



Sostenibilidad Helm Planeta

2011

Helm.

- 01 **Nuestro compromiso.**
Alcance y Cobertura del Informe de Sostenibilidad 2011.
- 02 **Bienvenidos a Helm.**
Carta de la presidente.
- 03 **Sabemos cómo hacerlo.**
Nuestra organización.
- 04 **Reinventar la banca para hacerla descomplicada.**
Visión de sostenibilidad.
- 05 **Nuestra especialidad.**
Clientes Helm.
- 06 **El cambio viene de todas partes.**
Transformación del negocio.
- 07 **Creamos oportunidades para todos.**
Inversión social.
- 08 **Amamos nuestro planeta.**
Desarrollo ambiental.
- 09 **Nos gustan las cuentas claras.**
Desempeño financiero.
- 10 **Relación Indicadores.**
Global Reporting Initiative (GRI).
Communication on Progress (CoP) Global Compact



Sostenibilidad Helm Planeta

01

Nuestro compromiso.

Alcance y Cobertura del Informe de Sostenibilidad 2011.

El informe de sostenibilidad tiene como objetivo facilitar la convergencia de esfuerzos y compartir los avances y retos de **Helm** con sus actores de interés: accionistas y gobierno corporativo, clientes, colaboradores y sus familias, proveedores, gremios, asociaciones, entidades multilaterales y de rescate, gobierno, entidades reguladoras y comunidad.

En este informe se reportan los asuntos relevantes ejecutados durante la vigencia 2011, dentro de los cuales se destacan:

- En materia de transparencia y confianza, Helm da cumplimiento a los mecanismos y políticas establecidos en el Código de Buen Gobierno y busca ajustarse a estándares internacionales. Por esta razón, en el 2011 fue la quinta entidad bancaria con el mayor número de medidas adoptadas en la Encuesta Código País, publicada por la Superintendencia Financiera de Colombia.
- Los logros alcanzados en la generación de valor a sus clientes a través de su enfoque en servicio, productos diferenciados y simplificación de procesos.
- Los esfuerzos realizados en su cadena de valor en términos de eficiencia, aplicación de prácticas ambientales y sociales.
- La inversión social realizada por Helm para el desarrollo, el crecimiento y el bienestar de sus 2.268 colaboradores, y el compromiso para apoyar iniciativas de educación y emprendimiento de alto impacto, a través de alianzas con actores externos.

Helm ha desarrollado su estrategia de sostenibilidad con la participación de sus actores de interés; por lo tanto, se tuvo en cuenta en el proceso de consulta a 115 representantes de los mismos.

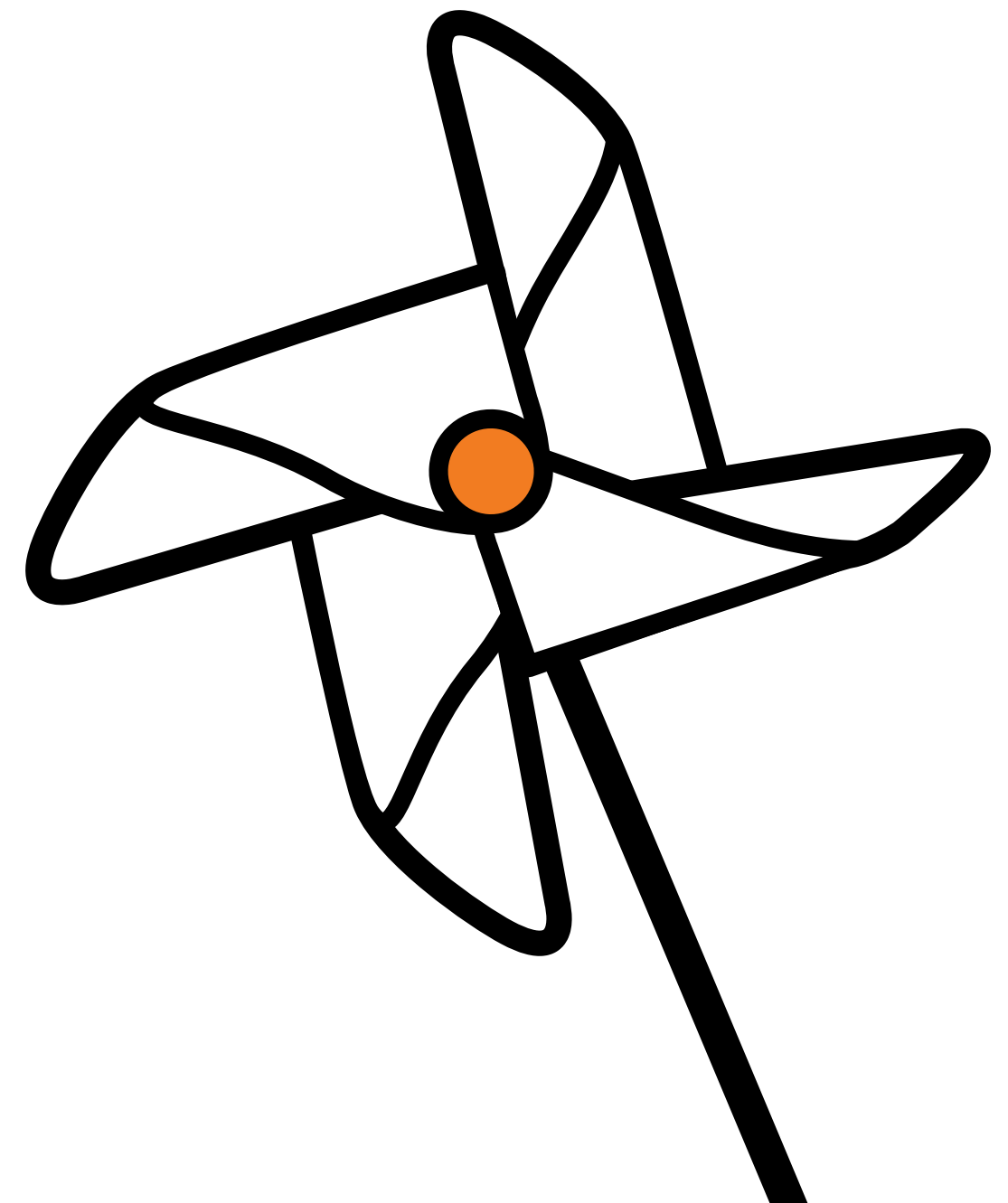
Este informe fue elaborado con base en los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI), Guía G3 y el Suplemento Sectorial para Servicios Financieros FSSS. Se trata de una reconocida metodología internacional de reporte de la gestión económica, social y ambiental de las organizaciones. Para mayor información ver:

www.globalreporting.org.

Para conocer más:

www.grupohelm.com

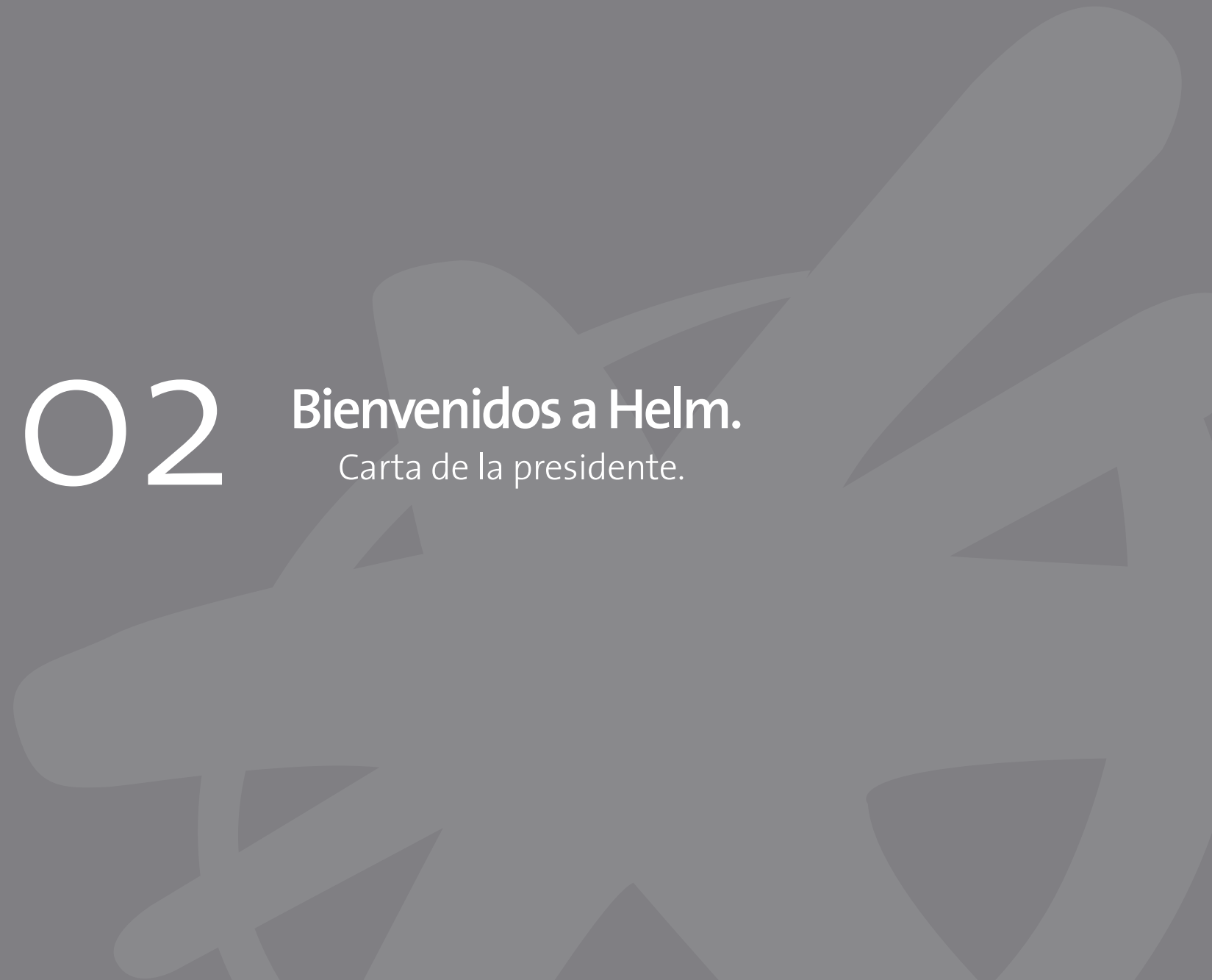
helplaneta@grupohelm.com



02

Bienvenidos a Helm.

Carta de la presidente.



Helm comparte la misión del sector financiero de apalancar el crecimiento responsable de los diferentes sectores de la economía, en un contexto global que plantea nuevos desafíos a las organizaciones para lograr un desarrollo sostenible, enmarcado en modelos reconocidos de gobierno corporativo, satisfacción al cliente, alianzas estratégicas, defensa de los derechos humanos, bienestar para los colaboradores y la comunidad y acciones que reduzcan el impacto ambiental de las operaciones.

Nuestro enfoque estratégico Visión 2020 propone una retadora meta: “Reinventar la Banca para hacerla simple”, de manera que la sostenibilidad está presente en nuestra labor diaria; en una cultura organizacional soportada en valores corporativos y haciendo de la pasión e innovación una parte fundamental de nuestro ADN.

Los principales esfuerzos en el marco de la sostenibilidad están dirigidos a: 1) implementar prácticas creativas en términos de oportunidad para nuevos productos y programas que generen prosperidad, desarrollo y mejor calidad de vida para todos los actores; 2) lograr eficiencias en la cadena de valor promoviendo simplicidad en los procesos y consumo sostenible de recursos; y 3) controlar el impacto socio-ambiental en la gestión propia y de terceros para reducir el riesgo de desistimiento en los proyectos de inversión y contribuir a un mundo más equitativo.

Creemos en la capacidad que tienen las alianzas, profundizamos en las relaciones con nuestros actores de interés y promovemos iniciativas conjuntas con el fin de brindar soluciones innovadoras a nuestros clientes y usuarios, estimular su crecimiento, alcanzar sus objetivos y volver realidad sus sueños.

La adhesión al Pacto Global y a UNEP Finance Initiative (Innovative Financing for Sustainability), ha facilitado incorporar prácticas sostenibles, que proporcionan un aprendizaje continuo, fortalecen la cultura organizacional e integran los actores relevantes para desarrollar nuestros objetivos.

Acompañamos el primer Congreso sobre el Pacto Global y resaltamos la importancia de este encuentro ya que los esfuerzos unidos del sector público, privado y académico contribuyen a la transparencia e implementación efectiva de buenas prácticas que facilitan el desarrollo equitativo.

Los resultados se reflejan en la generación de valor económico con utilidades crecientes. Al mantener la promesa de innovación y servicio logramos de nuevo el primer lugar por quinto año consecutivo en la medición del Customer Index Value, así como el premio de Mejor Experiencia de Cliente de AIAREC – Asociación Iberoamericana de Relaciones Empresa Cliente - Summit 2011.

Nuestros 2.268 colaboradores son la principal fortaleza que tenemos para hacer realidad la visión. Les agradecemos su enorme potencial de cambio, transformación, innovación y generación de ideas. En Helm estamos comprometidos con su progreso; facilitamos oportunidades de crecimiento y desarrollo que se traducen en bienestar para sus familias y su entorno.

Nuestro trabajo con la sociedad se fortaleció con las alianzas estratégicas, en especial con Ventures, Endeavor, Colombia Emprendedora – Fundación Junior Achievement, universidades y fundaciones especializadas para apoyar la educación y el emprendimiento de alto impacto. Helm apalanca el desarrollo de las iniciativas de impacto social a través del voluntariado; así se aprovecha las capacidades y potencial de los colaboradores. Ellos aportan su conocimiento, recursos y más de 4.855 horas de su tiempo.



Además, tenemos una presencia importante en gremios y asociaciones. Helm participó activamente en el Comité de Asobancaria y apoyó la construcción de los contenidos de educación financiera del programa “Saber más, ser más” y pasó a ser parte del comité del Autorregulador del Mercado de Valores (AMV), con el objeto de articular mejor los esfuerzos y aportes de los dos gremios.

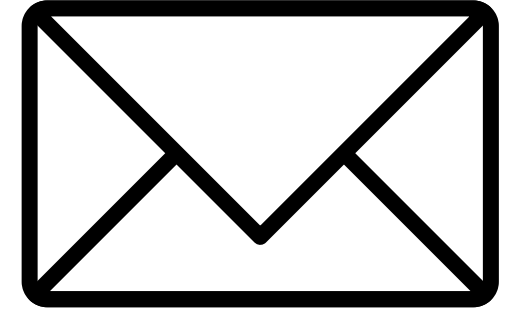
En 2011 se presentan importantes avances en gestión ambiental, destacando la certificación obtenida por la Secretaría de Medio Ambiente en el Programa de Gestión Ambiental Empresarial – GAE. Este programa nos ha permitido tener una clara medición de nuestras variables de ecoeficiencia y disminuir nuestro impacto ambiental. Hemos trabajado de la mano de nuestros clientes, colaboradores y proveedores para buscar eficiencias en la cadena de valor: logramos aumentar en un 13,33% las transacciones en canales electrónicos, un menor consumo de energía de 1.6% kW per cápita y de agua de 7.59% M3 per cápita, reducción del 26.85% en las impresiones, disminución de insumos del 3% en cantidad y 19% en valor y reemplazar 71 insumos por productos amigables con el medio ambiente.

Helm adopta los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI), Guía G3 y el suplemento Sectorial para Servicios Financieros FSSS, la cual es una reconocida metodología internacional de reporte de la gestión económica, social y medio-ambiental.

Los invito a conocer más sobre los retos, desafíos y logros obtenidos en 2011 a través de este informe. Esperamos que nos envíen sus opiniones y sugerencias al correo helmplaneta@grupohelm.com. Estoy segura de que la generación de espacios para el dialogo contribuye al aprendizaje, la identificación de sinergias y a sumar esfuerzos para que todos los sectores contribuyamos a la paz y a construir un mejor futuro para nuestros hijos.

Carriña Ferro Iriarte

Presidente





03 Sabemos cómo hacerlo.
Nuestra Organización.

Presentación y reseña histórica.

El objeto del Banco es la celebración y ejecución de todos los actos, contratos y operaciones permitidos a los bancos comerciales, con sujeción a los requisitos, restricciones y limitaciones impuestas por las leyes de la República de Colombia.

El Banco se constituyó el 15 de octubre de 1962, su Acta de Fundación fue aprobada por la Superintendencia Financiera el 12 de diciembre de 1962, su funcionamiento lo autorizó esta misma entidad el 26 de julio de 1963 con el nombre “Banco de Construcción y Desarrollo”, y abrió sus puertas al público el 1 de agosto de ese mismo año.

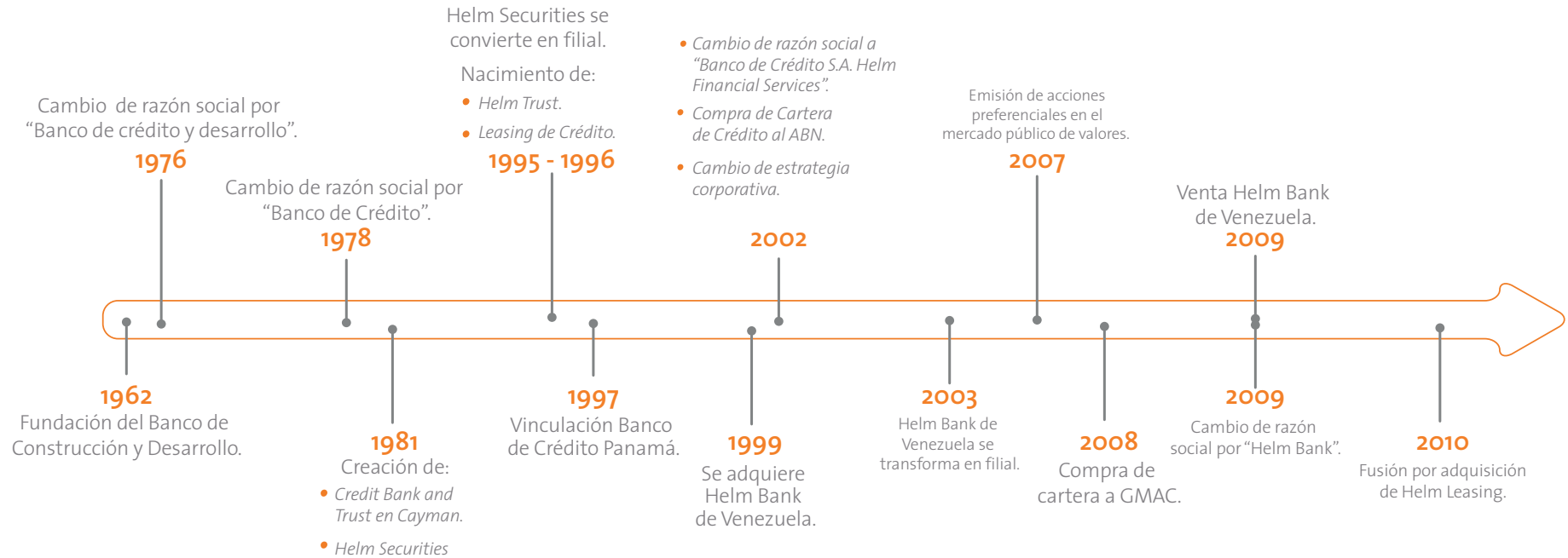
En enero de 1976, con la autorización de la Superintendencia Financiera, el “Banco de Construcción y Desarrollo” cambió de razón social por la de “Banco de Crédito y Desarrollo”. El 1 de junio de 1978 fue autorizado nuevamente el cambio de razón social por “Banco de Crédito”. En 2002, el Banco modifica una vez más su razón social a “Banco de Crédito de Colombia S.A. Helm Financial Services”. Finalmente, el 24 de agosto de 2009, como fruto del proyecto estratégico de rediseño y reposicionamiento de su propuesta de valor, el Banco dio a conocer su nueva imagen, con lo cual se llevó a cabo otra modificación en su razón social: Helm Bank S.A.



Helm Bank se encuentra calificado por Fitch Ratings Colombia S.A. a corto plazo F1+ (alta calidad crediticia), lo cual indica la más sólida capacidad de pago oportuno de los compromisos financieros de corto plazo respecto de otros emisores o emisiones domésticas. Su liquidez a corto plazo, factores de protección y acceso a fuentes alternas de recursos son excelentes. A largo plazo, la calificación de Helm Bank es Doble A más (AA+), la segunda más alta en el grado de inversión. Este comportamiento es el resultado de la experiencia y el profesionalismo de sus ejecutivos, la asesoría y atención personalizada para todos sus clientes, el adecuado margen de solvencia que garantiza el cumplimiento de sus obligaciones, la calidad de sus activos y la capacidad que tiene para generar utilidades bajo un adecuado control de riesgos.



Reseña histórica del banco.



Grupo Helm.

Helm Bank cuenta con cuatro sociedades subordinadas, con las cuales ha conformado un Grupo Empresarial (Helm Bank como sociedad matriz y entidad dominante del grupo), y tres compañías relacionadas que complementan el negocio para ofrecer un servicio integral.

Helm Fiduciaria S.A.: ofrecer servicios fiduciarios.

Helm Comisionista de Bolsa S.A.: desarrolla el contrato de comisión para la compra y venta de valores inscritos en la Bolsa.

Helm Bank Cayman S.A.: ofrece servicios financieros bancarios - licencia internacional.

Helm Bank Panamá S.A.: efectúa autorizaciones para negocios de banca al amparo de la licencia internacional.

Helm Banca de Inversión: brinda soluciones óptimas en procesos de fusiones y adquisiciones, financiación y estructuración de proyectos, y operaciones en el mercado de capitales.

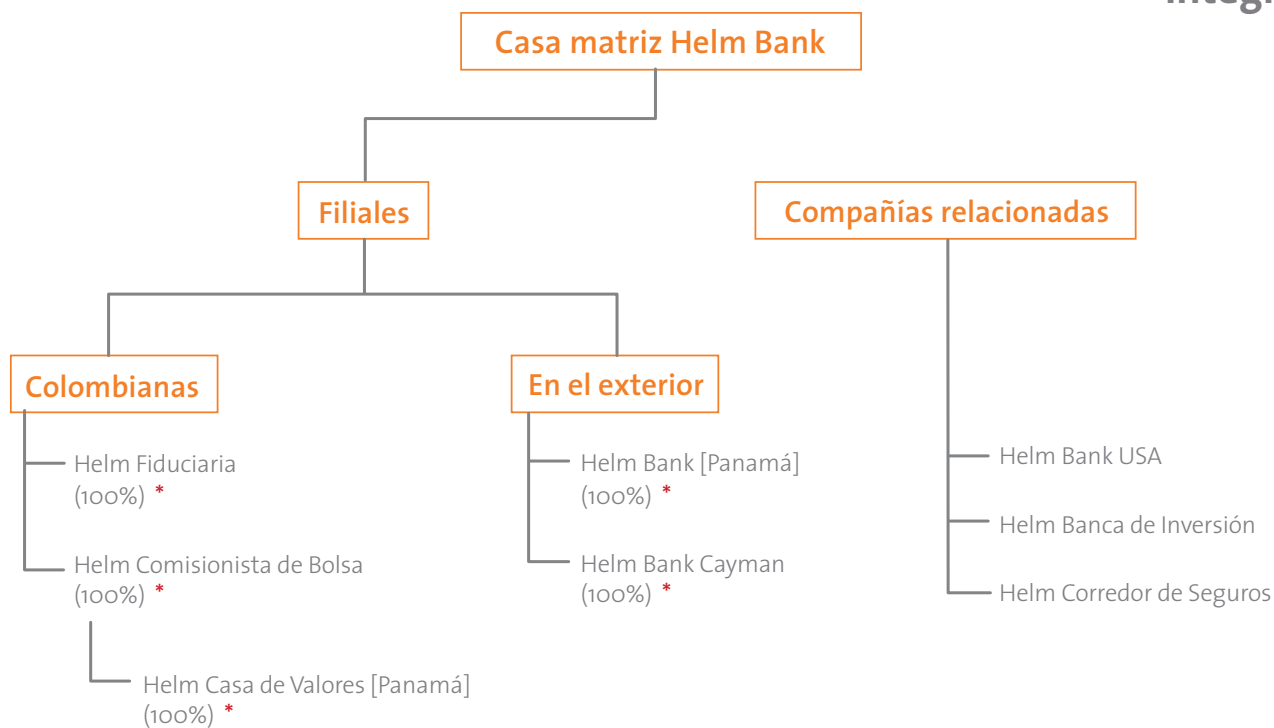
Helm Corredor de Seguros: su actividad principal es estructurar y ofrecer óptimas soluciones y servicios para la administración de programas de seguros.

Helm Bank USA: ofrece soluciones integrales a las necesidades financieras individuales y corporativas. Banco comercial con licencia en el Estado de la Florida.



Helm Bank hace parte del Grupo Helm, grupo financiero con un importante reconocimiento en el mercado colombiano e internacional por ofrecer soluciones financieras integrales.

Grupo Financiero Integrado.



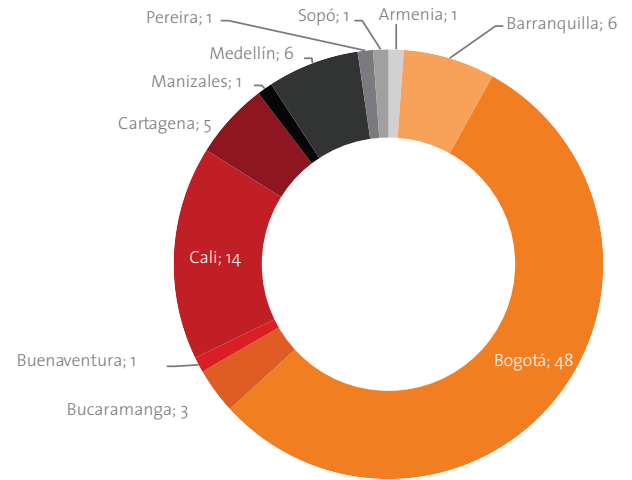
* Participación directa o indirecta.

Plataforma regional.

Helm, Cuenta con presencia estratégica en ocho países a través de sus filiales y compañías relacionadas.



Helm tiene su domicilio principal en la ciudad de Bogotá D. C., Colombia. El grupo Financiero Integrado Helm cuenta con 87 sucursales y puntos de atención en Colombia.



Ciudad; 3 — Numero de oficinas por ciudad.

Misión

Ofrecer una nueva experiencia financiera, eficiente y simple, que haga las cosas descomplicadas para nuestros clientes y usuarios.

Visión

Reinventar la banca para hacerla simple.

Cultura corporativa *Valores corporativos*

En **Helm**, los valores reúnen el sentimiento transmitido, a través de la marca, a nuestros clientes; cada valor representa la evolución del grupo en diferentes aspectos: pasión, innovación, ingenio, coraje e inteligencia.



Estructura organizacional de Helm Bank.

Asamblea General de Accionistas

La Asamblea General de Accionistas es el máximo órgano de dirección y control del Banco. Está integrada por los accionistas inscritos en el Libro de Registro y Gravamen de Acciones, o sus representantes o mandatarios, reunidos en quórum en las condiciones establecidas en los estatutos sociales y en la ley. La Asamblea General de Accionistas delibera con un número plural de personas que representa más del cincuenta por ciento (50%) de las acciones ordinarias suscritas y a la Asamblea General de Accionistas. Le corresponde ejercer las funciones establecidas en los estatutos y en la ley.

Junta Directiva

Es el máximo órgano administrativo. Su función es aprobar la estrategia general del Banco y alinear los planes de quienes gestionan la entidad con los intereses de todos los accionistas y de la sociedad.

Se compone de nueve (9) miembros principales, los cuales, por lo menos el veinticinco por ciento (25%) deben ser miembros independientes según los términos establecidos en la Ley 964 de 2005 o las normas que la adicionen o modifiquen. Aquellos son elegidos por la Asamblea General de Accionistas para periodos de un (1) año en la forma prevista en los estatutos, o pueden ser reelegidos indefinidamente (GRI LA13).

La Junta Directiva elige un Presidente y un Vicepresidente, quienes presiden en su orden las sesiones. Esta primera se reúne una vez al mes en fechas previamente establecidas y siempre que sea convocada por el Presidente del Banco, el Presidente de la Junta Directiva, el Revisor

Fiscal o por cinco (5) de sus miembros. Adicionalmente, es competencia de la Junta Directiva aprobar y modificar el Código de Buen Gobierno, en el cual se compilan todas las normas, mecanismos y procedimientos exigidos por las disposiciones vigentes.

En materia de control interno, a la Junta Directiva le compete definir y aprobar las estrategias y políticas generales relacionadas con el Sistema de Control Interno (SCI), con fundamento en las recomendaciones del Comité de Auditoría.

Los siguientes son los comités de apoyo a la gestión de la Junta Directiva que hacen parte del sistema de control interno del Banco:

Comités de la Junta Directiva:

- Comité de Auditoría
- Comité de Nombramientos y Retribuciones
- Comité de Gobierno Corporativo

Comités de la Administración:

- Comité Ejecutivo
- Comité de Riesgos Financieros
- Comité de Gestión de Activos y Pasivos
- Comité Central de Crédito

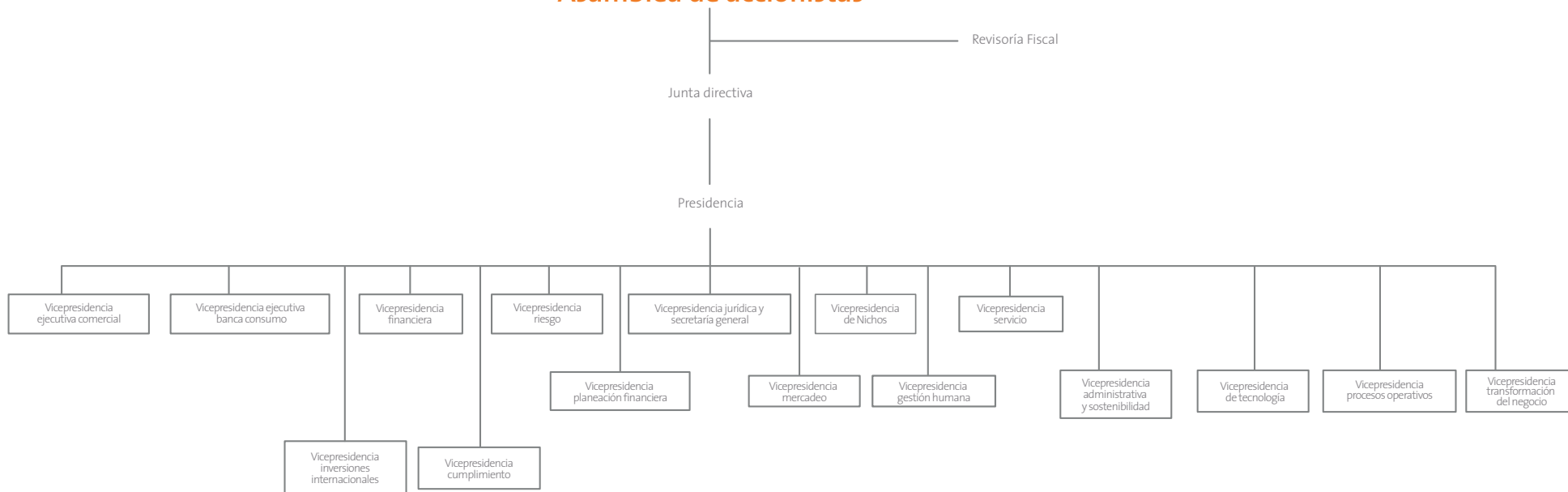
Comité de Sostenibilidad

La sostenibilidad tiene una alta relevancia para el cumplimiento de los objetivos corporativos de **Helm** y está incorporada transversalmente dentro de los procesos estratégicos del Banco. Para asegurar la orientación del negocio en un marco sostenible, Helm creó, dentro de su modelo operativo y de gobierno, el Comité de Sostenibilidad conformado por los vicepresidentes de las diferentes áreas del Banco, la gerencia de estrategia corporativa, la gerencia de sostenibilidad y los representantes legales de las filiales y compañías relacionadas.(GRI - FS10)



Organigrama general del banco.

Asamblea de accionistas



Gobierno corporativo.

Código de Buen Gobierno

En cumplimiento de las normas expedidas por la Superfinanciera y de acuerdo con lo establecido en los estatutos de Helm Bank, la Junta Directiva aprobó el 14 de diciembre de 2004 el Código de Buen Gobierno, el cual sustituye en su integridad al aprobado en agosto de 2001. Así mismo, el 28 de octubre de 2008 se aprobó una actualización del Código de Buen Gobierno. En esta oportunidad se hicieron modificaciones al Comité Central de Crédito para incorporar el tema de actas y adicionar el proceso de las auditorías especializadas en el capítulo de Accionistas e Inversionistas.

Con el fin de adecuar el Código de Buen Gobierno al nuevo nombre de la entidad, a la nueva composición de la Junta Directiva y a la normatividad vigente en materia de auditoría interna, la Junta Directiva aprobó las modificaciones antes mencionadas el 10 de diciembre de 2009.

El documento tiene por objeto compilar las prácticas y políticas que rigen todas las actuaciones del Banco en materia de Buen Gobierno. Además, plasma las pautas de conducta para sus administradores y funcionarios, de tal manera que sus actuaciones se basen en los principios de transparencia, diligencia, lealtad y buena fe. El Código de Buen Gobierno se encuentra disponible para su consulta en la página web del Banco, www.grupohelm.com, y en la Dirección de Gobierno Corporativo de la Vicepresidencia Jurídica.

En la Encuesta Código País, Helm Bank fue la quinta entidad bancaria con el mayor número de medidas adoptadas (35), una implementada parcialmente y una no implementada.



Gestión de riesgo

En **Helm** el riesgo se gestiona bajo un enfoque integral, para lo cual cuenta con una Vicepresidencia de Riesgo. Esta trata los aspectos relativos al mercado, la liquidez, el crédito, la operación y el cumplimiento. En esa medida, Helm es un actor importante en los diferentes comités de riesgo del gremio en donde se discuten los avances técnicos y los impactos de las normas, y se proponen alternativas de modelos.

Riesgo de mercado

La Junta Directiva y la Alta Gerencia del Banco han revisado y aprobado el Sistema de Administración de Riesgos de Mercado (SARM), el cual le permite a la entidad tomar decisiones oportunas para la adecuada mitigación de los riesgos del mercado y mantener un monto de capital idóneo que guarde correspondencia con los niveles de riesgo definidos al cumplir con las disposiciones legales. Se enfatiza, en 2011, el incremento en la participación en el mercado de Deuda Pública con el objetivo de buscar mayores beneficios del mercado de valores y aprovechar la capacidad de apalancamiento patrimonial del Banco.

Riesgo de liquidez

Con el fortalecimiento del Sistema de Administración de Riesgo de Liquidez (SARL) se definieron políticas y procedimientos para optimizar la gestión de riesgo de liquidez. El Banco orientó esfuerzos en el diseño de señales de alerta temprana e inició el proceso de documentación y prueba del plan de contingencia de liquidez para mitigar las exposiciones a este tipo de riesgo.

Con las modificaciones, el plan de contingencia cuenta con

cinco niveles de alerta que involucran diferentes estamentos de la organización, incluida la Junta Directiva.

Riesgo de crédito

Los principios y reglas básicas para el manejo del riesgo en el Banco se encuentran consignados en el manual del Sistema de Administración de Riesgo Crediticio (SARC) concebido para la actividad bancaria tradicional. Los criterios de evaluación para medir el riesgo crediticio siguen los instructivos impartidos por la Superintendencia Financiera en esta materia, e involucra el ciclo completo de la relación con los clientes, desde la medición de riesgo, hasta el control y seguimiento de las operaciones.

La máxima autoridad en materia crediticia es la Junta Directiva, la cual orienta la política general y tiene la potestad de otorgar créditos que alcanzan los más altos niveles de riesgo permitidos.

En 2011 se implementaron ajustes en las políticas y procesos de crédito: en cartera de consumo en cuanto a origen y monitoreo de portafolio y en cartera comercial en el mejoramiento en las matrices de transición de la cartera.

Riesgo operacional y seguridad

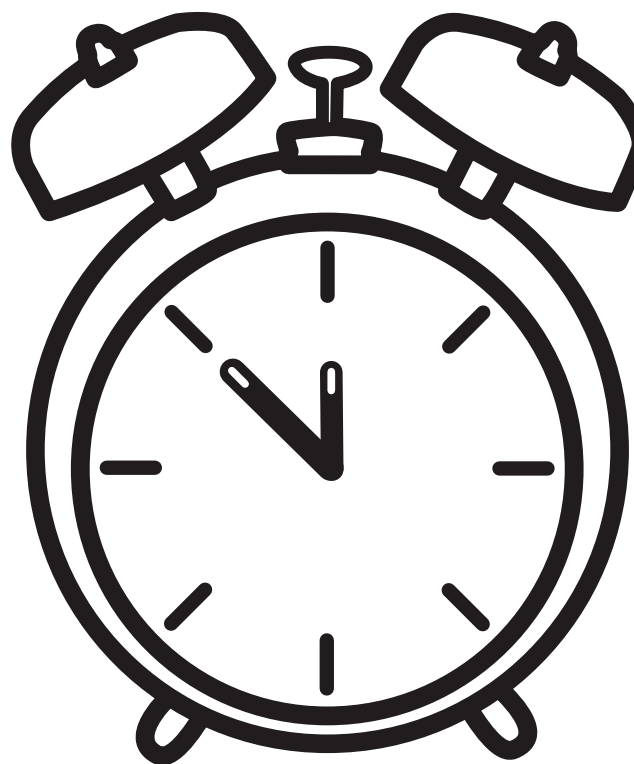
En materia de hacer frente al robo de información de tarjetas de crédito se continuó el reemplazo de plásticos con tecnología chip y el monitoreo transaccional especializado.

Plan de continuidad de negocios

Se ejecutaron pruebas de los canales de comunicaciones alternos para los servicios de Redeban, Credibanco Visa y Bolsa de Valores de Colombia con resultados exitosos. Igualmente, se llevó a cabo la primera prueba de DRP-BCP (Plan de Recuperación Ante Desastres - Plan de continuidad del Negocio) el día 21 de mayo de 2011, con una calificación del 97% de aprobación para los procesos incluidos dentro del ejercicio.

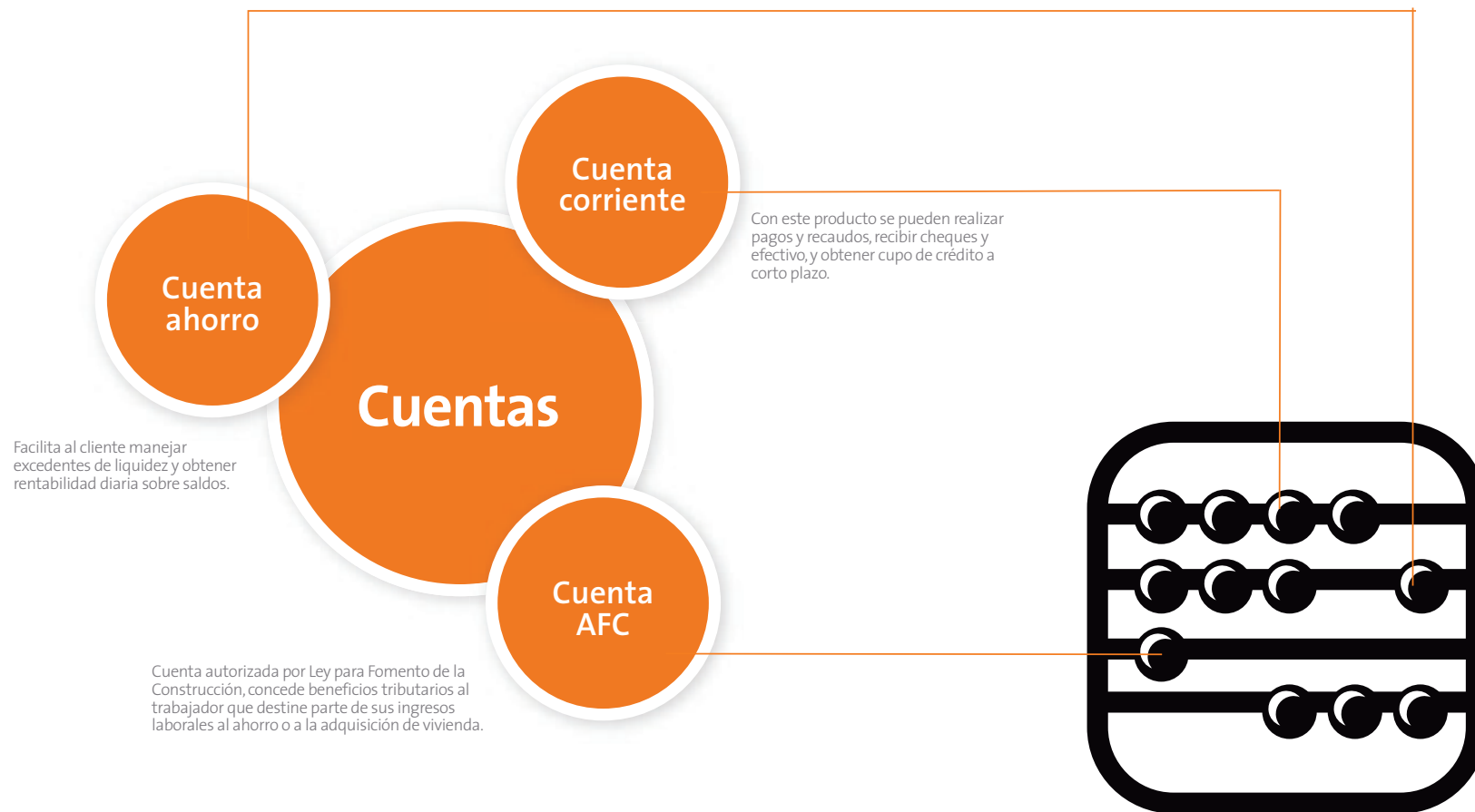
Cumplimiento

En desarrollo del Sistema de Administración de Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT), se adelantaron actividades de identificación y medición de riesgos, verificación de políticas documentales en la apertura de productos para todos los canales de vinculación, implementación de procesos de mejoramiento de controles en productos pasivos y en la capacitación de todos los funcionarios antiguos en tipologías de lavado de activos relacionadas con delitos contra la administración pública y en nuevas herramientas utilizadas por el Banco. De igual forma, 485 nuevos funcionarios recibieron inducción en el tema en los cuatro módulos de capacitación con los que cuenta el Banco.



Productos y servicios Helm

Personas



Productos y servicios Helm

Personas



Productos y servicios Helm

Personas

Línea de crédito rotativo de libre inversión. Financia automáticamente a 84 meses utilizations realizadas por el cliente.



Credicash

Leasing hogar

Crédito universitario

Tarjeta de crédito

Leasing auto

Crédito 7-0

Préstamo ordinario

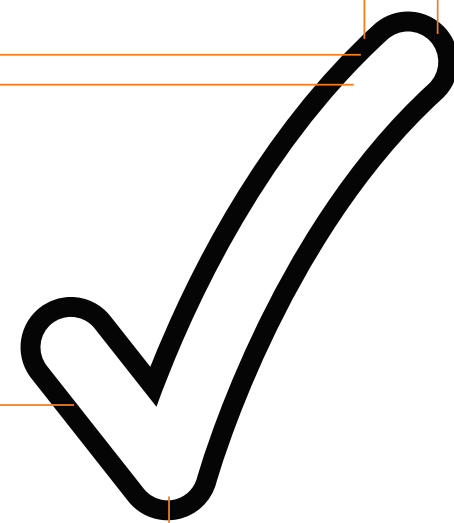
Consiste en hacer la entrega de un vehículo para uso del cliente, a cambio del pago de un canon de arrendamiento durante un plazo convenido.

Es una línea de crédito que provee al cliente de fondos, para satisfacer sus necesidades de liquidez durante un plazo y a un interés pactado.

Cupo de crédito en cuenta corriente usado para cubrir el pago de cheques o utilizations pactadas con el Banco. No tiene ningún costo durante siete días del mes, continuos o discontinuos.

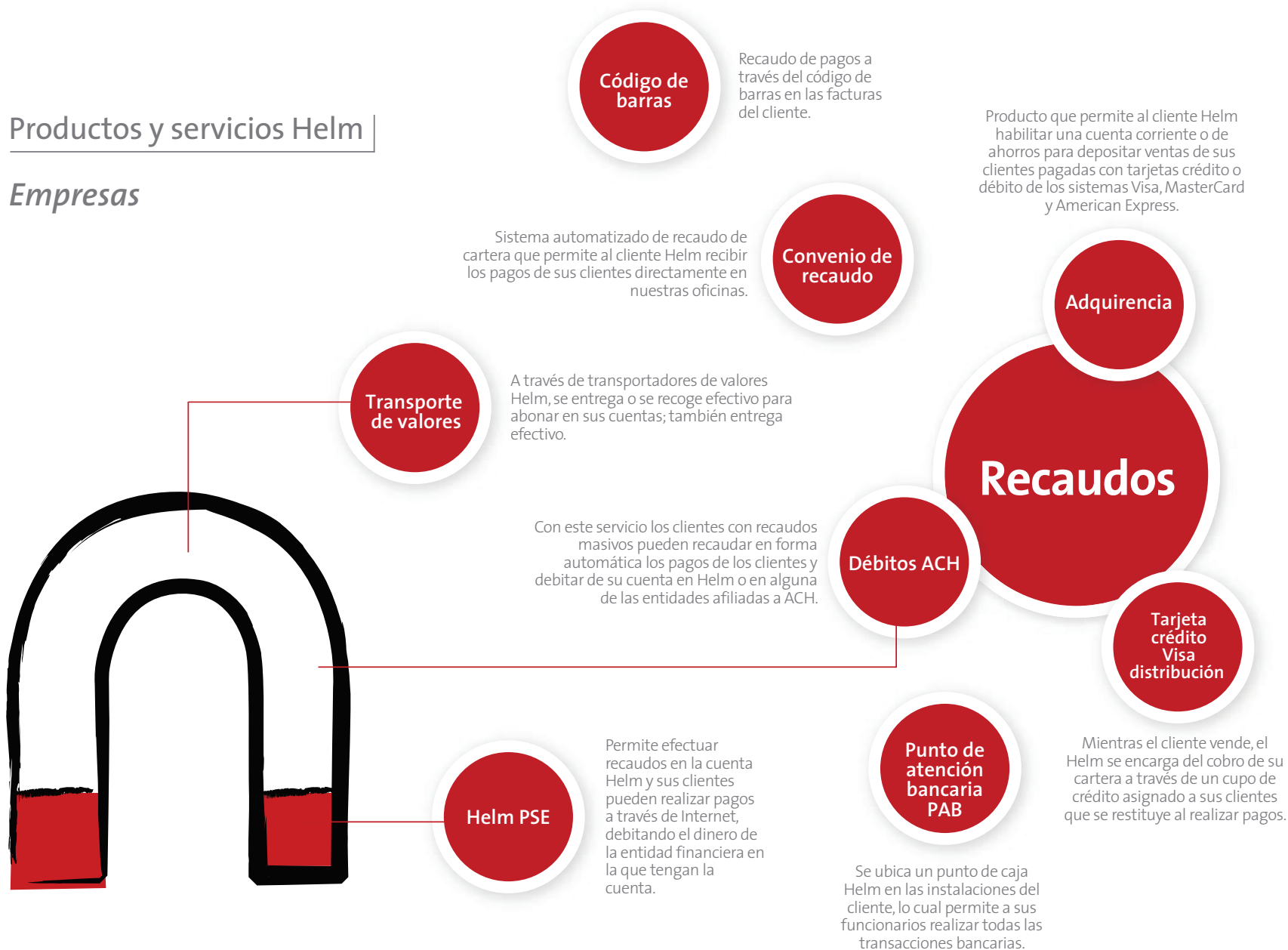
Alternativa para adquirir una vivienda en la cual se paga un canon de arrendamiento mensual en un plazo convenido con el cliente para uso del inmueble.

Cuenta con una amplia gama de posibilidades. Tiene el respaldo y beneficios de las franquias Visa y MasterCard en Colombia y en el mundo.



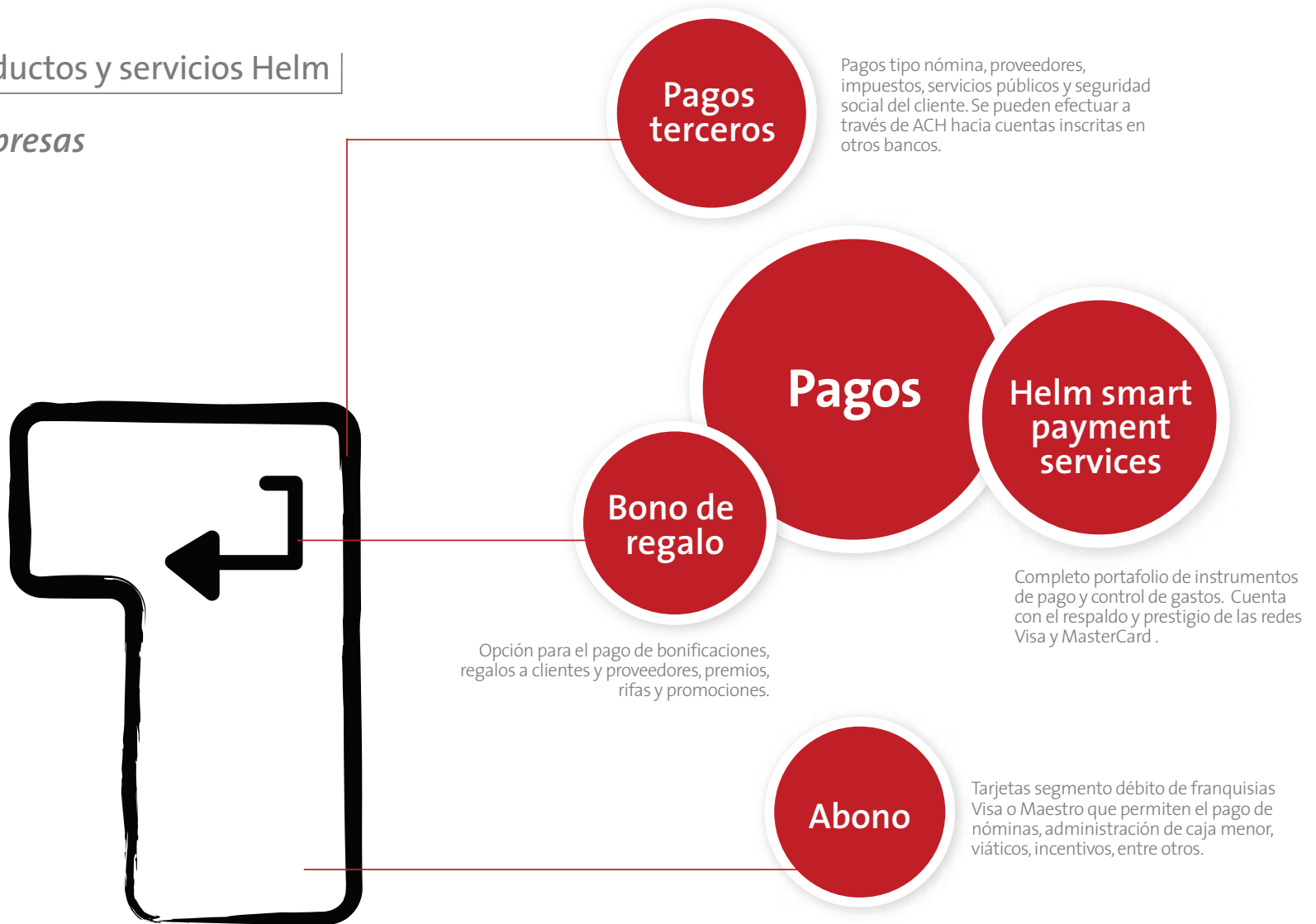
Productos y servicios Helm

Empresas



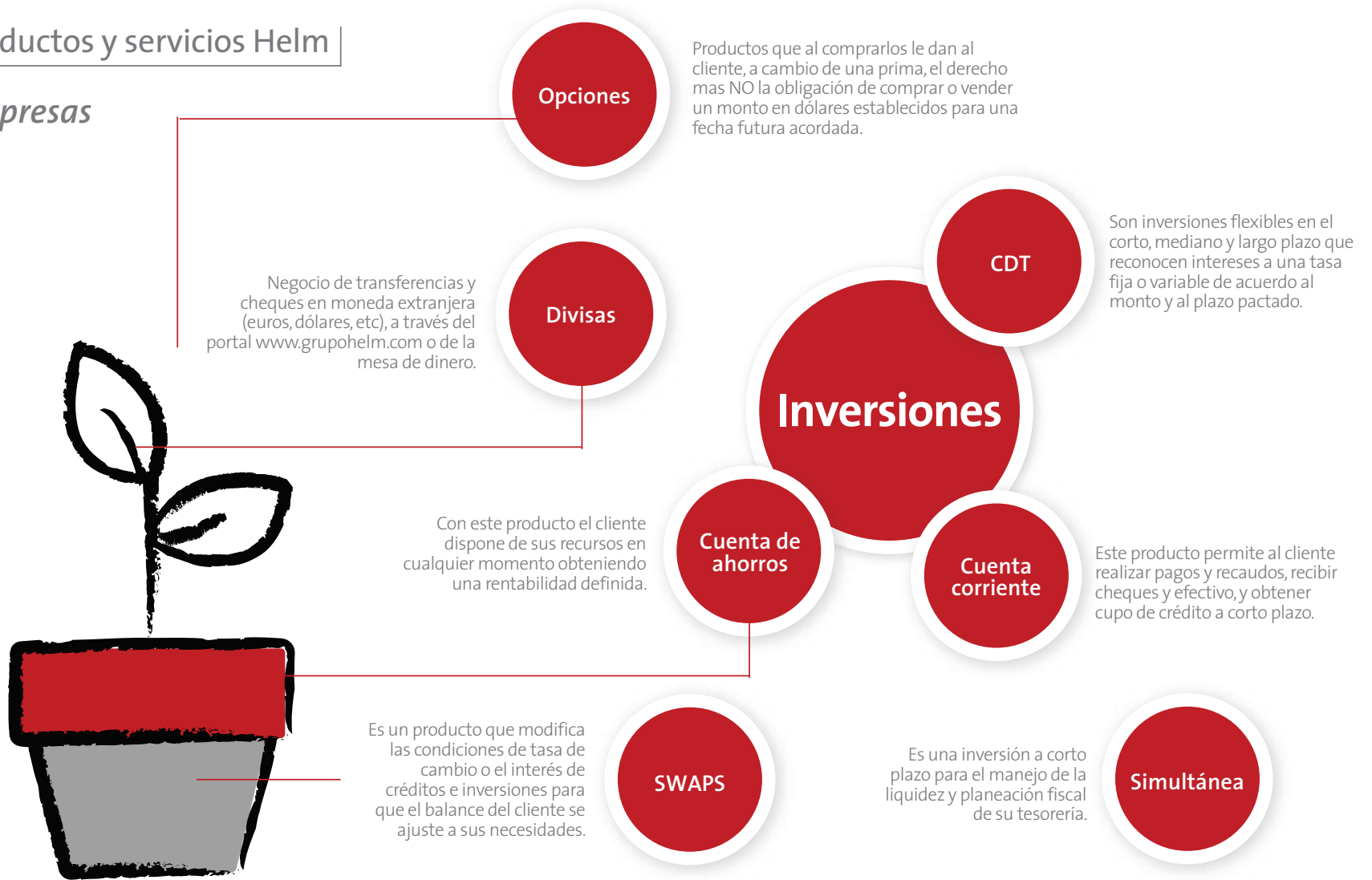
Productos y servicios Helm

Empresas



Productos y servicios Helm

Empresas



Productos y servicios Helm

Empresas

Es una línea de crédito destinada para satisfacer necesidades financieras a mediano y largo plazo, tales como capitalización, inversión en maquinaria y/o infraestructura, entre otros.



Línea de crédito que satisface necesidades financieras de liquidez a corto plazo, con el fin de apoyar el crecimiento de la empresa.

Producto destinado a arrendamiento de activos fijos generadores de renta, usados o nuevos.



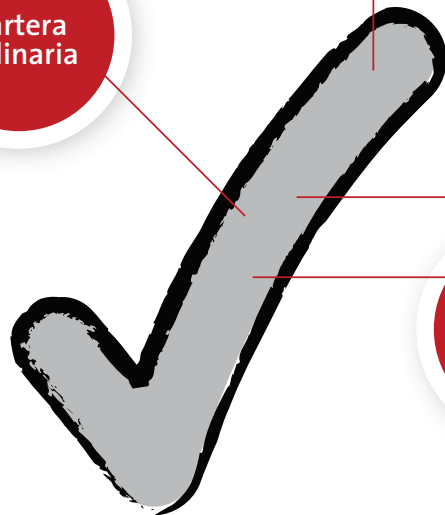
Línea de crédito para obtener liquidez con base en la facturación de la empresa. Ofrece tres (3) opciones: crédito directo a la empresa, crédito directo al comprador y crédito directo para pago de proveedores.



Línea de crédito de libre inversión para funcionarios de empresas que establece un plan de pago de cuotas fijas a través de descuentos de nomina.



Línea de crédito rotativo dirigida a Pymes, para satisfacer expectativas financieras de liquidez inmediata, pago de proveedores, primas, cesantías, inversión en maquinaria, entre otros.



Es una línea de crédito que satisface necesidades financieras de liquidez a corto plazo, con el fin de apoyar el crecimiento de su empresa.

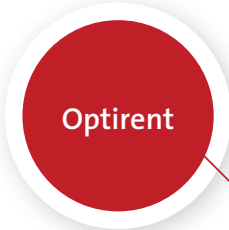


Línea de crédito destinada a personas jurídicas que cubre las necesidades de liquidez de la empresa a muy corto plazo.

Productos y servicios Helm

Empresas

Arrendamiento operativo de vehículos con beneficios financieros, tributarios y operativos. Brinda al cliente la oportunidad de tener vehículos en arrendamiento operativo con posibilidad de compra al finalizar el plazo pactado.



Producto destinado para la compra de activos fijos generadores de renta, ya sea nuevo o usado.

Producto destinado para compras en el exterior de activos fijos generadores de renta, ya sean usados o nuevos.



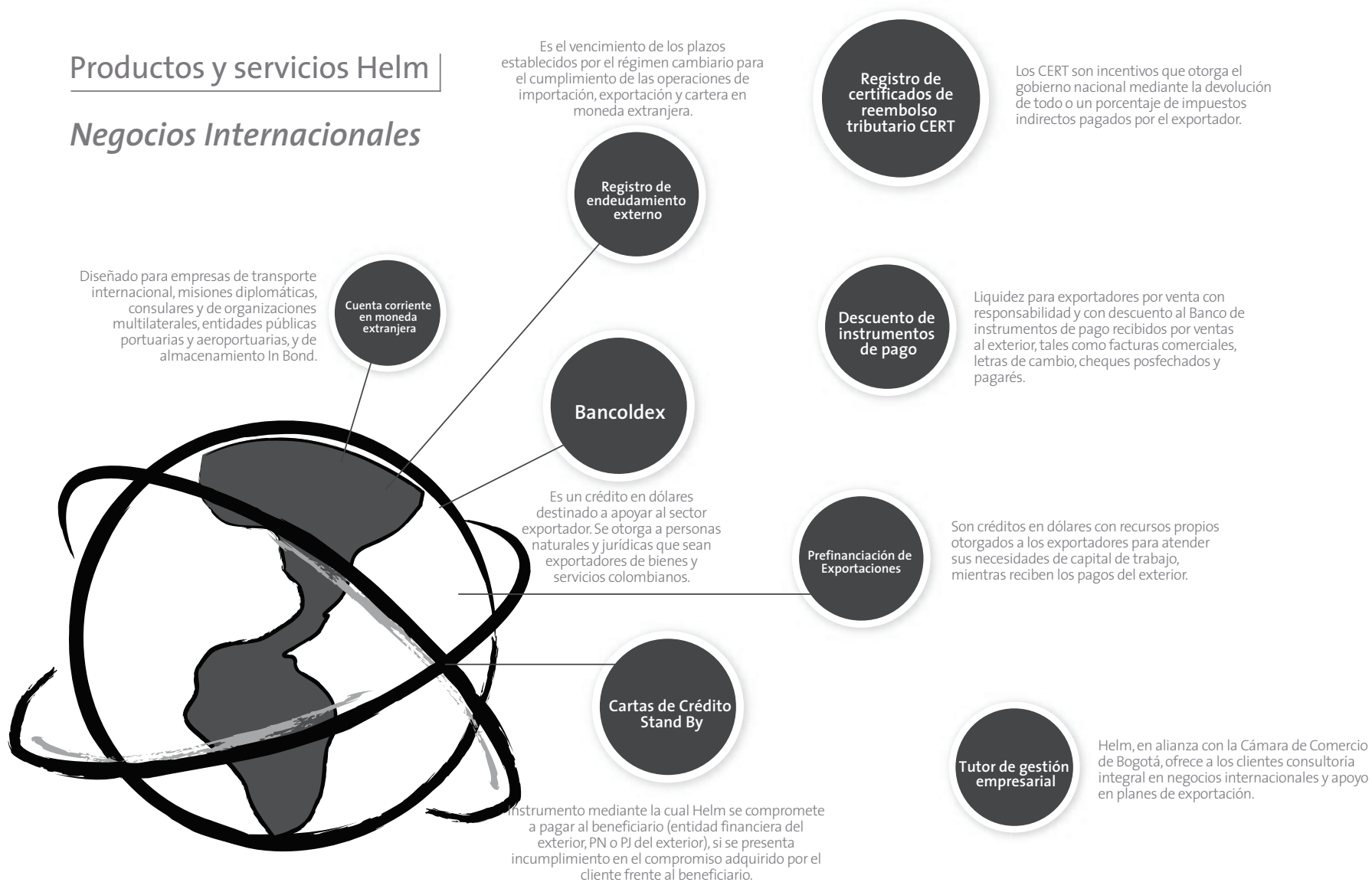
Producto para adquirir activos fijos usados y nuevos generadores de renta, relacionados con proyectos en los siguientes sectores: energía, transportes, agua y saneamiento básico.



Producto destinado para la compra de inmuebles con fines comerciales, tales como locales, bodegas y oficinas, ya sean usados o nuevos.

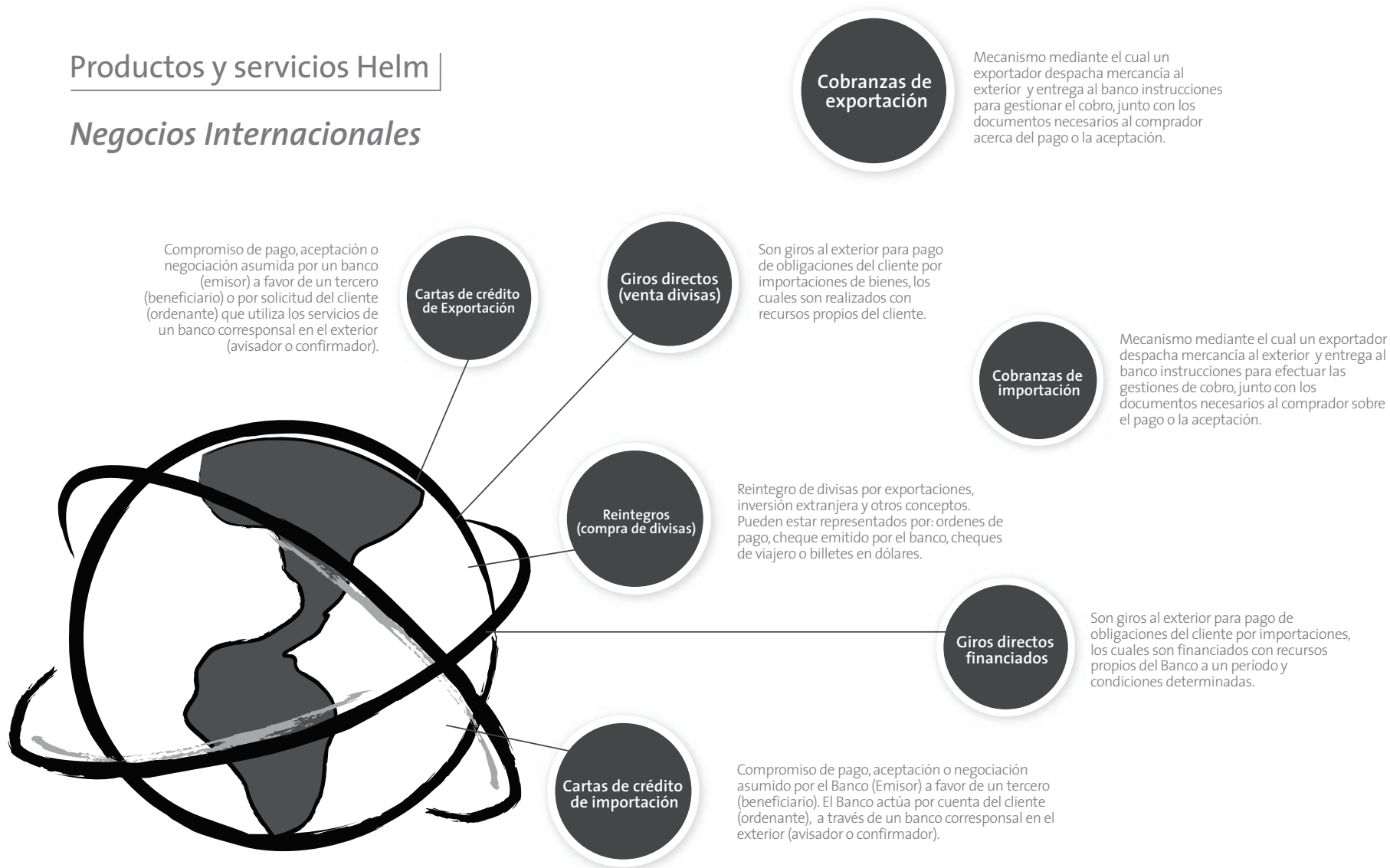
Productos y servicios Helm

Negocios Internacionales



Productos y servicios Helm

Negocios Internacionales



Mecanismos de información sobre los productos y servicios ofrecidos

Helm Bank S.A. ha dispuesto, para sus clientes, usuarios y consumidores, que la información de su portafolio de productos y servicios se divulgue a través de (GRI FS13).

Banca Online

www.grupohelm.com

Banca Telefónica

Bogotá	581 8181	Cartagena	693 1818
Medellín	604 1818	Bucaramanga	697 1818
Cali	486 1818	Pereira	340 1818
Barranquilla	385 1818	Manizales	887 9818
Armenia	745 1700	Desde otras ciudades	01 8000 512 633

Red de sucursales en todo el país

Información impresa en piezas publicitarias, reseñas comerciales, dispositivos audiovisuales y carteleras informativas.

Asesoría especializada

Funcionarios expertos en las diferentes líneas del portafolio, los cuales atienden las necesidades particulares de los clientes Helm de manera personalizada. Incluye atención y orientación por parte de un Gerente de Experiencia, y de la Anfitriona de Servicio en las oficinas.

Principales reconocimientos y eventos de Helm Bank 2011

- Premio de la Asociación Iberoamericana de Relaciones Empresa Cliente (AIAREC) Summit 2011 por la Mejor Experiencia de Cliente. Es un reconocimiento anual que se basa en el Estudio Best Customer Experience desarrollado por IZO consultores, quienes lideran la voz de más de 13.000 clientes en Latinoamérica para seleccionar y otorgar el reconocimiento.
- Helm Bank fue el patrocinador oficial del Primer Congreso sobre Pacto Global y Responsabilidad Social en alianza con el Club y la Fundación El Nogal, y el Centro Internacional de Responsabilidad Social y Sostenibilidad. Dicho congreso contó con más de 600 participantes inscritos.
- Helm Bank ocupó, por quinto año consecutivo, el primer lugar en la encuesta de satisfacción Customer Index Value.
- Ranking MERCO empresarial: Helm se posicionó como la empresa número 55 en el Ranking que anualmente realiza Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOR) y subió 30 posiciones con respecto al estudio del año pasado.
- Ranking MERCOR Líderes: este monitor evalúa los 100 directivos con mejor liderazgo. En ese sentido, Carmiña Ferro, presidente de Helm, ocupó el puesto número 34 y escaló 14 posiciones respecto al 2010.
- Ranking MERCOR Personas: en esta medición, de igual forma, el Banco se destacó al ocupar la posición número 19 dentro de las empresas más deseadas para trabajar en Colombia.
- En julio de 2011, Icontec realizó un seguimiento al Sistema de Gestión de Calidad y mantuvo el certificado ISO 9001, versión 2008, por un año más para el proceso de verificación y procesamiento de operaciones activas.
- En agosto de 2011 se recibió un reconocimiento del Citibank de Nueva York por la excelencia operativa en las transferencias de fondos enviadas a este corresponsal.
- Carmiña Ferro, presidente de Helm Bank, figura en la lista de las 50 empresarias más destacadas de Latinoamérica y dentro de las 8 en Colombia. Esto lo destacó, por segundo año consecutivo, la publicación digital Latin Business Chronicle, la cual reconoce a aquellas emprendedoras que tienen a su cargo una compañía o toda una región.
- Carmiña Ferro, como Presidente de la Junta Directiva de la Asociación Bancaria, estuvo a cargo del discurso de Instalación de la XLVI Convención Bancaria que se celebró en Cartagena el 23 de junio de 2011.



O4 Reinventar la banca para hacerla descomplicada.
Visión de Sostenibilidad.

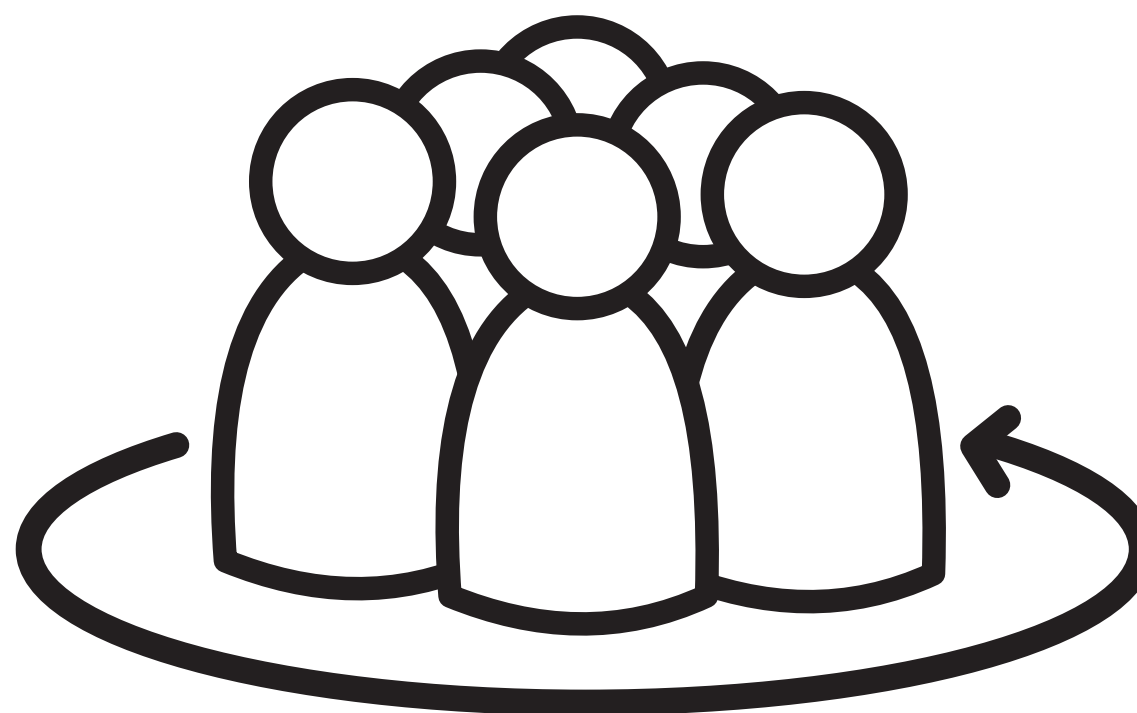
La visión de reinventar la banca para “hacerla simple” refleja el compromiso de **Helm** en la transformación de su negocio a partir de las expectativas y demandas de los actores de interés, en especial sus clientes. Cambiar la forma como se ha desarrollado tradicionalmente la banca es un reto que implica la articulación de esfuerzos en toda la cadena de valor.

Los usuarios, a partir de su conocimiento y entendimiento, perciben el sector financiero como aburrido, poco innovador e inhumano; por esta razón, Helm quiso cambiar de forma radical el modelo de atención a los usuarios.

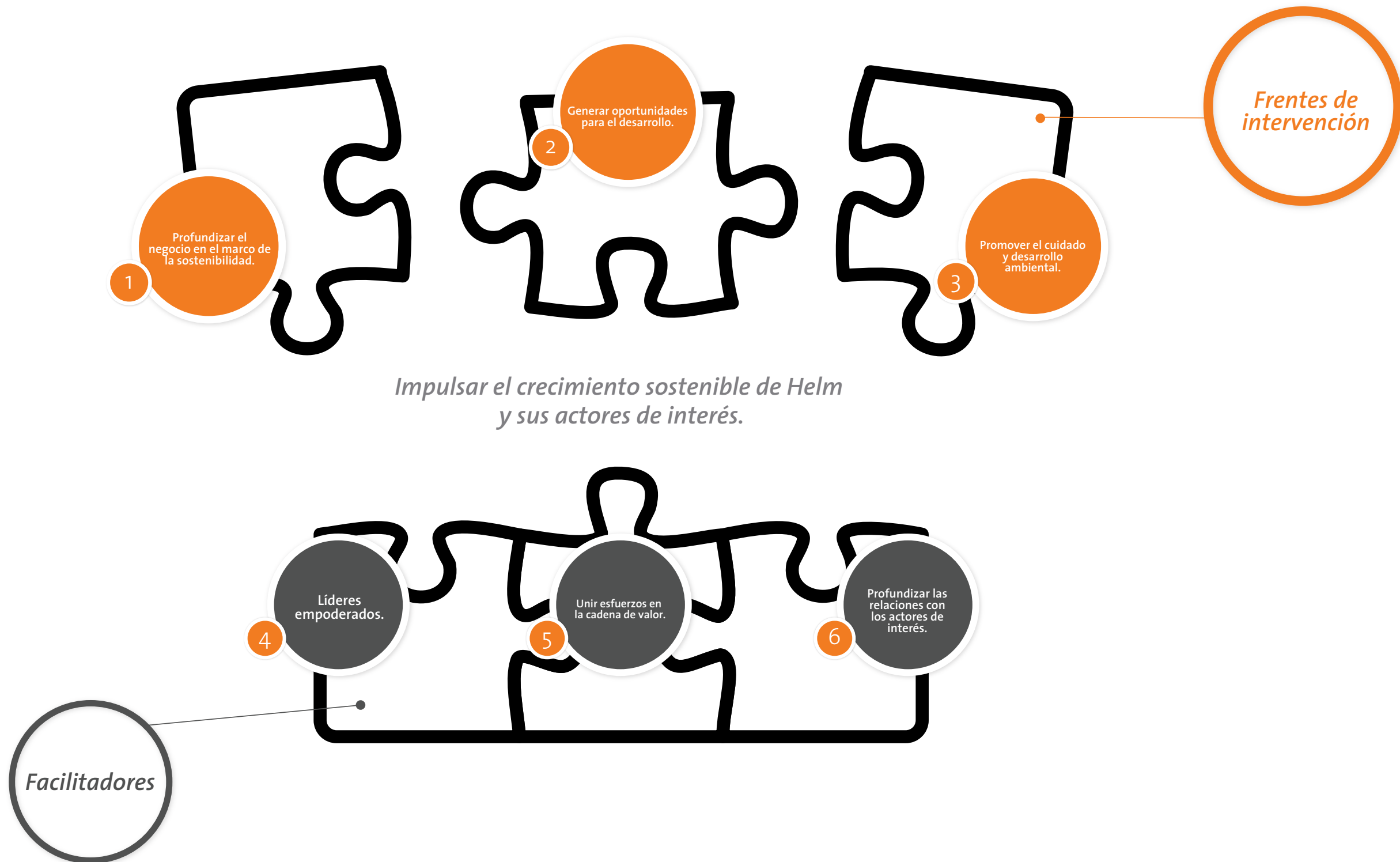
Con la ayuda de expertos, Helm decidió hacer las cosas diferentes. Desde la definición de sus valores corporativos hasta la propuesta de valor están llenos de elementos novedosos e impactantes que buscan hacer las cosas más fáciles para todos.

Helm es el primer banco del país que incorpora todos los sentidos a la experiencia financiera de última tecnología y mejor manejo de las interacciones con los clientes, así brinda una experiencia única con altos estándares de servicio, atención multicanal y valor agregado para los nichos que atiende.

La visión de sostenibilidad de Helm busca asegurar esta nueva experiencia de servicio a partir de la generación de valor de sus actores de interés, para alcanzar un crecimiento conjunto a largo plazo que integre cambios económicos, sociales y ambientales.

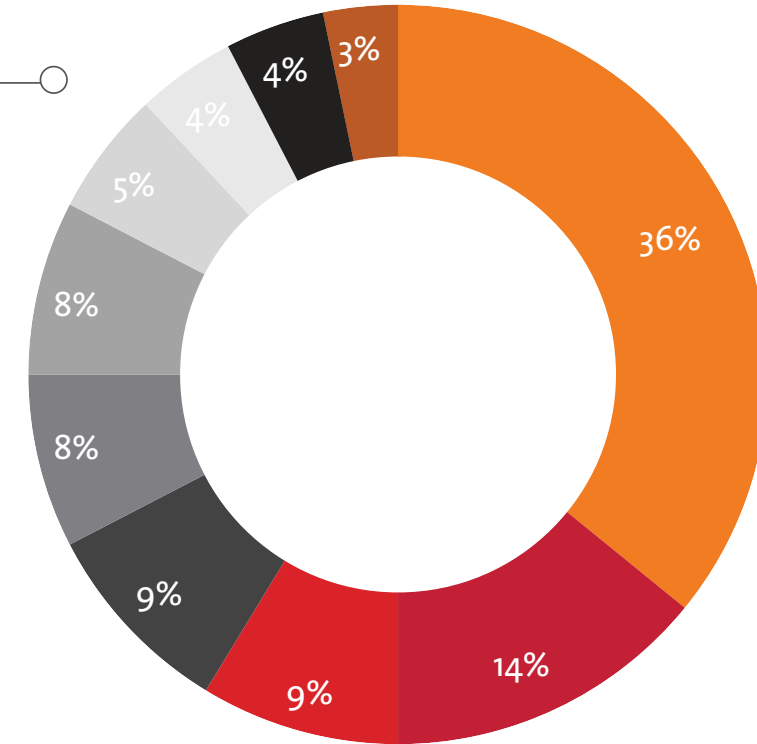
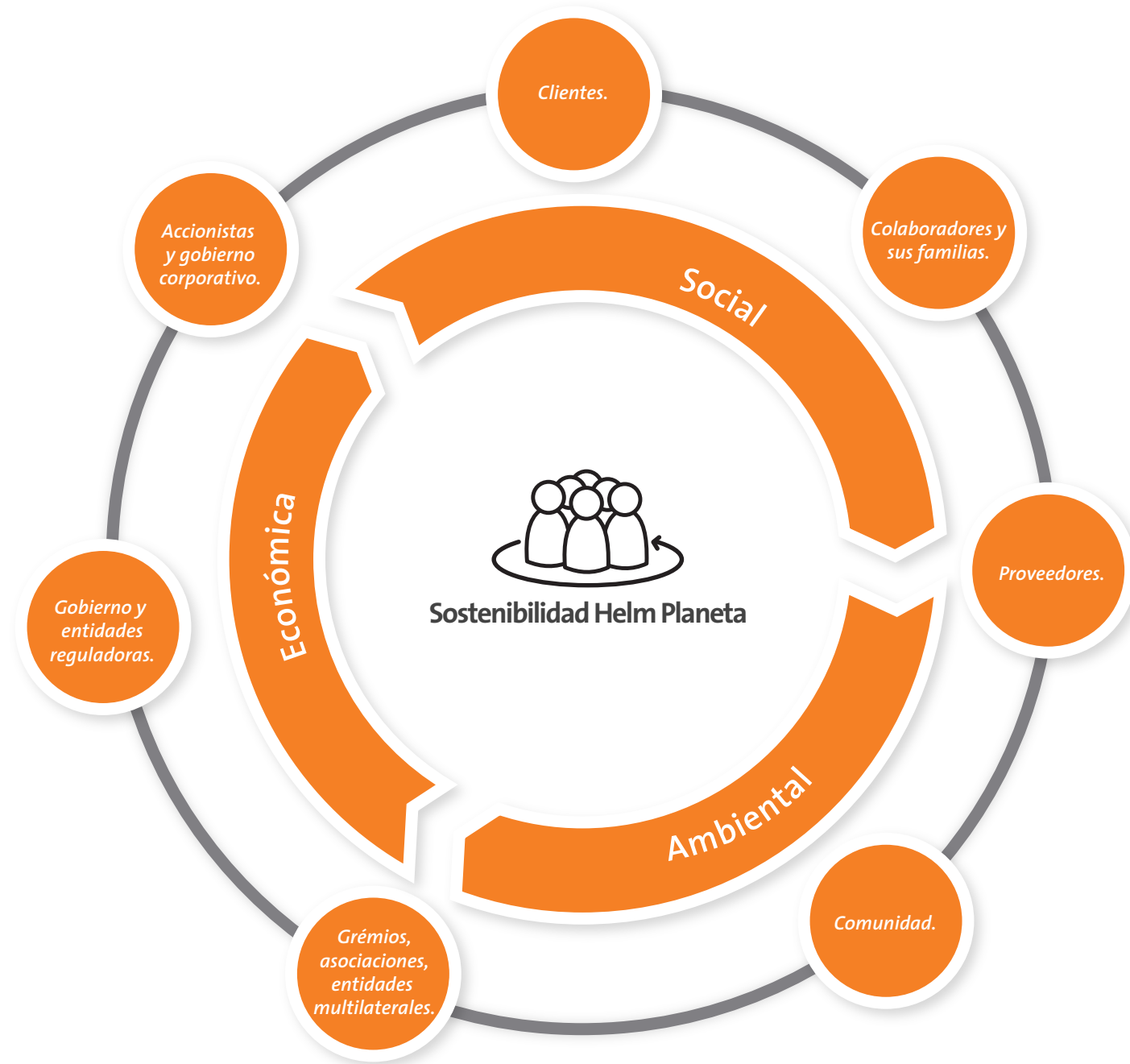


Sostenibilidad Helm Planeta



Actores de interés.

Durante 2011, **Helm** trabajó en la construcción de iniciativas a partir de los diálogos con sus actores de interés.



Iniciativas por grupo de interés.

- Proveedores
- Aliados
- Colaboradores
- Gremios
- Comunidad
- Entidades multilaterales
- Asociación universidades
- Asociaciones
- Clientes
- Gobierno

Alianzas que apoyan la sostenibilidad de Helm

En 2011, **Helm** se adhirió a los Principios del Pacto Global; una iniciativa voluntaria que proporciona un marco de acción para la construcción de la legitimación social de los negocios y mercados. Las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con 10 principios universalmente aceptados en derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción.

Como parte de su compromiso con la promoción de los Principios del Pacto Global para sus actores de interés, Helm patrocinó el Primer Congreso sobre Pacto Global y Responsabilidad Social en alianza con el Club El Nogal, la Fundación El Nogal y el Centro Internacional de Responsabilidad Social y Sostenibilidad. Hubo más de 600 participantes inscritos. El discurso de apertura estuvo a cargo de Carmiña Ferro y contó con panelistas expertos del más alto nivel del sector privado, del público y la academia.



En 2011, Helm ingresó como miembro signatario de la Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI), la cual agrupa a más de 200 instituciones financieras en todo el mundo para desarrollar y promover los vínculos entre la sostenibilidad y el desempeño financiero.

Helm participó en la Asamblea Anual de UNEP FI realizada en Washington D.C., en paralelo con el Global Roundtable, la cual contó con expertos internacionales del sector financiero. Se abordaron temas como los retos de la banca, y la gran importancia de los inversionistas y las aseguradoras, lo anterior en el contexto de cambio climático que presenta desafíos en la incorporación de riesgos asociados y oportunidades en la oferta de productos que aprovechen el capital natural de las empresas y los países, y que financien la inversión e innovación tecnológica para la aplicación de energías renovables, eficiencia energética y construcción sostenible, entre otros asuntos.



Iniciativas 2011

Durante 2011, Helm desarrolló diversas iniciativas para cumplir con los retos que se plantearon en 2010, tales como:

1. Profundizar el negocio bajo el marco de la sostenibilidad:

- **Helm** logró alianzas con actores de interés claves para estructurar una oferta de productos y servicios que permitiera la profundización de la financiación de proyectos ambientales, y continuó su apoyo a la financiación de sectores estratégicos para el desarrollo.

2. Promover la innovación sostenible en la cadena de valor:

- En alianza con sus proveedores, se logró aumentar las transacciones a través de canales electrónicos en un 13.33%, es decir que este medio tiene un índice del 62.78% de uso. Se disminuyó la compra de insumos en un 3% en cantidad y 19% en valor, se reemplazaron 71 insumos por productos más amigables con el medio ambiente, se agilizó los procesos mediante la dinamización del portal proveedor y se promovió el desarrollo de nuestros proveedores con una contratación local de 99.4%.

3. Generar oportunidades para el desarrollo:

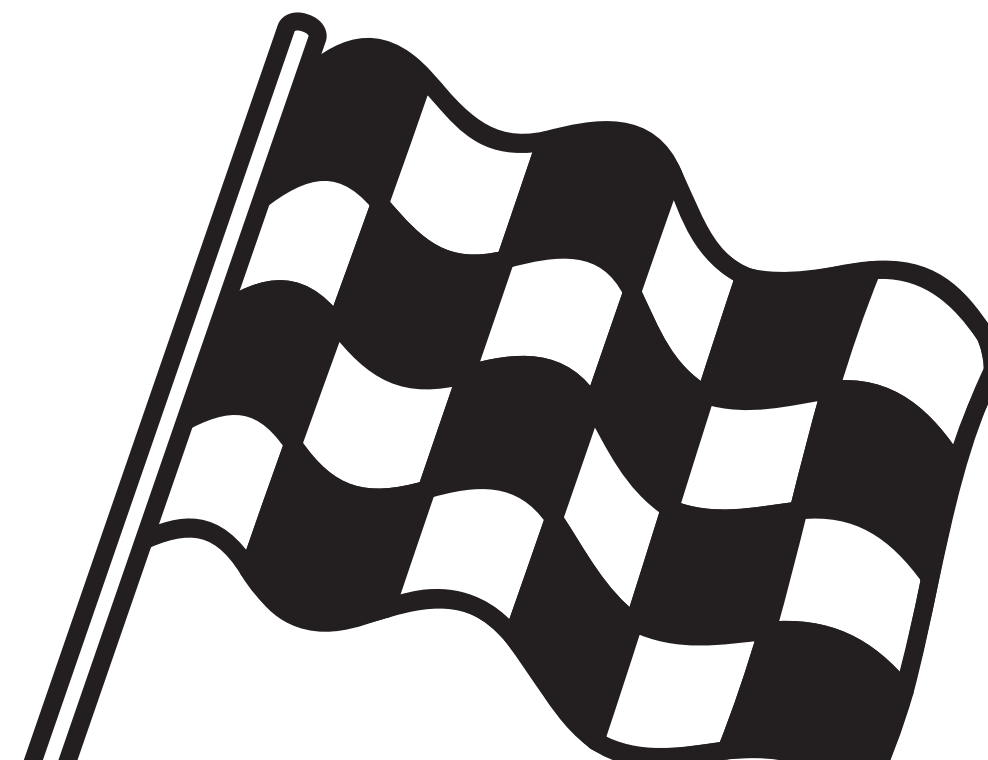
- **Helm** aportó 4.855 horas de voluntariado empresarial para apoyar iniciativas de educación financiera y emprendimiento de alto impacto. Se estructuraron tres alianzas estratégicas para apoyar iniciativas de desarrollo del país: Ventures, Endeavor, Junior Achievement.

4. Disminuir la huella ambiental.

- **Helm** logró una disminución del consumo de energía de 1.6% en Kw per cápita, de 7.59% en m³ per cápita de agua, además de una reducción del 26.85% en las impresiones.

Retos en sostenibilidad para 2012

- Incrementar la oferta de valor para la financiación de proyectos que promuevan el desarrollo sostenible, mediante la creación de líneas específicas de crédito.
- Fortalecer el programa de educación financiera para clientes y colaboradores.
- Estructurar el sistema de gestión ambiental.
- Fortalecer el Voluntariado Helm a partir de la consolidación de las actividades y de motivar la participación de nuevos funcionarios.
- Potenciar la inversión social a través del desarrollo de las alianzas en educación y emprendimiento.



05

Nuestra especialidad.

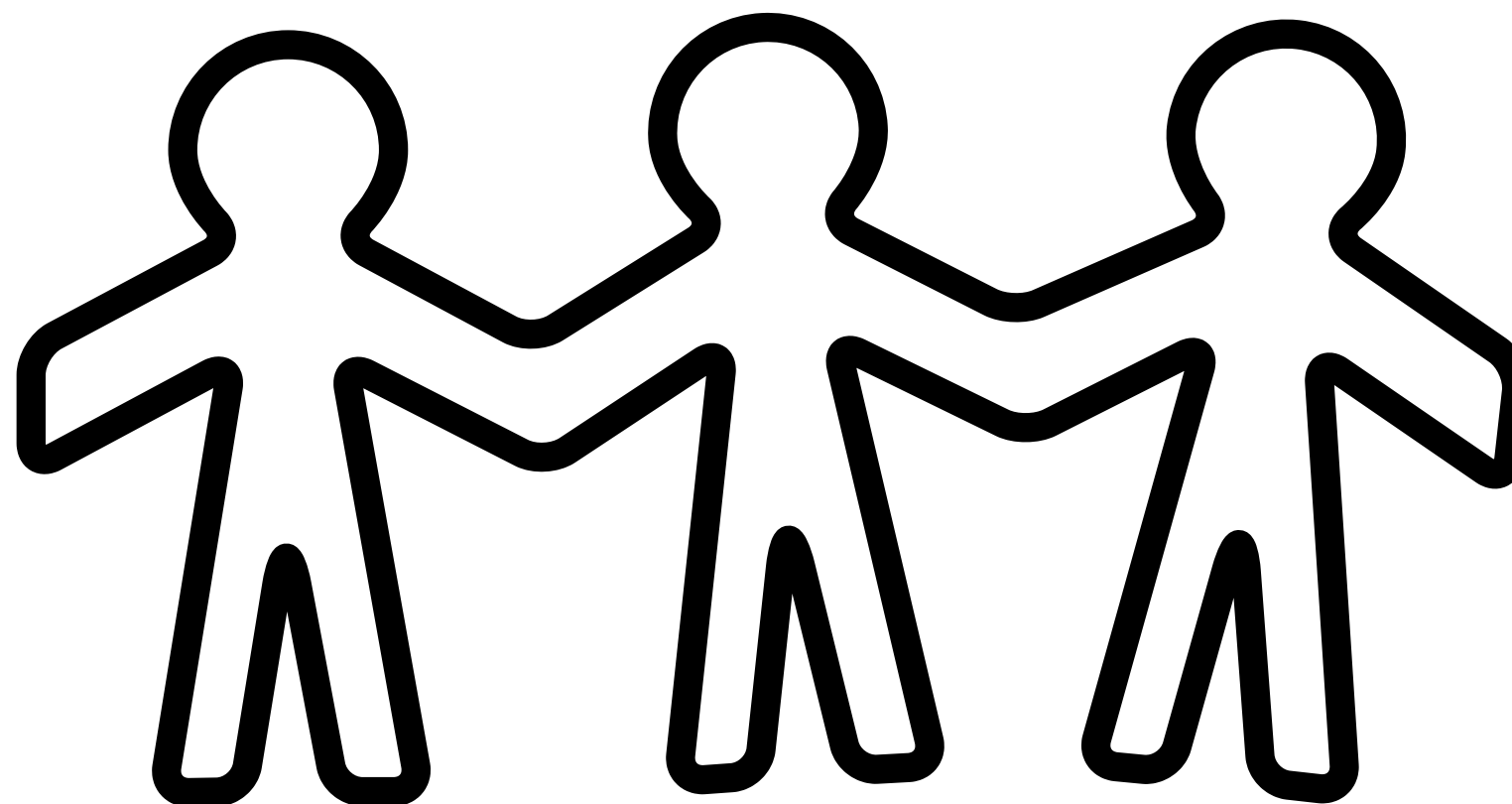
Cientes Helm.

Segmentos y nichos.

Helm soporta su propuesta de valor con un enfoque de gestión en segmentos y nichos, oferta multicanal, servicio y experiencia.

La atención de clientes personas jurídicas se hace en la Banca de Empresas en donde se mantiene su posicionamiento con soluciones de tesorería, comercio internacional, financiación, cash y leasing. Para ello, cuenta con un equipo de profesionales experimentados en los segmentos corporativo, multinacional, institucional, global business, empresarial, oficial y Pyme.

La atención de clientes personas naturales se hace en la Banca de Personas, la cual comprende los segmentos Bancas Privada y Banca Personal. En esta banca se atiende a los nichos Helm X-tremo, Helm Special y Helm Mujer, subsegmentos en los cuales existe una oferta clara y diferenciada en productos y servicios.



Banca de empresas

En negocios de la banca corporativa y multinacional se destaca la confianza de las grandes empresas locales y multinacionales que canalizan, a través de **Helm**, recursos de inversión extranjera por entrada de nuevos negocios al país y los recursos vinculados a proyectos en diversos sectores de la economía que jalonan el desarrollo del país. Para proyectos de mitigación del riesgo ambiental, infraestructura, servicios públicos, salud y agroindustria. Helm aprobó una financiación total cercana a los \$331.000 millones: (GRI FS6 – FS7 – FS8).

Mitigación del riesgo ambiental

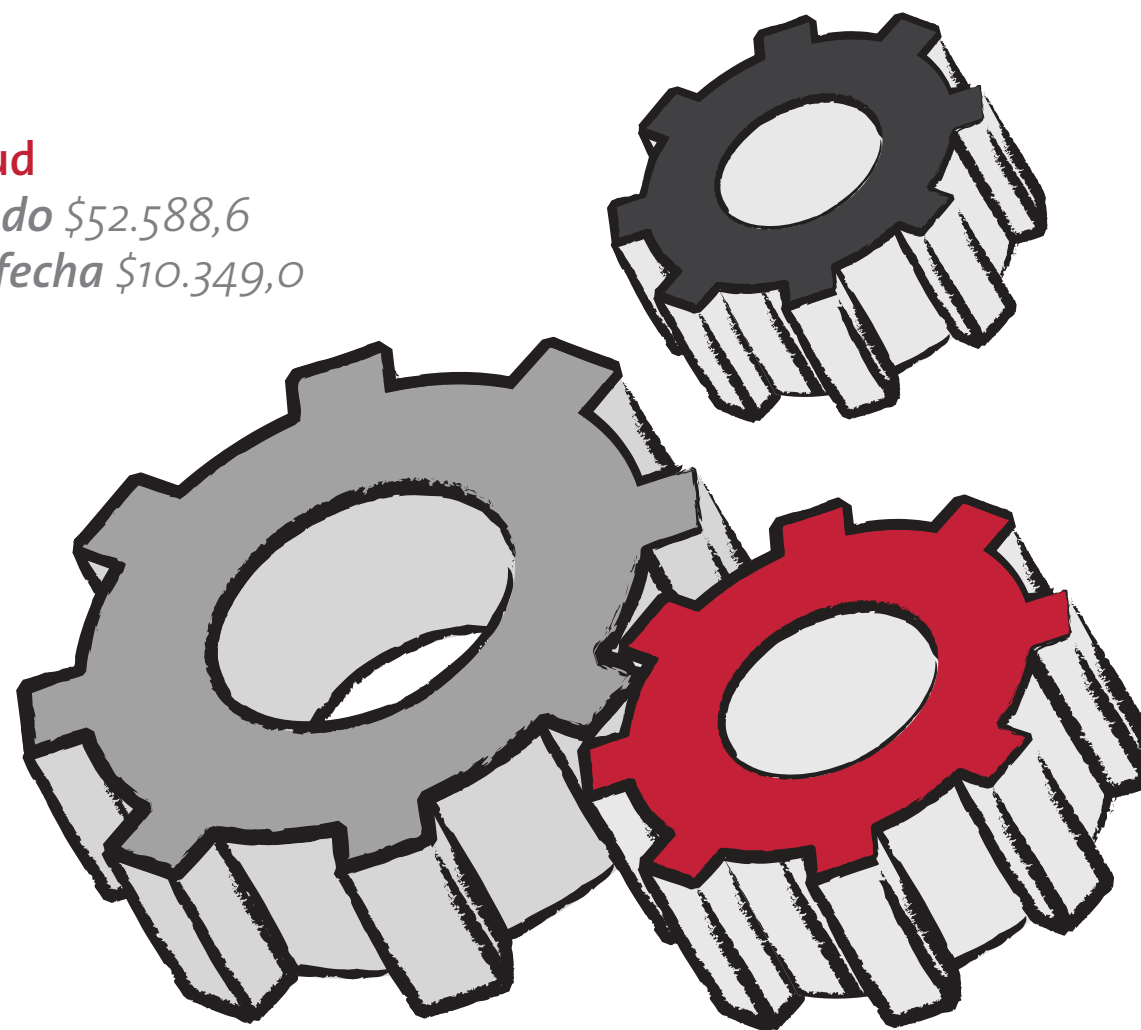
Monto aprobado \$78.840,0
Desembolso a la fecha \$63.855,6

Salud

Monto aprobado \$52.588,6
Desembolso a la fecha \$10.349,0

Infraestructura

Monto aprobado \$156.278,0
Desembolso a la fecha \$8.332,0



Servicios públicos

Monto aprobado \$42.891,5
Desembolso a la fecha \$12.750,0



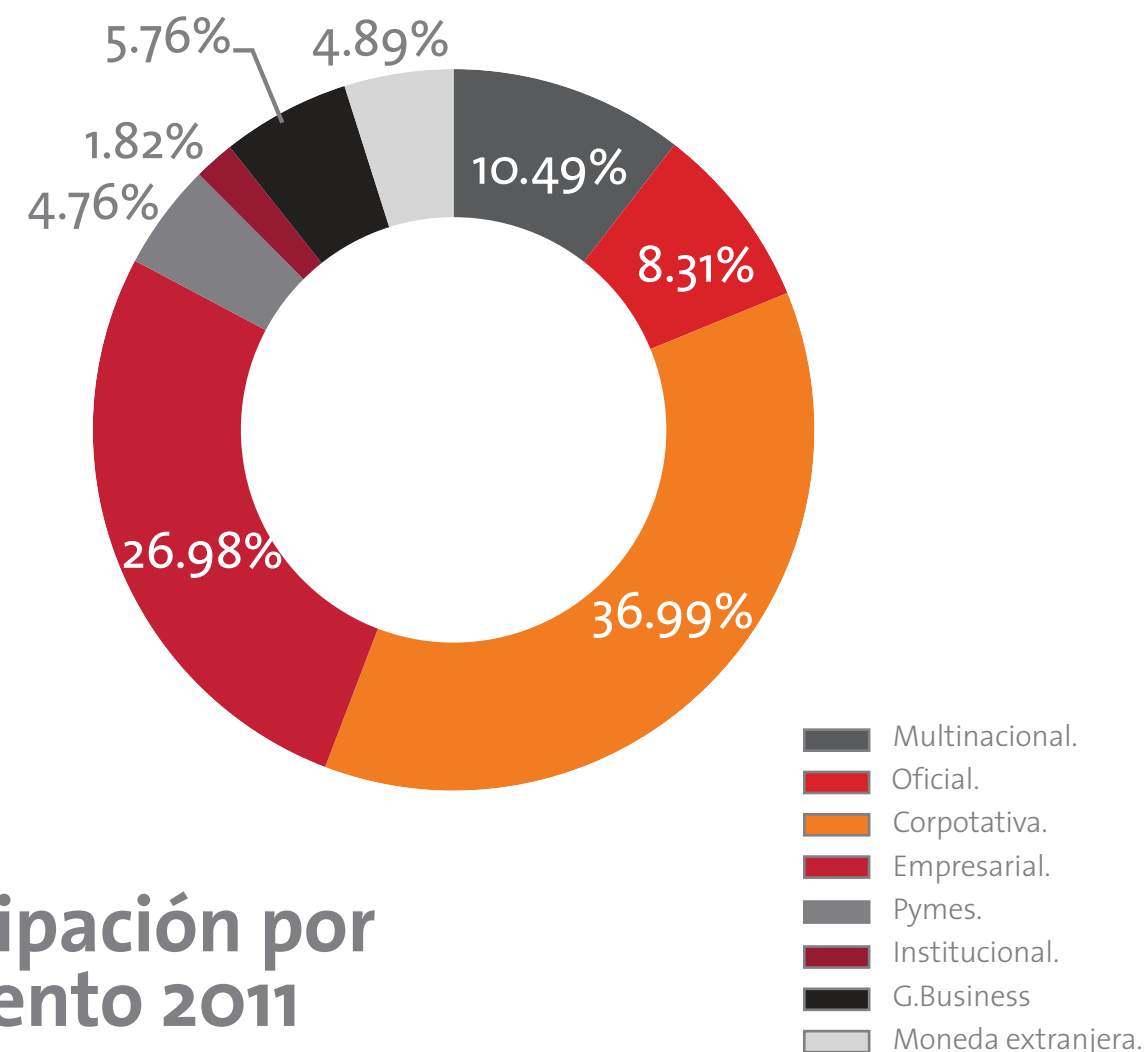
Adicionalmente, en apoyo a la agroindustria se resalta una cartera promedio en líneas Finagro así: redescuento por \$33.755 millones y Cartera Sustitutiva por \$126.757 millones.

Para el acompañamiento en los negocios con el sector oficial se reforzó la estructura comercial con el fin de profundizar y atender los requerimientos específicos del sector al dinamizar los servicios de manejo de recursos y contribuir con el incremento de los pasivos del Banco.

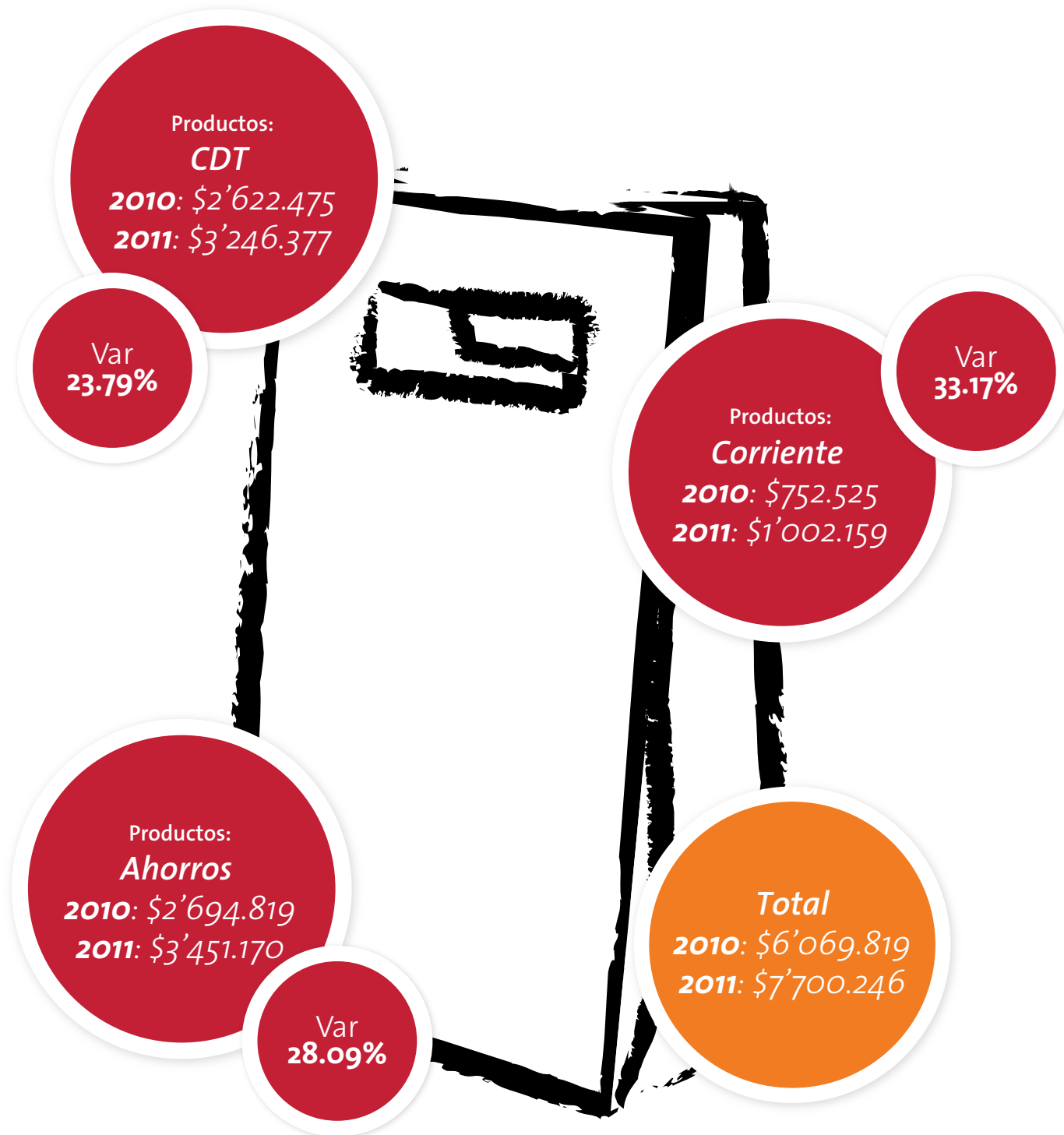
Gracias al amplio conocimiento y a la experiencia en el mercado global empresarial y corporativo, en el segmento Global Business se mantiene una activa participación en la vinculación de empresas y asesoramiento de negocios con capitales que proceden del exterior y de nuevos negocios de empresas extranjeras establecidas en el país, para hacer de **Helm** la puerta de entrada para llevar a cabo negocios en Colombia.

En Helm hay un especial interés en el desarrollo de negocios en la Banca Empresarial, especialmente en el segmento Pyme, para contribuir al fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa. Para ello, el Banco cuenta con productos desarrollados y de gran aceptación. Por ejemplo, Helm Leasing en sus modalidades de Operativo, Inmobiliario, Financiero, Financiero de Infraestructura, Financiero de Importación y Optirent es una excelente opción para los clientes. A través de esta figura de financiación, los empresarios adquieren los activos y bienes de capital generadores de renta, los cuales les permiten operar sus negocios, adquirir nuevas tecnologías para ganar eficiencia y adelantar proyectos de expansión requeridos para atender nuevas oportunidades de mercado que se abren a la luz de los tratados de libre comercio que firma el país, además de las oportunidades locales relacionadas con el impulso de las denominadas locomotoras de la economía

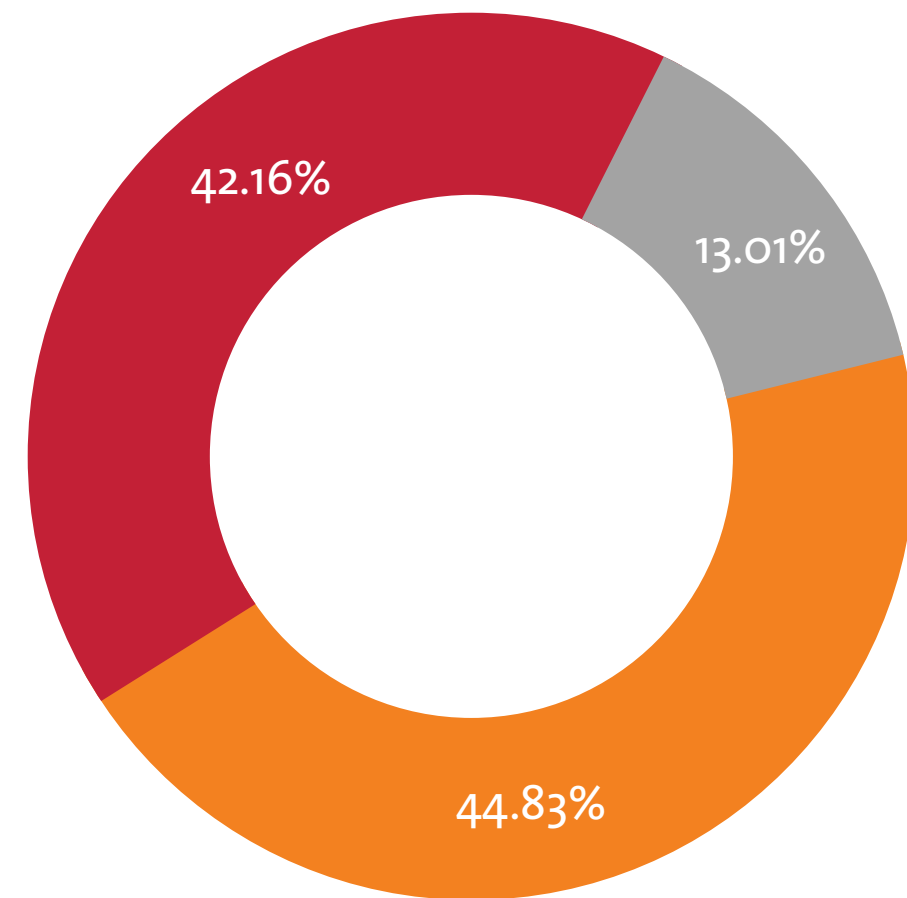
de la administración actual. El Leasing también le permite a los empresarios, de acuerdo con la normatividad vigente, acceder a los beneficios tributarios otorgados por el Estado a los empresarios comprometidos con la generación de desarrollo. Además, el Banco tiene a disposición de los clientes el portafolio completo de financiación con alternativas de corto, mediano y largo plazo que buscan acompañar el desarrollo, el crecimiento y la consolidación de las diferentes empresas del país.



Participación por segmento 2011



Pasivos totales del banco



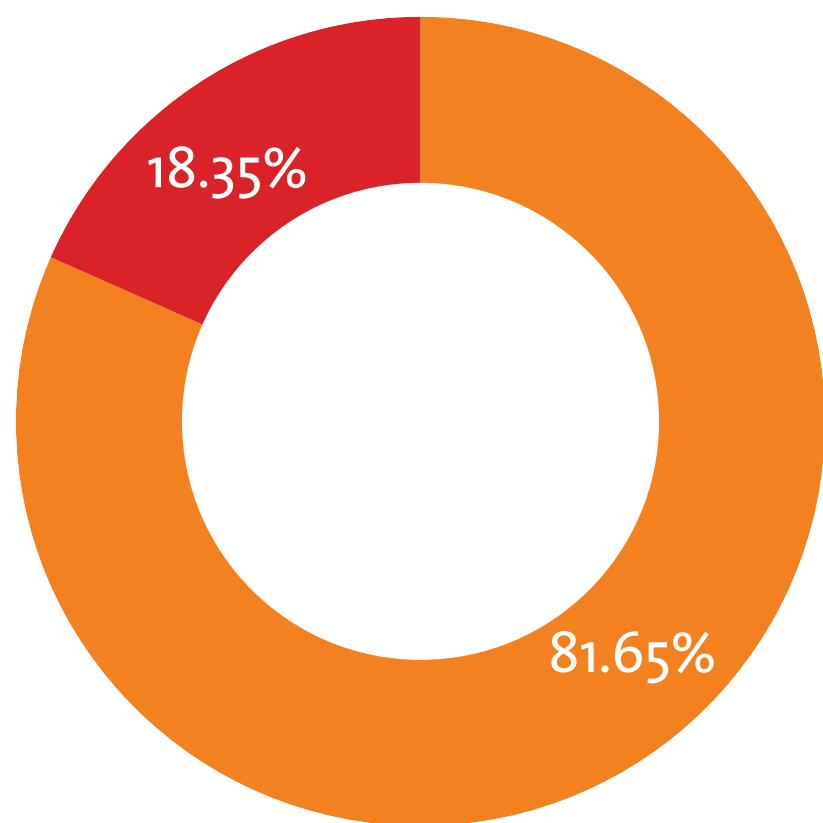
Participación por producto 2011.

- Ahorros.
- CDT.
- Corriente.

Banca de personas

En la Banca de personas, los clientes disfrutan de una experiencia diferenciada, de un fácil acceso a todos los canales, del modelo multisensorial en oficinas, opciones de Banca Online y un amplio portafolio de productos y servicios.

Helm ha construido un esquema diferenciado de atención en nichos que busca ofrecer soluciones especiales a través de la cercanía y el conocimiento de las necesidades sus clientes.



Participación por segmento 2011

- Banca Personal.
- Banca Privada.

Composición de cartera en la banca de personas (MM):



Helm X-tremo

A través de Helm X-tremo el Banco apoya a la formación académica de la comunidad joven del país mediante el crédito educativo a estudiantes de carreras diurnas y nocturnas, en pregrado y posgrado, con tasas especiales y facilidades de pago.

Es importante mencionar que **Helm** es la segunda entidad a nivel nacional con mayor número de créditos estudiantiles; tiene convenios con más de 180 instituciones educativas, lo cual le permite llevar el crédito a estudiantes de diferentes niveles socioeconómicos de manera directa en cada universidad.

En 2011 se lanzó al mercado el crédito rotativo educativo. Es un producto destinado a financiar la fase de pregrado. Adicionalmente, para estudios de posgrado o maestría, se diseñó un esquema de financiación de mediano plazo, con lo cual se cubre todo el ciclo de formación profesional.

Helm es la única entidad financiera en Colombia que emite la tarjeta ISIC de identificación estudiantil, la cual le permite al estudiante obtener descuentos en comercios y restaurantes, y acceso gratuito o con descuento a eventos culturales, bibliotecas, librerías y conciertos, por ser esta la única tarjeta estudiantil auspiciada por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura). Además, la tarjeta es un medio de pago débito, que facilita la administración de recursos, permite fomentar la cultura del ahorro y la planeación financiera en la comunidad estudiantil.

Cartera Helm Xtremo	
Total desembolsos año	108.730 millones
Cartera promedio	29.319 millones
Financiados	31.071 estudiantes



Helm Special

Cuidar de la salud de los demás merece un reconocimiento, por ello **Helm** creó un portafolio de servicios para atender las necesidades financieras de los profesionales de la salud, a través de productos para el profesional y para su consultorio. Este portafolio comprende productos como: cuenta corriente remunerada, cuenta de ahorro programado, Helm Vita (línea de crédito para los pacientes), adquirencia, Leasing para equipos, Helm Vivir Médico y seguro para cubrir riesgos de incapacidad temporal domiciliaria y/o convalecencia.

Helm diseñó una línea de crédito de consumo dirigida a los pacientes de los médicos que tienen relación comercial con el Banco, con el fin de cubrir recursos para realizarse cirugías o tratamientos de cualquier tipo que no estén cubiertos por la Medicina Prepagada o P.O.S.

Entendiendo la importancia que tiene para la sociedad colombiana la formación de buenos profesionales y en especial en la rama de la medicina, en 2011 Helm lanzó al mercado la tarjeta de crédito Residentes, que pretende apoyar a los médicos que se encuentran adelantando estudios de especialización. Les proporciona un mecanismo de crédito para contribuir a sus necesidades financieras. Esta tarjeta no requiere soporte de ingresos, solo con presentar una certificación de los estudios que realiza se otorga un cupo de dos millones.

Hoy el Banco cuenta con presencia en clínicas y hospitales a nivel nacional, lo cual permite atender adecuadamente los requerimientos financieros de los profesionales de la salud en su sitio de trabajo evitando su desplazamiento.

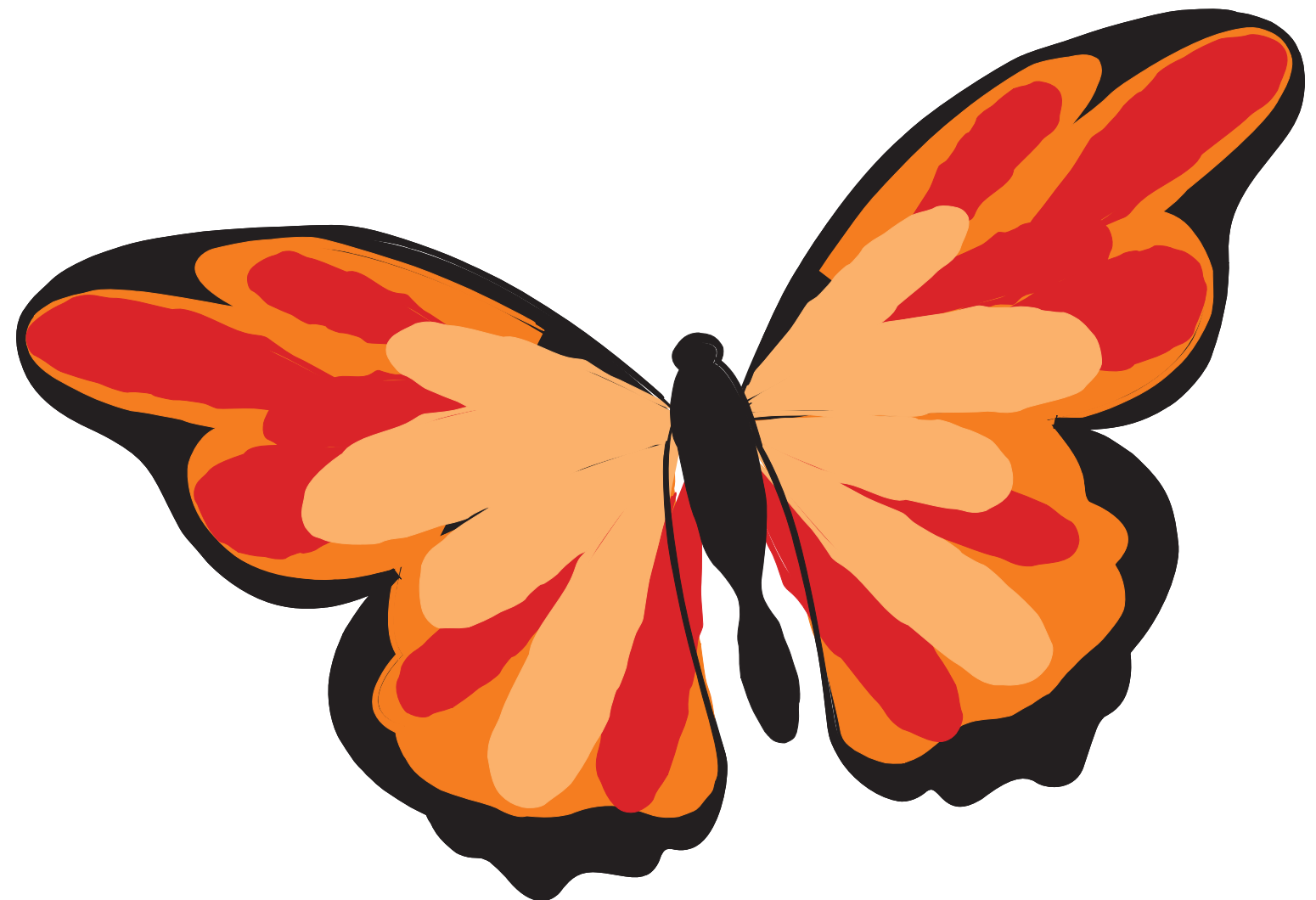


Helm Mujer

Desde su incursión en la banca de consumo, **Helm** es una marca cercana a la mujer. Este interés genuino se materializa a través de un portafolio de productos y servicios enriquecido con un programa de alianzas con beneficios específicos para sus clientes.

Preocupado por la salud y el bienestar sus clientes, Helm creó Mujer Protegida, un seguro que cubre cualquier tipo de cáncer y da la tranquilidad de un respaldo económico para que sea usado libremente.

Además, Helm diseñó el seguro cartera protegida, para clientes que sean víctimas del hurto de sus bolsos; otorga un auxilio para reponer las pertenencias y los documentos. Si este hecho se da dentro de un vehículo y se genera la ruptura de un vidrio, este seguro también proporciona un subsidio para la reposición del mismo.



Contemos con Helm. Programa de Educación Financiera.

Helm busca contribuir al crecimiento y a la prosperidad de sus actores de interés al maximizar la utilización de los servicios financieros responsables y con un valor agregado a través de la educación financiera.

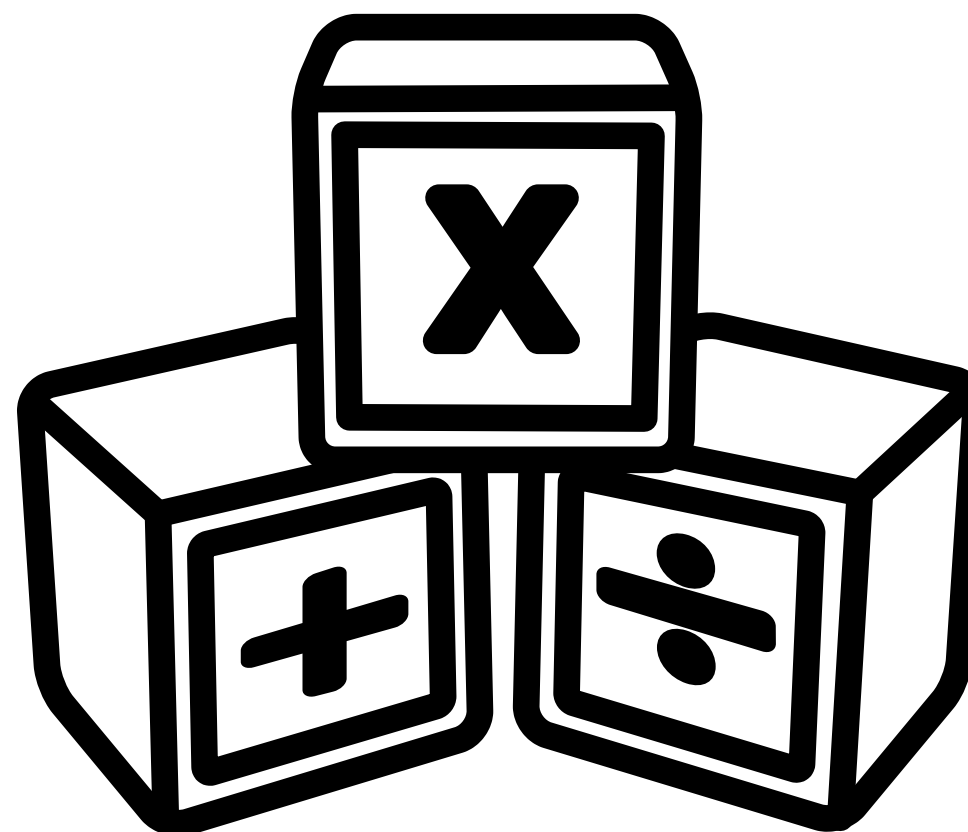
En 2011, Helm participó activamente en el Comité de Asobancaria y apoyó la construcción de los contenidos del programa “Saber más, ser más”. La divulgación de estos contenidos se efectuó a través de una publicación semanal de educación financiera en los diarios ADN y La República, una sección en el noticiero del medio día de Caracol TV tres veces por semana, y dinamizó la utilización del portal ABC mi casa (www.ABCMicasa.com).

La Asociación, en convenio con Banca de las Oportunidades, Fasecolda, el SENA y Acción Social, desarrolló un programa piloto de educación financiera que benefició a más de 2.500 familias de la Red Juntos, las cuales están en situación de vulnerabilidad. Para mayor información ingresar a www.asobancaria.com.

Helm trabajó con el SENA en el desarrollo de un programa que tiene como propósito formar técnicos en negocios internacionales, con competencias para trabajar en las aéreas internacionales de la Banca.

Por otro lado, Helm entró a formar parte del comité Autorregulador del Mercado de Valores (AMV) en el mes de octubre, con el objeto de articular mejor los esfuerzos y aportes de los dos gremios.

Se subraya la participación de Helm Fiduciaria y Helm Comisionista de Bolsa como parte de los grupos de trabajo del Comité de Educación Financiera de AMV. Además, participaron como expositores en Expogestión 2011 (GRI - FS16).



06

El cambio viene de todas partes.

Transformación del negocio.

Enfoque de servicio.

Helm demuestra una vez más su compromiso con la excelencia en el servicio. En 2011 obtuvo nuevamente la calificación más alta del sector financiero en Colombia con 80.4 puntos de satisfacción. La medición realizada por la empresa Customer Index Value (CIV) abarcó un total de 3.000 personas naturales mayores de 18 años. (GRI PR5).

Percepción del servicio:

Desde 2009, cuando se fortaleció el enfoque de servicio, **Helm** ha incrementado la satisfacción en la atención de reclamos en un 9%. El 45% de la población encuestada califica la gestión de quejas y reclamos como buena, de manera que se superó en 21 puntos a los resultados del sector y Helm pasó a ser el banco con más alta calificación en el manejo de quejas.

El esfuerzo por mejorar cada una de las variables de medición, hizo que Helm fuera el Banco con el mayor índice de lealtad desde 2007, para ubicarse 10 puntos por encima del sector.

Sector bancario.
Índice de satisfacción (CIV) 2011.



Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC)

En beneficio de los consumidores financieros se implementó el Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC) para atender de manera sistematizada los requerimientos de los clientes que necesitan información, instaurar quejas, solicitudes o reclamos. Para asegurar la interiorización del modelo de atención de reclamos por parte de todos los colaboradores, se diseñó el manual del SAC y una herramienta de capacitación complementaria.

El esfuerzo respecto a la experiencia de servicio se vio reflejado entre 2010 y 2011 en una disminución del 15% en reclamos y una disminución del 18% en reclamos de clientes reincidentes (GRI PR4 y PR7).

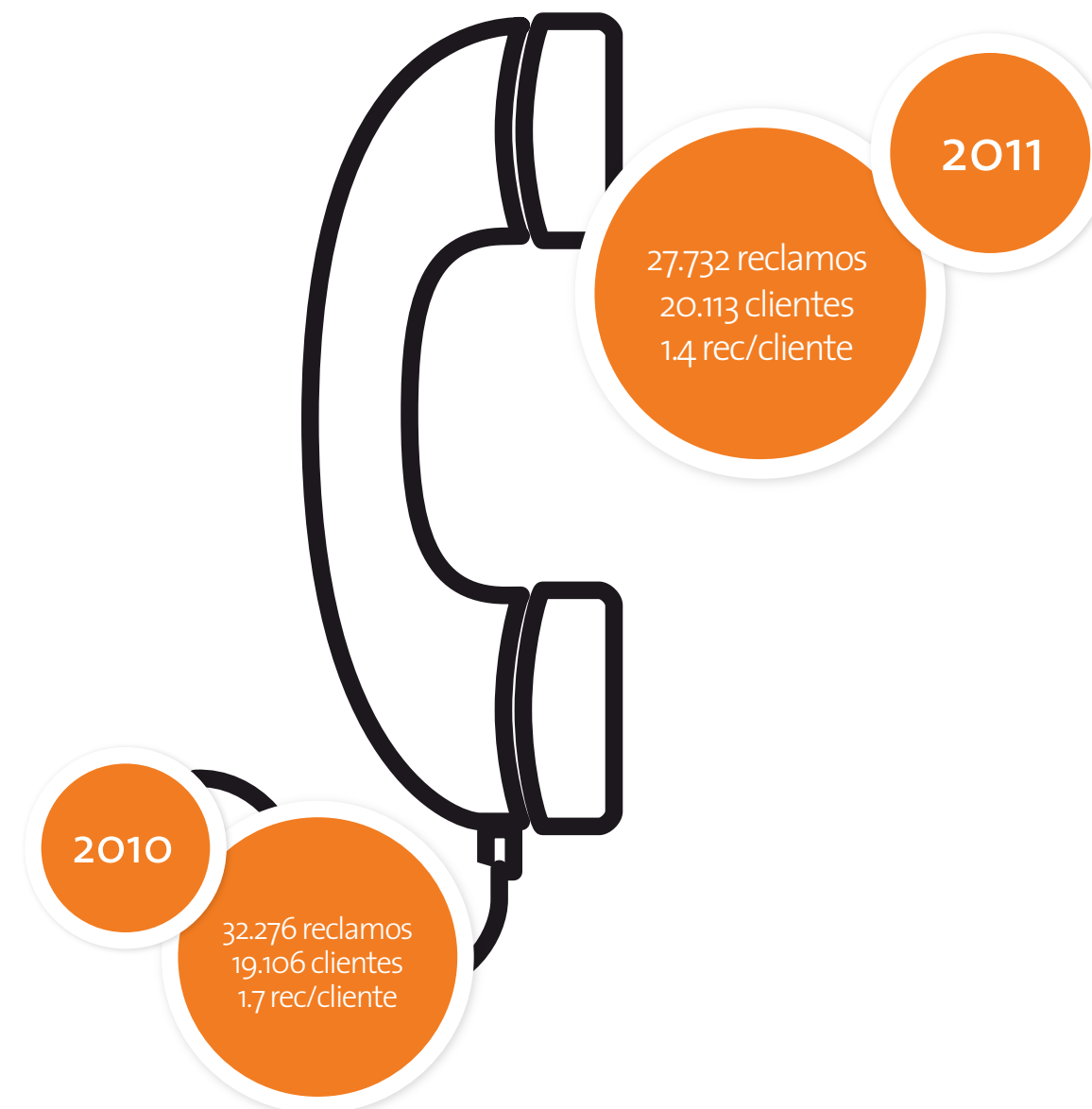
El top 5 de reclamos muestra las mejoras que se implementaron en los procesos y que lograron una disminución de reclamos en un 34% respecto al año anterior. Estos eventos representan el 37% del total de reclamos de la Banca Personal. Además, las reclamaciones de los clientes de la Banca Jurídica se redujeron en 24% frente a 2010.

Con el fin de atender a los clientes con casos de mayor grado de sensibilidad, durante 2011 se recibieron 43 reclamaciones de los casos Murphy, con una reducción importante del 59% respecto al año 2010, en el cual hubo 103 casos.

Los clientes **Helm** tienen cada vez más confianza en el modelo de atención de reclamos porque antes de interponer sus reclamaciones ante las entidades de control, acuden primero

a Helm. A diciembre de 2011, únicamente el 4% de los clientes presentó sus reclamaciones ante entidades de control, mientras que en el año anterior el 20% presentó reclamaciones ante dicha entidad.

Respecto a la atención de los reclamos de clientes Banca Jurídica, se mantuvo en 90% la satisfacción y en los de Banca Personal en 80%.



Canales

Para ofrecer facilidad, agilidad, comodidad y seguridad a los clientes de **Helm** y a su vez contribuir con el cuidado ambiental, se trabajó en la migración de transacciones que se realizan a través de los canales electrónicos, y se pasó de un 44.6% en 2010 a un 49.5% en 2011. Se construyó y se posicionó FUVÉ, la herramienta de Banca Online que permite a los clientes solicitar un preaprobado de cupo global de manera inmediata. En 2011, en su etapa piloto, logró poner más de 300 productos (GRI FS13).

Se activó el nuevo menú de Audio Servicio que permite desarrollar nuevas funcionalidades y el mejoramiento del canal, la agilidad en el uso y la fácil navegación a través de la Banca Telefónica.



Oficinas

Dentro de las premisas para hacer descomplicada la banca se estableció un diseño de oficinas incluyente que permite una correcta atención diferencial sin barreras físicas en el desplazamiento interno. En total contamos con 87 puntos de atención a clientes y usuarios distribuidos en 37 sucursales bancarias completas, de las cuales 23 corresponden al nuevo modelo de oficinas. Se cuenta con 31 Puntos de Atención Bancaria (PAB) en convenio con empresas, 11 con el nuevo modelo, 17 extensiones de caja que funcionan como puntos de agilización a clientes corporativos con puntos de caja en las instalaciones del cliente y 2 oficinas de recaudo exclusivo para pagos.

Es importante destacar que en el proceso de inversión en infraestructura por la expansión y renovación o adecuación de oficinas en las diferentes regiones del país, se contrató mano de obra 90% local para brindar oportunidades de empleo indirecto en las regiones.

En 2011, como continuación del proceso de expansión y renovación de marca, se incrementó un total de 86 puestos de trabajo (GRI EC9 – FS14).

Helm, en todos sus puntos de atención, cumple a cabalidad con todas las normas para el funcionamiento de establecimientos comerciales del decreto 232 de 1995 referentes al uso de suelo, intensidad auditiva, horarios, ubicación y destinación, además de todas las condiciones sanitarias exigidas por la ley. De igual forma, en materia ambiental y de construcción cuenta con los permisos y licencias. Conjuntamente, el modelo de oficinas contempla en su diseño la atención a clientes y usuarios con discapacidad física.

La transformación del negocio para simplificar procesos

Con el fin de cumplir su oferta de valor, **Helm** ha enfocado sus esfuerzos en hacer una experiencia más descomplicada para sus clientes, al generar eficiencias e incremento de la productividad. Como apoyo a este objetivo, Helm lanzó el Programa de Transformación del Negocio H2o, el cual está soportado en plataformas tecnológicas provistas por ORACLE.

Las principales características de las plataformas tecnológicas:

1. **CRM – Siebel:** herramienta de relacionamiento con los clientes que permite facilidad de interacción, mayor agilidad y estandarización para los procesos de ventas, servicios y mercadeo.
2. **CORE – Flexcube:** proporciona mayor estabilidad, capacidad de procesamiento, rendimiento (tiempo de respuesta), automatización y mitigación de riesgo operativo.
3. **Accounting Integrator:** integración contable que permite mayor agilidad y oportunidad en la información, y facilita la consolidación de información financiera.

Para 2012, dentro del programa se realizará la implementación de las fases I y II del CRM, así como el Accounting Integrator, herramientas que apoyarán el cumplimiento de la estrategia y visión de **Helm**.

Se unen esfuerzos en la cadena de valor

Los proveedores y contratistas son para Helm un grupo de interés de alta importancia. Su propósito es contribuir a la construcción de relaciones de largo plazo en la búsqueda de crecimiento económico mutuo, bajo escenarios de alto nivel de calidad y costo justo para garantizar la igualdad de condiciones a los participantes en los procesos de compra, al impulsar e implementar prácticas socialmente responsables.

Desde la dimensión económica, Helm apoya el desarrollo industrial y económico del país. Es así como en 2011 los procesos de compras y contratación con proveedores locales representaron un 98.8% del total. El monto de los recursos que se trasladaron a los proveedores, producto de tales procesos, fueron de \$245.117 MM, de los cuales el 99.4% se concentraron en proveedores locales. Respecto al año anterior, las compras y la contratación con proveedores locales reflejaron un aumento de 3 puntos (GRI EC6).

La promoción y el respeto por los derechos humanos son aspectos considerados desde el momento en que un proveedor se vincula a nuestra organización. En 2011, de los 854 proveedores frecuentes, 28 fueron considerados claves por la vinculación de fuerza laboral. Por eso adelantamos una gestión específica que permite garantizar el cumplimiento de las obligaciones laborales en todos sus aspectos (GRI HR2).

Al ser los proveedores aliados de servicio e innovación, Helm busca generar un acercamiento permanente a través de diferentes mecanismos, lo cual ha permitido transferir y compartir, en doble vía, mejores prácticas de gestión, evaluación y prevención de riesgos, e identificación de iniciativas para lograr optimizar la relación. En 2011 se realizaron acercamientos con 22 proveedores estratégicos, con los cuales se identificaron beneficios mutuos, oportunidades de negocios inclusivos con fundaciones, así como el desarrollo de capacitaciones a 130 colaboradores de nuestros proveedores en temas ambientales y de proyecto de vida (GRI FS3).

En desarrollo del plan de acción “Uniendo esfuerzos en nuestra cadena de valor” se continuó con la alineación del esquema de evaluación, lo cual permitió medir el grado de compromiso en sostenibilidad. Para tal fin se realizaron evaluaciones a 44 proveedores.

En 2011 se buscó la generación de iniciativas que permitan contribuir a la conservación del medio ambiente y se lograron implementar 75 propuestas relacionadas con aspectos de conservación ambiental, de las cuales 71 tienen relación con el cambio de insumos elaborados con materias primas tradicionales, por insumos amigables con el medio ambiente (GRI FS5).

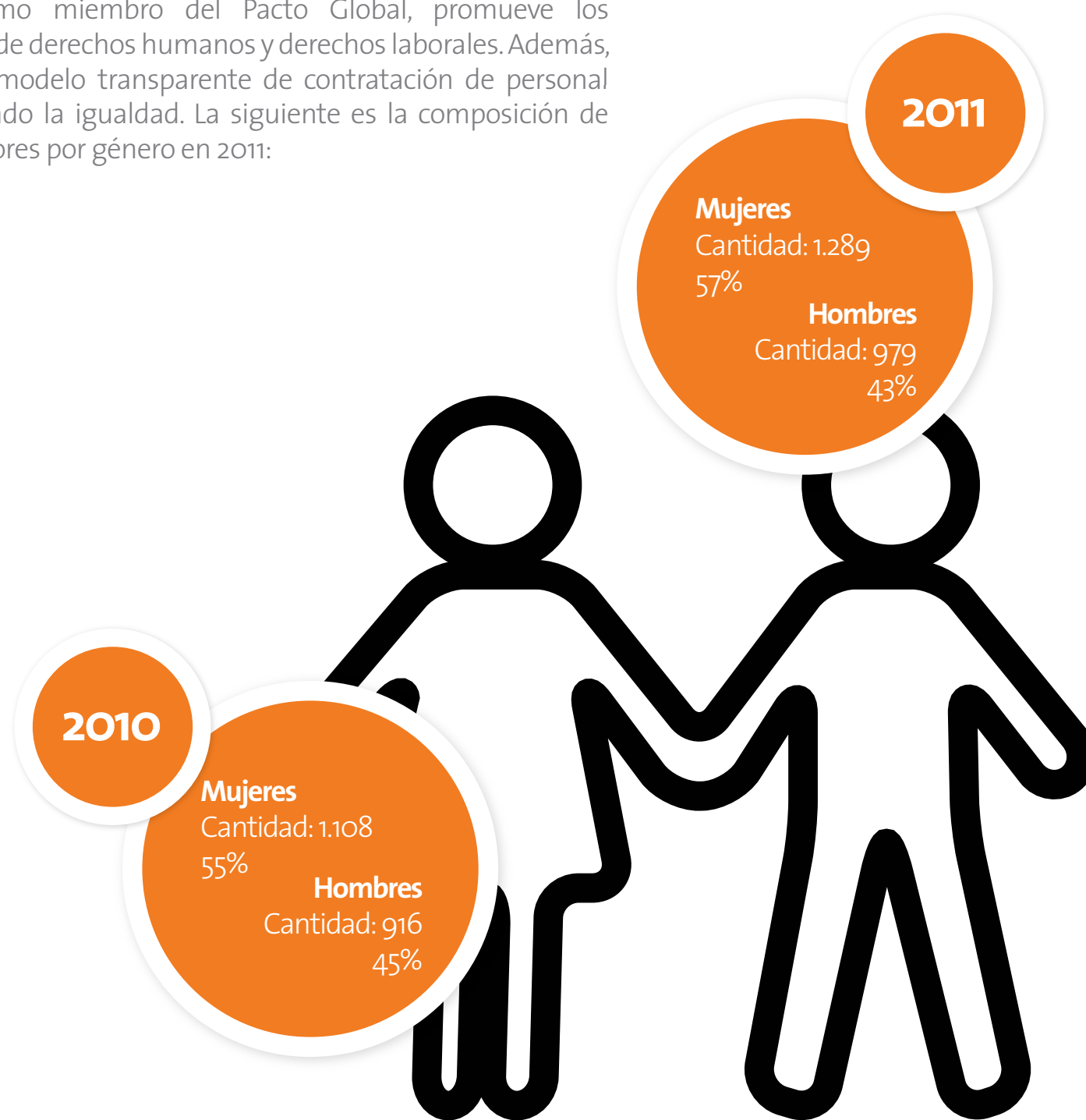
Crecimiento de nuestros colaboradores

Son los colaboradores la principal fortaleza de **Helm** para hacer realidad la visión de reinventar la Banca para hacerla simple. Por ello cree en su potencial de cambio, transformación, innovación y generación de ideas y entiende que son su principal inversión para buscar oportunidades de crecimiento y desarrollo sostenible las cuales se traducen en su propio bienestar, el de sus familias y su entorno.

Generación de empleo

Durante 2011, ingresaron a Helm 572 empleados para un total de 2268 colaboradores comprometidos con la visión de sostenibilidad y dispuestos a ser multiplicadores de inversión social en sus entornos (GRI EC3 – LA2).

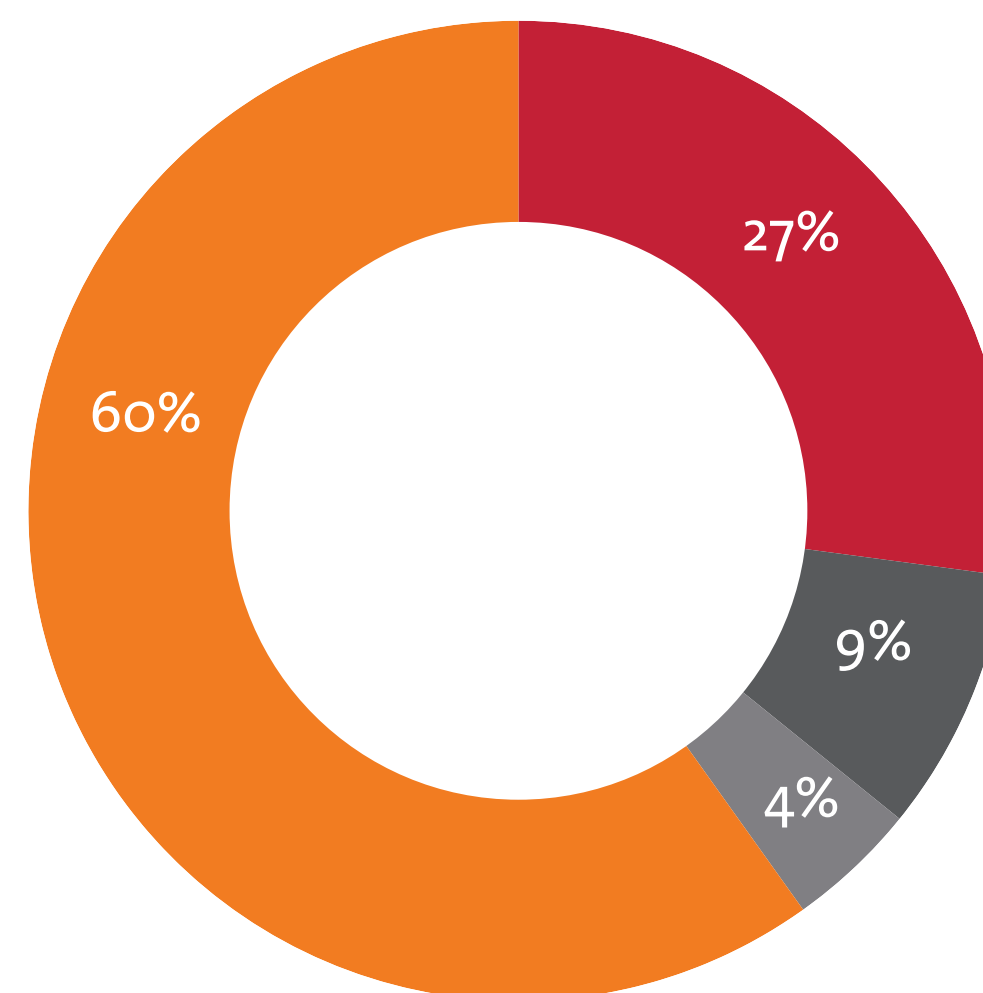
Helm, como miembro del Pacto Global, promueve los principios de derechos humanos y derechos laborales. Además, lidera un modelo transparente de contratación de personal promoviendo la igualdad. La siguiente es la composición de colaboradores por género en 2011:



Crecimiento y desarrollo

Helm generara oportunidades de crecimiento y desarrollo en sus colaboradores, y para 2011 realizó 191 programas con el fin de generar un amplio desarrollo de competencias, con una inversión de 77.239 horas de aprendizaje (GRI LA10).

En el programa “Helm Proyección” cuyo objetivo es dar a los funcionarios oportunidades de crecimiento profesional y brindar un plan de carrera a través de la promoción interna, se abrieron 57 convocatorias a través de las cuales fueron promovidos 43 colaboradores a nuevos cargos.



- Especializaciones y diplomados.
- Foros, congresos y convenciones.
- Seminarios y talleres.
- Programas y otros cursos.

Programas de desarrollo:

1. Capacitaciones en servicio:
 - Así Soy Helm: 566 colaboradores
 - Habilidades comerciales: 166 colaboradores
 - Habilidades gerenciales: 190 colaboradores

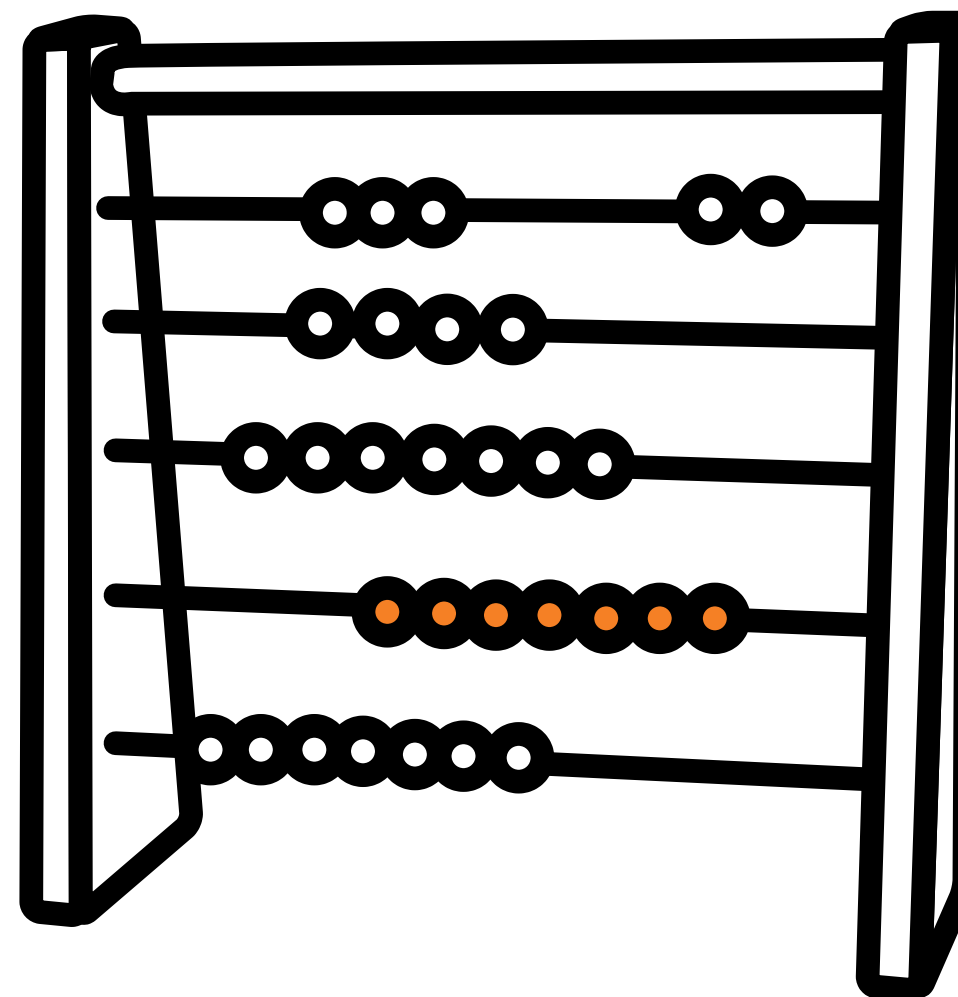
2. Capacitaciones para mitigar el riesgo:
 - Sarlaft: 2.620 colaboradores.
 - Sistema de Administración de Riesgo Operacional (SARO) y Continuidad de Negocio (BCP): 2.250.

3. Cursos virtuales Helm Estudio:
 - Sistema de Atención al Consumidor Financiero: 1.690 colaboradores
 - Canales electrónicos (Banca Móvil y Banca Online): 1.590 colaboradores
 - Sostenibilidad: 1.633 colaboradores

4. Programa Corporativo de Liderazgo con INALDE: 49 líderes graduados y lanzamiento del programa para el segundo grupo de líderes.

5. Programa de Formación Helm University: completó su XIV Promoción con 6 personas, para un total de 160 ejecutivos formados dentro de la organización.

6. Convenio de reciprocidad con la Universidad de la Sabana: 59 colaboradores adelantaron diferentes programas de especialización con el apoyo del Grupo Helm (GRI LA10 – LA11).



Beneficios a colaboradores

Helm siempre se ha preocupado por mantener altos estándares en los esquemas de reconocimiento, compensación y bienestar de sus colaboradores. De esta manera, desde los inicios de Helm, el Convenio Colectivo se ha mantenido activo para generar una serie de beneficios a favor de los colaboradores y sus familias, quienes aportan sustancialmente al mejoramiento de la calidad de vida de todo el equipo Helm (GRI LA4).

Esquema de remuneración variable

Helm utiliza un esquema de remuneración variable para todos sus colaboradores, el cual es calculado de forma trimestral y refleja los resultados de la organización. Para realizar la medición de resultados, se tienen en cuenta el cumplimiento de metas en generación de ingreso, el cumplimiento del presupuesto de gastos de cada área y del Banco, la evaluación de desempeño por parte del superior y la satisfacción del cliente interno a través de los diferentes procesos.

A través de esta evaluación se busca medir el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización, el cumplimiento de metas individuales, la satisfacción de los clientes internos con el desempeño y la calidad de los procesos, y servicios recibidos en el trimestre respectivo (GRI LA12).

Bienestar colaboradores y sus familias

Helm busca el bienestar de los colaboradores y lo hace extensivo a sus familias, a través de diferentes iniciativas y programas.

Para 2011, en cumplimiento a la normatividad legal vigente, Helm realizó aportes en Seguridad Social para el 100% de sus empleados (GRI EC3 HR1). Adicionalmente Helm realiza un aporte a diferentes entidades de Medicina Prepagada beneficiando a 292 colaboradores afiliados y a 781 familiares afiliados.

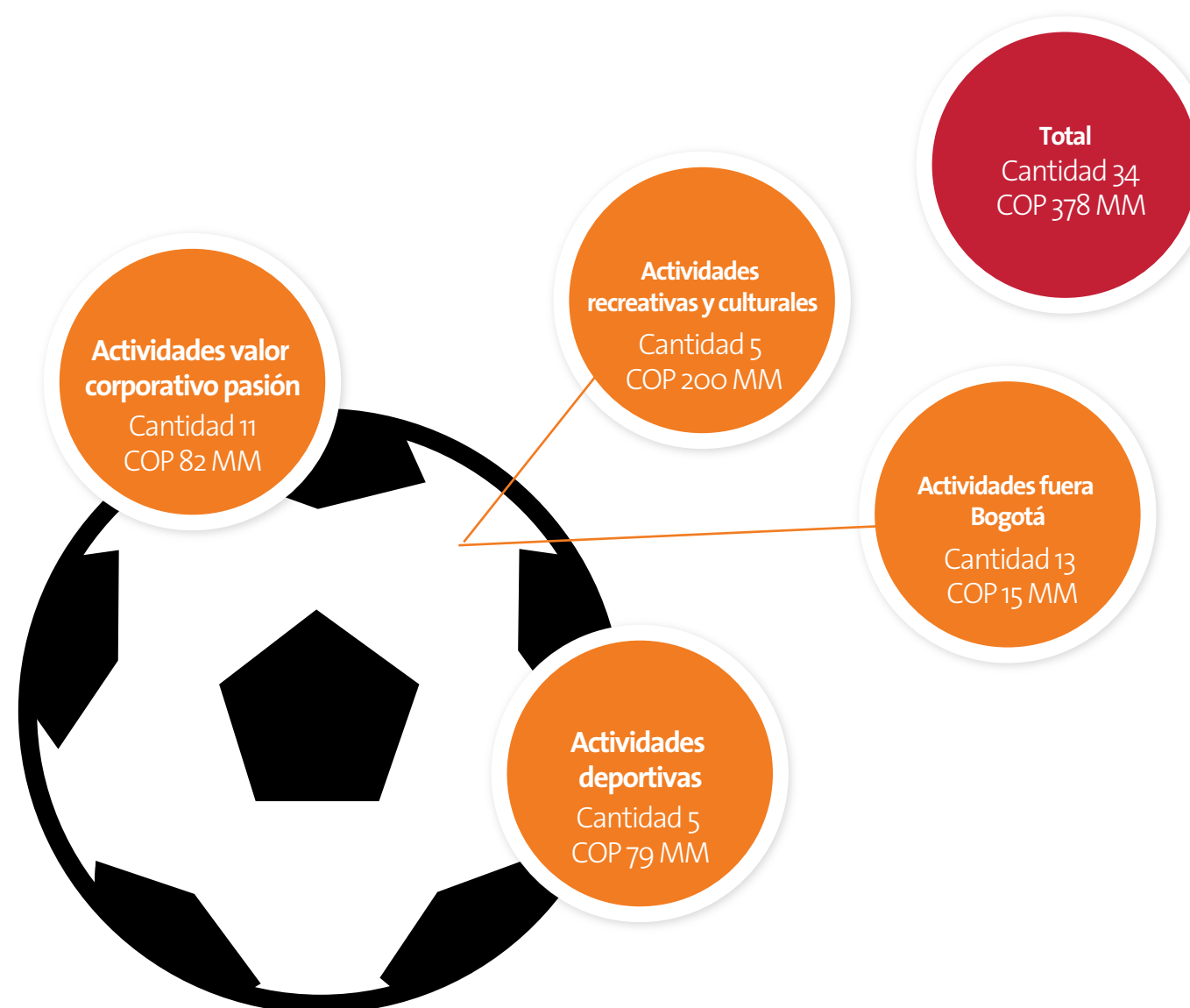


Helm en apoyo al cumplimiento de los proyectos de vida de sus colaboradores, aprobó un total de 21 préstamos de vivienda por valor de COP \$695 MM, cobijados con los beneficios estipulados en el convenio colectivo, y con el propósito de atender las necesidades de financiación de los colaboradores fueron aprobados 115 préstamos de Banca personal por un valor total de COP \$2.073 MM.

Durante 2011 Helm desarrolló 34 actividades de bienestar con sus colaboradores, para involucrar de forma directa a las familias en búsqueda de espacios que permitan incrementar la unión familiar, al aportar iniciativas para el logro de una sociedad más próspera.

Se destacan dentro de estas actividades:

Actividad desarrollada:



Desarrollo valor de la pasión:

En 2011 se invitó a los colaboradores a compartir su mayor pasión para luego acompañarlos, en alguna medida, en el cumplimiento de ese sueño. De esta manera, un total de 11 pasiones comunes en varios colaboradores se vieron reflejadas en una serie de actividades. Entre las más destacadas estuvieron el fútbol, la música y el baile, el automovilismo, la cocina y el cine. Estas actividades contaron con la participación de un total de 2.045 colaboradores.

Actividades deportivas:

Es importante crear momentos ajenos al entorno laboral que permitan a los colaboradores compartir experiencias en las que se desarrollen habilidades distintas a la labor diaria. Para ello se realizaron cuatro torneos deportivos en asocio con la Caja de Compensación Familiar de Compensar, a saber: torneo de bolos, golf, microfútbol y voleibol. Además, se apoyó la participación de algunos colaboradores en la Media Maratón de Bogotá.

Actividades recreativas y culturales:

En respuesta al interés culinario de los colaboradores, se desarrollaron 12 cursos de cocina en los que participaron 120 personas. Los amantes de la cocina recibieron conocimiento de los chefs profesionales del Departamento de Alimentos y Bebidas de la organización.

Para la extensión de actividades a las familias de los colaboradores se destinaron recursos por COP 176 MM distribuidos en: Concurso de Dibujo Día de las Madres, en el cual se inscribieron 100 hijos de nuestros colaboradores (se publicaron los dibujos ganadores en algunas oficinas), celebración del día recreativo para colaboradores y familias en la ciudad de Barranquilla y la fiesta de los niños celebradas en noviembre para la ciudad de Bogotá y en el mes de diciembre en las demás ciudades.

Otras actividades comprendieron: caminatas ecológicas en las ciudades de Cali y Manizales, ciclopaseos y Torneo de Bolos en Pereira, Torneos Interempresas en Barranquilla y Bucaramanga y, finalmente, los Torneos de Bolos en Medellín y Cartagena, en los cuales se contó con la participación de 424 colaboradores.



Programas salud ocupacional

En programas de salud fueron practicados diferentes exámenes en todo el país y se aplicaron cuadros de vacunación en la ciudad de Bogotá en beneficio de los colaboradores y sus familias.

- Exámenes médicos 1.305 colaboradores
- Exámenes de laboratorio 1.012 colaboradores
- Audiometrías 166 colaboradores
- Vacunación 506 colaboradores
109 familiares

Se desarrolló el Subprograma de Ergonomía en alianza con Kimberly-Clark para poner en marcha el Programa “Kuídate”: una actividad de pausas activas para colaboradores de las tres sedes administrativas de Helm y sus filiales Helm Bank Panamá, Helm Bank Cayman y Helm Banca de Inversión.

En las mismas sedes se realizó la “Semana de la Salud” del 8 al 12 de agosto, la cual tuvo actividades como:





07 Creamos oportunidades para todos.
Inversión Social.

Nuestra inversión social.

Nuestro aporte de tiempo y conocimiento

Con aporte de tiempo y conocimiento **Helm** apoya iniciativas de largo plazo que contribuyan con el crecimiento del país y el cierre de brechas de inequidad. En su enfoque de inversión social trabaja en dos ejes alineados con su negocio: educación y el emprendimiento de alto impacto. Estos ejes han sido identificados como prioritarios en la estrategia de prosperidad definida en el Plan Nacional de desarrollo.

a

Se crece con Helm

En apoyo al emprendimiento de alto impacto, Helm construyó dos alianzas importantes: la primera con la Organización Ventures, a través del Voluntariado Corporativo, y la segunda con la organización Endeavor Colombia.



Alianza con Ventures

Ventures lidera un concurso anual en emprendimiento de alto impacto y la promoción de una cultura de negocios abierta a nuevas ideas. En 2011 recibió un total de 1.260 ideas de negocio, de las cuales 689 fueron seleccionadas para que los emprendedores recibieran capacitación presencial en la elaboración y presentación de un plan de negocios: un total de 168 emprendedores pasaron a la fase de entrenamiento. Durante un mes la capacitación fue impartida por profesionales especializados en mejorar planes de negocio, y además se realizó un simulacro de sustentación antes de la presentación final de los proyectos.

En este concurso **Helm** participó en el proceso de capacitación, evaluación y selección de emprendedores, con la contribución de tiempo y conocimiento de 34 voluntarios, quienes dedicaron un total de 436 horas en 75 proyectos; de los cuales se destacaron 5 de ellos como ganadores en la categoría general (proyectos innovadores en productos, servicios, conceptos y modelos de negocio) y en la categoría social (proyectos sostenibles de alto impacto).



Alianza con Endeavor

Mediante esta alianza, voluntarios de **Helm** participarán como mentores en proyectos escogidos por Endeavor que requieran aporte de experiencia y conocimiento financiero, de tal forma que se potencie a emprendedores innovadores y puedan transformar sus negocios en grandes empresas. Helm ofrecerá su portafolio de servicios con acompañamiento especializado para las empresas en proceso de aceleración con Endeavor.



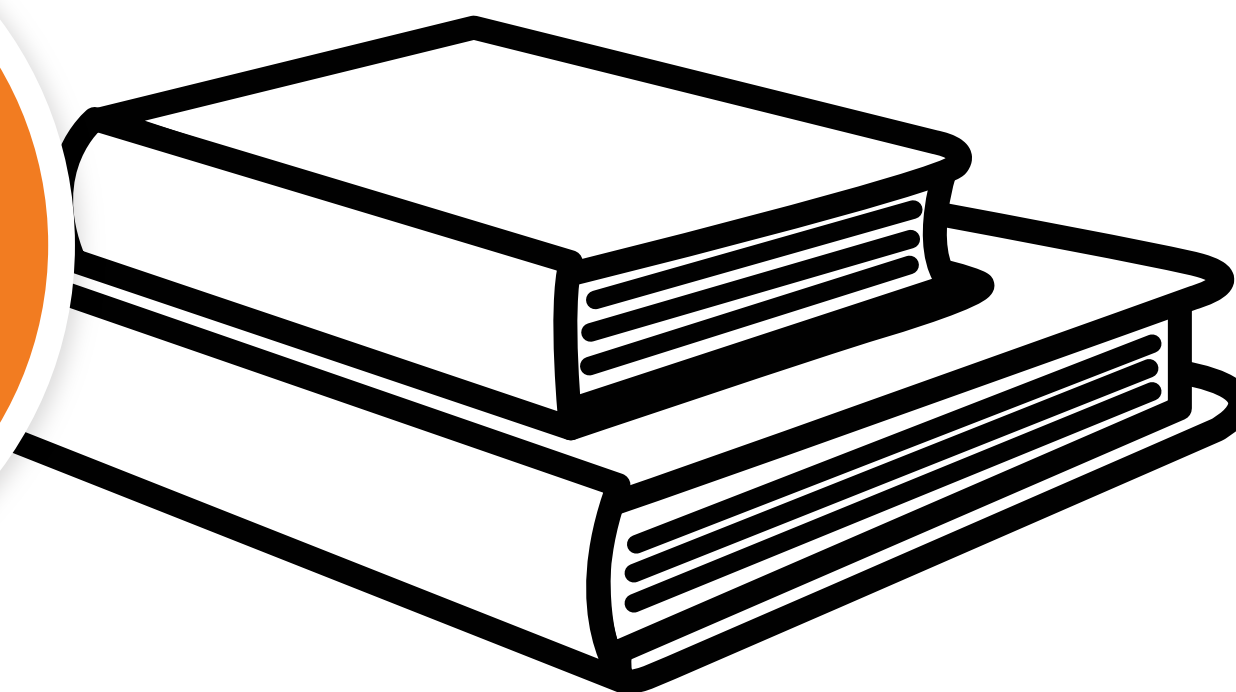
Participación en ferias y congresos de emprendimiento

Para entender y estructurar la oferta de valor de **Helm** a los emprendedores de alto impacto, se realizaron sesiones de trabajo con 16 actores, involucrando universidades, entidades del gobierno y organizaciones expertas. Participó como evaluador de las ideas y proyectos finalistas en la Feria del Espíritu Emprendedor organizada por El Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA) que, a través de su Centro de Liderazgo y Emprendimiento CLE, acompaña los planes de negocio de estudiantes emprendedores. También hizo presencia en el Congreso Innovar para Emprender que organizó Connect, y en el II Congreso de Emprendimiento de Alto Impacto que llevó a cabo Endeavor.

b

Compartimos nuestros conocimientos.

Helm contribuye al crecimiento y prosperidad de sus actores de interés a través de alianzas que promueven la transferencia de conocimiento.



Colombia Emprendedora Fundación Junior Achievement World Wide

Esta Organización internacional aplica metodologías prácticas y vivenciales que apuntan a desarrollar el espíritu emprendedor en niños y jóvenes en edad escolar, con la aplicación de programas en emprendimiento, educación financiera y orientación hacia el ingreso al mundo laboral y empresarial.

Helm aprovechó las capacidades de 58 de sus voluntarios para transferir conocimiento a 1.980 estudiantes de 15 colegios de las ciudades de Bogotá, Cali y Pereira, con aporte total de 369 horas en los programas “Bancos en acción”, “Más allá del Dinero” y “Aprender a emprender para el Medio Ambiente”.



Fundación Ana Restrepo del Corral

Helm adelantó la Jornada “Voluntario por un día” en alianza con la Fundación Ana Restrepo del Corral, cuya acción está dirigida a estudiantes de bajos recursos. En dicha jornada participaron 22 colaboradores, quienes desarrollaron talleres de educación financiera con 60 niños de la Fundación y participaron en la adecuación de parte de sus instalaciones con beneficio para 120 niños.



Voluntariado Helm.

El voluntariado potencia las capacidades de los colaboradores de **Helm** quienes, como partícipes en el desarrollo de la estrategia de sostenibilidad, aportan tiempo, conocimientos y recursos. (GRI FS4).



Cultura de servicio - 19
Formadores así soy Helm 5%

**Emprendimiento, Ed. superior, voluntariado,
medio ambiente, Ed. financiera, GRI,
proveedores - 34**
Comités de Sostenibilidad 9%

Educación Financiera - 58
Fundación Junior Achievement 15%

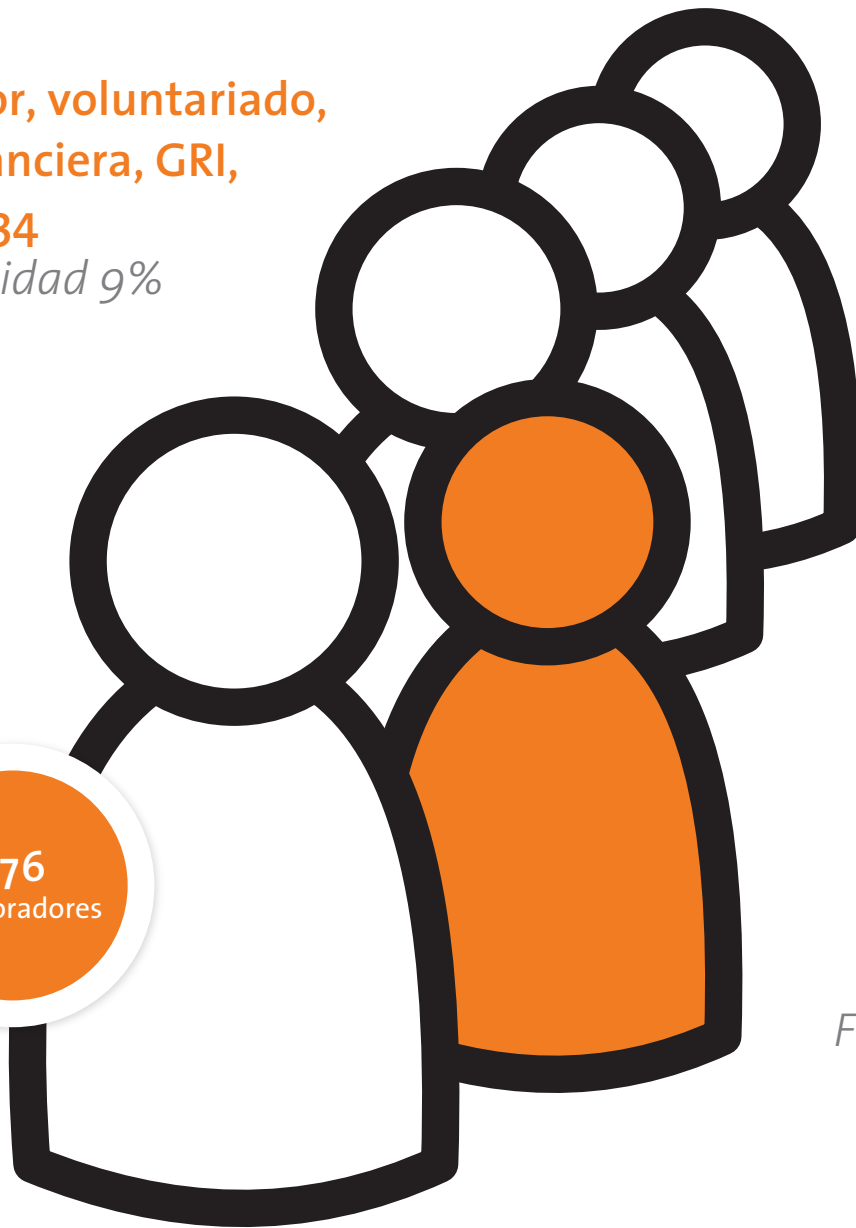
Siempre dispuestos - 68
Siempre dispuestos 18%

Emprendimiento - 34
Ventures 9%



Salud ocupacional - 141
*Brigadistas, COPASO
líderes pausas activas 38%*

Voluntariado por día - 22
Fundación Ana Restrepo del Corral 6%



Nuestro aporte económico.

Helm apoya iniciativas para mejorar la calidad de vida de la población menos favorecida.

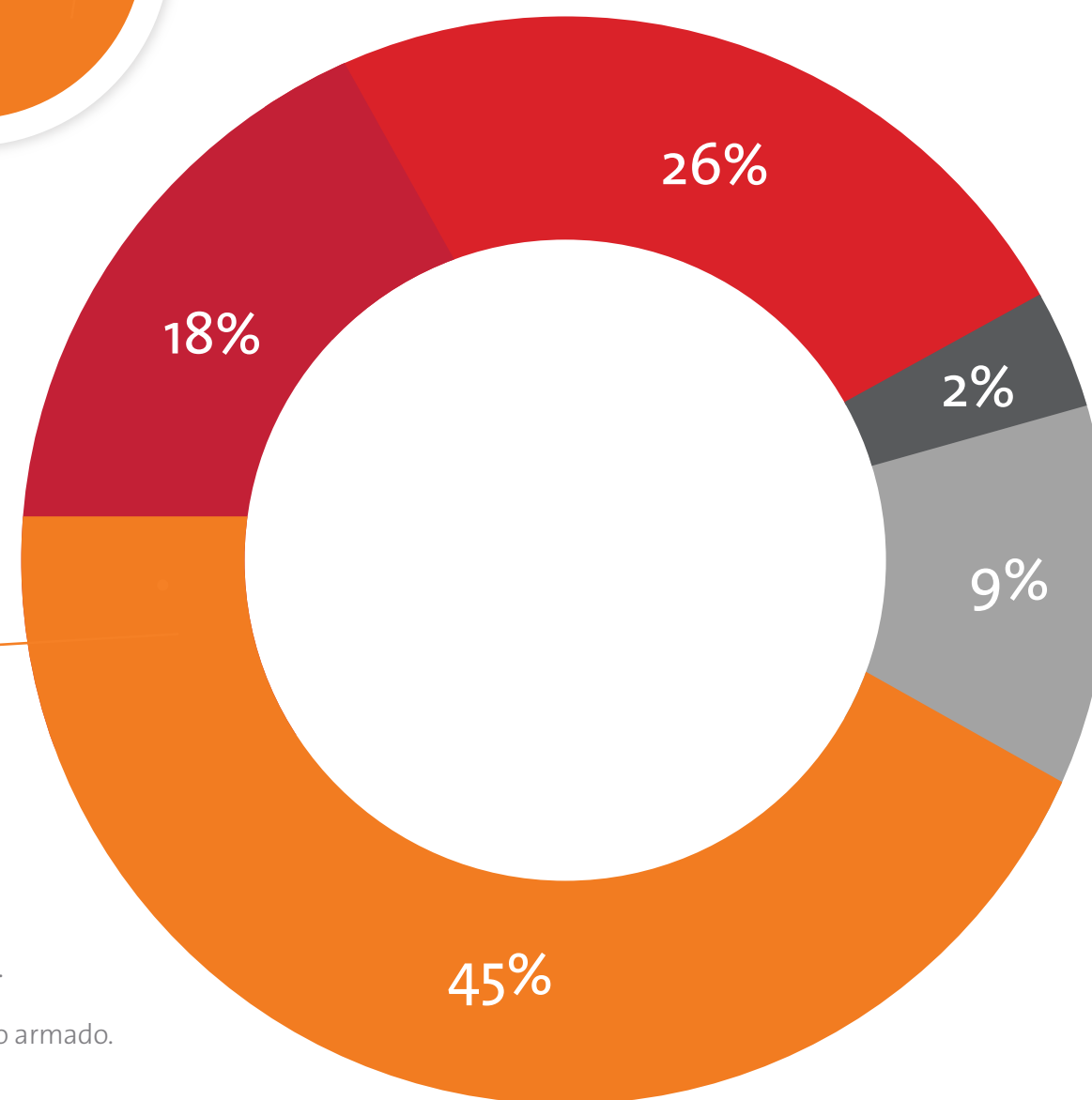
En 2011 Helm se unió a las soluciones para los afectados por la ola invernal y apoyó la campaña “Dona un kit escolar por los damnificados del invierno”, impulsada por Colombia Humanitaria y el Ministerio de Educación Nacional. De esta manera se entregaron 623 kits escolares a niños de la Institución Educativa de Las Boquillas, en Mompox, Bolívar. También se efectuaron aportes a organizaciones aliadas en beneficio de la población menos favorecida, la educación y la protección a la niñez.

Distribución de aportes de inversión social 2011 por sector beneficiado (GRI EC8)

778.3 MM COP

Esta información se publica para dar cumplimiento al Decreto 3341 de 2009 ver Anexo (Inversión Social 2011)

- Educación.
- Otros.
- Protección a la niñez.
- Salud.
- Víctimas del conflicto armado.



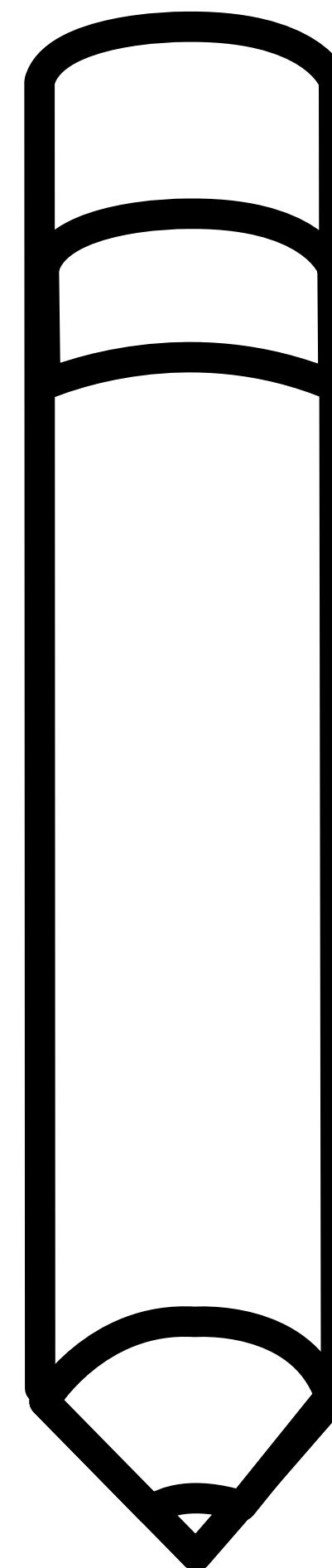
1. Educación.

Fundación Formemos **Café con sentido social**

En desarrollo de iniciativas de negocios inclusivos con organizaciones aliadas, **Helm** estableció la compra regular del café que degustan sus colaboradores y clientes a la Fundación Formemos. Con esta negociación, que representó para la fundación el 35% de sus ingresos en el año, se beneficiaron en forma directa los 120 niños del Centro Educativo Formemos, ubicado en el Municipio de Tena. Además, los egresados y campesinos de la región que adelantan proyectos de cultivo de café. Con aportes adicionales de Helm, la Fundación adelanta programas para beneficiar a los niños con sostenimiento, nutrición, alojamiento, educación y formación agrícola.

Fundación **Ana Restrepo del Corral**

Helm fue patrocinador plata de la 10ª COPA TEAM DE GOLF, torneo efectuado en el mes de mayo. Este evento le permitió a la fundación incrementar sus ingresos anuales frente al año anterior y atender a 850 niños de escasos recursos en acceso a educación preescolar, primaria, secundaria y media-técnica; y capacitación en competencias y preparación para el ingreso a la vida laboral.



2. Protección a la niñez.

Fundación **Ayuda a la Infancia, Hogares Bambi**

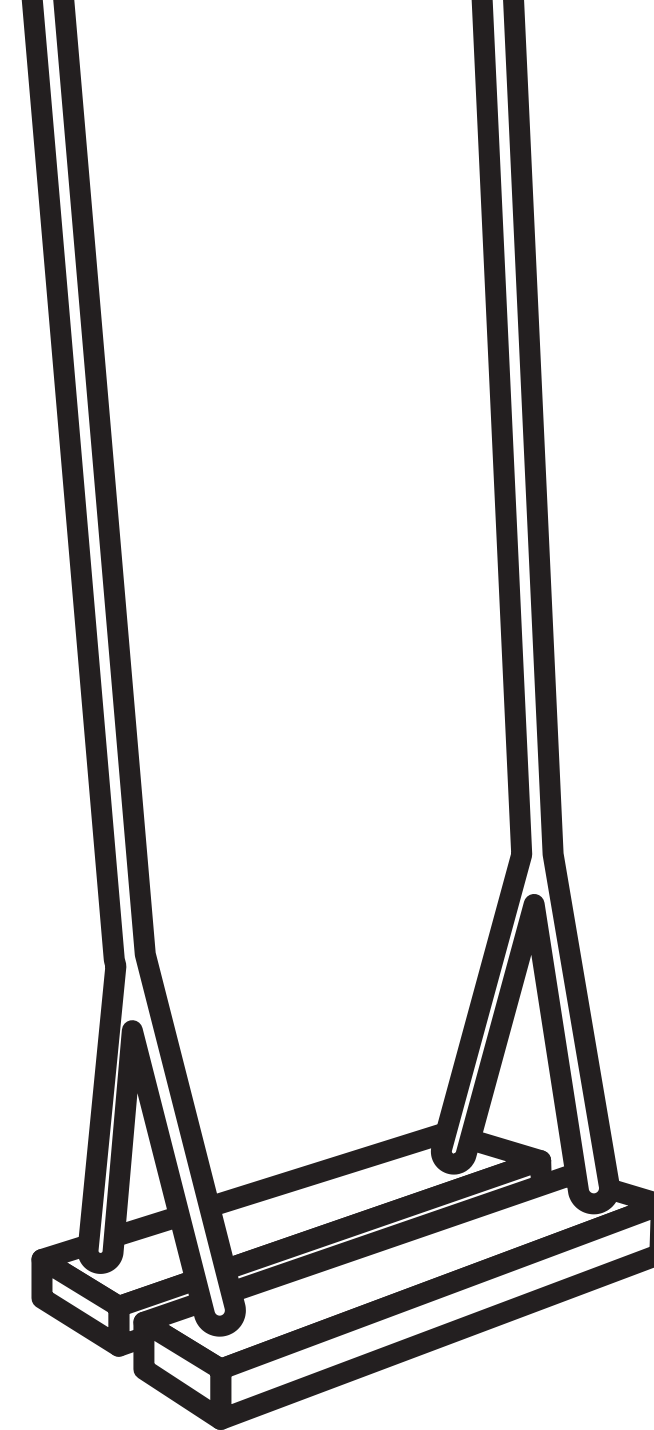
Protección a niños en situación de riesgo social.

Esta fundación promueve la protección de los derechos de los niños y atiende a 420 infantes en todo el país con apoyo directo a sus familias mediante el Programa de Mejoramiento de las Condiciones Socioeconómicas de la Familia (PROMEFA). Su trabajo se basa en tres ejes fundamentales de emprendimiento: proyecto de vida, capacitación para el trabajo y gestión empresarial. **Helm** apoya su labor desde hace varios años con aportes económicos: en 2011 este apoyo logró beneficiar a más de 80 niños menores de 5 años y les entregó a cada uno un uniforme completo (sudadera y calzado) para su interacción al interior de la Fundación.

Fundación **Juan Felipe Gómez Escobar**

La actividad de esta fundación está centrada en el mejoramiento de la calidad de vida de la población infantil y de las madres adolescentes en la ciudad de Cartagena.

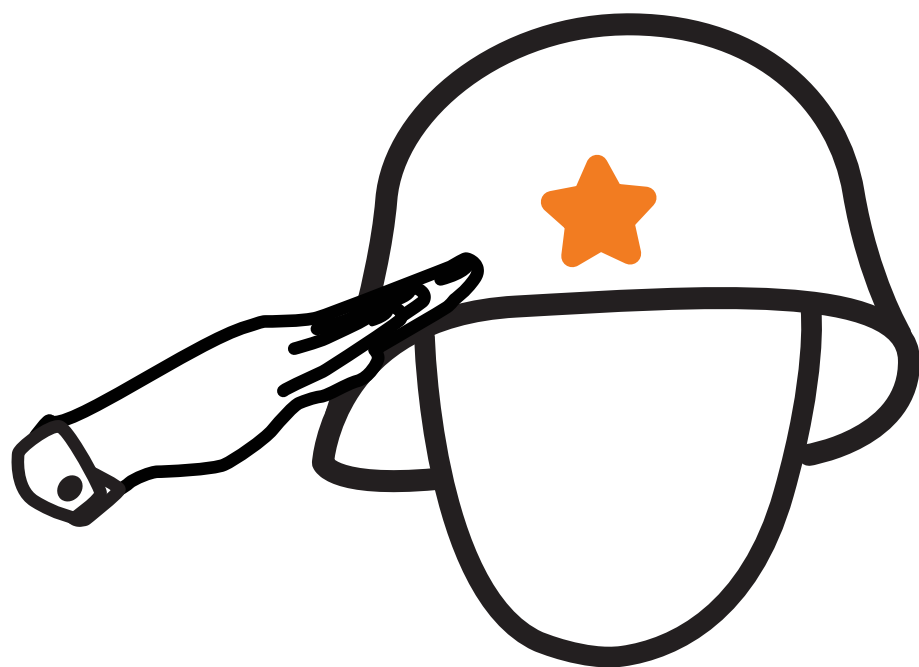
Para la consecución de recursos en 2011 Helm fue uno de los patrocinadores oficiales del IV Torneo TOP CUP de la fundación, realizado en el mes de marzo. Los recursos de la fundación fueron destinados principalmente a la atención de un promedio de 12.000 pacientes en su Centro Médico Juan Felipe IPS. El 87% de los niños atendidos rondan entre los 0 y 4 años de edad. También atendió a 114 jóvenes adolescentes en orientación y capacitación en actividades productivas. En el Plan padrino de cunas se beneficiaron 260 bebés y se dio continuidad al programa Escuela para padres; se capacitaron, en sesiones de cuatro talleres, un total de 117 madres y padres adscritos en el programa.



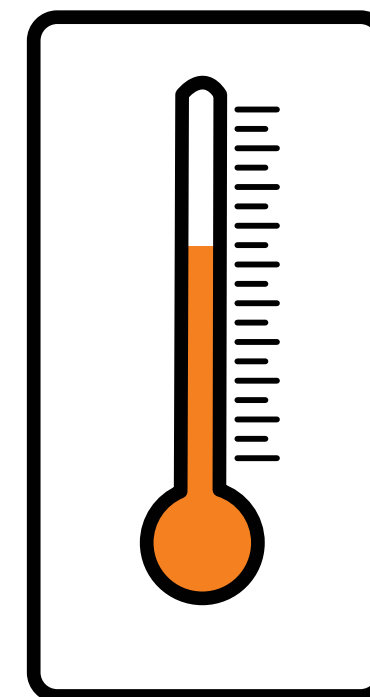
3. Militares heridos en combate.

Apoyados en **Helm** Fiduciaria, empresa del grupo, en 2011 continuó el apoyo a la Campaña del Soldado Herido, liderada por la W Radio, cuya promoción hace Helm desde 2006. La campaña recoge cada año recursos para entregárselos al grupo de soldados de las Fuerzas Armadas de Colombia que han sido heridos en combate.

Al cierre de la campaña, en 2011, el recaudo alcanzó \$2.505 millones (52% mayor a 2010) los cuales fueron aportados por 1.823 donantes entre aliados, clientes, proveedores, colaboradores y la sociedad en general, para beneficiar a 300 militares, entre ellos soldados, infantes de marina y policías.



4. Salud.



Helm contribuye al mejoramiento de la salud de la población a través de aportes significativos a entidades líderes que apoyan a pacientes de escasos recursos.

Como aliado de la Fundación Ellen Riegner de Casas, participó en el sexto torneo de golf pro apoyo a pacientes enfermos de cáncer de bajos recursos, el cual beneficia a más de 1.900 pacientes en el año.

Helm apoyó la “Carrera Atlética Nacional” con participación de pacientes de rehabilitación cardiaca en todo el país. La carrera fue organizada por la Fundación Cardio Infantil. Así mismo, en dichas instalaciones hay una oficina para atender al nicho de profesionales de la salud “Helm Special”.

De la misma manera, en 2011 se continuó con el apoyo al Centro de Rehabilitación para Adultos Ciegos (CRAC), con aporte para la celebración de los 50 años del voluntariado. El evento beneficia a las personas ciegas o con una severa discapacidad visual.

5. Otros aportes.

El 19% de la inversión social en 2011 fue realizada a otros sectores catalogados como menos favorecidos en el país por su difícil condición y falta de oportunidades. Fue canalizada a través de fundaciones de apoyo a la cultura, a los adultos mayores y a las comunidades afectadas por la violencia, entre otras.

Se resalta en el año la participación de Carmiña Ferro, presidente de Helm, quien como Presidente de la Junta Directiva de la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia (Asobancaria), y en alianza con el Plan Padrino de la Alta Consejería Presidencial de Programas Especiales, entregó en Belén, Nariño, obras de infraestructura escolar por más de \$270 millones. La ceremonia de entrega oficial del proyecto también contó con la presencia de la presidenta de Asobancaria María Mercedes Cuéllar, la Primera Dama de la Nación María Clemencia Rodríguez de Santos, exgobernador del departamento de Nariño Antonio Navarro Wolf, y los representantes de la Fundación Julio Mario Santo Domingo, ejecutora del proyecto, del gobierno local y de la institución beneficiada.

Anexo Inversión Social 2011

08

Amamos nuestro planeta.

Desarrollo Ambiental.



Cuidado y desarrollo ambiental.

La promoción del cuidado y desarrollo ambiental es un eje fundamental transversal de la estrategia corporativa de **Helm**; se busca asegurar la sostenibilidad de los recursos y el bienestar de la sociedad.

Se implementa a través de tres pilares:

1. Eficiencia de los procesos internos para disminuir el impacto.
2. Aplicación de prácticas ambientales en la cadena de suministro.
3. Financiación de proyectos que contribuyen al crecimiento sostenible de los clientes.

Para facilitar el cumplimiento y el despliegue de este objetivo se constituyó el Comité Ambiental, conformado con colaboradores de diferentes áreas.

Con el fin de ir un paso adelante del cumplimiento normativo, en 2011 Helm participó en el programa Gestión Ambiental Empresarial (GAE) y obtuvo la certificación Nivel II Promoción para la Producción y Consumo Sostenible (PPYCS).



1. Eficiencia de procesos internos para disminuir el impacto

Para apoyar la eficiencia en procesos internos y disminuir su impacto, **Helm** estructuró su programa de Ecoeficiencia, el cual constituye una herramienta para disminuir y prevenir los impactos ambientales de la organización.

Componentes en Ecoeficiencia

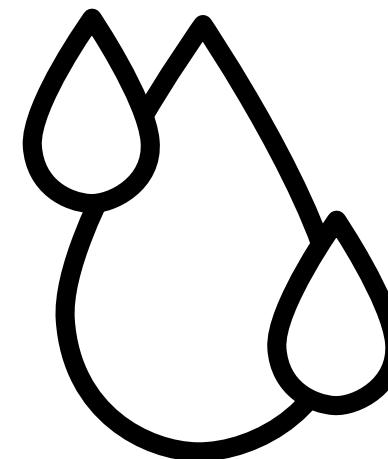
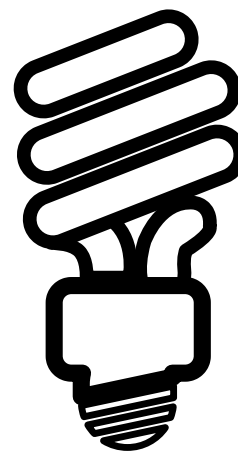
Energía

La fuente primaria de energía utilizada es eléctrica y se obtiene a través de los comercializadores nacionales. La variación de consumo entre 2011 y 2010 presentó disminución del 1.6% Kw per cápita. Este resultado se consiguió con la implementación de proyectos de ahorro energético con cambios de bombillos eficientes en uso de energía y el uso de LED, uso de sensores de permanencia, campañas para apagado de zonas donde no se requiere iluminación 7x24 y de sensibilización para colaboradores.

Adicionalmente, se cambió el sistema de aire acondicionado central a sistema de compresor variable y se introdujeron materiales ecoamigables en fachadas y recubrimientos internos que mejoran el confort de los espacios de trabajo y reducen el uso de aires acondicionados. (GRI EN1 - EN3 – EN5).

Agua

El uso eficiente del agua permitió en 2011 una reducción del consumo del 7.59% M³ per cápita en relación al 2010. Se logró la implementación de proyectos de ahorro, como la instalación de aparatos sanitarios eficientes con variación de consumo de agua de acuerdo con la necesidad, la instalación de aparatos secos que utilizan medios alternativos en la descomposición de fluidos, griferías ecoeficientes que regulan presión y cantidad de agua en lavamanos, y campañas específicas de educación, talleres con los colaboradores y alianzas estratégicas. (GRI EN1 – EN8)



Residuos, emisiones y vertidos

Residuos

REDUCE - REUTILIZA - RECICLA es una campaña permanente que involucra y compromete a los funcionarios con la correcta disposición de residuos. Con esta iniciativa se evitó enviar al relleno 28.698 kilos de material recuperable en alianza con Kimberly-Clark. Además se realizó la recolección de 338 tonners en alianza con Hewlett Packard dentro de su programa Planet Partners (GRI EN27).



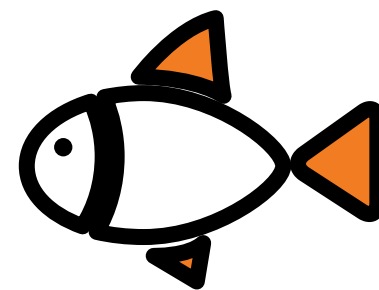
Emisiones

Los volúmenes de gases generados a la atmosfera son marginales y transitorios. La utilización de energías indirectas se hace únicamente en los sistemas de contingencia en caso de falla en el suministro local de energía eléctrica. El consumo total de ACPM en el año fue de 1.969 galones, el cual disminuyó en un 14.98% en relación con 2010 (GRI EN4). Adicionalmente, los equipos de aire acondicionado instalados a partir de 2010 utilizan refrigerante ecológico R410, el cual no es nocivo para el ambiente.



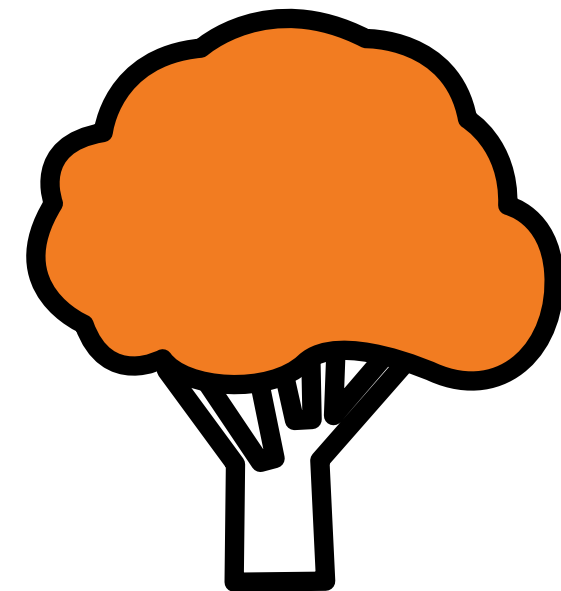
Vertidos

Teniendo en cuenta la naturaleza del negocio, se identifica que el impacto en la toma de agua así como en su desecho es bastante bajo. En consideración a la calidad de agua a entregar al sistema de alcantarillado de cada ciudad, se contempla la implementación en el futuro de un sistema de recolección de aguas servidas que se puedan reciclar dentro de los circuitos hídricos de las instalaciones. Esta iniciativa apunta a integrarse en desarrollos en instalaciones propias (GRI EN21).



Impresiona sin Imprimir

Este programa busca reducir el consumo de papel y tintas al interior de la organización. En el año se obtuvo reducción del 26.85% de impresiones frente a 2010. Como complemento, se desarrollaron campañas externas con los clientes para promover el uso de extractos electrónicos y con los proveedores para el uso de cotizaciones electrónicas (GRI EN1).



Productos Amigables con el Medio Ambiente (PAMAS)

Este programa tiene como objetivo introducir o reemplazar insumos utilizados en la actualidad, de acuerdo con las evaluaciones económicas y de desempeño, por productos amigables con el medio ambiente. En 2011 se reemplazaron 71 productos que equivalen a 112.000 formas y suministros (promedio mensual) tales como resmas de papel (se utilizaron 10.838 resmas) y la publicidad para clientes. Los productos se elaboraron a partir del bagazo de caña, cuadernos de papel 100% reciclado, esferos reciclables, vasos de papel y botellas 100% biodegradables en las oficinas.

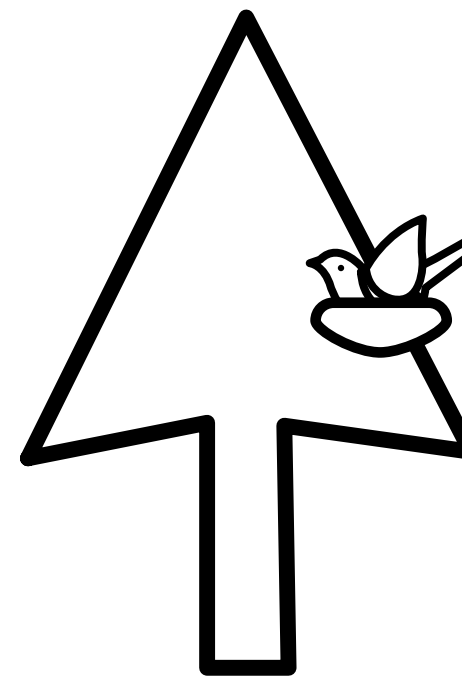
Comunicaciones y educación ambiental

Campañas 2011

- 23 de febrero, día de no impresión: para celebrar este día en el grupo financiero creó la campaña “Una impresión menos, es una hoja más”, la cual logró aportar un 10% menos de impresiones en el primer semestre de 2011.
- 22 de marzo, día internacional del agua: este día se hizo la campaña “Celébralo todos los días tomando acciones desde hoy en tu hogar y oficina”.
- 26 de marzo, hora 60 del planeta: “La hora 60 del planeta, apaga la luz enciende el planeta”, campaña

liderada por la WWF con el objetivo de apagar las luces por una hora para hacer un llamado de atención sobre el ahorro de energía y el calentamiento global. Se contó con la participación de 200 colaboradores activos en la campaña y con la de 17 proveedores.

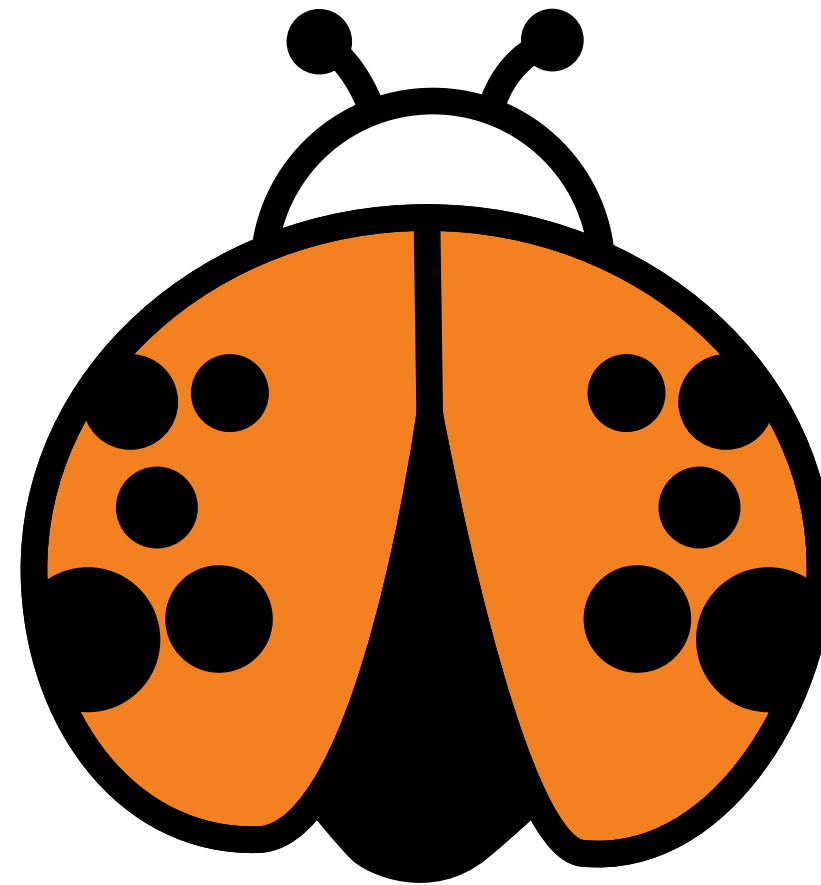
- 22 de abril, día mundial de la Tierra: “Tú dejas huella en el planeta”. Esta campaña se realizó para involucrar a los funcionarios en la medición de la huella ambiental al responder un test.
- 17 de mayo, día internacional del reciclaje: mediante la campaña REDUCE - REUTILIZA - RECICLA se logró que los funcionarios del grupo financiero se involucraran en la actividad de reutilizar, “campaña del usado”, para apoyar a la Fundación Formemos.
- 5 de junio, día internacional del medio ambiente: se desarrolló la semana medioambiental, con el apoyo de Kimberly, ARP Bolívar y la Fundación Luna Lunar, mediante capacitaciones y sensibilización a más de 350 colaboradores en temas de optimización de los recursos, el calentamiento global y la correcta clasificación de residuos (GRI - FS4).



Biodiversidad

El desarrollo de la actividad de **Helm** se concentra en las zonas urbanas, sin impacto directo sobre ecosistemas terrestres o marinos y zonas protegidas. Las oficinas de Helm cumplen con las regulaciones locales para su operación: licencias de construcción, normatividad en usos del suelo, licencias de funcionamiento que incluyen sanidad y bomberos, además de lo requerido por las Cámaras de Comercio en cada ciudad y por la Superintendencia Financiera.

Como medida de mitigación con la disposición de desechos o escombros residuales de las obras de infraestructura, actualmente se exige a los proveedores involucrados en esta actividad la certificación de destino de los desechos para cada una de las obras realizadas, lo cual forma parte expresa de los contratos de trabajo de esta actividad.



2. Aplicación de prácticas ambientales en la cadena de suministro

Helm incentiva las buenas prácticas en la cadena de suministro y busca generar un crecimiento sostenible de los diferentes sectores, para lo cual se trabaja en exigencias de cuidado ambiental a través de la formalización de 226 contratos firmados y 5.981 órdenes de compra que incluyen cláusulas concretas de sostenibilidad. Así mismo, se conformaron alianzas estratégicas con 20 proveedores para la iniciativa de Productos Amigables con el Medio Ambiente (PAMAS).

En 2011 se llevaron a cabo sesiones de capacitación en sostenibilidad con 26 proveedores en Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) y con 14 funcionarios de los proveedores. Para promover las buenas prácticas se inició el Programa de Desarrollo de Proveedores que involucró a 16 aliados estratégicos en el Programa de Gestión Ambiental Empresarial (GAE).

3. Financiación de proyectos que contribuyen al crecimiento sostenible de los clientes de Helm

Con el fin de promover el cuidado y el desarrollo ambiental de sus clientes, Helm trabaja en tres frentes principales:

- Análisis de riesgos ambientales y sociales en la financiación de proyectos.
- Estructuración de líneas para apoyar la financiación de proyectos de desarrollo sostenible de los clientes.
- Intercambio de mejores prácticas.



09

Nos gustan las cuentas claras.

Desempeño financiero.

Desempeño financiero

Helm Bank, conforme al comportamiento de la economía colombiana, mantiene utilidades positivas con base en la continuidad de sus estrategias comerciales y de servicio, acompañadas de adecuados controles de riesgo, ya que sigue políticas conservadoras establecidas en este frente. En el cumplimiento de las metas trazadas destacamos:

- Un resultado positivo en la utilidad neta del Banco al alcanzar \$129.501 millones en 2011. El comportamiento se deriva del desempeño positivo de la cartera de crédito, un adecuado manejo del riesgo y el mejoramiento de las políticas de recaudo y normalización de activos, lo cual se refleja en menores provisiones de cartera. Lo anterior acompañado de buenos resultados en las filiales y mesas financieras.
- La recomposición del portafolio de colocaciones incrementó la participación de consumo y leasing en 3.4 puntos porcentuales alcanzando un 37.5% dentro de la mezcla. Las líneas más rentables, cartera de consumo y leasing, mostraron crecimientos del 17.2% y 29.7% respectivamente frente a la cartera comercial que mostró un 7.8%. La cartera bruta del Banco creció 13.6% en el último año, al pasar de \$7.36 billones en diciembre de 2010 a \$8.36 billones al cierre del 2011.
- Los niveles adecuados de calidad y cobertura en la cartera de crédito, con indicadores del 1.8% y 197.5% respectivamente en el acumulado a diciembre, hicieron que Helm ocupara los primeros puestos dentro del ranking del sector.
- Hubo una exitosa emisión de bonos ordinarios del banco en agosto de 2011. El banco acudió por tercera vez al mercado de capitales con una colocación que fue demandada 3.8 veces frente a lo ofrecido y 2.5 veces respecto a lo adjudicado.
- La solvencia del 11.08% en diciembre de 2011, ubicó a Helm 208 pbs. por encima del mínimo exigido por la Superintendencia Financiera de Colombia.
- Se incrementó el 11.7% la base de clientes frente a diciembre de 2010.
- Se obtuvo la calificación de la deuda de largo plazo de “AA+ con perspectiva estable” y la máxima calificación F1+ (Nivel alto) a la deuda de corto plazo, de acuerdo con Fitch Ratings de Colombia.



Principales cifras financieras

Resultados y balance	Dic. 10	Dic.11
Margen financiero bruto	501.656	600.195
Utilidad neta	120.355	129.501
Activos totales	9'822.622	11'444.171
Cartera bruta	7'356.818	8'360.805
Comercial	6'362.130	7'180.228
Consumo	994.688	1'180.578
Depósitos	6'440.914	7'945.650
Patrimonio	1'087.245	1'198.656

*Cifras acumuladas I semestre del año para MFB y utilidad

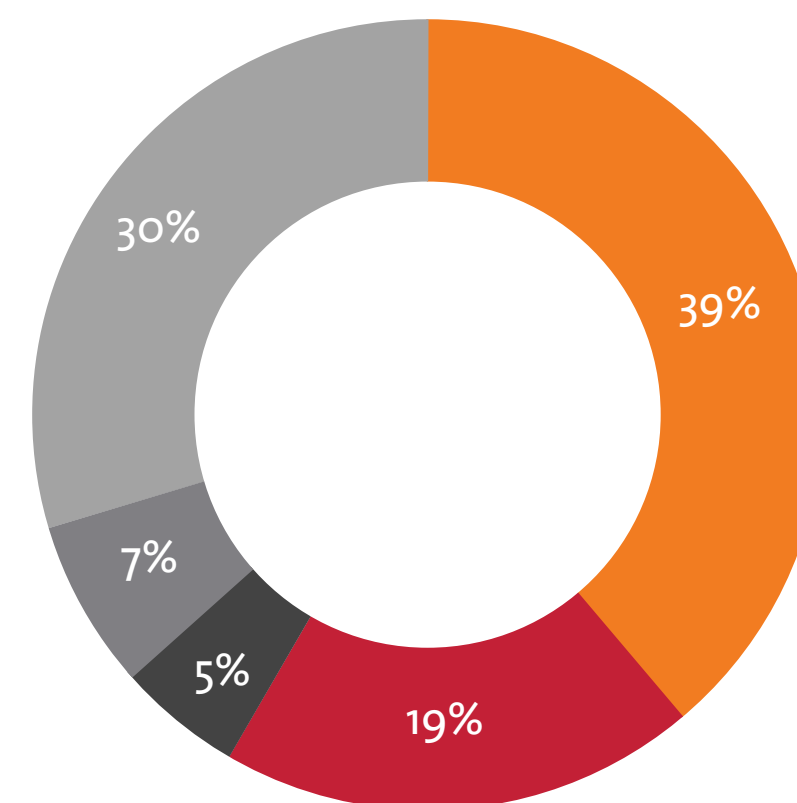
*COP \$ millones.

Indicadores financieros	Dic. 10	Dic.11
Rentabilidad del activo promedio (E.A.)	1.53%	1.20%
Rentabilidad del patrimonio promedio (E.A.)	11.41%	11.39%
Calidad de cartera (cartera vencida/cartera bruta)	2.49%	1.83%
Cobertura de cartera (provisiones/cartera bruta)	160.19%	197.54%
Absorción (gastos operacionales/margen financiero bruto)	62.03%	63.92%
Solvencia	11.67%	11.08%
Número de empleados	2.027	2.268

*Cifras en Millones COP

Margen* financiero neto por Segmento.

- Corporativa
- Empresarial
- PYMES
- Privada
- Personal



*Margen Financiero Bruto menos gastos de provisión de cartera

Resultados de Filiales

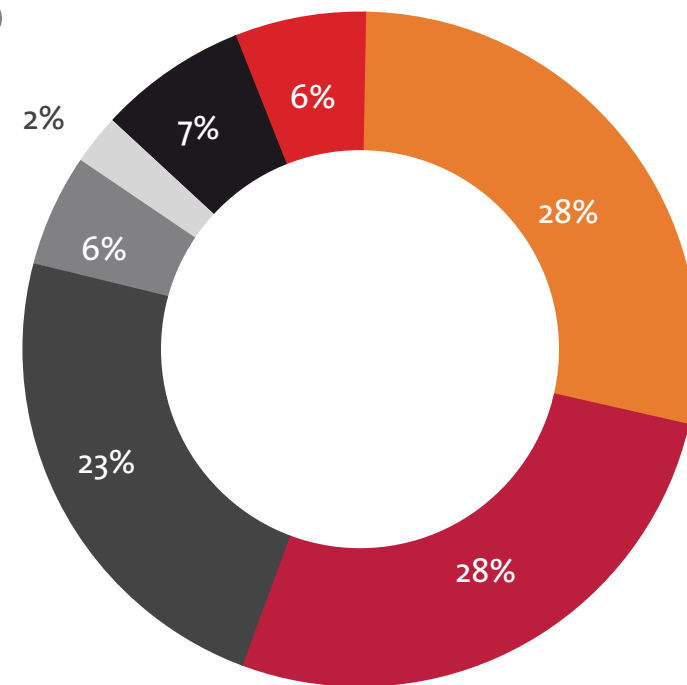
Filiales Dic-2011	Utilidades	Activos	Patrimonio
Helm Bank Panamá	16.325	1.323.576	102.948
Helm Fiduciaria	7.713	40.587	36.015
Helm Bank Cayman	5.964	400.050	44.513
Helm comisionista de bolsa	937	19.575	15.135

* Activos fideicomitidos \$3.22 billones a noviembre de 2011.

* En Millones de COP

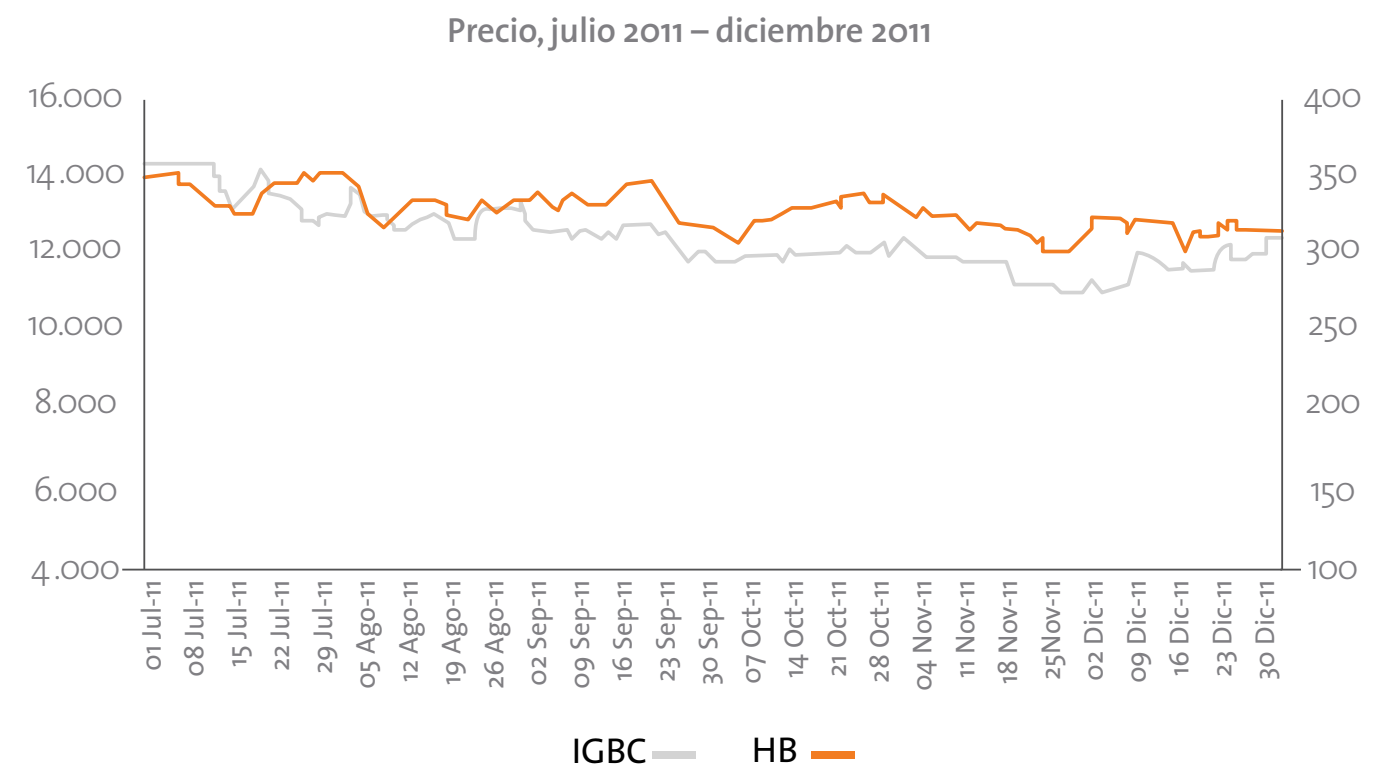
Acción preferencial.

Composición accionaria Helm Bank 4'372.460.950



- Inversiones Timón.
- Comercial Camacho Gómez.
- Inversión Carrón.
- Kresge Stock Molding Co.
- Otros ordinarios.
- Fondos de pensiones*.
- Otros preferenciales.

*Se incluyen todos los portafolios de los fondos de pensiones.



Fuente: Bolsa de Valores de Colombia (BVC)

Valor económico directo y distribuido (GRI EC1)

TABLA VEG+D Miles de Millones			
Concepto	Descripción	2010	2011
Ingresos	Ventas netas	397.302	471.541
	Inversiones financieras	52.892	89.321
	Venta de activos	89	1.936
Valor económico generado	.	450.283	562.798
Costos operativos	Gastos operativos	128.070	176.684
Salarios y beneficios	Nómina	71.362	80.763
	Beneficios sociales	64.068	67.965
Pago proveedores	Dividendos (ordinarios)	65.879	68.608
	Dividendos (preferentes)	10.634	10.676
Pagos a al gobierno	Impuestos	42.840	104.572
	Sanciones	123	1.903
Inversiones en comunidad	Donaciones voluntarias	1.864	778
Valor económico distribuido	.	384.840	511.950
Total	.	65.443	50.848

Como parte de nuestro compromiso con los accionistas del Banco, Helm Bank divulga mensualmente a empleados, clientes e inversionistas sus resultados operativos.

Para mayor información consulta nuestro informe de gestión en www.grupohelm.com

Razonabilidad de la Información

En cumplimiento del artículo 47 de la Ley 964 de 2005, la institución cuenta con adecuados mecanismos de validación que le permiten velar por la razonabilidad de la información financiera que se encuentra plasmada en los estados financieros, los cuales son fiel reflejo de los libros de contabilidad.

Siguiendo la metodología GRI, **Helm** está desarrollando mecanismos que le permitan validar y velar por la razonabilidad de la información social y medioambiental.

Los invitamos a conocer más sobre nuestros retos, desafíos y logros en www.grupohelm.com. Esperamos que nos compartan sus opiniones y sugerencias al correo helmplaneta@grupohelm.com. “La generación de espacios para el dialogo contribuye al aprendizaje, la identificación de sinergias y a sumar esfuerzos de todos sectores para lograr la paz y construir un mejor futuro para nuestros hijos”(1)

(1) Carta de la presidenta.

10

Relación Indicadores.

Global Reporting Initiative (GRI).
Communication on Progress (CoP) Global Compact

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Desempeño económico.	EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Valor económico directo.	\$Millones	65,443	50,848	-22.30%	84
	EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Número de líneas de productos enfocadas a la sostenibilidad ambiental.	Número	0	0	0.00%	
	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Variación número de empleados.	Porcentaje	2,024	2,268	12.06%	53
	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Pago sistema general de pensiones.	Porcentaje	15,519	19,112	23.15%	56
	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Porcentaje planta temporales.	Porcentaje	17.99%	12.00%	-33.30%	
	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Variación Inversión en capacitación de funcionarios.	Porcentaje	1,363	2,191	60.72%	54
	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Variación Inversión programa de Bienestar Social.	\$Millones	389	379	-2.59%	56
	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Variación Numero de empleados en medicina prepagada.	Número	ND	7%	0.00%	56
	EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Variación de Ayudas financieras recibidas de gobiernos.	\$Millones	0	0	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Presencia en el mercado.	EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Relación salario mínimo legal vigente frente al salario mínimo de vinculación.	Porcentaje	ND	ND	0.00%	
	EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Proporción proveedores locales.	Porcentaje	97.86%	98.85%	1.01%	52
	EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Proporción pagos a proveedores locales.	Porcentaje	99.45%	99.41%	-0.04%	52
	EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Porcentaje directivos locales.	Porcentaje	100%	100%	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Impactos Económicos Indirectos	EC8	Desarrollo e impacto de infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	Valor donaciones en dinero o en especie a la comunidad.	\$Millones	1,864	778	-58.26%	66
	EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Número de puestos de trabajo por apertura de oficinas.	Número	ND	86	0.00%	51

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Activismo Accionarial	FS10	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	Número total de filiales con las que se comparte temas medioambientales y sociales.	Porcentaje	43.00%	100.00%	132.56%	15
	FS11	Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	Número de clientes PJ evaluados en temas ambientales y sociales.	Número	ND	ND	0.00%	
	FS12	Política(s) de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	Políticas de voto en temas sociales y ambientales con las filiales.	Número	100%	100%	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Practicas de Inversión y abastecimiento	HR1	Porcentaje y No total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Variación número de beneficios otorgados.	Número / porcentaje	13,529	15,091	11.55%	
	HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	Número de contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Número / porcentaje	ND	28	0.00%	52
	HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados. No discriminación.	Funcionarios formados en materia de derechos humanos.	Número	ND	ND	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

No discriminación	HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Número de incidentes discriminatorios.	Número	ND	ND		
-------------------	-----	---	--	--------	----	----	--	--

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

Libertad de asociación y convenios colectivos	HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos y medidas adoptadas para resolver estos derechos.	Variación número de empleados en pacto colectivo.	Número / porcentaje	2024	2268	12.06%	
---	-----	---	---	---------------------	------	------	--------	--

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

Trabajo Infantil	HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Porcentaje de vinculación personas menores.	Número / porcentaje	0	0	0.00%	
------------------	-----	---	---	---------------------	---	---	-------	--

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

Trabajos forzados	HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Variación pago compensatorio horas extras.	\$Millones	936	770	-17.69%	
-------------------	-----	--	--	------------	-----	-----	---------	--

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Practicas de seguridad	HR8	Porcentaje de personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Porcentaje de personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos en aspectos de derechos humanos.	Número / porcentaje	100.00%	100.00%	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Derecho de los indígenas	HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Número de incidentes relacionado con violación de los derechos de los indígenas.	Número	0	0	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Cartera de Productos.	FS1	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio.	Políticas sociales y ambientales aplicadas a productos activos.	Número	ND	ND	0.00%	
	FS1	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio.	Políticas sociales y ambientales aplicadas a productos pasivos.	Número	ND	ND	0.00%	
	FS2	Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio.	Procesos y procedimientos para evaluar riesgos sociales y ambientales en productos activos.	Número	ND	ND	0.00%	

Cartera de Productos.	FS2	Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio.	Procesos y procedimientos para evaluar riesgos sociales y ambientales en productos pasivos.	Número	ND	ND	0.00%	
	FS3	Procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos y transacciones.	Número de visitas de seguimiento efectuadas a clientes.	Número	ND	ND	0.00%	
	FS3	Procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos y transacciones.	Número de visitas de seguimiento efectuadas a proveedores.	Número	ND	22	0.00%	52
	FS4	Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio .	Número de campañas ambientales realizadas.	Número	ND	6	0.00%	76
	FS4	Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio .	Número de campañas sociales realizadas.	Número	4	5	25.00%	65
	FS5	Interacciones con clientes/sociedades participadas /socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales.	Número de iniciativas en temas ambientales y sociales con clientes.	Número	ND	ND	0.00%	
	FS5	Interacciones con clientes/sociedades participadas /socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales.	Número de iniciativas en temas ambientales sociales con proveedores.	Número	0	75	0.00%	53
	FS5	Interacciones con clientes/sociedades participadas /socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales.	Número de iniciativas en temas ambientales sociales con filiales.	Número	0	3	0.00%	
	FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: microempresas/PYMEs/grandes) y el sector de actividad.	Porcentaje de la cartera por líneas de negocio.	Millones / porcentaje	7,313,269	8,505,781	16.31%	40
	FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	Valor monetario de producto con beneficio social.	\$Millones	ND	251,757	0.00%	40

Cartera de Productos.

FS8

Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.

Valor monetario de producto con beneficio ambiental.

Millones

ND

78,840

0.00%

40

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

Etiquetado de productos y servicios

FS15

Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros.

Políticas de productos y servicios.

Número

ND

ND

0.00%

FS16

Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.

Iniciativas de educación financiera.

Número

ND

3

0.00%

47

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

Salud y Seguridad del Cliente

PR1

Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.

Número de productos pasivos con ciclo de vida definido.

Número

ND

ND

0.00%

PR1

Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.

Número de productos activos con ciclo de vida definido.

Número

ND

ND

0.00%

PR2

Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.

Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal a los impactos de los productos y servicios.

Número

ND

ND

0.00%

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Etiquetado de Productos y Servicios	PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Productos activos reportados a la Super financiera.	Porcentaje	100%	100%	0.00%	
	PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Productos pasivos reportados a la Super financiera.	Porcentaje	100%	100%	0.00%	
	PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Número de incumplimientos de etiquetado de productos.	Número	3,424	2,545	-25.67%	50
	PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Evolución en la encuesta de satisfacción interno CIV.	Porcentaje	89	89	0.00%	
	PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Evolución en la encuesta de satisfacción sectorial CIV.	Porcentaje	79	80.4	1.77%	49

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Comunicaciones de Marketing	PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Número de campañas que cumplen las leyes y estándares establecidos..	Porcentaje	100%	100%	0.00%	
	PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Número de incidentes por incumplimiento en producto.	Número	14,809	11,262	-23.95%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Privacidad del cliente	PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Número total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad.	Número	27	24	-11.11%	
	PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Valor de las multas por incumplimiento en productos y servicios.	\$Millones	5	11	108.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Materiales	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Consumo de Energía Per cápita.	Kw	3,278	3,225	-1,62%	73
	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Consumo de Agua Per cápita.	M ³	17	15	-7.59%	73
	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Valor consumo de Agua Per Cápita.	Pesos	87,451	85,522	-2.20%	
	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Consumo de agua.	M ³	33,559	34,751	3.55%	
	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Valor consumo de energía.	\$Millones	2,097	2,328	11.02%	

Materiales	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Número de impresiones.	Número	6,164,516	4.509.309	-26.85%	75
	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Consumo per cápita de formas.	\$Millones	35.78	31.74	-11.29%	
	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Consumo de resmas de Papel Per cápita.	Número	6.17	5.34	-13.50%	
	EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Porcentaje de los materiales utilizados en producto que son valorizados.	Porcentaje	100.00%	100.00%	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

Energía	EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Variación de consumo de energía por fuentes primarias.	Kw	8,969,672	9,455,586	5.42%	73
	EN4	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Consumo de combustible fuente de Energía Indirecta.	Galones	2,316	1,969	-14.98%	75
	EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Energía ahorrada por mejoras en procesos.	Kw	ND	308,976	0.00%	73
	EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	Número de Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables.	Número	ND	ND	0.00%	

Energía	EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía.	Número	NA	NA	0.00%	
	EN8	Captación total de agua por fuentes.	Consumo de agua.	M ³	33.559	34.751	3.55%	73
	EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Número	NA	NA	0.00%	
	EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Porcentaje de agua reciclada y reutilizada.	Porcentaje	NA	NA	0.00%	
	EN10	Porcentaje de agua reciclada y reutilizada.	Volumen total de agua reciclada y reutilizada.	M ³	NA	NA	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Biodiversidad	EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de reas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	Número de terrenos adyacentes a áreas naturales protegidas.	Número	NA	NA	0.00%	
	EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	Número de impactos significativos en la biodiversidad y áreas protegidas.	Número	NA	NA	0.00%	
	EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Hábitats protegidos o restaurados.	Número	NA	NA	0.00%	

Biodiversidad	EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Número de estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Número	0	1	0.00%
	EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales, y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	Número de especies amenazadas.	Número	NA	NA	0.00%

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Emisiones totales de gases efecto invernadero (huella de carbono).	Toneladas CO2	ND	ND (En construcción)	0.00%	
	EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Emisiones indirectas de gases efecto invernadero.	Toneladas CO2	0	0	0.00%	
	EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Número de iniciativas para reducir la emisión de gases efecto invernadero.	Número	0	2	0.00%	
	EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	Toneladas CO2	ND	ND	0.00%	
	EN20	NOx, SOx, y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	Emisiones atmosféricas significativas.	Toneladas CO2	ND	ND	0.00%	
	EN21	Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Vertidos totales de aguas residuales.	M ³	NA	NA	0.00%	75

Emisiones, Vertidos y Residuos	EN22	Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento.	Peso de los residuos generados.	Toneladas	ND	ND	0.00%
	EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Volumen de los derrames accidentales más significativos.	M ³	NA	NA	0.00%
	EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Número total de los derrames accidentales más significativos.	Número	NA	NA	0.00%
	EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea.	Toneladas	NA	NA	0.00%
	EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	Fuentes de agua afectadas significativamente por los vertidos de agua de la organización.	M ³	0	0	0.00%

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Productos y Servicios	EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios.	Número	5	13	160.00%	
	EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	Peso de los residuos seleccionados desde el origen para reciclar.	Toneladas	15,970	28,698	79.70%	74
	EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	Ingresos percibidos por el proceso de reciclaje	\$Millones	5.20	8.82	69.55%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Cumplimiento Normativo	EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Multas Ambientales.	Porcentaje	NA	NA	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Transporte	EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Toneladas CO2	ND	ND (en construcción)	0.00%	
	EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Total de gastos e inversiones ambientales.	\$Millones	20	4	-80.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Auditoría	FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	Implementación Políticas ambientales.	Porcentaje	8.99%	34.44%	283.19%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Empleo	LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Total empleados por región.	Número	2,024	2,268	12.06%	66
	LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Rotación media de empleados.	Número	7%	3%	-62.86%	
	LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Porcentaje de beneficios adicionales al salario / salario básico.	Número	0	0	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Relaciones Empresa/ Trabajadores	LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Número	100%	100%	0.00%	
	LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Número de capacitaciones relacionadas con cambios organizacionales.	Número	ND	ND	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Salud y Seguridad Laboral	LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	Porcentaje de trabajadores representados en el COPASO (Comité Paritario de Salud Ocupacional).	Número	100%	100%	0.00%	
	LA7	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Tasa de Ausentismo.	Porcentaje	0.46%	0.29%	-36.96%	
	LA7	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Número de víctimas mortales por causas laborales.	Número	0	0	0.00%	
	LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Porcentaje de funcionarios cubiertos en programas de prevención.	Porcentaje	ND	ND	0.00%	
	LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Horas de programas de prevención, control de riesgos.	Número	ND	ND	0.00%	
	LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Variación de auxilios otorgados a funcionarios en temas de seguridad y Salud.	Número/ Porcentaje	2,561	2,637	2.97%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Formación y Evaluación	LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Promedio de horas de capacitación por empleado.	Número Horas	64,230	77,239	38.81%	54-55

Formación y Evaluación	LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Inversión en programas de capacitación.	\$Millones	1,363	2,191	60.72%	55
	LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Porcentaje de empleados evaluados en desempeño y desarrollo profesional.	Porcentaje	98.91%	98.00%	-0.92%	56

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Porcentaje mujeres que conforma el comité ejecutivo y la junta directiva.	Número		25.00%	0.00%	14
	LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Porcentaje de funcionarios con edad superior a 45 años.	Número	8.00%	8.38%	4.67%	
	LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Variación salario base de los hombres frente al de las mujeres desglosado por cargos.	Porcentaje	ND	ND	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

Comunidad	SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	Valor por líneas de productos.	Número	ND	ND	0.00%	
-----------	-----	---	--------------------------------	--------	----	----	-------	--

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Corrupción	SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Porcentaje de unidades de negocio evaluadas.	Porcentaje	ND	ND	0.00%	
	SO3	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Variación de eventos de corrupción en cantidad y pesos.	Porcentaje	ND	ND	0.00%	
	SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	Porcentaje de funcionarios formados en políticas anticorrupción.	Porcentaje	100%	100%	0.00%	
	SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Porcentaje de medidas tomadas frente a incidentes de corrupción.	Porcentaje	ND	ND	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
Política Pública	SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying."	Número de agremiaciones a las cuales pertenece el Banco.	Número	12	15	25.00%	
	SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Aportaciones Financieras.	\$Millones	0	86	0.00%	
	SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Aportaciones Financieras.	Dólares	0	100,000	0.00%	

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

Comportamiento de competencia desleal

SO7

Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.

Número de acciones tomadas por practicas monopolísticas.

Número

0

0

0.00%

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

Cumplimiento Normativo

SO8

Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.

Valor monetario de las sanciones y multas significativas.

Millones de pesos

140

1,923

1271.94%

SO8

Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.

Número total de sanciones NO monetarias.

Número

0

0

0.00%

Aspecto	Ind	Descripción Indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	2010	2011	Var	Pág
---------	-----	-----------------------	----------------------	------------------	------	------	-----	-----

Comunidad

FS13

Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente.

Aumento cajeros automáticos.

Número

63

67

6.35%

FS13

Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente .

Cubrimiento oficinas del Banco a nivel nacional.

Variación

ND

-3.37%

0.00%

Comunidad	FS13	Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente.	Variación de número de transacciones realizadas por los canales virtuales dividido en el total de transacciones.	Número	44.62%	49.49%	10.92%	51
	FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.	Porcentaje de oficinas adaptadas al nuevo esquema de servicio.	Porcentaje	33.33%	41.38%	24.14%	51

INFORME INVERSION SOCIAL 2011

Empresa	Sector Beneficiado	Descripción de programa	Actividad	Periodo	Entidad Beneficiada
Helm Bank	Adultos mayores	Apoyo programa "Plan Canitas Pan Diario"	Protección al adulto mayor, mediante programas de bienestar social	I Semestre 2011 Febrero 9, Abril 13, Junio 13	PROVIDA
Helm Bank	Comunidad	Mejoramiento calidad de vida de los trabajadores Colombianos y en especial los del Club.	Mejoramiento calidad de vida de los trabajadores Colombianos y en especial los del Club.	II Semestre 2011 Julio 12	FUNDACION COUNTRY CLUB DE BOGOTA
Helm Bank	Damnificados Ola Invernal	Apoyo para reconstrucción de instalaciones, damnificados por ola invernal	Estimular los valores en la sociedad, el respeto a la dignidad de la persona, la solidaridad y la justicia social.	I Semestre 2011 Abril 13	ASOCIACION LA VOZ DE MARIA
Helm Bank	Damnificados Ola Invernal	Apoyo a la Campaña "Colombia Humanitaria"	Damnificados Ola Invernal	I Semestre 2011 Febrero 11 / 28	COLOMBIA HUMANITARIA
Helm Bank	Educación	Apoyo al desarrollo de la "Banda Sinfónica de Caucasia" Antioquia	Apoyo a la cultura en Colombia	I Semestre 2011 Marzo 9	FUNDACION OLEODUCTOS DE COLOMBIA
Helm Bank	Educación	Aporte a la educación de 850 niños beneficiados en la entidad educativa.	Desarrollo de labor social, educativa y alimentación dirigida a niños de escasos recursos economicos.	I / II Semestre 2011 Abril 28, Octubre 21	FUNDACION ANA RESTREPO DEL CORRAL
Helm Bank	Educación	Apoyo para el sostenimiento de 120 niños del Centro Educativo, en los rubros de Nutrición, Alojamiento,	Educación integral y preventivamente a niños y jóvenes de poblaciones vulnerables.	I / II Semestre 2011 Marzo 31, Septiembre 8, Diciembre 27	FUNDACION FORMEMOS
Helm Bank	Educación	Apoyo "Festival de Música Barroca" Fundación la rocinante de Christof Richter	Contribución a la mejora de la enseñanza en los colegios públicos mediante el reforzamiento de los recursos informáticos y la enseñanza del inglés	II Semestre 2011 Agosto 8	FUNDACION LA ROCINANTE

Empresa	Sector Beneficiado	Descripción de programa	Actividad	Periodo	Entidad Beneficiada
Helm Bank	Educación	Programas de desarrollo social para la comunidad, tales como Educación y salud.	Programas de desarrollo social para la comunidad, tales como Educación y salud.	I Semestre 2011 Marzo 8, Mayo 17	FUNDACION PACIFIC RUBIALES
Helm Bank	Educación	Educación a niños y jóvenes de bajos recursos	Apoyo educativo entes especializados a través de aportes para la niñez marginada	I Semestre 2011 Febrero 28	THE AMERICAN SOCIETY
Helm Bank	Educación	Desarrollo de la Educación Superior, con programas debidamente aprobados y sometidos a vigilancia por el Ministerio de Educación	Apoyo al desarrollo de la Educación Superior en Colombia	I Semestre 2011 Marzo 31	UNISABANA BUCARAMANGA
Helm Bank	Salud	Bingo celebración 50 años del voluntariado, fondos recaudados para programas a favor de los pacientes de la Asociación.	Apoyo a niños y adultos con limitación visual	II Semestre 2011 Septiembre 23	CENTRO DE REHABILITACION PARA ADULTOS CIEGOS
Helm Bank	Salud	"Carrera Atlética Nacional" con participación pacientes de rehabilitación cardiaca de todo el país	Apoyo a entes especializados a través de aportes para "Acceso a servicios de salud"	II Semestre 2011 Agosto 31	FUNDACION CARDIO INFANTIL
Helm Bank	Salud	Apoyo a proyectos de salud permanentes al beneficio de niños de escasos recursos	Apoyo a proyectos de salud permanentes al beneficio de niños de escasos recursos	I Semestre 2011 Marzo 8	FUNDACION EDUCAR EN VALORES HUMANOS PREMA
Helm Bank	Salud	Apoyo a programa del Instituto nacional de cancerología para pacientes	Apoyo a pacientes enfermos de cancer.	I Semestre 2011 Febrero 28	FUNDACION ELLEN RIEGNER DE CASAS

Empresa	Sector Beneficiado	Descripción de programa	Actividad	Periodo	Entidad Beneficiada
Helm Bank	Grupos étnicos	Promover la prosperidad económica de Colombia, a través del buen manejo de los lazos comerciales y relaciones bilaterales con los Estados Unidos.	Promover la prosperidad económica de Colombia, a través del buen manejo de los lazos comerciales y relaciones bilaterales con los Estados Unidos.	I Semestre 2011 Mayo 11	CAMARA DE COMERCIO COLOMBO AMERICANA
Helm Bank	Grupos étnicos	Celebración Día de la comunidad Afrocolombiana	Aporte de la embajada al desarrollo de la Comunidad Afrocolombiana	I Semestre 2011 Febrero 25	EMBAJADA DE LOS ESTADOS UNIDOS
Helm Bank	Grupos Políticos	Aporte al Partido Politico	Aporte al Partido Politico	II Semestre 2011 Octubre 25	PARTIDO VERDE
Helm Bank	Medio Ambiente	Apoyo participación evento Fundación Etika Verde.	Promueve programas enfocados al desarrollo ambiental en el marco de la sostenibilidad.	I Semestre 2011 Mayo 31	FUNDACION ETIKAVERDE
Helm Bank	Protección a la Niñez	Programas destinados al apoyo a niños de escasos recursos.	Apoyo a Niños de escasos recursos.	I Semestre 2011 Enero 21	FUNDACION ANGELITOS DE LUZ
Helm Bank	Protección a la Niñez	Apoyo a los programas "Plan padrino de Cunas", "Escuela para padres"	Apoyo en servicios de salud e integrales madres adolescentes - hijos menores.	I Semestre 2011 Febrero 28	FUNDACION JUAN FELIPE GOMEZ ESCOBAR
Helm Bank	Protección a la Niñez	Apoyo en beneficio a 80 niños de la Fundación (Vestido y Calzado) y al programa PROMEFA "Programa de Mejoramiento Familiar"	Protección niños y niñas de 0 a 6 años de edad que se encuentran en situación de alto riesgo social	I Semestre 2011 Marzo 11, Mayo 20	HOGARES BAMBI
Helm Bank	Protección a la Niñez	Aportes programas en beneficio de la niñez marginada	Aportes programas en beneficio de la niñez marginada	I Semestre 2011 Abril 15	THE AMERICAN SOCIETY
Helm Bank	Victimas del Conflicto armado	Obras de beneficio social a favor de militares heridos en combate	Obras de beneficio social a favor de militares heridos en combate	I Semestre 2011 Febrero 28	ASOCIACION DE DAMAS NORTEAMERICANAS
Helm Bank	Victimas del Conflicto armado	Campaña Soldado Herido	Campaña a favor de militares heridos en combate.	II Semestre 2011 Diciembre 19	ASOCIACION DE DAMAS PROTECTORAS DEL SOLDADO

Empresa	Sector Beneficiado	Descripción de programa	Actividad	Periodo	Entidad Beneficiada
Helm Bank	Victimas del Conflicto armado	Atención a comunidades afectadas por la violencia. Patrocinio Congreso Pacto Global.	Atención a comunidades afectadas por la violencia, para fortalecer su capacidad de generar sus propios ingresos.	II Semestre 2011 Septiembre 30, Noviembre 30	FUNDACION EL NOGAL
Helm Banca de Inversión	Protección a la niñez	Compra tarjetas de navidad para clientes, elaboradas por los niños de la Fundación.	Mejorar la calidad de vida de niños en comunidades necesitadas	II Semestre Diciembre 26	FUNDACIÓN NUEVA VIDA PARA TODOS
Helm Corredor de Seguros	Protección a la niñez	Apoyo programa "Becas estudiantiles"	Educación con niños y jóvenes de bajos recursos	I Semestre 2011 Febrero 21, Mayo 04 II Semestre 2011 Agosto 08, Septiembre 20	SOCIEDAD AMERICANA DE BOGOTA
Helm Corredor de Seguros	Soldados regulares	Apoyo programa "Alfabetización"	Disminuir los índices de analfabetismo en soldados regulares que carecen de habilidades para la lectura, escritura y desarrollo de operaciones matemáticas básicas, durante el servicio militar	II Semestre Julio 18	FUNDASEG
Helm Corredor de Seguros	Adultos mayores	Apoyo programa "Plan Canitas Educacion y Pan Diario"	Protección al adulto mayor, mediante programas de bienestar social	II Semestre Octubre 11, Diciembre 22	PROVIDA
Helm Comisionista de Bolsa	Adultos mayores	Apoyo programa "Plan Canitas Pan Diario"	Protección al adulto mayor, mediante programas de bienestar social	I Semestre Febrero 9, Abril 13, Junio 13	PROVIDA
Helm Comisionista de Bolsa	Protección a la niñez	Asociación Benéfico-Cristiana promotora de Desarrollo Integral.	Transformación Social desde temprana edad en Comunidades Pobres y vulnerables aportando seguridad alimentaria, Educación en Valores y material educativo	II Semestre Noviembre 30	A.B.C. PRODEIN
Helm Fiduciaria	Victimas del Conflicto armado	Campaña Soldado Herido	Campaña realizada por la W Radio y las Damas Protectoras del Soldado. Recaudo de donaciones a cuenta del Patrimonio Autónomo administrado por Helm Fiduciaria.	II Semestre Diciembre 13	ASOCIACION DE DAMAS PROTECTORAS DEL SOLDADO

Empresa	Sector Beneficiado	Descripción de programa	Actividad	Periodo	Entidad Beneficiada
Helm Fiduciaria	Salud	Niños con diferentes patologías crónicas, en su mayoría dejados en abandono.	Donación efectuada para mejorar el sistema de energía de la Fundación.	II Semestre Diciembre 22	FUNDACIÓN PROYECTO UNIÓN - HOGAR SANTA RITA DE CASCIA
Helm Bank Cayman Helm Bank Panamá	Educación	Sede Educativa, que brinda atención a 700 estudiantes de escasos recursos, habitantes de la zona de Ladera Alto de Menga que se ubica en la Comuna 2 de la ciudad de Cali	Apoyo al programa técnico de la Institución.	II Semestre Agosto 19	ESCUELA REPÚBLICA DE BRASIL





