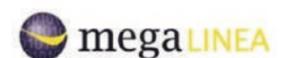




Nuestras Filiales y Subsidiarias

Oficina insignia Banco de Bogotá
Calle 81

Nuestras filiales y subsidiarias se han posicionado como líderes en cada uno de sus mercados, a través de productos, servicios y atención personalizada que responden a las necesidades de los clientes.



Nota: Cifras Consolidadas para BAC, Porvenir y Almaviva.
A partir de Julio 2021 Porvenir dejó de ser Subsidiaria y pasó a ser Asociada.

BAC Credomatic Inc. y Subsidiarias (Operación en Centroamérica)

Con casi 70 años de experiencia en el mercado bancario, BAC Credomatic opera en 6 países como una única institución en toda Centroamérica, ofreciendo una gran variedad de productos y servicios a sus más de 4 millones de clientes que son atendidos por 19,000 colaboradores, alineados al concepto "Cliente-Céntrico", en donde la prioridad es brindar una experiencia personalizada para satisfacer las necesidades específicas del cliente. A través de una estrategia de mercadeo centralizada y una sólida infraestructura y plataforma tecnológica, operada por equipos de gestión local en todos los países de la región, BAC Credomatic mantiene su liderazgo en la innovación tecnológica, aplicando las mejores prácticas regionales de manera eficiente y proporcionando servicios que evolucionan y se adaptan a las necesidades de sus clientes.

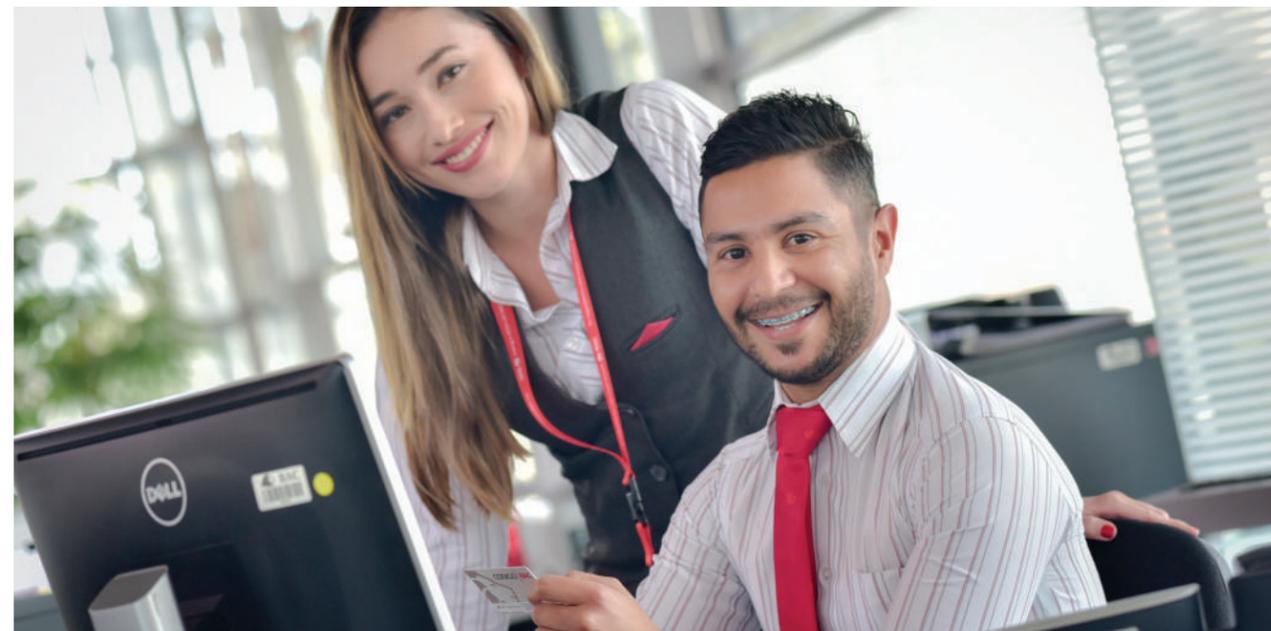
Como prueba de esto, durante el 2021 reforzamos la estrategia de cambio hacia canales digitales, convirtiendo a los clientes en usuarios más sofisticados. Al cierre del año, más de un 46% de los clientes usaron cotidianamente las plataformas digitales y más del 70% de ellos realizaron gestiones virtuales como transacciones, gestiones o pagos.

Para continuar afianzando la preferencia y lealtad de los clientes, lanzamos un sistema de Personal Finance Management

(PFM) que de forma automática cataloga y grafica los ingresos y gastos de los clientes. Esta funcionalidad, que se ofrece de forma gratuita desde Banca Móvil, permite a los usuarios entender mejor sus finanzas y utilizar esa información para tomar mejores decisiones en su vida. Lanzada en el segundo trimestre del año, PFM logró beneficiar a más de 750.000 clientes en la región y obtuvo un récord de satisfacción positiva, en donde un 85% de los usuarios recomendarían la funcionalidad a sus familiares y amigos.

Además, la adopción acelerada de los canales digitales llevó a los clientes a hacer uso de éstos de manera más frecuente e intensa y a resolver sus necesidades más complejas a través de ellos. Esta herramienta, junto con la confianza depositada por los clientes, permitió aumentar anualmente en más de 1.5 millones, las gestiones realizadas digitalmente en el 2021, la mayoría de ellas desde el dispositivo móvil. Entre las nuevas gestiones a destacar está la de Actualización de Datos, que le permite al cliente gestionar su información personal de forma segura y ofrece beneficios importantes en las operaciones y procesos de cumplimiento.

Todo esto se tradujo en un 2021 que registró el incremento más grande de los últimos tres años en el uso de canales



Equipo BAC Credomatic.

no tradicionales. El resultado acumulado de canales como WhatsApp, redes sociales, chat y otros, fue de 8.3 millones de interacciones atendidas, particularmente WhatsApp, canal que ha tomado mayor relevancia con una participación del 78% entre los canales digitales al cierre del 2021, a través del cual se atendieron en el último trimestre cerca de 2 millones de interacciones.

De esta forma, continuamos demostrando que en BAC la innovación y visión de mercado nos han permitido destacarnos como líderes en la región, a través de ferias virtuales, en donde la utilización de plataformas digitales como una nueva forma de reemplazar la colocación de productos personales de forma presencial, ha sido parte de la oferta de valor.

Las iniciativas digitales de préstamos que han apoyado la reactivación de la colocación de autos e hipotecas nos permitieron superar los volúmenes pre-pandemia. Durante el 2021, realizamos 8 ferias virtuales BAC Credomatic y múltiples activaciones híbridas en pisos de venta de los concesionarios, apalancadas en catálogos virtuales de autos y viviendas, con el objetivo de brindar información relevante al cliente para facilitar su decisión de compra y fortalecer la relación con socios comerciales. Abarcamos 319 proyectos inmobiliarios y 64 concesionarios de vehículos en los 6 países de la región, reforzando nuestra posición como un Banco digital en Centroamérica.

A continuación, se detallan las cifras con las que se finalizó el 2021:

BAC Credomatic - Balance General Consolidado

Cifras en millones de dólares	Diciembre 2020	Diciembre 2021
Total de Activos	26,624	28,135
Disponible	5,775	5,124
Total Cartera y Leasing Financiero, Netos	16,270	17,816
Total Inversiones Netas	2,968	3,627
Otros Activos	1,612	1,567
Total Pasivos	24,024	25,323
Total Depósitos	20,228	21,817
Deudas Bancarias y Financieras	2,815	2,487
Otros Pasivos	982	1,019
Patrimonio	2,600	2,812

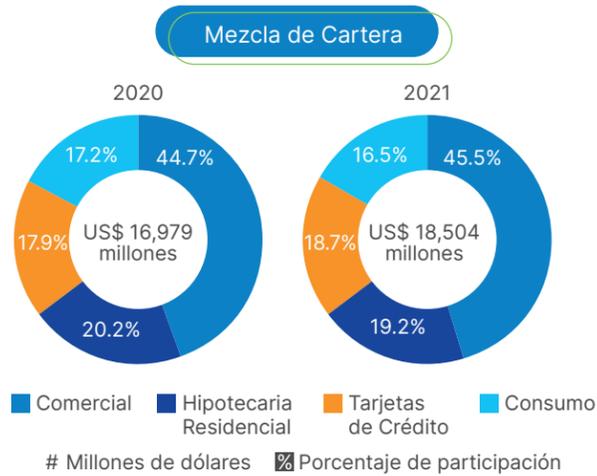
Nota: Cifras bajo IFRS

En el último año el portafolio de cartera bruta creció en un 9.0% y presentó algunos cambios en su composición. Sobresalen las participaciones de Tarjeta de Crédito y del portafolio Comercial, que aumentaron su saldo en 13.8% y 11.1%, respectivamente, alcanzando una participación en la mezcla de cartera de 18.7% y 45.5%, habiendo aumentado 0.8 puntos porcentuales cada uno. Lo anterior, gracias a la recuperación de la actividad comercial en la región. Por el contrario, la cartera de Vivienda fue la más afectada, cayendo 1.0 punto porcentual, junto a Consumo, que lo hizo en 0.7 puntos porcentuales.

Por su parte, los pasivos crecieron 5.4% en 2021, destacándose el incremento de 7.9% que presentaron los depósitos, reflejando el esfuerzo del Banco por recomponer la mezcla

hacia fuentes más eficientes. Para el cierre de año, los depósitos a la vista constituyeron el 61.3%, mientras que los depósitos a plazo representaron el 38.7% del total.

La utilidad para 2021 se situó en US\$445.0 millones, creciendo un 42.4% desde 2020 y 8.9% respecto a 2019, principalmente por un menor gasto de provisiones gracias a la buena gestión de control del riesgo desarrollada en 2020, que permitió implementar estrategias de colocación eficientes, junto con metodologías que implementan una visión prospectiva y de seguimiento continuo por cliente, mejorando aún más los niveles de calidad y cubrimiento de cartera pre-pandemia. Por su parte, la relación de solvencia se mantuvo fuerte en niveles de 12.5% en diciembre de 2021.



Servicios BAC Credomatic.

Multi Financial Group y Subsidiarias (Operación en Centroamérica)

Multi Financial Group, Inc. inició operaciones en el año 2007, ofreciendo una amplia variedad de servicios financieros principalmente de banca empresarial, de inversión, y consumo, así como servicios de seguros, factoraje y leasing. La principal subsidiaria de MFG la constituye Multibank Inc. (Multibank), quien agrupa las operaciones financieras, de seguros y valores del grupo bancario. El 31 de octubre de 2019, los accionistas que representaban el 99.1% de las acciones comunes emitidas y en circulación de Multi Financial Group Inc. (entidad holding de Multibank), suscribieron con Grupo Aval, a través de Leasing Bogotá, S.A. Panamá, subsidiaria de Banco de Bogotá, un contrato de compraventa de su participación accionaria en MFG, operación que finalizó en mayo de 2020, manteniendo Grupo Aval el 99.6% de sus acciones.

El 29 de septiembre de 2021, Banco de Bogotá, en su calidad de accionista de BAC Holding y subsidiarias (antes Leasing Bogotá S.A. Panamá), aprobó la escisión mediante la transferencia de su participación en MFG (96.57%) a favor de Banco de Bogotá, a través de Multi Financial Holding (MFH) y subsidiarias, entidad constituida para propósitos de la escisión. Debido a que Banco de Bogotá mantiene el control indirecto de MFG antes y después de la escisión, el efecto de esta transacción implicó una reclasificación dentro de la misma partida de inversiones en subsidiarias, de BAC Holding a MFH. Esta escisión tuvo efectos legales a partir del 30 de septiembre de 2021, fecha de la inscripción en registros públicos. Teniendo en cuenta la información anteriormente mencionada, en adelante la participación del Banco de Bogotá en Multi Financial Group se dará a través de Multi Financial Holding y Subsidiarias (MFH).

Al cierre de 2021, MFG reportó activos consolidados por US\$4,893 millones, registrando estabilidad con relación al cierre del año 2020 (US\$4,892 millones). La cartera de préstamos neta se destaca con un aumento de US\$241 millones (7.8%) respecto al año anterior, alcanzando un saldo de US\$3,324 millones al cierre del 2021, producto de mayores desembolsos de créditos tanto en el segmento empresarial como de personas, en línea con la recuperación de la economía panameña durante el año. En este contexto, resalta el crecimiento en los préstamos agropecuarios, comerciales, personales, hipotecas y autos.

Frente a la interrupción en los ciclos comerciales de nuestros clientes y desaceleración de la actividad económica por la situación de pandemia a nivel global, apalancándose en su

modelo de gestión relacional, MFG continuó con el otorgamiento de medidas financieras de alivio a aquellas empresas y personas que demostraron seguir manteniendo afectación en sus ingresos y flujos de caja, a través del otorgamiento de períodos de gracia, el diferimiento y disminución de cuotas, y la ampliación de plazos y cupos de crédito.

Al 31 de diciembre de 2021, el portafolio de préstamos modificados representó un 23% (38% diciembre 2020) sobre el portafolio total de crédito de Multibank, siguiendo los lineamientos del regulador, y sin afectar la clasificación del préstamo ni el historial crediticio del cliente.

A la par de estas medidas, la banca comercial, agropecuaria y construcción de Multibank se enfocó en promover y fortalecer su relación con clientes de sectores claves para la economía y que presentaron una mayor resiliencia al impacto de la pandemia, tales como salud, alimentos, logística, agroindustria, empresas agropecuarias integradas entre otras. Presentamos una propuesta de crédito a la medida, con atención y asesoría personalizada, buscando disminuir el monto de los compromisos, generando así un mayor flujo para una mejor operatividad de su negocio.

Por el lado del Pasivo, los depósitos de clientes constituyen la principal fuente de fondeo de MFG, representando el 65% y totalizando US\$2,912 millones al cierre de 2021, excluyendo los intereses por pagar. 73% corresponden a depósitos a plazo fijo, 14% a depósitos de ahorros y 13% a depósitos a la vista. Durante el año 2021, MFG continuó enfocando su estrategia en la diversificación de fuentes de fondeo a través de la contratación de nuevos financiamientos y de la utilización de las líneas disponibles con entidades públicas y privadas, orientadas tanto al apoyo de Pyme como en operaciones de comercio exterior.

Es así como, de acuerdo con cifras suministradas por la Superintendencia de Bancos de Panamá, Multibank sigue manteniendo un sólido 2º lugar dentro de la banca privada y el sector agropecuario, acercándose de forma importante al 1º puesto. De igual manera logró ganar una posición y se ubica como el 4º banco en créditos para construcción, siendo referentes en el segmento de viviendas preferenciales.

De igual manera, y a pesar de que la economía siguió impactada en el 2021, Multibank se mantuvo firme en su vocación

BAC Credomatic - Principales Indicadores Consolidados

	2020	2021
Razones de Rentabilidad		
ROAA ⁽¹⁾	1.2%	1.6%
ROAE ⁽²⁾	11.2%	16.2%
Relación de Solvencia	12.8%	12.5%
Calidad de cartera		
Cartera Improductiva / Cartera Bruta ⁽³⁾	1.7%	1.2%
Cartera Vencida / Cartera Bruta ⁽⁴⁾	3.2%	2.6%
Provisión de Cartera / Cartera Vencida	122.0%	130.6%
Provisión de Cartera / Cartera Bruta	3.9%	3.4%

(1) Utilidad Neta del período anualizada / Promedio de Activo (diciembre-marzo-junio-septiembre-diciembre).
 (2) Utilidad Neta del período anualizada / Promedio del Patrimonio (diciembre-marzo-junio-septiembre-diciembre).
 (3) Cartera Improductiva con más de 90 días de mora.
 (4) Cartera Vencida con más de 30 días de mora.
 Nota: Cifras bajo IFRS

de seguir apoyando las iniciativas empresariales de sus clientes en cuanto a la importación y reexportación desde la Zona Libre de Colón, mediante líneas de capital de trabajo para importación de mercancía y gestión de cobranzas documentarias; al segmento minorista y de consumo masivo, apostando a la recuperación gradual de la demanda, apoyando vía financiamiento y medios de pago.

La utilidad neta recurrente de MFG totalizó US\$14.3 millones para el año 2021, experimentando un descenso de 26% respecto a la utilidad neta de US\$19.3 millones registrada en el 2020 (excluyendo las partidas fuera del giro normal del negocio asociadas al cierre de la transacción de adquisición por parte de Grupo Aval, realizada en dicho año). Este desempeño estuvo impactado por menores ingresos por intereses, dada la estrategia de recuperación de participación de mercado ejecutada en el año y la disminución de las inversiones en valores, aunado al registro conservador de mayores provisiones crediticias en el contexto de la culminación del período de moratoria establecido regulatoriamente producto de la pandemia.

Lo anterior no pudo ser compensado por la reducción de los gastos generales y administrativos, que presentaron una disminución de 18% con relación al año 2020. En términos con-

tables, la utilidad neta para el cierre del año 2021, registró un aumento de 146% respecto al año 2020 (incluyendo en el año previo, las partidas fuera del giro normal del negocio, antes mencionadas).

Finalmente, y en línea con la estrategia del grupo en Centroamérica, cabe destacar las cerca de 14,000 nuevas afiliaciones de usuarios a la Banca en Línea que logró MFG, lanzando nuevas funcionalidades que facilitaron la autogestión y obtuvieron resultados relevantes en afiliación y desbloqueo de usuario, restablecimiento de contraseña, y notificación de transacciones en tiempo real. Igualmente, se adicionaron nuevos servicios gubernamentales para pago en línea, se lanzó la herramienta “Mis Finanzas”, la cual permite al cliente llevar el control de sus finanzas, registrando sus ingresos y gastos, permitiéndoles organizar un presupuesto y hasta realizar un plan de ahorro. Se logró pasar de tener 15% de penetración de clientes con Banca en Línea a 19%, y se concretó la migración de todos los clientes empresariales a la nueva banca electrónica empresarial que ofrece mayores funcionalidades, seguridad y una presentación más amigable a los usuarios, soportada por un equipo especialmente dedicado a esta plataforma, el cual cerró el año con un 98% en el nivel de atención.



Sede Multibank.

Sociedad Administradora de Fondos de Pensiones y Cesantías Porvenir S.A. y Subsidiaria



Equipo Porvenir.

En el 2021 se dio inicio al ciclo de Planeación Estratégica 2021-2025 de Porvenir, incorporando seis objetivos estratégicos enfocados en sostenibilidad y reputación, experiencia de cliente superior, innovación y digitalización, rentabilidades competitivas para los afiliados, gestión del riesgo como habilitador del negocio, y crecimiento rentable y eficiente, basados en tres pilares habilitadores: atracción y desarrollo del talento excepcional, capacidades digitales y analíticas, y excelencia operacional.

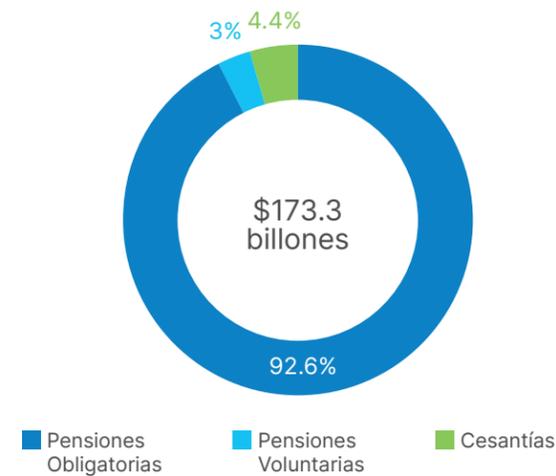
Este plan contempló el desarrollo de un nuevo modelo de servicio con cinco dimensiones estratégicas. La primera es la Gestión de la Experiencia, como el nuevo programa de acompañamiento para los clientes Platino, que permitió un acercamiento a estos y mejoró el índice de recomendación. Canales Inteligentes, en la cual se destaca la migración de retiros de cesantías al canal digital en un 39.8%, el aumento de un 25% del ingreso de los clientes a la Zona Transaccional afiliado y el fortalecimiento de los esquemas de validación de identidad. Servi-eficiencia y Analítica con Propósito, en donde el sistema de retroalimentación permanente y mejora continua transformó en 2021 la doble asesoría a un esquema “en línea”, que permitió pasar de un índice de recomendación del 46%

al 66% y permitió el fortalecimiento de los Net Promoter Scores (NPS) relacional y transaccional, alcanzando un resultado de 38% y 32% respectivamente. Y finalmente, el Posicionamiento de Canales, visto a través del agendamiento de citas, la nueva APP, los 16 millones de extractos enviados por video, y el fortalecimiento del WhatsApp empresarial, tercer canal más utilizado por nuestros clientes.

Todo esto, y gracias a que 2021 fue un año en el que Porvenir obtuvo más de \$16 billones en retornos absolutos para sus afiliados, siendo líderes en rentabilidades en el fondo Moderado y Conservador de Pensiones Obligatorias, al igual que en el fondo de Cesantías Corto Plazo, permitió que, a pesar de los efectos generados por el Covid-19, al cierre del año se lograran resultados financieros sobresalientes, jalados por una estrategia de generación de valor en el modelo comercial, en el cual se realizaron análisis de rentabilidad por cliente, enfocados en Pensiones Obligatorias, Cesantías y Pensiones Voluntarias, buscando profundizar las estrategias en segmentos de afiliados o empleadores cuyo comportamiento genera mayor valor económico para la compañía.

Esto se tradujo en un incremento del 4.1% de los activos y un saldo de \$4,133 miles de millones al cierre de 2021, un 10.2% en el caso de los pasivos con un saldo de \$1,462 miles de millones, que equivalen al 35.4% del total de los activos y un aumento del 1.1% para el patrimonio, cerrando el año con un valor de \$2,671 miles de millones. A su vez, los ingresos financieros y operacionales de Porvenir se vieron favorecidos por el desempeño de los mercados de capitales y la reactivación del mercado laboral, que sumado al desarrollo de diferentes análisis económicos que buscaron maximizar las eficiencias y desarrollar iniciativas de creación de valor, como es el caso del: análisis de costos para los principales procesos de la cadena de valor, el ejercicio de P&G por producto, el seguimiento al modelo comercial, así como diferentes benchmark locales e internacionales en compañías referentes de la industria, lograron que en 2021, Porvenir obtuviera una utilidad acumulada de \$579 mil millones, aumentando 0.2% frente a 2020 y 1.9% respecto a los resultados pre-pandemia de 2019.

Participación Fondos



Porvenir – Principales Cifras

Cifras bajo NIIF (miles de millones de pesos)

	2020	2021
Activo	3,970	4,133
Pasivo	1,327	1,462
Patrimonio	2,643	2,671
Utilidad Neta	578	579
Razones de Rentabilidad		
ROAA ⁽¹⁾	15.4%	14.4%
ROAE ⁽²⁾	24.8%	23.2%

Fuente: Estados Financieros Consolidados Porvenir.

(1) Utilidad Neta anual / Activo Promedio (comprende los trimestres de diciembre año anterior y marzo, junio, septiembre y diciembre año actual)

(2) Utilidad Neta Atribuible a Accionistas anual / Patrimonio Atribuible a Accionistas Promedio (comprende los trimestres de diciembre año anterior y marzo, junio, septiembre y diciembre año actual).

Nota: Cifras bajo IFRS

Fiduciaria Bogotá S.A.

El año 2021 continuó presentando desafíos importantes para Fiduciaria Bogotá efecto de la pandemia del Covid-19 y la volatilidad de los mercados financieros, especialmente en el segundo semestre del año.

Entre los principales aspectos que se destacan en 2021, resalta el fortalecimiento alcanzado en la oferta digital, cuya transformación inició en 2020 a causa de la pandemia y ha permitido la vinculación en línea de nuevos clientes, mediante canales como banca móvil, ampliando así la distribución del fondo de inversión colectiva Sumar en el cual la apertura digital ya alcanza niveles superiores al 60%, facilitando la realización de transacciones por parte de los clientes de la línea de inversión. Así mismo, se destaca el fortalecimiento de la vinculación digital de los compradores en proyectos inmobiliarios, a través de la plataforma auto gestionable de vinculación en línea.

El aporte en la reactivación económica del país ha estado marcado por el acompañamiento al sector de infraestructura en obras civiles y al sector de construcción en edificaciones de vivienda, el cual en 2021 presentó resultados positivos en la venta de inmuebles, siendo Fiduciaria Bogotá líder en el sector y un gran aliado para los constructores, mediante el

acompañamiento de forma activa en proyectos que seguirán impactando el desarrollo nacional y la generación de empleo.

En 2021, Fiduciaria Bogotá se vinculó como miembro de dos importantes asociaciones, convirtiéndose en la primera fiduciaria en Colombia signataria del PRI⁶, dado el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible –ODS– de las Naciones Unidas y en la primera fiduciaria en el país miembro de Colombia PropTech⁷. Ambas vinculaciones se realizan con el objetivo de aumentar el relacionamiento con nuevos clientes y la interacción con posibles aliados, así como reforzar las sinergias y el portafolio de servicios a ofrecer en conjunto a los clientes del Banco de Bogotá y de Fiduciaria Bogotá.

Los activos administrados en fideicomiso a diciembre de 2021, ascienden a \$79.1 billones, presentando un crecimiento de 4.83% frente al año anterior, que representa activos por \$3.6 billones adicionales. Dentro de los fideicomisos que se administran sobresale el fideicomiso de fondos pensionales con un incremento en la participación de 420 puntos básicos, alcanzando así un 30.0% del total de recursos administrados, seguido de fondos inmobiliarios con el 26.6%, correspondientes a \$21.0 billones. Por otra parte, la administración de recursos de inversión presentó una disminución de \$3.1 bi-

Fidubogotá – Principales Cifras

Cifras bajo NIIF (miles de millones de pesos)

	2020	2021
Activo	514	566
Pasivo	69	121
Patrimonio	445	445
Utilidad Neta	119	86
Razones de Rentabilidad		
ROAA ⁽¹⁾	24.4%	16.7%
ROAE ⁽²⁾	30.7%	20.5%

Fuente: Estados Financieros Fidubogotá.

(1) Utilidad Neta anual / Activo Promedio (comprende los trimestres de diciembre año anterior y marzo, junio, septiembre y diciembre año actual)

(2) Utilidad Neta Atribuibles a Accionistas anual / Patrimonio Atribuible a Accionistas Promedio (comprende los trimestres de diciembre año anterior y marzo, junio, septiembre y diciembre año actual)

Nota: Cifras bajo IFRS

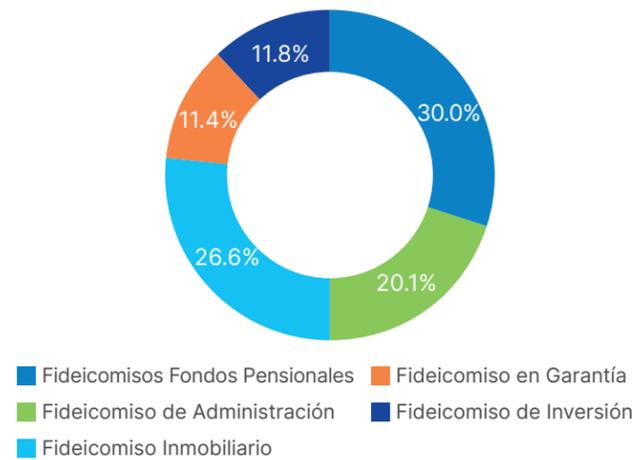
(6) Asociación de inversionistas compuesta por una red internacional de signatarios que pone en práctica los seis principios para la inversión responsable. Esta institución es respaldada por las Naciones Unidas.

(7) Organización que promueve el desarrollo tecnológico y digital en el sector inmobiliario y de la construcción en Colombia y cuenta en la actualidad con más de 60 miembros en diferentes segmentos, siendo este el ecosistema de mayor impacto e influencia en materia de transformación tecnológica del sector.

llones, relacionada con los fondos de inversión colectiva que se vieron afectados por la fluctuación del mercado, disminuyendo su participación a 11.8%.

A 2021 se reportaron activos por \$566 miles de millones, lo que constituye un crecimiento del 10.2% frente a 2020. A su vez, los pasivos se ubicaron en \$121 miles de millones (+76.8%). El patrimonio cierra en \$445 miles de millones, manteniéndose estable frente al año anterior. La utilidad neta, presenta una disminución del 27.6%, que se explica por una disminución del 4% en comisiones netas relacionada con menores ingresos por administración de fondos de inversión colectiva y disminución del 32% en la valoración de inversiones debido a la volatilidad del mercado.

Participación Fideicomisos



Banco de Bogotá S.A. Panamá & Subsidiaria

Dada la contracción de la economía en la República de Panamá en 2020 de -17.9%, una de las más grandes a nivel global, para el 2021 se esperaba una recuperación de proporciones semejantes dada la magnitud de la caída. Sin embargo, según los últimos estimados, se calcula que el crecimiento del PIB de Panamá cierre 2021 cercano al 12.5% (Fuente INEC), que, a pesar de ser una recuperación importante, en términos nominales todavía dista de las cifras pre-pandemia. Adicionalmente, cabe mencionar que el Banco es sensible, al menos, a dos factores primordiales: el estado de la economía y los negocios en Colombia, y el comportamiento de las tasas de interés en dólares americanos (su moneda base de operación). Así las cosas, 2021 fue un año de grandes retos en la generación de márgenes financieros para el negocio en el corto plazo, teniendo en cuenta un 2020 de grandes desafíos.

Con respecto a la estabilidad de negocio desde la perspectiva de la generación y mantenimiento de empleo de calidad, el Banco cursó el 2021 con fluidez. Se mantuvo el 100% de la estructura trabajando, sin recortes de planta, suspensión temporal de contratos, ni disminución de jornadas laborales, en favor de los colaboradores y sus familias. Asimismo se continuó con el esquema de teletrabajo para el 70% de la planta durante todo el año, confirmando que se podía ser sostenible en esa modalidad y que la oferta y entrega de productos y servicios para los clientes no se alteraría.

Sobre el crecimiento de negocios de los clientes colombianos que realizan sus operaciones de cartera por este Banco, el enfoque se dio en mantener un riesgo de crédito muy con-

trolado, dado que 2020 lastimó muchas industrias y se debía manejar una estrategia conservadora al momento de renovar cupos y operaciones de crédito a plazo. Por ello la cartera de corto plazo, de comercio exterior y a clientes de alta calidad crediticia, fue la norma dentro del año. La alta concentración en este tipo de cartera hizo que los márgenes financieros se estrecharan de forma sustancial en el año, al igual que en 2020, logrando, sin embargo, óptimos niveles de calidad de cartera y disminución de riesgos en un entorno todavía de gran sensibilidad para muchas empresas.

Por su parte las tasas de captación de recursos también tuvieron una baja importante como resultado de las tasas de referencia de depósitos en dólares americanos en la jurisdicción de Panamá, aunque no en igual magnitud a la baja en las tasas de la cartera, por lo que, en un entorno altamente competitivo por recursos en productos bancarios en la plaza donde también hay otras filiales y agencias de bancos colombianos, representó un desafío adicional en la oferta de tasas pasivas.

Consecuencia de lo anterior, el Banco se comprometió con una eficiente diversificación de sus activos, a través de mayor participación en el portafolio de inversión en títulos de alta calidad crediticia y de cortas duraciones, para compensar en parte la baja de los márgenes entre cartera y pasivos mencionados anteriormente, ayudando a generar suficiente ingreso con riesgo muy moderado para el año. Por último, pero no menos importante, la generación de ingresos por comisiones por servicios y productos entregados a clientes a través de las licencias Fiduciaria y de Casa de Valores, complementos sustan-

ciales de la oferta de valor del Banco sobre todo a sus clientes personas naturales de altos patrimonios, fueron también vitales para mantener el ingreso neto en positivo durante 2021.

En términos de cifras, el Banco consolidado terminó el 2021 con activos por valor de US\$ 1,746 millones, 27.1% menos que 2020, debido a la baja en los depósitos de algunos clientes en el año, producto de decisiones de asignar sus recursos a otros productos de inversión distintos a *time deposits*. El pasivo cerró en US\$ 1,622 millones, 28.3% menos que 2020, principalmente por salida de recursos en cuentas corrientes.

El patrimonio por su parte se situó cerca de los US\$124 millones, disminuyendo 6.8% frente al año anterior, fundamentalmente por la distribución de dividendos de la subsidiaria

a la matriz durante el 2021, y por desvalorización de parte del portafolio de títulos de renta fija disponibles para la venta por el alza de tasas de interés en los mercados ante el alza de la inflación global, y el cambio esperado de postura de la Reserva Federal de los Estados Unidos ante sus tasas de interés de referencia.

Por último, la utilidad neta del Banco para el 2021 disminuyó a US\$1.2 millones, como resultado de una menor dinámica en la cartera de crédito en medio de un contexto externo desafiante, los mayores niveles de liquidez observados, para soportar cualquier retiro imprevisto de clientes dada la coyuntura global, y la gestión del portafolio de inversiones disponibles para la venta con bajas duraciones y niveles de riesgo dentro del apetito general del Banco.

Banco de Bogotá Panamá - Principales Cifras

Cifras bajo NIIF (millones de dólares)	2020	2021
Activo	2,394	1,746
Pasivo	2,260	1,622
Patrimonio	134	124
Utilidad Neta	8.5	1.2
Razones de Rentabilidad		
ROAA ⁽¹⁾	0.3%	0.1%
ROAE ⁽²⁾	7.0%	0.9%

Fuente: Estados Financieros BBP.

(1) Utilidad Neta anual / Activo Promedio (comprende los trimestres de diciembre año anterior y marzo, junio, septiembre y diciembre año actual)

(2) Utilidad Neta Atribuible a Accionistas anual / Patrimonio Atribuible a Accionistas Promedio (comprende los trimestres de diciembre año anterior y marzo, junio, septiembre y diciembre año actual).

Nota: Cifras bajo IFRS

Almaviva S.A. y Subsidiarias

La estrategia para el 2021 continuó enfocándose en ofrecer a los clientes servicios integrados con valor agregado, brindándoles tranquilidad a través de procesos certificados que garantizan la seguridad de la cadena logística. Así mismo, la transformación tecnológica, la infraestructura y el control de costos tuvieron un balance favorable para la organización, manteniéndose como el principal reto y motor en la búsqueda de ofrecer modelos logísticos eficientes y competitivos.

Dada la extensión de la pandemia durante el 2021, la cadena logística presentó un desafío importante en el desarrollo de sus negocios. Se gestionaron procesos logísticos con operaciones continuas, se desarrollaron modelos locales para consecución de flota y se ofrecieron servicios de desconsolidación de carga ITR en Buenaventura y Cartagena; así mismo, se ejecutaron soluciones de almacenamiento flexibles y portables para brindar nuevas alternativas a los clientes. En este sentido, se implementaron estrategias como el monitoreo y trazabilidad del servicio de transporte, un nuevo Centro de Monitoreo centralizado en Zona Franca y el manejo y control de inventarios en sedes adicionales con mejor estructura (Blue Yonder), los cuales permitieron mejor control en la operación del negocio y la captación de clientes nuevos cumpliendo la promesa de servicio.

Frente a los retos adicionales generados por la pandemia, la operación de Almaviva reforzó los protocolos establecidos

con acciones preventivas y planes de comunicaciones sobre las distintas medidas de prevención del Covid-19. Entre estas acciones se generó una campaña de vacunación "Empresarios por la Vacunación", en el cual 281 personas fueron vacunadas por medio del convenio de la ANDI y por compras propias.

Al cierre de 2021 el total de activos de Almaviva S.A. asciende a \$152.000 millones, principalmente por facturación en las cuentas por cobrar comerciales, inversiones en subsidiarias gracias a la utilidad presentada por Global Cargo y Zona Franca y activos intangibles por el proyecto del sistema de almacenamiento. El pasivo registra una disminución de 0.6% cerrando con \$82.000 millones, especialmente por la disminución en derechos de uso y beneficios a empleados.

Para 2021 se generó una pérdida del ejercicio de \$0.2 mil millones y un margen sobre activo del -0.1%, presentando una mejora en \$2.455 millones con respecto al año anterior. Esta variación obedece al aumento en los ingresos de Almaviva, resultados obtenidos por Almaviva Global Cargo y Almaviva Zona Franca, efecto de la reactivación económica presentada en el país. Cabe resaltar que el resultado de la estrategia del comité de eficiencias, que mantuvo la compañía durante el periodo 2021, generó un impacto de \$2.000 millones, el cual fue producto de iniciativas de ahorro implementadas en las tres compañías.

Almaviva - Principales Cifras

Cifras bajo NIIF (miles de millones de pesos)	2020	2021
Activo	152	152
Pasivo	83	82
Patrimonio	69	70
Utilidad Neta	-2.6	-0.2
Razones de Rentabilidad		
ROAA ⁽¹⁾	-1.6%	-0.1%
ROAE ⁽²⁾	-3.8%	-0.3%

Fuente: Estados Financieros Consolidados Almaviva.

(1) Utilidad Neta anual / Activo Promedio (comprende los trimestres de diciembre año anterior y marzo, junio, septiembre y diciembre año actual)

(2) Utilidad Neta Atribuible a Accionistas anual / Patrimonio Atribuible a Accionistas Promedio (comprende los trimestres de diciembre año anterior y marzo, junio, septiembre y diciembre año actual).

Nota: Cifras bajo IFRS

Megalínea

En 2021 gracias a la campaña de vinculación y conocimiento del cliente, Megalínea logró gestionar en total 114,335 vinculaciones de clientes, de los cuales 99,270 fueron clientes de la línea inmobiliaria y los 15,065 restantes, clientes de las líneas de administración, inversión y actualización de datos. Por su parte, para las campañas de operaciones, en la unidad de servicio al cliente, se atendieron 53,682 clientes, alcanzando un nivel de servicio promedio del 81%, logrando un mayor posicionamiento y utilización del canal telefónico.

Frente a la unidad de procesos operativos, Megalínea consolidó campañas de vinculaciones, operaciones, creación de terceros, servicio al cliente, entrega de tokens a nivel nacional y agendamiento comercial con Fiduciaria Bogotá, convirtiéndose en un importante aliado estratégico. Así mismo, en las operaciones para el Banco de Bogotá y Fiduciaria Bogotá, continúa la estrategia de optimización de los recursos, prin-

cialmente en la unidad de productos financieros, donde se inició la entrega de producto certificado y se lograron ejecutar las principales actividades establecidas en la planeación estratégica de la gerencia, enfocados principalmente en la calidad de los servicios prestados y la experiencia del cliente, ayudando al cumplimiento de diferentes retos frente a la situación de la pandemia.

Al cierre de 2021, los activos de Megalínea ascendieron a \$26,245 millones con un incremento del 11.2% frente al año anterior, principalmente por la recepción de 317.000 solicitudes aproximadamente, distribuidas en Crédito Masivo, Crédito de Vehículo, Tarjeta Joven y Tarjeta de Crédito. El pasivo registra un incremento de 9.6% cerrando con \$19,686 millones, en mayor medida de pasivos corrientes. Finalmente, el patrimonio asciende \$6,660 millones, representados en Reservas.

Megalínea - Principales Cifras

Cifras bajo NIIF (miles de millones de pesos)	2020	2021
Activo	24	26
Pasivo	18	20
Patrimonio	6	7
Utilidad Neta	0.6	0.9
Razones de Rentabilidad		
ROAA ⁽¹⁾	2.5%	4.2%
ROAE ⁽²⁾	11.2%	15.2%

Fuente: Estados Financieros Megalínea.

(1) Utilidad Neta anual / Activo Promedio (comprende los trimestres de diciembre año anterior y marzo, junio, septiembre y diciembre año actual)

(2) Utilidad Neta Atribuible a Accionistas anual / Patrimonio Atribuible a Accionistas Promedio (comprende los trimestres de diciembre año anterior y marzo, junio, septiembre y diciembre año actual).

Nota: Cifras bajo IFRS