

Balance **Social** Empresarial

2008



Balance **Social** Empresarial



2008





Contenido

Carta del Presidente	3
La Fundación Social y sus Empresas	5
Principales cifras	11
Impacto social interno	13
Impacto social externo	27
Anexos	54

Carta del **Presidente**



Es muy grato para mí presentar la edición 2008 del Balance Social Empresarial de la Fundación Social.

La actividad empresarial ha sido definida por la Fundación Social como un instrumento de intervención social a través del cual se ofrecen bienes y servicios que satisfacen necesidades estratégicas para el desarrollo, se generan riqueza y valor agregado para la sociedad, se crean y promueven entornos adecuados para el desarrollo y la convivencia social de nuestros colaboradores y se participa en la solución de los problemas más urgentes del país. Estas funciones sociales tienen un objetivo en común: **contribuir a superar las causas estructurales de la pobreza en Colombia.**

El Balance Social Empresarial es una herramienta de gestión interna que mide anualmente el impacto social generado por la actividad empresarial. Está elaborado bajo una metodología propia diseñada por la Entidad a partir de 1989 y busca evaluar el impacto que, desde su entendimiento, tiene el quehacer de las organizaciones empresariales en la sociedad. Se han hecho explícitos, también, los Diez Principios del Pacto Global y los indicadores del *Global Reporting Initiative*, GRI, relacionados con la naturaleza de la actividad empresarial de la Fundación Social. El Balance es sometido a consideración de los Consejos de la Fundación, máximos órganos de dirección.

Entre los impactos sociales de la actividad empresarial durante 2008, se destacan:

- Nuestras empresas atendieron a más de 5 millones de clientes.
- Más de 30 mil personas naturales, 5.938 microempresarios y 2.589 pymes tuvieron acceso al crédito formal por primera vez.
- 12.172 hogares recibieron créditos para vivienda, 29% más que el año anterior; cerca del 68% fueron para vivienda de interés social (VIS).
- 7.389 colaboradores recibieron más de \$263 mil millones en salarios y más de \$30 mil millones en beneficios extralegales.
- El valor agregado generado superó los \$460 mil millones y las transferencias a la cadena de valor fueron de \$1,5 billones.

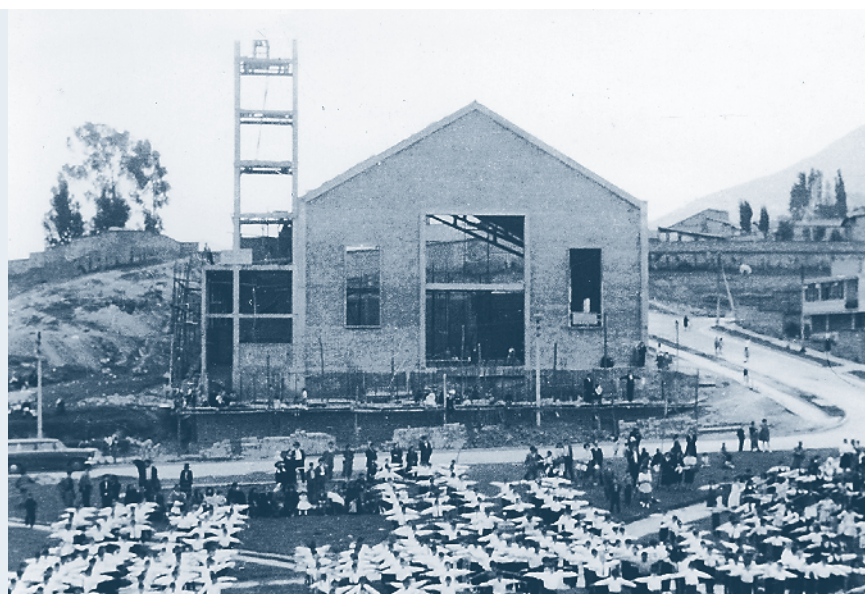
Finalmente quiero agradecer a todos los colaboradores, directivos, clientes y a todos los que contribuyeron al logro de los objetivos propuestos.

ALVARO DÁVILA L. DE GUEVARA
Presidente



1 2

1. Grupo de obreros con los cuales el Padre Campoamor fundó el Círculo de Obreros y su Caja de Ahorros el 1 de enero de 1911.
2. El primer Restaurante Escolar de la carrera 8, en Bogotá: un comedor comunitario para niños pobres.
3. Grupo de niños que realizan una revista de gimnasia frente a la iglesia en construcción del barrio Villa Javier.
4. Fachada de una de las oficinas de la Caja de Ahorros del Círculo de Obreros, en Bogotá.



3 4

La Fundación Social y sus Empresas

“ Pongamos el capital al servicio de las clases trabajadoras; fundemos un banco que se diferencie de los otros en que aquellos dan dividendos para los capitalistas y éste dará utilidad para remediar las necesidades de las clases pobres. ”



José María Campoamor SJ,
citado por Mariano Ospina Pérez
en “El Padre Campoamor
y la vivienda obrera”,
marzo 19 de 1946.

La Fundación Social es una organización sin ánimo de lucro y de utilidad común, creada en 1911 por el padre jesuita **José María Campoamor**. Si bien se trata de una ONG, la Fundación se constituye, desde su origen, en la matriz y dueña de un grupo empresarial, pues considera la actuación en este frente como parte sustantiva y característica esencial de su intervención en la sociedad.

Hoy, gracias al surgimiento de nuevas oportunidades, la iniciativa del Padre Campoamor existe como un **grupo empresarial robusto** constituido por compañías que operan en tres sectores estratégicos para el desarrollo: el financiero, el asegurador y el inmobiliario.



De esta forma, el trabajo de la Fundación Social y sus Empresas se consolida con la misión de **contribuir a superar las causas estructurales de la pobreza en Colombia, para promover la construcción de una sociedad justa, solidaria, productiva y en paz.** Para ello ha desarrollado un modelo de intervención social compuesto por tres instrumentos fundamentales: lo empresarial, los proyectos sociales y el macroinflujo.

Modelo de intervención social

MACROINFLUJO

Convocatoria a la sociedad para el debate y solución de los problemas sociales.

EMPRESAS

Son un instrumento de inversión en sí mismas.

PROYECTOS SOCIALES DIRECTOS

Se desarrollan en el marco de dos estrategias:

- Desarrollo Integral Local
- Construcción de la Paz y Promoción de los Derechos Humanos



1. ACTIVIDAD EMPRESARIAL. Se considera un instrumento de intervención social en sí mismo, que tiene como fundamento el compromiso y la adopción de una gestión socialmente responsable inherente a su quehacer empresarial. Para la Fundación lo empresarial no es únicamente una fuente de financiación; constituye en sí mismo un elemento esencial de la estrategia de intervención social de cara a la superación de las causas estructurales de la pobreza, razón de ser de toda la Institución.

2. PROYECTOS SOCIALES DIRECTOS. Es un trabajo directo con personas en situación de pobreza, que propende por la creación de condiciones de desarrollo y generación de entornos institucional y políticamente adecuados para ayudar a superar las causas estructurales de la pobreza en Colombia.

Los proyectos trabajan en dos grandes líneas estratégicas: **Desarrollo Integral Local**, cuyo objetivo es involucrar a las poblaciones vulnerables de un territorio en procesos integrales de desarrollo local; y **Construcción de la Paz y promoción de los Derechos Humanos**, que se propone influir en las políticas públicas sobre estos temas y promover la formación y la participación de las personas en la construcción de la paz y el ejercicio de la democracia.

3. INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD - MACROINFLUJO. Es un instrumento que complementa y apalanca el impacto generado por las Empresas y los Proyectos Sociales. A través de éste, la Fundación Social participa en el debate y solución de los principales problemas del país que se encuentran en el centro de su actuación.

La Fundación Social tiene sede principal en Bogotá y su cobertura es nacional. Adicionalmente, la Fundación invierte en otras empresas que complementan su actuación pero no forman parte del grupo empresarial, por lo cual no fueron tomadas en cuenta en la información aquí presentada¹.

¹ Para cualquier inquietud referente al Balance, temas y otros documentos relacionados, favor contactarse con: emanrique@fundacion-social.com.co, dguzman@fundacion-social.com.co o dpsanchez@fundacion-social.com.co

Impacto social de la empresa:

el entendimiento de la Fundación Social sobre la responsabilidad social empresarial

La gestión del impacto social de la empresa (ISE) no es una visión opuesta a la responsabilidad social empresarial (RSE), pues su propósito principal se concentra en identificar y potenciar el papel social de la empresa desde su quehacer propio. Qué, cómo, y a quién producir son preguntas fundamentales para la reflexión en el día a día de la actividad empresarial.

Las dimensiones hoy reconocidas de la RSE pueden ser categorizadas en dos grupos: la **mandatoria** y la **complementaria**. La primera se caracteriza por ser un prerequisite de la actuación empresarial y su cumplimiento es necesario para hacer bien cualquier cosa. Algunos de los aspectos a considerar son la actuación con base en una estricta ética empresarial y de los negocios, el cumplimiento del ordenamiento legal, el respeto a los derechos humanos, el cuidado por los legítimos intereses de todos los grupos relacionados, la responsabilidad con las comunidades, la proactiva conservación del medio ambiente y la sujeción a buenas prácticas de gobierno corporativo.

Por su parte, existen concepciones de RSE enmarcadas en un ámbito “complementario”, entendido como opcional en tanto están por fuera de la órbita de la actividad empresarial y sus acciones se traducen en “agregados de valor social” que las empresas o sus accionistas deciden voluntariamente entregar. Inversiones en proyectos sociales para el desarrollo y promoción de poblaciones vulnerables, inversiones en educación y creación de fundaciones empresariales y actos filantrópicos, entre otros, son algunos de los aspectos que abarca esta dimensión.

Mandatorio

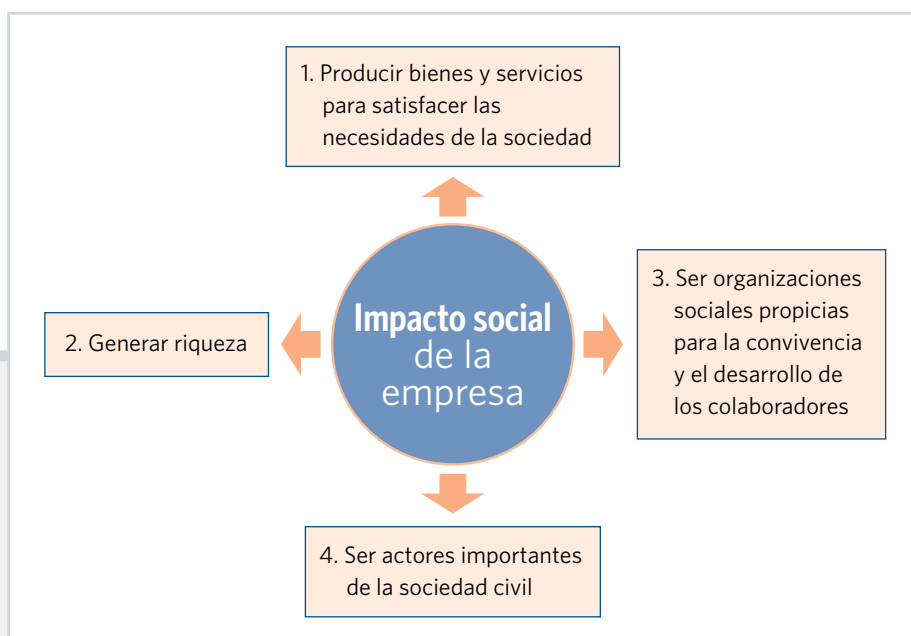
- Lo ético
- Principios y valores
- Cumplimiento de la ley
- Respeto al medio ambiente
- Transparencia

Impacto social
de la
empresa

Complementario

- Lo externo al ejercicio del negocio
- Actos filantrópicos
- Inversión social
- Programas con la comunidad

Así, los aspectos mandatorios son indispensables, y los complementarios muy deseables y dignos de imitación; sin embargo, es preciso centrar la vista en el medio de ambas, pues es allí donde se ubica y es posible entender el Impacto Social Empresarial como aquello que la empresa produce, con todo lo que implica por ser empresa y desarrollar su actividad central. Una gestión deliberada del ISE, que tenga como base y horizonte los intereses del bien común, se presenta como un desafío fundamental para las organizaciones.



De acuerdo con la teoría económica, las empresas son entendidas como sujetos económicos dedicados a la producción de bienes y servicios, que tienen unas funciones básicas y fundamentales de cara a la sociedad. Sus funciones no se centran en cuestiones externas o complementarias a su quehacer propio, sino en el ejercicio de su actividad empresarial principal. Tales responsabilidades son:

1. PRODUCIR BIENES Y SERVICIOS PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LA SOCIEDAD.

Las empresas, en tanto que son productoras de bienes y servicios, tienen la responsabilidad de administrar los recursos escasos de la sociedad para lograr el óptimo en cuanto a satisfacción de sus necesidades. Éste es un desafío desde el punto de vista social que debe ser enfrentado y abarcado desde la actividad empresarial misma, en tanto hace parte inherente de su *core business*.

2. GENERAR RIQUEZA. Es un imperativo para todas las sociedades y especialmente para las que más carencias tienen. En su esencia, las empresas son agentes clave en el proceso de creación de riqueza y en su distribución primaria, de manera que los problemas de pobreza y de equidad en la distribución no son ajenos al aparato empresarial, y su contribución es fundamental e insustituible.

3. SER ORGANIZACIONES SOCIALES PROPICIAS PARA LA CONVIVENCIA Y EL DESARROLLO DE

LOS COLABORADORES. Las empresas son organizaciones sociales en las que los individuos interactúan de cara a un proyecto común. El que esas “micro sociedades” sean verdaderos escenarios para el desarrollo de sus colaboradores y fuentes de bienestar integral para ellos y sus familias es otro frente inexorable de la relación de las empresas con la sociedad. Y ella tampoco es externa o paralela, sino parte del quehacer central de la Organización.

4. SER ACTORES IMPORTANTES DE LA SOCIEDAD CIVIL. Las empresas y los empresarios son, por último, actores de la sociedad civil, co-responsables del bien común y de los grandes temas de la agenda social, de manera que la participación creativa en la búsqueda de soluciones a los principales problemas de la colectividad es también de la esencia de su quehacer.



Principales cifras



Indicadores	2008	2007
Hacia el interior		
Colaboradores	7.389	7.601
Salarios pagados (COP millones)	263.110	246.192
Beneficios extralegales: montos (COP millones)	30.372	27.871
Beneficiarios vivienda	637	906
Beneficiarios salud	4.823	4.483
Beneficiarios educación	5.628	5.531
Beneficiarios recreación	21.114	18.830
Beneficiarios ahorro y seguro	12.003	12.137
Beneficiarios otros ²	9.873	9.089
Otras inversiones en desarrollo de personal (COP millones) ³	6.859	3.240
Hacia el exterior		
Clientes Grupo Empresarial ⁴	5.044.104	4.607.601
Valor agregado generado (COP millones)	465.016	454.191
Impuestos pagados (COP millones)	57.347	70.127
Transferencias - Pagos a la cadena de valor (COP millones)	1.513.671	1.101.778
Patrocinios y donaciones directas (COP millones) ⁵	1.001	1.034
Inversión en proyectos sociales directos (COP millones)	7.879	6.390

² Incluye primas extralegales, créditos de vehículos, créditos de libre inversión y bonificaciones.

³ Incluye capacitación, inducción, reintroducción, actividades deportivas y culturales, y salud ocupacional.

⁴ Corresponde a la suma de los clientes de cada una de las empresas. Para el Banco se presenta el dato de clientes neto para ambas redes (descontando los comunes)

⁵ Incluye donaciones y patrocinios realizados por la Fundación Social y sus empresas.





Impacto social **interno**



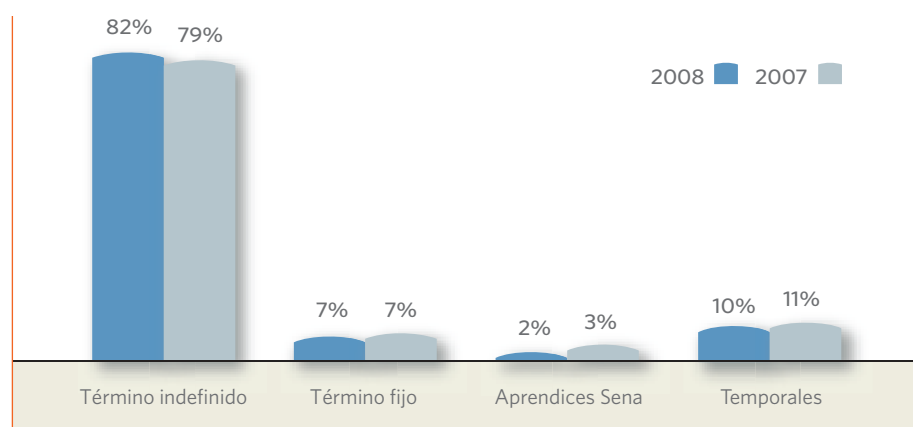
Estructura demográfica

A diciembre de 2008, el grupo de la Fundación Social contaba con una planta de 7.389 colaboradores, registrando un descenso del 2,8% frente al año anterior.

La composición de la planta no presentó cambios significativos frente a años anteriores. Algunas de sus principales características son:

- El 82% tiene contrato a término indefinido.
- El 62% corresponde a personal femenino. El 2,4% de las mujeres ocupa niveles directivos.
- El 55% tiene entre 30 y 45 años, siendo 34,9 años la edad promedio.
- El 54% se encuentra en Bogotá.
- La antigüedad promedio es de 8 años.
- El 45% son solteros y el 36% casados.
- El 44% son jefes de hogar.⁶
- El 58% tiene formación profesional, un 7% superior a lo registrado el año anterior. Es importante mencionar que durante este año un mayor número de colaboradores emprendió nuevos estudios.
- Durante el año se registraron 922 ingresos y 1.005 retiros. El mayor porcentaje de retiros, 42%, obedeció a motivos voluntarios, seguido de un 22% correspondiente a retiros por mutuo acuerdo. La rotación promedio fue del 29%.

Tipos de contrato

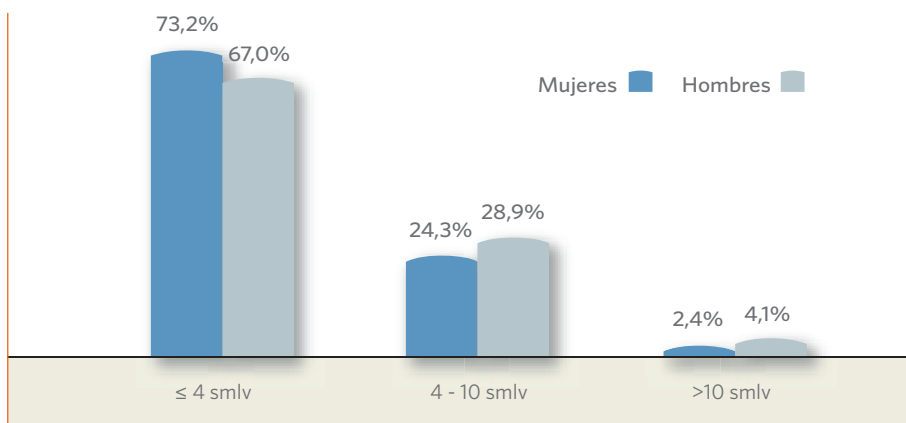


Fuente: Vicepresidencia de Desarrollo Humano, Productividad y Servicio

⁶ Sobre el 90,4% de los colaboradores.



Distribución por género según rango salarial



Fuente: Vicepresidencia de Desarrollo Humano, Productividad y Servicio

Cultura organizacional

Las empresas son organizaciones sociales en las que interactúan personas que trabajan por un proyecto común; son “microsociedades”, y en este sentido tienen la enorme responsabilidad de propender y velar por el desarrollo integral del grupo humano que las compone.

La Fundación Social ha asumido esta cuestión desde su marco axiológico⁷ con el fin de construir escenarios adecuados para el desarrollo profesional y personal de sus colaboradores, buscando siempre el cumplimiento de los objetivos institucionales y la construcción de una cultura basada en el reconocimiento y el respeto de la dignidad humana. Es bajo este planteamiento desde donde se concibe, se construye y se hace realidad la cultura de la Organización.

⁷ Legado de la Fundación Social y sus empresas. Julio de 2006, Bogotá.



REMUNERACIÓN JUSTA: es la base para determinar las retribuciones económicas (directas e indirectas) que reciben los funcionarios, buscando siempre proporcionar un nivel de vida digno, tanto al trabajador como a su familia.

DESARROLLO DEL COMPROMISO PERSONAL: busca que los colaboradores, de acuerdo con sus responsabilidades, se comprometan cada vez más con la Misión de la Organización.

PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD: promueve el uso óptimo y eficiente de los recursos en servicio del fin social último, buscando la excelencia por parte de la Organización y sus funcionarios.

PARTICIPACIÓN: busca desarrollar la participación de los funcionarios en la gestión, y de los usuarios en las decisiones sobre el rumbo de la obra.

COMUNICACIÓN: es la herramienta central de apoyo al proceso de cambio organizacional, que apalanca el desarrollo de los demás procesos.

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE PERSONAL: propende para que los procesos de administración de personal sean herramientas estratégicas para el desarrollo de la cultura organizacional, el óptimo logro del objetivo final de la Institución y el crecimiento integral de los trabajadores.

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN: es un proceso continuo de perfeccionamiento personal e institucional orientado a crear autonomía intelectual y valorativa que les permitan a las personas y a la Institución influir en el mejoramiento del entorno en que se inscriben.

En este sentido, la Organización ha definido desde su origen un marco ético de actuación fundamentado en valores y principios que tienen como soporte y horizonte el reconocimiento de la dignidad de la persona humana.

VALORES	PRINCIPIOS
LA DIGNIDAD DE LA PERSONA como ser trascendente, único y base de la sociedad humana.	LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES , que favorece la construcción de condiciones para el goce de los derechos y el cumplimiento de deberes por parte de las personas.
LA JUSTICIA , que establece, promueve y exige el respeto de los derechos de todo ser humano y de toda organización social, y establece y vigila el cumplimiento de las responsabilidades individuales y sociales.	LA PARTICIPACIÓN , que estimula a todos los sujetos para que sean activos y puedan incidir en los asuntos que les competen y afectan su propio destino.
LA LIBERTAD Y LA AUTONOMÍA , que inspiran y fundamentan la autodeterminación y la responsabilidad del actuar institucional y personal.	EL PLURALISMO , como reconocimiento y respeto por la diferencia.
EL BIEN COMÚN , que se antepone al interés individual.	LA TOLERANCIA , que permite entender y aceptar la diferencia, y convivir pacíficamente con ella.
LA SOLIDARIDAD Y LA FRATERNIDAD , que nacen del reconocimiento de que cada uno es responsable del progreso de sus conciudadanos y de la comunidad en general.	LA RESPONSABILIDAD PERSONAL , que asume las consecuencias de las propias acciones y marca como norma el actuar con competencia y eficiencia.
LA PAZ PERSONAL Y SOCIAL , que protege y promueve la convivencia entre los seres humanos.	LA RESPONSABILIDAD COLECTIVA , que establece que personas y organizaciones deben contribuir con los semejantes al Bien Común.
	LA PRIMACÍA DE LA PERSONA SOBRE LAS INSTITUCIONES SOCIALES , según la cual la persona humana es y debe ser el principio, el sujeto y el fin de todas las instituciones.
	LA SUBSIDIARIEDAD , que reconoce las capacidades y potencialidades de todos los seres humanos, las cuales no se diluyen en la sociedad.
	En LAS RELACIONES TRABAJO-CAPITAL se reconoce prevalencia de la dignidad humana.
	LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA PROPIEDAD , que establece que los recursos de que dispone la humanidad están destinados para el provecho de todos los seres humanos.
	LA EFICIENCIA Y LA COMPETITIVIDAD , que determinan que la gestión debe ser llevada a cabo con gran competencia profesional, responsabilidad, eficiencia y profundo sentido ético.



Los valores y principios constituyen el marco de conducta para las relaciones al interior de la Organización (colaboradores) y al exterior (autoridades, clientes, usuarios, proveedores, competencia y sociedad en general), y para el manejo de información, conflictos de interés y prevención de actividades delictivas.

Por tanto, la Organización cuenta con un **Código de Conducta** para la regulación de casos de corrupción y sobornos, entre otros, y en donde explícitamente se hace manifiesto el rechazo a cualquier forma de discriminación y la prohibición a los administradores y colaboradores de la Entidad de las siguientes prácticas:

- Solicitar o recibir para sí o para un tercero cualquier clase de privilegio o prebenda para que haga u omita funciones, o para que adopte o deje de adoptar decisiones que le son propias en razón de su cargo.
- Dar u ofrecer en forma indebida cualquier clase de contraprestación con el fin de obtener beneficios para la misma Organización, para sí o para un tercero.
- Tomar las decisiones propias de su cargo con el propósito de obtener cualquier clase de beneficio indebido para sí o para un tercero.
- Sugerir la realización o participar en cualquier clase de acto fraudulento.
- Otorgar con cargo a los recursos de la empresa beneficios o efectuar contribuciones a partidos políticos o aspirantes a cargos de elección popular.

Por su parte, en desarrollo del sistema de control interno se verifica el cumplimiento de la normatividad interna por parte de los colaboradores, para garantizar un adecuado manejo de la información, los dineros y demás recursos de la Entidad, en línea con el Código de Conducta, donde juegan un papel importante las áreas de auditoría interna. Adicionalmente, las empresas del Grupo cuentan con firmas de auditoría externa que validan y certifican la razonabilidad de sus estados financieros, así como de otros procesos centrales del negocio, en atención a las normas legales.

Dada la presencia del narcotráfico en Colombia y sus riesgos para la sociedad, en especial para el sector financiero en materia de lavado de activos, el BCSC, la ARP Colmena, la Capitalizadora Colmena y la Fiduciaria Colmena han desarrollado un Sistema de Administración del Riesgo del Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo – Sarlaft y la Fundación Social cuenta con un sistema de prevención de lavado de activos. En desarrollo de este sistema se han definido políticas, procedimientos, mecanismos e instrumentos para prevenir la utilización indebida del sistema financiero para el lavado de activos provenientes de actividades económicas ilícitas como el narcotráfico, el secuestro, la trata de personas y la corrupción administrativa. Estas normas se ajustan a parámetros internacionales como el Gafi y la Ley Patriota de Estados Unidos, y al marco regulatorio colombiano.

En este sentido, durante el año se capacitaron 7.497 colaboradores de la Organización en el conocimiento del Manual de Sipla, aumentando la cobertura en 98% con respecto al año anterior.

Remuneración justa

Desde finales de los 80 la Organización definió una política de remuneración justa, basada en la Doctrina de la Iglesia Católica, la cual sitúa el salario justo en el centro de la ética social del trabajo, siendo éste un pilar del justo funcionamiento del sistema socio-económico. En general, la política propende por la equidad interna (salario igual por trabajo igual) y por la competitividad externa (salarios en la media del mercado). Asimismo, contempla la situación económica particular de cada una de las empresas y de la Fundación.



Durante 2008 la política se ajustó a la realidad de desaceleración económica, teniendo siempre presente el bienestar de los colaboradores. Algunos de los aspectos a destacar son:

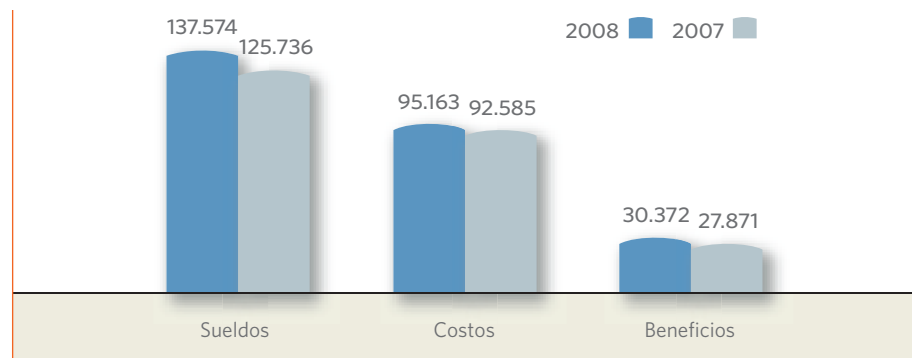
- Incremento salarial del 7% general, superior al índice de inflación y al incremento del salario mínimo fijado por el Gobierno nacional.
- El salario mínimo pagado por la Fundación Social y sus Empresas estuvo un 28% por encima del salario mínimo legal vigente.
- Incrementos entre 5% y 6,5% en los beneficios extralegales.
- Se mantuvo el 2% de contribución de las empresas a Fonsocial.

Asimismo en el BCSC, la ARP, la Fiduciaria y Capitalizadora Colmena se efectuaron nivelaciones importantes en materia de equidad interna y competitividad.

La Organización pagó \$263.100 millones por concepto de sueldos, costos laborales y beneficios extralegales, registrando un incremento del 7% frente al año anterior. El 52% corresponde a pago en sueldos para colaboradores.

Remuneración al personal

(millones de \$)



Fuente: Vicepresidencia de Desarrollo Humano, Productividad y Servicio

Los beneficios extralegales dirigidos a la satisfacción de las necesidades básicas de nuestros colaboradores ascendieron a \$30.372 millones, 9% superior a los otorgados durante 2007. El 96% se dirigió a los colaboradores del nivel operativo (con ingresos hasta diez salarios mínimos) y sus familias, con un promedio de \$4,6 millones al año por colaborador. A continuación se describen los aportes hechos por la Organización para la satisfacción de necesidades básicas de sus colaboradores a través de estos beneficios.



Vivienda

Con el propósito de facilitar el acceso a vivienda propia, la Organización tiene como política otorgar subsidios indirectos, a través de la tasa de interés y subsidios directos de montos muy significativos a colaboradores de ingresos menores a cuatros salarios mínimos.

En 2008, 637 colaboradores se beneficiaron con esta política, de los cuales 499 gozaron del subsidio a la tasa de interés del crédito de vivienda adquirido durante la vigencia de la política anterior, recibiendo de la Entidad \$484 millones por este concepto. Asimismo, se otorgaron \$1.231 millones en subsidios directos a 138 colaboradores y sus familias.

Educación

La Organización brinda apoyo directo a sus colaboradores para la continuación de sus estudios, facilitándoles créditos condonables y/o amortizables que les permitan financiar el pago de matrícula para estudios secundarios, técnicos o universitarios. En 2008 se otorgaron 2.537 créditos por \$1.875 millones, siendo el 67% de éstos condonable por buen desempeño académico.

Asimismo, la Organización hace entrega de un auxilio monetario anual para atender los requerimientos educativos de los hijos menores, que en 2008 alcanzó \$2.374 millones, beneficiando a 3.091 estudiantes.

Salud

En pro de la salud de los colaboradores y sus núcleos familiares básicos, la Organización ofrece subsidios en planes de medicina prepagada con Colmédica o en pólizas de hospitalización y cirugía. En 2008 se entregaron subsidios por \$4.760 millones que favorecieron a 4.823 colaboradores. Este beneficio complementa las coberturas y servicios ofrecidos por el POS, al cual cotizan por ley y tienen acceso todos los colaboradores de la Entidad.

Recreación

Para apoyar a los colaboradores y sus familias en este aspecto, la Organización entrega una prima extra legal de vacaciones a los colaboradores de nivel operativo, así como un auxilio vacacional por periodo cumplido a todos los colaboradores, que consiste en una suma fija para alojamiento y consumo en el Centro Recreacional “Las Palmeras” ubicado en Villeta, Cundinamarca, al occidente de Bogotá.

En 2008 la Organización entregó \$3.697 millones en primas extralegales de vacaciones a 6.591 colaboradores, aumentando en 40% el número de beneficiarios y en 29% los montos otorgados. Igualmente, la Fundación Social y sus Empresas pagaron \$1.968 millones en auxilios vacacionales para beneficiar a 14.523 colaboradores y familiares.

Ahorro y vejez

Para promover la cultura del ahorro, la Organización cuenta con el Fondo Mutuo de Inversión de la Fundación Social, **Fonsocial**, que invierte los ahorros de los colaboradores en el mercado de valores. Tanto la Fundación Social como las empresas del Grupo hacen un aporte igual al del trabajador hasta un máximo del 2% de su salario. Al cierre del año 2008, dichos aportes alcanzaron \$1.978 millones, mientras el Fondo contaba con 5.497 afiliados activos.

Adicionalmente, la Organización otorga un seguro de vida gratuito a sus colaboradores que cubre casos de enfermedades graves, muerte y gastos exequiales. En 2008, la prima ascendió a \$778 millones.

Otros beneficios

Adicional a estos beneficios con destinación específica, la Organización entrega una prima extra legal de servicios consistente en un salario al año y una bonificación por antigüedad cada cinco años a los colaboradores del nivel operativo, y ofrece créditos para vehículo, libre inversión y calamidad doméstica con tasas preferenciales. En 2008, la Organización entregó \$11.227 millones por estos conceptos, siendo un 12% superior a lo registrado en 2007.

Fundación Social y sus Empresas Beneficios extralegales

	Monto (millones de \$)			Beneficiarios		
	2008	2007	Variac.	2008	2007	Variac.
Vivienda	1.714	2.559	-33%	637	906	-30%
Educación	4.250	3.927	8%	5.628	5.531	2%
Salud	4.760	4.178	14%	4.823	4.483	8%
Recreación	5.665	4.618	23%	21.114	18.830	12%
Seguro y ahorro	2.757	2.593	6%	12.003	12.137	-1%
Prima servicios	9.513	8.603	11%	6.446	6.266	3%
Otros créditos	487	318	53%	2.483	1.974	26%
Bonific. por antigüedad	1.227	1.075	14%	944	849	11%
Total	30.372	27.871	9%	54.078	50.976	6%

Fuente: Vicepresidencia de Desarrollo Humano, Productividad y Servicio

Clima organizacional

Cada dos años se realiza el Estudio de Clima Organizacional con el fin de conocer la percepción que tienen los colaboradores acerca de su entorno laboral. Dado que la última encuesta se realizó en 2007, durante 2008 se trabajó en el desarrollo de programas e iniciativas que apuntaban a mejorar los aspectos señalados como críticos en el estudio pasado, y se propusieron mejoras al estudio que se realizará en 2009.

Se realizaron talleres de capacitación para los líderes de la Organización con el propósito de generar mayor conciencia frente a su rol y su impacto en el clima organizacional, y se implementaron espacios para motivar un mejor desempeño en las labores, lo que contribuye al desarrollo integral de los colaboradores.

Se continuó trabajando en el fortalecimiento de canales de comunicación con los colaboradores de manera que permitan la discusión abierta de conflictos, la expresión libre sin temor a represalias y el estímulo a la crítica constructiva. En este sentido, la Vicepresidencia de Desarrollo Humano, Productividad y Servicio tiene entre sus funciones recibir y tramitar, con base en los principios y valores de la Organización, los casos particulares en que los trabajadores de las empresas sientan vulnerados sus derechos.

Igualmente se desarrollaron estrategias de acercamiento hacia los colaboradores con el tema “Más cerca de usted”, enmarcadas en los principios y valores de la Fundación Social, con el propósito de generar un buen clima en la Entidad y mejorar la productividad, la eficiencia y el servicio. La estrategia está conformada por diferentes espacios de comunicación, a través de los cuales se busca que los colaboradores manifiesten sus inquietudes, hagan propuestas de mejora y realicen sugerencias frente a su realidad laboral.

Por último, se trabajó en el direccionamiento para que todos los colaboradores cuenten con información clara sobre la Organización, mediante retroalimentación oportuna y el fortalecimiento de esquemas de comunicación y acompañamiento.

Administración de planta

La administración de planta se ha convertido en un proceso importante en los últimos años, en respuesta a la intención de la Organización de conducir los procesos de reducción y optimización de la planta acorde con los valores y principios fundacionales, minimizando el impacto sobre los individuos y sus familias. La Organización ha establecido los siguientes beneficios para las personas retiradas por mutuo acuerdo:

- Bonificación del 120% del valor de la indemnización legal. Durante 2008 se pagaron \$5.256 millones por este concepto a los 223 colaboradores retirados por mutuo acuerdo, de los cuales el 33% correspondió a mutuo acuerdo por reestructuración.

- Pago del POS para el trabajador y su familia por seis meses.
- Curso de acompañamiento en transición de carrera.
- Utilización de Servir por un periodo de vacaciones (en caso de tener más periodos acumulados sólo se liquida uno).
- No cobro del auxilio educativo condonable.

En cuanto a políticas de contratación, la Organización promueve el desarrollo y la oportunidad de carrera profesional de sus colaboradores. En este sentido, se busca cubrir las vacantes internas reubicando o promoviendo colaboradores actuales, mediante procesos de selección transparentes y justos. En 2008, el 62% de los puestos vacantes fue ocupado por personal interno.

Salud ocupacional

En 2008 se dio continuidad al fortalecimiento de los aspectos centrales para la salud de los trabajadores y sus familias ligados a la higiene y seguridad industrial y a la medicina preventiva y del trabajo: se desarrollaron actividades relacionadas con gimnasia laboral e higiene postural, chequeos médicos ejecutivos y actividades para el funcionamiento de los Comités Paritarios de Salud Ocupacional y demás programas preventivos, con inversión de \$194 millones y beneficio para 7.532 colaboradores. Estas actividades fueron llevadas a cabo en conjunto con la ARP Colmena y Colmédica EPS.

Durante el año se registró una tasa de ausentismo por accidentes de trabajo de 621 días y una tasa de ausentismo por enfermedad de 476 días, disminuyendo esta última en un 63% con respecto a lo registrado el año anterior.

Formación y capacitación

La Organización, consciente de la importancia que tiene la formación para el desarrollo personal y organizacional de su grupo humano, lleva a cabo distintos procesos de capacitación en temas relevantes de gestión humana. Con una inversión de \$3.984 millones se beneficiaron 59.921 colaboradores, reflejando un incremento en el cubrimiento sobre el año anterior del 140%. Durante 2008 se adelantaron distintas iniciativas, como:

- Realización de talleres dirigidos a los directivos de la Organización para potenciar sus habilidades gerenciales, tales como “Gerentes cercanos con equipos de alto desempeño” y “Tu rol como líder cuenta”.
- Desarrollo de actividades de formación y certificación que contribuyen a perfeccionar el desempeño laboral de los colaboradores, como capacitación sobre conceptos clave del



Sistema de Administración del Riesgo Operativo - Saro, del Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo - Sarlaft, del sistema fuera de línea y del manejo de medios electrónicos de la Circular Externa 052 de 2008, así como sobre nuevos productos y actualizaciones en el sistema de calidad ISO 9001.

- Para el BCSC se realizó “Conocer”, programa de capacitación y evaluación virtual orientado a desarrollar una cultura bancaria que soporte efectivamente la estrategia del negocio.
- Implementación de la estrategia “Herramientas al alcance de todos” para capacitar y mejorar las habilidades de los colaboradores a través del manejo de diversas herramientas que apoyan su trabajo diario. Han participado 971 colaboradores.

Otros procesos

Con el ánimo de fomentar de manera permanente el compromiso de los colaboradores con su trabajo y con la misión última de la Fundación, se realizaron jornadas de inducción a las cuales asistieron 312 nuevos funcionarios.

Adicionalmente, las empresas continuaron con actividades ya establecidas para incentivar y reconocer el compromiso de sus colaboradores. Entre ellas se destacan:

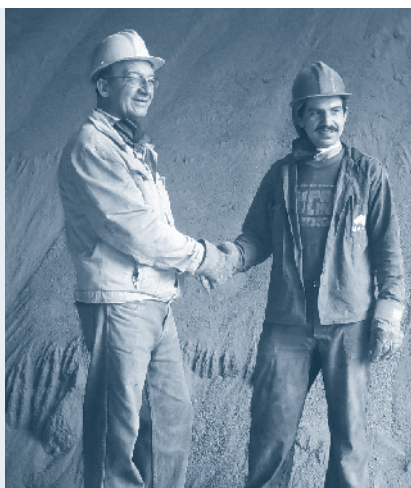
- **REGALO DE CUMPLEAÑOS.** Es importante para la Organización fortalecer las relaciones con sus colaboradores; por ello se busca la participación y reconocimiento de fechas especiales, para entregarle un obsequio a cada uno.
- **ACTIVIDADES CULTURALES Y DEPORTIVAS.** Se adelantaron con una inversión de \$1.828 millones, registrando un incremento del 35% frente a 2007. Estas actividades lograron una cobertura de 9.640 beneficiarios⁸.
- **REALIZACIÓN DE QUINQUENIOS.** Se condecoraron 1.059 colaboradores, distribuidos en 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35 y 40 años.

⁸ El dato es superior al número total de colaboradores, puesto que algunos participaron en más de una actividad.





Impacto social **externo**



El desarrollo de la actividad empresarial de la Fundación Social no sólo impacta a quienes mantienen una relación directa con cada una de las empresas, sino también a la sociedad en su conjunto.

El impacto externo de la Organización se da principalmente en los siguientes aspectos:

1. Ofrecer productos y servicios dirigidos a la satisfacción de necesidades estratégicas para apalancar procesos de desarrollo e inclusión de sectores populares que no son atendidos adecuadamente por la oferta tradicional formal.
2. Generar riqueza y valor agregado para la sociedad en su conjunto, y para los accionistas en particular, lo cual impone para las empresas el reto de ser altamente productivas y rentables. Adicionalmente, dado el particular modelo de la Fundación en el cual ella es una ONG y accionista mayoritaria de sus empresas, la totalidad de las utilidades (dividendos) se emplea en la financiación de su quehacer social, sea en los proyectos sociales directos o en el instrumento empresarial.
3. Participar activamente en el debate y solución de los principales problemas de la sociedad, con una auténtica preocupación por el bien común (macroinflujo).

Adicional a estos temas, cobran relevancia desde la óptica de reportes no financieros, otros aspectos como proveedores, medio ambiente y gobierno corporativo, que se incluyen en el último acápite del presente capítulo.

Satisfacción de necesidades

Las empresas cumplen la tarea fundamental de administrar los recursos escasos de la sociedad con el propósito de devolverlos convertidos en bienes y servicios para la satisfacción de sus necesidades. Qué y para quién producir son, entonces, aspectos centrales del negocio y de su impacto en la sociedad.

El impacto social en términos de satisfacción de necesidades se relaciona con el tipo de necesidades y con el mercado objetivo que se atiende. Con el fin de apalancar procesos de desarrollo e inclusión de sectores populares, la Fundación Social y sus Empresas han orientado su actividad hacia la atención de necesidades estratégicas, con el objetivo de apalancar procesos de desarrollo e inclusión de sectores populares, como los servicios financieros, la vivienda y la seguridad social. La mayor parte de los clientes de las empresas pertenece al mercado masivo popular y al mercado mipyme.

Más de 5 millones de clientes⁹ fueron atendidos durante 2008 por las empresas de la Fundación Social, lo que representa un crecimiento del 9,5% con respecto al año anterior.



Clientes Grupo Empresarial

	2008	2007	Variac.
BCSC	3.826.393	3.550.881	7,8%
ARP Colmena	671.175	553.970	21,2%
Capitalizadora Colmena	424.547	387.963	9,4%
Fiduciaria Colmena	11.003	9.731	13,1%
Servir	110.655	104.912	5,5%
Matco	331	144	129,9%
Total	5.044.104	4.607.601	9,5%

Fuente: VPME - DWH

BCSC

El trabajo del BCSC se ha orientado, desde siempre, a la provisión de servicios financieros para los segmentos más bajos de la población colombiana, es decir, hacia el mercado masivo con énfasis en la atención de sectores populares, microempresarios y pequeñas y medianas empresas, fomentando así el progreso económico y social de estas personas.

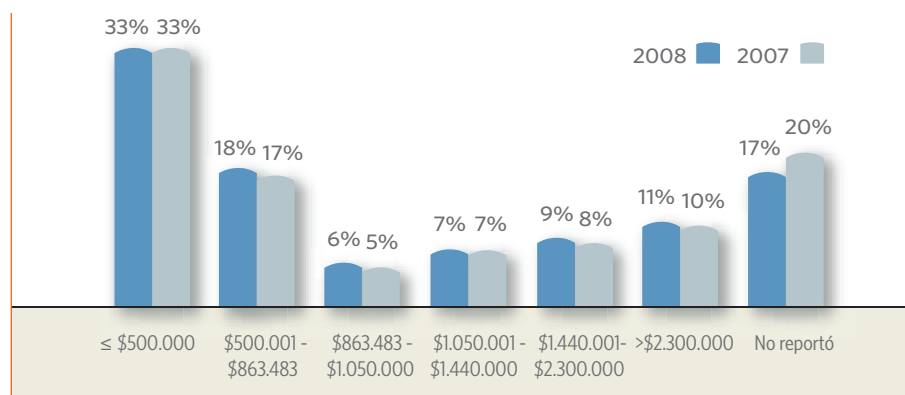
BCSC

A través de sus dos redes, el Banco Caja Social BCSC y Colmena BCSC, se atienden las distintas necesidades financieras de la población. El Banco Caja Social BCSC se ha especializado en el diseño de soluciones financieras para los mercados populares, los microempresarios y las pequeñas empresas. Por su parte, Colmena BCSC se enfoca en la atención de la mediana empresa, el sector inmobiliario y distintos segmentos del mercado de personas.

Durante 2008 el BCSC atendió a más de 3,8 millones de clientes, con una red de 267 oficinas, 492 cajeros automáticos y 20 corresponsales no bancarios en todo el país. De los clientes atendidos, el 63% corresponde a personas con ingresos mensuales inferiores a \$1,4 millones.

⁹ En esta edición del Balance la cifra de clientes del BCSC corresponde a los clientes totales netos del Banco para 2007 y 2008.

Rango ingresos clientes BCSC



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia. Cálculos: BCSC, Gerencia de Planeación y Entorno.

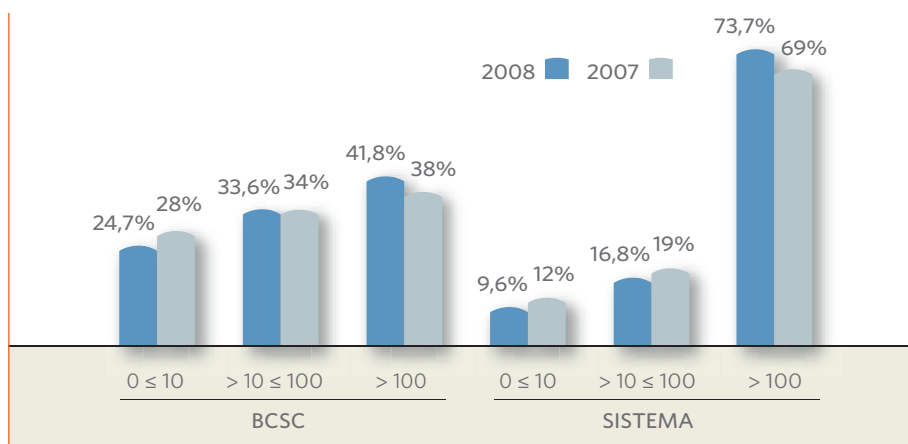
Más del 11% de las operaciones realizadas durante el año se dirigió a personas sin experiencia en el sector financiero formal, con lo que gracias a la gestión del Banco, 30.051 colombianos y 8.527 mipymes se “bancarizaron”, es decir, ingresaron al sector financiero formal con la posibilidad de optimizar el manejo de sus recursos y sus medios de pago, y de obtener financiación a tasas muy inferiores a las que se manejan por fuera del sector regulado.

En total, el BCSC desembolsó durante 2008, en todas sus modalidades de crédito, \$2,8 billones. Con la canalización de estos recursos, el Banco continuó contribuyendo de manera importante al desarrollo económico y social del país y a la inclusión financiera, como se aprecia en los siguientes logros:

- **147.619 colombianos** recibieron créditos de consumo directo y **79.855** contaron con financiación a través de tarjetas de crédito. Esto permitió bancarizar, vía crédito, a 28.645 personas.
- Se atendieron **90.423 microempresarios**, que recibieron \$545 mil millones en créditos con un monto promedio de \$5,7 millones. Del total, 5.938 microempresarios (6,6%) se vincularon por primera vez al sistema financiero formal.
- **22.928 pymes** recibieron desembolsos por \$691 mil millones. De estos titulares, 2.589 (11%) accedieron por primera vez a créditos formales del sistema financiero.
- Se financió la adquisición de **12.172 viviendas** con desembolsos por \$419 mil millones; el 68% fueron viviendas de interés social, VIS, y el 12% de los beneficiarios se vincularon por primera vez al sector financiero.

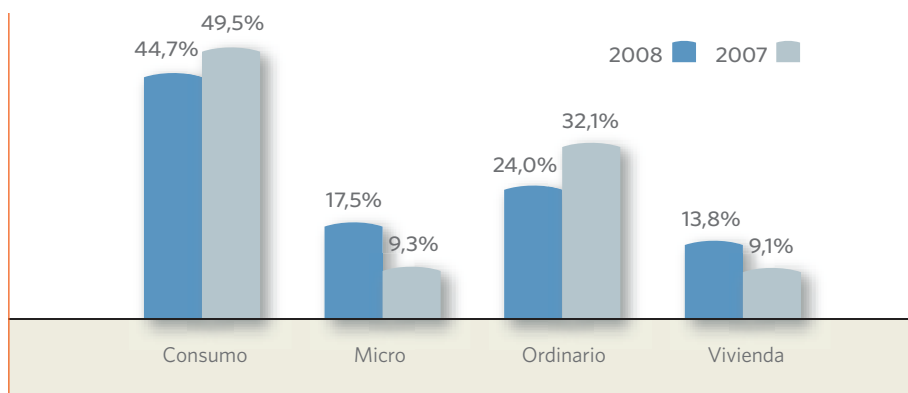
En cuanto a la captación, ésta ascendió a \$5,4 billones, de los cuales el 73% corresponde a captación masiva y de pequeña empresa, lo cual refleja el posicionamiento que el Banco ha mantenido en los rangos de menor monto (inferiores a \$100 millones), que contrasta con la estructura del sistema.

Captación por rangos



Fuente: BCSC, Contabilidad

Desembolsos por tipo

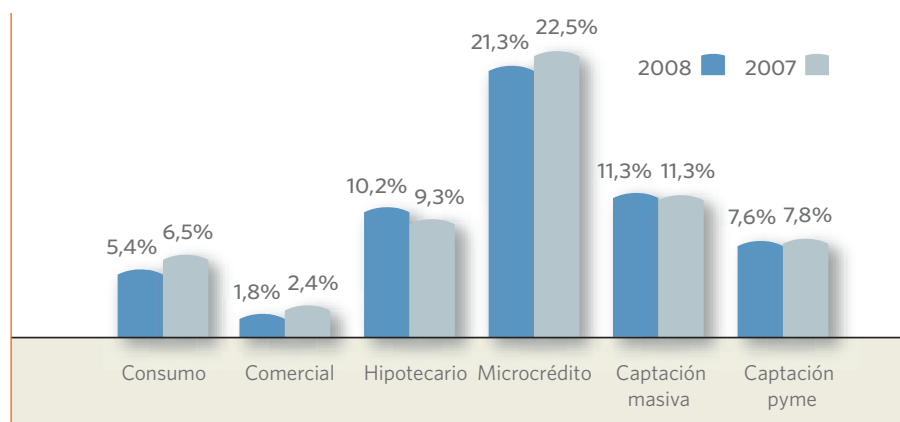


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia. Cálculos: BCSC, Gerencia de Planeación y Entorno.

El valor total de la cartera del Banco asciende a \$4,9 billones, con una participación sobre el activo total del 76%.

Gracias a estos resultados el BCSC, por medio de sus dos redes, continúa consolidando un posicionamiento destacado en sus mercados objetivo:

Participaciones de mercado



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia. Cálculos: BCSC, Gerencia de Planeación y Entorno.

Programas especiales

Con el fin de brindar una mayor cobertura en la atención a poblaciones especiales, el Banco continuó el fortalecimiento y desarrollo de alianzas clave:

- **PREMIO A LA EXCELENCIA DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA BANCO CAJA SOCIAL BCSC - ANIF.** Como reconocimiento al trabajo de los pequeños empresarios de Colombia, que con su esfuerzo y dedicación generan empleo, consolidan negocios y contribuyen al desarrollo del país, el Banco Caja Social BCSC y la Asociación Nacional de Instituciones Financieras, Anif, realizaron en octubre de 2008 la sexta versión de este evento. Los ganadores, con premios de \$18 millones para el primer puesto y \$9 millones para el segundo, fueron:
 - Primer puesto Categoría Microempresa: "Turrón de Coco Caribeño"
 - Segundo puesto Categoría Microempresa: "Arepas La Suavecita"
 - Primer puesto Categoría Pequeña Empresa: "Safety Smart Wear"
 - Segundo puesto Categoría Pequeña Empresa: "Distribuidora Rapitodo"
- **PROGRAMA CREEMOS.** Modelo especializado de microfinanzas desarrollado por la red Banco Caja Social BCSC para atender el segmento microempresarial más pequeño y generalmente no bancarizado. Cerró el año con presencia directa en 23 oficinas principales y 58 oficinas satélites, 11.370 nuevos clientes (para un total de 28.292), desembolsos por \$49.360 millones y cartera por \$43.386 millones.



- **ALCALDÍA DE BOGOTÁ, PORTAFOLIO “TIENDA EMPRESARIO” PARA PROVEEDORES Y TENDEROS DEL PROGRAMA “BOGOTÁ BIEN ALIMENTADA”.** Tiene el propósito de facilitar el acceso a recursos financieros de los actores que participan en la cadena de abastecimiento del programa “Alimenta Bogotá”: productores, transformadores, transportadores y comerciantes de alimentos, así como organizaciones solidarias. Se han registrado 114 personas beneficiarias del programa y se han desembolsado \$1.354 millones, con muy buena calidad de cartera; el 100% de estos beneficiarios cuenta además con productos de ahorro.
- **ALTA CONSEJERÍA PARA LA REINTEGRACIÓN.** Convenio firmado con el Gobierno nacional, con el propósito de contribuir al proceso de reintegración social y económica de los ciudadanos que pertenecieron a los diferentes grupos al margen de la ley, mediante su bancarización. Actualmente 9.820 personas son beneficiarias del programa en 13 ciudades, con cuentas de ahorro en las que se les consigna el subsidio que el Gobierno les otorga a través del programa de la Alta Consejería.
- **FINANCIACIÓN A CAMPESINOS CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE DEL MAGDALENA MEDIO.** Programa desarrollado por el BCSC en alianza con la ONG Desarrollo y Paz del Magdalena Medio, con el propósito de asegurar la generación de ingresos a familias campesinas en zonas de conflicto y con alto riesgo de desplazamiento, a través de la financiación de cultivos de palma de aceite.
- **SODIMAC.** Programa para ofrecer servicios financieros a maestros de obra y trabajadores de la construcción vinculados comercialmente con dicha firma.
- **CAJAS DE COMPENSACIÓN Y CONSTRUCTORES EXPERTOS EN VIS.** Para financiación y asesoría a clientes interesados en compra de vivienda.
- **PROYECTO EXCELENCIA EN EL SERVICIO.** El Banco trabajó en la promoción de una estrategia para lograr que los colaboradores integren como parte de su trabajo y diario actuar una noción de excelencia en el servicio prestado, tanto a clientes externos como internos. Durante el año se realizaron jornadas y talleres dirigidos a todos los colaboradores de la Organización, se realizó la campaña interna de servicio acompañada de mediciones periódicas de la calidad del servicio (interno y externo) y se desarrolló el programa “Excelencia en el Servicio”, mediante el cual se implementaron protocolos y técnicas de

atención en las oficinas, con el fin de generar en nuestros clientes un mayor nivel de satisfacción por el servicio prestado por el Banco.

ARP Colmena

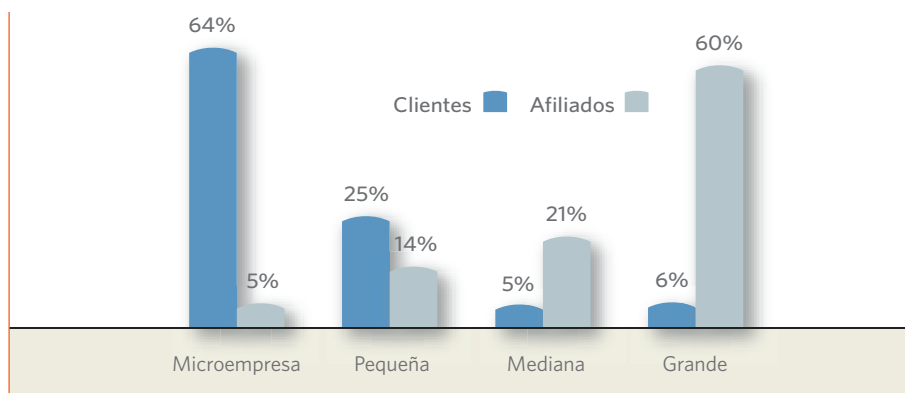


La Administradora de Riesgos Profesionales Colmena es una compañía que promueve el mejoramiento de la salud y la productividad de las empresas mediante la prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales; asimismo, es un actor fundamental del sistema de seguridad social nacional, mediante la prestación de servicios de atención, rehabilitación e indemnización.

Las políticas de la ARP Colmena están enfocadas a lograr una atención de servicios asistenciales de la mejor calidad, mediante una red de prestadores seleccionada con todos los requisitos de servicios médicos y de calidez humana que faciliten el proceso de recuperación del trabajador afectado por un accidente o una enfermedad profesional. Busca también desarrollar y fortalecer las herramientas que permitan ampliar el conocimiento sobre el comportamiento del riesgo de las coberturas otorgadas y optimizar las actividades de prevención para lograr un impacto positivo en nuestros clientes y en la compañía.

Durante 2008 la ARP Colmena atendió a 21.892 clientes empresariales¹⁰, de los cuales el 64% son microempresas o trabajadores independientes.

Tipos de clientes de la ARP Colmena

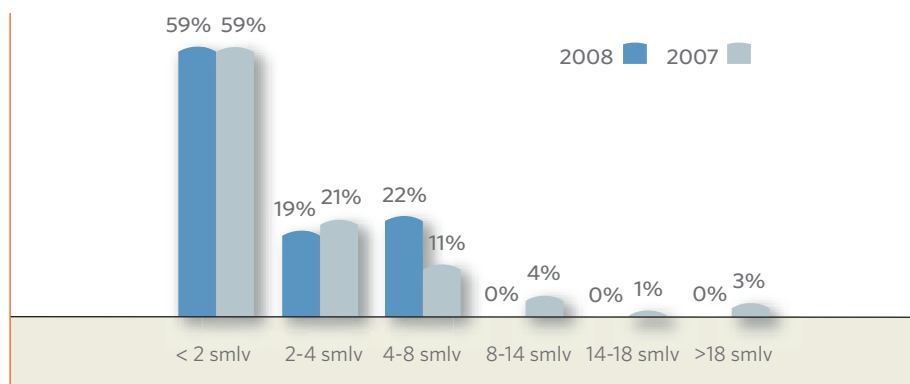


Fuente: ARP Colmena, Gerencia de Planeación.

Lo anterior le permitió contar con 671.175 afiliados, de los cuales el 78% son personas que ganan ingresos inferiores a 4 salarios mínimos legales vigentes.

¹⁰ La clasificación está por número de empleados: gran empresa, más de 100 trabajadores; mediana, entre 50 y 100; pequeña, entre 11 y 50; y microempresa, menos de 10 empleados.

Distribución de los afiliados por ingresos



Fuente: ARP Colmena, Gerencia de Planeación.

La ARP Colmena continuó prestando servicios de prevención especializados de acuerdo con el tamaño y tipo de empresa, en los que se invirtieron \$35.021 millones, 20% más que en 2007.

Para las grandes y medianas empresas se desarrollaron programas de asesoría y capacitación en temas relacionados con medicina preventiva y del trabajo, seguridad industrial y otros, alcanzando más de 320 mil horas destinadas a estos programas, un 27% superior a lo registrado el año anterior.

En cuanto las pymes, se trabajó en los siguientes programas:

- **Formar:** programa de formación en prevención y gestión integral del riesgo, a través de estrategias educativas para el fortalecimiento y desarrollo de capacidades. En 2008, 18.473 empresas y 31.840 afiliados participaron en este programa.
- **Boletín virtual:** creado para mantener al día a las microempresas en temas de prevención. Tiene una cobertura del 80% del total de microempresas clientes.
- **Asistencia y visitas.**

En materia de accidentes de trabajo y enfermedad profesional se buscó asegurar una adecuada y oportuna prestación de servicios asistenciales, para minimizar su complicación futura. Al mismo tiempo, se garantizó el reconocimiento oportuno y justo de todas las prestaciones económicas del trabajador afectado durante el tratamiento y por las secuelas permanentes o invalidantes que se deriven del evento, minimizando el efecto negativo sobre los ingresos del trabajador y su núcleo familiar. En 2008 se registraron 108 eventos de muerte e invalidez, para los cuales se desembolsaron \$67.581 millones.

Gracias a esto, la ARP Colmena continúa consolidándose como una de las empresas de aseguramiento más importantes del país que atiende un mercado popular y genera importantes utilidades.

Es importante resaltar el interés de la Organización por conocer y medir las expectativas y el grado de satisfacción de sus clientes, con el ánimo de mejorar y brindar un mejor servicio. Para ello cuenta con los siguientes mecanismos:

- Plataforma tecnológica adecuada que permite el seguimiento permanente de inquietudes, quejas y solicitudes de los clientes, con el fin de dar respuestas efectivas y oportunas.
- Línea Efectiva, canal para interactuar con los clientes frente a solicitudes, aspectos de mejora y oportunidades.
- Estudios y encuestas de satisfacción de productos, y de percepción de la Organización. De acuerdo con la última encuesta realizada, los clientes calificaron el servicio general en 4,62 y los servicios de prevención en 4,54 en una escala de 1 a 6, lo que indica un muy buen nivel de satisfacción.
- Encuestas y procesos de retroalimentación con el fin de mejorar la calidad del servicio.

Actividades y programas especiales

Con el propósito de incentivar el desarrollo de soluciones prácticas a los problemas que enfrentan las empresas en materia de prevención, la ARP Colmena realizó la cuarta versión del **Premio Líderes Colmena Riesgos Profesionales**, con la participación de 80 proyectos de empresas pertenecientes a diferentes sectores económicos.

Asimismo, la compañía continuó su **Plan despertar ARP**, que brinda un espacio de calidez y recreación a los niños huérfanos e hijos de inválidos de bajos recursos en épocas navideñas.

Fiduciaria Colmena



La Fiduciaria Colmena administra carteras colectivas que apoyan y complementan la propuesta de valor hacia los segmentos objetivo del BCSC, y patrimonios que benefician a sectores populares.

Durante 2008 la Fiduciaria continuó la consolidación de sus productos fiduciarios de inversión, entre los que se destaca **Universitas Cartera Colectiva**, creada especialmente para acumular recursos que contribuyan al pago de la educación superior de jóvenes colombianos, que vinculó a 1.569 nuevos inversionistas, un 22% más que en 2007. La Fiduciaria cerró el año con 8.667 planes de inversión y recursos administrados por \$55.646 millones.

Capitalizadora Colmena



La Capitalizadora Colmena apoya el propósito de la obra fundacional estimulando la conformación de capitales en la población colombiana, a través de planes de ahorro con el incentivo del sorteo y el desarrollo de productos agregados a la oferta de las empresas de la Fundación Social.



En 2008, la Capitalizadora colocó \$19.047 millones en nuevos títulos de capitalización en sus diferentes productos, generando un decrecimiento del 14,4% en las ventas (cuotas iniciales) frente al año anterior, producto de las altas tasas de interés que se presentaron en el mercado financiero colombiano, a las que en su mayoría van atados los títulos, y que desincentivaron la dinámica de colocación de créditos. En los sorteos se beneficiaron 364 clientes, quienes recibieron \$309 millones.

Cabe destacar que nueve de los doce sorteos se realizaron fuera de Bogotá, con el objeto de fortalecer la presencia de la Entidad en las redes de oficinas del Banco BCSC y en los clientes de la Capitalizadora a nivel nacional.

Corporación Servir

La Corporación Servir es una entidad sin ánimo de lucro cuyo propósito es la prestación de servicios turísticos y hoteleros en la modalidad de vacaciones familiares, paseos de un día y eventos empresariales para sectores populares.



La Corporación Servir atendió 66.302 huéspedes y recibió 44.353 personas para paseos de un día. De los huéspedes atendidos, el 82,5% correspondió a estratos 1, 2 y 3. Dentro de los grupos se destacan 2.350 niños de las escuelas del municipio de Villeta, tanto rurales como urbanas, que disfrutaron de un día de piscina sin costo en el centro vacacional. También se realizaron algunas actividades de los Juegos Intercolegiados de los municipios cercanos. El Centro fue visitado además por grupos de desplazados, jóvenes con problemas de drogadicción, discapacitados, niños de escasos recursos, personas de la tercera edad, madres cabeza de hogar, grupos religiosos, cooperativas y fondos de empleados, entre otros.

Con respecto al fomento de la cultura y el deporte, la Entidad mantuvo su patrocinio, apoyo y participación en el Festival y Reinado Nacional de la Panela que se llevó a cabo en el mes de enero, y al Festival Nacional de Bandas en agosto, dos de los eventos más importantes de la región. Asimismo, se llevaron a cabo torneos de fútbol y microfútbol, y se realizaron tardes deportivas para el personal de planta y proveedores de servicios de la Entidad.

La Corporación Servir se ha convertido en motor para el desarrollo de Villeta, no sólo por promover el acceso a servicios de recreación para los sectores populares, sino también por la formación que brinda en materia hotelera: gracias a los convenios con el Sena y otras instituciones de educación especializadas en hotelería, los estudiantes pueden realizar sus prácticas en las instalaciones. El centro vacacional aporta aproximadamente el 30% de la oferta total de camas formales del municipio de Villeta.

Por último, con el fin de promover el desarrollo profesional de los colaboradores de la Corporación, se realizaron durante el año capacitaciones en temas como manejo de alimentos, servicio al cliente, talleres motivacionales y trabajo en equipo, entre otros.

Deco Construcciones Ltda.



Deco es una sociedad comercial del sector de la construcción constituida en 2004, que se dedica a la interventoría y gerencia de proyectos inmobiliarios privados. La compañía cuenta con dos tipos de clientes:

- **CLIENTES DIRECTOS.** Son la Fundación Social, ARP Colmena, Capitalizadora Colmena, la Fundación Colmena y la Fundación Projuventud, frente a los cuales tiene el compromiso de llevar a cabo labores de gerencia e interventoría de los proyectos de vivienda en Cali: Patios de la Flora y Patios en el Lili.
- **CLIENTES INDIRECTOS.** A través de la venta de unidades de vivienda, Deco genera una relación con los nuevos propietarios de las unidades, sean personas naturales o inversionistas colombianos. En 2008 se vendieron 42 viviendas adicionales, para un total de 215 clientes propietarios.

Los proyectos de Deco buscan generar una mejor calidad de vida a sus clientes ofreciendo casas y apartamentos con buen diseño y excelentes acabados, que gocen de zonas comunes y espacios verdes.

- Patios de la Flora es un proyecto culminado en 2008, que reúne 7 torres y 454 unidades de vivienda, con más de 8 mil metros cuadrados de zonas verdes y áreas infantiles, zonas húmedas y gimnasio.
- Patios en el Lili, en construcción, consta de 10 torres y 71 casas con sus respectivas zonas comunes, localizado en estrato 4.

Medición de los procesos de calidad: Deco-metro



Con el fin de unificar los procesos y hacer un trabajo en equipo que permita mantener ritmos óptimos y eficientes, la Organización ha implementado Deco-metro, un sistema de medición de la calidad de los procesos, tanto con los colaboradores internos como con los proveedores. Gracias a esta herramienta se han obtenido mejoras en la calidad de los proyectos y en aspectos como la puntualidad, el cumplimiento y la optimización del tiempo en los procesos, promoviendo a su vez un mejoramiento profesional continuo.

Materiales de Colombia S.A. Matco S.A.

Matco es una sociedad productora de materiales de construcción con plantas en Tocancipá, Cundinamarca. Actualmente explota la arcilla que requiere en la mina de su propiedad ubicada en el municipio de Cogua, en el mismo departamento.

Los ladrillos fabricados por Matco son utilizados, en un 60%, para la construcción de vivienda de interés social, con 15 mil unidades en los últimos cinco años. Asimismo, ha contribuido a la construcción de grandes proyectos comerciales (38%) e instituciones educativas (2%). En 2008 Matco tuvo ventas por \$7.274 millones, representados en 15,4 millones de ladrillos.



Generación de riqueza y excedentes

La Fundación considera que su actividad empresarial ha de estar orientada de manera prioritaria al suministro de servicios clave para el mercado popular, que tengan viabilidad económica, sean sostenibles y generen una rentabilidad razonable. Lo contrario, así a corto plazo parezca atractivo, resulta con el tiempo destructor de valor para la sociedad en su conjunto. La generación de una rentabilidad adecuada y sostenida para sus accionistas es, entonces, otro de los propósitos de las compañías.

Así, parte del instrumento empresarial es la generación de excedentes para la financiación de toda la obra, es decir la provisión de recursos financieros para desarrollar los programas sociales y demás actividades de la Fundación Social, incluidos por supuesto el desarrollo y la consolidación del instrumento empresarial.

La generación de riqueza no se agota en el aspecto micro acotado en la generación de utilidades, sino que se relaciona con el valor agregado generado en el proceso productivo



inherente al quehacer empresarial. En términos económicos, éste se define como el valor total producido, descontados los insumos producidos por otros e incorporados dentro del producto final. Cómo se reparte ese valor agregado entre colaboradores, accionistas y el Estado, es también relevante desde el punto de vista social.

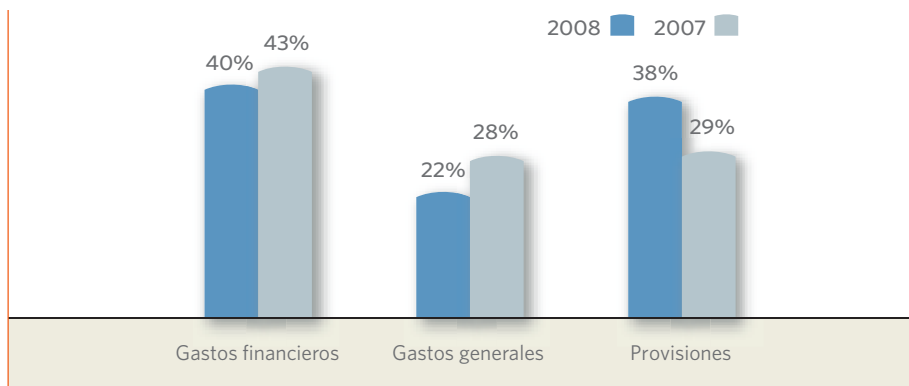
En 2008, el valor agregado de la Organización ascendió a \$489.747 millones, presentando un incremento del 8% frente al generado en 2007. Éste se distribuye entre **los colaboradores**, quienes a través de sus salarios y demás pagos recibieron \$250.265 millones; **los accionistas**, a los que les correspondieron \$182.135 millones en utilidades; y **el Estado**, que recibió \$57.347 millones en pago de impuestos.

Como principal accionista del Grupo empresarial, la Fundación Social destina la totalidad de los ingresos que percibe, en forma de dividendos y reservas de las empresas, al desarrollo de la obra. En 2008 recibió por este concepto cerca de \$143 mil millones, que fueron destinados al desarrollo de sus proyectos sociales directos y al fortalecimiento de su aparato empresarial.

Las transferencias constituyen el pago a otros sectores y rubros que forman parte del proceso productivo, representados en su mayoría en pagos de intereses y pagos a proveedores externos a la Organización, principalmente instituciones prestadoras de servicios de salud que soportan el negocio de la ARP Colmena. Para 2008 las transferencias alcanzaron \$1,5 billones, aumentando un 35% frente a lo transferido el año anterior.

Dentro de los rubros más relevantes se encuentran los gastos financieros (intereses); los gastos generales (pagos a proveedores de servicios públicos, tecnológicos, publicidad, prestadores de servicios de salud, asesorías, etc.); y provisiones de cartera y otras. Cabe destacar que las provisiones se realizan con el fin de asumir el costo que genera el incumplimiento de los compromisos por parte de algunos prestatarios, y para prevenir posibles incumplimientos futuros en los pagos. Estas medidas están enmarcadas en el continuo esfuerzo de la Organización y sus accionistas por disminuir los riesgos asociados al proceso de intermediación financiera, con el fin de continuar con una gestión más fuerte y responsable.

Distribución de las transferencias



Fuente: Fundación Social, Gerencia Financiera. Cálculos: BCSC, Gerencia de Planeación y Entorno.

La producción total de la Organización ascendió a \$1,98 billones, registrando un crecimiento del 27% frente al año anterior.

Los proyectos sociales directos tienen el propósito de contribuir a que poblaciones en situación de pobreza superen sus condiciones de exclusión y construyan proyectos y procesos que les permitan mejorar su calidad de vida. Tales proyectos se desarrollan mediante dos grandes formas de intervención social: **Proyectos de estímulo al desarrollo integral local (DIL)**, con los cuales se pretende dinamizar los procesos de mejoramiento colectivo en comunidades localizadas en territorios donde prima la exclusión y la pobreza; y **Proyectos de paz y derechos humanos (DDHH)**, que buscan aportar soluciones al conflicto armado, promover el respeto de los derechos humanos y la creación de una cultura para la paz.

Los proyectos sociales directos han estado presentes en las regiones con proyectos y procesos de desarrollo local y con algunas incursiones de proyectos de promoción de los derechos humanos. En 2008 se dio continuidad al trabajo en las cuatro regionales, Bogotá, Ibagué-Tolima, Nariño-Pasto y Medellín-Antioquia.

- **REGIONAL BOGOTÁ.** La Fundación trabaja en las localidades de Kennedy y Bosa, donde fortalece organizaciones de base para lograr su sostenibilidad y para mejorar su incidencia en la planeación y gestión del desarrollo local. La población desplazada y vulnerable de estas localidades se benefició de la promoción y el fortalecimiento de la actividad económica liderada por la Fundación Social, logrando la vinculación de 34

líderes, 215 personas en formación laboral y 151 unidades empresariales financiadas (el 76% de desplazados), se generaron 220 autoempleos, 52 empleos indirectos y 132 personas vinculadas al mercado laboral. A nivel distrital se trabajó con 85 redes de la ciudad, 285 organizaciones, 310 líderes y 1.120 participantes, fortaleciendo la incidencia política de las redes a través de 16 encuentros locales y dos distritales, entre otros logros.

- **REGIONAL IBAGUÉ-TOLIMA.** La Fundación Social trabaja en la Comuna 6 donde se logró, entre otros resultados, la actualización y vinculación del plan de la Comuna a los planes de desarrollo municipal y departamental. También se fortalecieron los procesos de nuevas asociaciones de mujeres productivas y se lograron concertaciones con la Cámara de Comercio de Ibagué, la OIT y el Sena para la formación técnica y ocupacional de las mujeres miembros de las asociaciones. Adicionalmente, en conjunto con la Gobernación del Tolima, se identificaron actores y organizaciones de las Comunas 7 y 8 con quienes se trabajó en la construcción de confianza y capital social, en la formulación participativa del diagnóstico de cada comuna y de la misión, visión y principios para un plan local de desarrollo.
- **REGIONAL NARIÑO-PASTO.** La intervención de la Fundación se ha dado en dos ámbitos territoriales: el Corredor Oriental de Pasto y la zona norte del departamento. Dentro de los resultados destacados en Pasto se encuentra el acompañamiento metodológico del plan de desarrollo municipal y la participación de 700 personas de las comunidades en su discusión. Con énfasis en la producción rural, se acompaña el proceso productivo en frutas y hortalizas de más de 120 familias.

En la zona norte de Nariño se trabajó en la vinculación de los planes de las comunidades a los planes municipales y al departamental, así como en la reestructuración operativa y administrativa de la Corporación Minga de Sueños. Se desarrolló un sistema de información de 54 organizaciones en los seis municipios, la vinculación de la Minga con la “Alianza Café y Vida”, el diseño de la página informativa en la web y la capacitación de 24 de los líderes en herramientas de informática.

- **REGIONAL MEDELLÍN-ANTIOQUIA.** La Fundación ha intervenido en proyectos de desarrollo regional en el norte y el sur del Valle de Aburrá, en la ejecución de un DIL en el municipio de Caldas y el inicio de un DIL en Barbosa.

En el municipio de Caldas se trabajó en formación de líderes y organizaciones para mejorar la convivencia y las relaciones familiares de funcionarios públicos, líderes y organizaciones en gestión y planeación participativas, y de jóvenes y mujeres en temas de empleo, empresa y generación de ingresos.



En Barbosa se inició el diseño de un sistema municipal de planeación y presupuesto participativo, vinculando a líderes y organizaciones del municipio.

En el área metropolitana de Medellín se trabajó en el fortalecimiento de 71 organizaciones de la Comuna 13 para el desarrollo regional; adicionalmente se formaron 77 líderes en planeación y presupuesto participativo, y se diseñaron y publicaron los materiales sobre desarrollo para ser incluidos en la formación de estudiantes de años 10º y 11º.

Dado que las utilidades de las empresas se destinan a financiar la obra de la Fundación, no es política de las empresas realizar donaciones directas para fines sociales. No obstante, éstas se realizan de manera excepcional para apoyar el desarrollo de decisiones de negocio como patrocinios o contribuciones a eventos de impacto social. En 2008, la Organización realizó donaciones y patrocinios por \$971 millones, originados en su gran mayoría en recursos del BCSC que beneficiaron a entidades sin ánimo de lucro, universidades y entidades municipales para el desarrollo de infraestructura local, así como patrocinios de actividades deportivas y culturales, y de actividades gremiales.

Asimismo, por política institucional, ni la Fundación Social ni sus empresas realizan donaciones o contribuciones a campañas políticas ni a candidatos.

Influjo en la sociedad (macroinflujo)

Las empresas son actores de la sociedad civil, y como tales tienen la responsabilidad de participar creativamente en la búsqueda de soluciones a los principales problemas de la colectividad, teniendo siempre como base y horizonte el bien común. Así, el macroinflujo es entendido como un espacio para la interacción, puesta en debate y construcción de sociedad, entre la actividad empresarial y la sociedad.

Las empresas de la Fundación Social participan en la discusión de temas decisivos para la superación de la pobreza y la construcción de paz que se encuentran en el centro de su actividad empresarial, como las microfinanzas, la vivienda de interés social y problemas sociales nacionales como la reincorporación; y, en materia internacional, la exploración y participación de la actividad financiera en el marco del desarrollo sostenible.

Durante 2008 las empresas del Grupo concentraron su actividad de macroinflujo en los siguientes frentes:

Microfinanzas

- Participación de directivos del BCSC en las discusiones y desarrollo de la Banca de Oportunidades y en el Comité de Microfinanzas de la Asobancaria.

Vivienda de interés social

- Participación de directivos del BCSC en la Mesa VIS de Uniandes (espacio inter-institucional para abordar los principales problemas de la vivienda de interés social, en el seguimiento al convenio de colocación con el Gobierno y en el Comité Asesor de VIS de Camacol nacional.

Riesgos profesionales

- Federación de aseguradores Fasecolda: definición de normas técnicas de prevención en altura, diseño del Plan Nacional de Salud Ocupacional y desarrollo del software gremial de consulta.
- Ministerio de la Protección Social: participación en mesas de trabajo y en el proyecto de variación de tarifas.
- Consejo Nacional de Riesgos Profesionales: representación de las ARPs privadas.
- Comités técnicos regionales de salud ocupacional.
- Fundación Iberoamericana de Salud y Seguridad Ocupacional, Fiso: fundadores.
- Actividades gremiales para el estudio y análisis del régimen legal y para la implementación de los sistemas establecidos por la Superintendencia Financiera de Colombia.
- Premio Líderes en Prevención: realizadores. En 2008 se presentaron 80 proyectos de 64 empresas, de los cuales se obtuvieron nueve ganadores de todo el país.

Espacios de discusión sobre RSE

- Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente Unep-FI (único signatario colombiano): se destaca la asistencia a la reunión anual del grupo de

trabajo para América Latina y la participación en la elaboración de la guía en derechos humanos para el sector financiero, que ya fue divulgada.

- GRI: grupo de trabajo para la elaboración del Suplemento para el Sector de Servicios Financieros, que culminó su trabajo.
- *Global Compact* de Naciones Unidas: Junta Directiva y participación en el programa Boyacá Responsable a través del Banco Caja Social BCSC.
- Instituto Mundial de Cajas de Ahorro, Imca: participantes en el estudio sobre el dividendo social generado por las cajas de ahorro y por la banca minorista con vocación social.
- Premio Emprender Paz: patrocinadores y jurados.
- ISO 26000: expertos por Colombia.
- Guía Local de Responsabilidad Social: se concluyó el trabajo.
- Asociación Bancaria: miembros del Comité de Responsabilidad Social.
- Cámara Colombiana de la Construcción, Camacol: participación en el comité RSE.
- Asociación Nacional de Fundaciones: miembros del Comité Directivo.
- Portal web Colombia Incluyente: miembros de los comités directivo y editorial.
- Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial: creadores y miembros de la Junta Directiva.

Reincorporación

- Se trabajó con la Alta Consejería para la Reincorporación explorando diferentes campos en los cuales la Fundación Social pudiese apalancar el proceso de reincorporación económica, desde su actividad empresarial. Como un primer desarrollo se concretó el convenio para pago de mesadas, ya referido.

Externalidades

En atención a otros temas relevantes relacionados con la responsabilidad social empresarial, se recogen en este acápite los avances en materia de medio ambiente y proveedores.

Medio ambiente

Ecoeficiencia BCSC

El BCSC es banco piloto a nivel mundial en la aplicación de los indicadores ambientales y sociales para el sector de servicios financieros de la *Global Reporting Initiative* (GRI). La medición de estos indicadores está incorporada en los anexos 2 y 3.

Igualmente, la Fundación Social es participante y fundadora del grupo de trabajo para América Latina promovido por la Iniciativa para el Sector Financiero del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (Unep-FI *Latin American Task Force*). En 2005 se convirtió en signatario de esta iniciativa y en la primera organización colombiana con presencia en el sector financiero en comprometerse formalmente con la discusión y avances en materia de sector financiero y desarrollo sostenible.

Durante el año, representantes del Banco participaron en el curso virtual sobre Ecoeficiencia organizado por Unep-FI y se continuaron las siguientes iniciativas en materia medioambiental al interior de la Organización:

- **PROGRAMA PARA LA REDUCCIÓN DE ENERGÍA:** en 2008 el consumo de energía se redujo en 1,94% frente al año anterior, debido principalmente a la aplicación de las siguientes estrategias:
 - Temporización de avisos luminosos.
 - Reposición gradual de luminarias en su modificación de tecnología, de T12 a T18.
 - Apagado de luces y monitores, y de luces comunales de áreas que no se estén utilizando a las 8:00 pm en las sedes de Dirección General.
 - Asimismo, se trabajó en la implementación de llaves con mecanismo fluxómetro en los baños de las sedes administrativas, que mejoran el ahorro del agua.
- **RECOLECCIÓN DE BASURAS EN SEDES ADMINISTRATIVAS DEL BCSC:** teniendo en cuenta los volúmenes de basura producidos en las sedes administrativas de Bogotá, existe un acuerdo con la cooperativa de recicladores Codipapel para la recolección y selección de basura de las sedes, separando las partes no reciclables de las reciclables como papel, cartón y materiales reciclados, con el fin de minimizar el impacto ambiental de estos residuos.
- **RECICLAJE:** para dar un óptimo uso al papel picado y en desuso, el área de Archivo y Microfilmación del BCSC ha realizado convenios con fundaciones de recicladores para la recolección y tratamiento de este material. Asimismo, se promueve el uso adecuado de las tres canecas para la administración y reciclaje de residuos: papel y cartón, vidrio y metales, y desechos orgánicos.
- **POLÍTICAS EN LA COMPRA DE PAPEL:** los volúmenes de manejo documental del BCSC son bastante altos, tanto en papel blanco como en formas preimpresas y documentos en general. Todo este papel es comprado a Fesa, del grupo Carvajal, que a su vez se abastece de Propal, firma colombiana preocupada por el desarrollo sostenible de nuestro país, minimizando en lo posible la tala de bosques.

- **COMPRA DE OTROS ELEMENTOS:** a través de una minuciosa selección de proveedores se asegura, en lo posible, la compra de productos ecológicos, reciclables y renovables, que no afecten el ecosistema. Para la línea institucional de aseo y cafetería aseguramos la compra de productos Familia, firma promotora del desarrollo sostenible y el reciclaje de recursos: todos sus productos son de característica renovable.
- **AHORRO DE RECURSOS NATURALES:** en la Organización se realizan y sostienen varias campañas de ahorro de todo tipo de elementos, en especial de recursos como el agua y la energía.

BCSC indicadores de uso de recursos

Consumo de papel	107.052 resmas tamaño carta	246.219 Kg
Consumo de energía	21.234.389 Kw	\$316/Kw, costo promedio
Consumo de agua	100.682 m ³	\$6,32/m ³ , costo promedio

Sistema de Gestión Ambiental BCSC

Desde 2002 el Banco creó un Sistema de Gestión Ambiental con el propósito de implementar un programa estructurado para la mejora continua del medio ambiente, dado su compromiso con la promoción y generación de una cultura entre sus colaboradores y clientes que propenda por el financiamiento de actividades y proyectos ambientalmente sostenibles. Por ello, la política de riesgo crediticio considera explícitamente el tratamiento del riesgo ambiental frente a los clientes de operaciones activas, considerando así el impacto negativo de la operación de los clientes sobre el medio ambiente, como factor de riesgo para el otorgamiento de créditos.

El Sistema de Gestión Ambiental y la política de riesgo son aprobados por la Junta Directiva del Banco y actualizados según las necesidades del negocio; es así que en los últimos años se han adelantado acciones para avanzar en su implementación. Por ser parte de la política de riesgo crediticio, su carácter es confidencial.

El BCSC clasifica y segmenta, de acuerdo con la normativa, la cartera según la exposición al riesgo ambiental, en función de su actividad económica. Las categorías de segmentación son:

- **RIESGO ALTO (CATEGORÍA A):** actividades o proyectos que, si bien no se encuentran en la lista de actividades o destinos restringidos, requieren un tratamiento especial para el control del medio ambiente.

- **RIESGO MEDIO (CATEGORÍA B):** actividades o proyectos que ofrecen un grado de exposición moderado al riesgo ambiental.
- **RIESGO BAJO (CATEGORÍA C):** actividades o proyectos que ofrecen un grado de exposición muy bajo al riesgo ambiental o sus efectos en el medio ambiente son irrelevantes.

Si bien el mercado objetivo del BCSC es catalogado por el Sistema de Gestión Ambiental como de riesgo bajo, existen los siguientes procedimientos para el tratamiento adecuado de cada uno de los tipos de clientes:

- En cuanto a todas las operaciones, no se otorgan créditos a actividades o proyectos que impliquen el trabajo forzado o el empleo de menores de edad en condiciones de riesgo. Este requisito es de carácter general y no tiene excepciones.
- Para los clientes en general, no se otorgan recursos para actividades y destinos con claros efectos ambientales o éticos negativos, por ejemplo: producción o comercio de armas y municiones; producción o comercio exclusivo de bebidas alcohólicas (excluyendo cerveza y vino); producción o comercio exclusivo de tabaco; empresas de juegos de azar, casinos o equivalentes; comercio de vida salvaje o productos derivados de ella; producción o comercio de materiales radioactivos; producción, comercio o uso de fibras de asbesto libre; producción o comercio de productos que contengan PCB, entre otros. Este requisito es de carácter general y no tiene excepciones.
- En cuanto a los constructores, se valida que los proyectos a financiar cumplan con las normas mínimas de construcción internas del Banco (sobre aspectos urbanísticos y riesgos ambientales principalmente), y con las licencias y permisos legales en la etapa de otorgamiento. Posteriormente, en las visitas de control de obra se verifican, entre otros aspectos, la no invasión del espacio público, la adecuación de las áreas verdes de cesión a la comunidad, y que no exista contaminación visual por parte del proyecto. En caso de incumplimiento, se solicita la corrección de dichos aspectos o de cualquier otro tipo de riesgo ambiental para evitar el cierre de obras. En las visitas sucesivas de avance de obra se detectan y se hace seguimiento a la corrección de dichas circunstancias.
- Para las operaciones solicitadas por nuevos clientes que no tengan experiencia crediticia y que desarrollen su actividad económica a través de unidades productivas, se realiza una visita al negocio (proceso de verificación) para evaluar varios aspectos relevantes de éste, entre ellos las condiciones medioambientales.
- Se establecen, además, visitas especializadas para operaciones que superen USD100 mil. Las áreas comerciales del Banco (canales de venta) son las encargadas de realizar el

primer filtro para cumplir con la lista de exclusión y demás requisitos en términos medioambientales y sociales. Una vez la operación es recibida por la fábrica de crédito, ésta verifica nuevamente las condiciones para garantizar su cumplimiento.

Todos los procedimientos descritos son evaluados como parte integral del trámite del crédito, tanto por la auditoría interna como por la Revisoría Fiscal. Adicionalmente, se envía un informe anual de cumplimiento sobre el acuerdo con la IFC, accionista del Banco, en el que se incluyen los avances sobre el Sistema de Gestión Ambiental.

Durante el año 2008 se realizaron capacitaciones periódicas a los canales de ventas y al área de crédito para garantizar la correcta aplicación de la política de riesgo. Asimismo, representantes de la Organización participaron en el curso virtual ofrecido por la Unep-FI sobre Ecoeficiencia.

Medidas para la reducción del impacto medioambiental

Deco Construcciones Ltda.

Previo al inicio de la construcción de los proyectos de vivienda, Deco y sus socios formulan un plan ambiental enmarcado en políticas de calidad, salud ocupacional, seguridad industrial y medio ambiente, fundamentado en principios de conservación del entorno natural y el desarrollo de actividades armoniosas con el ambiente y la comunidad vecina. El plan define un conjunto de medidas para evitar, mitigar, restaurar o compensar los impactos ambientales negativos que se puedan generar como producto de las actividades de la obra y también para potencializar los impactos positivos durante las etapas preliminares y de construcción del proyecto.

Este plan determina las acciones generadoras de impacto y establece las medidas a implementar durante la obra, enfocadas al manejo, control, seguimiento y contingencia. También incluye las medidas de manejo ambiental para cada una de las actividades identificadas como generadoras de impactos en el desarrollo del proyecto, en las que se presentan los objetivos, causas de impacto, impactos a controlar, las medidas de manejo, sitios de implementación, normatividad aplicable, cronograma de ejecución y su responsable, todo esto articulado con la ejecución general de la obra.

La gestión ambiental del proyecto Patios de la Flora está articulada con los requisitos de la comunidad, la autoridad ambiental, las instituciones y demás partes interesadas.

Materiales de Colombia - Matco S.A.

El desarrollo de la actividad empresarial de Matco –producción de ladrillos– se basa en el cumplimiento de la normatividad ambiental sobre emisiones de gases, manejo de residuos sólidos y del recuso hídrico.

En desarrollo de su compromiso con la protección del medio ambiente, Matco creó el Comité de Gestión Ambiental, órgano encargado de establecer e implementar acciones encaminadas a dirigir la gestión ambiental de la compañía y a velar por el cumplimiento de la normatividad que regula la materia.

Se resalta la participación de la compañía en la Ventanilla Ambiental, programa de apoyo a las empresas de los sectores de la industria, la minería y la agroindustria que pertenecen a la jurisdicción de la CAR, que promueve una producción más limpia con el propósito de mejorar la eficiencia de las empresas, proteger el medio ambiente y garantizar el uso racional de los recursos naturales.

Servir

Servir creó el Comité de Gestión Ambiental, órgano encargado de establecer e implementar acciones encaminadas a dirigir la gestión ambiental de la compañía y a velar por el cumplimiento de la normatividad que regula la materia.

Proveedores

La gestión con proveedores se enmarca en la política de contratación de la Fundación Social y en el manual de compras de las empresas del Grupo. Aspectos como la evasión de las contribuciones al sistema de seguridad social, la falta de oportunidad en los pagos o de efectividad en la entrega de los productos o servicios solicitados, son regulados por la Entidad.

La política abarca temas como la exigencia del cumplimiento de las obligaciones con el sistema general de seguridad social y la exigencia de una póliza de salarios y prestaciones sociales. En los casos particulares que requieren altos volúmenes de contratación de personal, el área de Desarrollo Humano visita a las empresas proveedoras con el fin de inspeccionar y asegurar el cumplimiento de los aspectos regulados.

Por su parte, el Área de Contratos valida el cumplimiento de los requisitos señalados por parte de las empresas proveedoras, y las Áreas de Auditoría se encargan de que la Organización cumpla las políticas y normas de contratación.

Gobierno Corporativo

El Gobierno Corporativo ha sido parte de la gestión socialmente responsable de la Organización liderada por la Fundación Social, que lo ha entendido como un sistema interno de valores, principios, prácticas, tradiciones, normas, acuerdos y comportamientos decantados con el transcurrir del tiempo que, documentados o no, y originados tanto en el ejercicio de su libertad de autodeterminación como en el cumplimiento de la ley, permite una administración eficiente, competitiva y transparente.

Tal sistema le permite a la Fundación Social el logro de su objeto que se traduce en intervención social, bien sea directa o a través del instrumento empresarial. Esto se logra preservando, incrementando y estimulando con éxito, a través del tiempo, los intereses que tienen en la Organización las poblaciones beneficiarias de los proyectos de intervención social directa adelantados por la Fundación Social, los clientes de las empresas que la conforman, sus colaboradores, sus proveedores, quienes invierten en los valores emitidos por ella, quienes participan como accionistas en el capital de las empresas del Grupo y la sociedad en general.

Durante 2008 la Fundación Social adoptó su Código de Gobierno Corporativo por medio del cual busca hacer explícitos los principios y estilos que siempre han regido su actuación en relación con sus órganos de gobierno, los accionistas que comparten con ella la participación en el capital de las empresas, sus inversionistas y los de sus empresas, sus administradores y sus directores, así como los directores y administradores de sus empresas, los beneficiarios de sus proyectos sociales directos, los colaboradores de la Organización, las autoridades, sus proveedores, los proveedores de las empresas, los gremios a las que éstas pertenecen, aquellas sociedades en que ella o sus empresas participan en el capital social sin tener el control y, finalmente con las entidades que, sin ser parte del Grupo, han adherido a sus principios.

El Código no es una recopilación de reglas puntuales en relación con Gobierno Corporativo ni atiende a estándares ajenos a la realidad de la Organización; busca recopilar el conjunto de principios que son resultado de su propia experiencia de casi cien años, de su estructura estatutaria, de su condición de matriz de un grupo empresarial, de su naturaleza jurídica y sobre todo del legado que inspira desde 1911 su actuación.

Los órganos estatutarios de la Entidad se reunieron en la forma prevista, incluyendo la Sala General de los Consejos Social y Directivo, el Consejo Social (máxima autoridad en los aspectos morales, sociales y apostólicos), el Consejo Directivo (máxima autoridad en

materias administrativas, económicas y financieras) y el Comité de Auditoría, todos convocados conforme las previsiones de los estatutos. Se atendió el sistema interno normativo para el manejo de conflictos de interés y se revelaron las operaciones materiales celebradas con las entidades subordinadas.

El Presidente de la Organización, que a su vez es su representante legal principal, cuenta con el apoyo de las vicepresidencias Corporativa, de Desarrollo y Jurídica; las dos primeras con las competencias propias de cada instrumento de intervención, y la última con la misión de apoyar la labor de las dos anteriores e influir de manera constructiva en los temas jurídicos de la vida nacional.

En desarrollo de sus principios de Gobierno Corporativo, la Fundación se ha preocupado de manera principal porque sus órganos de administración y los de sus empresas estén conformados por personas de las más altas calidades y comprometidas con la misión de la Fundación.

La Fundación Social y todas sus empresas han contado con los servicios de una firma de revisoría fiscal de reconocida reputación y trayectoria, que vela y certifica la razonabilidad de los estados financieros, así como otros procesos centrales del negocio.

Por otra parte, frente a sus inversionistas en el mercado de valores y al público en general, la Fundación Social suministró información periódica y relevante conforme a su condición de emisor, dando a ésta un manejo que atiende a los criterios de veracidad, pertinencia y fiabilidad.

Cada una de las empresas de la Organización tiene la estructura administrativa que le imponen su realidad y su condición, pero en tal estructura se replican los principios de lealtad y competencia que son predicables de los administradores de la Fundación. Ellos y sus empresas velan por tomar las medidas conducentes a enfrentar y manejar sus riesgos.



Modificaciones entre las versiones 2008 y 2007 del Balance Social Empresarial

1. Se incluyó un marco conceptual sobre el entendimiento de la Responsabilidad Social Empresarial de la Fundación Social y una explicación del modelo de intervención de la Organización.
2. Se incluyó información relacionada con Matco y Deco, y se amplió la información de la ARP Colmena.
3. Los datos de generación de riqueza son ajustaron para 2007 por cambio en la metodología de medición, con el fin de hacerlos comparables a 2008.
4. Se incluyó el suplemento de servicios financieros de GRI y se amplió el número de indicadores reportados en el GRI 3.
5. Se eliminó el glosario.

Índice de contenidos e indicadores GRI 3



Contenidos	Páginas
1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización	3
1.2 Descripción de principales impactos, riesgos y oportunidades	13-52
2.1 Nombre de la Organización informante	1
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios	6, 28-39
2.3 Estructura operativa de la Organización	7, 51-52
2.4 Localización de la sede principal de la Organización	7
2.5 Países en los que opera la Organización	7
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	6
2.7 Mercados servidos	28
2.8 Dimensiones de la Organización informante	11
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por el informe	Anexo 1
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria	1
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente	Anexo 1
3.3 Ciclo de presentación de memorias	3
3.4 Punto de contacto	7
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria	3
3.6 Cobertura de la memoria	7
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos	3, 11, Anexo1
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores	Anexo 1
3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria	Anexo 2
4.1 Estructura de gobierno de la Organización	51-52
4.5 Procedimientos para evitar conflictos de interés	18
4.8 Misión, valores y principios de la Organización	6, 17
4.13 Principales asociaciones a las que la Organización pertenezca o apoye	43-45
4.14 Relación de grupos de interés que la Organización ha incluido	13-52
4.15 Bases para la identificación y selección de grupos de interés	8-9

Indicadores GRI 3

Desempeño económico		Páginas
EC1	Valor económico directo generado y distribuido	11, 39-41
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local	20
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	50
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local	24
Desempeño ambiental		Páginas
EN1	Materiales utilizados por peso o volumen	47
EN3	Consumo directo de energía	47
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	46
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía	46-47
EN8	Captación total de agua	47
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero	50
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	45-50
Prácticas laborales y ética del trabajo		Páginas
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, contrato y región	14
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados	14
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa	19-22
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo	24
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos para trabajadores y sus familias	24-25
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua	24-25
LA14	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional	15
Derechos humanos		Páginas
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas para contribuir a su eliminación	48
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado, y medidas para contribuir a su eliminación	48
Sociedad		Páginas
SO3	Porcentaje de empleados formados en políticas y procedimientos anti corrupción de la Organización	18
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y en actividades de "lobbying"	43-45
Responsabilidad sobre los productos		Páginas
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente	36
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios	44-45, Anexo 4

Cuadro indicadores suplemento de servicios financieros GRI



Indicadores específicos del suplemento de servicios financieros		Páginas
FS1	Descripción de las políticas medioambientales y sociales aplicadas a las líneas de negocio	16-18
FS2	Procesos para evaluar y controlar los riesgos medioambientales y sociales en las líneas de negocio básicas	47-49
FS3	Procesos para monitorear la implementación y cumplimiento, por parte de los clientes, de los aspectos medioambientales y sociales detectados en los procesos de evaluación de riesgos	47-49
FS4	Procesos para mejorar la competencia de los empleados a la hora de abordar los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales	47
FS5	Interacción con clientes, inversores y socios con respecto a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales	33-34
FS6	Estructura del portafolio según líneas de negocio y por sector	31
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para otorgar un beneficio social, por línea de negocio, especificando el propósito	30-31
FS9	Número y frecuencia de auditorías que incluyen el examen de los sistemas y procedimientos de riesgos medioambientales y sociales vinculados a las líneas de negocio	47-52

Global Compact *Communication On Progress* (COP) 2008

Bogotá, agosto de 2009

Señor

BAN KI-MOON

Secretario General

Organización de Naciones Unidas

UN Headquarters

New York, NY

Respetado señor Ki-moon:

Es mi deseo expresar en nombre de la Fundación Social y sus Empresas el firme compromiso de continuar apoyando los 10 principios del Pacto Global, al cual adherimos en septiembre de 2004.

La Fundación Social y sus Empresas continúan trabajando para contribuir a la superación de las causas estructurales de la pobreza en Colombia, misión última de la Organización. En este contexto, las empresas adelantan su actividad dentro de un marco comprehensivo de Responsabilidad Social Empresarial, que abarca los principios del Global Compact.

Desde 1992, la Organización realiza un Balance Social anual que pretende medir el impacto de la actividad empresarial de la Organización sobre la sociedad. Dicho instrumento, que es en esencia un soporte a la gestión ordinaria del negocio, recoge, entre otros, los diversos aspectos contemplados en el Global Compact.

No obstante, para este segundo informe de Progreso, se ha considerado pertinente elaborar un documento particular, como anexo de dicho balance.

Cordialmente,

Eduardo Villar Borrero

Vicepresidente Corporativo

Fundación Social

Principios	Políticas o programas (páginas)	Indicadores de progreso (páginas)
Principio 1. El negocio debe apoyar y respetar la protección de los derechos humanos declarados internacionalmente.	15-18	14-15, 20-22
Principio 2. El negocio debe asegurar que no es cómplice en abusos a los derechos humanos.	17-18	14-15, 19-22
Principio 3. El Negocio debe pregonar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a convenciones Colectivas.	17-18	ND
Principio 4. El negocio debe apoyar la eliminación de todas las formas de trabajo forzado.	17-18	14-15
Principio 5. El negocio debe apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.	17-18	14-15
Principio 6. El negocio debe apoyar la eliminación de la discriminación con respecto a empleo y ocupación.	17-18	14-15
Principio 7. EL negocio debe apoyar un abordaje cauteloso de los retos ambientales.	45-50	46-47
Principio 8. El negocio debe tomar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.	43-45	46-50
Principio 9. El negocio debe promover el desarrollo y la difusión de tecnologías amigables al ambiente.	46-47	46-47
Principio 10. El negocio debe trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.	17-18	18

Fundación Social y sus Empresas

Coordinación general: **EQUIPO DE TRABAJO, FUNDACIÓN SOCIAL**

Diseño: **MACHADO Y MOLINA ASOCIADOS**

Impresión: **EDITORIAL JL IMPRESORES**

Bogotá, septiembre 2009

