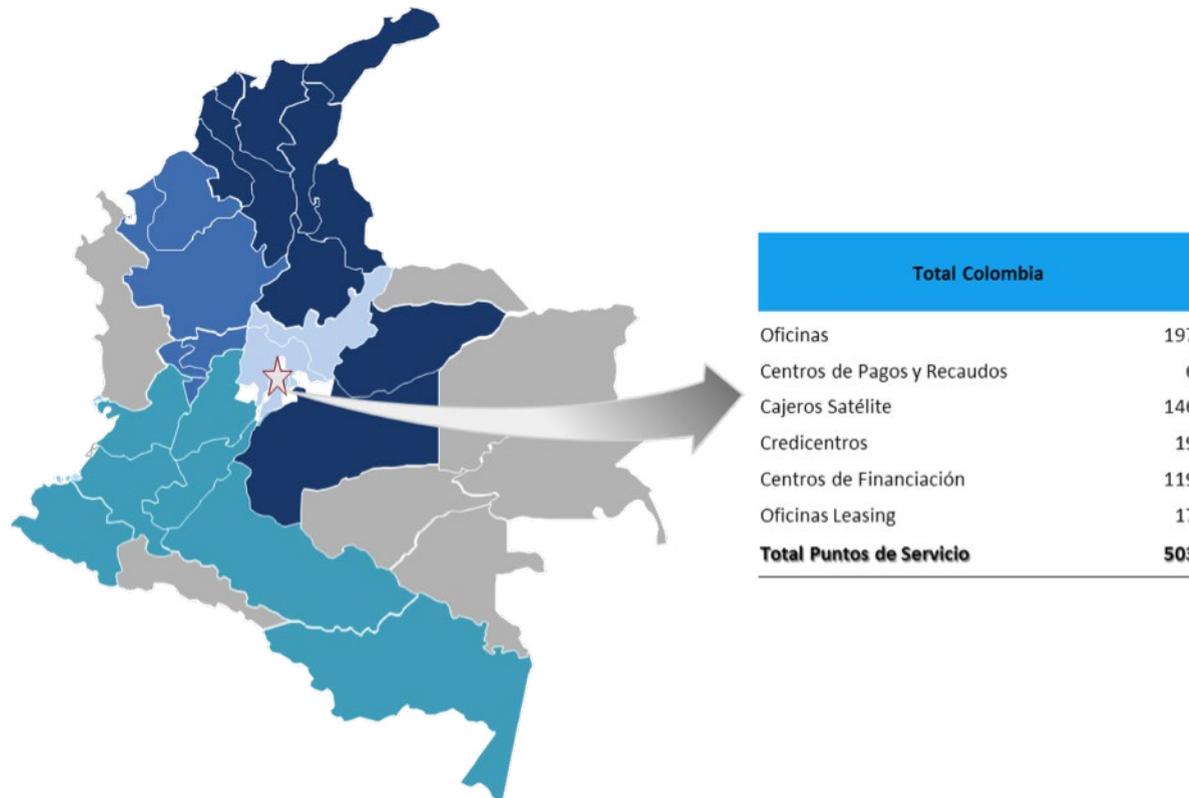


2.2 Perfil del Banco

El Banco de Occidente tiene presencia en 61 ciudades del país a través de 197 Oficinas y 6 Centros de Pagos y Recaudos. de las oficinas, 66 ofrecen horario adicional, en éstas los clientes, pueden acceder a todos los productos y servicios mencionados a continuación: caja rápida, pagos a terceros,

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

El Banco cuenta con 19 Credicentros que son oficinas especializadas en la atención de los productos de la Banca de Vehículos y Bienes Intermedios: Occiauto, Occimoto, Occiauto Vehículos Productivos y Occiequipo. Además estas oficinas extienden su cobertura a través de 119 Centros de Financiación ubicados estratégicamente dentro de un concesionario y su función principal es la atención a clientes y ofrecimiento de crédito de vehículos y motos.



Se cuenta con 146 cajeros satélites, ubicados en Oficinas del Banco, para un total de 327 cajeros.

2. Perfil General

Región Suroccidental	Región Bogotá	Región Noroccidental	Región Norte
Cali	Bogotá	Medellín	Barranquilla
29 Oficinas	54 Oficinas	19 Oficinas	10 Oficinas
2 Credicentros	1 Credicentro	1 Credicentro	1 Credicentro
1 Oficina Leasing	2 Centros de Pagos y Recaudos	1 Centro de Pagos y Recaudos	1 Centro de Pagos y Recaudos
Andalucía	1 Oficina Leasing	1 Oficina Leasing	1 Oficina Leasing
Buenaventura	Chía	Armenia	Bucaramanga
Buga	Duitama	2 Oficinas	6 Oficinas
Cartago	Facatativa	1 Credicentro	1 Credicentro
Espinal	Mosquera	Bello	1 Centro de Pagos y Recaudos
Florencia	Sogamoso	Dosquebradas	1 Oficina Leasing
Girardot	Tunja	Envigado	Barrancabermeja
Ibagué	1 Oficina	Guatapé	Cartagena
2 Oficinas	1 Credicentro	Itagüí	6 Oficinas
1 Credicentro	Zipaquirá	Manizales	1 Oficina Leasing
1 Oficina Leasing		2 Oficinas	1 Credicentro
Ipiales		1 Oficina Leasing	1 Centro de Pagos y Recaudos
La Victoria		Montería	Cúcuta
La Unión		2 Oficinas	2 Oficinas
Neiva		1 Credicentro	1 Oficina Leasing
3 Oficinas		Pereira	Girón
1 Oficina Leasing		3 Oficinas	Riohacha
Palmira		1 Credicentro	San Andrés (Isla)
2 Oficinas		1 Oficina Leasing	Santa Marta
Pasto		Rionegro	2 Oficinas
2 Oficinas		Sabaneta	1 Oficina Leasing
1 Oficina Leasing		San Antero	1 Centro de Pagos y Recaudos
1 Credicentro			Sincelejo
1 Centro de Pagos y Recaudos			Valledupar
Puerto Tejada			Villavicencio
Popayán			2 Oficinas
2 Oficinas			1 Credicentro
Tuluá			Yopal
Santander de Quilichao			

Banco de Occidente Panamá S.A.

Ciudad de Panamá

Occidental Bank (Barbados) Ltd.

Barbados

En 2010 Leasing de Occidente se integra al Banco de Occidente gracias a la Ley 1328 del 15 de julio de 2009 que faculta a las entidades bancarias a ofrecer y prestar servicios de Leasing, creándose así una nueva Unidad de Negocio, la cual cuenta con oficina especializada en 23 ciudades principales del país.

2.3 Misión y Visión

2.3.1 Misión

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

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

2.3.2 Visión

Ser la mejor entidad financiera del país

2. Perfil General



2.4 Estrategia de Negocio

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

Objetivos

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



2.5 Principios y Valores

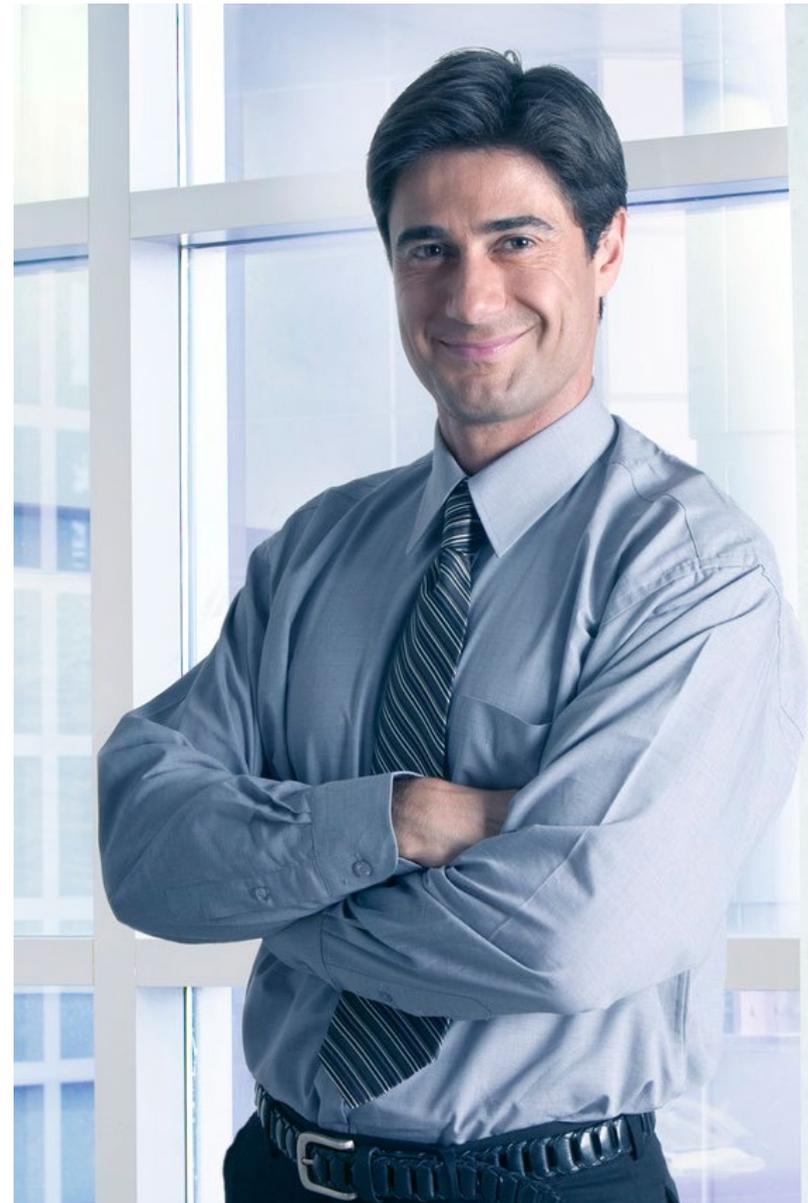
2.5.1 Principios

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

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

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

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



2. Perfil General



2.5.2 Valores Corporativos

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



Satisfacción al Cliente

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

Trabajo en Equipo

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

Compromiso con los Resultados

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

Cuidado de los Recursos Naturales

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

Calidad Total

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

Flexibilidad y Adaptación al Cambio

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

Lealtad y Honestidad

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

Sentido de Pertenencia

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

2.6 Calificaciones y Reconocimientos

BRC Investor Services S.A.: En noviembre de 2014 el Banco obtuvo la calificación AAA y BCR 1+, otorgada por la sociedad calificadora, para la deuda de largo y corto plazo respectivamente.

Ranking de MERCO: El estudio Monitor Empresarial de Reputación Corporativa – MERCO ubicó al Banco por año consecutivo dentro de las 100 empresas con mayor reputación en Colombia, ocupando el puesto 79. Así mismo, Efraín Otero Álvarez – Presidente del Banco, ocupó el puesto 79 dentro del ranking de los mejores directivos del país.

Certificación ISO 90012003 A Fiduciaria de Occidente: Desde el año 2005 el sistema de gestión de calidad de la Fiduciaria se encuentra certificado bajo esta norma. El certificado es aplicable a todos los procesos requeridos para prestar el servicio fiduciario de carteras colectivas y portafolios de inversión, fiducia de administración en sus diferentes modalidades y fiducia de garantía y tiene cobertura para la ciudad de Bogotá.



3. Gobierno Corporativo



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

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

Es decir, el SCI establece acciones, políticas, métodos, procedimientos y mecanismos de prevención, control, evaluación y mejoramiento continuo de la entidad que le permitan tener una seguridad razonable acerca de la consecución de sus objetivos. Esto es posible a través del cumplimiento de las normas que la regulan.

La Junta Directiva aprobó la Circular Reglamentaria con la que la Dirección General estableció el marco conceptual y normativo para el SCI como elemento fundamental del Gobierno Corporativo.

El Código de Gobierno Corporativo, se encuentra publicado en la página de Internet del Banco www.bancodeoccidente.com.co Además se realizan campañas para promover los Valores Corporativos y el Código de Ética, Conducta y Régimen Sancionatorio que rige al Banco en todos los niveles de la organización.

El Banco se compromete con la aprobación por parte de la Junta Directiva de las herramientas

empleadas para arraigar la cultura corporativa en todas las instancias de su organización y de las Filiales.

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

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



3. Gobierno Corporativo

3.1 Órganos de Control

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



3.1.1 Control Interno

En materia de Control Interno se destaca el papel de la **Junta Directiva**, ya que sus miembros, como principales administradores del Gobierno Corporativo están comprometidos a realizar su tarea con profesionalismo, integridad, competencia e independencia. Su labor es apoyada por el **Comité de Auditoría** cuya responsabilidad está limitada a servir de apoyo en la gestión de la administración, en la toma de decisiones referentes al control y su mejoramiento.

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

El Banco de Occidente y sus Filiales cuentan con **Audidores Internos** que cumplen con normas y parámetros mínimos para garantizar

el ejercicio profesional idóneo, acorde con los estándares y mejores prácticas internacionales.

3.1.2 Control Externo

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

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

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

3. Gobierno Corporativo



3.2 Aplicación de Principios Éticos

3.2.1 Conflictos de Interés

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

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

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

Las reglas de ética mencionadas a continuación son normas que deben ceñirse estrictamente a los mandatos constitucionales, legales, estatutarios, reglamentarios y del

Código Corporativo de Conducta, en aras de proteger la confiabilidad y la seguridad de estas instituciones financieras. Estas reglas se refieren a: ética en la administración del riesgo, correcto manejo de las relaciones con clientes, inexistencia de conflictos de interés, calidad en el desarrollo del trabajo, compromiso de solución dentro del error ajeno y la política de revelación de información.

3.2.2 Cumplimiento de Principios Éticos

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

3. Gobierno Corporativo

3.3 Filiales

Sociedad Fiduciaria de Occidente S.A.

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

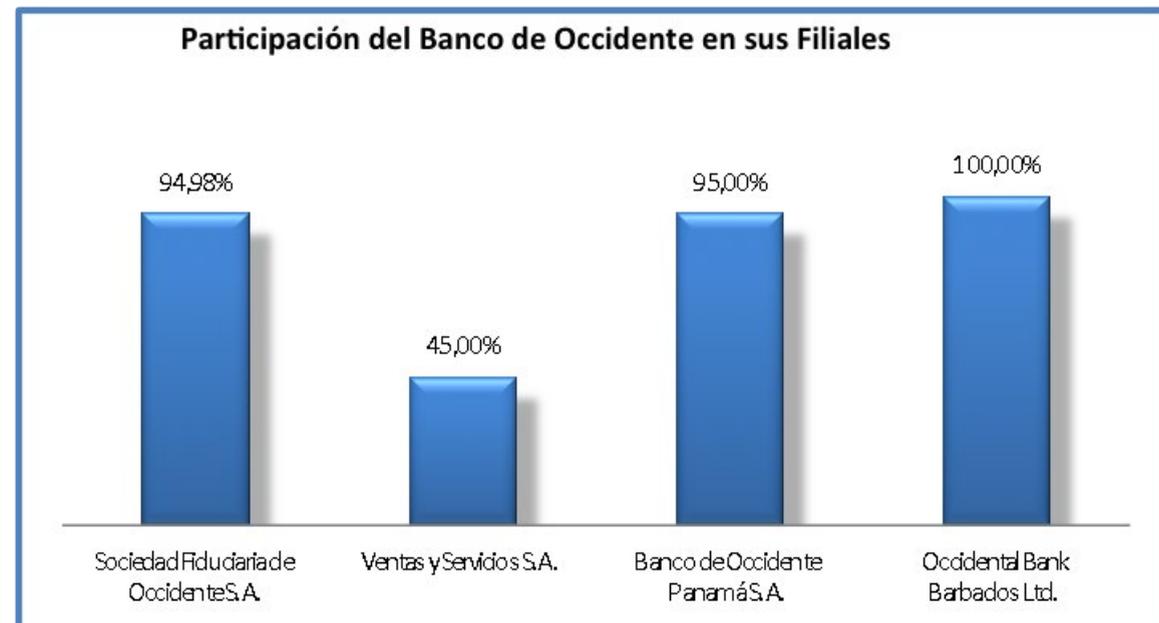
Su Misión es: ser una empresa cuyos esfuerzos y recursos están dirigidos a satisfacer las necesidades de sus clientes mediante la asesoría financiera y la prestación de servicios fiduciarios en los ramos de inversión, administración, garantía y administración inmobiliaria, ofreciendo un servicio de valor agregado, máxima calidad y la mejor relación costo/beneficio por producto.

De igual manera el enfoque de sus actividades, está orientado a la satisfacción de las expectativas de los accionistas, el bienestar y satisfacción de un eficaz recurso humano, y el total cumplimiento de la normatividad existente y aplicable al sector.

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

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

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



3. Gobierno Corporativo

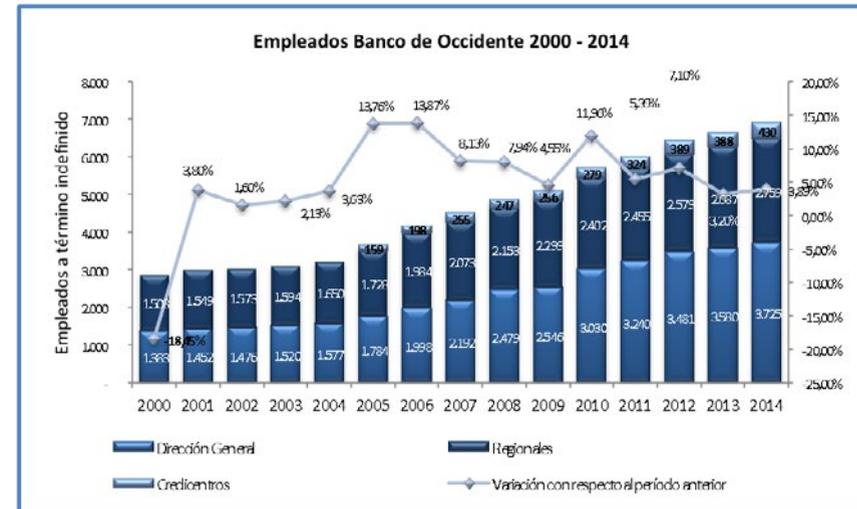
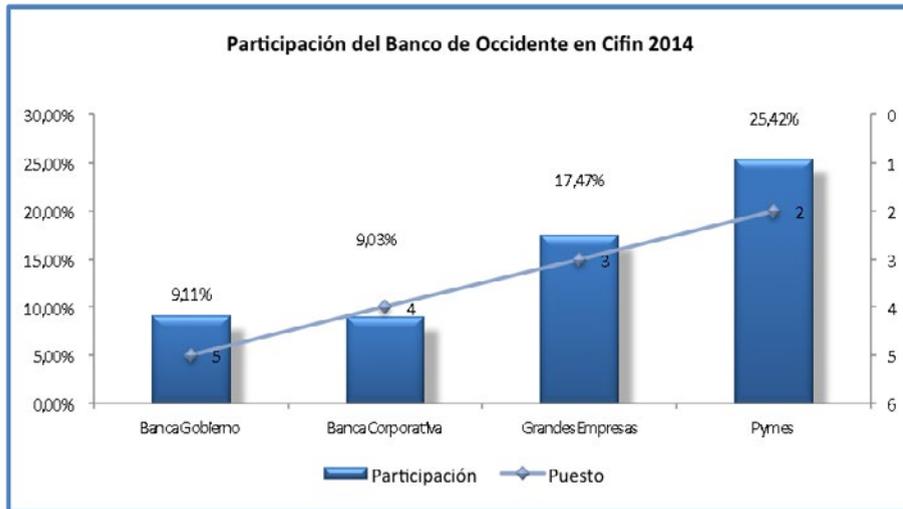


3.4 Estructura Organizacional



4. Motor de Desarrollo Social y Económico

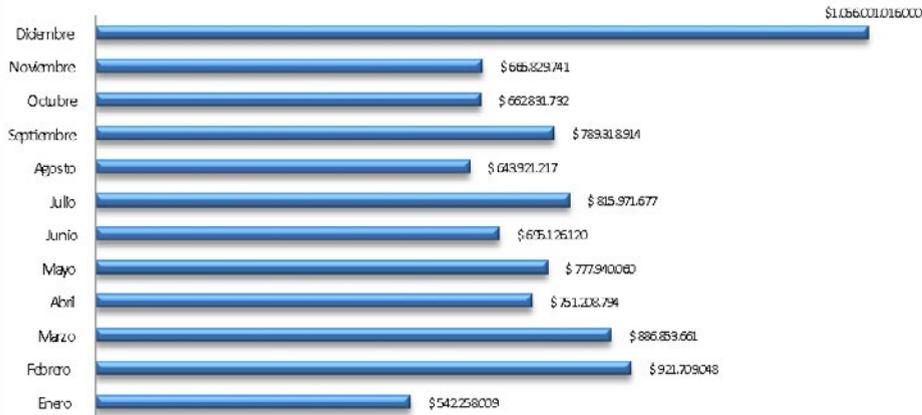
Para el Banco de Occidente y sus Filiales el apoyo al desarrollo del país es un compromiso evidenciado en su oferta de productos y en el incremento de acciones para apoyar al sector empresarial.



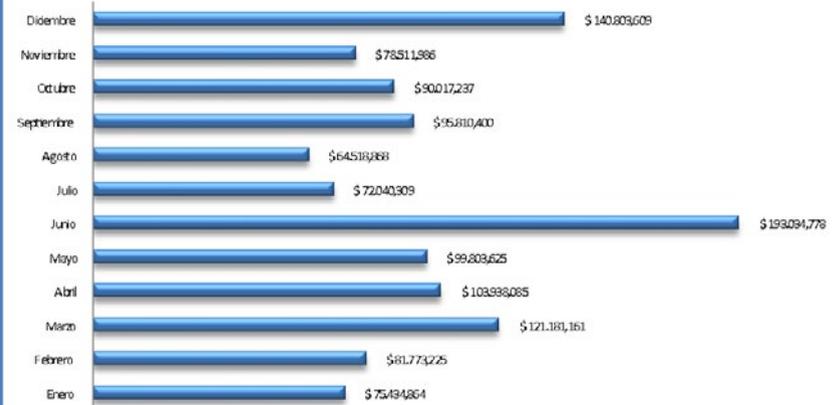
4. Motor de Desarrollo Social y Económico



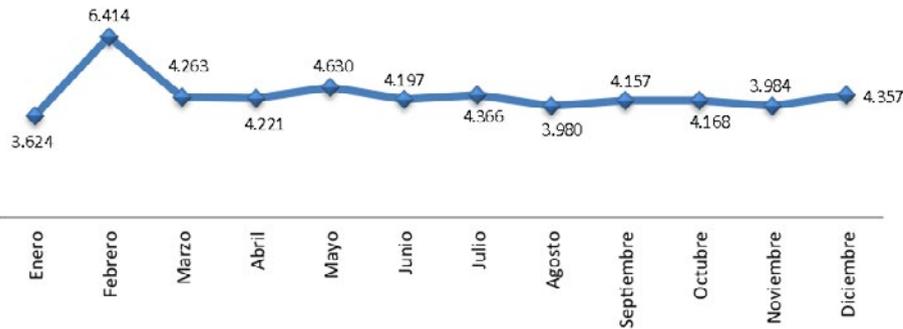
Valor de los Desembolsos Banca Empresarial 2014



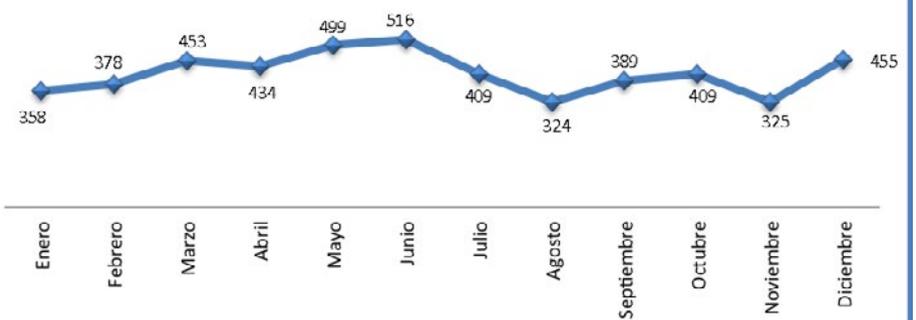
Valor de las Colocaciones de Leasing Persona Jurídica 2014



Cantidad de Desembolsos Banca Empresarial 2014



Cantidad de Contratos Leasing Persona Jurídica 2014



4. Motor de Desarrollo Social y Económico

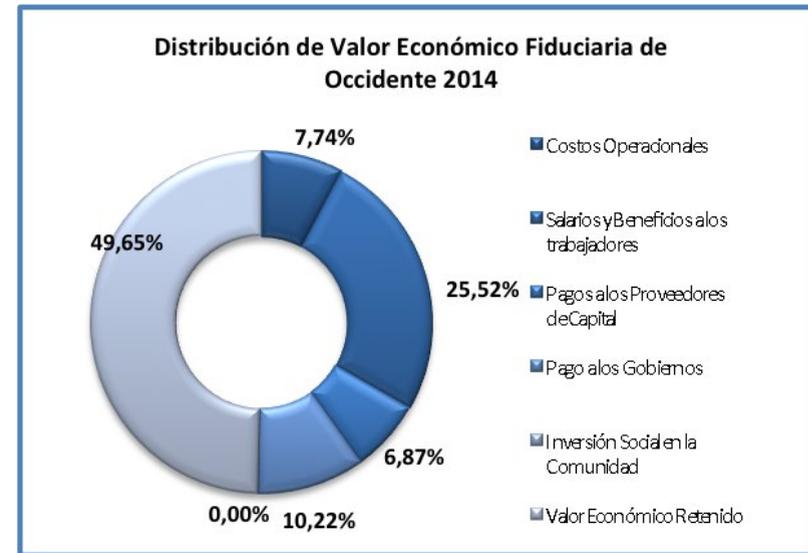
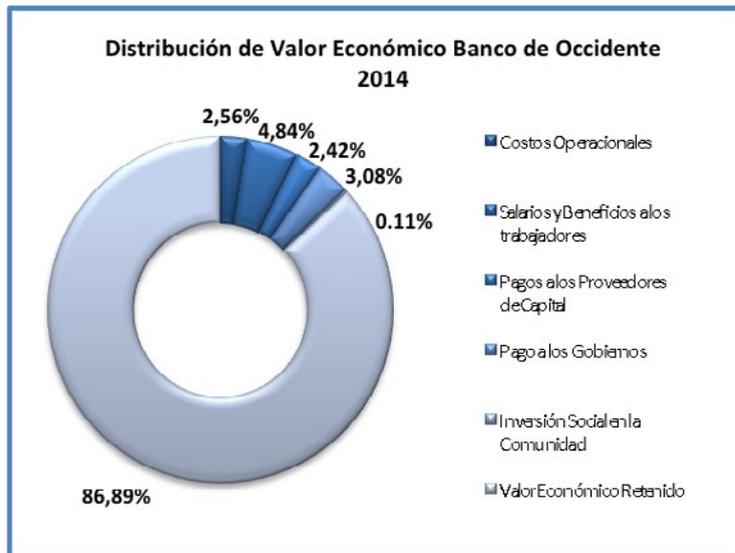
4.1 Distribución de Valor Económico

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

Valor Económico Directo Generado – VEDG 2013	Banco de Occidente (Millones)	Fiduciaria de Occidente (Millones)
Ingresos (1)	9,479,048	84.138
Valor Económico Distribuido – VED	1,430,498	42.362
Costos Operacionales (2)	251,766	6.515
Salarios y Beneficios a los trabajadores (3)	528,207	21.472
Pagos a los Proveedores de Capital (4)	263,272	5.780
Pago a los Gobiernos (5)	336,752	8.595
Inversión Social en la Comunidad (6)	22,687	0
Valor Económico Retenido (VEDG - VED)	-9,479,048	41.776

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

4. Motor de Desarrollo Social y Económico



5.1 Medio Ambiente

Conscientes de la necesidad de proteger el medio ambiente y de educar a los colombianos en esta materia el Banco de Occidente dedica desde hace 30 años tiempo y esfuerzo para rescatar los recursos naturales de nuestro país. De igual manera, estimula a las empresas y personas naturales a trabajar por el cuidado y protección del agua como fuente de vida, a través del Premio Planeta Azul que en el 2012 cumplió 19 años de existencia.

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

5.1.1 Premio Nacional de Ecología Planeta Azul

El Banco, identificado como entidad comprometida con la causa de conservación del medio ambiente, creó en 1993 el «Premio Nacional de Ecología Planeta Azul Banco de Occidente: Agua principio de la Vida». Desde su primera versión hace 22 años se han recibido los diferentes trabajos.

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

El agua un tema actual y de gran preocupación para el mundo entero. Por eso los recursos que el Banco de Occidente encamina hacia este premio le permiten continuar con su interés ecológico, contribuir a la sociedad colombiana y destacarse en el mercado como una entidad comprometida con un asunto primordial como es la sostenibilidad del planeta.

Desde su creación, el Banco de Occidente ha entregado **\$896.300.000** en premios a los ganadores de esta iniciativa que resalta los estudios y acciones dirigidas a la conservación y recuperación de los recursos naturales que correspondan a un desarrollo sostenible. Los criterios de evaluación son: Impacto en términos de resultados obtenidos en cuanto a volumen y calidad, creatividad, vigencia, replicabilidad, coherencia en las acciones e integración de las diferentes áreas.



5. Inversión Social



12^a CONVOCATORIA 2014 - 2015 PREMIO NACIONAL DE ECOLOGÍA PLANETA AZUL TEMA AGUA PRINCIPIO DE VIDA

Lanzamiento 12a Convocatoria
2014- 2015

5.1.2 Libro Ecológico

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

En la historia editorial de estos lujosos libros que exaltan los tesoros ecológicos de Colombia se han publicado **603.600** ejemplares que buscan así mismo, promover su conservación.

CREER POR NATURALEZA ES RECONOCER Y PREMIAR A QUIENES PROTEGEN EL MEDIO AMBIENTE.

OBJETIVO: El Premio Planeta Azul del Banco de Occidente busca reconocer y exaltar programas, proyectos o acciones que muestren resultados concretos y que hayan logrado un avance sustancial hacia el conocimiento, protección, conservación y recuperación del recurso agua, enmarcados dentro de un concepto de desarrollo sostenible e impulsando la activa participación de la comunidad directamente involucrada en su desarrollo.

adaptación al cambio climático y queremos conocer de qué manera contribuye su experiencia. Adicionalmente el Premio privilegiará experiencias que generen o apoyen procesos de desarrollo en los cuales ni la dinámica de las comunidades sea una amenaza para los ecosistemas, ni las dinámicas de estos y particularmente las del agua sean una amenaza para las comunidades.

Consideramos que toda acción humana que contribuya a una relación más armónica entre el desarrollo y los ecosistemas, contribuye también a la

En el caso de las Empresas en todas sus categorías, se premiarán aquellas experiencias cuyos resultados avancen significativamente en comparación con las exigencias mínimas de gestión y calidad ambiental que establece la ley.

¿QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR?:

A Categoría Empresarial

- Grandes Empresas
- Empresas Privadas o de Economía Mixta

B Categoría Pequeñas y Medianas Empresas (Ley 905 del 2004)

- Mediana Empresa (Activos hasta 30.000 S.M.L.V.)
- Pequeña Empresa (Activos hasta 5.000 S.M.L.V.)
- Microempresas (Activos hasta 500 S.M.L.V.)

C Categoría General

- Personas Naturales
- Fundaciones y Asociaciones
- Comunidades y Asociaciones Comunitarias
- ONG
- Instituciones Educativas Públicas y Privadas

ÁREAS:

- Educación ambiental
- Conservación y recuperación de cuencas hidrográficas y de ecosistemas
- Tratamientos de cuerpos de agua y protección de acuíferos
- Ahorro y maximización del recurso agua
- Desarrollo, adaptación e implementación de tecnologías
- Reconversión tecnológica
- Gestión de riesgo de origen hidrometeorológico
- Uso sostenible de recursos
- Adaptación al cambio climático

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Impacto en términos de resultados obtenidos
- Creatividad
- Vigencia
- Replicabilidad
- Coherencia en las acciones
- Integración de las diferentes áreas
- Sostenibilidad y continuidad de los resultados de la experiencia

PREMIOS:

A Categoría Empresarial

- **Primer Puesto:** Gran Trofeo Planeta Azul
- **Segundo Puesto:** Placa de Reconocimiento

B Categoría Pymes

- **Primer Puesto:** \$68.250.000 y Gran Trofeo Planeta Azul
- **Segundo Puesto:** \$34.100.000 y Placa de Reconocimiento

C Categoría General

- **Primer Puesto:** \$78.750.000 y Gran Trofeo Planeta Azul
- **Segundo Puesto:** \$47.250.000 y Placa de Reconocimiento
- **Tercer Puesto:** \$23.600.000 y Placa de Reconocimiento

¿CÓMO POSTULAR?:

Aquellas personas o entidades que deseen postularse o postular a terceros al Premio Planeta Azul, deben enviar completamente diligenciado el "formulario de inscripción – postulación" anexando el documento de su proyecto a la División Planeación Comercial Carrera 4 No. 7-61 piso 5, Banco de Occidente Cali-Valle. Para obtener el formulario deben ingresar a www.comunidadplanetaazul.com y descargar la categoría requerida: Empresarial, Pequeña y Mediana Empresa o General.

f Comunidad planeta azul @complanetaazul comunidadplanetaazulBO

INFORMES

Línea gratuita: 01 8000 933 340
Cali: 8861111 Ext.: 8346 / 1815 / 1922

VISÍTENOS

www.comunidadplanetaazul.com

INSCRIPCIONES

21 de julio al 21 de noviembre de 2014



5. Inversión Social

Comentarios de Ángel Guarnizo Vásquez, Jurado del premio Planeta Azul, los libros sobre naturaleza publicados por el Banco y sobre su responsabilidad social y ambiental

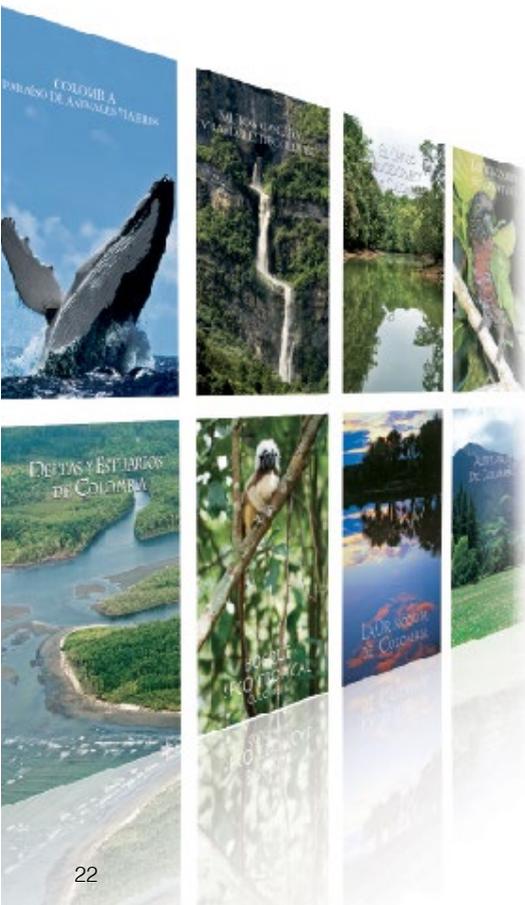
El Banco de Occidente con una visión providente del futuro ecológico del país, desde hace más de 30 años y cuando aun el termino de la responsabilidad social empresarial no tenía un significado muy claro para el empresariado colombiano, decidió iniciar el desarrollo de un programa con ribetes didácticos relacionado con el conocimiento y la protección de los recursos naturales centrándose particularmente, en la importancia de la conservación de los ecosistemas relativos a la producción y conservación del agua. De esta manera inicio un interesante proyecto editorial dentro del cual hasta el presente en 30 ediciones,

ha repartido por todo los rincones del país más de 600.000 libros bellamente editados, mostrándonos con hermosas fotos de bosques, serranías, selvas, desiertos, ríos, lagunas, paramos, golfos, deltas, estuarios, etc., la más preciada riqueza natural que caracteriza a Colombia como uno de los países más biodiversos del mundo.

El Banco, persuadido de la importancia del buen efecto de su programa inicial de divulgación de los recursos naturales, en el año 94 decidió nuevamente buscar un nicho desde el cual continuar apoyando procesos de protección de los recursos naturales, esta vez, con el referente más importante: EL AGUA.

Es así como creo el premio "Planeta Azul" para reconocer los mejores proyectos que para la gestión del agua se desarrollan en el país, contribuyendo con este premio al desarrollo de iniciativas de los mejores proyectos ejecutados para el mejoramiento de la calidad del agua.

Ángel Guarnizo Vásquez, Jurado del premio Planeta Azul



Ediciones Anteriores

- | | | |
|---|---|---|
| 1984 Sierra Nevada de Santa Marta | 1995 Desiertos Zonas Áridas y Semiáridas de Colombia | 2006 Bosque Seco de Colombia |
| 1985 El Pacífico Colombiano | 1996 Archipiélagos del Caribe Colombiano | 2007 Deltas y Estuarios de Colombia |
| 1986 Amazonia Naturaleza y Cultura | 1997 Volcanes de Colombia | 2008 La Amazonia de Colombia |
| 1987 Frontera Superior de Colombia | 1998 Lagos y Lagunas de Colombia | 2009 El Chocó Biogeográfico de Colombia |
| 1988 Arrecifes del Caribe Colombiano | 1999 Sierras y Serranías de Colombia | 2010 Saltos, Cascadas y Raudales de Colombia |
| 1989 Manglares de Colombia | 2000 Colombia Universo Submarino | 2011 Colombia, Paraíso de Animales Viajeros |
| 1990 Selva Húmeda de Colombia | 2001 Páramos de Colombia | 2012 Ambientes Extremos de Colombia |
| 1991 Bosques de Niebla de Colombia | 2002 Golfos y Bahías de Colombia | 2013 Cañones de Colombia |
| 1992 Malpelo Isla Oceánica de Colombia | 2003 Río Grande de la Magdalena | 2014 Región Caribe de Colombia |
| 1993 Colombia Caminos del Agua | 2004 Altiplanos de Colombia | |
| 1994 Sabanas Naturales de Colombia | 2005 La Orinoquia de Colombia | |

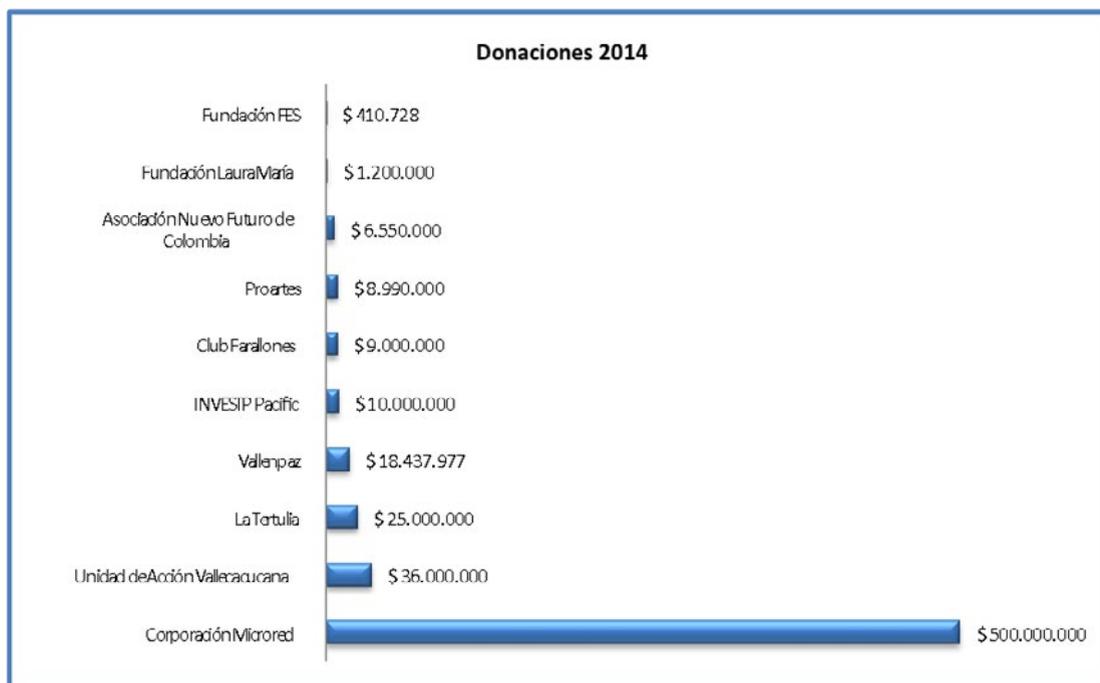
5. Inversión Social



5.2 Donaciones

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

Se entregaron en 2014 recursos por **\$615.588.705** destinados a diferentes fundaciones.



5.3 Cultura

5.3.1 Premio Nacional ANIF – Fiduciaria de Occidente al Periodismo Económico

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

El premio se otorga a los mejores trabajos periodísticos en cinco categorías básicas: Prensa, Revista Especializada, Televisión, Entrevista y Medios Digitales. Los criterios de selección incluyen calidad de análisis y claridad expositiva, aporte personal investigativo para lograr una mejor comprensión de los temas económicos por parte del público no especializado y trascendencia de la información.

Cada ganador recibe la estatuilla representativa del Premio y dinero en efectivo. El monto en efectivo de cada uno de los premios es de **\$7.000.000,00** y se entregan reconocimientos económicos por valor total de **\$35.000.000**.



Ganadores del Premio de Periodismo Económico 2014

Categoría de Prensa

Ganador: Nicolás Abrew Quimbaya, del periódico El Colombiano con el trabajo "Dos años de las nuevas regalías".

Categoría Entrevista

Ganador: Ricardo Solarte Ojeda, de Ape.com con la entrevista a la Directora de la Unidad de Víctimas Paula Gaviria.

Categoría Televisión

Ganador: Luis Segundo Gámez de Noticias RCN con el trabajo "Vivienda: ¿burbuja o precios altos?"

Categoría Revista Especializada

Ganadores: Aldemar Moreno Y Oswaldo Vargas de la Revista Dinero con el trabajo "El milagro de Ecuador".

Categoría de Medios Digitales

Ganador: Carlos Andrés Pérez del Diario del Huila con el trabajo "Escritos de Paz".

6. Inclusión Financiera

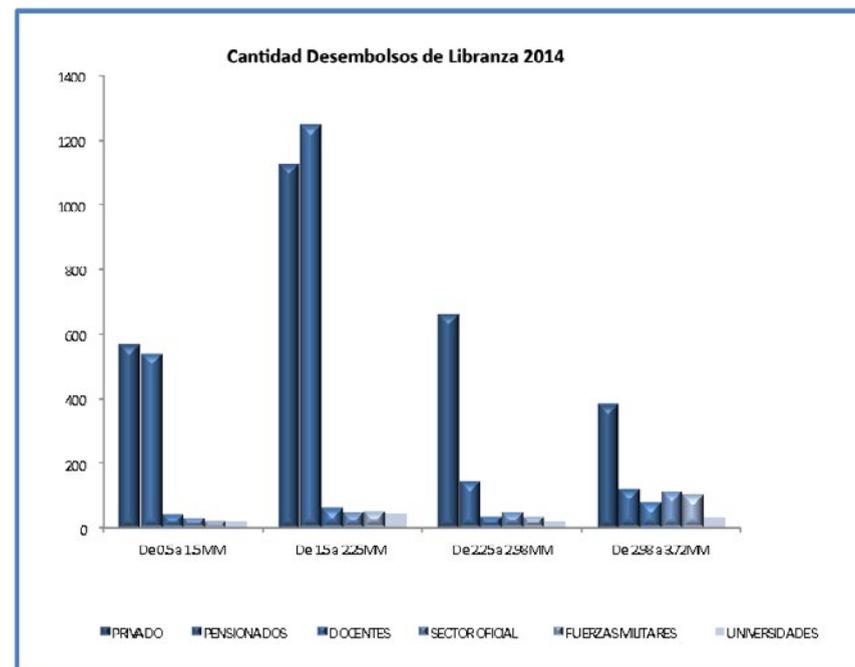
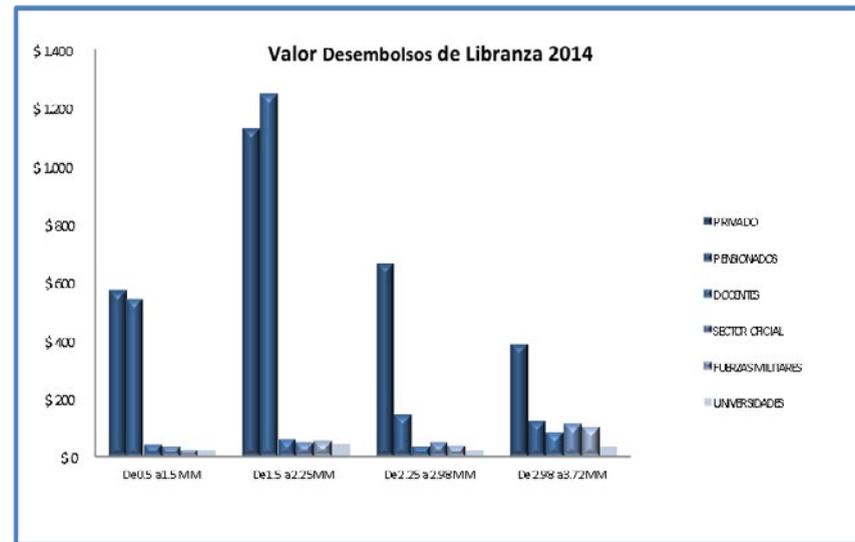


La ceremonia de premiación se llevó a cabo el 26 de noviembre de 2014.

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

6.1 Libranza

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



6.2 Fundación Mundo Mujer

La Fundación Mundo Mujer una institución sin ánimo de lucro que nace en la ciudad de Popayán con la misión de fomentar la participación de las mujeres empresarias en la economía local, lleva un camino de 30 años en los cuales ha encontrado valiosos aliados a nuestra labor entre ellos el Banco de Occidente, logrando constituir importantes relaciones comerciales.

Con el apoyo de esta relación entre la Fundación Mundo Mujer y el Banco de Occidente, la Fundación ha logrado establecerse en el Sector del Microcrédito en más de 20 Departamentos de Colombia, apoyando el crecimiento y el mejoramiento de la calidad de las comunidades trabajadoras del país estimulando el desarrollo de la microempresa.



Dado el entendimiento del Banco de Occidente con respecto a las dinámicas sociales de prioridad en el territorio nacional, ha puesto a nuestra disposición su variedad de productos y plataforma facilitando la gestión financiera de recursos de entidades de cooperación nacional e internacional que ha permitido trascender en el desarrollo de programas en ámbitos como Educación y Cultura, Generación de Ingresos, Vivienda, Medio Ambiente y Desarrollo Social Comunitario.

En este contexto, el esquema de alianza estratégica interinstitucional como la establecida y fortalecida con el Banco de Occidente, contribuye de manera directa al cumplimiento del propósito de nuestra institución de promover el mejoramiento de la calidad de vida de miles de colombianos que nos ven como una importante alternativa para hacer realidad sus sueños.

FELIPE VELASCO MELO – Representante Legal

6. Inclusión Financiera

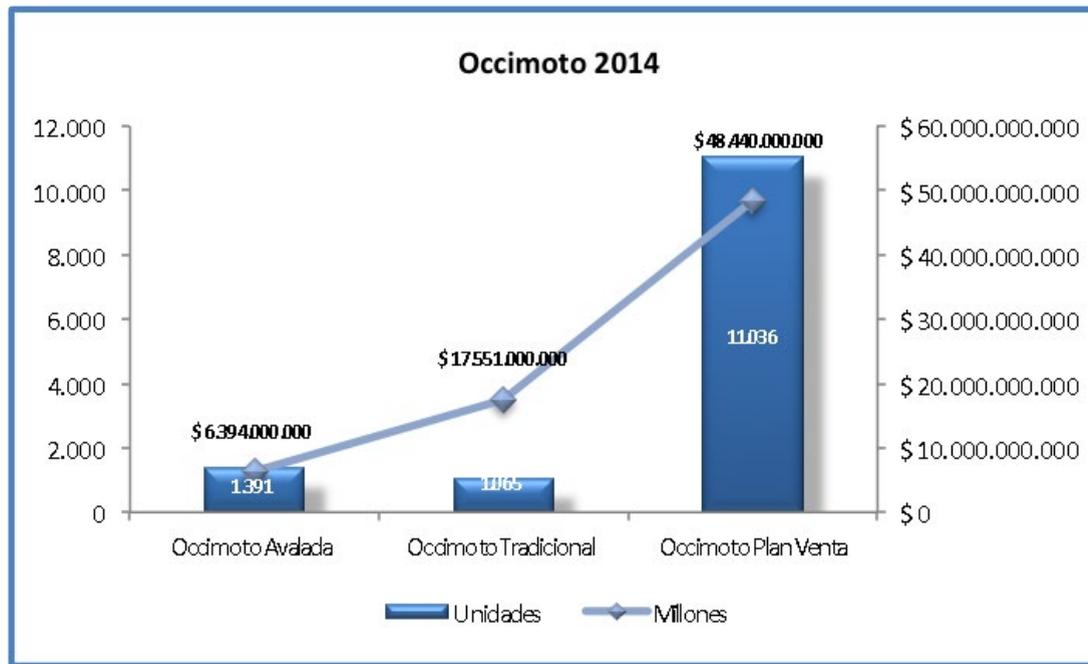


6.3 Occimoto

La asesoría y desembolso de créditos para adquisición de motos es otro de los frentes que se trabajó durante el 2014.

El Banco cuenta con una línea de financiación de motos de baja cilindrada, inferior a 250 c.c. Este producto nació en Banco Aliadas y se mantuvo hasta el mes de septiembre de 2013, en su línea Occimoto tradicional, siendo su mercado objetivo los estratos 2,3 y 4.

Si bien de manera directa el Banco ya no está haciendo dicha financiación, sí está llegando a este mercado a través de sus productos.



6. Inclusión Financiera

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

En la línea de Occimoto Tradicional, le prestó a clientes que no cuentan con experiencia crediticia, con una **financiación hasta del 90%** del valor de la motocicleta con plazos máximos de 48 meses de tal forma que el cliente tenga un flujo de caja positivo y la asesoría de ejecutivos especializados del Banco, que están capacitados para brindar al cliente interesado un servicio individualizado sobre la financiación de motocicletas.



7. Gestión Humana



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

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

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

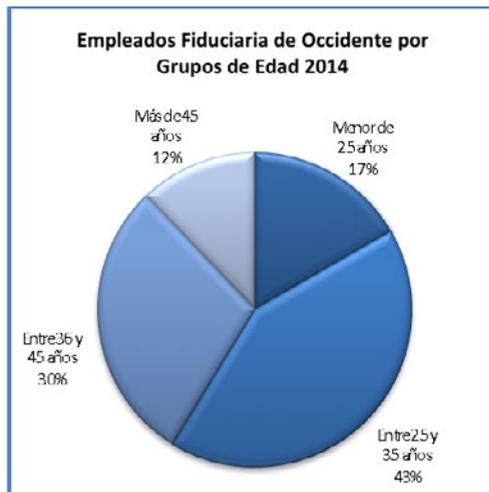
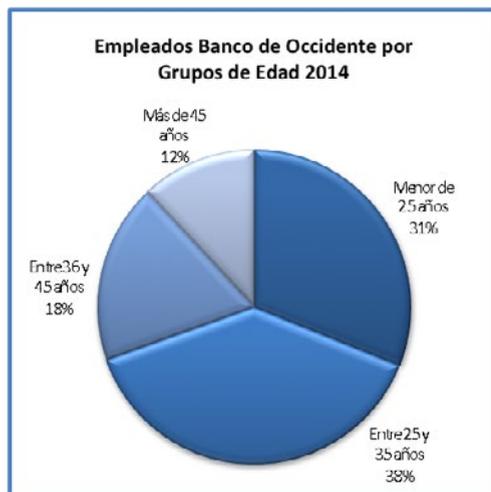
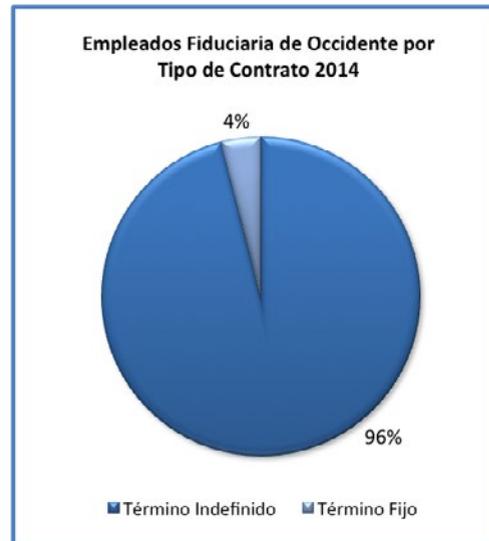
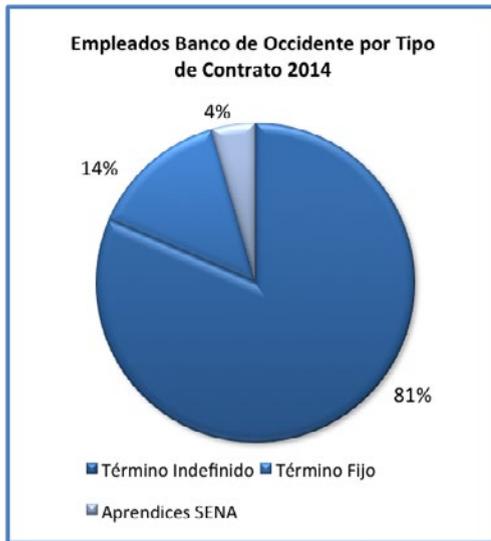
7.1 Perfil de los Empleados

El Banco y su Filial Fiduciaria de Occidente durante el 2014, emplearon **8.252 personas**.

La planta de personal del Banco tuvo un crecimiento de 3.89% con respecto al año 2013. Se crearon **259 nuevos cargos** en el año 2014.

La planta de personal de Fiduciaria de Occidente tuvo un crecimiento de 2.23% con respecto al año 2013. Se crearon **8 nuevos cargos** en el año 2014.





7.2 Empleo, Selección y Evaluación

El proceso de selección en el Banco debe garantizar la vinculación y promoción oportuna y efectiva de personal idóneo y con posibilidades de proyección, alineada con la estrategia corporativa

Los procesos de selección se inician con vacantes de cargos autorizados en planta. Se cuenta con una guía que determina el nivel de estudio, experiencia y competencias requeridas para cada cargo

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

El Banco tiene dentro de sus políticas de desarrollo del recurso humano la promoción, esto se refleja en los **1.435 empleados** ascendidos en el 2014, de los cuales **57** pasaron a ocupar cargos de nivel directivo.

7. Gestión Humana



7.2.1 Evaluación de Conocimientos

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

7.2.2 Evaluación del Desarrollo

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



La Evaluación del Desarrollo en el Banco se emplea para:

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

7.2.3 Incrementos por Méritos

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

7.3 Clima Laboral

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



7.3.1 Plan de Acción

El objetivo es que el clima de la organización muestre progresos mediante acciones focalizadas en el trabajo individual y de equipo. De los compromisos adquiridos en la última medición, el Banco durante el 2014 continuó trabajando los planes de acción así:

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

7. Gestión Humana



7.3.2 Acciones en Fiduciaria de Occidente

En el 2014 se continuó con el trabajo de fortalecimiento de las dimensiones de Clima Laboral de acuerdo al modelo de Great Place To Work: Credibilidad, Respeto, Imparcialidad, Camaradería y Orgullo.

El programa de bienestar implementado en la Fiduciaria a través de actividades socios culturales, deportivos y de integración entre los funcionarios y sus familias también forma parte del clima laboral.

7.4 Salud y Seguridad

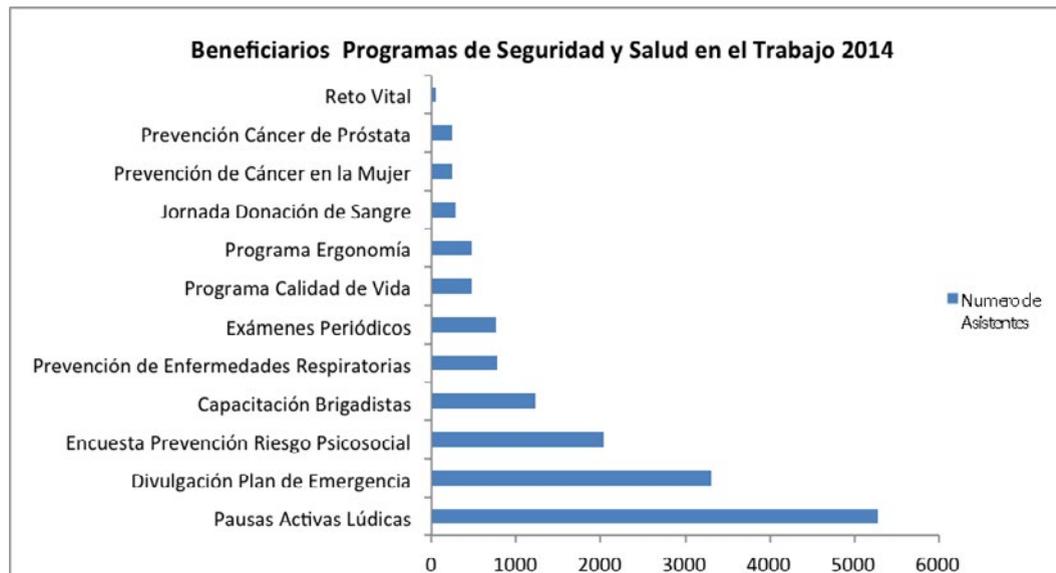
7.4.1 Seguridad y Salud en el Trabajo

El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo (SG-SST) de Banco de Occidente S.A., integra todas las acciones que adelanta la empresa con el fin de mantener y promover la salud de sus empleados y su capacidad de trabajo, en el nivel físico, mental y social, contribuyendo a la disminución de las enfermedades laborales y accidentes de trabajo; todo ello en el marco de los requisitos

legales en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) del país.

Durante el 2014 estas acciones incluyeron, entre otras:

- Evaluaciones médicas ocupacionales
- Programas de prevención de cáncer (seno, cérvix y próstata), enfermedad respiratoria y gastrointestinal;
- Programas de prevención de riesgo cardiovascular (calidad de vida, exámenes médicos preventivos, fomento de estilos de vida saludable);
- Programas de vigilancia epidemiológica: Riesgo biomecánico, psicosocial;
- Programa de prevención y atención de emergencias
- Programas de prevención de accidentalidad



7.4.2 Acciones en Fiduciaria de Occidente

Durante el año 2014 se realizaron programas de Higiene y Seguridad Industrial, Medicina Preventiva, exámenes médicos periódicos ocupacionales, talleres de estilos de vida saludable y jornadas de capacitación a los brigadistas de las áreas en Dirección General y de las regionales.

7.5 Formación

7.5.1 Universidad Corporativa

La Universidad Corporativa es el medio para desarrollar habilidades y competencias del talento humano de la organización, a través de programas de formación presenciales y/o virtuales, alineados con la estrategia corporativa y orientada a alcanzar los resultados esperados por parte del Banco.

La Universidad, tiene como objetivo preparar a los colaboradores del Banco para asumir nuevos retos y mayores responsabilidades en la organización.

7.5.1.1 Programas de formación presencial

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

El Área de Formación con base en las mejores prácticas, pretende innovar y promover el crecimiento de los funcionarios de manera estandarizada, con una activa participación que involucre y complemente todos los temas, para que esto se vea reflejado en la excelencia y la buena calidad de servicio a nuestros clientes.

Se llevan a cabo actividades que involucran al personal de las Divisiones/Áreas; y a las Oficinas, Credicentros y Áreas Staff de las diferentes zonas y sucursales en los diferentes procesos de la operación bancaria.

Igualmente como parte del Plan de Desarrollo y el mantener actualizada a la fuerza comercial del Banco, anualmente se programan las jornadas de capacitación, para cada una de las fuerzas comerciales del segmento empresas y personas.



7. Gestión Humana



7.5.1.2 Programas de formación virtual

La Vicepresidencia de Recursos Humanos establece las políticas sobre las cuales se rige la capacitación virtual en su plataforma: **eureka**. El seguimiento de estas políticas es importante para asegurar el entrenamiento oportuno de todos los funcionarios y la consecución de los objetivos estratégicos del Banco.

En los programas de capacitación virtual existen temas definidos por la Superintendencia como SARO, SARLAFT, PCN, entre otros, los cuales deben ser observados por el 100%

de los empleados (incluyendo empleados a término fijo, estudiantes en práctica y aprendices SENA), quienes deben presentar posteriormente una evaluación que debe ser aprobada.

7.5.4 Modelo de Generación de Valor

El Área de Formación con el fin de generar impacto en la Organización, implementa el Modelo de Generación de Valor para cada uno de sus procesos, esto con el fin de priorizar los temas o actividades que apuntan a la Estrategia del Banco.

Para lograr esto, es importante cuestionarse: "¿Cómo el Área de Formación Genera Impacto dentro de la Organización?", la respuesta se encuentra en la misma experiencia, generando casos de éxito y otros que nos permiten tener Lecciones Aprendidas y Mejores Prácticas. Adicionalmente, resaltamos que los procesos que son medibles son sujetos de mejoramiento, por lo tanto, dentro del proceso de Generación de Valor, los indicadores son un elemento sustancial para conocer la brecha de capacitación y el enfoque de la misma. Igualmente no se descartan aquellos procesos, donde al finalizar el análisis, conocemos que no requieren Plan de Formación, sino una Sensibilización frente al tema.



7.5.5 Acciones en Fiduciaria de Occidente

Para la Fiduciaria de Occidente la formación es un tema de vital importancia, el cual se refleja en uno de sus objetivos estratégicos: contar con el personal idóneo. Este objetivo está presente desde el proceso de inducción (Normativa y Organizacional), el entrenamiento en el puesto de trabajo y el programa de formación, que incluye las capacitaciones (Normativas y de Actualización) y las formaciones en competencias. Este Programa de Formación tiene los siguientes pilares:

Normativas y de actualización, conformada por el grupo de capacitaciones de carácter Normativo y que son de obligatorio cumplimiento por parte de todos los funcionarios. Las Actualizaciones están dirigidas a aquellas áreas que por motivo de sus funciones, requieren estar actualizadas frente a los cambios en la normatividad actual y que impactan el desarrollo de sus funciones.

Competencias, derivadas de los resultados de las Competencias en el ejercicio de la Evaluación del Desempeño.

Planeación estratégica, aquellas que guardan relación directa con el cumplimiento del plan estratégico en cada una de las áreas.

La definición de las prioridades del programa de formación se establecen de acuerdo a los aspectos principales de trabajo del plan estratégico:

Servicio:

Forman parte de este pilar, los siguientes objetivos estratégicos de las perspectivas Cliente y Procesos:

- Asegurar la máxima calidad en el servicio (implementar la metodología LEAN para S, Q y R; implementar un modelo de servicio al cliente).
- Maximizar la oportunidad en la prestación de servicios críticos de negocios (Redefinir e implementar la estructura de gestión de negocios; garantizar la prestación de servicios críticos en contingencia).
- Soporte Tecnológico: Se incluyen los siguientes objetivos estratégicos de las perspectivas Procesos y Aprendizaje y Crecimiento:
- Maximizar la oportunidad en la prestación de servicios críticos de negocios (dotar de herramientas tecnológicas robustas a los procesos críticos).
- Automatizar los procesos de transacciones, informes, instalación (implementar un software para la estandarización y administración de procesos)

- Asegurar la generación de información para gestionar el negocio (implementar el reporteador para mejorar la generación de informes, desarrollar un modelo de calidad de datos)



7. Gestión Humana



Personal:

Se incluyen en este pilar, los objetivos estratégicos encaminados al fortalecimiento del capital humano, relacionados con:

- Hacer de la Fiduciaria un mejor lugar para trabajar
- Contar con el personal idóneo
- Desarrollar la alineación como eje para el trabajo en equipo

Ingresos:

Forman parte de este pilar, los siguientes objetivos estratégicos de las perspectivas de Cliente y Procesos, enfocados al incremento del ingreso:

- Incrementar la utilidad operacional (aumentar la productividad del canal Banco, potencializar la estructura de regionales y fuerza comercial propia)
- Maximizar la rentabilidad de los FIC'S con el nivel de riesgo asociado (mantener el nivel de eficacia de la rentabilidad/ riesgo de los fondos de inversión sobre el Benchmark definido para cada fondo)

- Ofrecer nuevos productos y/o servicios funcionales (desarrollar un fondo de inversión colectivo y un fondo de capital privado, desarrollar servicios nuevos para canales electrónicos, promover el uso de fiduweb)

Transversal:

Aquellas formaciones y capacitaciones que son transversal en la organización, ya que tienen un impacto más amplio.



7.6 Relaciones Laborales

La vigencia de la Convención Colectiva de Trabajo, está comprendida entre el primero 1° de Enero de 2015 y el 31 de Diciembre de 2017. Esta convención sólo aplica para los funcionarios del Banco de Occidente y no se extiende a los trabajadores de sus Filiales.

Testimonio de José Eudoro Gallo, Presidente del Sindicato del Banco de Occidente, empleado del Banco hace 43 años:

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

7.7 Bienestar

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

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

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

De igual manera se llevan a cabo actividades institucionales tales como: programa Acerquémonos, celebración día de la secretaria, fiesta de navidad para los empleados y sus hijos (menores a 12 años) y programa de preparación para los funcionarios que están próximos a su pensión.

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

También se ofrecen diferentes convenios, los cuales están encaminados a generar bienestar y salud en los empleados. Algunos de estos convenios se establecen con: gimnasios, escuelas deportivas, de danza, arte y música, ópticas, clínicas odontológicas, escuelas de conducción, revistas, periódicos, centros de salud, belleza y medicina alternativa, escuelas de idiomas y programas culturales.

7. Gestión Humana



7.8 Apoyo al Fondo de Empleados

Los aportes a diciembre de 2014 del Banco de Occidente a Fondoccidente fueron significativos, lo cual beneficia a sus asociados, que ascienden a **6.898**.

Fondoccidente como empresa de los empleados del Banco de Occidente disfrutó de tasas preferenciales para sobregiros y créditos de tesorería, así como la exoneración de comisiones en productos y servicios como: traslados de dinero, débitos automáticos, abonos a cuentas propias, cheques en formas continuas, Recaudo en Línea, Consignación Nacional, Transferencias Permanentes, Occired. De otra parte, se destacan las asesorías en proyectos de tecnología, el soporte en contrato de servicios, apoyo logístico con proveedores, cobertura del correo interno, apoyo legal y de recursos humanos y cesión de espacio físico para la realización de Junta Directiva y ubicación de oficinas en ciudades como Bogotá, Medellín y Barranquilla.

Fondoccidente contribuyó a aumentar la riqueza de sus asociados en 2014 en \$14.424 Millones de pesos.

Los valores estimados del Beneficio de los Asociados, se hacen respecto a los costos de los créditos e ingresos en ahorros, el uso de servicios mutuarios, reintegro de recursos con la revalorización de los aportes, pago de auxilios y reintegros de las pólizas. Fondoccidente lleva a cabo sus programas de manera independiente y autónoma con relación al Banco de Occidente, incluso cuando recibe apoyo en varios frentes de la entidad.



8.1 Régimen de Protección al Consumidor Financiero

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

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

8.2 Sistema de Atención al Consumidor Financiero

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

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

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

Con una periodicidad anual, se realiza un curso virtual con el objetivo de que todos los colaboradores del Banco comprendan en qué consiste el Sistema de Atención al Consumidor Financiero y la importancia del mismo para sus clientes.

8. Clientes



8.3 Educación Financiera

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

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

Los usuarios con mayores niveles de educación financiera tienden a ahorrar más, lo que normalmente se traduce en mayores niveles de inversión y crecimiento de la economía en su conjunto.

Los objetivos principales del programa de educación financiera del Banco de Occidente son:

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

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

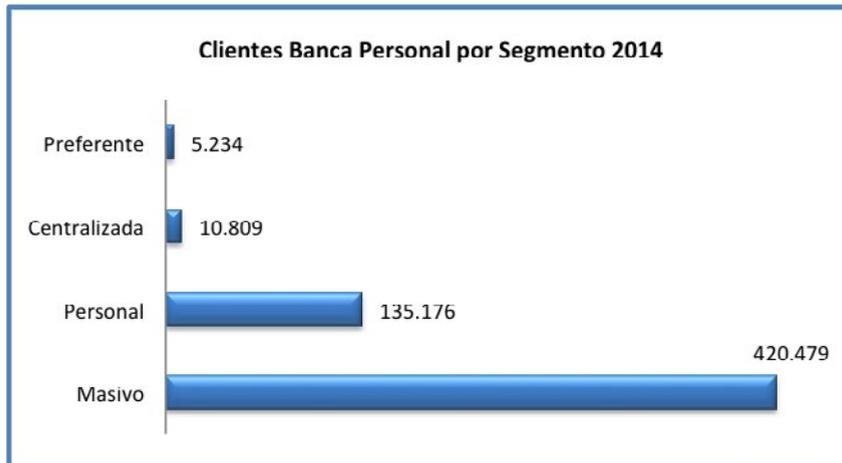
Para ello el Banco de Occidente ha utilizado varios mecanismos de comunicación a través de sus Gerentes Comerciales, Boletín Alcorriente, Carteleras Institucionales y el portal de educación financiera donde los clientes y usuarios pueden encontrar orientación sobre el manejo correcto y el uso efectivo de los productos y servicios que se ofrecen.

“Mantenerse informado es seguridad, es protegerse, es garantizar sus derechos”



8.4 Segmentación

8.4.1 Segmentación Banca Personal



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

8. Clientes



8.4.2 Segmentación Banca Empresarial e Intermedia

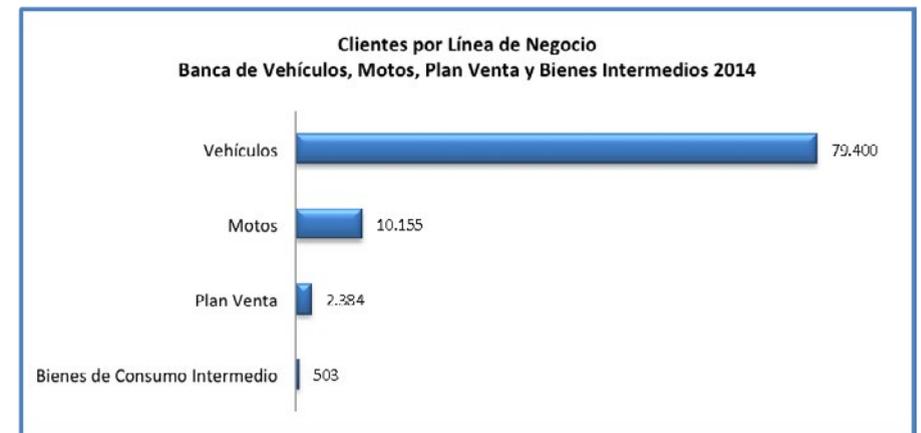
Banca Empresarial	
Segmento	Perfil
Gobierno	Entidades pertenecientes al sector oficial
Corporativo	Clientes con nivel de ventas mayor a \$250.000 MM y empresas vigiladas por la super financiera.
Empresarial Grande	Empresas privadas con nivel de ventas mayor a \$20.000 MM y menor a \$250.000 MM
Empresarial Pyme	Empresas privadas nivel de ventas mayor a \$700 MM y menor a \$20.000 MM



8.4.3 Segmentación Banca de Vehículos, Motos y Bienes Intermedios

Banca de Vehículos y Bienes Intermedios	
Segmentos por línea de negocio	Perfil
Vehículos Particulares	<p>Asalariadas, personas cuyo salario representa por lo menos el 60% de sus ingresos totales. Contrato a término indefinido deberá tener por menos tres meses de vinculación (presentando continuidad laboral de un año), y, para contrato a término fijo (prestación de servicios u obra labor), debe estar renovado por más de un año. El ingreso mínimo requerido para un asalariado debe ser por lo menos de 2,5 SMMLV.</p> <p>Rentistas de Capital, personas cuyos ingresos provienen de intereses, beneficios, ganancias y en general, todo cuanto represente rendimiento de capital; este incluye además ingresos generados por alquiler. Deberá llevar en su actividad, dos años de experiencia. El ingreso mínimo requerido para un rentista de capital debe ser por lo menos de 5 SMMLV.</p> <p>Profesionales Independientes personas que tengan un título como profesional o tecnólogo y que su actividad esté relacionada con dicha profesión, cuyos ingresos, al menos el 60%, deben provenir de su actividad profesional, independientemente del número de fuentes de ingreso que presente. La experiencia en el sector debe ser, por lo menos, de un año y el ingreso mínimo requerido de 3 SMMLV.</p> <p>Comerciantes Independientes, personas declarantes o no, cuyos ingresos dependen en un porcentaje superior al 60% de actividades comerciales, en las cuales no existe vínculo laboral alguno. Deberá llevar en su establecimiento comercial o en su actividad comercial, dos años de constituida o de experiencia como comerciante, respectivamente. El ingreso mínimo requerido debe ser por lo menos de 5 SMMLV.</p>
	<p>Transportador: personas natural o jurídica, cuyos ingresos en un 60% o más provienen de la actividad del transporte de carga o de pasajeros (excepto taxistas), con la condición de ser propietario de uno o más vehículos generadores de renta.</p> <p>Los ingresos deben ser por lo menos de 6 SMMLV o la mayor proporción de los mismos deben provenir de su actividad como transportador. El vehículo debe estar afiliado a una empresa de transporte o con contratos de reconocidas empresas.</p>
	<p>Segmento de baja cilindrada (Occimoto): Asalariados desde 1.5 SMLV, Profesionales Independientes desde 2.0 SMLV y Comerciantes y/o Rentistas de Capital desde 3.0 SMLV</p> <p>Segmento de Alta cilindrada (Occimoto Alto Cilindrada): Asalariados y Profesionales Independientes desde 3 SMLV. Comerciantes y/o Rentistas de Capital desde 5 SMLV, Transportadores desde 6 SMLV y Taxistas desde 4 SMLV</p>

Banca de Vehículos y Bienes Intermedios	
Segmentos por línea de negocio	Perfil
	<p>Personas Jurídicas que cumplan con el análisis establecido para la adquisición de motos de baja y de alta cilindrada. (Financiación directa por con los productos de línea)</p> <p>Distribuidores o ensambladores que cumplan con el análisis crediticio para el otorgamiento de un cupo con el cual puedan avalar la financiación de sus clientes directos.</p>
Maquinaria y Equipo Productivo	<p>Personas naturales independientes interesadas en adquirir maquinaria para construcción, agrícola, montacargas, equipos médicos y equipos industriales, a través de crédito o leasing, que tengan mínimo 2 años de experiencia comprobada en su actividad.</p>



8. Clientes



8.4.4 Segmentación Unidad de Leasing

Modalidad de Leasing	Unidad de Leasing	
	Segmentos	
Financiero	Corporativo, Empresarial, Intermedio, Oficial, Pyme y Persona Natural	
Operativo	Corporativo, Empresarial, Intermedio, Oficial y Pyme	
Renting	Corporativo, Empresarial, Intermedio y Oficial	



8.5 Bancarización

La estrategia de bancarización actualmente está enfocada en ampliar la cobertura geográfica de puntos de recaudo de servicios públicos y privados, al igual que impuestos a través de los esquemas de Corresponsales Bancarios y de Recaudo por Extensión de Red, puntualmente en algunos corresponsales estamos ya generando algunas transacciones de retiro.

8.5.1 Corresponsales Bancarios

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

A corte de 2014 el Banco de Occidente crece sus alianzas estratégicas con tres redes de Corresponsales Bancarios Vía Baloto, ServyPagos y EDEQ ampliando su cobertura en 8.334 puntos propios. Adicionalmente cuenta con los Corresponsales Bancarios del Grupo Aval Colsubsidio, Copidrogas y Red Cerca.

A cierre del año logramos un total acumulado de 10.214.746 recaudos de facturas de servicios públicos y privados, 3.127.244 pagos de seguridad social y 117.485 retiros en efectivo. En conclusión en el 2014 las transacciones tuvieron un crecimiento de 112% con respecto al 2013.

8.5.2 Recaudo por Extensión de Red

Lo que permite a las personas bancarizadas o no, realizar pago de facturas de servicios públicos y privados, pago de seguridad social y el recaudo de impuestos.

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



8. Clientes



8.6 Servicios Especiales

8.6.1 Pago a Pensionados

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



Hoy los pensionados se identifican a través de biometría a fin de evitar suplantación y de agilizar sus proceso de cobro de mesada pensional.

Adicionalmente se da soporte y apoyo en educación financiera en los puntos a través de asesores de servicio.

En el 2011 el Banco diseñó e implementó el servicio de Pago Domiciliado para los pensionados discapacitados o con estado de salud crítica, lo que permite que puedan realizar sus pagos desde su casa, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de estas personas.

8.6.2 Página Electrónica para Liquidación y Pago de Impuestos

Diseño y Desarrollo de Páginas Transaccionales particulares que permiten el cargue de la información para la parametrización de la liquidación y pago de impuestos.

El sistema controla uno a uno los campos de una liquidación y/o declaración de impuestos, esto genera mayor facilidad para los contribuyentes en aspectos como la asistencia total para no cometer errores, que pueden

generar sanciones. Con el uso de la red se evitan desplazamientos de los contribuyentes, se disminuye el consumo de papel y químicos en las impresoras y se reduce el uso de tramitadores.

La implementación de este tipo de servicios ayuda a la reducción en los fraudes que puedan llegar a presentarse en la liquidación y pago de los impuestos, los entes territoriales tienen un mayor control fiscal, pueden establecer mecanismos para recuperación de cartera, tienen bases de datos con información estratégica y actualizada. Con estas herramientas se tiene la trazabilidad del recaudo y se garantiza la integridad de lo que se está liquidando y pagando.

Dado que la mayoría de estas páginas de liquidación y pago informa en tiempo real las operaciones realizadas, los contribuyentes no tendrán problemas en sobre costos o cortes del servicio, la generación de Paz y Salvo se vuelve un proceso inmediato.

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

8.6.3 Cajeros Humanos

Este personal está ubicado en las instalaciones del cliente, lo cual contribuye a generar empleo y apoya el desarrollo de los municipios a través de la recuperación de cartera y recaudo. El Banco tiene 55 clientes con este servicio.

8.6.4 Jornadas Móviles de Recaudo

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

8.6.5 Jornadas Especiales para Recaudo de Impuestos

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



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

8. Clientes



8.6.6 Desarrollo Ventanilla Única de Registro (VUR)

El Banco ha puesto a disposición de las gobernaciones a nivel nacional, una herramienta integradora que articula a todas las Instituciones involucradas en el proceso de trámite de un bien inmueble, se logró una conexión en tiempo real entre las gobernaciones, notarías, cámaras de comercio y oficinas de registro hecho que reduce significativamente los costos y tiempos asociados con dichas diligencias.

La propuesta se basa en la iniciativa que tuvo la Súper Intendencia de Notariado y Registro, apoyados en la ley anti-trámite y gobierno en línea, para que los contribuyentes sólo asistan a un punto habilitado por el Banco y puedan pagar los derechos de registro, el impuesto asociado y los derechos notariales generados, reduciendo de forma significativa los trámites, plazos, costos y desplazamientos propios a la transferencia de dominio. Buscamos que a través de esta herramienta Colombia sea un estado más eficiente, transparente y participativo, aprovechando la tecnología para impulsar el mejoramiento de la calidad de vida y prosperidad de todos los colombianos.

Este servicio tiene un alto componente social, al reducir los desplazamientos de los colombianos que viven a 6 – 8 horas de las ciudades principales, y que ya desde su Municipio pueden hacer el trámite. Dos ejemplos son Samaná Caldas y Orocué Casanare. El nuevo esquema permite reducir los tiempos del trámite de 23 días hasta en 3 días, y los costos implícitos que generaba el trámite anterior.

Aquí el Banco es la plataforma integradora de este Ecosistema.



8.7 Satisfacción del Cliente

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



8.7.1 ESTUDIO SECTORIAL BANCARIO

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

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

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

8.7.2 ENSE

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

8.7.3 ENSE Reclamos

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

8.7.4 TEO

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

8.7.5 ENSI

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

8. Clientes



8.7.6 Acciones en Fiduciaria de Occidente

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

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

Para la ejecución del estudio se realizaron entrevistas telefónicas durante el mes de septiembre de 2014 sobre la muestra aleatoria definida de los segmentos de fiducia de inversión y fiducia de administración.

En escala de 1 a 100, el índice total de satisfacción de Fiduoccidente y de sus líneas de negocio tuvo una calificación de 77.8 puntos que está considerado como una buena calificación entre el estándar calificaciones emitida por ACSI.

El índice de Calidad Percibida es una medición de la evaluación que hacen los consumidores a través de experiencias recientes sobre la calidad de los productos y servicios de las empresas medidas, variable que obtuvo una calificación de 79.1 puntos.



8.8 Calidad

8.8.1 Programas de Calidad en el Servicio

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

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

De otra parte, el Banco promueve anualmente el Encuentro de Calidad y el Encuentro de los Mejores, en los cuales los seleccionados tienen

la posibilidad de presentar sus proyectos de mejoramiento e innovación y son reconocidos por la alta dirección del Banco, la cual les hace entrega de un trofeo y premios por su aporte a la gestión de Calidad en la organización.

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



8. Clientes



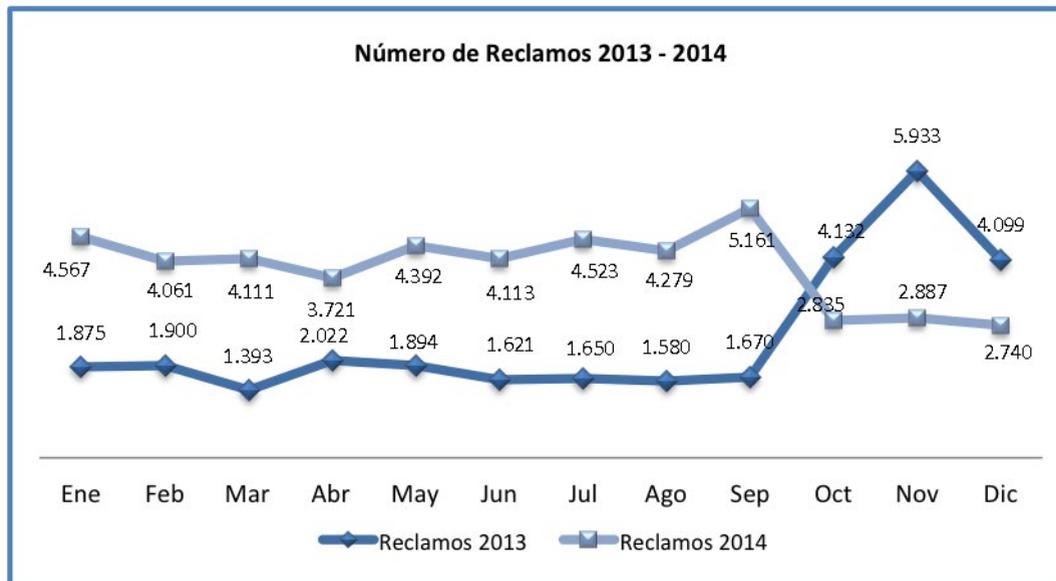
8.8.2 Gestión de Reclamos y Requerimientos

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

Se presentó un incremento del 59% en los reclamos del año 2014 respecto al año anterior, equivalente a 17,621 reclamos, se generaron 6 reclamos en promedio por cada mil clientes en promedio durante el año 2014.

El promedio de radicaciones del IV trimestre de 2014 fue de 2,821 reclamos mensuales. Los códigos de no recepción de extractos, traslados de saldos y aclaraciones de tarjeta de crédito representaron el 55% de reclamaciones.

Para el reporte de la supe financiera del IV trimestre de 2014 se presentó una reducción del 38% (5.180 reclamos) respecto al III trimestre de 2014. Lo anterior en relación a la normalización de los eventos presentados con la salida a producción de la plataforma de tarjeta de crédito First Data.



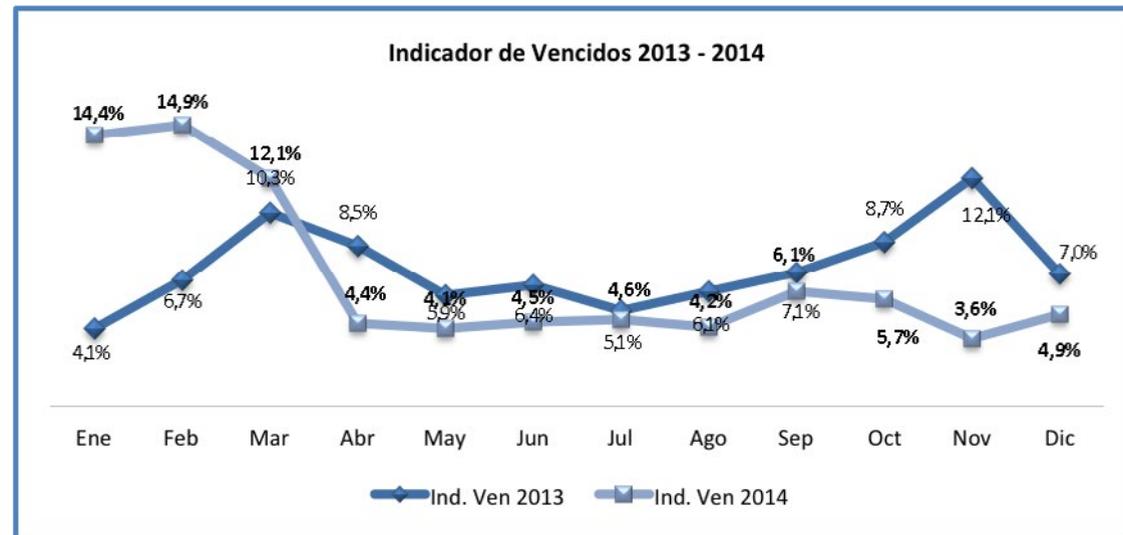
8.8.3 Indicador de Oportunidad en la Respuesta al Cliente

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

La Unidad de Gestión de Reclamos, en el último trimestre de 2013 presentó un vencimiento promedio de 9.3%, para el mismo periodo en 2014 se redujo a 4.7%.

En el último año se generaron las siguientes acciones para mejorar nuestro nivel de atención y disminuir el número de reclamaciones.

- Proyecto de atención en línea permite atender durante el año 2013 el 67% de la demanda total de la UGR en un tiempo menor a 12 horas, gestión que se complementa con el envío de las respuestas dentro del mismo lapso de tiempo por los canales email y número celular.
- Se desarrolló proyecto de prevención de reclamos por pagos mal aplicados en tarjeta de crédito el cual redujo el número de reclamaciones en 72% en el IV trimestre de 2014.



- Se desarrolló proyecto interfuncional para afinamiento del proceso de novedades de cancelación y mejorar la oportunidad en los reintegros a clientes por ACH o cheques de gerencia.
- Se mantiene el esquema de retroalimentación mediante la generación de TIPS y actualización continua de la matriz de radicaciones y divulgación de los indicadores y estadísticos del proceso de reclamos a través de la Intranet.



8.8.4 Filosofía sobre Derechos de los Clientes

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

Además, considera que en cada petición, solicitud, queja o reclamo de un cliente, se presenta la oportunidad de validar el compromiso del Banco y sus empleados con el servicio ofrecido.

El Banco motiva a todos y cada uno de sus empleados a mantener muy presente y actuar consecuentemente, con las disposiciones legales vigentes sobre derechos del cliente, así como sus obligaciones y también las del Banco, como proveedores de productos y servicios financieros.

8.9 Privacidad y Protección al Cliente

8.9.1 Seguridad Física y Virtual

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

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

8.9.2 Modelo de Seguridad de la Información

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

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

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



Inversiones para garantizar seguridad en la información:

- Las inversiones en seguridad de la información están representadas por servicios como antiphishing, antivirus, crecimiento en herramientas de monitoreo, herramientas para prevención de pérdida de información (DLP), correlación de eventos (SIEM), capacitación interna y proyectos internos: La inversión del área en el año 2014 fue de **U\$690.505**
- Implementación Circular 052: Proyecto con presupuesto acumulado de **\$23.788.000.000**
- Identificación Biométrica: Proyecto en producción con un presupuesto ejecutado de **\$867.930.000** en costos operativos
- Gestión de Usuarios: Proyecto en curso con un presupuesto de **U\$1.462.235**
- Póliza Global Bancaria: **\$1.611.065.826 (Incluido IVA).**

8.9.3 Atención de Reclamos en Seguridad

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

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

8.9.4 Estándares de Seguridad Física

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



8. Clientes



8.9.5 Atención Personalizada en Seguridad

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

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

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

8.10 Defensoría del Cliente Financiero

Es un ente independiente de los organismos de administración de la entidad, que se desempeña como vocero de los Clientes o Usuarios financieros ante el Banco y sus Filiales y que conoce y emite conceptos, sobre las situaciones de conflicto que ellos hayan puesto en su conocimiento por escrito.

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



8.11 Estrategia de Información a Clientes

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

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

De acuerdo con la definición de la Superintendencia Financiera de Colombia y como parte de la administración de Riesgo Operativo, el Plan de Continuidad del Negocio hace referencia al conjunto detallado de acciones que describen los procedimientos, los sistemas y los recursos necesarios para retornar y continuar la operación en caso de interrupción.

Dada la dinámica del negocio, en el segundo semestre de 2014, se continuó el trabajo de actualización permanente del modelo de Continuidad (actualización de estrategias, planes y directorios) y se continuó con las etapas finales de implementación para los procesos de Compensación electrónica. Adicionalmente se efectuó monitoreo permanente la realización de pruebas tanto tecnológicas como operativas para garantizar la efectividad de los planes. Finalmente y para dar cumplimiento a la Circular Externa 042 de la Superintendencia Financiera, se efectuó seguimiento en forma permanentemente sobre los planes de continuidad de terceros que brindan servicios críticos al Banco,

esquema fortalecido este año con el apoyo de Asobancaria.

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





8.12 Accesibilidad

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

8.12.1 Accesibilidad Personas Discapacitadas

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

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

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

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



8.13 Multicanalidad

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

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

Internet

www.bancodeoccidente.com.co

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

Audio Línea de Occidente A.L.O.

- Línea Nacional 01 8000 51 5050
- Bogotá 320 1177
- Cali 895 9256
- Medellín 231 7700 0
- Barranquilla 330 5000

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

Banca Móvil

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



8. Clientes



Cajeros Electrónicos ATH

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

Agilizadores Electrónicos ATH

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

Occivirtual

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

Occimóvil

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



