

# BANCO POPULAR

## PROGRAMA DE EMISIÓN DE BONOS ORDINARIOS

- Sexta Emisión con cargo al Cupo Global de Tres Billones de Pesos.

# ÍNDICE

- 1. Historia**
- 2. Composición accionaria**
- 3. Descripción general**
- 4. Factores de éxito**
- 5. Canales de distribución**
- 6. Evolución de las principales cifras**
- 7. Indicadores**
- 8. Calificaciones de Riesgo del Banco**
- 9. Características del primer lote de la sexta emisión de Bonos Ordinarios Banco Popular**

# 1. Historia

- En **1951** se registra el Banco Popular S.A. como una entidad estatal de orden nacional, para atender el servicio de crédito a las clases menos favorecidas económicamente. Tuvo su origen en un banco prendario que tenía el Municipio de Bogotá. Cuenta con una trayectoria de 60 años en el mercado.
- En **1967** creó su filial, Alpopular S.A., Almacén General de Depósito.
- Entre **1991** y **1993** se establecieron tres filiales: Fiduciaria Popular S.A., Valores del Popular S.A. Comisionista de Bolsa, y Leasing Popular S.A. Compañía de Financiamiento.
- En **1996**, el Gobierno Nacional que poseía el 93% de la propiedad del Banco, realizó un proceso de privatización de sus acciones, que culminó exitosamente con la venta del 82% a la firma Popular Investment S.A.
- Entre **2005** y **2008**, el Grupo Aval adquirió el 31% de las acciones y adquirió el control del Banco por cesión de la administración de las acciones de Rendifín S.A., firma que en ese momento poseía el control mayoritario.
- En **diciembre de 2010**, se llevó a cabo la absorción por parte del Banco de su filial Leasing Popular.
- Durante el 2011 el Grupo Aval aumentó su participación en el capital social del Banco del 30,66% al 93,73% debido a:
  - En junio de 2011 se registró el traspaso de las acciones pertenecientes a Rendifín S.A. , con lo cual Grupo Aval aumentó su participación en el Banco de 30,7% a 74,1%.
  - En septiembre de 2011 mediante proceso de escisión Grupo Aval adquirió el 19,6% del capital del Banco que era propiedad de Popular Securities e Inversiones Escorial S.A.

## 2. COMPOSICIÓN ACCIONARIA A 30 DE JUNIO DE 2012

Accionista	Participación %
Grupo Aval Acciones y Valores S.A.	93,73
Departamentos y Municipios	1,14
Porvenir	1,07
Otras entidades oficiales	0,66
Seguros de Vida Alfa S.A.	0,46
Otros particulares	2,93
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

Número de acciones: 7.725.326.503 con un valor nominal de \$10 cada una, que corresponden a 8.670 accionistas, de los cuales 8.459 son personas naturales y 211 son personas jurídicas.

El Grupo Aval Acciones y Valores S.A. **augmentó durante el 2011 su participación en el capital social del Banco del 30,66% al 93,73%** debido a que en junio de 2011 se registró el traspaso de las acciones pertenecientes a Rendifin S.A. (que representaban el 43,47% del capital del Banco), a favor de Grupo Aval Acciones y Valores, con lo cual aumentó su participación en el Banco de 30,66% a 74,13% y que en septiembre 21 de 2011, mediante proceso de escisión, el Grupo Aval adquirió el 19,6% del capital del Banco que era de propiedad de Popular Securities e Inversiones Escorial S.A.

# 3. Descripción general

- El Popular es un banco con clara orientación al crédito de consumo, líder en préstamos a empleados con fuente de pago en descuentos de nómina (libranzas), línea que le permite obtener altos retornos, atomización del riesgo y baja siniestralidad, con las siguientes cifras a junio 2012:
  - ✓ Del total de su cartera de créditos, el 51,6% correspondía a libranzas.
  - ✓ Dentro del total de cartera de consumo del Sistema, el Banco ocupaba el cuarto lugar en participación de mercado entre 23 bancos, con un 9,6%.
  - ✓ El indicador de calidad de cartera de consumo fue 3,1%, siendo uno de los mejores índices del sistema bancario. El promedio del sistema fue 4,8%. Cabe anotar que al mes de junio de 2012 la calidad del total de la cartera del Banco fue de 2,35% y la del sistema de 2,8%.
- Del total de la cartera del Banco el 46,6% corresponde a créditos comerciales. Una de las estrategias impulsadas en los últimos años para hacer crecer esta cartera, es la penetración en el segmento de empresas medianas, sin descuidar la colocación en créditos corporativos y empresariales de mayor tamaño.

Cabe anotar que la cartera comercial presentó un incremento del 19,5% al pasar de \$4.1 billones en junio de 2011 a \$4.9 billones a junio 2012, impulsado principalmente por los créditos a la mediana y gran empresa.

# 3. Descripción general

- El Banco a través de su Unidad de Leasing, ofrece productos de leasing financiero, leasing habitacional , factoring, crédito hipotecario y de vehículo.
- El Banco genera un volumen importante de depósitos a través de convenios de prestación de servicios, los cuales representan más del 50% del total de las captaciones de ahorros y cuentas corrientes con altos niveles de permanencia y que contribuyen a la estabilidad del fondeo.
- La estructura comercial, tecnológica y de operaciones del Banco está diseñada para apoyar su estrategia de crecimiento.

# 4. Factores de éxito

Una de las instituciones financieras más antiguas de Colombia, sinónimo de **seriedad y estabilidad.**

Los resultados de la estrategia del Banco se evidencian en sus **indicadores de rentabilidad** que durante los últimos años se han mantenido en los primeros lugares del sistema. Generando un ROAA de 2,5% y un ROAE de 19,0% a junio de 2012.

**Alta calidad de cartera,** dado su modelo de negocio que canaliza más del 97,7% de su cartera de consumo a través de libranzas.

Al mes de junio de 2012, la calidad de la cartera del Banco era de 2,3%



Cuarto banco más **grande en crédito de consumo** en Colombia, con 9,6% del mercado.

**Liderazgo absoluto en crédito de libranzas,** siendo la institución pionera en este segmento, representado por el 51,6% de su cartera de crédito.

**Cobertura nacional con alta penetración** en diferentes segmentos del mercado. Presencia en las principales ciudades del país y en general en 94 municipios, 78 de ellos con población superior a 20.000 habitantes, de los cuales 29 son capitales de departamento.

**Foco de crecimiento** no solo en mayor penetración en créditos de consumo, sino también en crédito a medianas empresas, a través de su cobertura y ampliación e innovación de la fuerza comercial.

## 5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

	Jun.11	Jun.12	Var.
Oficinas	202	221	19
Centrales de Servicio	15	15	0
Corresponsales no Bancarios	115	189	74
Centros Tecnológicos	99	133	34
Cajeros Automáticos	766	975	209

Adicionalmente, el Banco tiene acceso a la red de servicios del Grupo Aval, la cual cuenta con más de 2.478 Cajeros Automáticos ATH y 1.114 oficinas de atención al público, con presencia en 155 ciudades del País.

