Informe de **Gestión** 2021

BAC Holding International Corp.

BAC
HOLDING CORP

Tabla de **contenidos**

Introducción 3

- Acerca de este informe 3
- Mensaje del presidente 4
- Perfil de la organización 6
- BAC en cifras 2021 7

Nuestra propuesta de valor 8

- Propósito 8
- Valores 8
- Objetivos estratégicos 8
- Un banco Neto Positivo 9

Entorno Centroamericano 13

- Sistema Bancario Centroamericano 15
- Participación de mercado 16

Banca Personas 17

Banca Empresas 24

Gobierno Corporativo 26

- Transparencia y ética 27
- Gestión integral de riesgos 30
- Estrategia ante COVID-19 31

Talento Humano 32

Premios y reconocimientos 33

Anexo: Estados Financieros 35

BAC HOLDING CORP

Acerca de **este informe**

A continuación, presentamos nuestro informe de gestión para el año 2021. Nos complace incorporar también como parte de este informe, nuestra rendición de cuentas en materia de sostenibilidad, a través del cual comunicaremos las principales actividades, iniciativas, retos y logros en materia social, ambiental y económica.

Así mismo, nuestro compromiso frente a nuestros accionistas y grupos de interés, enmarcado en nuestros valores de transparencia e integridad, nos motiva a comunicar los principales logros de la gestión de estos asuntos durante el año 2021.

Este informe fue elaborado con los estados financieros consolidados de BAC Holding Internacional Corp., los cuales han sido preparados en cumplimiento con las Normas de información financiera (“NIIF”) emitidas por el International Accounting Standards Board (“IASB”) y autorizados por la Junta Directiva de la compañía para su emisión el 25 de febrero de 2021.

BAC Holding International Corp. es una entidad incorporada en la República de Panamá desde el 14 de septiembre de 1972 que está dedicada, principalmente, a fungir como compañía “holding” (tenedora de acciones) de las diversas entidades que son parte de BAC Credomatic; así mismo, la entidad cuenta con una licencia de arrendamiento financiero en dicho país.

Por tanto, nos complace presentar este informe cuyo objetivo es rendir cuentas a nuestras partes interesadas e informar acerca de nuestros avances en materia económica, ambiental y social, ratificando nuestro compromiso con el desarrollo sostenible de las comunidades donde operamos.

Mensaje del **presidente**

Estimados accionistas, clientes, colaboradores y públicos de interés en general:

El año 2021 ha sido un año de gran transformación para nuestro banco. Los retos de la pandemia unidos a los desafíos económicos, ambientales y sociales que enfrenta la región centroamericana, han puesto a prueba nuestra capacidad de adecuarnos a la nueva realidad y aprovechar al máximo nuestras capacidades competitivas y sobre todo, el talento de más de 19,000 personas que son la esencia de BAC Holding International Corporation. Afortunadamente al cierre del año 2021, los resultados económicos de nuestro banco son los mejores de la historia e incluyen un crecimiento de doble dígito en nuestras utilidades. Estos resultados nos llenan de orgullo pues nos posicionan como el banco líder en Centroamérica en activos, cartera, depósitos y utilidades.

Estos logros son el resultado de la preferencia de más de 4.2 millones de clientes en los 6 países de la región centroamericana y de la implementación rigurosa de nuestra estrategia que cuenta con 5 pilares (5C´s): ser un banco cliente-céntrico, enfocarnos en los canales digitales, el control de riesgo, el control operativo (eficiencia) y por supuesto en el crecimiento con innovación. Esta estrategia nos ha permitido ofrecer a nuestros clientes las mejores soluciones financieras basadas en infraestructura tecnológica de punta, plataformas digitales unificadas y robustas y en ofrecer el mejor servicio al cliente posible. De hecho, entre enero y diciembre 2021, en la evaluación de satisfacción de nuestros clientes (“Net Promoter Score” (NPS)) logramos mejorar 5 puntos, lo que nos confirma la importancia de continuar profundizando nuestro conocimiento de las necesidades y expectativas de nuestros clientes para servirlos mejor cada día.

En cuanto a transformación digital, el 2021 fue un año de avances muy significativos. Cerramos el periodo con más de 1.95 millones de clientes digitales (46% de nuestros clientes ya son digitales) y del total de contactos recibidos de nuestros clientes, un 57% fue digital en 2021. Un indicador muy significativo es que el 86% de todas las transacciones monetarias que realizamos, fueron realizadas a través de canales digitales.

En el pilar de ser un banco cada vez más simple, contamos entre nuestros colaboradores con 850 agentes de cambio que han logrado desde el inicio del programa en 2017, implementar más de 11,000 ideas para simplificar nuestra forma de trabajar y servir mejor a nuestros clientes. La filosofía “BAC+Simple” nos permitió solo en el año 2021, implementar más de 264 iniciativas de simplificación y validar prototipos de mejora en soluciones financieras con más de 600 clientes en la región centroamericana.

En cuanto a la automatización y sistematización de procesos, 15 procesos claves han sido centralizados a través de nuestro Centro de Servicios Compartidos y hemos logrado implementar más de 70 chatbots, 38 RPAs, más de 250 tareas fueron digitalizadas y hemos desarrollado más de 1,000 soluciones con robots que han hecho mucho más amigable y rápido el servicio a nuestros clientes y más eficientes nuestras operaciones.

En cuanto a la calidad de nuestra cartera, en 2021 las provisiones en el balance de situación se redujeron ligeramente por la mejora experimentada en Guatemala, Honduras y Nicaragua. Por su parte, el costo de riesgo estuvo controlado y regresó afortunadamente al nivel pre-pandemia.
Este resultado es realmente positivo tomando en cuenta

que debido al Covid-19, 52% de nuestra cartera total recibió medidas de alivio (de las cuales, 35% fue para nuestros clientes empresariales y 65% para clientes personales). Lo más importante es que estuvimos para apoyar a nuestros clientes en el momento que más nos necesitaban.

Nuestras soluciones financieras para empresas crecieron de manera significativa en 2021, alcanzando más de 618 compañías conectadas a través de tesorería digital y al cierre del 2021, pagamos las planillas de más de 1.104 millones de colaboradores de nuestros clientes empresariales en la región.

Por su parte, nuestro negocio de banca de personas también evolucionó muy positivamente durante el 2021. Lanzamos en este año nuestras billeteras digitales en alianza con Garmin y Fitbit y ApplePay. Adicionalmente, fuimos el primer banco en certificarnos "Digital First" de Mastercard en Centroamérica. En cuanto a nuestra red de corresponsales no bancarios (Rapibac), ésta creció un 31% alcanzando 9,219 puntos en la región. Al mismo tiempo, crecimos en doble dígito la penetración de nuestras herramientas de comercio electrónico y crecimos también nuestra solución de MIPOs que tiene un impacto muy positivo especialmente en las operaciones de las PYMEs en Centroamérica. Todos estos resultados muestran nuestro liderazgo en ofrecer soluciones financieras multi-países y continuar siendo líderes tanto en el negocio de emisión como en el de adquirencia, gracias a alianzas estratégicas con las empresas de tarjetas líderes del mundo.

La creación de valor económico durante el 2021, fue complementada con la creación de valor social y ambiental. En la dimensión social, apoyamos en este año a más de 300,000 PYMEs en Centroamérica y miles de empresas lideradas por mujeres. De hecho, nuestro programa "Banca Mujer" ha brindado crédito a mujeres por un monto de 160 millones de dólares. Adicionalmente, hemos logrado llevar en estos años educación financiera a más de 1 millón de personas y nuestro banco ha apoyado a más de 250 ONGs en la región por medio de nuestro programa "Yo me Uno". Quizás nuestro mayor orgullo en la dimensión social durante el 2021, es que nos convertimos en un banco equitativo en género ya que 55% de nuestras personas BAC son mujeres y el 50% de las posiciones de liderazgo son ocupadas por mujeres incluyendo un 76% de los gerentes de sucursales. En cuanto a la creación de valor ambiental y social en nuestra cartera, cerramos el 2021 con 780 millones de dólares en iniciativas con impacto social y ambiental positivo.

Todos estos logros fueron reconocidos por nuestros públicos de interés y en más de 39 reconocimientos internacionales que recibimos durante el 2021 que incluyen Euromoney, World Economic Magazine, Global Finance, The European y Latin Finance, entre otros. Estos líderes de opinión reconocieron a BAC Credomatic como el banco líder en Centroamérica por su excelencia, por la calidad de sus soluciones financieras, así como el banco líder en digitalización y sostenibilidad en la región.

Un hecho relevante del 2021 fue la solicitud que realizamos para enlistar a la empresa holding de BAC (BAC Holding International Corporation) ante el Registro Nacional de Valores y Emisores de Colombia, para posteriormente transar en la Bolsa Nacional de Valores de Colombia, así como en la Bolsa de Valores de Panamá.

Nuestro compromiso con Centroamérica es hoy más fuerte que nunca. Nuestra meta es continuar ofreciendo las mejores soluciones financieras, pero complementar esta creación de valor económico, con la creación de valor ambiental y social con la misma rigurosidad y excelencia. Somos parte de una región cuyos retos económicos, ambientales y sociales son demasiado grandes para ser resueltos en silos o por un único actor de la sociedad y es por esto que, en BAC International Holding Corporation, queremos ser un actor clave en la construcción de una Centroamérica más próspera, más equitativa y más sostenible.

Rodolfo Tabash E.
Presidente y CEO

Perfil de la **Organización**

Junta Directiva de BAC Holding International Corp.

Rodolfo Tabash Espinach
Director y Presidente

Rolando Laclé Zúñiga
Director Independiente

Daniel Pérez Umaña
Director y Secretario

José Alberto Santana Martínez
Director y Gerente General

Eloy Alfaro B.
Director Independiente

Comité de Auditoría

Rolando Laclé Zúñiga
Presidente - Director Independiente

José Alberto Santana Martínez
Director y Gerente General

Eloy Alfaro B.
Director Independiente

BAC en **cifras 2021**

PRINCIPALES INDICADORES

Activos	Cartera	Depósitos	Utilidad Neta	Patrimonio
29.3 MM USD	18.7 MM USD	21.9 MM USD	448 M USD	3.3 MM USD

ROE 11%

ROA 1,4%

POSICIÓN DE NEGOCIO

Líder regional
En el negocio emisor y adquiriente de tarjetas

Ranking regional
#1 en **activos** #1 en **cartera** #1 en **depósitos** #1 en **utilidad**

+4.2 M Clientes

19.1 Colaboradores

CANALES DE SERVICIO

313 Sucursales

+9.000 Corresponsales no Bancarios

+330.000 Terminales POS

2.081 Cajeros automáticos

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1.9MM Clientes digitales activos

83% Clientes digitales que utilizan la Banca Móvil

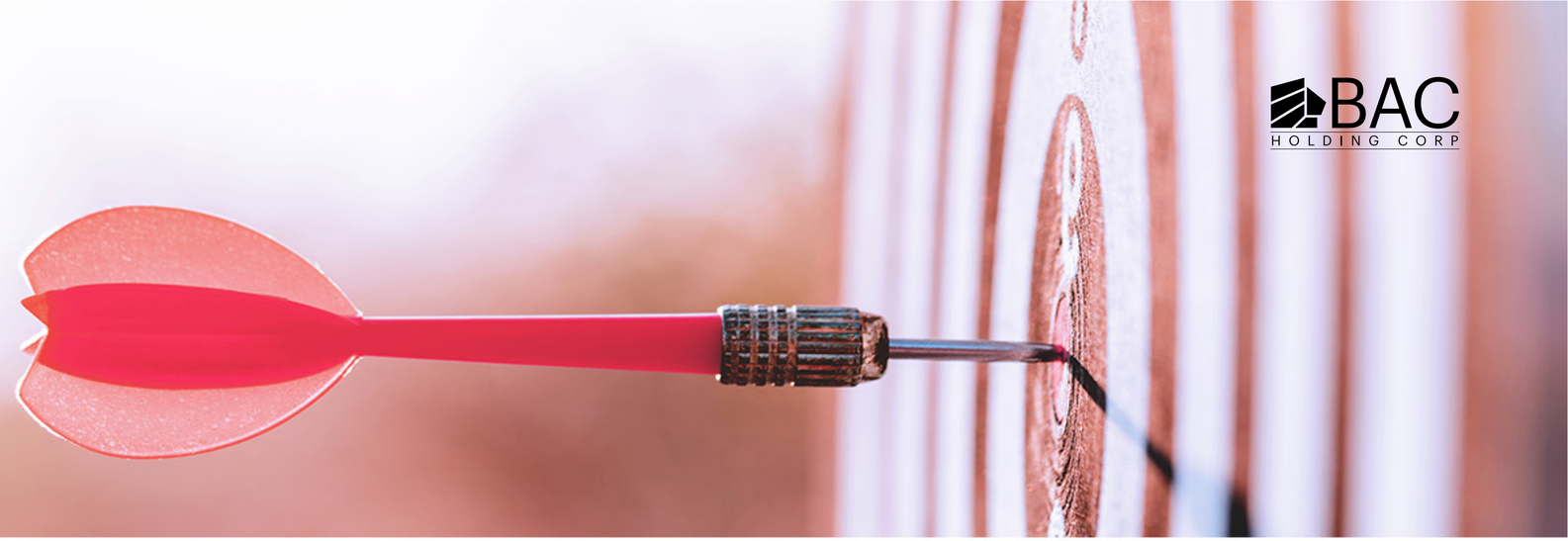
56% Interacciones entrantes por medios digitales

86% Transacciones monetarias se realizan por canales remotos

PRESENCIA EN LA REGIÓN

	GTM	HND	SLV	NIC	CRI	PAN	TOTAL
Sucursales	43	38	97	64	40	31	313
Autobancos	6	1	14	17	2	3	43
Sucursales digitales	0	1	0	6	0	0	7
Cajas auxiliares	49	40	54	73	71	13	300
Rapibac	2.738	261	1.318	1.799	2.760	343	9.219

Nuestra **propuesta de valor**



Propósito

"Reimaginamos la banca para generar prosperidad en las comunidades que servimos"

Valores

Integridad
Inspiramos confianza porque actuamos de manera ética y transparente

Excelencia
Sobresalimos porque vamos más allá de lo que se espera de nosotros y nos encanta servir con excelencia

Pasión
Amamos lo que hacemos porque sabemos que nuestro trabajo tiene un impacto positivo en las personas y en nuestro planeta

Objetivos estratégicos

Life-centric
Soluciones financieras centradas en la vida de las personas y el planeta

Simple

Digital

Soluciones Financieras de Triple valor positivo

Un banco **Neto Positivo**

En BAC hemos integrado nuestra visión de sostenibilidad en la estrategia corporativa del banco, de manera que evolucionemos de ser un banco que ofrece soluciones financieras tradicionales, a un banco que ofrece soluciones financieras de triple valor positivo: NETO POSITIVO, es decir, que consigamos crear más valor ambiental y social que las huellas que producimos para operar.

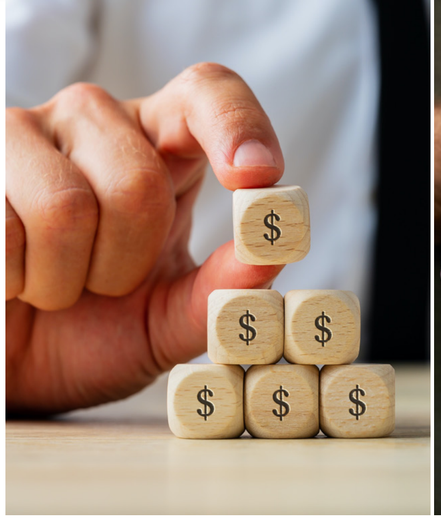
El paradigma de que las empresas existen solamente para crear valor económico, es decir, maximizar las utilidades para sus accionistas, está completamente obsoleto y superado. Es muy claro que los retos ambientales y sociales que enfrentan nuestros países son demasiado complejos como para esperar que sean resueltos solamente por los Gobiernos. Las acciones concretas por parte de las empresas son hoy, más importantes que nunca.

Además, no basta ya con que las empresas se pongan la meta de ser “Neto Cero”, es decir, que sean neutrales con el medio ambiente y la sociedad. Es el momento de que las empresas seamos NETO POSITIVO, es decir, que las compañías logremos crear más valor ambiental y social que las huellas que producimos para operar.

Por esto, en BAC hemos definido que no seremos más un banco que ofrece soluciones financieras tradicionales, sino que queremos ser un banco que ofrece soluciones financieras de triple valor positivo.

¿Qué significa esto? Significa que con la misma excelencia y rigurosidad que trabajamos en maximizar el valor económico, también estamos trabajando en maximizar y compartir valor social y ambiental con todos nuestros públicos de interés: colaboradores, clientes, proveedores, comunidades, organizaciones de sociedad civil, etc. Esta es nuestra forma de hacer negocios.

Objetivos estratégicos de **triple valor positivo**



En BAC, sabemos que la banca es un catalizador de crecimiento económico. La clave hacia adelante es que queremos ser también un catalizador de valor social y ambiental para Centroamérica.

Tenemos el norte muy claro y la motivación para hacer banca diferente, para trascender la definición tradicional de éxito empresarial y redefinir el rol que los bancos pueden jugar en cuanto a generación de prosperidad, mejora de la calidad de vida de los centroamericanos y armonía con el medio ambiente.

Por esto, hemos establecido 3 ambiciosos objetivos en cada una de las dimensiones:

Valor **Económico**	Valor **Ambiental**	Valor **Social Interno**	Valor **Social Externo**
Maximizar el valor económico generado (crecimiento rentable)	**Ser un banco Carbono Positivo, Residuos** Positivos y Agua Positivo en 2025	**Desarrollar conexiones profundas** con nuestros colaboradores	**Masificar la inclusión** y educación financiera y digital
Hacer banca radicalmente transparente	**Transformar nuestra cartera** en NET POSITIVE	**Promover el desarrollo y bienestar integral** de nuestros colaboradores	**Hacer banca inclusiva** y especialmente equitativa en género
Ser el banco líder en soluciones financieras simples, digitales y de triple valor	**Ser el banco que impulsa** una Centroamérica circular	**Erradicación de la pobreza** en BAC al 2027	**Ser líderes** en inversión social estratégica

Alineación a **los ODS**

Con nuestras acciones aportamos a los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas:

Valor económico **generado y distribuido**

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

La distribución del valor económico muestra claramente cómo la mayoría de la riqueza que producimos anualmente quedó repartida entre nuestros principales grupos de interés. En 2021, se repartió de la siguiente manera:

24%	Pago de salarios y beneficios a nuestros colaboradores: **US$511 millones**
23%	Pago por compra de bienes y servicios a nuestros proveedores: **US$493 millones**
34%	En pago de impuestos a gobiernos, intereses pagados a quienes ahorran con nosotros e inversión social directa: **US$741millones**
8%	Distribuido entre nuestros accionistas: **US$175 millones**

US$ Millones de dólares **%** Variación anual

	2020	2021
Valor Económico Generado (VEG)	**$2,100**	**$2,170**
Margen de intermediación	$1,255	$1,256
Comisiones y otros ingresos	$845	$914
Valor Económico Distribuido	**$2,192**	**$1,920**
Proveedores	$448	$493
Empleados	$526	$511
Sociedad	$598	$741
Accionistas	$620	$175
Valor Económico Retenido	**-$91**	**$249**
Provisiones y Amortizaciones, DyA	$118	$115
Reservas	-$210	$135

Nuestros principales logros al cierre de 2021

Carbono Responsable, Guatemala

12 estaciones para carga de vehículos eléctricos, Costa Rica y Panamá

Paneles y granja solares en Honduras

250 organizaciones y fundaciones participantes de nuestra plataforma "Yo me uno"

(https://yomeuno.com/) han activado campañas de recaudación de fondos por más de US$6.5 millones.

2.800 operaciones de crédito por US$780 millones, con componente ambiental y/o social.

+ 136 mil pymes en programas de fortalecimiento empresarial

Alianza con BID Invest en Guatemala y El Salvador, incluyendo fondos por US$ 160 millones para créditos y asesoría técnica

2.300 pymes lideradas por mujeres participantes en el programa Mujer Acelera

Certificación de Edificios, Costa Rica:
ISO 14001: 29 edificios
ISO 50001: 2 edificios
Marca País Carbono Neutral Plus

Atención de colaboradores en condición de pobreza multidimensional:

700 personas con apoyo emocional

+2.000 asesorías en salud financiera

45 refundiciones deuda

23 procesos para mejora de vivienda

+200 familiares en talleres de empleabilidad, emprendimiento y completando estudios básicos.

+10 mil colaboradores han completado un nuevo diagnóstico que permite identificar necesidades y brindar atención a través de nuestro programa Posibilidades BAC.

+1.2 millones de personas han recibido contenidos de Educación y Salud financiera:

- **Jóvenes estudiantes de secundaria**, como parte de las Alianzas con el Ministerio de Educación Pública en Guatemala, Honduras y Costa Rica.
- **+ 334 mil visitas y +198 mil usuarios** en nuestra plataforma digital "Aprendiendo" (https://aprendiendo.baccredomatic.com/)

Entorno **Centroamericano**

La región centroamericana se caracteriza por su importante apertura al comercio internacional, compuesta por economías pequeñas que se dinamizan principalmente por el intercambio comercial (exportaciones e importaciones), así como el ingreso de divisas por concepto de remesas, inversión extranjera directa y turismo.

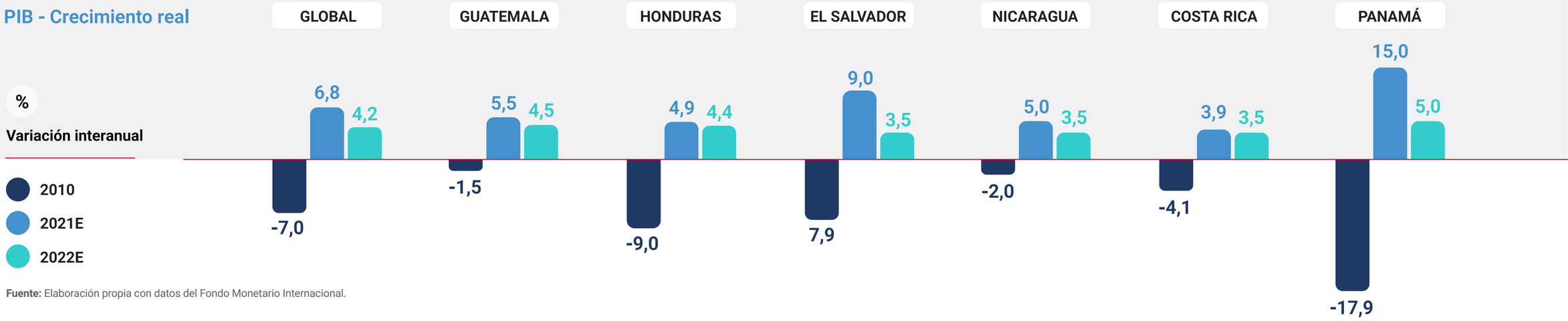
Los organismos financieros internacionales como el Fondo Monetario Internacional (en adelante FMI) proyectó en sus estimaciones de octubre 2021 una importante recuperación en el producto interno bruto (en adelante PIB) mundial con tasas de 5,9% para 2021 y de 4,9% para 2022. Dichos resultados continúan condicionados a la evolución de la pandemia generada por el SARS-CoV-2 (COVID-19).

Además de los riesgos generados por la pandemia, la economía internacional atraviesa otros factores desfavorables para la economía regional como el continuo aumento en los precios de las materias primas que conlleva a un deterioro en los términos de intercambio de la región, seguido del importante incremento en los costos de los fletes marítimos mediante contenedores. Ambos factores inciden directamente en el aumento de la inflación para la región centroamericana y muchas otras economías.

Según los datos estimados por el FMI para cada país de la región, se estima para la región centroamericana (conformada por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, y Panamá) un crecimiento del producto interno bruto real de 6,8% para 2021 y de 4,2% para 2022.

El FMI estimó que el crecimiento económico de Costa Rica sería de 3,9% en 2021 y de 3,5% en 2022. Mientras tanto, el Banco Central de Costa Rica revisó sus estimaciones al alza a un crecimiento de 5,4% en 2021 y de 4,5% en 2022, como resultado de un mejor dinamismo de la actividad económica que viene del segundo trimestre de 2021. Según el informe de política monetaria del BCCR las cifras disponibles indican que la actividad económica, medida por el PIB, alcanzó el nivel prepandemia en el tercer trimestre del 2021, uno antes de lo previsto y, siendo medida por el Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE), desde el mes de junio. Las revisiones al alza en las perspectivas económicas son justificadas por el Banco Central (BCCR) como consecuencia de un mejor dinamismo en el consumo de los hogares, en la inversión privada, tanto en estructuras como en maquinaria y equipo, así como en las exportaciones de bienes.

PIB - Crecimiento real



Fuente: Elaboración propia con datos del Fondo Monetario Internacional.

Para El Salvador, el FMI estimó un crecimiento del PIB de 9% en 2021 y de 3,5% en 2022. El Banco Central de Reserva de El Salvador (en adelante Central) proyectó un crecimiento de 10,3% en 2021, y reporta perspectivas favorables para que la economía salvadoreña crezca alrededor del 4% en 2022. Según los datos del Central el PIB creció un 11,7% en el tercer trimestre de 2021 respecto al mismo período de 2020, en donde atribuyen el buen comportamiento de la actividad económica al proceso de vacunación, al incremento en el ingreso de los hogares, vía mayores salarios y mayores remesas familiares, al buen dinamismo en las exportaciones, al incremento en el turismo local y de extranjeros y al desarrollo de proyectos de inversión privada e inversión pública, en donde se destaca la planta potabilizadora de agua “El Torogoz” y el Bypass de La Libertad.

En Guatemala, el FMI proyectó un crecimiento de 5,5% en 2021 y de 4,5% en 2022. Por otra parte, el Banco Central de Guatemala estimó un crecimiento económico para 2021 en un rango de 4% a 6%, específicamente 5%, el cual es explicado por el Central por la mejora en la demanda interna la cual fue impulsada por el gasto en el consumo privado, el incremento en la formación bruta de capital (inversión) y al incremento en la demanda externa. Además, reportaron un crecimiento del PIB para el tercer trimestre de 2021 de 8,6% (caída de 1,4% un año atrás) influenciado por la reapertura de la economía después de las medidas de contención que implementó el Gobierno ante la pandemia por COVID-19.

Para Honduras, el FMI estimó un crecimiento de 4,9% para 2021 y de 4,4 % para 2022, mientras que el Banco Central de Honduras estimó que el crecimiento económico estaría en un rango de 8% a 9% para 2021 y de 3,2% a 5,2% en 2022. De acuerdo con el Banco Central, el mejor dinamismo económico del país durante el 2021 e inclusive una recuperación económica mayor respecto a la esperada, se relaciona directamente con una mejor adaptación de las actividades económicas a las medidas sanitarias y a los avances en el proceso de vacunación.

El FMI proyectó un crecimiento económico para Nicaragua de 5% en 2021 y de 3,5% en 2022. El Banco Central de Nicaragua estimó que la economía nicaragüense crecería entre 7,5% y 9,5% en 2021. Según el Central, este crecimiento es consistente con la recuperación económica mundial que impacta positivamente las exportaciones, las remesas y el flujo del turismo. En el tercer trimestre de 2021, el desempeño de la actividad económica mostró un mejor dinamismo vía consumo e inversión. El PIB registró un crecimiento interanual de 9,7% en el tercer trimestre de 2021 (-1,2% en el tercer trimestre de 2020).

Finalmente, en Panamá, el FMI estimó un crecimiento económico de 15% en 2021 y de 5% en 2022. El PIB registró un crecimiento de 25,5% en el tercer trimestre de 2021 respecto a un año atrás. El Instituto Nacional de Estadística y Censo (en adelante INEC) atribuye dicho comportamiento de reactivación en la actividad económica a la eliminación de las restricciones sanitarias impuestas por las autoridades de salud ante la pandemia por COVID-19 y a la continuidad en el proceso de vacunación. Cabe destacar que esta economía en particular experimentó la contracción económica más importante en 2020, con una contracción de -17,9%, explicada principalmente por la alta dependencia al comercio exterior, el cual fue altamente afectado por COVID-19 debido a las restricciones en la movilidad de productos y de personas alrededor del mundo, ya que fue el país que implementó restricciones más severas y prolongadas en la región. Positivamente, también es uno de los países que implementó rigurosas campañas de vacunación junto con Costa Rica y El Salvador.

Sistema bancario centroamericano

En 2021, el sector financiero regional denotó un año de mejora, que le permitió crecer en activos, depósitos y cartera en relación con el 2020 e inclusive con respecto al período 2019.

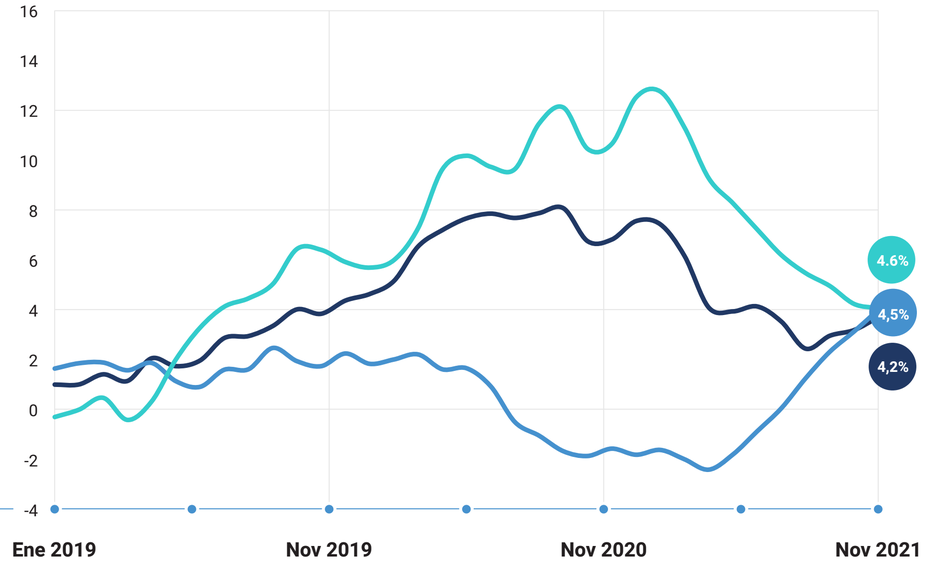
A noviembre de 2021, el activo total creció en su tasa interanual un 4,2% respecto a noviembre de 2020, los depósitos mostraron un crecimiento de 4,6% para el mismo periodo, y la cartera registró un crecimiento de 4,5% a noviembre 2021. Los tres indicadores reflejan un comportamiento mejor en relación con el año anterior.

Honduras destaca como el país con el mayor crecimiento en activos, con un crecimiento a noviembre 2021 de 11,6% interanual, seguido por Guatemala con 8,3%, Nicaragua con 6,1%, El Salvador con 3,6%, Costa Rica con 2,1% y Panamá con 1,5%.

Con respecto a la cartera neta (noviembre 2021), Guatemala fue el país que mostró el desempeño más elevado creciendo 11,8% interanual, seguido por Honduras con un 11,0%, El Salvador con 6,4%, Nicaragua con 4,1% y Panamá con 1,3%. Por su parte, Nicaragua registró un decrecimiento de -0,2% interanual.

Por otra parte, en el tema de depósitos, con datos a noviembre 2021, sobresale el crecimiento interanual de 12,2% que presentó Honduras, seguido de Nicaragua con un 9,5%, Guatemala 8,2%, Costa Rica con 4%, El Salvador con 3%, y Panamá con 1,6%.

Tasas de crecimiento interanual ● Activo total ● Cartera neta ● Depósitos



Fuente: Superintendencia de cada país. Para Guatemala se consideran los Grupos Financieros y se le suman los bancos que no pertenecen a ningún Grupo Financiero. Panamá considera únicamente los bancos de licencia general, los depósitos totales y la cartera bruta local.

Sistema bancario de centroamérica

US$ Millones de dólares % Variación anual

	Activos		Cartera neta		Depósitos	
	USD	%	USD	%	USD	%
GUA	$55,002	10.2%	$27,058	4.5%	$40,765	14.0%
HON	$28,565	15.2%	$14,475	3.6%	$17,860	21.8%
ESA	$20,390	5.6%	$12,864	0.0%	$15,250	11.5%
NIC	$6,727	3.2%	$3,321	-7.0%	$4,574	15.1%
CRC	$48,165	1.9%	$27,654	-6.3%	$34,526	3.7%
PAN	$115,620	7.1%	$54,293	-1.7%	$84,676	10.7%
TOTAL	$274,469	7.3%	$139,664	-1.0%	$197,651	11.1%

Fuente: Superintendencia de cada país.

Participación de mercado

En BAC continuamos siendo en 2021 el único banco con presencia significativa en todos los países que operamos, con una cartera diversificada entre las economías de la región que nos permite alcanzar una alta rentabilidad con una menor exposición al riesgo.

A nivel regional, lideramos participación de mercado en activos, cartera, depósitos y utilidades. Adicionalmente, incrementamos participación de mercado en las primeras tres variables mencionadas anteriormente respecto al año anterior.

A septiembre 2021, sobre el total de activos del sistema tenemos una participación del 10% (aumentando 38 puntos base respecto al mismo periodo 2020).

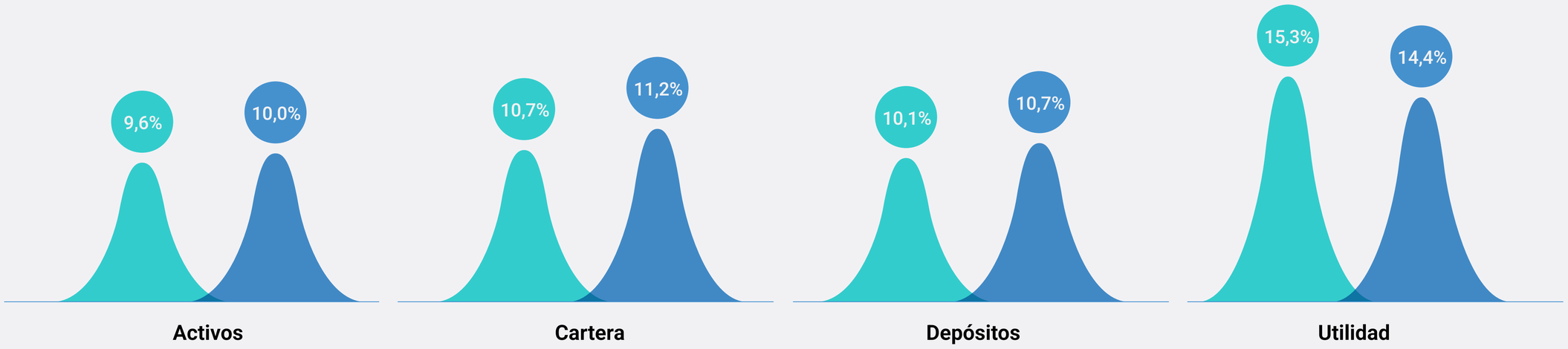
Con respecto a la cartera, incrementamos en 48 puntos base (respecto a septiembre 2020) y alcanzamos una participación regional del 11,2%, logrando mantener el liderazgo en colocación de cartera neta.

En 2021 continuamos generando un desempeño sobresaliente, donde mantenemos la estrategia de fidelizar a nuestros clientes transnacionales, aunada a la constante vanguardia de implementar e incrementar el uso de canales digitales mediante una estrategia ambiciosa de transformación digital, donde ofrecemos una banca electrónica moderna y versátil.

En relación con lo anterior, nos posicionamos como el principal banco en captación de depósitos, con una participación de mercado de 10,7% y un incremento de 61 puntos base en comparación con el mismo período del 2020.

Por su parte, a septiembre 2021 lideramos en participación de mercado en utilidad a nivel regional con un 14,4% del total de utilidades del sistema financiero.

Participación de mercado de BAC Credomatic en el sistema bancario centroamericano



Banca **personas**

Billeteras digitales

En el 2021 BAC Credomatic lideró el lanzamiento de Apple Pay en el primer país de Centroamérica, Costa Rica. En el 2018, impulsando las billeteras digitales, BAC Credomatic lanzó su propia billetera, permitiendo a través del App de Banca Móvil realizar pagos sin contacto en dispositivos Android que cuenten con la tecnología NFC. Esto demuestra que incluso desde antes que Apple mencionara el interés de iniciar con el despliegue, BAC ya estaba apuntado a ser el líder en la región.

En la misma línea de innovación durante el año 2021 se dio un gran paso regional al incursionar en el mercado de medios de pago por medio de relojes inteligentes como Garmin y Fitbit con tecnología NFC para tarjetas Visa y Mastercard. Para noviembre 2021 trabajamos fuerte para seguir facilitando nuevos canales a nuestros clientes, al habilitar el uso de nuestras tarjetas Visa y Mastercard en Apple Pay en Costa Rica, permitiendo a los clientes hacer uso de la tecnología NFC en sus teléfonos y relojes Apple.

El mayor beneficio de las billeteras digitales es ofrecer a los tarjetahabientes una alternativa innovadora, sencilla y con alto nivel de seguridad a la hora de realizar sus compras.

Al finalizar el año 2021 se contabilizó a nivel regional para todas las billeteras más de 98 mil usuarios registrados en el periodo de abril a diciembre 2021. En la solución de pagos Apple Pay las activaciones suman casi 87 mil tarjetas y más de 55 mil clientes con alguna tarjeta matriculada. El crecimiento aumenta, hoy en día, a doble dígito sostenido mensual y la cantidad de clientes que han matriculado y facturado con la billetera aumentó al 67% desde la primera medición. Se han facturado casi $15 millones desde el lanzamiento.

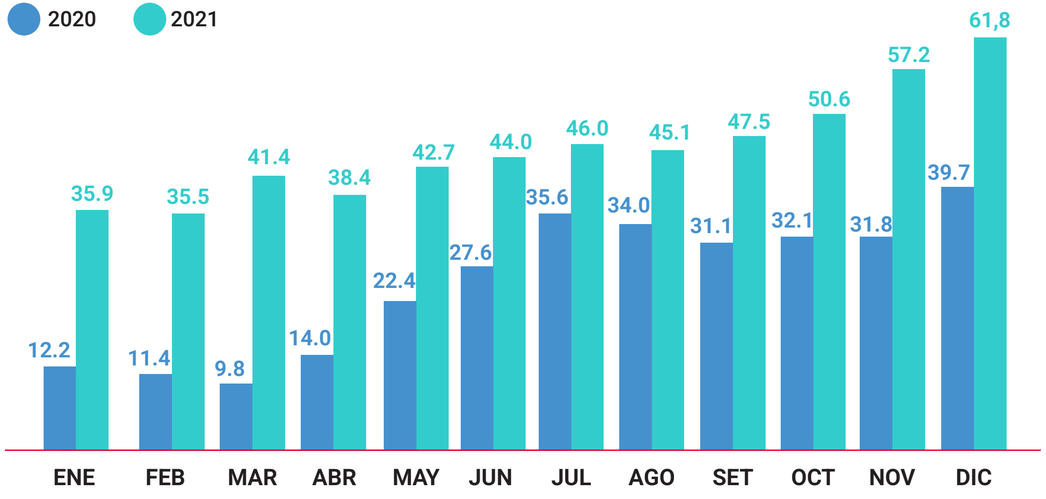
Este tipo de soluciones y productos nos acerca a las nuevas generaciones, siendo que la Generación Z representa cerca de un 38% en activaciones Apple Pay vs. en el total de otras soluciones de BAC donde el mismo grupo generacional representa alrededor de un 11%.

Compra Click

Compra Click es la solución de BAC para aquellos comercios que no tienen una plataforma propia de e-commerce desarrollada y quieren entrar al mundo de ventas en línea para impulsar sus ventas en múltiples canales (incluidas redes sociales). Enfocada principalmente en los pequeños y medianos comercios, Compra Click permite que el consumidor realice su compra de productos o servicios, a través de un link seguro, que puede ser enviado por medio de distintos medios digitales y redes sociales.

En el 2021 se siguió trabajando sobre el landing page desarrollado el año anterior, con el objetivo de captar más comercios e impulsar las transacciones por este canal, logrando facturar $546 millones en el 2021, lo que representa un incremento anual del 81%.

Facturación — US$ Millones de dólares



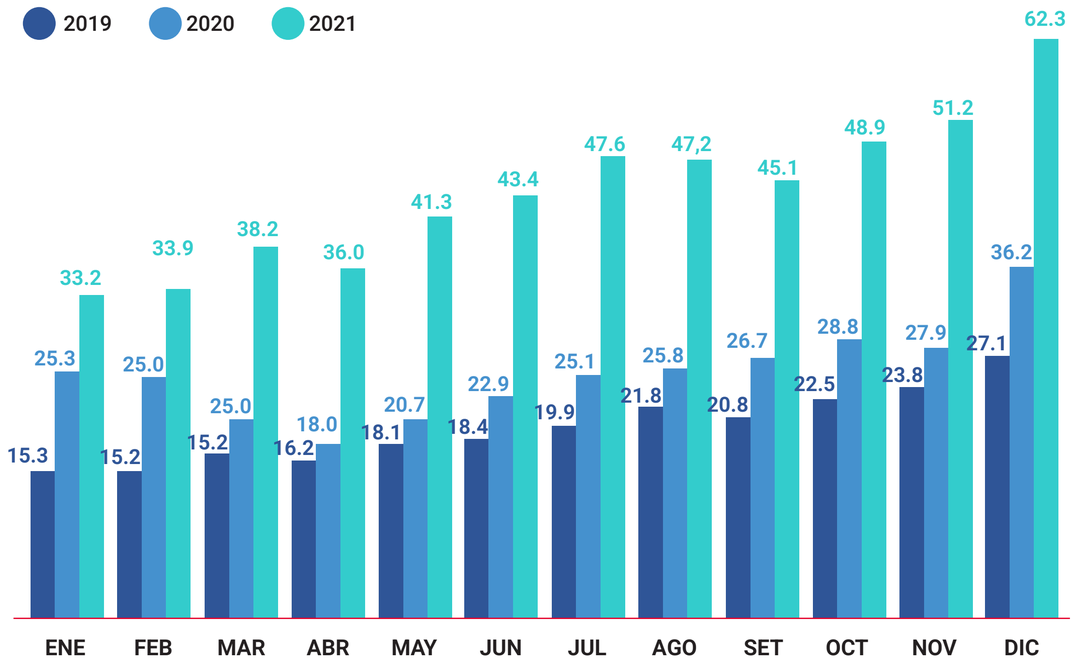
MiPos

Es una plataforma robusta y madura de BAC Credomatic con la cual se puede convertir su celular o tableta (Android y IOS) en un datáfono, disponible para personalizarse e integrar diferentes interfaces como Restaurantes y Tiendas.

Este producto también ofrece un portal Web con estadísticas y reportes disponibles para los comercios, así como una plataforma de retroalimentación de sus clientes.

El 2021 resultó ser un año muy destacado, alcanzando 17 mil comercios y cerca de 20 mil dispositivos MiPos instalados, con una transacción promedio de $188. Reflejo de un nivel de ventas record, alcanzando los $528 millones, un 74% de incremento respecto al año anterior.

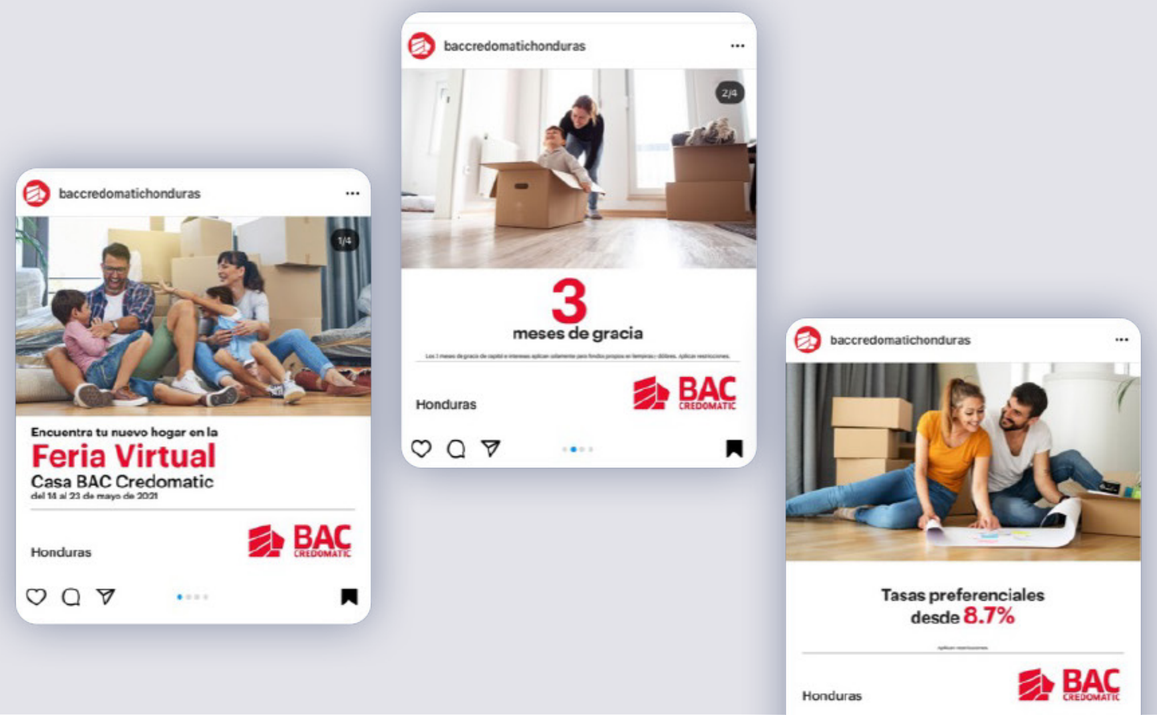
Facturación US$ Millones de dólares



Ventas virtuales

BAC continúa demostrando que la innovación y visión de mercado, la hacen destacarse como líder en la región, a través de sus ferias virtuales. La utilización de plataformas digitales como una nueva forma de reemplazar la colocación de productos personales de forma presencial, ha sido parte de nuestra oferta de valor hacia nuestros clientes.

Las iniciativas digitales de préstamos que han apoyado la reactivación de la colocación de autos e hipotecas nos permitieron superar los volúmenes pre-pandemia en el 2021. Durante este año, realizamos 8 ferias virtuales BAC Credomatic y múltiples activaciones híbridas en pisos de venta de los concesionarios, apalancadas en nuestros 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. Logramos abarcar 319 proyectos inmobiliarios y 64 concesionarios de vehículos en los 6 países de la región, lo que nos ha permito reforzar la posición del BAC como un banco digital en la región, así como de habilitar nuevos canales de colocación de bienes adjudicados.



Cross-Selling

Como parte de la mejora constante de BAC, en el 2021 se comenzó con la implementación de una plataforma multiproducto, que nos permite realizar ventas cruzadas de distintos productos a nuestros clientes. Este nuevo proceso permite la originación de una tarjeta de crédito y una cuenta bancaria de manera simultánea, capturando de una sola vez los campos y requisitos. Adicionalmente este flujo podrá integrarse con los de otros productos para los cuales la cuenta bancaria es un requisito: afiliaciones, extrafinanciamiento y préstamos.

Los clientes nuevos podrán experimentar un único proceso de “onboarding” en el banco, por medio del cual se logrará una transformación en el nivel de compromiso de los clientes nuevos y la reducción de la cantidad de clientes de tarjeta de crédito sin cuenta bancaria, que hoy alcanza el 45%. De esta manera, en una única gestión, el cliente podrá obtener dos productos de manera simultánea, ahorrándole tiempo.

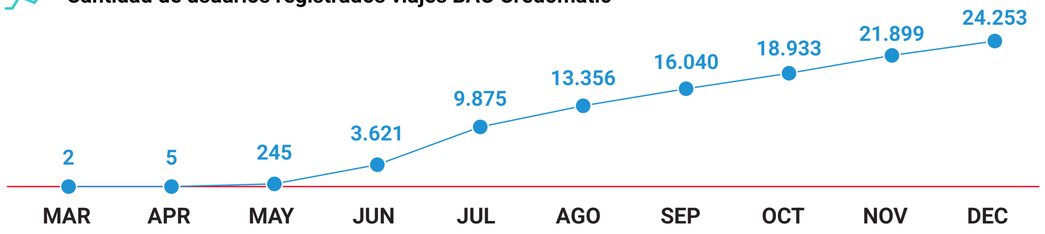
Como resultado de esta propuesta, las iniciativas implementadas de cara a facilitar la apertura de cuentas en distintos canales ayudan a incrementar saldos y mejorar el perfil de las cuentas. Los saldos se encuentran distribuidos en los países de la región y en los últimos años el crecimiento en saldos supera el crecimiento en cuentas, mejorando el perfil de los ahorrantes.

Viajes BAC Credomatic

El 2021 se caracterizó por una recuperación del turismo local e internacional, luego que el año anterior planteara muchos retos en la industria. Por esta razón, BAC buscó reforzar su estrategia y mejorar su plataforma de reservas en línea, la cual fue relanzada en junio del 2021 alcanzando más de 24 mil clientes registrados durante el segundo semestre quienes pudieron aprovechar los beneficios de redimir puntos y pagar sus vacaciones en cuotas sin intereses.

Las ventas por mas de $10,5 millones confirman que nuestros clientes valoran los beneficios exclusivos a los que tienen acceso desde Viajes BAC.

Cantidad de usuarios registrados viajes BAC Credomatic



Lanzamiento de The Platinum Card® de American Express versión Metal

The Platinum Card® de American Express versión Metal, una nueva opción que permite “vivir la vida con más recompensas” orientada a un segmento Premium que valora vivir la vida al máximo, acumulando experiencias de estilo de vida y viajes en cualquier lugar del mundo.

Esta tarjeta, que solo está disponible por invitación, ofrece una propuesta sofisticada que integra un nivel de servicio global con los beneficios de la red de Establecimientos Afiliados a American Express, con ventajas locales creadas para que los tarjetahabientes Premium obtengan la mayor satisfacción y experiencias especiales.

Dentro de los servicios que ofrece The Platinum Card® versión Metal, se destacan: Membership Rewards, acceso a una amplia red de Salas VIP en los principales aeropuertos alrededor del mundo, amplia cobertura en seguros de viajes, invitaciones a eventos y experiencias exclusivas a nivel gastronómico a través del programa global de American Express #AMEXFORFOODIES que reúne a chefs internacionales en un restaurante a puertas cerradas y ahora también disponible en su versión digital FOODIES AT HOME. En el ámbito de la moda, a través del programa #AMEXDESIGNERS se ofrecen descuentos a los tarjetahabientes en reconocidas tiendas de moda, y servicio concierge, que ofrece asistencia e información para planificar un viaje de negocio o de placer, realizar reservas de hoteles y restaurantes, comprar tickets para eventos, acceso a un event planner y compras en el país o en el exterior.

Canales digitales

Durante el 2020, y para enfrentar la pandemia, nuestros clientes cambiaron sus hábitos y aprendieron a manejar sus finanzas y realizar sus trámites de forma remota.

Para el año 2021 se acentuó el cambio hacia los canales digitales, pero ahora convirtiendo a nuestros clientes digitales en usuarios más sofisticados.
Este año 2021 más de un 46% de nuestros clientes usaron cotidianamente nuestras plataformas y más del 70% de ellos realizaron gestiones sofisticadas como transacciones, gestiones o pagos.

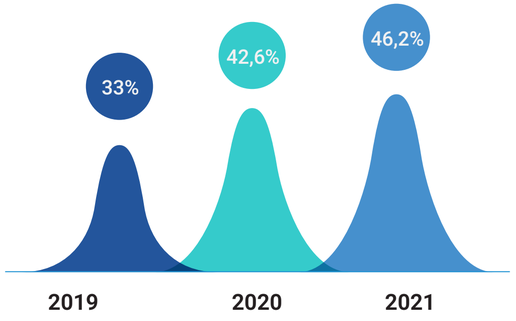
Para ganarnos su preferencia y lealtad, lanzamos un sistema de Personal Finance Management (PFM) que de forma automática cataloga y grafica los ingresos y gastos de nuestros clientes.
Esta funcionalidad, que ofrecemos de forma gratuita desde nuestra Banca Móvil, permite a los usuarios entender mejor 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 mil de nuestros clientes en la región y obtuvo un récord de satisfacción positiva de parte de ellos, quienes en un 85% de los casos indicaron que recomendarían la funcionalidad a sus familiares y amigos.

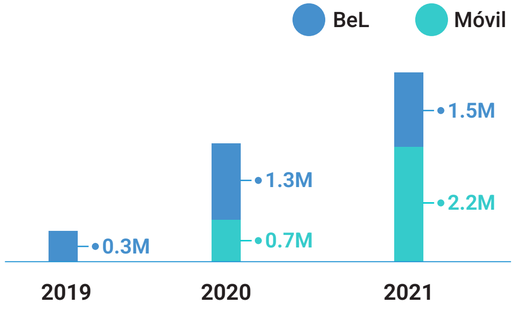
Además, la adopción acelerada de los canales digitales por nuestros clientes los llevó a hacer uso de estos de manera más frecuente e intensa y a resolver sus necesidades más complejas a través de ellos. Aprovechamos esta oportunidad y la confianza de nuestros clientes para aumentar en más de 1.5 millones las gestiones realizadas digitalmente en el 2021 con relación al 2020, la mayoría desde el dispositivo móvil.

Entre las nuevas gestiones que podemos destacar está la de Actualización de Datos, que le permite al cliente gestionar su información personal de forma segura y nos ofrece beneficios importes en nuestras operaciones y procesos de cumplimiento.

Penetración digital



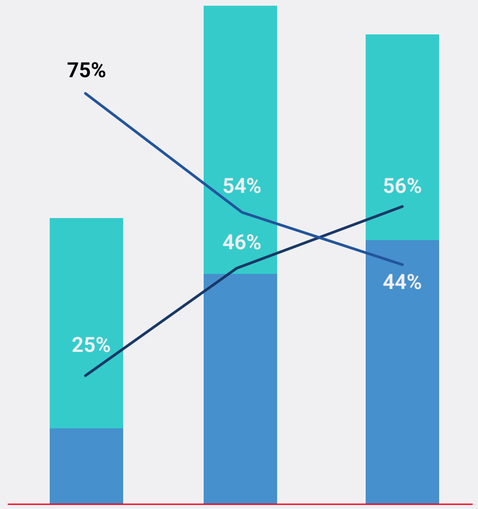
Gestiones en canales digitales



Digitalización de la experiencia al cliente

En este cierre 2021 se presentó el incremento más grande de los últimos tres años en el uso de canales no tradicionales. El resultado acumulado de canales como el WhatsApp, las Redes Sociales, Chat y otros, fue de 8.3 millones interacciones atendidas. Particularmente WhatsApp, canal que ha tomado mayor relevancia, se atendieron en el último trimestre cerca de 2 millones de interacciones.

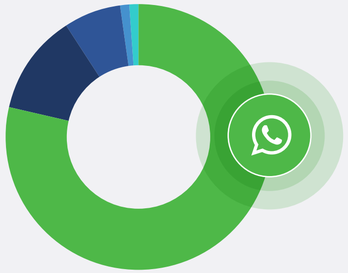
Es preciso destacar que este 2021 se convirtió en el primer año en el que la cantidad de interacciones digitales fue mayor a la de las interacciones de voz, con una participación del 56% en comparación con el canal tradicional.



	ACUM 2019	ACUM 2019	ACUM 2019
Total Llamadas	6,6 MM	8,4 MM	6,4 MM
Total Digital	2,4 MM	7,2 MM	8,3 MM

Automatización de WhatsApp

En los últimos años el canal de WhatsApp se ha convertido en el canal de mayor crecimiento con una participación del 78% entre los canales digitales al cierre del 2021.



78% WhatsApp

7% Bot

12% Chat

1% Mail

1% Redes

Transformación en la administración de la relación con el cliente

En BAC las plataformas para satisfacer las solicitudes de servicio al cliente se están transformando para alinearse al concepto “Cliente-Céntrico”, en donde la prioridad es brindar una experiencia personalizada para satisfacer las necesidades específicas del cliente y hacer más simple la resolución por parte de nuestros ejecutivos.

Es así, como más de 10mil ejecutivos de venta y servicio en toda la región, se encuentran utilizando una plataforma moderna, renovada y en la nube, para el seguimiento de las solicitudes del cliente con mejoras en:

- Vista de perfil 360 con información relevante del cliente para brindarle cualquier servicio o iniciar un trámite de venta.
- Una base de conocimiento que contesta de manera muy ágil las preguntas que los ejecutivos tienen al documentar los trámites del cliente.
- Asistente inteligente que guía al ejecutivo a ingresar las solicitudes con los datos correctos, disminuyendo reprocesos.

Además, dichas mejoras impactan directamente en las interacciones de nuestros clientes traducidos en:

15 millones
Trámites de venta en 2021

2.3 millones
Solicitudes de servicio en 2021

Funcionalidad de BAC Ticket

Alineado con nuestro objetivo de continuar mejorando la experiencia de nuestros clientes, durante el 2020 relanzamos el sitio de Ubícanos con una imagen más fresca, actualizada, moderna responsiva con los dispositivos y amigable con el usuario y a inicios del 2021 se robustece con la funcionalidad que permite solicitar tiquetes programados y citas en sucursales.

Estas dos capacidades se unen a la lista de funcionalidades existentes y se convierte en un paquete que brinda gran autonomía, apoyando a los más de 204 mil usuarios que a la fecha han hecho uso de esta herramienta para auto servirse con mayor interacción y acceso a información completa de nuestras sucursales, agencias, ATMs, Rapibac y centros de servicio.

Información como servicios disponibles en agencia, tipos de gestiones, horarios, direcciones, referencias y tiempos de llegada conectado con la aplicación Waze y Google Maps son algunas de las bondades que ofrece esta funcionalidad, que a la fecha registra más de 906 mil visitas.

Sección de Eventos

Conscientes de la nueva realidad virtual de los eventos de entretenimiento y alineados con el objetivo de seguir impulsando los espacios de esparcimiento seguros, creamos una sección especializada -tipo catálogo- para facilitar a nuestros clientes el encontrar toda la información necesaria sobre el evento de su interés.

Esta sección contiene desde webinars y capacitaciones, hasta conciertos virtuales y gracias a la inclusión de filtros por categoría y su diseño responsivo, esta sección acumula más de 60 eventos registrados y ha servido de puerta de enlace para casi 4 mil usuarios.

Centro de Ayuda

Con el objetivo de atender de manera ágil y automática las consultas más frecuentes de nuestros clientes, construimos un centro de ayuda integral. Este centro de ayuda no solo busca facilitar la resolución a las consultas más frecuentes, sino que fue conceptualizado como una base de conocimiento única con el objetivo de estandarizar y simplificar las respuestas que recibían los usuarios.

Al integrarlo con 7 canales digitales hemos logrado atender a más de 791 mil usuarios en las casi 3.3 millones de visitas que se registran a la fecha. Además, se ha logrado una reducción del 24% en las consultas que ingresaban por el canal de chat.

Esta misma visión multicanal, también ha permitido que la base de conocimiento unificada sea consumida por servicio asistido a través de nuestro CRM en la nube, registrando a la fecha más de 121 mil consultas.

Plantillas dinámicas

Con el objetivo de apoyar de una manera ágil las prácticas de mercadeo e impulsar las iniciativas de comunicación en los distintos mercados donde operamos, es que construimos las plantillas dinámicas y las pusimos a la disposición de nuestros clientes a partir del segundo trimestre del 2021.
Bajo la visión de promover una gestión de mercadeo digital autoservida, descentralizamos la construcción de landing pages informativos y comerciales. De esta forma, no solo incrementamos la velocidad con la que los equipos de mercadeo ponen en producción sus iniciativas de comunicación, sino que también simplificamos la gestión de mantenimiento de landing pages posterior a su vencimiento, ya que estos cuentan con una funcionalidad de despublicación automática una vez cumplido el plazo de vigencia de la promoción para la cual fueron creados. A la fecha se han construido más de 450 landing pages utilizando las plantillas dinámicas.

Rediseño de sitio web corporativo

Durante el segundo trimestre del 2021 renovamos nuestro sitio web con la visión de ofrecer a nuestros clientes una experiencia de navegación memorable que les permitiera fácilmente encontrar nuestros productos y servicios.

Este nuevo diseño combina distintos recursos audiovisuales como banners en video, bloques de autoservicio, carruseles con información destacada, sección de noticias, entre otros, que mejoran la interacción entre el usuario y el contenido.

Así mismo, y con el objetivo de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, es que modificamos la jerarquización del contenido, permitiéndonos hacer más visible la información que sabemos es más relevante para nuestros clientes, y dejar en un segundo plano la información complementaria.

Esta nueva experiencia ha sido muy bien recibida por los usuarios, lo que nos ha permitido registrar una reducción de un 38% en las tasas de abandono de nuestro sitio web.

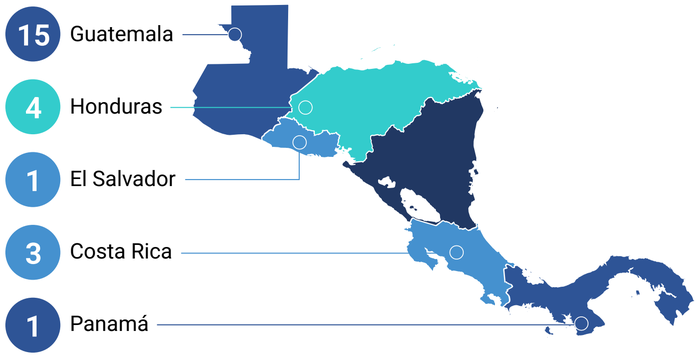
Transformación de sucursales

En el 2018 iniciamos el proceso de transformación de sucursales que tiene como objetivo la optimización y enriquecimiento de la experiencia del cliente en los diversos espacios de la sucursal.

Este proceso de transformación incluye 3 conceptos que convierten las sucursales en más simples, ágiles y digitales:

- Espacio
- Tecnología
- Asesoría y ventas

A diciembre del 2021, alcanzamos un total de 24 sucursales en la región, lo que equivale al 8% de la red. En el primer semestre del 2022 se adicionarán 5 sucursales, 3 en Guatemala, 1 en Honduras y 1 en Panamá.



Mesa Digital

Implementadas en el 2020, la Mesa Digital es un espacio de aprendizaje asistido que apoya la digitalización del cliente, la migración de transacciones y mejora la experiencia al cliente en el proceso de autoservicio.

La Mesa Digital está ubicada en el 58% de las sucursales de la región, contando con un total de 169 Mesas. Los trámites que se realizan son: enrollment del cliente, gestiones de BeL y entrega de productos.

En el 2021 se han obtenido excelentes resultados:

135K **Usuarios de BeL** — 24% **del total de usuarios**

651K **Trámites** — 28% **Migración de transacciones**

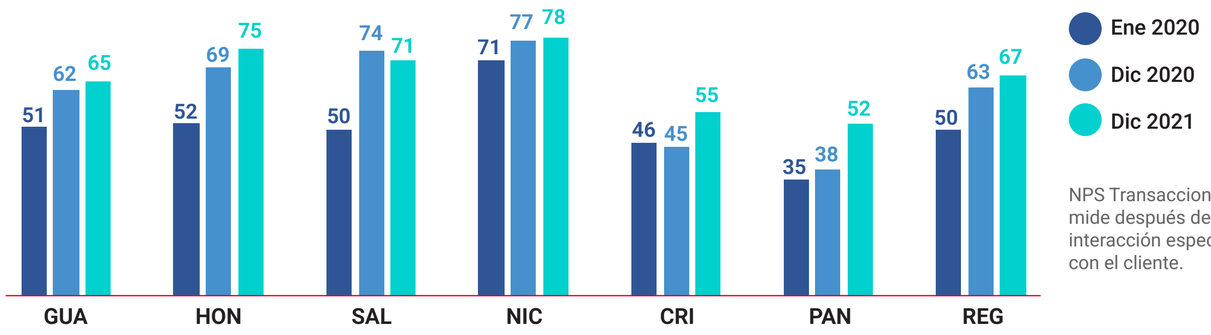
La voz del cliente

Mejora en NPS e Iniciativas para mejorar la experiencia de nuestros clientes

Las herramientas que implementamos a finales del 2019 para capturar la voz del cliente nos ayudaron identificar de manera inmediata y directa, cómo la pandemia seguía afectando la experiencia de nuestros clientes en los canales de servicio y el impacto de las mejoras implementadas.

Capturamos más de 180 mil encuestas durante el año en sucursales y contact centers, aumentando en 40% la cantidad de interacciones medidas. Este proceso de medición nos permite priorizar iniciativas y mejorar experiencias para mejor atender sus necesidades en entornos tan cambiantes, logrando no solo sostener las mejoras del 2020, sino mejorar el NPS Transaccional en un 4% adicional.

NPS Transaccional - 2020-2021



NPS Transaccional se mide después de una interacción especifica con el cliente.

Interacciones y venta digital

Gracias a los medios digitales ofrecemos servicios financieros en toda la región con productos, tecnología e información clave para potenciar el crecimiento de las tesorerías del corporativo. Habilitamos canales para la venta de nuestros productos a través de la banca en línea, email marketing y con solicitudes del asistente virtual.

“Violeta” nuestra nueva asistente Virtual

Como parte de nuestra innovación digital y enfocados en brindar la mejor experiencia a nuestros clientes corporativos, hemos incorporado el uso de bots para la solicitud de servicio, permitiendo mejorar los tiempos de respuesta, atención y minimizar los procesos manuales de nuestros clientes.

Utilización de nuestra versatilidad y fortaleza tecnológica

Con el fin de simplificar la automatización de las tesorerías de nuestros clientes corporativos, creamos CBA (conciliación bancaria automática), una solución que consolida la información de todos bancos para tener un mejor control de la tesorería. Actualmente este servicio lo utilizan empresas de alto renombre a nivel centroamericano en la industria automotriz, granos básicos y servicios públicos.

Asimismo, en este segundo año de pandemia y en colaboración con los principales proveedores de tecnología y firmas de consultoría de clase mundial, presentamos 7 webinars en el 2021, enfocados en soluciones que permitieran a nuestros clientes empresariales la resolución de situaciones críticas durante y post pandemia, a la vez que continúan con su transformación digital. Contamos con la participación de más de 2.000 altos ejecutivos de empresas centroamericanas.

Banca **empresas**

BAC Credomatic ha demostrado tener una capacidad de adaptación y resiliencia posterior a la crisis del COVID-2019 en busca de un alineamiento estratégico para satisfacer las necesidades de nuestros clientes empresariales.

A pesar de la recesión económica, apoyamos a nuestros clientes y les acompañamos en la ejecución de sus ideas y proyectos, garantizándoles la continuidad de sus operaciones (clave del éxito en esta pandemia) a través de la colocación de crédito y soluciones financieras a la medida de sus necesidades.

Es decir, nos hemos caracterizado por garantizar el bienestar financiero de nuestros clientes proporcionándoles productos, oportunidades de empleo y capital para ayudarles a alcanzar sus objetivos financieros.

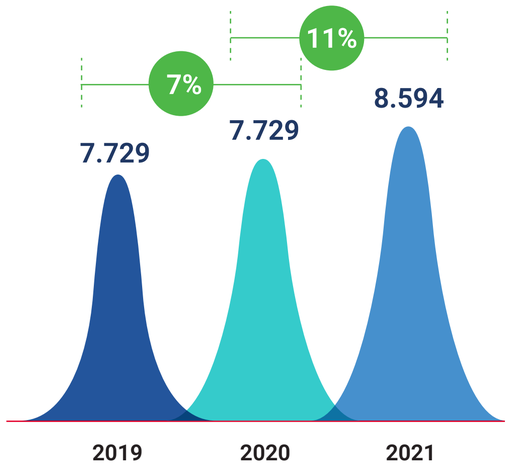
A diciembre 2021, se observó un crecimiento total en la cartera de crédito de 9.1% con respecto al cierre del 2020. Del total de la cartera colocada, el 46% corresponde a la cartera comercial que tomó un valor de US$8.594 millones. Asimismo, esta tuvo un crecimiento del 11.2% con respecto a diciembre 2020 reflejando la resiliencia de nuestra estrategia y del trabajo en conjunto con nuestros clientes en el que los apoyamos en las situaciones de mayor complejidad.

En tres años hemos podido observar un crecimiento constante promedio por año del 7.9% en la colocación de cartera.

Bac Credomatic presenta soluciones a la medida para los diferentes sectores. El sector empresarial con mayor participación es el comercio, con un 23% de participación, seguido por el sector inmobiliario y servicios con un 20% y 16% respectivamente. Estas tres industrias suman US$5 miles de millones de la cartera total.

Adicionalmente, dentro de nuestra cartera de soluciones financieras, facilitamos la adquisición de activos productivos para empresas mediante la figura de leasing. Al cierre del 2021, logramos un saldo de US$252 millones.

El increíble desempeño en la colocación ha demostrado la capacidad de adaptación, que va de la mano con la estrategia digital, que ha caracterizado a BAC Credomatic desde su origen.



US$ Millones de dólares

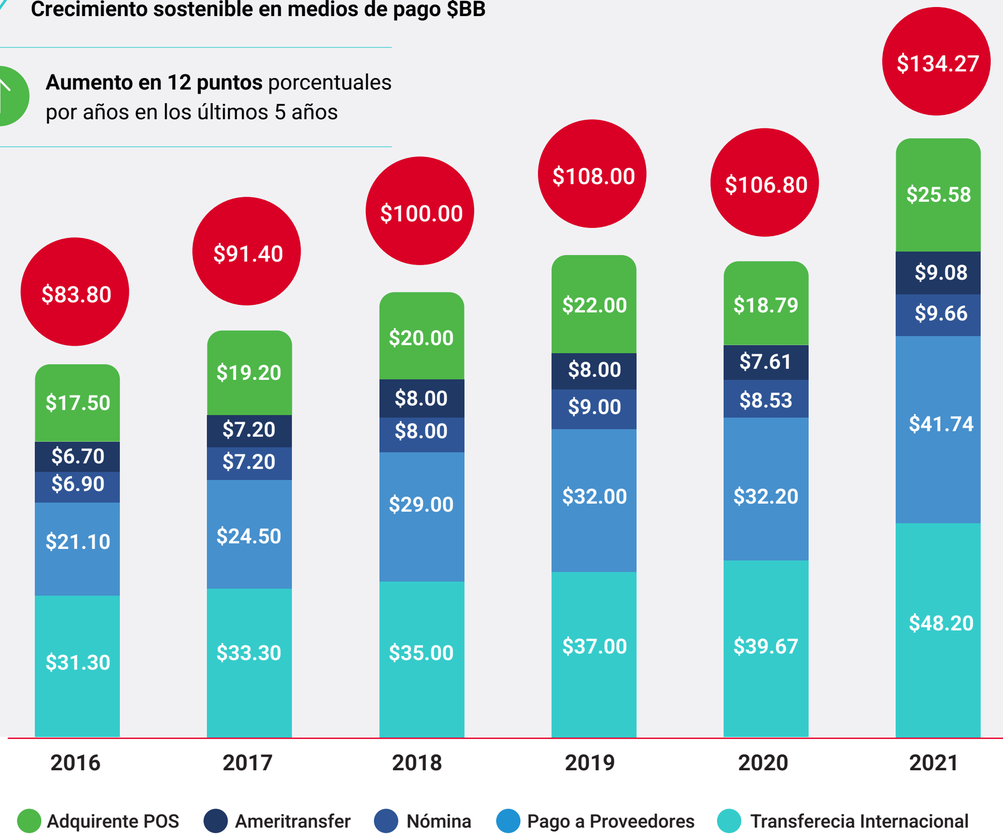
Estrategia de Medios de pago

Esta resiliencia durante la pandemia fue en gran medida el fruto de la estrategia central que se maneja a través de los medios de pago. Cada vez más, estamos percibiendo mayores fondos a través de nuestros POS, pago a proveedores, nómina, transferencias internacionales, entre otros.

Superamos los niveles pre pandémicos en un 24% tomando como punto de partida el cierre a diciembre 2019 y al cierre del 2021. Asimismo, tomando los últimos 5 años, hemos experimentado un crecimiento compuesto anual del 12%, lo que refleja la circularidad y crecimiento de los fondos dentro de BAC Credomatic.

Crecimiento sostenible en medios de pago $BB

Aumento en 12 puntos porcentuales por años en los últimos 5 años

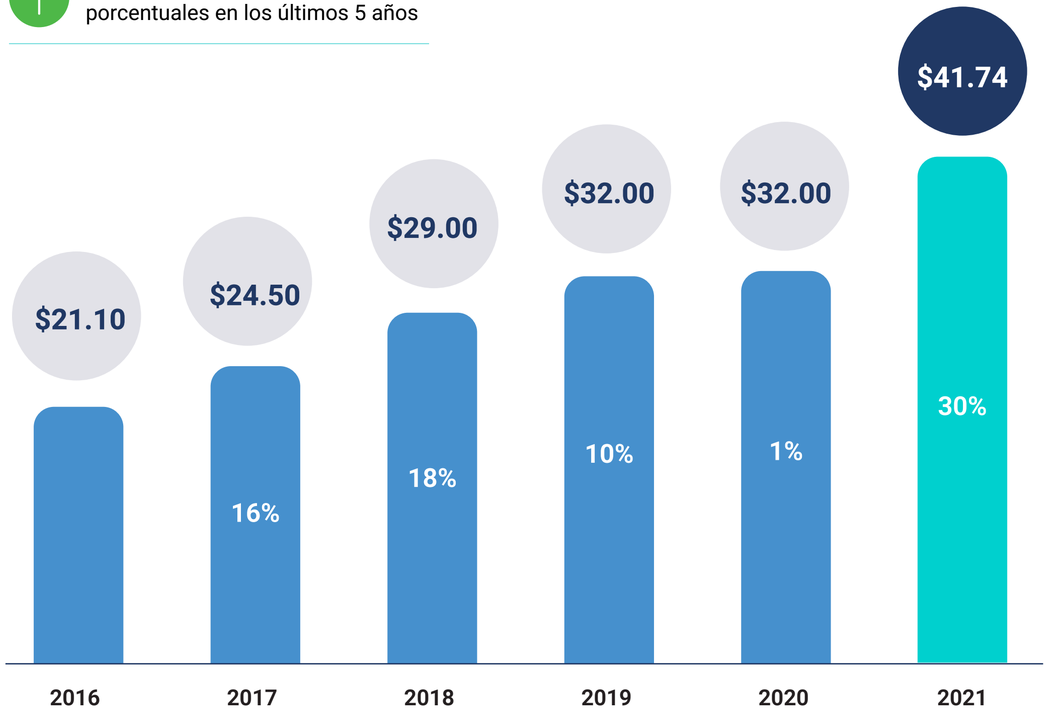


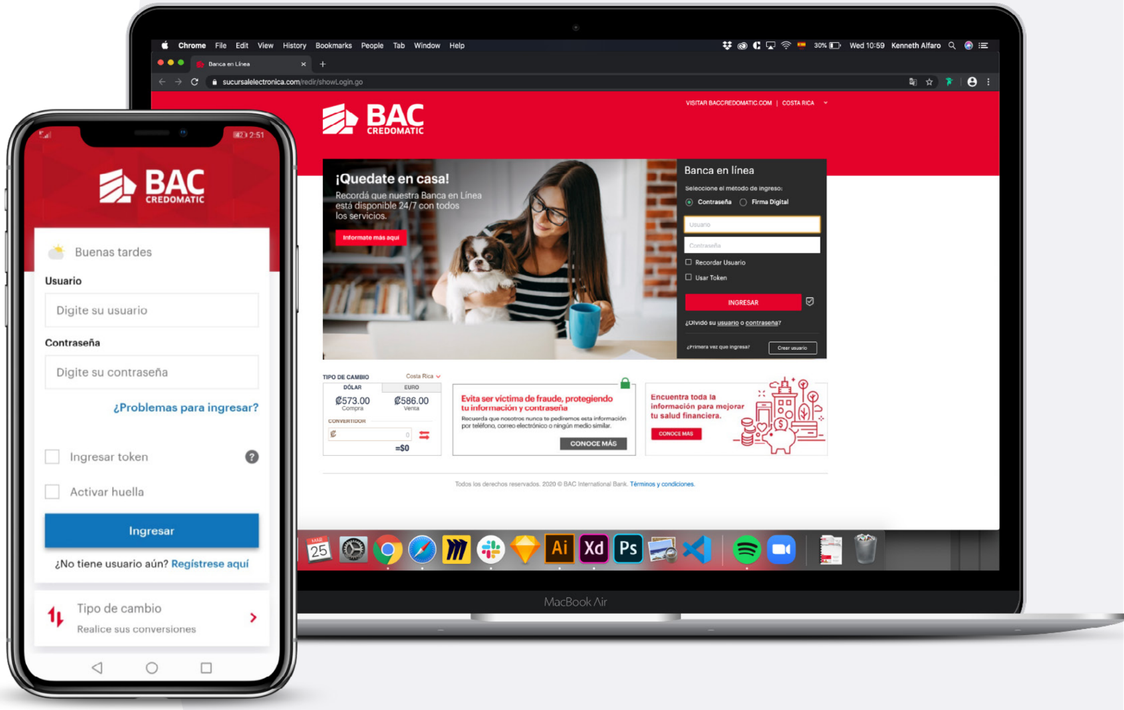
El cambio más relevante percibido fue en el pago a proveedores, potenciando la siguiente etapa de la transformación y superación de la crisis. Se observó un aumento significativo en el pago a proveedores con un crecimiento compuesto anual en 5 años de 14,6%. Además, solamente en el último año, experimentamos un crecimiento del 30% para un total de US$ 41.7 miles de millones.

Como resultado de la ejecución de nuestra estrategia en medios de pagos, innovación, servicios digitales y canales de servicio, hemos logrado la preferencia de nuestros clientes empresariales mostrando un crecimiento del 4% compuesto anual de diciembre 2019 a diciembre 2021 en cantidad de empleados pagados a través de BAC Credomatic.

Crecimiento Sostenible en medio de pago $BB

Aumento en 14.6 puntos porcentuales en los últimos 5 años





Gobierno **corporativo**

Estructura de la organización

Con el objetivo de salvaguardar los intereses de nuestra empresa, de nuestros accionistas y de nuestros clientes, en BAC establecimos una sólida estructura de gobierno conformada por Juntas Directivas, Alta Administración, Comités y entes de control que tienen alcance a nivel corporativo y en los países donde operamos, todo ello para ejercer supervisión sobre la gestión, monitorear la creación de valor y el uso eficiente de los recursos.

Nuestros órganos de gobierno corporativo son responsables de definir las principales políticas y estrategias del grupo, así como asegurar que la entidad opere con integridad, ética y en cumplimiento de las leyes y los reglamentos vigentes, para así mantener la excelente calidad de los servicios y productos que ofrecemos.

Las áreas de control conformadas por la Auditoría Interna y las áreas que supervisan la gestión de los distintos tipos de riesgo, son piezas clave en nuestro sistema de gobierno corporativo para garantizar nuestro compromiso de promover una cultura de cumplimiento, transparencia y gestión de riesgo en cada área de la organización.

La estructura de gobierno corporativo que conformamos se alínea con buenas prácticas internacionales y mantiene un profundo respeto de las regulaciones locales.

Junta Directiva Regional	**Es el órgano principal de administración, gestión y vigilancia de la entidad.**	• Da seguimiento al plan estratégico, aprueba políticas, dirige, evalúa, gestiona riesgos y vela por el cumplimiento de los valores de BAC. • Conformada por directores con amplia experiencia en la región centroamericana y la industria bancaria.
Equipo gerencial	**Ejecutan la estrategia y aseguran recursos para mantener altos estándares de calidad y cumplimiento.**	• **CEO:** Ejecutivo de más alto nivel en la organización. Diseña y dirige la estrategia y es el responsable de la gestión. • **Equipo gerencial local:** Gerente País, es responsable de administrar la operación local, la relación con entes reguladores y los clientes. • **Equipo gerencial regional:** Directores Regionales, administran la operación regional, evalúan y monitorean la gestión, proponen políticas y estándares.
Comités regionales	**Dan 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 estatutos de la entidad.**	• Auditoría • Gestión integral de riesgo • Cumplimiento • Activos y Pasivos (ALICO) • Crédito • Tecnología • Seguridad de la información • Riesgo Operacional • Compensación y Nombramientos
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 Directores de Junta Directiva Regional Asesores externos e invitados (según aplique)

Transparencia y ética

Gestión de conflictos de interés

BAC reconoce y respeta el derecho de los colaboradores, miembros de comités de gobierno corporativo y directores de Junta Directiva a participar en actividades extra laborales: financieras, comerciales y otras actividades afines, siempre y cuando sean legales y no provoquen conflictos con sus responsabilidades designadas en BAC.

Para asegurarse de evitar y gestionar los conflictos de interés, la Junta Directiva ha aprobado una Política Corporativa de Conflictos de Interés, cuyo propósito es determinar directrices generales para una adecuada identificación, revelación, administración y control de los conflictos de interés que surgen o pueden surgir en las operaciones que se realicen, incluidas aquellas que se realicen con recursos que provengan de la actividad de administración de recursos de terceros.

Anualmente todos nuestros colaboradores, miembros de comité de gobierno corporativo y directores de Junta Directiva, declaran los posibles conflictos de intereses por medio de un formulario en donde revelan la participación accionaria con proveedores y otros grupos de interés, las partes relacionadas, la afiliación de distintas juntas y otros.

En el caso de que Directores de la Junta Directiva o miembros de Comités de Gobierno Corporativo, se encontrasen en alguna situación en la que pudiere existir conflicto de interés respecto a sí mismos, lo hacen del conocimiento de los restantes integrantes del órgano del cual se trate y se retiran de la sesión mientras se discute el tema que origina el conflicto, dejando constancia en el acta de reunión de las acciones aprobadas y temas discutidos.

Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno

Anualmente generamos un Informe Anual de Labores de Órganos de Gobierno Corporativo el cual contempla un seguimiento al cumplimiento de periodicidad y participación según lo establecido en el Código de Gobierno Corporativo, mejoras y logros del periodo evaluado e incluye además los resultados de la Auto-Evaluación de Gestión, en la que los miembros de Comités y Juntas Directivas emiten su opinión por medio de un formulario que evalúa perspectivas sobre a) El desempeño individual del Director/Miembro b) El desempeño colectivo de la JD/Comité contemplando aspectos relacionados a la planificación, estructura y procedimientos de operación y el cumplimento de las funciones y prácticas de gobierno particulares de cada órgano.

Con ese informe, la Junta Directiva emite una opinión final, considerando los resultados y toma las decisiones que considere pertinentes, lo cual se documenta en el acta de la sesión.

Código de Integridad y Ética y Política Anticorrupción

En BAC trabajamos constantemente buscando mantener los más altos niveles de exigencia en cuanto a ética de la conducta empresarial. Guiados por el espíritu de la integridad queremos ir más allá del cumplimiento de la ley.

Nuestro Código de Conducta articula ese espíritu estableciendo una serie de principios generales por los que debe regirse la conducta de todos nuestros colaboradores, miembros de comités y directores de Junta, cada día y en todas partes.

Los principios generales en los que basamos nuestro actuar son los siguientes:

1. Cumplir la legislación aplicable y las normas que rigen nuestra conducta empresarial en todo mercado donde operemos. Ser sincero, justo y digno de confianza en todas las actividades y relaciones que realizamos.
2. Evitar los conflictos de intereses entre el trabajo y asuntos personales. Fomentar un ambiente en el que las prácticas de empleo justas se extiendan a todos los miembros que integran la diversa comunidad BAC.
3. Velar por crear un entorno de trabajo seguro y proteger el medio ambiente. A través del liderazgo, crear una cultura donde la conducta ética se reconozca y valore y en la que todos los colaboradores den ejemplo.

Asimismo, promovemos una cultura de transparencia y ética que es indispensable para la prevención, detección, investigación y erradicación de actividades ilícitas, por ello, estamos comprometidos con una política de cero tolerancia a la corrupción en cualquiera de sus modalidades.

Nuestra política anticorrupción se alinea a marcos de referencia internacionales, y aplica a cada una de las compañías donde operamos. Alcanza a todos los colaboradores, incluyendo al equipo gerencial y a los directores de todas las Juntas Directivas, así como a los terceros que prestan servicios a nuestra compañía, los cuales analizamos con una debida diligencia antes de su contratación.

Los principios anticorrupción son:

- Las donaciones y patrocinios que otorgamos están controlados, regulados por principios de transparencia e integridad y debidamente aprobados por la Junta Directiva.
- Nuestros colaboradores y directivos deben informar aquellas situaciones que contengan un posible conflicto de interés tan pronto como las perciban y antes de tomar cualquier decisión.
- No se permite realizar cualquier tipo de contribución pública o política en nombre de la Entidad o en nombre propio con recursos de la Entidad.
- Los obsequios o entretenimientos que se reciben de nuestros proveedores siempre deben ser razonables, tener un propósito legítimo y no deben crear un conflicto de intereses o la percepción de este.
- Nuestros colaboradores y directivos deben realizar sus negocios de manera justa, honesta, responsable y transparente; por lo tanto, todas las formas de corrupción, incluidos los pagos de facilitación, están estrictamente prohibidas.
- Nuestra línea ética está disponible para colaboradores, directivos y terceros. Cualquier queja se investiga cuidadosamente, asegurando las acciones apropiadas y el anonimato de los denunciantes.

En BAC nos aseguramos de que nuestros colaboradores, directores de Junta, proveedores y terceras partes intermediarias se mantenga informados y capacitados sobre las políticas anticorrupción. Además, mantenemos un monitoreo permanentemente operaciones que puedan representar riesgo.

Obligación de denunciar

Al estar comprometidos con los más altos estándares éticos en cada mercado donde operamos, prohibimos cualquier acoso, discriminación o represalia contra un colaborador, directivo o tercero que haya cumplido con la obligación de realizar una denuncia o que haya colaborado lícitamente y de buena fe, en una investigación interna o externa. La violación a esta política puede constituir una conducta grave que puede tener sanciones disciplinarias e incluso, ser causal de despido.

Promovemos que todo colaborador, incluyendo jefes, gerentes y directores, así como terceros que prestan servicios a nuestra compañía, manifiesten libremente sus preocupaciones sobre posibles prácticas ilegales o no éticas, en relación con las políticas internas, leyes o reglamentaciones aplicables.

Canales de denuncia

Ombudsperson

En BAC somos parte de las empresas líderes en el mundo que han implementado una figura de Ombusperson como opción para que los colaboradores puedan presentar inquietudes o denunciar situaciones que afecten el ambiente de trabajo.

Contamos con 24 ombudsperson en los países donde operamos: colaboradores capacitados constantemente en ese rol complementario a sus funciones diarias. Es tan relevante este canal para la organización, que existe un Foro Regional enfocado en definir líneas de trabajo para promover el uso del canal y fortalecer la cultura de transparencia en BAC.

Línea Ética BAC

Contamos con una Línea Ética por medio de la cual se pueden realizar denuncias de manera anónima. Esta línea es administrada por la Auditoría Corporativa y se encuentra a disposición del público en general y grupos de interés en nuestra página web de BAC, con el propósito de incentivar el cumplimiento de estándares éticos, así como prevenir potenciales eventos de fraude, malas prácticas y situaciones irregulares al interior de BAC y sus entidades vinculadas.

En el siguiente enlace se puede acceder:

https://www2.baccredomatic.com/es-cr/personas/linea-etica-bac-credomatic.

Gestión integral de riesgos

Resumen de resultados

BAC plantea desde la base de su estrategia corporativa, su compromiso con la gestión y control de los riesgos y promueve la cultura y responsabilidad compartida para todas las actividades y niveles de la organización. Gracias a ello, se han obtenido valiosos resultados en el cumplimiento de este objetivo estratégico.

Riesgo de liquidez y mercado

- Sólida posición de liquidez e inversiones, US$8.751 millones al cierre 2021.
- 31% del portafolio de inversiones y equivalentes de efectivo con vencimiento menor a 1 año.
- Se mantiene una posición larga en dólares con el fin de proteger el patrimonio ante fluctuaciones de las monedas locales.

Riesgo de crédito

- Crecimiento de cartera consolidada 7,2% superior respecto al promedio del sistema.
- Índice de mora más de 90 días en 1,4% a nivel corporativo.
- Índice de mora de más de 90 días a nivel corporativo, 114 puntos base por debajo del promedio del sistema.

Riesgo ambiental y social

- Durante 2021, 1.545 empresas analizadas, en seis países, al cierre de diciembre 2021
- $7.639 millones de cartera empresas bajo alcance SARAS

Riesgo operacional

- Mejora significativa en fraude emisor.
- Fortalecimiento de controles de monitoreo para la prevención y detección de transacciones fraudulentas. Creación de indicador de apetito monetario para seguimiento de pérdidas.
- Valoración de más de 608 controles de riesgos relevantes.

Riesgo país

- Para el año 2021, el indicador de Riesgo País mantuvo un comportamiento estable dentro de los límites regulatorios, tanto a nivel de grupo como el seguimiento de los límites de cada país.
- Se replicó el esquema de pruebas de tensión para el modelo de riesgo país, en cumplimiento con el Acuerdo 007-2018 de la Superintendencia de Bancos de Panamá. Los resultados fueron satisfactorios de acuerdo con el objetivo de la regulación, y los mismos se presentaron y aprobaron por el Comité Integral de Riesgos.

Riesgo de lavado de activos y financiamiento del terrorismo

- Se logró una notable mejoría en la gestión de países disminuyendo la brecha entre el país que mayor resultado obtuvo versus el país que menor resultado obtuvo en los indicadores del tablero.
- Se mantuvo una actualización periódica de los indicadores y se incluyeron nuevos rubros en respuesta de las oportunidades de mejora encontradas.

Riesgo reputacional

- Contratación de un nuevo proveedor de monitoreo y medición de la reputación del grupo financiero a nivel regional.
- Se implementó un Código Semántico que permite estandarizar la comunicación regional y local en cada uno de los países.
- Se fortaleció la comunicación con áreas relacionadas en la escucha digital con el fin de maximizar el análisis y realizar informes consolidados que permitan la toma de decisiones relevantes para la organización.

Estrategia COVID-19

La prolongación de la crisis mundial, asociada a la pandemia, ha dejado un gran número de enseñanzas donde la organización ha asumido un rol predominante en el fortalecimiento de las medidas preventivas para aminorar los efectos de la crisis y pese a que se registra una recuperación económica en la región, principalmente en el último trimestre, aún se mantiene la cautela necesaria en la prolongación de medidas responsables y efectivas ante las distintas amenazas que se presenten con nuevas variantes y repunte de casos de COVID-19.

Puntualmente, en BAC se siguen mantenido y reforzando los protocolos y políticas regionales para garantizar la continuidad de las operaciones y el giro normal del negocio ante cualquier situación, manteniendo un fuerte compromiso con los diferentes gobiernos en cada uno de los seis países donde opera.

Talento Humano

19.064
Colaboradores

Con la creación de "Foro Smart Gender Equality" hemos dado importantes pasos en la segregación de información por sexo, con lo cual hemos identificado y priorizado planes de trabajo para el cierre de brechas salariales y desarrollo para colaboradoras de alto potencial, con el objetivo de lograr equidad de género.

1.224 **BAC Latam**

1.930 **Nicaragua**

3.213 **Guatemala**

4.921 **Costa Rica**

2.059 **El Salvador**

2.237 **Panamá**

3.440 **Honduras**

40 **Miami**

55% **Mujeres**

45% **Hombres**

34 años
Edad promedio

6 años
Promedio de antigüedad

79% Porcentaje de colaboradores que se encuentran dentro de la generación Y y Z

55% **Colaboradores son mujeres**

50% **Posiciones de liderazgo** ocupadas por mujeres

76% **Gerentes de nuestras sucursales** son mujeres

50% **Planes de sucesión** que tienen a una mujer como candidata

11% **Porcentaje de brecha salarial.** Contamos con un plan en marcha para eliminarla

Premios y **reconocimientos**

	HECHO DESTACADO	DESCRIPCIÓN
Euromoney	• **Best Bank, Central America and Caribbean** • **Best Bank, Costa Rica** • **Best Bank, Honduras** • **Best Bank, Panamá** • **Best Bank for Corporate Responsibility, Latin America**	Por séptimo año consecutivo, Euromoney premia a BAC como la “Mejor Institución Financiera de Centroamérica y el Caribe”, mejor banco de Costa Rica, mejor banco de Honduras y mejor banco de Panamá, por su crecimiento sostenido y por su posición como el banco más importante de la región. Además, BAC recibió el premio en la categoría de mejor banco en responsabilidad corporativa a nivel latinoamericano, gracias a la gestión realizada durante el 2021.
Latin Finance	• **Bank of the Year, Central America** • **Bank of the Year, Panamá** • **Bank of the Year, SMEs**	LatinFinance reconoce anualmente la excelencia de las instituciones en la prestación de servicios financieros en América Latina y el Caribe, las cuales son elegidas tras un riguroso y exhaustivo proceso de selección. Por cuarta vez consecutiva, BAC, se hace un lugar entre los mejores bancos de la región y mejor banco de Panamá. El reconocimiento es otorgado a la institución por su sobresaliente desempeño en la prestación de servicios minoristas, comerciales y de inversión en la región. Además, por primera vez, BAC obtiene el reconocimiento de mejor banco para Pymes a nivel latinoamericano.
World Finance	• **Best Consumer Digital Bank – Panamá, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Honduras, Guatemala** • **Best Mobile Banking Application - Panamá, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Honduras, Guatemala**	Por tercer año consecutivo, World Finance premia a BAC en cada uno de sus seis países, en las categorías de mejor banco digital y mejor aplicación móvil. World Finance reconoce la cultura de innovación del banco y premia el compromiso de BAC con sus clientes al ofrecer experiencias cada vez más personales y digitales con la apertura de las nuevas sucursales en la región, con un modelo “cliente-céntrico”.
International Investor	• **Bank of the Year – LATAM** • **Best Covid 19 Relief & Support Program – Costa Rica**	Como parte de sus premios primavera 2021, la revista británica International Investor otorgó a BAC un reconocimiento en las categorías: banco del año a nivel de Latinoamérica y mejor programa de apoyo frente al COVID-19 en Costa Rica. La prestigiosa revista otorga premios a las empresas que se mantienen constantes en la prestación de un servicio de primera clase, por su rendimiento e innovación.

Premios y **reconocimientos**

	HECHO DESTACADO	DESCRIPCIÓN
Global Finance	• **Best Bank – Central America and Caribbean** • **Best Bank – Costa Rica** • **Best Bank – Honduras** • **Best Bank – Panamá**	En la entrega de los 28º premios anuales en los que la revista reconoce a los mejores bancos del mundo, Global Finance reconoció a BAC como el mejor banco de Centroamérica y el Caribe, mejor banco de Costa Rica (por segundo año consecutivo), mejor banco de Honduras y mejor banco de Panamá.
Global Banking & Finance Review	• **Banking Brand of the Year – Central America** • **Best Bank for Digital Banking Services – Central America** • **Most Innovative Retail Banking App – Central America**	BAC fue reconocido como mejor marca de banca de Centroamérica, mejor banca digital de Centroamérica y mejor app móvil bancaria de Centroamérica. Los galardones reconocen al banco por su innovación en iniciativas de mercadeo y principios de branding, por su transformación digital y por la experiencia digital que se le ofrece al cliente.
The European	• **Bank of the Year – Costa Rica** • **Best Bank for Financial Inclusion –Costa Rica** • **Innovative Digital Bank of the Year – Central** • **America & Caribbean**	BAC fue galardonado por la revista The European con los reconocimientos de: banco del año en Costa Rica, mejor banco para la inclusión en Costa Rica y banco del año en innovación en banca digital en Centroamérica y el Caribe. La institución fue nominada en estas categorías por los suscriptores de la revista a nivel mundial, por ser una entidad que se destaca en su gestión y ser un pilar de la economía local y regional.
Revista Summa	• **Best CSR Bank – Costa Rica** • **Best CSR Bank –Honduras** • **Best Digital Bank – Central America** • **Best Digital Bank – El Salvador** • **Best SME Bank – Guatemala** • **Best SME Bank – Panamá** • **Best Corporate Bank – Nicaragua**	Por primera vez, World Economic Magazine reconoce a BAC como mejor banco digital de Centroamérica. Además, a nivel local, la revista galardonó al banco en varias dimensiones incluyendo: mejor banco en Responsabilidad Social Corporativa en Costa Rica y Honduras, mejor banco digital en El Salvador, mejor banco para pymes en Guatemala y Panamá y mejor banco corporativo en Nicaragua.

BAC HOLDING INTERNATIONAL CORP. Y SUBSIDIARIA

(Panamá, República de Panamá)

Estado Consolidado de Situación Financiera

Al 31 de diciembre de 2021

(Cifras en dólares de E.U.A.)

Activos	Nota	2021	2020
Efectivo y efectos de caja		741,723,863	729,239,556
Valores comprados bajo acuerdos de reventa	5, 9	104,223,985	21,227,306
Depósitos en bancos:			
A la vista		3,726,058,461	4,203,096,402
A plazo		643,246,845	1,013,944,630
Total de depósitos en bancos		4,369,305,306	5,217,041,032
Total de efectivo, efectos de caja y depósitos en bancos	8	5,215,253,154	5,967,507,894
Inversiones en valores	5, 10	3,583,046,309	3,948,885,846
Préstamos	5, 11	18,660,407,604	20,354,233,806
Provisión para pérdidas en préstamos	5	(647,099,050)	(697,819,096)
Préstamos a costo amortizado		18,013,308,554	19,656,414,710
Propiedades, mobiliario, equipos y mejoras	12	510,579,672	661,554,049
Obligaciones de clientes por aceptaciones		2,370,047	197,565,833
Otras cuentas por cobrar	5	262,033,068	301,914,302
Provisión para otras cuentas por cobrar	5	(8,177,092)	(6,964,522)
Plusvalía y activos intangibles	13	1,586,428,353	1,673,398,033
Impuesto sobre la renta diferido	27	62,805,912	92,724,379
Otros activos	14	101,126,412	152,197,800
Total de activos		29,328,774,389	32,645,198,324

El estado consolidado de situación financiera debe ser leído en conjunto con las notas que forman parte integral de los estados financieros consolidados.

Pasivos y Patrimonio	Nota	2021	2020
Pasivos:			
Depósitos de clientes:			
A la vista		8,375,436,472	8,114,873,415
Ahorros		4,998,233,421	4,605,502,356
A plazo fijo		8,523,506,677	10,531,530,114
Total de depósitos de clientes	15	21,897,176,570	23,251,905,885
Valores vendidos bajo acuerdos de recompra		38,945,625	41,920,772
Obligaciones financieras	16	2,409,263,060	2,645,123,010
Otras obligaciones financieras	17	711,656,253	1,246,357,650
Pasivos por arrendamientos	18	157,179,806	217,371,346
Aceptaciones pendientes		2,370,047	197,565,833
Impuesto sobre la renta por pagar		48,285,777	58,376,143
Impuesto sobre la renta diferido	27	95,576,375	83,964,688
Otros pasivos	19	639,850,522	640,139,577
Total de pasivos		26,000,304,035	28,382,724,904
Patrimonio:			
Acciones comunes	20	2,865,394,737	2,865,394,737
Utilidades no distribuidas		793,600,001	1,666,257,570
Otros resultados integrales	21	(331,045,617)	(279,663,595)
Total de patrimonio de los accionistas de la Compañía controladora		3,327,949,121	4,251,988,712
Participación no controladora		521,233	10,484,708
Total del patrimonio		3,328,470,354	4,262,473,420
Compromisos y contingencias	28		
Total de pasivos y patrimonio		29,328,774,389	32,645,198,324

BAC HOLDING INTERNATIONAL CORP. Y SUBSIDIARIA
(Panamá, República de Panamá)

Estado Consolidado de Resultados

Por el año terminado el 31 de diciembre de 2021

(Cifras en dólares de E.U.A.)

	Nota	2021	2020
Ingresos por intereses:			
Depósitos en bancos		9,874,829	19,424,599
Inversiones a VRCOUI		165,582,421	138,594,821
Préstamos		1,692,112,264	1,769,216,103
Total de ingresos por intereses		1,867,569,514	1,927,235,523
Gastos por intereses			
Depósitos de clientes		470,392,774	511,002,452
Obligaciones financieras		61,491,714	95,144,661
Otras obligaciones financieras		65,700,772	49,776,432
Valores vendidos bajo acuerdos de recompra		869,322	953,233
Pasivos por arrendamientos		8,839,474	11,056,767
Total de gastos por intereses		607,294,056	667,933,545
Ingreso neto de intereses		1,260,275,458	1,259,301,978
Gasto por provisión para pérdidas en préstamos e intereses	5	344,625,539	451,578,905
Gasto por riesgo de crédito de inversiones y depósitos a plazo	5	4,435,285	15,604,498
Gasto por provisión para pérdidas en cuentas por cobrar	5	2,349,983	2,989,367
Ingreso neto de intereses después de provisiones		908,864,651	789,129,208
Otros ingresos (gastos):			
Ganancias en instrumentos financieros, neta	22	69,085,532	40,031,037
Cargos por servicios	23	402,365,918	390,277,856
Comisiones y otros cargos, neto		196,222,322	176,122,440
Ganancia en cambio de monedas, neto		153,457,259	167,081,116
Deterioro en bienes disponibles para la venta		(227,374)	(64,177)
Otros ingresos	24	57,332,908	50,381,126
Total de otros ingresos, neto		878,236,565	823,829,398
Gastos generales y administrativos:			
Salarios y beneficios a empleados	25	501,767,854	519,540,335
Depreciación y amortización		117,434,326	127,566,451
Administrativos		89,747,582	80,833,882
Alquileres y gastos relacionados		31,067,312	34,489,990
Otros gastos	26	467,578,914	413,369,439
Total de gastos generales y administrativos		1,207,595,988	1,175,800,097
Utilidad antes de impuesto sobre la renta		579,505,228	437,158,509
Impuesto sobre la renta corriente	27	(136,443,939)	(135,376,119)
Impuesto sobre la renta diferido	27	(12,071,110)	3,610,590
Utilidad neta de operaciones continuadas		430,990,179	305,392,980
Ganancia procedente de actividades descontinuadas, neto de impuesto sobre la renta	34	17,333,593	5,514,644
Utilidad neta		448,323,772	310,907,624
Utilidad neta atribuible a:			
Participación controladora		448,274,849	310,843,990
Participación no controladora		48,923	63,634
		448,323,772	310,907,624

El estado consolidado de resultados debe ser leído en conjunto con las notas que forman parte integral de los estados financieros consolidados.

BAC HOLDING INTERNATIONAL CORP. Y SUBSIDIARIA
(Panamá, República de Panamá)

Estado Consolidado de Utilidades Integrales

Por el año terminado el 31 de diciembre de 2021

(Cifras en dólares de E.U.A.)

	2021	2020
Utilidad neta	448,323,772	310,907,624
Otros resultados integrales:		
Partidas que no serán reclasificadas al estado consolidado de resultados		
Plan de beneficios a empleados - cambio en efecto actuarial	(3,105,437)	(1,473,690)
Cambio neto en valor razonable de acciones comunes	(760,321)	(1,161,309)
Partidas que son o pueden ser reclasificadas al estado consolidado de resultados		
Conversión de operaciones en moneda extranjera	(52,352,065)	(88,385,503)
Valuación de inversiones al VRCOUI:		
Monto neto transferido a resultados	(55,902,949)	(37,753,404)
Cambio neto en valor razonable	54,945,167	35,527,778
Cambio neto en coberturas de flujo de efectivo	(1,158,697)	1,158,696
Cambio neto en derivados al valor razonable	1,730,325	1,463,560
Otros resultados integrales	(56,603,977)	(90,623,872)
Utilidades integrales	391,719,795	220,283,752
Utilidades integrales atribuibles a:		
Participación controladora	391,758,163	220,175,317
Participación no controladora	(38,368)	108,435
	391,719,795	220,283,752

El estado consolidado de utilidades integrales debe ser leído en conjunto con las notas que forman parte integral de los estados financieros consolidados.

BAC HOLDING INTERNATIONAL CORP. Y SUBSIDIARIA
(Panamá, República de Panamá)

Estado Consolidado de Cambios en el Patrimonio

Por el año terminado el 31 de diciembre de 2021

(Cifras en dólares de E.U.A.)

	Atribuible a la participación controladora de la Compañía					
	Acciones comunes	Utilidades no distribuidas	Otras pérdidas integrales	Total participación controladora	Participación no controladora	Total
Balance al 1 de enero de 2020	2,865,394,737	1,736,845,314	(192,169,805)	4,410,070,246	947,174	4,411,017,420
Utilidad neta	0	310,843,990	0	310,843,990	63,634	310,907,624
Otros resultados integrales:						
Conversión de operaciones en moneda extranjera	0	0	(88,381,167)	(88,381,167)	(4,336)	(88,385,503)
Cambios netos en valuación de inversiones al VRCOUI						
Monto neto transferido a resultados	0	0	(41,751,239)	(41,751,239)	3,997,835	(37,753,404)
Cambio neto en valor razonable	0	0	39,377,968	39,377,968	(3,850,190)	35,527,778
Plan de beneficios a empleados - cambio en efecto actuarial	0	0	(1,473,772)	(1,473,772)	82	(1,473,690)
Cambio neto en valor razonable de acciones comunes			(1,051,419)	(1,051,419)	(109,890)	(1,161,309)
Cambio neto en coberturas de flujo de efectivo			1,153,703	1,153,703	4,993	1,158,696
Cambio neto en derivados al valor razonable	0	0	1,457,253	1,457,253	6,307	1,463,560
Total de otros resultados integrales	0	0	(90,668,673)	(90,668,673)	44,801	(90,623,872)
Total de resultados integrales	0	310,843,990	(90,668,673)	220,175,317	108,435	220,283,752
Combinaciones de negocios	0	0	0	0	125,282,341	125,282,341
Transacciones con los propietarios de la Compañía						
Transacciones entre la Compañía y la participación no controladora						
Reorganización de la Compañía controladora	0	0	0	0	(465,861)	(465,861)
Compra participación no controladora	0	0	0	0	(13,346,885)	(13,346,885)
Ajuste períodos anteriores - adopción NIIF9	0	(3,174,883)	3,174,883	0	0	0
Redención de acciones preferentes	0	0	0	0	(102,000,000)	(102,000,000)
Impuesto complementario	0	0	0	0	(8,100)	(8,100)
Contribuciones y distribuciones:						
Dividendos declarados	0	0	0	0	(4,044)	(4,044)
Dividendos pagados	0	(375,136,388)	0	(375,136,388)	(28,352)	(375,164,740)
Traslado de dividendos preferentes	0	(3,120,463)	0	(3,120,463)	3,120,463	0
Pago de dividendos preferentes	0	0	0	0	(3,120,463)	(3,120,463)
Total de transacciones con los propietarios de la Compañía	0	(381,431,734)	3,174,883	(378,256,851)	(115,853,242)	(494,110,093)
Balance al 31 de diciembre de 2020	2,865,394,737	1,666,257,570	(279,663,595)	4,251,988,712	10,484,708	4,262,473,420
Balance al 1 de enero de 2021	2,865,394,737	1,666,257,570	(279,663,595)	4,251,988,712	10,484,708	4,262,473,420
Utilidad neta	0	448,274,849	0	448,274,849	48,923	448,323,772
Otros resultados integrales:						
Conversión de operaciones en moneda extranjera	0	0	(52,345,795)	(52,345,795)	(6,270)	(52,352,065)
Cambios netos en valuación de inversiones al VRCOUI						
Monto neto transferido a resultados	0	0	(55,872,312)	(55,872,312)	(30,637)	(55,902,949)
Cambio neto en valor razonable	0	0	54,997,755	54,997,755	(52,588)	54,945,167
Plan de beneficios a empleados - cambio en efecto actuarial	0	0	(3,105,206)	(3,105,206)	(231)	(3,105,437)
Cambio neto en valor razonable de acciones comunes	0	0	(760,292)	(760,292)	(29)	(760,321)
Cambio neto en coberturas de flujo de efectivo	0	0	(1,153,704)	(1,153,704)	(4,993)	(1,158,697)
Cambio neto en derivados al valor razonable	0	0	1,722,868	1,722,868	7,457	1,730,325
Total de otros resultados integrales	0	0	(56,516,686)	(56,516,686)	(87,291)	(56,603,977)
Total de resultados integrales	0	448,274,849	(56,516,686)	391,758,163	(38,368)	391,719,795
Transacciones con los propietarios de la Compañía						
Transacciones entre la Compañía y la participación no controladora						
Reorganización de entidades bajo control común	0	0	0	0	(2,514)	(2,514)
Movimiento por escisión	0	(459,855,877)	5,134,664	(454,721,213)	(9,964,827)	(464,686,040)
Variación utilidad en participación no controladora por escisión	0	0	0	0	52,916	52,916
Compra participación no controladora	0	0	0	0	0	0
Impuesto complementario	0	0	0	0	(10)	(10)
Contribuciones y distribuciones:						
Dividendos declarados	0	(288,411,489)	0	(288,411,489)	0	(288,411,489)
Dividendos pagados	0	(572,665,052)	0	(572,665,052)	(10,672)	(572,675,724)
Total de transacciones con los propietarios de la Compañía	0	(1,320,932,418)	5,134,664	(1,315,797,754)	(9,925,107)	(1,325,722,861)
Balance al 31 de diciembre de 2021	2,865,394,737	793,600,001	(331,045,617)	3,327,949,121	521,233	3,328,470,354

El estado consolidado de cambios en el patrimonio debe ser leído en conjunto con las notas que forman parte integral de los estados financieros consolidados.

BAC HOLDING INTERNATIONAL CORP. Y SUBSIDIARIA
(Panamá, República de Panamá)

Estado Consolidado de Flujos de Efectivo

Por el año terminado el 31 de diciembre de 2021

(Cifras en dólares de E.U.A.)

	Nota	2021	2020
Flujos de efectivo de las actividades de operación:			
Utilidad neta		448,323,772	310,907,624
Ajustes para conciliar la utilidad neta y el efectivo de las actividades de operación:			
Depreciación y amortización		86,389,828	91,333,925
Depreciación por derecho de uso		31,044,498	36,232,526
Provisión para pérdidas en préstamos	5	344,625,539	451,578,905
Provisión por riesgo de crédito de inversiones y depósitos en bancos	5	4,435,285	15,604,498
Provisión para pérdidas en cuentas por cobrar		2,349,983	2,989,367
Deterioro de bienes disponibles para la venta		227,374	64,177
Provisión para pérdidas en compromisos no desembolsados		968,493	(93,411)
Ingreso de intereses, neto		(1,260,275,458)	(1,259,301,978)
Ganancia en instrumentos financieros, neta	22	(69,085,532)	(40,031,037)
Pérdida neta en venta y descarte de propiedad y equipo		1,303,569	408,468
Pérdida neta en venta y descarte de intangibles		2,336,333	868,412
Ganancia en venta de bienes disponibles para la venta		(8,462,497)	(4,257,632)
Dividendos ganados sobre inversiones en valores		(1,365,295)	(1,997,060)
Gasto de impuesto sobre la renta		148,515,049	131,765,529
Cambios en activos y pasivos de operación:			
Depósitos con vencimiento original mayor a 90 días		17,353,058	(112,340,058)
Inversiones en valores		7,123,530	7,417,784
Préstamos		(2,122,385,388)	(853,889,574)
Otras cuentas por cobrar		(42,054,666)	(20,657,344)
Otros activos		(24,869,581)	12,991,397
Depósitos de clientes		1,797,412,437	3,799,782,173
Valores comprados bajo acuerdos de recompra		15,273,807	(7,446,150)
Otros pasivos		172,145,620	(241,349,692)
Operación descontinuada		(12,283,573)	167,693,281
Efectivo generado de operaciones:			
Intereses recibidos		1,846,121,077	1,749,318,521
Intereses pagados		(610,324,651)	(661,706,222)
Dividendos recibidos		(1,634,705)	1,997,060
Impuesto sobre la renta pagado		(142,557,469)	(134,616,618)
Efectivo neto provisto por las actividades de operación		630,650,437	3,443,266,871
Flujos de efectivo de las actividades de inversión:			
Producto de la venta de inversiones en valores		1,177,225,592	740,222,741
Vencimientos y prepagos de inversiones en valores		2,629,970,286	1,167,118,557
Compra de inversiones en valores		(4,407,856,941)	(2,584,685,639)
Compras de propiedad y equipo		(70,449,481)	(62,126,889)
Producto de la venta de propiedad y equipo		6,770,045	657,171
Adquisición de activos intangibles		(23,529,043)	(29,752,492)
Producto de la venta de bienes disponibles para la venta		28,183,645	19,824,755
Efectivo pagado en adquisición de negocios, neto de efectivo recibido		0	(308,995,748)
Efectivo neto utilizado en las actividades de inversión		(659,685,897)	(1,057,737,544)
Flujos de efectivo de las actividades de financiamiento:			
Producto de obligaciones		2,131,337,349	2,322,401,924
Pago de obligaciones		(1,774,908,224)	(2,073,977,753)
Producto de otras obligaciones		22,862,012	31,462,204
Pago de otras obligaciones		(57,776,671)	(125,577,249)
Pago de arrendamientos financieros		12,952,405	(39,829,682)
Dividendos		(861,087,213)	(378,285,203)
Reorganización de entidades bajo control común		(48)	0
Operaciones descontinuadas, neto de efectivo		(121,794,441)	(171,455,789)
Adquisición de participación no controladora		0	(13,346,885)
Efectivo neto utilizado en las actividades de financiamiento		(648,414,831)	(448,608,433)
Efecto por fluctuación de las tasas de cambio sobre el efectivo mantenido		(101,016,180)	(104,360,727)
(Disminución) aumento neto en efectivo y equivalentes de efectivo		(778,466,471)	1,832,560,167
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del año		5,904,018,802	4,071,458,635
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del año	8	5,125,552,331	5,904,018,802

El estado consolidado de flujos de efectivo debe ser leído en conjunto con las notas que forman parte integral de los estados financieros consolidados.

BAC
HOLDING CORP