



Ámbito Comercial.



DAVIVIENDA

Ámbito Comercial

En el Banco Davivienda y sus Filiales, queremos construir relaciones con nuestros clientes a largo plazo, por esto, permanentemente trabajamos para que nuestras ofertas sean competitivas, innovadoras e integrales, que le aporten a los colombianos y sus familias a la construcción y protección de su patrimonio y el manejo fácil de su dinero. Para las pequeñas y medianas empresas, tanto rurales como urbanas, esto representa contar con soluciones que contribuyan a su crecimiento; y para las grandes empresas esto representa contar con ofertas de productos y servicios que apoyen su consolidación.

Asimismo, nos esforzamos para que a través de sus experiencias de servicio nuestros clientes sientan que Davivienda es un Banco que les permitirá sentir: Tranquilidad, Alegría, Gratitud y Asombro.

Hoy, más de 3,8 millones de Colombianos, alrededor de 150 mil Pymes, y más de 4 mil clientes de Banca Corpotativa y Gobierno, son clientes de Davivienda.

Nuestros clientes gozan de un amplio portafolio de servicios financieros de acuerdo con sus necesidades. Nos reconocen por la constante innovación de nuestros productos y servicios, y aprecian el amplio cubrimiento nacional a través de 559 oficinas y 1.445 cajeros, y la calidad del servicio que les entregamos.



COBERTURA - Banco Davivienda

	2010	2011
Regionales	8	8
Sucursales	21	22
Oficinas	545	559
Total de localidades cubiertas		
Departamentos	25	25
Municipios	163	177
Único Banco	22	28

Cantidad de Clientes por Producto

	Persona Natural	Persona Jurídica
Portafolio	215.624	1
Libranza	226.562	-
Vehículo	47.183	36
Hipotecario	145.575	76
Leasing	1.662	9
Crediexpress	347.293	6.164
Tarjeta de Crédito	1.074.844	4.722
Ahorro	3.417.567	69.501
Inversión	36.392	18
Cuenta Corriente	449.718	63.346

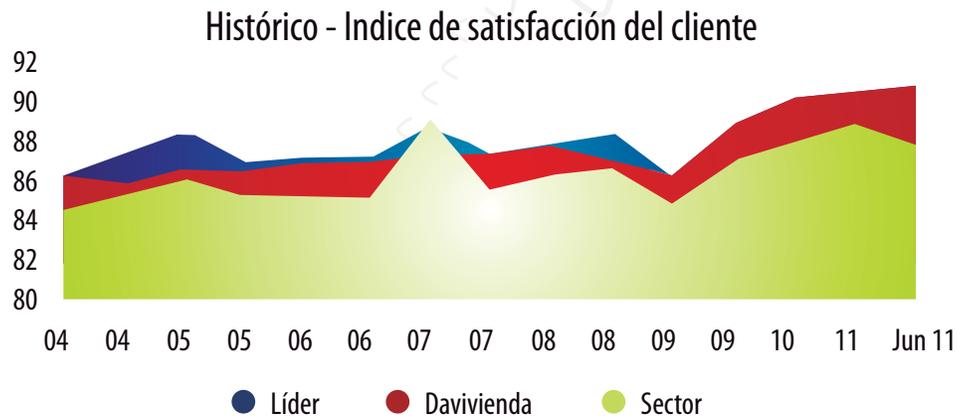
(Los datos no incluyen Panamá y Miami)



Servicio y Calidad

El trabajo en equipo, basado en la generación de cultura y enfocado en los atributos de servicio (agilidad, asesoría, interés y seguridad), nos ha permitido lograr una calificación de 90,6 a junio de 2011 según estudios de mercado, que nos consolida como el Banco número uno en la prestación de servicio al cliente.

NOTA: (*Estudio realizado por Tecnología y Gerencia)



Davivalores participó activamente en el estudio de servicio (BVC - IPSOS) para mejorar los estándares de atención de clientes.

Fiducafe cada año realiza una encuesta de satisfacción dirigida a la totalidad de sus clientes, resultados que evidencian un muy buen servicio y la satisfacción con nuestro trabajo.

En la Fiduciaria Davivienda se realizó una entrevista presencial a 88 compañías seleccionadas. De acuerdo a los resultados obtenidos desarrollaremos un plan de capacitación a los empleados de las sucursales en los productos de la Fiduciaria y así ofrecer calidad en la entrega de la información, y buscar herramientas con el fin de ofrecer agilidad en los procesos de estructuración de negocios fiduciarios.

Se implementó el aplicativo SIEBEL en el área de Gestión Fiducia Estructurada, en el que se maneja radicación y respuesta a solicitudes de quejas y reclamos recibidas por parte de la administración de los negocios, permitiendo de esta manera mayor control, análisis y verificación en dar respuesta a nuestros clientes.

Como objetivo del 2011 se planteó aumentar la satisfacción del cliente en las respuestas entregadas de sus reclamaciones y solicitudes, bajando el tiempo de respuesta en un 60% y utilizando medios de respuesta más oportunos como el envío de SMS y entrega personal de la respuesta en la oficina donde el cliente radicó su reclamación.

Optimizamos nuestro proceso de atención de quejas, bajo el lema "una queja, una oportunidad de mejora" y suministrando información a los dueños de proceso para encontrar la causa raíz que genera insatisfacción a los clientes.



(Los datos no incluyen Filiales)

Estrategias para un mejor servicio

Dentro de las estrategias se cuenta con nuestros Aseguradores de Servicio que diariamente a través de la observación, recopilan en las diferentes oficinas del país la Voz del Cliente.



En agosto del 2011 implementamos el programa Reporteros de Servicio de Davivienda, que tiene como objeto informar las fallas de los canales transaccionales y los trámites dispendiosos del Banco, a través de un mensaje de texto desde cualquier celular y de manera gratuita.

Fiducafé implementó el aplicativo SAFFE en el área de Gestión de Fiducia Estructurada, en el que se maneja toda la operación de pagos y recaudos, el cual permite mayor control, análisis y velocidad de respuesta a nuestros clientes.

Pensado en la oportunidad de respuesta a los clientes, en las reclamaciones por reintegro y traslados AFP⁴ de entrada, desde la Fiduciaria Davivienda hemos implementado un sistema de respuesta por mensaje de Texto Vía SMS.



4. Administradora de Fondo de Pensiones.



Calidad como una actitud original

Durante 2011 trabajamos en una nueva filosofía de calidad, donde como objetivo primordial pretendemos construir en la mente de las personas el servicio y la calidad como un sentir y un hacer las cosas bien desde el principio, más que un requisito, una norma o una política.

Desde el 2005 el Banco Davivienda obtuvo la certificación de Calidad por parte de SGS y en el 2011 obtuvimos la renovación al certificado, lo que representó el aval al mejoramiento continuo, la optimización de procesos y la participación en esquemas de innovación. Gracias a este trabajo hemos logrado certificar 54 de los 91 procesos del banco.

Durante 2011 Fiduciaria Davivienda tuvo su auditoría de seguimiento por parte de la empresa SGS, en donde demostró su compromiso y responsabilidad con los productos y servicios, logrando mantener la certificación otorgada en 2010.

Fiducafé obtuvo nuevamente la certificación de calidad de sus procesos por parte de la empresa SGS. Es la tercera certificación que recibe la fiduciaria desde su creación demostrando compromiso y responsabilidad con los productos, servicios y atención a nuestros clientes a través de una mejora continua.



Nuevos servicios

> Daviportátil

Es una forma innovadora de ofrecer y entregar productos, servicios y asesoría, a través de un asesor móvil con su Daviportátil brindando un servicio ágil y seguro.

> Informador Virtual (kiosco)

Dispositivo de autoservicio que permite de una manera fácil que cada cliente consulte sus giros y el extracto y estado de sus productos.

Seguridad de la Información

El Banco ha venido fortaleciendo su estructura para dar un manejo especial a los temas relacionados con Tendencias de Fraude Electrónico, para ello se creó el Área de Control de Riesgo Transaccional, encargada de conocer las tendencias de fraude a Nivel Mundial que podrían afectar a nuestros clientes. Además, con base en los cambios generados en la tecnología utilizada para soportar la mayor parte de sus procesos, conformó el área de Control de Riesgos de Tecnología.

El enfoque de la Estrategia de Seguridad está basado en la Protección de la Información de todos los clientes, en todos los procesos del Negocio. Para ello, en el año 2012 se continuará con el desarrollo de una serie de iniciativas encaminadas a mantener la Seguridad de la Información como un rol primordial, garantizando un manejo adecuado del activo vital de la organización: la Información.

Innovación

Rompiendo paradigmas

En los últimos años Davivienda ha potenciado su capacidad de Innovación a través de diferentes esfuerzos desarrollados en las tres dimensiones que exige el desarrollo de una destreza organizacional: Estructura y Mecanismos Organizacionales, Entrenamiento, y Resultados orientados a mejorar la oferta de valor del Banco y sus índices de eficiencia.



Estructura y Mecanismos Organizacionales

- **Premio de Innovación de la Familia Bolívar:** buscar reconocer a quienes lideran los procesos de Innovación en el Banco e identificar y divulgar las mejores prácticas.
- **Portal de Innovación:** sistema de información que nos permite gestionar los avances de nuestra estrategia.
- **Expedición de Innovación:** busca premiar a los más innovadores y brindarles una experiencia que los lleve a pensar diferente y que los inspire a seguir innovando.
- **Estudio de Clima Organizacional.**
- **Evaluación de los Jefes.**



Entrenamiento

Contamos con una red de 468 coaches de Innovación. Adicionalmente 3.400 empleados han participado en capacitaciones, talleres y charlas enfocadas a fortalecer la destreza de Innovación en la Organización.

Hemos adelantado alianzas con instituciones académicas como la Universidad de los Andes y la Universidad Externado de Colombia, para trabajar programas conjuntos que nos permitan desarrollar en nuestros empleados mayores destrezas a la hora de innovar.

Resultados

En el 2011 se presentaron al Premio de innovación Familia Bolívar 120 logros de Innovación del Banco y sus compañías Filiales. Entre los proyectos más destacados del 2011 estuvieron:

- > DaviPlata
- > CDT's y Bonos Desmaterializados Indexados al IBR
- > Canales Alternos para la Venta
- > Daviportátil
- > Vivienda a su Medida
- > Acuerdos de Cobranza por SMS
- > e-@Seguros





En el marco del **Premio de Innovación y Alta Gerencia** organizado por el Gobierno Nacional, Davivienda se vinculó en el 2011 y compartió su conocimiento y experiencia en innovación con tres de las entidades ganadoras.

En la **Alcaldía de Barranquilla**: se abordaron temas de movilidad y gestión del riesgo.

En la **Alcaldía de Río Negro**: se trabajó el tema de nutrición infantil escolar.

En la **Aeronáutica Civil**: se trabajó el tema del servicio al cliente.

Adicionalmente, en conjunto con el **Departamento de la Función Pública**, participamos también en la estructuración del programa de innovación que se desarrollará en todo el país.

Es así como Davivienda, mediante una estructura sólida, ha encaminado sus esfuerzos a brindar productos y servicios que tengan en cuenta los diferentes actores de interés que tiene el Banco y el entorno económico, social y ambiental que lo rodea. Adicionalmente busca brindar su apoyo y conocimiento a diferentes entidades, para hacer de la innovación una destreza que se difunda a nivel nacional y así contribuir a la construcción de un país con altas posibilidades de crecimiento y desarrollo.

Nota: El programa de Innovación solo aplica a nivel Nacional

Bancarización

Reconocemos que uno de los desafíos más grandes del sector financiero es lograr la bancarización de un mayor número de colombianos, ya que se ha demostrado que un sistema financiero sólido se convierte en una de las principales fuentes de desarrollo y crecimiento económico, tema que también se está impulsando desde el Gobierno y se ha convertido en un componente transversal de las políticas de desarrollo e inclusión social.

DAVIPLATA

En febrero 23 del 2011 se lanzó DaviPlata, un nuevo producto con el cual buscamos contribuir al desarrollo social y económico del país, convirtiéndonos en pioneros del desarrollo de un modelo de inclusión financiera.

DaviPlata se apoya en la gran cobertura que tienen las compañías de telefonía celular de Comcel y Tigo que prestan su servicio en el territorio nacional, gracias a la cual, millones de colombianos se mantienen unidos, con la posibilidad de manejar el efectivo electrónico sin tener una cuenta bancaria.



Nuestra estrategia se basó en la inclusión de segmentos que no pertenecían al sector financiero, las Fuerzas Militares, Madres beneficiarias de Acción social, 40 Empresas que por su naturaleza aún hacen pago de nómina en efectivo.

Gracias a estas alianzas estos grupos reciben los subsidios y pagos de nómina directamente a su celular a través de DaviPlata, lo que les da la posibilidad enviarle plata a sus familias desde cualquier parte del país y sin necesidad de acercarse a ninguna oficina o punto de envío, pueden recargar minutos a su celular o al de cualquier persona, manejar el efectivo desde su celular, retirar plata en cualquier cajero de la red Davivienda sin necesidad de tener una cuenta de banco o tarjeta débito, pagar servicios públicos y lo mejor completamente GRATIS.

A la fecha contamos con más de 500 mil usuarios. De los usuarios que han activado Daviplata y no están vinculados con el Banco, el 18% (60.779) no contaban con ningún producto en el sector financiero.

Esta iniciativa se ha apoyado en una estrategia de educación financiera y tecnológica especialmente pensada para los usuarios de Daviplata con el fin de acercar a más colombianos al sistema financiero.

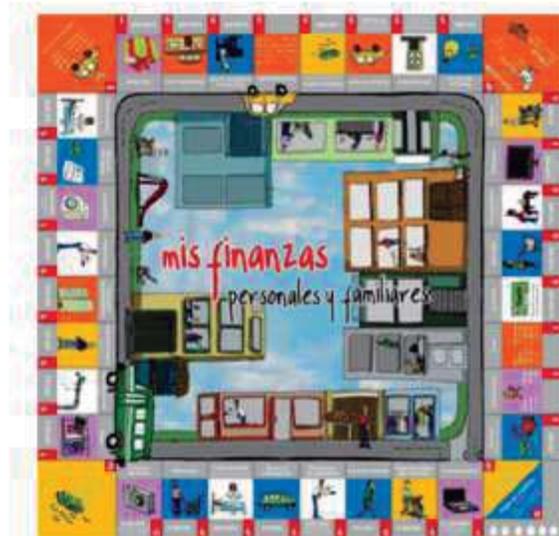
Cajas de Compensación

Trabajamos en la integración de esfuerzos con las **Cajas de Compensación** y el sector empresarial para trabajar por la bancarización en las regiones Colombianas, para ello apoyamos los programas de Responsabilidad Social de las Cajas de Compensación dirigidos a la inclusión social; adicionalmente trabajamos en un nuevo esquema en el que se les hace la devolución de 0.5% de la facturación para que sea destinado a reinversión social.



Educación Financiera

Con el ánimo de seguir construyendo un negocio responsable y transparente, las estrategias de información y educación financiera están centradas en implementar una serie de acciones de corto y mediano plazo, cuyos objetivos buscan comunicar en forma completa, clara y sencilla la información que le entregamos a los consumidores financieros, y en educar a los mismos en el manejo de nuestros productos y servicios, en la construcción de patrimonio y en general en todos los temas relacionados con el Sector Financiero.



La Educación Financiera se ha centrado en el taller "Mis Finanzas Personales y Familiares" de 8 horas de duración y la Conferencia de 2 horas de duración para empleados de las empresas clientes del Banco, dictada por los ejecutivos empresariales o facilitadores de las empresas con herramientas pedagógicas diseñadas especialmente para este propósito.

Adicionalmente tuvimos un stand y conferencias para educar en el manejo de finanzas familiares en Expofamilia y, sobre finanzas personales y familiares y carteras colectivas en Expoinversión, en donde contamos con el apoyo de la Bolsa de Valores de Colombia, BVC y el Autorregulador del Mercado de Valores, AMV.



Otras acciones:

- > Patrocinio del concurso Bolsa Millonaria, dirigido a estudiantes, en la que participaron más de 8.000 alumnos.
- > Actualización de nuestro Site de Información de Productos y Servicios con el ánimo de brindar información única y centralizada a nuestros clientes.
- > Desde Fiduciaria Davivienda realizamos una campaña de marketing mediante la generación de brochures, volantes, informativos y comunicaciones, reforzada con el ofrecimiento de nuestros vendedores.

Con el apoyo de ASOBANCARIA

Se realizó el lanzamiento del programa de Educación Financiera "saber más, ser más" que enmarca toda la estrategia del gremio en este tema.

Resultados:

Avances en política pública

- > Con el Ministerio de Educación Nacional buscamos promover el desarrollo de estrategias y acciones enmarcadas en una Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera y en una Política Educativa que incluya la educación financiera como un componente básico desde los primeros años de escolaridad.
- > En convenio con Banca de las Oportunidades, Fasecolda, SENA y Acción Social, se desarrolló un programa piloto de educación financiera que benefició a más de 2.500 familias de la Red Juntos, que están en situación de vulnerabilidad.



- En alianza con la Secretaría Distrital del Hábitat de Bogotá se desarrolló un curso de finanzas personales para las personas interesadas en adquirir subsidios de vivienda. En total se capacitaron a más de 15.000 personas en 2010 y a más de 9.000 en 2011.

Programa gremial de educación financiera "Saber más, ser más"

- Boletín electrónico "Agenda Financiera".
- Estrategia de educación financiera en temas de vivienda a través de la iniciativa de www.ABCMicasa.com.
- Participación en eventos como el Gran Salón Inmobiliario y el II Foro de Vivienda.



- > Sección semanal de educación financiera en el periódico ADN.
- > Apoyo a la sección de educación financiera del noticiero del medio día de Caracol TV, que se emite todos los lunes, miércoles y viernes desde septiembre de 2011. Según resultados a diciembre de 2011, cada sección de educación financiera en el noticiero ha sido vista en promedio por 1.937.709 personas. Este promedio es más alto que el del noticiero del medio día, que es visto por 1.855.253 televidentes.

Campaña de seguridad "No seas cabeza dura"

En el marco de su compromiso con la educación financiera, Asobancaria y sus entidades, llevan cuatro años realizando campañas de sensibilización anuales, enfatizando la importancia de trabajar en equipo, consumidores y entidades bancarias, para derrotar a los delincuentes y mejorar la seguridad a la hora de realizar transacciones bancarias. En 2011 la campaña masiva de comunicación con recomendaciones de seguridad bancaria manejo el concepto "No seas cabeza dura" y estuvo al aire desde el mes de octubre de 2011 hasta enero de 2012, con comerciales, cuñas, avisos, vallas, tomas en estaciones de transporte masivo e internet.



Nuestros productos

Constructor

Para el Banco es de gran importancia apoyar iniciativas de construcción de vivienda y es por esta razón que en el 2011 se desembolsaron 988 mil millones de pesos a los constructores para el desarrollo de proyectos, brindándole soluciones habitacionales a los colombianos. El 29% de los desembolsos, \$288 mil millones, fueron otorgados a los constructores para el desarrollo de vivienda de interés social, demostrando así la importancia que tiene para el Banco el apoyo de iniciativas que buscan ofrecerles viviendas a las personas de menores ingresos.

En el 2011, con la herramienta “Control Virtual de Oportunidad, Riesgo y Mercado” donde se manejan los proyectos geo-referenciados, hemos logrado identificar las zonas en las que tenemos concentración de riesgo, en las que no tenemos participación o en las que hay riesgo ambiental. Esto nos ha permitido una consecución oportuna de clientes potenciales para la Banca de los constructores, mejorado los tiempos en las aprobaciones y toma de decisiones del crédito constructor e identificando en la evaluación de los proyectos que estos no se lleven a cabo en zonas de riesgo, contribuyendo de esta forma a disminuir el impacto ambiental en la construcción de vivienda.

Vivienda

Dentro de la estrategia de Crédito de Vivienda, además de seguir atendiendo a nuestros clientes en el País, hoy también apoyamos a los colombianos que viven en el exterior, principalmente los que residen en Estados Unidos, España y Londres. En los últimos 12 años hemos otorgado más de 210.000 créditos de vivienda apoyando la generación de patrimonio familiar.

Para 2011 hemos otorgado alrededor de 32 mil créditos de vivienda de los cuales el 59% corresponden a Vivienda de Interés Social, lo que nos consolida como líderes en este sector. Tenemos una participación total del 39% en el mercado VIS con desembolsos acumulados en los tres últimos años de 1 billón de pesos.



Dentro del segmento de financiación de vivienda con el beneficio de “cobertura en tasa de interés”, creado por el Gobierno Nacional, a la fecha hemos otorgado este beneficio a más de 50.000 familias con un total en desembolsos de 2.061 millones de pesos y contamos con una participación del 38% del mercado.

Adicionalmente contamos con una experiencia de 10 años en el ofrecimiento de Leasing Habitacional como una alternativa de financiación con excelentes beneficios tributarios y de servicio para los colombianos interesados en adquirir vivienda. Actualmente somos líderes en el mercado con una participación del 50% con un saldo de cartera de 1.6 billones de pesos.

Corporativo

Otorgamos créditos de corto y largo plazo por un valor aproximado de 11.3 billones de pesos, los cuales permitieron que las empresas pertenecientes a los sectores económicos estratégicos como lo son el industrial, comercio y servicios, suplieran sus necesidades de capital de trabajo y llevaran a cabo importantes proyectos de inversión, generando empleo, mayor formación laboral y un incremento en las fuentes de ingresos.

Dentro de los principales proyectos que apoyamos en el 2011 encontramos:

- Segundo tramo de Ruta Sol: importante vía que comunica a Bogotá con la ciudad de Santa Marta.
- Proyecto de siembra de Palma Hacienda la Gloria en Los Departamentos de Bolívar y Cesar.
- Autopistas de Santander: mejora la comunicación vial entre los puertos de la zona Caribe, la frontera con Venezuela y el Centro del país.

Al participar de estas obras otorgando la financiación requerida, indirectamente estamos generando desarrollo sostenible en las zonas de influencia de los proyectos.



La financiación total para el año 2011 fue de:

Desembolsos a diciembre 31 de 2010

Producto	Cantidad desembolsos	Valor Total desembolsos*
Sector Real	5.289	\$ 7.990
Sector Institucional	161	\$ 1.220

* Miles de millones.

Banca Oficial

Dentro de los principales proyectos que apoyamos en el 2011 están los Planes Departamentales de Desarrollo Vial de Santander, Huila, Arauca, Boyacá y Tolima.

La financiación total para el sector oficial en el año 2011 fue de:

Desembolsos a diciembre 31 de 2010 Sector Oficial

Producto	Cantidad desembolsos	Valor Total desembolsos*
TOTAL	46	\$ 248.612

* Millones

Saldo promedio de cartera Banca Corporativa

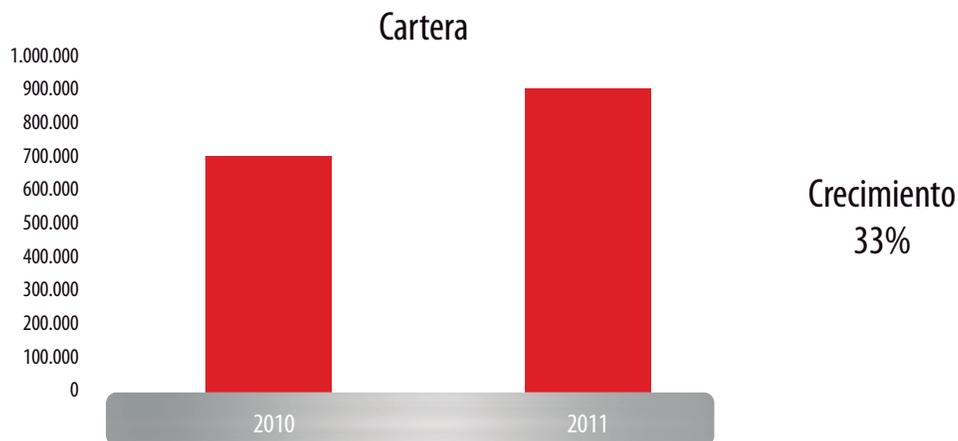
2010	2011	% Variación
\$ 7.615.044	\$ 9.351.291	23%

* Miles de millones



Agropecuario

Nuestro apoyo financiero lo realizamos a través de productos ajustados al funcionamiento o ciclo productivo de la actividad agropecuaria, diferenciando el tamaño del productor, actividad o zona geográfica y contribuyendo a la creación de riqueza en el país.



Tenemos una amplia cartera agropecuaria con indicadores favorables, posicionándonos en el Sistema como el primer Banco Privado en desembolsos al Sector Agropecuario del País.

Tarjetas Agropecuarias y Cafeteras

Permiten al cliente financiar el capital de trabajo de su actividad de acuerdo con el ciclo de producción.



Esquema de atención al pequeño productor

A finales del año 2011, se lanzó a nivel nacional el esquema de atención al pequeño productor, el cual permite una vinculación de forma ágil, sencilla, con menos documentación y con productos diferenciales para el pequeño productor.

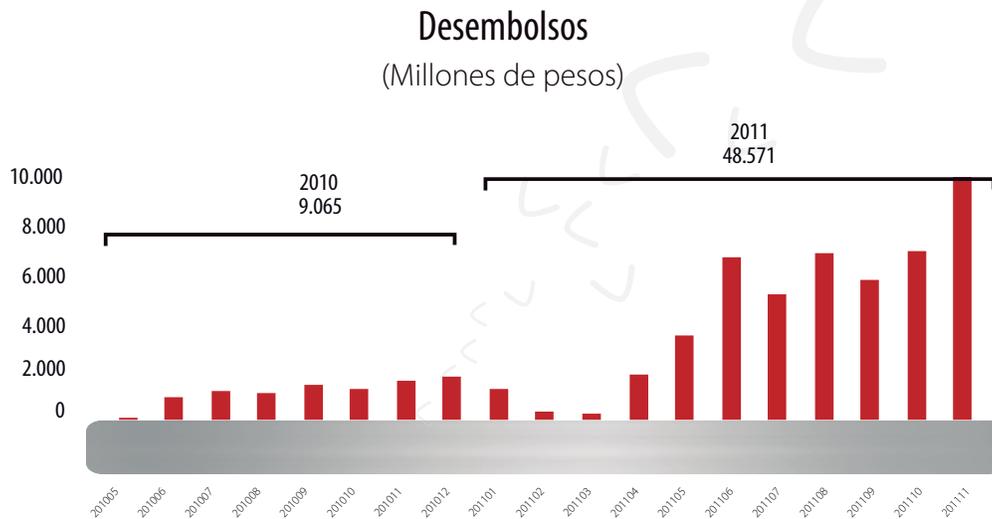
Programa de renovación de cafetales

El Banco Davivienda trabaja en el programa de renovación de cafetales envejecidos dirigido a apoyar a los pequeños caficultores, otorgando créditos para el sostenimiento de las familias caficultoras, permitiendo extender la tradición de la cultura cafetera por relevo generacional en el país.

- El otorgamiento del crédito tiene como condición la verificación del reemplazo de cultivo previo a la solicitud.



- > El nivel de vida de las familias campesinas está sujeto a la productividad de sus cultivos y la mejor utilización de sus tierras.
- > Cultivos lícitos en el territorio rural colombiano.



Actualmente el 30% de los clientes agropecuarios del Banco Davivienda S.A. son pequeños productores y la gran mayoría se dedica a la producción y comercialización del café. En asocio con la Federación Nacional de Cafeteros elBanco mantiene fuertes vínculos que le han permitido llegar de forma masiva a este sector productivo de tradición en Colombia.

En seis meses hemos renovado 8.500 hectáreas de cafetales envejecidos.



Vehículo

El producto vehículo mujer, se consolida como una excelente estrategia de colocación para el segmento mujer, ofreciendo valores agregados diseñados especialmente para ellas. Esta experiencia se replicó durante el año 2011 en las sucursales Medellín, Cali y Bogotá, logrando un crecimiento en desembolsos del 376% en el país.

Como resultado de las estrategias de profundización con los clientes portafolio del Banco y con una excelente tasa de colocación como beneficio, se logró un incremento del 747% en desembolsos en Vehículo Familia del 2010 al 2011. Estos clientes además recibieron múltiples beneficios por haber conformado su Portafolio Familia.



Tarjetas

En agosto de 2011, se lanzó la Tarjeta Débito Davivienda Megabús en la ciudad de Pereira, en donde se obtuvieron grandes resultados ya que en tan solo 5 meses, existen más de 6.000 clientes que disfrutando de los beneficios. Las Tarjetas Débito Davivienda Transmilenio y Megabús, son sinónimo de tecnología, facilidad e innovación, combinación que proporciona bienestar a las comunidades. En 2012, queremos llegar a Cali, Barranquilla y Bucaramanga, y habilitar recargas de estas tarjetas a través de nuestros canales virtuales (Internet, Teléfono Rojo y Cajeros Automáticos), lo que mejorará la agilidad en el servicio.

En 2011 se lanzó el Portafolio Negro, destinado a los clientes Premium Plus de Davivienda. En 2011 se cerró con 6.913 Tarjetas Diners Club Negras, 7.104 Visa Signature y 6.612 Tarjetas MasterCard Black.



Libranza

Fortalecimos nuestro nuevo producto Línea Libranza (tarjeta de crédito) con el que llegamos principalmente a nuestros clientes de segmento renta baja, brindándoles la oportunidad de acceder al mercado financiero con un producto que se otorga una vez y con vigencia únicamente sujeta al buen comportamiento de pago del cliente, es decir es un producto vitalicio.

Recursos de Terceros y Negocios Internacionales

Hoy nuestras Filiales administran 11.6 billones de pesos⁵ en recursos de terceros.

> Davivienda International y Bancafé Panamá

Davivienda International entró a operar el primero de enero de 2011 en Miami y se convirtió en la primera sucursal de un banco colombiano en Estados Unidos. Allí se dará atención a los clientes colombianos que hoy tienen productos con la sucursal internacional y se iniciará un proceso de oferta de productos en el mercado local, inicialmente a colombianos que tengan o hayan tenido vinculación con Davivienda en Colombia.

> De igual manera, Bancafé Panamá realizará la apertura de dos nuevas oficinas en abril de 2012, que complementarán la oferta actual que se tiene en la Zona Libre de Colón, ampliando la base de clientes y servicios para el mercado panameño, aprovechando el buen nombre de Bancafé Panamá y la calidad en el servicio que los distingue.

5. Con una TMR diciembre 11 de 1942.7

Remesas Productivas:

Una nueva visión de producto hacia el desarrollo

- > A través de la línea de negocios de Colombianos en el Exterior, se desarrolló un plan de nuevos servicios que permitan un uso más productivo del gran flujo de ingresos que representan las remesas para el país, y de esta manera contribuir al bienestar social y económico de sus clientes tanto dentro como fuera de Colombia.
- > Davivalores participó activamente en los procesos de democratización de las principales empresas del país, actuando como agente colocador de acciones de: Avianca Taca (nuevo emisor), Nutresa, Ecopetrol (segunda emisión), Grupo Éxito, EEB, Banco Davivienda (segunda emisión acciones preferenciales) y Gruposura (acciones preferenciales).
- > Desde Fiducafé se empezó a implementar una línea especial con fideicomitentes que tengan propósitos comunitarios, firmando contratos sin costos de administración o a un costo que refleje un subsidio en beneficio del programa y ayuda a la comunidad. A la fecha se han firmado 6 contratos con estas características.



Para 2012 esperamos...

- Posicionar a Davivalores como una de las principales firmas comisionistas de bolsa del país, aprovechando la sinergia con el Banco y la Fiduciaria Davivienda. Esto a través de vehículos más eficientes y de mayor valor para la administración de los recursos de inversionistas especialmente en procesos de emisión primaria de acciones.
- En Fiduciaria Davivienda buscaremos mecanismos eficientes para la promoción y fortalecimiento de nuestra oferta de productos de ahorro e inversión para los nichos de mercado escogidos y darles una experiencia financiera que nos genere una relación de largo plazo.
- Continuar desarrollando productos y servicios innovadores que nos permitan mantener y mejorar nuestro liderazgo en el mercado financiero.

