

# MEMORIA ANUAL 2017



**BAC**  
CREDOMATIC

# Contenido

	<b>MENSAJE DEL PRESIDENTE</b>	3
	<b>JUNTA DIRECTIVA</b>	4
	<b>ESTRUCTURA DE GESTIÓN</b>	4
<b>5</b>	<b>NOS UNIMOS PARA SEGUIR AVANZANDO</b>	
	BAC Credomatic: 2017 en cifras	6
	Entorno económico y bancario en centroamérica	8
	Desempeño financiero	13
<b>17</b>	<b>CRECIMIENTO CON INNOVACIÓN</b>	
	Consolidación de marca bac Credomatic	18
	Convirtiendo sueños en logros	20
	Crecimiento de la estrategia de medios de pago	21
	BAC Credomatic está donde vas	24
<b>26</b>	<b>CONTROL OPERATIVO</b>	
	+ Simple BAC Credomatic	27
	Sustancial mejora en índice de eficiencia	28
<b>29</b>	<b>CONTROL DEL RIESGO</b>	
	Gobierno corporativo	30
	Gestión integral de riesgos	34
	Cumplimiento normativa SOX	42
<b>43</b>	<b>CANALES DIGITALES</b>	
	BAC Credomatic digital	44
	Premio banca digital 2017	48
<b>49</b>	<b>COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y SOSTENIBILIDAD</b>	
	Nuestra gente	50
	Comprometidos con la sociedad	52

# Mensaje del presidente

**Estimados clientes, accionistas y colaboradores:**

---



Somos una organización con más de 60 años de experiencia. Nuestra presencia relevante en los países donde operamos nos permite brindarles a nuestros clientes servicios financieros innovadores para facilitarles la vida.

La región centroamericana cerró a diciembre de 2017 con un crecimiento moderado del PIB de 3,8 %; se presentaron variaciones importantes entre los diferentes países, cuyos crecimientos del PIB estuvieron entre el 2,3 %, en El Salvador, y el máximo de 5,4 % en Panamá.

Este comportamiento se vio favorecido por la reactivación de los mercados internacionales, principalmente el de Estados Unidos. Esto favoreció las exportaciones y la recuperación moderada en los precios de las materias primas, lo cual ocasionó que el consumo interno aumentara por la mayor confianza de los consumidores en la región.

Por su parte, el Sistema Financiero Centroamericano creció un 3,8 % medido por el total de activos; la cartera de créditos cerró con un 5,2 % de crecimiento y, finalmente, los depósitos crecieron 4,4 % respecto al año anterior.

Como grupo, nuestra cartera de créditos aumento un 8,5 %, superando los US\$15,5 miles de millones, y nuestros depósitos crecieron 13,3 %, con lo cual se alcanzó un total de US\$14,9 miles de millones en el último año. Esto nos posiciona, una vez más, en el primer lugar en el ranking de bancos centroamericanos en estos rubros, logrando acompañar a 3,4 millones de clientes en el cumplimiento de sus metas.

Cerramos el 2017 con una nueva identidad gráfica más fresca, moderna y dinámica, la cual representa la unión de nuestras marcas BAC y Credomatic asociándose para consolidar la gama de productos y servicios que buscan, cada día, ser más digitales e integrales.

Nuestra posición privilegiada y la combinación de los productos bancarios y los negocios de emisión y procesamiento de tarjetas generan sinergias que permiten que la estrategia de medios de pago se siga fortaleciendo.

Este año cumplimos el reto de simplificar y digitalizar gran parte de nuestros procesos y servicios. Nuestra prioridad es acercarnos más a nuestros clientes por medio de la banca digital. Hoy, tres de cada cuatro transacciones se llevan a cabo en plataformas digitales, cuando, hace apenas un año, eran dos de cada tres. Esto ha sido posible gracias a un esfuerzo constante y continuo por mejorar y ofrecer más opciones digitales a nuestra clientela.

El programa de Responsabilidad Social Corporativa del BAC Credomatic continúa apoyando, de manera muy significativa, a los diferentes sectores de la sociedad que el banco atiende, complementando el importante valor que contribuye a empleados, comunidades y proveedores a los que el banco típicamente impacta en su diario accionar.

Nos complace adjuntar esta memoria como testimonio de las labores realizadas durante el año.

Atentamente, Rodolfo Tabash E.  
Presidente y CEO

## Junta directiva



## Estructura de gestión<sup>1</sup>

BAC Credomatic opera con una estructura organizacional matricial donde cada departamento y país están dirigidos por un Director Regional y/o Gerente País, y todo su personal regional está integrado de manera horizontal.



1 (#) Años laborados en la organización.

# Nos unimos para seguir avanzando



Edificio BAC Credomatic Costa Rica



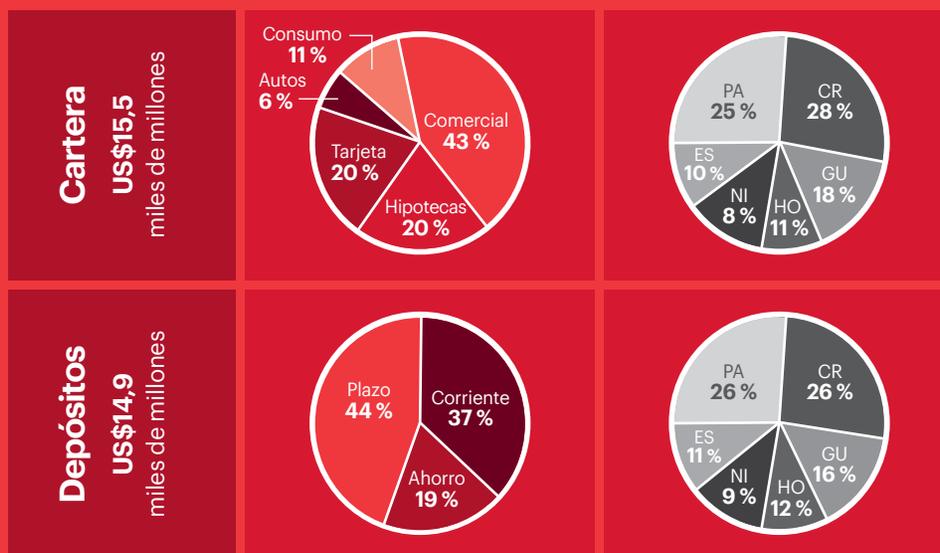
## BAC Credomatic: 2017 en cifras

### Principales indicadores:

Activos	US\$22,0	miles de millones
Cartera	US\$15,5	miles de millones
Depósitos	US\$14,9	miles de millones
Utilidad neta	US\$376	millones
Patrimonio	US\$2,6	miles de millones

**ROE 14,9 % ROA 1,8 %**

Portafolio altamente diversificado geográficamente:



Posición de negocio:

Líder regional en el negocio de emisión y procesamiento de tarjetas de crédito.

Ranking regional:

- 1.º en activos
- 1.º cartera
- 1.º depósitos
- 1.º utilidad antes de impuestos



Millones de clientes



Colaboradores

Canales de servicio:



694  
Canales de servicio



1993  
Cajeros automáticos



348  
Kioscos



270 mil  
Comercios afiliados

Transformación digital:

➤ Tres de cada cuatro transacciones son realizadas por plataformas digitales.

➤ Dos de cada tres clientes digitales utilizan plataformas móviles.

# Entorno económico y bancario en Centroamérica

## Producto Interno Bruto (PIB)

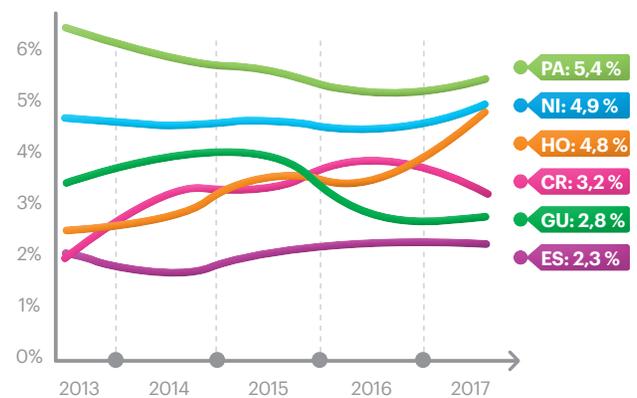
Las economías de Centroamérica mostraron comportamientos desiguales durante el 2017. Destacan Panamá y Honduras, con un mayor dinamismo que en el 2016, mientras que el resto de países exhibe un menor crecimiento que el observado durante el año anterior. Panamá continúa liderando el crecimiento económico de la región con un incremento interanual de su producción de 5,4 % en el 2017, impulsado por el sector construcción y transporte, y almacenamiento y comunicaciones, con aumentos interanuales de 8,3 % y 10,1 % respectivamente. Ambos sectores aportan cerca del 47 % del crecimiento observado durante el 2017.

Nicaragua exhibe el segundo mejor crecimiento de la región, con un incremento de 4,9 % en el 2017, impulsado por las industrias manufacturera, agrícola, comercio y pecuaria, con crecimientos anuales de 5,2 %, 10,0 %, 12,7 % y 4,1 %, respectivamente. Estas industrias aportan más del 50 % del crecimiento durante el año 2017.

Honduras, por su parte, se encuentra en el tercer lugar, pasando de un crecimiento anual de 3,8 %, en 2016, a un 4,8 % de incremento interanual a diciembre 2017. Destacan el buen dinamismo del sector agricultura, ganadería y caza, con un crecimiento de 10,7 %; construcción, con un incremento de 7,8 %, e intermediación financiera con un crecimiento de 7,6 %.

Le sigue Costa Rica con un crecimiento interanual de 3,2 % a diciembre 2017. En este caso son las actividades profesionales, científicas, técnicas, administrativas y servicios de apoyo, actividades financieras y de seguros y manufactura las que muestran mayor crecimiento. Por su parte, el sector construcción mostró una contracción de 6,4 % a diciembre de 2017.

CRECIMIENTO INTERANUAL DEL PIB REAL



Nota: El crecimiento de 2017 corresponde al incremento interanual de la producción acumulada hasta diciembre 2017.

Guatemala y El Salvador son las economías con menor crecimiento de la región con tasas de 2,8 % y 2,3 %<sup>2</sup>, respectivamente. En el caso de Guatemala, destaca el buen dinamismo del suministro de electricidad y captación de agua, con un incremento anual de 5,6 %. Por su parte, las demás industrias crecen a ritmos similares; únicamente la explotación de minas y canteras muestra decrecimiento, aunque cuenta con poca participación dentro de la producción total. El Salvador, la economía menos dinámica de la región, mostró buen desempeño en actividades de servicios administrativos y de apoyo, con un crecimiento de 5.5 %, en transporte y almacenamiento con 4.2 % y en construcción, creciendo 4.0 % durante el 2017.

## Indicadores económicos

A continuación se presenta una lista de los principales indicadores económicos de la región:

PAÍS	INFLACIÓN	RESERVAS MONETARIAS INTERNACIONALES (USD MM)	TIPO DE CAMBIO	
	Dic.-17	Dic. -17	Dic. -17	Var vs. Dic.-16
<b>COSTA RICA</b>	2,6 %	7 319	566,4	3,3 %
<b>EI SALVADOR</b>	2,0 %	3 273	1,0	0,0 %
<b>GUATEMALA</b>	5,7 %	11 770	7,3	-2,4 %
<b>HONDURAS</b>	4,7 %	4 649	23,8	1,1 %
<b>NICARAGUA</b>	5,7 %	2 758	30,8	5,0 %
<b>PANAMÁ</b>	0,5 %	ND	1,0	0,0 %

Fuente: bancos centrales, Instituto Nacional de Estadística y Censos de Panamá.

## Calificaciones de riesgo

Respecto a las calificaciones de riesgo, Panamá conserva su grado de inversión. En 2017, Honduras recibió mejoras en la calificación otorgada por S&P (de B+ a BB-) y Moody's (de B2 a B1), esto apoyado en el compromiso del Gobierno por fortalecer las finanzas públicas, estabilizar la deuda y cumplir las metas impuestas por el Fondo Monetario Internacional (FMI) en el marco del Acuerdo Stand-By. El Salvador, durante el último trimestre de 2017, mostró un repunte en la calificación de riesgo, desde la perspectiva de Fitch Ratings (de CCC a B-) y S&P (de CC- a CCC+), gracias a la reestructuración de los Certificados de Inversión Previsional y a la aprobación de la reforma de pensiones. En Nicaragua, Moody's mejoró la perspectiva de B2 estable a B2 positiva, dadas la persistencia por la estabilidad fiscal, las favorables perspectivas económicas y la mayor fortaleza para enfrentar *shocks* externos.

Guatemala sufrió una disminución en la calificación de S&P (de BB a BB-) a causa de la desaceleración económica -y la expectativa de que la tendencia persista en los años siguientes,- la inestabilidad política y la debilidad institucional. Por su parte, Costa Rica tuvo una baja en la calificación concedida por Fitch (de BB+ a BB) y Moody's (de Ba1 a Ba2), fundamentado en el continuo deterioro de las finanzas públicas, el crecimiento de la deuda y la ausencia de consenso político para proponer reformas fiscales.

### CALIFICACIONES DE DEUDA SOBERANA DE LARGO PLAZO EN MONEDA EXTRANJERA

		Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá
FITCH	Calificación	BB	B-	BB	n.c.	B+	BBB
	Perspectiva	Estable	Estable	Estable	n.c.	Estable	Estable
MOODY'S	Calificación	Ba2	Caa1	Ba1	B1	B2	Baa2
	Perspectiva	Negativo	Estable	Estable	Estable	Positiva	Estable
S&P	Calificación	BB-	CCC+	BB-	BB-	B+	BBB
	Perspectiva	Negativa	Estable	Estable	Estable	Estable	Estable

Fuente: SECMCA n.c.: no es calificado

## Sistema bancario centroamericano

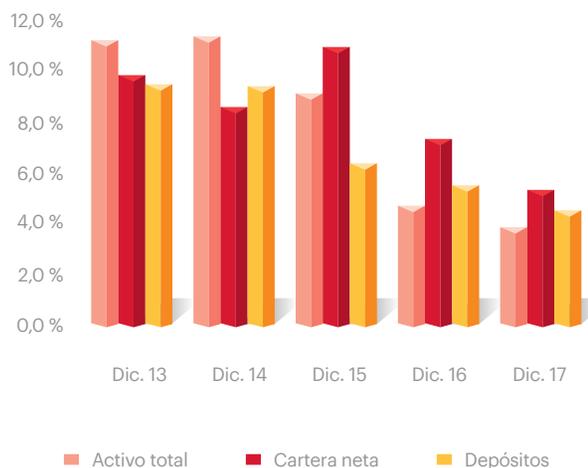
El sistema financiero centroamericano muestra un crecimiento, a diciembre de 2017, cercano al 3,8 % medido por total de activos y explicado, en gran parte, por el incremento de la cartera en un 5,2 %. Por su parte, los depósitos incrementaron 4,4 % para el mismo período.

A nivel de país, Nicaragua y Guatemala destacan como las naciones con mayor crecimiento en los activos, con un incremento interanual, a diciembre de 2017, de 8,7 %, seguidos por El Salvador, con 5,5 %; Honduras, con 5,3 %; Costa Rica, con 5,0 % y, finalmente, Panamá con 0,2 %.

Con respecto a la cartera de créditos neta, Honduras fue el país que mostró el mejor desempeño, creciendo 9,9 % interanualmente a diciembre de 2017. Le sigue Nicaragua, con 8,3 %; Panamá, con 6,1%; El Salvador, con un 4,3 %. Finalmente, Guatemala y Costa Rica presentan tasas de 4,2 % y 2,8 %, respectivamente.

En el apartado de depósitos, sobresale el incremento de 11,4 % que presenta Nicaragua, mien-

### SISTEMA BANCARIO DE CENTROAMÉRICA TASAS DE CRECIMIENTO INTERANUAL



tras que Honduras cerró con un 11,3 %. El Salvador muestra un aumento del 10,4 %, seguido por Guatemala y Costa Rica con crecimientos de 8,0 % y 6,9 %, respectivamente. Panamá es el único país que muestra un decrecimiento del -0,5 %; esto se puede explicar, en gran parte, por una reducción en los depósitos de las entidades gubernamentales.

A pesar del buen crecimiento mostrado en el sistema financiero de Nicaragua y Honduras, los países con mayor participación en el to-

tal de la cartera neta de la región continúan siendo Panamá, Costa Rica y Guatemala con 42 %, 19 % y 19 % respectivamente. En Panamá, el crecimiento de la cartera se explica principalmente por el sector construcción e industria, con un aumento interanual del 10,6 % y 9,2 % respectivamente. Costa Rica, por su parte, exhibió dinamismo en el crédito de consumo, mientras que, en el caso de Guatemala, la cartera empresarial y de consumo mostró el mayor crecimiento.

#### SISTEMA BANCARIO DE CENTROAMERICA POR PAÍS

Millones de dólares	ACTIVOS		CARTERA NETA		DEPÓSITOS	
	US\$	Variación anual	US\$	Variación anual	US\$	Variación anual
<b>COSTA RICA</b>	46 316	5,0%	29 475	2,8%	30 281	6,9%
<b>EL SALVADOR</b>	17 569	5,5%	11 590	4,3%	11 715	10,4%
<b>GUATEMALA</b>	46 350	8,7%	25 077	4,2%	32 564	8,0%
<b>HONDURAS</b>	21 217	5,3%	11 399	9,9%	12 658	11,3%
<b>NICARAGUA</b>	8 070	8,7%	5 300	8,3%	5 512	11,4%
<b>PANAMÁ</b>	99 682	0,2%	51 604	6,1%	72 080	-0,5%
<b>TOTAL</b>	<b>239 203</b>	<b>3,8%</b>	<b>134 444</b>	<b>5,2%</b>	<b>164 811</b>	<b>4,4%</b>

**PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE BAC CREDOMATIC EN LOS ACTIVOS TOTALES DEL SISTEMA BANCARIO CENTROAMERICANO**



A nivel regional, para septiembre de 2017, BAC se mantiene de número uno en participación de mercado de activos, cartera, depósitos y utilidad antes de impuestos. Sobre el total de activos del mercado, posee el 8,9 % (aumentando 41 pbs respecto al mismo periodo en el 2016).

**PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE BAC CREDOMATIC EN CARTERA DEL SISTEMA BANCARIO CENTROAMERICANO**



Con respecto a la cartera, BAC Credomatic mantiene el primer lugar en colocación de cartera neta; creciendo 45 pbs (vs. 2016) y llevando la participación regional al 10,0 %. Esto se debe, principalmente, a nuestra estrategia de colocación en productos altamente rentables, como tarjetas de crédito y préstamos personales, así como a la efectiva integración de nuestras operaciones en Centroamérica que nos permite operar como un único banco y facilitar el manejo de relaciones con clientes transnacionales.

**PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE BAC CREDOMATIC EN DEPÓSITOS DEL SISTEMA BANCARIO CENTROAMERICANO**



Por el lado de los depósitos, el grupo ha hecho esfuerzos importantes por reducir su participación en productos de fondeo de alto costo e incrementar su presencia en rubros como depósitos a la vista, en los que nuestros saldos han crecido un 8,0 % (vs. 2016). Esto se plasma en los números al observar un crecimiento de 69 pbs (vs. 2016), lo que ubica la participación regional en un 8,7 % y nos convierte, nuevamente, en el banco de mayor escala.

# Desempeño financiero

El Grupo Financiero BAC Credomatic mantiene una presencia importante en todos los países centroamericanos, lo cual nos posiciona como una de las principales entidades financieras a nivel regional. Esto ha sido posible debido a la implementación de una estrategia consistente, la integración eficiente de todas las operaciones de los países -que nos permite operar como un solo banco- y la estrategia tecnológica que busca desarrollar más la banca electrónica en la región.

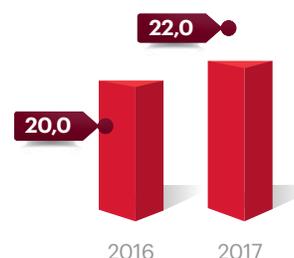
## Activos

El buen desempeño de los activos en el 2017 refleja un crecimiento del 9,8 % respecto al año anterior, lo que equivale a llegar a un total de US\$22,0 miles de millones. Este incremento está ligado al de la cartera de créditos que representa un 70 % del total de activos; esta aumentó un 8,5 % en el último año. La composición de los activos dentro de la entidad se mantiene bastante diversificada, de manera tal que ningún país conforma más del 30 % del total de activos.

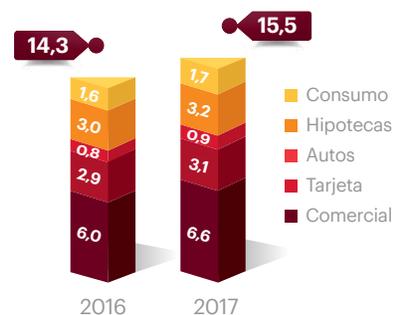
Nuestra estrategia de negocio nos ha permitido mantener una mezcla de productos bastante balanceada que favorece el crecimiento prudente y sostenido. Al cierre de 2017, dentro de la cartera crediticia, el sector comercial fue el que mostró una mayor participación con un 43 % del total de la cartera. Además, presentó un crecimiento interanual del 10 %.

El segundo sector con mayor participación dentro del total de la cartera crediticia fue el de vivienda, con un 20 % y con un crecimiento interanual del 6 %, seguido del de tarjeta, que representó un 20 % de la cartera total y un aumento interanual del 7 %. Finalmente, el sector de consumo significó un 11 % dentro de la cartera crediticia y un incremento interanual del 10 %; los préstamos personales fueron los principales contribuyentes del comportamiento de esta cartera. Geográficamente, mantenemos una distribución bastante diversificada de la cartera. Los tres países con mayor participación son: Costa Rica, con un 28 %; Panamá, 25 % y Guatemala, 18 %. El operar en el mercado centroamericano nos aporta una gran diversificación; nos permite alcanzar una escala rentable y seguir creciendo prudentemente.

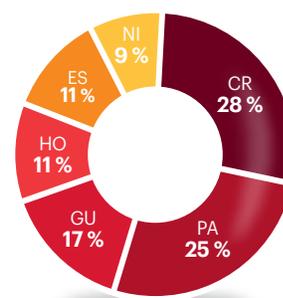
**ACTIVOS**  
US\$ miles de millones



**CARTERA**  
US\$ miles de millones

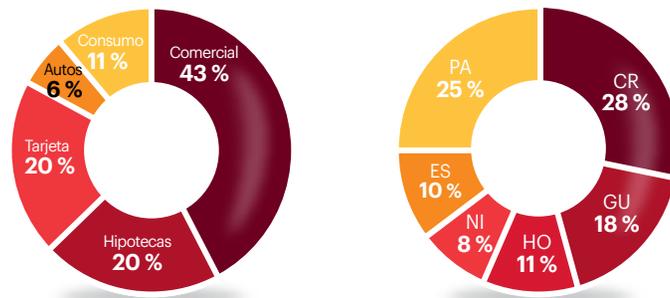


**DISTRIBUCIÓN DE ACTIVOS POR PAÍS**  
Dic.-2017 (%)



En el siguiente gráfico se muestra que ningún país supera el 30 % del total de la cartera de crédito consolidada, lo cual evidencia el grado de diversificación de la organización.

**DISTRIBUCIÓN DE LA CARTERA POR PRODUCTO Y POR PAÍS**  
US\$15,5 miles de millones



## Pasivos

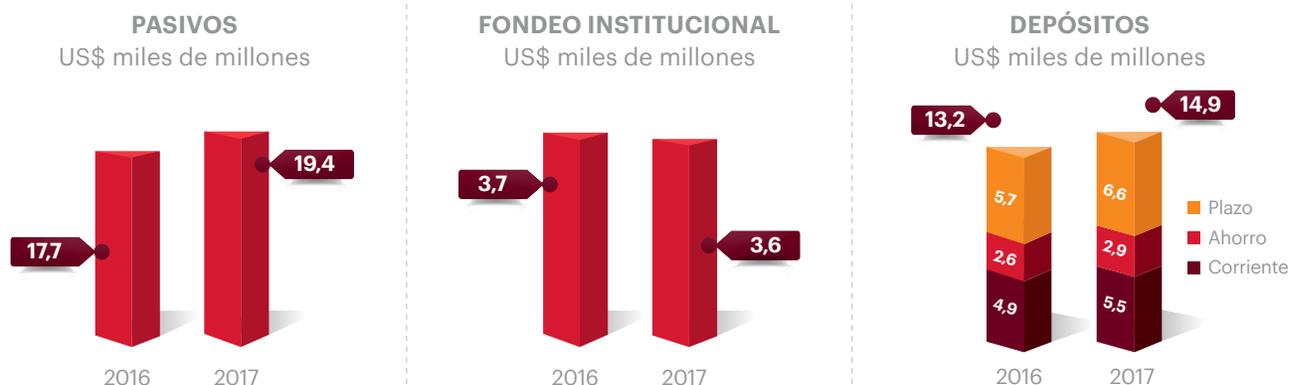
Los pasivos aumentaron un 9,7 % en el último año. Este crecimiento se generó, principalmente, por un incremento del 13,3 % en los depósitos totales, lo que equivale a US\$1,8 miles de millones. Con ello, se alcanza un total de US\$14,9 mil millones; esto representa un 77 % del total del pasivo.

Las cuentas corrientes cerraron el año con un saldo de US\$5,5 miles de millones y aumentaron un 12,4 %. Por su parte, las de ahorro crecieron un 10,2 %, para alcanzar US\$2,9 miles de millones.

Los certificados a plazo se mantuvieron por el orden de los US\$6,6 miles de millones, con un crecimiento del 15,6 %.

La composición de los depósitos mantiene un adecuado balance. Los depósitos a la vista, incluyendo las cuentas de ahorro, constituyen el 56 % de los depósitos totales, mientras que los depósitos a plazo representan el 44 % del total.

Asimismo, el fondeo institucional, a diciembre de 2017, cerró con un saldo de US\$3,6 miles de millones; en el último periodo tuvo un decrecimiento del 2,1 %, lo que refleja el esfuerzo de la organización por buscar fondeo de menor costo. Esto representó un 9,7 % del total del pasivo.



## Adecuación de capital

Históricamente, BAC Credomatic muestra parte de su solidez en un índice adecuado de solvencia patrimonial. El índice de adecuación de capital se calcula según la regulación de la Superintendencia de Bancos de Panamá e incluye los activos del grupo ponderados por riesgo en forma consolidada. En el 2017, se alcanzó un 13,7 %, 572 puntos base por encima del requerimiento de esta institución.



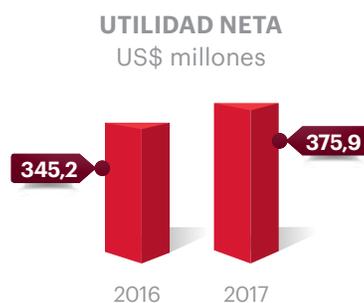
## Resultados del período

La utilidad neta<sup>3</sup> para el cierre de 2017 fue de US\$375,9 millones, lo que corresponde a un crecimiento del 8,9 % comparado con el año anterior.

Asimismo, destaca el comportamiento del margen financiero, el cual generó US\$1149 millones, aumentando 6,0 % con respecto al 2016.

El ingreso por comisiones y otros servicios también mostró resultados sobresalientes al crecer un 8,2 % en el último año. Este comportamiento está en línea con la estrategia de medios de pago adoptada por la compañía desde hace varios años, la cual se ha visto fortalecida por las recientes iniciativas del banco, enfocadas en aprovechar los avances tecnológicos.

El prominente desempeño financiero de BAC Credomatic es complementado por una minuciosa y eficiente gestión del riesgo y calidad de la cartera. A diciembre de 2017, la relación entre cartera vencida de más de 90 días a cartera bruta correspondía al 1,19 %.



<sup>3</sup> Cifras en millones de dólares; corresponde a la utilidad neta antes de restar la participación no controladora que pertenece, en su mayoría, a Leasing Bogotá Panamá, subsidiaria del Banco de Bogotá.

# Resumen del balance general y estado de resultados

## Balance general

US\$ millones	2016	2017	Abs	%
Cartera neta	14 023	15 195	1 171	8%
Inversiones	1 323	1 628	305	23%
Disponible	3 390	3 958	568	17%
Activo fijo	355	346	(9)	-3%
Otros activos	957	892	(65)	-7%
<b>Total activos</b>	<b>\$20 048</b>	<b>\$22 018</b>	<b>\$1 971</b>	<b>10%</b>
Depósitos	(13 183)	(14 942)	(1 759)	13%
Otro fondeo	(3 708)	(3 632)	76	-2%
Otros pasivos	(783)	(816)	(33)	4%
<b>Total pasivos</b>	<b>(\$17 674)</b>	<b>(\$19 390)</b>	<b>(\$1 715)</b>	<b>10%</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>(\$2 373)</b>	<b>(\$2 628)</b>	<b>(\$255)</b>	<b>11%</b>

## Estado de resultados

US\$ millones	2016	2017	Abs	%
Ingreso de intereses	1 553	1 702	149	10%
Gasto de intereses	(484)	(554)	(70)	14%
<b>Margen de interés</b>	<b>\$1 069</b>	<b>\$1 148</b>	<b>\$79</b>	<b>7%</b>
Provisiones	(245)	(309)	(64)	26%
<b>Margen de interés neto</b>	<b>\$824</b>	<b>\$839</b>	<b>\$15</b>	<b>2%</b>
Comisiones y otros	718	777	58	8%
<b>Ingreso neto</b>	<b>\$1 542</b>	<b>\$1 615</b>	<b>\$73</b>	<b>5%</b>
Gasto operativo	(1 042)	(1 079)	(37)	4%
Otros gastos*	(134)	(155)	(21)	16%
Operaciones descontinuadas	(21)	(5)	15	-74%
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$345</b>	<b>\$376</b>	<b>\$31</b>	<b>9%</b>

# Cumpliendo nuestros objetivos

CRECIMIENTO CON INNOVACIÓN



Edificio BAC Credomatic Honduras

# Consolidación de marca BAC Credomatic

## Cambio de imagen



El cambio de imagen y la consolidación de las marcas BAC y Credomatic surgió hace más de dos años con el objetivo claro de lograr la consistencia visual en todos los mercados en los que operamos.

El cambio a una marca única nos ofrece una oportunidad para mejorar y fortalecer nuestros símbolos gráficos, pero, sobre todo, busca hacernos ver más digitales e integrales. Para lograrlo, nos establecimos una serie de objetivos para cumplir con nuestra meta:

**Mantener el símbolo del león, pero modernizarlo:**

- Simplificar un sistema de identidad complejo y difícil administrar
- Evolucionar para involucrar a los clientes
- Modernizar para mostrar a los empleados y clientes que siempre estamos apuntando al futuro
- Transmitir nuestra historia establecida (fuerte, estable, sólida, confiable)

**Transmitir atributos que generen preferencia:**

- Enfoque en el cliente
- Rapidez y eficiencia
- Solidez y confiabilidad

**Reflejar el liderazgo digital del banco y atraer a una audiencia contemporánea:**

- Sencillo
- Moderno
- Juvenil

La nueva imagen fue lanzada simultáneamente, el 20 de julio del 2017 en los seis países donde operamos.



En el 2017, del cambio de imagen en las sucursales y los ATM de la región fue del 30 % . Para el 2018, se proyecta cubrir otro 30 % de los activos de rotulación y, al cabo de tres años, tener el 100 % de las sucursales con la nueva imagen. Con este cambio queremos acompañar la experiencia que nos proponemos dar a los clientes, avanzando hacia el objetivo de ser un banco cada vez más simple, accesible y digital.

# Convirtiendo sueños en logros

## Crédito a personas

Durante el período, BAC Credomatic tuvo una participación muy relevante en préstamos personales a nivel regional. La cartera creció 7,5 % hasta alcanzar los US\$5,8 miles de millones. El siguiente gráfico resume los resultados obtenidos por cada línea de producto:

### COMPOSICIÓN CARTERA CONSUMO (US\$ miles de millones)

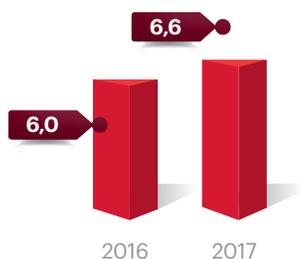


Entre los diferentes productos de la cartera, se destacan las libranzas que crecieron 10 % hasta alcanzar los US\$0,6 miles de millones.

Del mismo modo, los préstamos de automóvil crecieron 9 % para sumar los US\$0,9 miles de millones al final del período. El crecimiento de los préstamos prendarios de automóvil observado durante 2017 subraya la convicción y el esfuerzo de nuestros colaboradores.

Finalmente, los préstamos hipotecarios crecieron 6 % y llegaron a un saldo de US\$3,2 miles de millones.

### CARTERA CRÉDITO COMERCIAL US\$ miles de millones



## Crédito empresarial

BAC Credomatic cuenta con un portafolio de crédito de US\$15,5 miles de millones, del cual US\$6,6 miles de millones, es decir, un 43 %, corresponde a créditos otorgados a empresas que han experimentado un crecimiento del 10 % en el último año. Esto ha convertido a BAC Credomatic en un actor y facilitador clave en el desarrollo económico de la región.

Más de US\$600 millones

18 % crecimiento

## Crédito PyME

BAC Credomatic pone a disposición de las PyMEs una gran variedad de servicios para generar mayor volumen de ventas, más agilidad y eficiencia en el procesamiento de pagos y mayor seguridad en las transacciones.

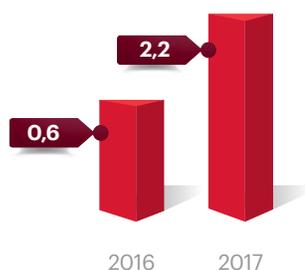
Consecuentemente, la cartera de crédito para PyMEs superó los US\$600 millones, lo que constituye un crecimiento de un 18 % comparado con el año anterior. Esto confirma tanto el dinamismo del sector como nuestro compromiso con las pequeñas y medianas empresas para hacer crecer sus negocios.

Reconocemos su relevancia, como actores económicos clave y fuentes de empleo y de riqueza que sustentan el desarrollo de los países de la región.

# Crecimiento de la estrategia de medios de pago

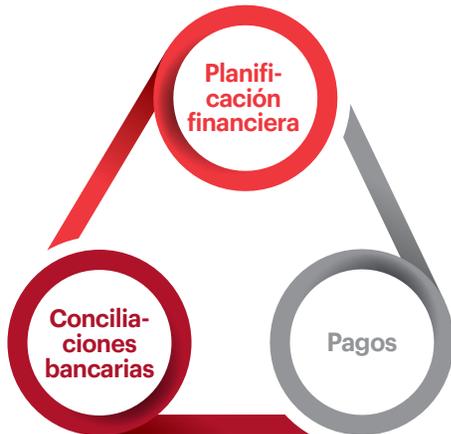
## Conectividad empresarial

VOLUMEN TRANSACCIONAL  
CONECTIVIDAD EMPRESARIAL  
US\$ miles de millones



BAC Credomatic es, sin lugar a dudas, el líder de conectividad de tesorerías corporativas. El volumen transaccional creció 2,7 veces con respecto al período anterior y alcanzó un total de US\$2,2 miles de millones procesados en el período. Este liderazgo es el resultado de una propuesta de valor sustentada en una plataforma de conectividad regional de clase mundial.

Para un cliente corporativo, la plataforma de conectividad es un habilitador de la automatización completa de sus procesos de pago, conciliación bancaria y planificación financiera. Nuestros clientes corporativos demandan una mayor integración y transmisión de datos en tiempo real.



**90 mil proveedores**

**19 % crecimiento**

**US\$7,2 miles de millones**

**7 % crecimiento**

Es imperativo que los sistemas de información para gestión de recursos empresariales (ERP) o las soluciones para administración de tesorería (TMS) puedan integrarse a los servicios financieros con la menor inversión y a la mayor brevedad posible.

Nuestro liderazgo radica en un compromiso con la agilidad de nuestros servicios y plataformas tecnológicas. Vamos más allá que nuestros competidores, ofreciendo más valor agregado y sinergia para que nuestros clientes corporativos alcancen sus objetivos.

### Pago electrónico de proveedores

En el 2017, el pago electrónico de proveedores alcanzó un crecimiento del 19 % en comparación con el año anterior, volumen pagado a 90 mil proveedores.

Este crecimiento es evidencia de la confianza de los clientes empresariales en los canales de pago y las tecnologías subyacentes y, por otro lado, refleja el empeño y el compromiso de BAC Credomatic en la inclusión financiera de las pequeñas y medianas empresas que brindan servicios a clientes empresariales en la región.

El efecto positivo de la innovación en los medios de pago se materializa en el desarrollo, formalización y ordenamiento de las actividades de los clientes empresariales.

### Pago electrónico de planillas

Existe una relación proporcional entre el nivel de satisfacción del trabajador y su productividad. BAC Credomatic ofrece la red más amplia en la Región Centroamericana de cajeros automáticos, modernos canales digitales (internet y dispositivos móviles), un amplio espectro de beneficios en comercios, acceso a distintas modalidades de crédito y programas de educación financiera para todos los trabajadores que reciben su salario mediante el servicio de pago de planillas.

La buena acogida de nuestro servicio de pago de planillas se refleja en el hecho de que el número de trabajadores que recibieron su salario en BAC Credomatic fue un 7 % más que el año anterior, con un volumen procesado de US\$7,2 miles de millones en el año 2017.

## Contactless

---

Contactless permite generar una experiencia al cliente al realizar sus pagos de forma rápida, cómoda y segura, pues solo debe acercar la tarjeta al lector y, automáticamente, se procesa la transacción.

Al reducirse el tiempo de pago en los comercios, se presentan mejoras en los tiempos de espera y una mayor satisfacción del cliente en el lugar del comercio. El crecimiento de año contra año en el mes de diciembre representa un incremento, en la facturación, de más de un 500 % por este medio.



## Tarjeta Blue de American Express

---

La nueva tarjeta Blue se posiciona en nuestra región como un producto innovador ya desde su diseño “transparente”, moderno y elegante. Está dirigido a un segmento de clientes que hemos denominado “Espíritu Joven”, de entre 25 y 45 años, que gusta de un estilo de vida creativo, y saludable, y es amante de la diversión. El producto entrega beneficios donde el cliente realmente los necesita, con una propuesta de valor que suma flexibilidad, al permitirle poder modificar sus categorías de acumulación de retorno de efectivo tales como tiendas por departamento, farmacias, gasolineras, restaurantes, educación y supermercados, sin necesidad de cambiar de plástico cuando lo necesite. ¡Vive BLUE! es la campaña de comunicación que se asoció al producto; busca lograr empatía con los clientes y convertir a esta tarjeta en su mejor compañía para los consumos diarios. Este producto fue lanzado en Panamá, Costa Rica, Guatemala y Honduras.



## Tarjeta de débito

---

BAC Credomatic es el líder regional en tarjetas de débito, con una participación de mercado bastante significativa en comparación con la competencia. En 2017, la facturación débito tuvo un crecimiento del 15 % con respecto al periodo anterior. Este crecimiento se encuentra un 8 % por encima del crecimiento del mercado centroamericano.



Con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente, se realizaron acciones que permitieron simplificar el proceso de emisión de tarjetas de débito. Mediante un enfoque consistente con la tecnología, se implementaron los mecanismos y procesos necesarios para entregar la tarjeta de débito inmediatamente después de la apertura de la cuenta bancaria. Esta capacidad fue concretada en Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá con el fin de que el cliente realice una única visita a la sucursal.

## BAC Credomatic está donde vas.

### Rapibac

---

Desde 2014, Rapibac fue concebido como el canal que permite un mayor y fácil acceso a los servicios ofrecidos por BAC Credomatic. Los corresponsales no bancarios que operan con Rapibac constituyen puntos de servicio más próximos a las casas y lugares de trabajo de los clientes.

Entre otras transacciones comunes, se han habilitado depósitos, pagos de tarjeta, retiros de efectivo y pago de servicios públicos. En el 2017, el número de puntos de servicio creció un 46 %, con lo que alcanzó más de 7600 puntos. Al final del período, Rapibac fue implementado en cinco países y se habilitaron, como mínimo, 500 puntos de servicio por país. En 2017, Rapibac procesó \$US441 millones, lo anterior refleja la confianza de los clientes y comercios en este servicio.



## Presencia en la región

Al cierre 2017, contamos con 694 puntos de servicio, que prestaron asistencia a su gama de clientes a largo de la región.



# Cumpliendo nuestros objetivos

CONTROL OPERATIVO



# + Simple BAC Credomatic

Durante el 2017 definimos una estrategia de simplificación de BAC Credomatic, cuyo objetivo es la mejora de procesos y el fomento de una cultura que procure facilitar la vida de nuestros clientes y colaboradores. Para lograrla se establecieron tres pilares fundamentales de acción:



Algunas de las principales iniciativas desarrolladas fueron:

## Mejora y simplificación del proceso de apertura cuentas bancarias

En el 2017 logramos **simplificar la experiencia** de nuestros clientes que requerían **abrir cuentas bancarias**, tanto en el caso de personas **físicas** como **jurídicas**.

Los principales logros obtenidos fueron:

- **53 %** menos tiempo de apertura
- **45 %** menos formularios que completar
- **22 %** menos requisitos
- **35 %** menos de aprobaciones
- **55 %** menos de firmas

Las oportunidades de mejora detectadas se trabajaron mediante iniciativas de corto, mediano y largo plazo.

## Simplificación de reportería

Revisamos los reportes internos generados por las áreas regionales y logramos una reducción de aproximadamente 16 200 horas hombre, por año, dedicadas a la generación de estos. Esto permitió dedicar tiempo a otras funciones que agregaran valor a nuestra organización.

## Estandarización y simplificación de gestiones

Trabajamos en la estandarización y simplificación de 30 gestiones o solicitudes clave, lo cual **generó reducciones en:**

- **65 %** de formularios
- **67 %** de requisitos
- **85 %** de tiempo

Adicionalmente, logramos unificar tipos de gestiones para mejorar la operativa interna que facilita la atención de nuestros clientes.

## Sustancial mejora en índice de eficiencia

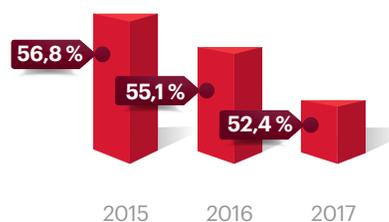
El grupo registró un índice de eficiencia del 52,4 % al cierre de 2017 medido por su relación de gasto a ingreso. Esto representó una mejora de 270 puntos base en relación con el período anterior

Si bien es cierto nuestros colaboradores conforman un porcentaje material en nuestra estructura de costos operativos, la digitalización, la optimización de operaciones y la mejora continua en nuestros procesos han permitido que el recurso humano aumente su productividad de manera significativa, lo que dio como resultado una planilla de 21871 colaboradores a diciembre 2017, nivel muy similar al registrado en el 2014. Definitivamente, la mejora en productividad de nuestros colaboradores les permitió desarrollar un mejor enfoque para brindar soluciones y un servicio de excelencia a nuestros clientes.

Por último, en cuanto al satisfactorio control del gasto operativo, sobresalen las siguientes prácticas implementadas a lo largo de la región:

- Estandarización de políticas corporativas en cuanto a la administración de gastos y compras.
- Sistema centralizado de aprobación de inversiones y gastos.
- Inicio de negociaciones regionales para aprovechar economías de escala.
- Mejor aprovechamiento del espacio físico.

**EFICIENCIA**  
(gasto/ingreso %)



# Cumpliendo nuestros objetivos

CONTROL DEL RIESGO



# Gobierno corporativo

## Estructura de la organización

---

En BAC Credomatic creemos que un gobierno corporativo robusto es vital para garantizar, a largo plazo, la sostenibilidad de nuestra forma de hacer negocios.

Las juntas directivas y comités de gobierno garantizan la formulación de las principales políticas y estrategias del grupo, así como la gestión de riesgos de acuerdo con los más altos estándares internacionales en esta materia.

Al ser la columna vertebral de nuestra gestión, nuestro gobierno corporativo refleja el compromiso ético y las responsabilidades corporativas que asumimos, cuestión clave en la generación de confianza y seguridad de nuestros accionistas e inversores.

**El siguiente diagrama muestra la estructura de consolidación del grupo BAC:**



## Mecanismos de control y órganos de gobierno corporativo

---

Nuestro sistema de gobierno corporativo se alinea con las recomendaciones y tendencias internacionales, corporativas y locales. Sus principios, elementos y prácticas se recogen en diferentes documentos, como el Código de Gobierno Corporativo y los reglamentos de los comités de apoyo a la junta directiva, que determinan la estructura y funciones de los órganos sociales. El sistema también mantiene como el eje central de sus actividades las normas de

conducta internas que se encuentran contenidas en el Código de Integridad y Ética y la Política de Antifraude y Anticorrupción, que consagran los postulados que rigen las actuaciones de sus directivos, administradores y empleados.

Los órganos de control son la Junta Directiva Regional, el Equipo Gerencial, los comités regionales, las juntas directivas y los comités locales.

## Órganos de control

### JUNTA DIRECTIVA REGIONAL

Es el órgano natural de administración, gestión y vigilancia de la entidad.

- Da seguimiento al plan estratégico, aprueba políticas, dirige, evalúa la ejecutoria, gestiona todos los riesgos y vela por el cumplimiento de los valores de BAC Credomatic.
- **Composición:** Está conformada por diez miembros.

### EQUIPO GERENCIAL

El CEO dirige la organización a través de una estructura matricial compuesta por estructuras locales, que gestionan directamente las operaciones en cada país, y, además, estructuras regionales que gestionan funciones específicas a nivel corporativo.

- **CEO:** Es el ejecutivo de más alto nivel en la organización. Diseña y dirige la estrategia y es el responsable de la gestión.
- **Equipo gerencial local:** El gerente país es responsable de administrar la operación local, la relación con entes reguladores y los clientes.
- **Equipo gerencial regional:** Los directores regionales colaboran en el diseño y ejecución de la estrategia regional. Se encargan de la evaluación de la gestión, proponen políticas, establecen estándares, anticipan eventos y monitorean riesgos.

### COMITÉS REGIONALES

Son los responsables de dar seguimiento, a nivel regional, a diferentes temas, según su ámbito de acción, en los que la Junta Directiva ha delegado su autoridad y responsabilidades de acuerdo con lo establecido en el Pacto Social y en los estatutos de la entidad.

- Gestión integral de riesgo
- Auditoría
- Cumplimiento
- Activos y pasivos
- Crédito
- Tecnología
- Seguridad de la información

### JUNTAS DIRECTIVAS Y COMITÉS LOCALES

Ejecutan la estrategia, apoyan en conocimiento del mercado local y monitorean los límites de concentración de riesgo de las entidades.

#### Participan:

- Directores locales;
- CEO de BAC Credomatic, y
- Algunos otros miembros de la Junta Directiva Regional (externos, regionales y del Banco de Bogotá).
- Es posible contar con invitados o asesores externos.

# Transparencia y ética

## Obligación de denunciar

---

Todo colaborador, incluyendo jefes , gerentes y directores , así como contratistas que prestan servicios a la organización, tienen el derecho y la obligación de denunciar toda violación o sospecha de violación de las políticas internas, leyes o reglamentaciones aplicables a los países donde operamos.

En nuestros lineamientos se establece que estas denuncias pueden interponerse ante determinados funcionarios apropiados que tienen la obligación de cerciorarse de que estas se investiguen adecuadamente. Estas pueden interponerse ante el supervisor inmediato del denunciante, así como ante el representante de riesgo operativo, auditoría, seguridad, cumplimiento y recursos humanos; también existe la posibilidad de que la denuncia sea dirigida al canal del *OMBUDSPERSON* y/o al sistema de quejas y sugerencias de la LINEA ÉTICA AVAL.

## Ombudsperson

---

El *Ombudsperson* es un colaborador independiente, confidencial, imparcial y accesible que ha sido escogido por sus altas calidades éticas para recibir, de forma anónima, cualquier denuncia relacionada con presuntas violaciones o sospechas de violación de cualquier política de la compañía, legislación o de las normas aplicables, o cualquier otra cuestión que afecte el ambiente de trabajo.

## Política antirepresalia

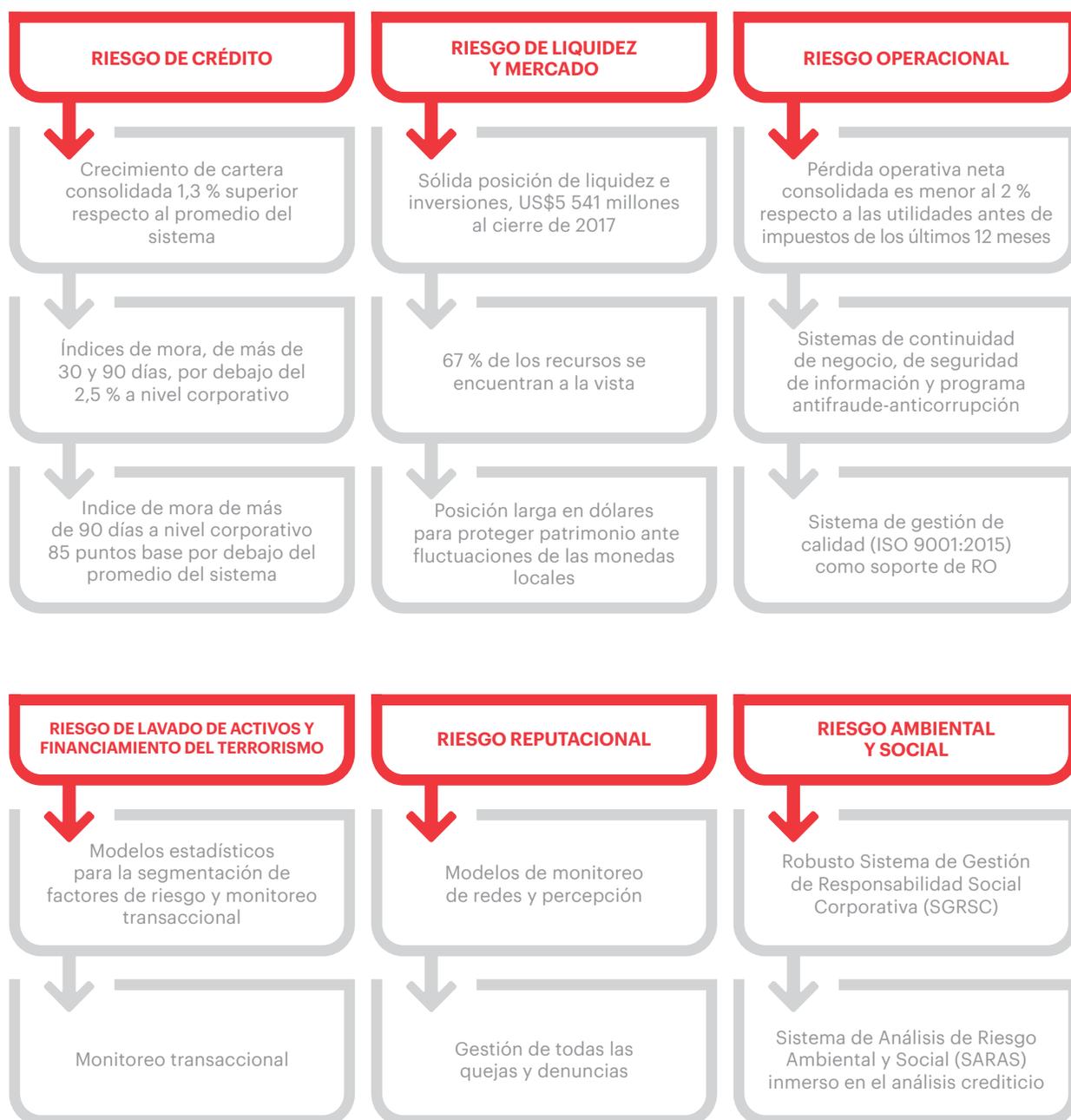
---

La compañía prohíbe cualquier acoso, discriminación o represalia, contra cualquier persona, por haber cumplido de buena fe con la obligación de denunciar o por colaborar, lícitamente y de buena fe, en una investigación interna o externa. La violación de esta política puede constituir una conducta grave que puede tener sanciones disciplinarias y ocasionar hasta el despido.



# Gestión integral de riesgos

El **control del riesgo** es uno de nuestros **objetivos estratégicos** en **BAC Credomatic**, lo cual nos permite fortalecer la cultura de gestión de riesgos y el sentimiento de responsabilidad compartida en todos los niveles de la organización. Lo anterior se demuestra en los sólidos resultados obtenidos durante el 2017:



Los principios de nuestra Gestión integral de riesgos (GIR) son:

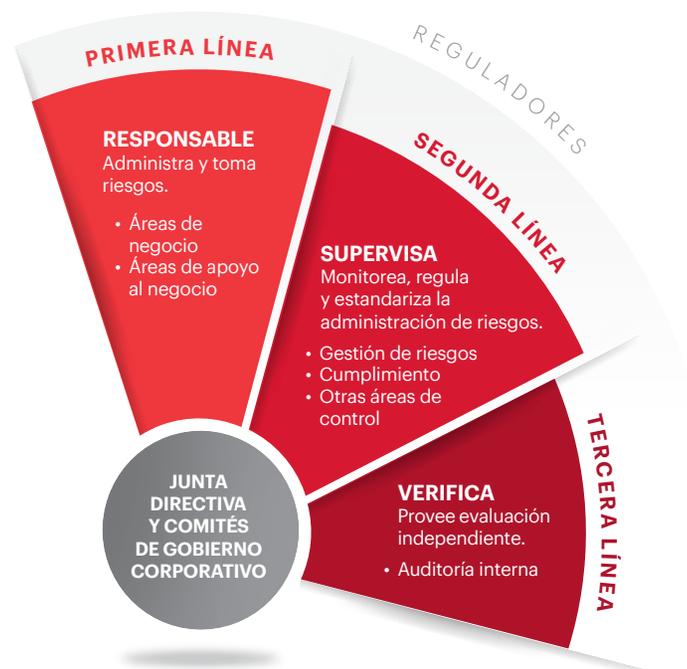


Los principios expuestos aplican para la gestión de cada uno de los tipos de riesgos que administramos, bajo un esquema corporativo que permite la definición de métodos y estándares comunes para la identificación, medición, monitoreo, control, mitigación e informe de los riesgos acorde con el tamaño y la complejidad de las operaciones.

## Gobierno y estructura de la gestión integral de riesgos

El gobierno para la gestión integral del riesgo es liderado por la junta directiva, la cual se apoya en el Comité de Gestión Integral de Riesgos (Comité GIR), en el que participan ejecutivos de la casa matriz en Colombia y los líderes regionales de gestión de riesgos, para supervisar y definir políticas de administración de los riesgos a nivel corporativo.

El modelo de gestión y control de riesgos está basado en las **tres líneas de defensa** planteadas por el Instituto de Auditores Internos (IIA, por sus siglas en inglés) con el fin de organizar las responsabilidades de todas las áreas de la organización frente a la administración de los riesgos. Estas áreas reportan a los órganos de gobierno corporativo definidos en BAC Credomatic.



Las responsabilidades específicas para la gestión de cada riesgo se encuentran documentadas en el *Manual de administración integral de riesgos* y en las políticas corporativas establecidas a nivel interno.

En general, contamos con una robusta estructura organizativa de riesgo, tanto regional como local, que vela por la aplicación y seguimiento de las políticas definidas. Además, se da **una revisión periódica** mediante comités locales y regionales.

## Perfil de riesgos

---

El modelo de gestión de riesgos que tenemos permite definir los niveles de apetito y tolerancia de los principales tipos de riesgos, los cuales monitoreamos periódicamente por medio de tableros de indicadores relevantes con el fin de tomar acciones oportunas ante eventuales alertas y permanecer alineados con la estrategia corporativa y cambios del entorno.

Los principales aspectos del modelo de gestión de riesgos son:



## Riesgo de crédito

---

**Definición:** Es la posibilidad de incurrir en pérdidas como consecuencia de que una contraparte falle en el cumplimiento oportuno o cumpla imperfectamente los términos acordados en los contratos y de que, por ende, disminuya el valor de los activos.

**Administración del riesgo:** En BAC Credomatic contamos con **estrictas políticas** de control y administración del riesgo de crédito para las diferentes carteras, segmentos y sectores deseables; dichas políticas son de alcance corporativo.

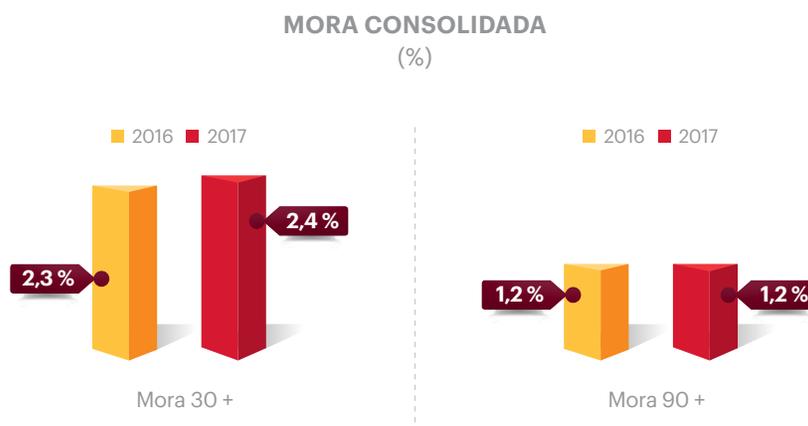
Entre las principales prácticas que realizamos para la adecuada gestión del riesgo de crédito se encuentran:

- › Definición de estrategias de crecimiento para los diferentes portafolios, de acuerdo con el riesgo del país y análisis cualitativos y cuantitativos de los diferentes sectores económicos e industriales, así como de los segmentos socioeconómicos que permiten definir la participación de los productos en cada uno de estos.
- › Revisión frecuente de la situación política, social y económica internacional y de los países donde opera.

- › Ejecución de pruebas de estrés que simulan diferentes escenarios macroeconómicos y permiten realimentar las políticas de originación, lo que ayuda a anticipar posibles riesgos u oportunidades.
- › Seguimiento periódico de las carteras que permiten monitorear las particularidades de cada portafolio.
- › Identificación, medición, monitoreo y control de las concentraciones de riesgo crediticio y fomento de una apropiada diversificación dentro de las carteras.
- › Diseño de sofisticados modelos de segmentación y de riesgo, exclusivos para la cobranza, implementados con tecnología de clase mundial.

Estas prácticas permiten mantener una excelente calidad de la cartera y una adecuada gestión del riesgo, la cual se ve reflejada en los principales índices de mora de más de 30 o 90 días. Estos se han mantenido por debajo del 2,5 %, a nivel corporativo, en los últimos tres años.

Las principales innovaciones que hemos implementado para el control de riesgo de crédito son la actualización del tablero de indicadores de riesgo crédito, con el propósito de tener un mejor seguimiento de la cartera y mantener el pulso del mercado, y el diseño, la generación y el cálculo de reservas con la metodología IFRS9 en todos nuestros portafolios.

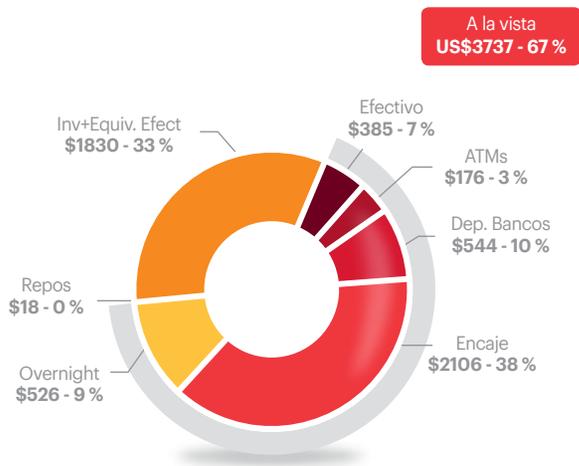


## Riesgo de liquidez

**Definición:** Contingencia de no poder cumplir plenamente, de manera oportuna y eficiente, los flujos de caja esperados e inesperados, vigentes y futuros, sin afectar el curso de las operaciones diarias o la condición financiera de la entidad. Esta contingencia (riesgo de liquidez) se manifiesta en la insuficiencia de activos líquidos disponibles para cubrir faltantes de liquidez y/o en la necesidad de asumir costos inusuales de fondeo.

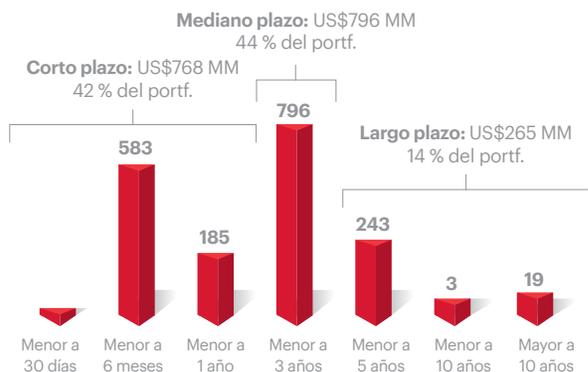
**Administración del riesgo:** El riesgo de liquidez se gestiona por medio de lineamientos corporativos, cuyo objetivo es establecer las políticas generales a fin de garantizar que las entidades del grupo cumplan con las exigencias de requerimientos legales (encajes y cualquier otro requerimiento de ley), las necesidades de capital de trabajo y probables salidas de efectivo por obligaciones financieras con el público (a la vista y a plazo con vencimiento).

**LIQUIDEZ E INVERSIONES POR TIPO DE ACTIVO**  
US\$5585 miles de millones



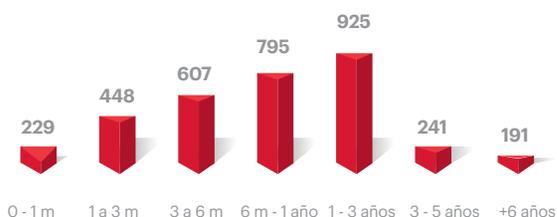
Durante el año 2017, BAC Credomatic reportó una sólida posición de liquidez e inversiones y cerró el año con U\$5 585 millones, de los cuales el 67 % se mantuvo a la vista. El saldo restante está compuesto por inversiones en títulos de renta fija en los emisores aprobados e incluidos en la Política Regional de Inversiones.

**VENCIMIENTO CARTERA DE INVERSIONES + EQUIVALENTES EN EFECTIVO**  
US\$ 1 830 millones Dic. 2017



Haciendo énfasis en las inversiones y equivalentes de efectivo, el portafolio ascendió a US\$1 830 millones. De esta cartera, el 42 % tiene vencimiento con plazo menor a un año, lo que le permite una mayor disponibilidad de los activos en el corto plazo. La porción con vencimientos a más de un año está invertida en títulos valores que permiten acceder a mecanismos locales de liquidez (mercados de reportos, por ejemplo) o que pueden ser vendidos con relativa facilidad en caso de ser requerido.

**FONDEO INSTITUCIONAL SEGÚN FLUJO DE PAGO**  
US\$3 644 millones Dic. 2017



Asimismo, para asegurar la disponibilidad de los fondos en el largo plazo, el grupo cuenta con acceso a fondeo institucional, a través de líneas de crédito otorgadas por otras instituciones financieras, organismos multilaterales y de desarrollo, fondos estructurados (préstamos sindicados, titularizaciones), así como a operaciones de reperto y emisiones en mercado local, cuyo monto, a diciembre 2017, fue de US\$3 644 millones.

Es importante destacar que en el año 2017 se automatizaron los cálculos del indicador de liquidez interno, este proceso permite calcularlo diariamente con el cierre del día inmediato

anterior, y los resultados se monitorean a nivel corporativo. Esto ha generado una mejora significativa en el monitoreo del riesgo de liquidez y el seguimiento oportuno con los países.

## Riesgos de mercado

**Definición:** Derivados de movimientos adversos en los precios de los productos en los mercados financieros donde se mantengan posiciones, en relación con las operaciones de la cartera de negociación. Comprenden, principalmente, el riesgo de precio, riesgo de tasa de interés y riesgo de tipo de cambio.

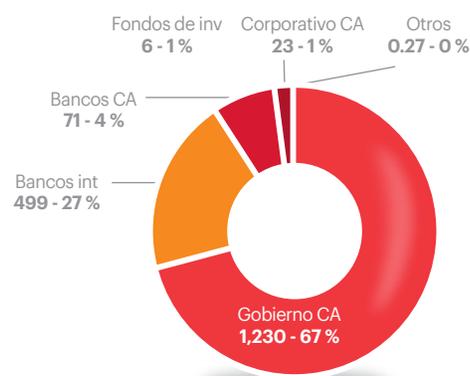
**Administración del riesgo:** El marco general para el control y la administración de los riesgos de mercado está documentado en lineamientos internos de alcance corporativo que contienen las políticas generales para la administración de las carteras propias de inversión, los procesos de aprobación de emisores, la compraventa de títulos y la medición y seguimiento de las variaciones en tipo de cambio y tasas de interés. Esto busca mantenernos en niveles aceptables de acuerdo con el apetito de riesgo definido por la organización.

El riesgo de tasa de interés es monitoreado tanto a nivel local como regional y se basa en la **normativa prudencial establecida por el regulador** correspondiente de cada instancia.

La política corporativa para la administración del riesgo de tipo de cambio establece que la diferencia entre los activos y pasivos en moneda extranjera debe ser lo más cercana posible al patrimonio. Esto implica mantener una posición larga en dólares con el fin de **proteger el patrimonio ante fluctuaciones de las monedas locales** de los países donde opera el grupo.

Al cierre de diciembre de 2017, el 67 % del portafolio se encontraba invertido en títulos emitidos por Gobiernos centroamericanos; el 27 % en títulos emitidos por bancos internacionales (principalmente de Estados Unidos) y el restante 6 % en otro tipo de emisores.

**INVERSIONES A VALOR DE MERCADO POR EMISOR**  
US\$1 829 millones Dic.-2017



La principal innovación que hemos implementado para el control de del riesgo de mercado ha sido la instauración del modelo de administración de inversiones, el cual cubre las contrapartes, tanto a nivel soberano como de instituciones financieras, por medio de una metodología robusta y apalancada en técnicas derivadas de las grandes calificadoras de riesgo a nivel mundial, la cual valora la dimensión económica de cada país. Además, tiene en cuenta otros entornos, como el fiscal, externo, monetario y político, con el propósito de tener la calificación de cada contraparte lo más actualizada posible, al igual que sus potenciales riesgos.

Por último, el modelo cuenta con una metodología que permite optimizar la asignación de cupos al tener en cuenta no solo la fortaleza crediticia (financiera) de cada contraparte, sino también el tamaño de cada una para evitar concentraciones indeseadas y reducir la atomización de un portafolio de inversiones conservador.

## Riesgo operativo

---

**Definición:** Es la posibilidad de incurrir en pérdidas por deficiencias, fallas o inadecuaciones del recurso humano, los procesos, la tecnología y la infraestructura o por la ocurrencia de acontecimientos externos. Esta definición incluye el riesgo legal asociado a tales factores.

**Administración del riesgo:** En BAC Credomatic contamos con lineamientos corporativos que establecen las políticas para la identificación, medición, control y monitoreo de los riesgos operacionales y tecnológicos. Adicionalmente, se cuenta con políticas específicas para la gestión de la seguridad de la información, la continuidad del negocio y la gestión de proveedores.

Asimismo, como parte de nuestro compromiso para resguardar los activos de la organización y de nuestros clientes, contamos con un Programa Corporativo Antifraude y Anticorrupción, el cual está alineado con las políticas de la casa matriz en Colombia.

La gestión del riesgo operacional se realiza transversalmente en toda la organización, por

medio de los procesos, y se apoya en el Sistema de Gestión de Calidad que cumple con los estándares ISO 9001:2015 a nivel corporativo y en los países donde mantenemos bancos.

A diciembre 2017, las pérdidas por riesgo operativo consolidadas de la región representaron menos del 2 % del total de las utilidades acumuladas del año (antes de impuestos y diferencial cambiario). Esto denota un estricto control operacional de las pérdidas materializadas y es el resultado del esfuerzo que realizamos periódicamente por compartir experiencias de los casos más relevantes, entre todos los países donde operamos, con el fin de que se implementen medidas oportunas para prevenir que ocurran en otra instancia.

Las principales innovaciones que hemos implementado para el control del riesgo operacional involucran la automatización de algunos controles y la mejora en los indicadores claves de riesgo para el seguimiento.

## Riesgo de blanqueo de capitales, financiamiento del terrorismo y financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva

---

**Definición:** Es la posibilidad de pérdida o daño que puede sufrir la entidad por su propensión a ser utilizada, directamente o a través de sus operaciones, la como instrumento para el lavado de activos y/o canalización de recursos hacia la realización de actividades terroristas, o cuando se pretenda el ocultamiento de activos provenientes de dichas actividades.

**Administración del riesgo:** Para mantener el compromiso de colaboración con la lucha contra el **lavado de activos y el financiamiento del terrorismo** (LA/FT), hemos establecido estrictas

políticas internas a nivel corporativo, las cuales son monitoreadas por un equipo de trabajo que analiza constantemente los datos para el diseño y generación de **alertas tempranas** que apoyen la labor de prevención.

Contamos con sistemas de administración de riesgos de LA/FT, que permiten la segmentación de factores de riesgo y monitoreo transaccional, basados en modelos estadísticos. Además, realizamos diagnósticos periódicos de la gestión e identificamos y evaluamos los riesgos relacionados con LA/FT en los principales

procesos de la organización. La labor colaborativa entre regional, los países donde operamos y la casa matriz en Colombia robustece la gestión y garantiza el cumplimiento regulatorio de las

normas que aplican respecto al tema. Asimismo, representa un apoyo a la sociedad en la importante lucha contra el lavado de activos y contra actividades terroristas.

## Riesgo reputacional

---

**Definición:** Posibilidad de pérdidas (económicas, de confianza y de apoyo), debido a la afectación de la reputación o prestigio de la entidad, derivadas de eventos adversos (reales o ficticios). Incluye la inadecuada gestión de los demás riesgos relevantes para la organización.

**Administración del riesgo:** Dado que, en la actualidad, la reputación es reconocida como un activo intangible de alto valor y, como parte de los compromisos que tenemos para **cumplir las expectativas de nuestros grupos de interés**, se han definido lineamientos corporativos para gestionar el riesgo reputacional y disminuir los eventos de riesgo que puedan impactar negati-

vamente la reputación corporativa y los objetivos del negocio.

Contamos con un **monitoreo continuo de redes e informe de percepción** apoyado por la identificación, evaluación y seguimiento de cualquier hallazgo que pueda desencadenar un daño a nuestra reputación.

Medimos la percepción de las personas, clientes o no, respecto a nuestra organización y **gestionamos todas las quejas y denuncias**, las cuales son analizadas periódicamente para mejorar los servicios y productos que ofrecemos a nuestros clientes.

## Riesgo social y ambiental

---

**Definición:** Posibilidad de que el banco incurra en pérdidas por los impactos ambientales y sociales negativos ocasionados por el otorgamiento de créditos para el financiamiento de proyectos, así como por actividades provenientes del entorno en el cual este se desenvuelve, lo cual afecta significativamente el sistema económico, social o ambiental.

**Administración del riesgo:** Como parte de los objetivos organizacionales, contamos con un **Sistema de Gestión de Responsabilidad Social Corporativa (SGRSC)**, el cual plantea un esquema de “ejes estratégicos” que agrupa los asuntos que reflejan los posibles impactos sociales,

económicos y ambientales más significativos de las decisiones, productos y servicios de la organización. Estos se priorizan con el fin de minimizar sus efectos negativos y/o potenciar los positivos.

Adicionalmente, tenemos implementado un **Sistema de Análisis de Riesgo Ambiental y Social (SARAS)**, el cual tiene como propósito identificar, evaluar y administrar, oportunamente, los riesgos ambientales y sociales que se pueden generar a partir de las actividades y proyectos que financiamos. Esto implica la adición de criterios de sostenibilidad en el análisis de riesgo crediticio.

## Cumplimiento Normativa SOX<sup>4</sup>

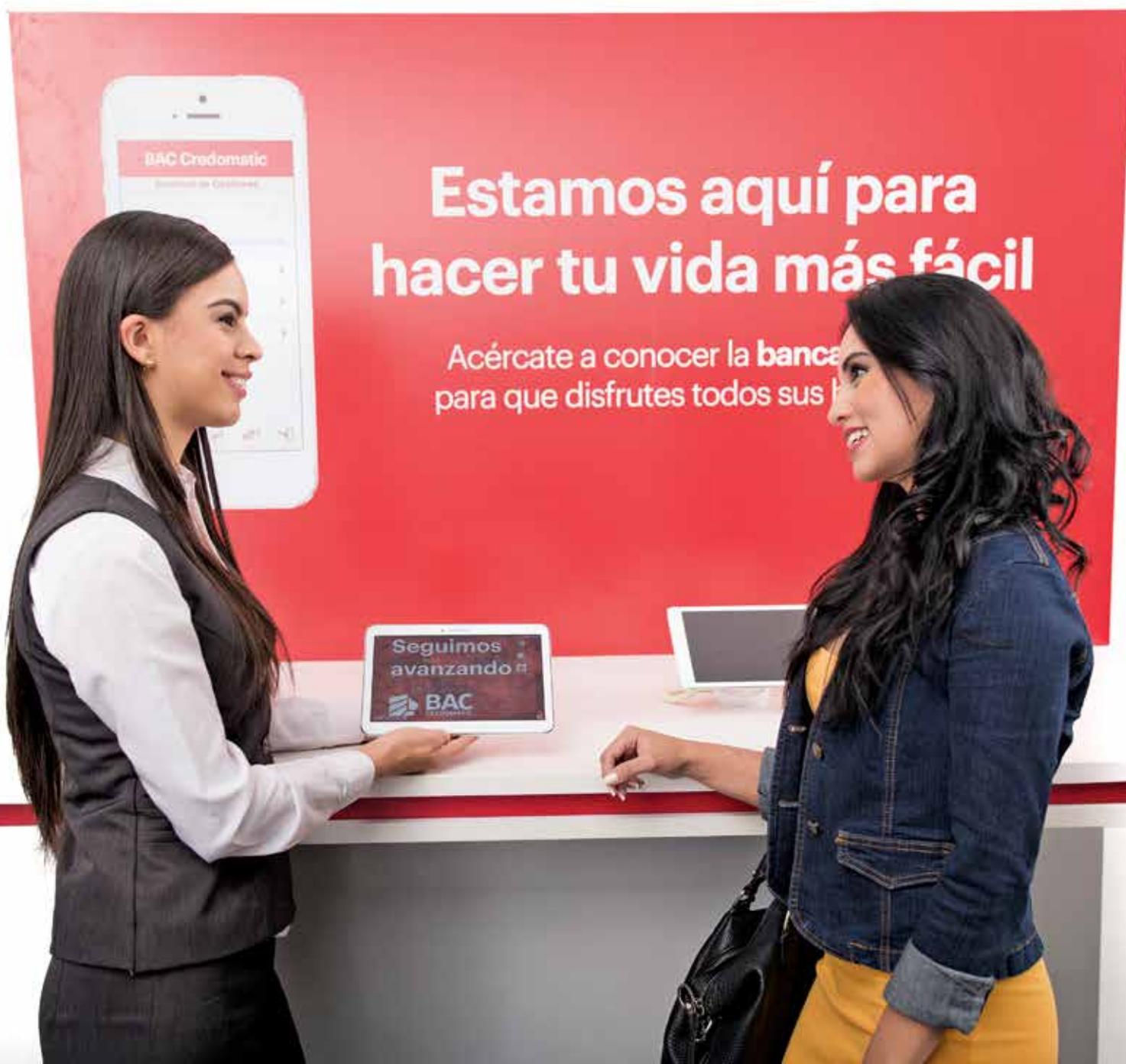
BAC Credomatic ha establecido y mantiene sistemas de revelación y control con el objetivo de asegurar que la información financiera de la entidad sea presentada adecuadamente con base en esto, la administración llevó a cabo la evaluación de los sistemas y procedimientos de revelación y control de la información financiera. Esta fue realizada con el apoyo de las áreas especializadas de control interno, de manera que se puede concluir que los sistemas de control interno son confiables y que la información financiera para propósitos externos es razonable de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados en cada uno de los países en los que operamos. Al cierre de diciembre 2017, operaron 1231 controles en toda la región.



<sup>4</sup> Ley Sarbanes Oxley por sus siglas en inglés.

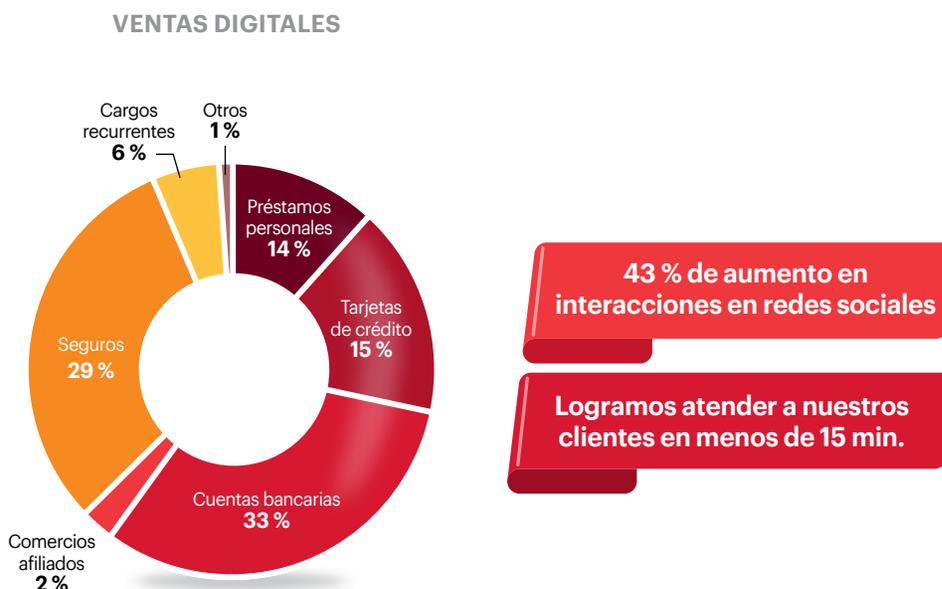
# Cumpliendo nuestros objetivos

CANALES DIGITALES



# BAC Credomatic digital

Posicionando a BAC Credomatic como líder en el mundo digital



Con el objetivo de ser un banco cada vez más simple, accesible y digital, BAC Credomatic consolida una estrategia de promoción y colocación de productos en línea. Ahora nuestros clientes tienen la posibilidad de autoservirse y adquirir nuestros productos directamente por medio de nuestro sitio web y nuestra banca en línea. Esto da como resultado una colocación diversa de nuestra cartera de productos y un crecimiento del 18 % en el 2017 en los volúmenes de colocación a través de canales digitales.

Acompañado a este esfuerzo, BAC Credomatic implementa una estrategia de comunicación permanente y dirigida en redes sociales, permitiendo que nuestros clientes se acerquen a nosotros por esta vía y puedan acceder a nuestra cartera de productos y servicios. De esta forma aumentamos nuestra base para tener más de millón y medio de seguidores y mejoramos la calidad de las interacciones con ellos, las cuales crecieron en un 43 % respecto al año anterior, fortaleciendo la fidelidad hacia la marca.

Asimismo, la cercanía con nuestros clientes digitales lleva a BAC Credomatic a implementar herramientas tecnológicas y estrategias de servicio que nos permiten optimizar las tasas y tiempos de respuesta en redes sociales, logrando atender a nuestros clientes en menos de 15 minutos, con lo cual les aseguramos un canal de servicio accesible, simple y digital.

## Hacia un servicio bancario digital

En el año 2017, BAC Credomatic avanzó firmemente hacia el objetivo de digitalizar los servicios bancarios: digitalizamos completamente el proceso de registro para nuevos usuarios de banca en línea y logramos un crecimiento de 212 mil usuarios digitales en el 2017 en comparación con el año anterior. Obtener las credenciales para ingresar a nuestra banca en línea antes implicaba ir a una agencia bancaria; hoy, bajo el nuevo proceso, nuestros clientes se pueden dar de alta desde donde se encuentren, inclusive utilizando su dispositivo móvil.

Siempre pensando en cómo facilitarles la experiencia a nuestros clientes, hemos invertido muchas horas de investigación de usuarios para así mejorar y rediseñar nuestros canales digitales. Las secciones más importantes de nuestra banca en línea sobrellevaron cambios significativos, buscando simplificarlas y alinearlas con el nuevo estilo visual de la marca. En este sentido, nos enfocamos en brindar una navegación mucho más intuitiva y sencilla. Nos hemos dado a la tarea de ser muy explicativos en nuestros mensajes para que los clientes se sientan cómodos y seguros con los trámites que están realizando. Por ejemplo, agregamos mensajes dirigidos, que nos permiten comunicarnos mejor con nuestros usuarios, ya sea con recordatorios acerca de sus productos o con alguna oferta que nos parezca relevante para ellos.



## Migración de transacciones

Nuestros esfuerzos digitales, acompañados del afán por mejorar la experiencia de nuestros usuarios, han resultado en cambios positivos en los comportamientos de los clientes, pues cada vez más, prefieren interactuar a través de nuestras plataformas digitales.

Desde un punto de vista monetario, nuestra mezcla de canales continúa mejorando significativamente. Como complemento de nuestra banca en línea y móvil, y gracias a la cobertura de la red de los ATM y la salida de RapiBAC (corresponsales no bancarios), ahora ofrecemos mayores opciones de pagos y retiro a nuestros clientes.

Nuestra búsqueda por mejorar la experiencia del cliente y nuestros esfuerzos por brindarle más y mejores canales de interacción materializan nuestra estrategia de migrar transacciones hacia canales remotos que a su vez, benefician y mejoran su calidad de vida.

**3 de cada 4**  
transacciones son realizadas  
por plataformas digitales

**2 de cada 3**  
clientes digitales utilizan  
plataformas móviles

## Código BAC Credomatic

Uno de los servicios más relevantes para que los clientes logran una experiencia totalmente digital fue el lanzamiento de la aplicación Código BAC Credomatic. Esta es una aplicación para dispositivos móviles en sistema operativo iOS y Android que permite al cliente contar con mayor seguridad y accesibilidad, mediante un doble factor de autenticación, al realizar transacciones sensibles en línea.

Esta aplicación mejoró sustancialmente la experiencia digital y resultó en ahorros significativos al hacer más eficiente el proceso de entrega y gestión de un doble factor de autenticación, pues anteriormente se entregaba mediante una tarjeta física de coordenadas o un "token" físico.

**Código** 



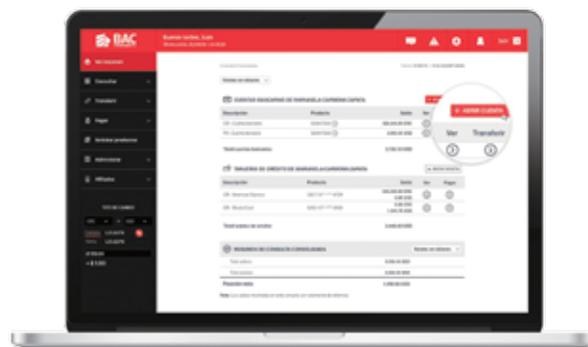
## Segunda cuenta en línea

### Ampliando nuestra oferta digital en productos de ahorro

---

Como parte de la visión estratégica regional, uno de los ejes de acción en los últimos años ha sido fortalecer nuestras plataformas digitales para mejorar la interacción con nuestros clientes y ofrecer cada vez más productos y servicios por este canal.

Actualmente, nuestros clientes existentes podrán autoservirse en la sucursal electrónica con la misma seguridad y confiabilidad de siempre y abrir una segunda cuenta sin presentarse físicamente en una sucursal. Esto se logra gracias a la reutilización de los documentos existentes, de manera tal que los clientes pueden, inmediatamente, hacer uso de la cuenta.



## “Token” virtual

### Un balance entre seguridad e innovación para nuestros clientes corporativos

---

El doble factor de autenticación es un mecanismo tecnológico que permite a los clientes identificarse con dos factores exclusivos (una contraseña que conocen y una secuencia que es generada por un dispositivo que poseen) antes de permitirles el acceso a los servicios digitales.

El “token de software” se instala en el dispositivo móvil de cliente; es fácil de utilizar y de gestionar. Tiene como consecuencia una mayor seguridad, en contraposición con otros mecanismos de autenticación, y reduce costos al evitarse el uso de un dispositivo físico adicional.



## mipromo.com: Plataforma de promociones y cupones digitales

Es una plataforma digital de promociones, ofertas y venta de cupones en línea con accesibilidad desde cualquier dispositivo móvil o un portal web. Durante el 2017 se le realizaron cambios a la plataforma con la nueva imagen y con una estrategia más clara según el país.

El nuevo portal está enfocado en mejorar la experiencia del cliente e incorporar las tendencias de accesos y compartir en las redes sociales. Se agregaron funciones de geolocalización que permiten al comercio afiliado dar una mejor indicación de la ubicación de su negocio. De igual manera, al cliente de la tarjeta se le facilita el acceso mediante herramientas de búsqueda por cercanía y localización.

En el año 2017 se realizaron diferentes campañas: venta de camisetas de la selección en Panamá y de equipos de fútbol en Costa Rica, promociones de hamburguesas en Costa Rica y alianzas con varios restaurantes y salones de belleza en Nicaragua.



Crecimiento YoY cupones vendidos: **+136 %**  
 Crecimiento YoY clientes registrados: **+93 %**  
 Crecimiento YoY ventas: **+168 %**

## Premio Banca Digital 2017

En 2017, la revista *World Finance*<sup>5</sup> nos otorgó el premio a mejor banca digital y a mejor aplicación móvil en Costa Rica, El Salvador y Panamá, únicos países donde de momento se otorga este reconocimiento. Este premio es el resultado del esfuerzo de nuestra organización por avanzar y mejorar la experiencia de nuestros clientes a través de medios digitales.



<sup>5</sup> *World Finance* es una revista impresa y en línea que brinda cobertura y análisis integrales de la industria financiera, los negocios internacionales y la economía global.

# Cumpliendo nuestros objetivos

COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y SOSTENIBILIDAD



# Nuestra gente

De la mano con el esfuerzo de transformación digital que estamos realizando de cara al cliente, hemos acelerado la implementación de iniciativas para nuestros colaboradores que reflejen, también, las nuevas tendencias culturales, tecnológicas y generacionales de nuestro tiempo y que, a la vez, apunten hacia a los temas que valoran más, tales como salud, calidad de vida y desarrollo profesional.

Aspiramos a tener una cultura organizacional más humana que promueva el cumplimiento de aspiraciones profesionales y personales, y les facilite la vida a nuestros colaboradores y clientes.



- > **1,49 %** de los colaboradores forman parte del **Programa de Inclusividad para Personas con Discapacidad**
- > **32 años** edad promedio
- > **Seis años** antigüedad laboral promedio
- > **10,2 %** de rotación por renuncia vs. el promedio latinoamericano de 12,8 % calculado por Bench Latam<sup>5</sup>
- > **1 131 344 horas totales** de capacitación
  - 50,02 % virtuales y 49,98 % presenciales
  - **53 horas** promedio de capacitación per cápita
- > Se impartieron **104 mil cursos** a nuestros colaboradores en **temas digitales**: una media de **cinco cursos** por colaborador
- > Ferias de salud, actividades deportivas, programas *healthy*, teletrabajo, horarios flexibles y vestimenta casual

## Inclusividad laboral para personas con discapacidad

---

En 2017 continuamos con el programa que comenzó hace cuatro años en BAC Credomatic, en busca de una mayor inclusión de profesionales con discapacidad en diferentes áreas de nuestra organización. La adquisición de este talento ha representado un gran logro, ya que el espíritu de superación, compromiso y capacidad de sobreponerse a las adversidades que estos colaboradores poseen se proyecta muy positivamente en el resto de nuestro equipo como ejemplo de que “sí se puede” .

### Algunos de los resultados que hemos obtenido son :

- › Procesos de recursos humanos más preparados para la contratación y retención del personal con discapacidad.
- › Fuerza laboral sensibilizada sobre el trato correcto que deben recibir las personas con discapacidad, ya sean compañeros o clientes.
- › Más de 300 colaboradores activos con discapacidad en nuestro equipo de toda la región.

En países como El Salvador y Costa Rica se han hecho avances importantes en el desarrollo de servicios y productos accesibles para las personas con discapacidad, tales como pilotos de sucursales inclusivas.



## Voluntariado

---

Desde la perspectiva de sostenibilidad, destacamos los siguientes avances en relación con los colaboradores:

- › **Programa Regional de Voluntariado:** En 2017, vinculamos a **8975** colaboradores, que, a su vez, aportaron **40 705** horas de trabajo a favor de causas educativas, sociales y ambientales.

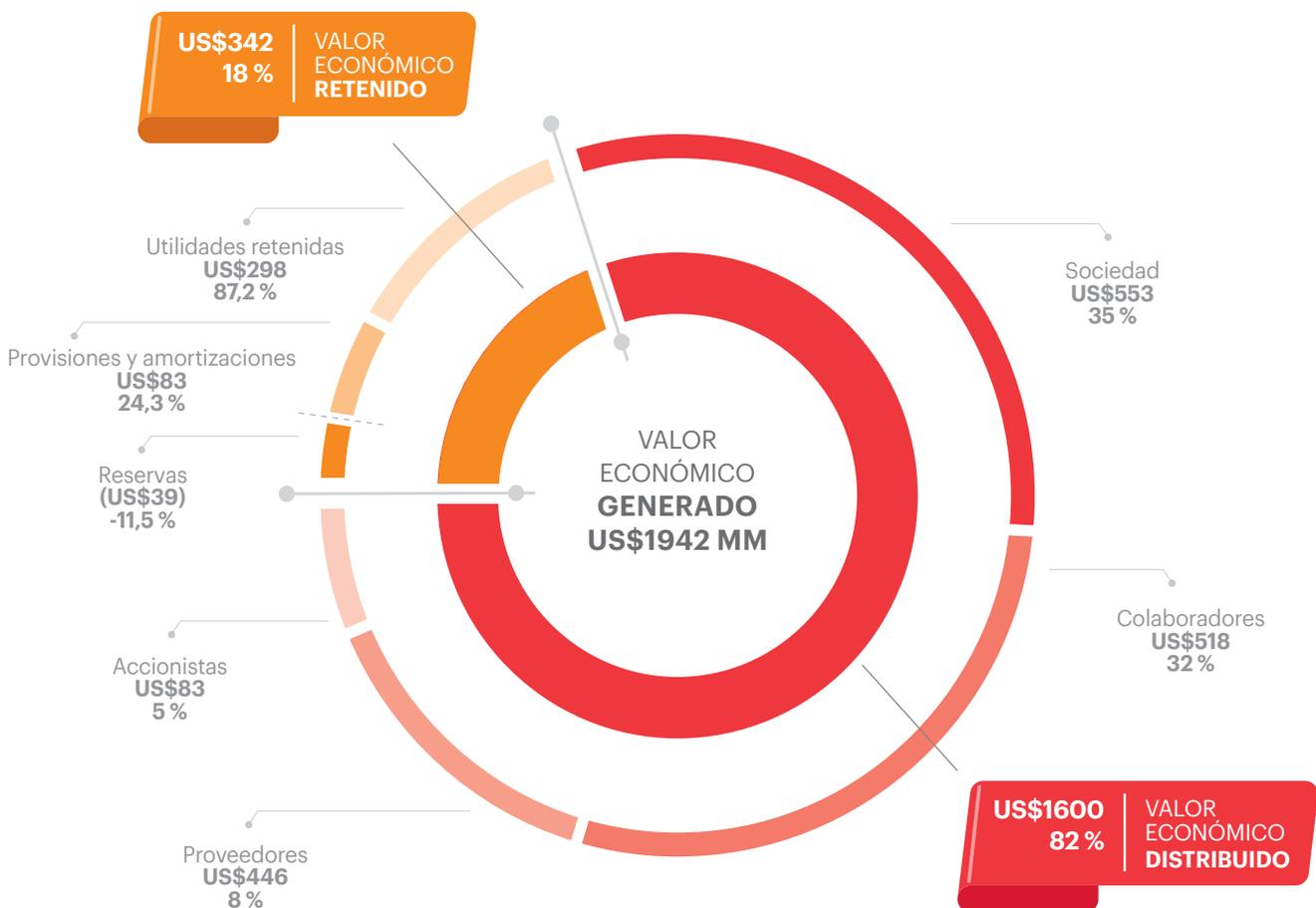
En Costa Rica, mediante el programa **Posibilidades BAC**, se realiza un diagnóstico detallado de la situación económica de nuestros colaboradores para identificar a los que se encuentran en pobreza multidimensional. A ellos se les ofrecen herramientas para mejorar su situación, tales como readecuación de deuda, asignación de mentores financieros y/o psicólogos y canalización de sus casos a otras instituciones.

# Comprometidos con la sociedad

## Aporte al desarrollo de los países donde operamos

El estado de resultados de valor generado, valor distribuido y valor retenido muestra, en cifras, la riqueza económica que hemos generado en la Red Financiera BAC Credomatic durante los últimos dos años y, a la vez, la manera en la que distribuimos esa riqueza entre nuestros principales grupos de interés.

La distribución de los US\$1942 MM de valor económico generado muestra claramente cómo la mayoría de la riqueza que producimos anualmente queda distribuida entre nuestros principales grupos de interés. En 2017, se repartió de la siguiente manera:



- **32 %** en pago de **salarios y beneficios** a nuestros colaboradores: **US\$518 millones;**

- **28 %** en pago por **compra de bienes y servicios** a nuestros proveedores: **US\$446 millones;**

- **35 %** en pago de **impuestos a Gobiernos, intereses pagados** a quienes ahorran con nosotros e **inversión social directa:** **US\$553 millones, y**

- **5 %** en pago de **dividendos** a nuestros **accionistas:** **US\$83 millones.**

El restante 18 %, **US\$342 millones**, se clasifica como **valor económico retenido**. En este, el componente de mayor peso relativo son las utilidades retenidas para reinvertir en el negocio, seguido de las provisiones y amortizaciones, que son el porcentaje de reserva legal que mantenemos por los créditos otorgados a nuestros clientes.

La generación y distribución de riqueza económica, a través de todas las personas y organizaciones vinculadas a nuestro proceso de creación de valor, es, indudablemente, el principal aporte que hacemos a las sociedades en las que operamos.





## Fortalecimiento de PyMEs

---

El programa de fortalecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa – MiPyME – constituye un eje central de nuestra gestión responsable y estrategia comercial. El objetivo general es promover el empleo y el progreso económico inclusivo mediante el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas, brindándoles productos y servicios que les permitan adoptar prácticas sostenibles, vincularse exitosamente al mercado y crecer.

En cada país donde operamos, este programa tiene características propias, pero, en general, se realizan capacitaciones y talleres sobre temas relacionados con finanzas, economía e innovación, mercadeo y ventas, y gestión de proyectos. Así, en el 2017 capacitamos **14 190** empresas, para un acumulado de **66 374** empresas desde el 2009.

**14 190 PyMEs**

Desde el 2015, e impulsados por el apoyo del BID y el FMO, realizamos un esfuerzo adicional por acelerar el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres de la región. Se han ejecutado diversas modalidades de este programa, desde charlas sobre temas de liderazgo hasta un programa estructurado de formación y acompañamiento impartido a **233** mujeres en Nicaragua, **119** en Costa Rica y **25** en Honduras.

Para el 2021, tenemos la meta de fortalecer 100 000 empresas y, específicamente, involucrar a 1000 mujeres líderes de empresa.

## Educación financiera

---

Como organización responsable de potenciales riesgos asociados al uso inadecuado de nuestros productos por parte de los consumidores, contamos con un robusto programa de educación financiera regional que prepara a nuestros clientes y brinda información exhaustiva acerca del uso eficiente de los servicios financieros que ofrecemos. Este programa opera desde 2007 y acumula, al 2017, a **712 228** personas capacitadas.

Durante el 2017 logramos aumentar en un 36 % (112 208) la cantidad de personas capacitadas mediante charlas, talleres y clases presenciales de educación financiera, al igual que la cobertura alcanzada tanto en niños y jóvenes como en adultos, empezando por nuestros propios colaboradores. En Costa Rica se cumplieron diez años de la alianza con el Ministerio de Educación Pública por medio de la cual se ha maximizado el impacto de ambas organizaciones en educación financiera para la vida.

Para el 2021, tenemos la meta de alcanzar 1 500 000 personas.

Más de 112 mil  
personas capacitadas



## Yo me uno

---

Con el fin de ampliar nuestro impacto en la sociedad y beneficiar a sectores que están fuera de nuestro alcance, establecimos el programa Yo Me Uno (YMU), para fortalecer a las organizaciones no gubernamentales – las ONG – y facilitar su conexión con empresas privadas, otras entidades y ciudadanos, potenciales donantes y partícipes de las iniciativas que estas impulsan.

A través de YMU, procuramos el crecimiento de este sector y la mejora en el impacto de sus programas, brindando capacitación profesional, mentoría, facilidades para recaudación de fondos y acceso al sector financiero con herramientas innovadoras.



### LOS LOGROS DEL 2017 EN COSTA RICA SON:



- > Ejecutamos diez capacitaciones a 285 colaboradores de organizaciones no gubernamentales.
- > Realizamos donación de activos a 35 organizaciones.
- > Logramos canalizar **\$964 574** a diversas causas sociales gracias a seis campañas de recaudación de fondos a través de la plataforma virtual [www.yomeuno.com](http://www.yomeuno.com)



### A NIVEL REGIONAL, EN EL 2017 :



- > Lanzamos el programa YMU en Guatemala y en Panamá.
- > Suscribimos una alianza de cinco años con UNICEF para América Latina y el Caribe para fortalecerla. Durante los primeros meses de la primera campaña de recaudación canalizamos **\$61 722 de donación.**

Para el 2021, tenemos la meta de incluir a 300 organizaciones no gubernamentales en el programa.

## Gestión ambiental

Normamos nuestras operaciones y aplicamos mejoras operativas para desarrollar las actividades comerciales de forma amigable con el ambiente, contribuyendo así con el desarrollo sostenible a escala local, nacional y regional.

Hemos obtenido la certificación ISO 14 001 en **5** edificios en Panamá y **26** en Costa Rica. En este país contamos con la certificación de carbono-neutralidad, desde el año 2013. En 2017 capacitamos a **15 085** colaboradores a escala regional para un mejor manejo de su relación con el ambiente. Para el 2021, tenemos la meta de contar con la certificación ISO 14001 en, por lo menos, un edificio por país.

**5 edificios**  
en Panamá

**26 edificios**  
en Costa Rica

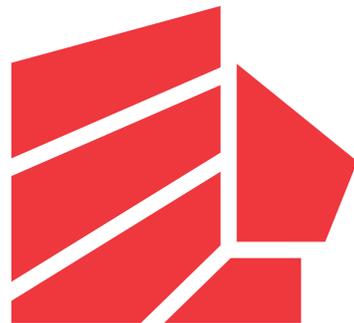
**15 mil colaboradores**  
capacitados en temas ambientales



## Distinciones y premios recibidos durante el 2017

ORGANIZACIÓN	PREMIO/ DISTINCIÓN
<b>Euromoney</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejor banco en Centroamérica y el Caribe, 2017</li> <li>• Mejor banco en Honduras, 2017</li> <li>• Mejor banco en Costa Rica, 2017</li> <li>• Mejor banco en El Salvador, 2017</li> </ul>
<b>The Banker</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejor banco del año en Costa Rica</li> </ul>
<b>Latin Finance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejor banco del año en Costa Rica</li> </ul>
<b>Global Banking and Finance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejor puesto de bolsa en Costa Rica</li> </ul>
<b>MERCO y El Financiero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1.<sup>a</sup> entidad financiera con la mejor reputación de Costa Rica</li> <li>• 6.<sup>a</sup> marca con mejor reputación en Costa Rica en lista general</li> </ul>
<b>International Banker</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejor proveedor de servicio al cliente del año en Norteamérica 2017-Costa Rica</li> <li>• Mejor banco comercial del año en Costa Rica 2017</li> <li>• Mejor innovación bancaria en banca de consumo en Costa Rica 2017</li> </ul>
<b>Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), Forum empresa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento que busca distinguir el trabajo y esfuerzo que realizan las empresas líderes con la responsabilidad social empresarial (RSE) en América Latina.</li> </ul>
<b>Fundación Hondureña de RSE (FUNDAHRSE)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Premio Empresa Socialmente Responsable desde el año 2007 a la fecha. Premio 2017</li> </ul>





**BAC**  
CREDOMATIC