

MEMORIA
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
2007

Mensaje de nuestro Presidente y nuestro CEO3

Quiénes somos7

Perfil de la Red Financiera BAC | Credomatic10

BAC | Credomatic en cifras18

Nuestra Política de RSC19

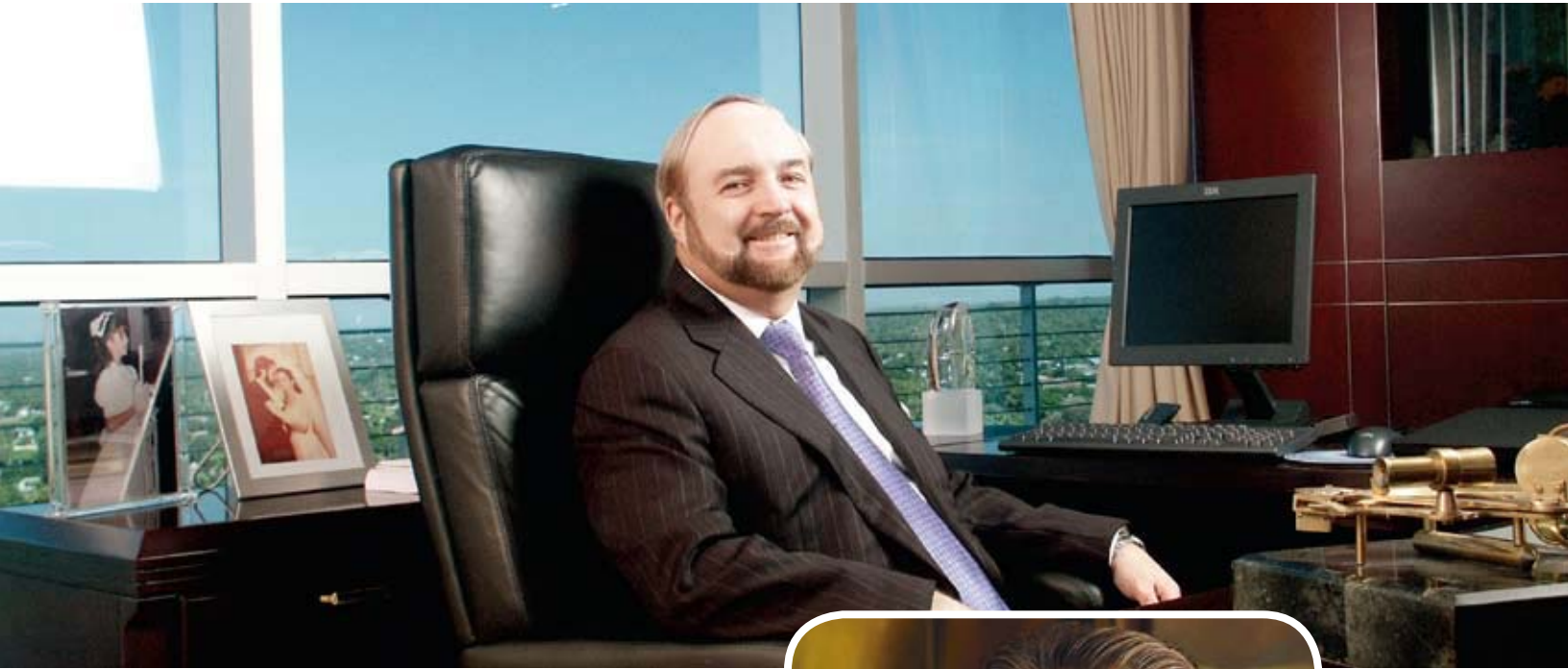
Dimensión Económica27

Dimensión Humana43

Dimensión Social53

Dimensión Ambiental69

Gobierno Corporativo79



Carlos Pellas
Presidente de la Junta Directiva de BAC International Bank
Chairman of the Board of Directors BAC International Bank



Ernesto Castegnaro
Presidente y CEO de BAC International Bank
President & CEO BAC International Bank

MENSAJE DE NUESTRO PRESIDENTE Y NUESTRO CEO

En BAC Credomatic entendemos la Responsabilidad Social Corporativa como la sostenibilidad de nuestra interacción con clientes, colaboradores, accionistas, proveedores, comunidades y medio ambiente donde operamos.

En ese sentido, nuestras acciones se desenvuelven en el campo económico y financiero, en el campo social y humano así como en el área del medio ambiente.

Nuestras actividades en el otorgamiento de crédito y en la facilitación de los medios de pago, tanto entre nuestros clientes como entre los clientes de ellos mismos, son sin duda alguna un motor importante para el crecimiento económico, para el aumento del empleo y para la generación de riqueza en las comunidades que servimos.

Nuestro accionar en esos campos con nuevos productos y servicios orientados a satisfacer y anticipar las necesidades de nuestros clientes, contribuyen diariamente con la modernización de los sistemas financieros y con el desarrollo integral de la Región.

Entendemos que cada día interactuamos de manera más intensa, frecuente y cercana con nuestros clientes a través de los servicios que les ofrecemos durante las 24 horas del día, todos los días del año.

Pretendemos de esa forma simplificar la vida a nuestros clientes, colaboradores y accionistas, así como la de los usuarios de nuestros servicios.

Entendemos que existen desigualdades y desequilibrios en el ambiente en que nos desenvolvemos.

Por esa razón apoyamos en nuestro diario accionar el financiamiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.

Por esa razón, también apoyamos con financiamiento sostenible a grupos sociales que tradicionalmente han estado bastante desatendidos en nuestra Región.

Entendemos que las desigualdades en educación son una de las fuentes principales de las diferencias sociales.

Por esa razón apoyamos la educación a través de contribuciones a centros educativos en la Región Centroamericana, así como a través del diseño y producción de materiales didácticos en el campo de las finanzas personales y familiares, que contribuyen a una formación más integral de nuestros jóvenes.

Entendemos que el mundo enfrenta desequilibrios ambientales de características alarmantes.

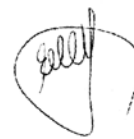
Por esa razón diseñamos formas de operar y de convivir con nuestros semejantes de manera más amigable con la naturaleza a través, no sólo de elementos de diseño de oficinas, sino que también de nuestros programas de ahorro en el consumo de agua, energía y papel.

Estamos abiertos a considerar cualquier trabajo conjunto y coordinado con ONGs cuyos objetivos estén alineados con nuestra Política Corporativa de Responsabilidad Social en la Región donde operamos.

Pretendemos con nuestros esfuerzos y con los de quienes nos quieran apoyar en esta gran tarea, contribuir con la creación de un mundo mejor para todos.



Carlos Pellas
Chairman of the Board



Ernesto Castegnaro
Chief Executive Officer



Presentamos seguidamente nuestra Memoria Corporativa de Responsabilidad Social, como la primera de una serie que estaremos actualizando anualmente, con el objetivo de rendir cuentas a nuestros grupos de interés, sobre los principales avances y logros en esta materia.



Quienes Somos

La Red Financiera BAC | Credomatic dio inicio en 1952 en Nicaragua con el establecimiento del Banco de América, impulsado por un grupo de socios de ese país bajo el liderazgo de la familia Pellas.

A partir de los 70's la empresa empezó un proceso de expansión a las otras naciones centroamericanas, mediante la construcción de alianzas con socios de cada país que hicieron aportes para su desarrollo a escala local. Así, paulatinamente se abrieron servicios de tarjeta de crédito e intermediación financiera en El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Honduras y Panamá.

Para el año 2000 BAC | Credomatic Network contaba ya con bancos en toda la región, incluyendo operaciones de tarjeta de crédito, puestos de bolsa, seguros, administradoras de fondos de pensión e inversión, arrendamientos y otros servicios financieros. Todo esto apoyado por el BAC Florida Bank, entidad bancaria estadounidense, que forma parte de la Red Financiera operando bajo las leyes de Estados Unidos.

En el año 2004, como parte del crecimiento de la organización, se inician operaciones en México ofreciendo servicios en la emisión de tarjetas de crédito.

En 2005 BAC | Credomatic Network llega a un acuerdo por medio del cual GE Capital, a través de una subsidiaria, adquiere el 49.99% del capital de la empresa holding de BAC International Bank. Esta nueva alianza permitirá a ambas partes, GE Consumer Finance y BAC | Credomatic Network, ofrecer productos más sofisticados al creciente mercado de Servicios Financieros en la región.

En paralelo con sus acciones de ampliación y crecimiento, la Red Financiera BAC | Credomatic ha venido asumiendo una serie de prácticas responsables que aseguran la mayor transparencia, solidez y rentabilidad de sus operaciones, en beneficio de sus socios y demás grupos de interés. Algunas de estas se describen seguidamente.

Nuestra Misión

Facilitar con excelencia el intercambio y el financiamiento de bienes y servicios a nuestros clientes de la región donde operamos, a través de medios de pago y soluciones financieras innovadoras y rentables que contribuyan a mejorar su calidad de vida, así como la de nuestros colaboradores y accionistas.



Nuestra Visión

El Grupo BAC | Credomatic, se propone ser la mejor opción financiera de la región donde opera, en función de su liderazgo en el desempeño financiero, la calidad de sus productos y servicios y sus competencias distintivas en tecnología, administración de recursos y medios de pago.

En la persecución de este objetivo, el Grupo cuenta con un equipo profesional y creativo, apasionadamente comprometido con la excelencia, que se rige por principios éticos y actúa con claro sentido de prudencia financiera.

A fin de satisfacer las necesidades de sus clientes las empresas del Grupo BAC | Credomatic operan bajo un enfoque unitario regional, promueven una cultura de alineamiento organizacional y se miden por estándares de instituciones financieras de clase mundial.

Nuestros Valores

Bajo el lema: “Valores como los Tuyos”, contamos con una serie de valores corporativos para mejorar en forma constante nuestra actitud de servicio:

- **Mejoramiento Continuo**

Buscamos la excelencia en todo lo que somos y hacemos.

- **Respeto a las Personas**

Garantizamos justicia y equidad a todos los clientes, internos y externos.

- **Humildad y Espíritu de Servicio**

Necesitamos de estas cualidades para que nuestro trabajo sea cada vez mejor.

- **Disciplina**

Es un factor primordial en el cumplimiento de nuestros objetivos.

- **Integridad**

Debemos mantener nuestra integridad en todos nuestros actos.

- Confiabilidad

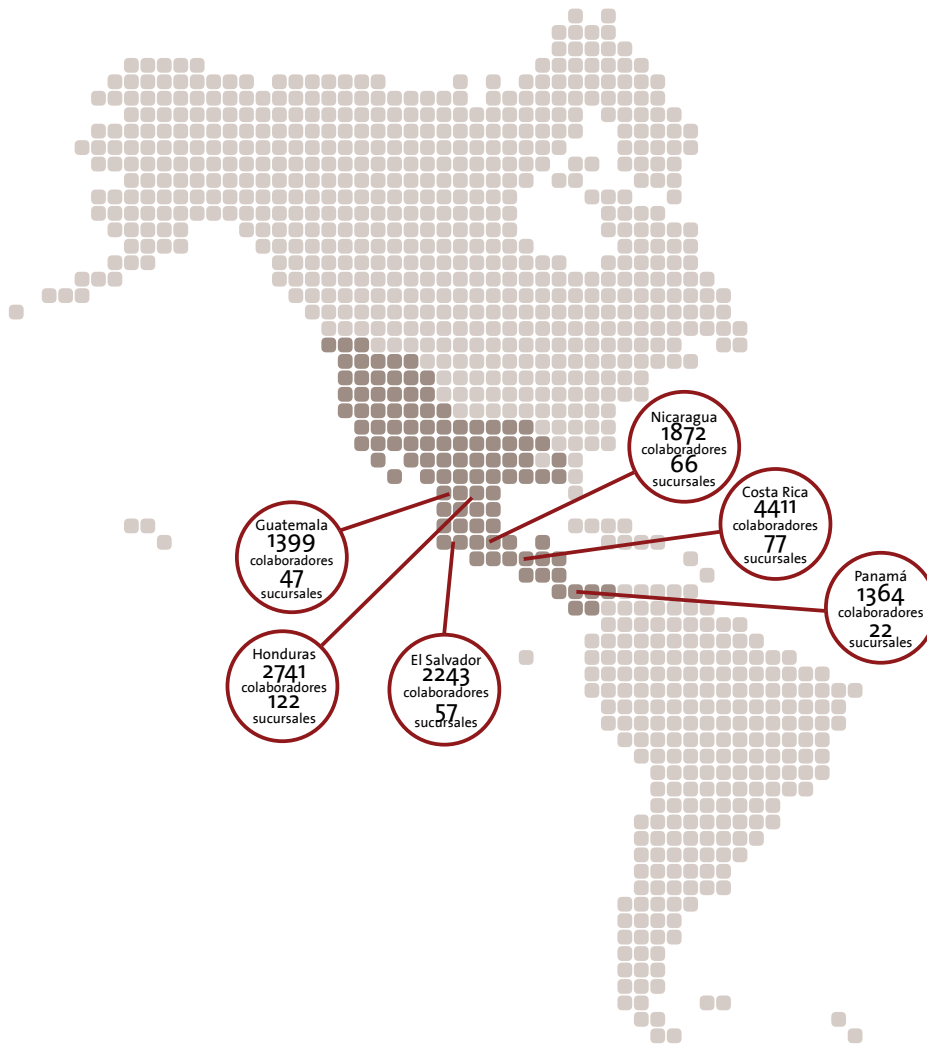
Debemos generar confianza y certeza en todo momento.

- Flexibilidad e Innovación

Es la capacidad de adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes internos y externos

Perfil de nuestro negocio

La Red Financiera BAC | Credomatic tiene operaciones en los siguientes países: Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, y Panamá.



Siendo reconocido como uno de los grupos financieros más rentables de la Región, la Red BAC | Credomatic ha venido creciendo en sus negocios y ampliando sus operaciones en todos los países del área.



Mi vida. *Sorprender a los míos*
 Mi tarjeta. *La forma más segura de hacerlo*



La Tarjeta de Crédito Platinum American Express® de Credomatic le ofrece beneficios de primera clase para disfrutar de sus compras cada día más.

Seguro de Garantía Extendida, duplicando el período de garantía de sus compras por un máximo de:
 Seguro de Protección de Compras de hasta \$1,000 por in

* Sujeto a condiciones de póliza. Aplique restricciones.
 Llámennos al (506) 202-3010, o visite www.credomatic.com



Llegar más lejos siempre es posible



La Tarjeta Advantage® Prestige de Credomatic y American Express® le brinda más beneficios que ninguna otra:

Viajar donde quiera con sus millas acumuladas sólo con utilizar su Tarjeta para todas sus compras.

Por cortesía de Credomatic, la membresía gratuita de Priority Pass con acceso limitado a más de 500 VIP lounges alrededor del mundo.

ANTES DE SU PROXIMO VIAJE LLAME AL
 (506) 202-3010, o visite www.credomatic.com



Productos y servicios – Credomatic

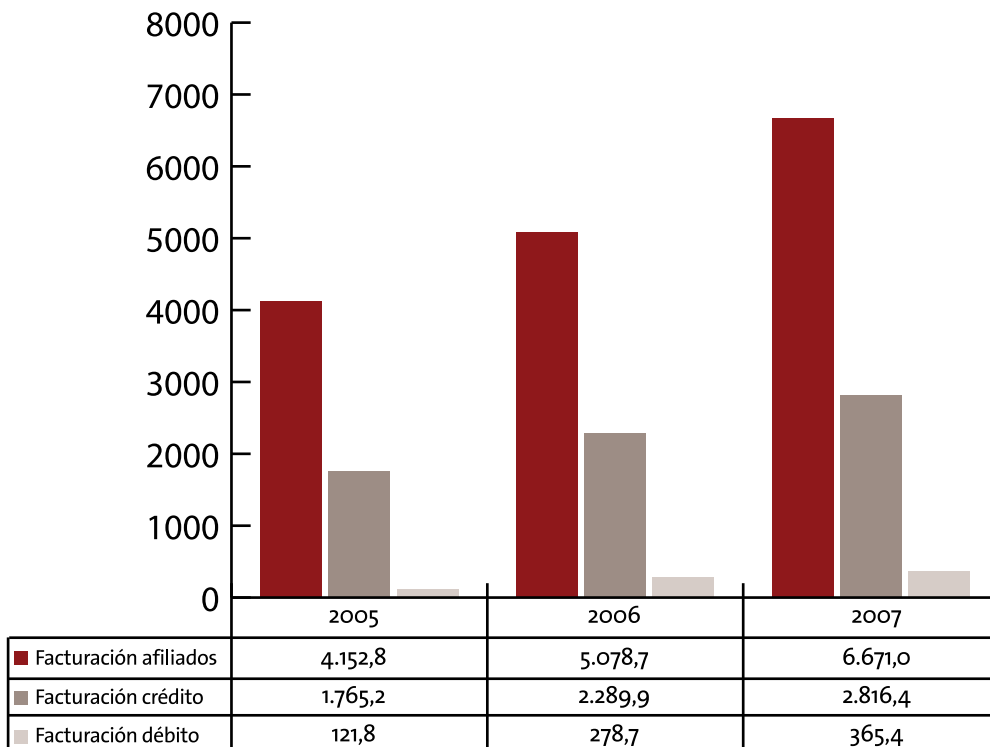
Credomatic es una empresa líder en el mercado centroamericano disponiendo de los últimos avances tecnológicos y de servicio para la atención eficiente de sus clientes y para el procesamiento de la mayor cantidad de marcas de tarjetas de crédito reconocidas a nivel mundial, tales como: Visa, MasterCard, American Express, Dinners Club, JCB y Discover.

Credomatic tiene dos tipos de clientes: comercios afiliados y tarjetahabientes.

Los comercios afiliados a Credomatic son personas jurídicas de naturaleza mercantil, que reciben las tarjetas emitidas por nuestra empresa como forma de pago por los bienes y servicios que los tarjetahabientes adquieren en dicho negocio.

Como nuestro afiliado, el comercio goza de una serie de beneficios. Podrá centralizar de forma precisa el control y la conciliación contable de sus ventas, en una sola compañía de tarjetas, disponible las 24 horas del día y con múltiples opciones de servicio.

RED FINANCIERA BAC CREDOMATIC
Facturación regional de comercios afiliados, tarjetas de crédito y de débito
2005 – 2007
(Millones de dólares US\$)

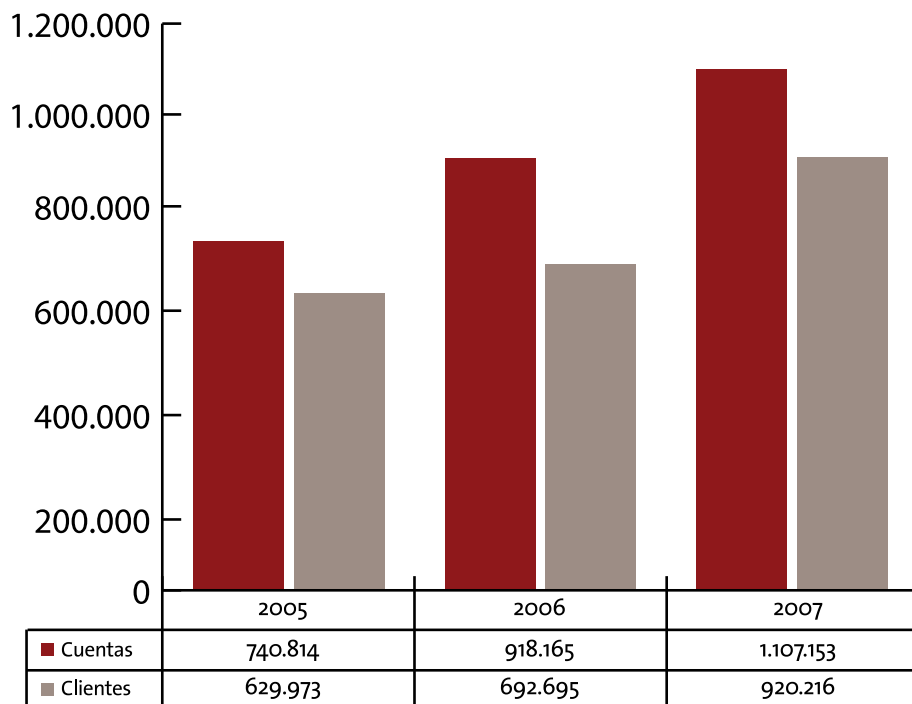


Día a día le garantizamos un amplio desarrollo de productos que abren nuevos mercados y le permiten a nuestros comercios afiliados, alcanzar un importante segmento en crecimiento, cada vez más identificado con las tarjetas de crédito como medio de pago, y con el mayor poder adquisitivo en los países donde operamos.

Los tarjetahabientes son clientes individuales, personas físicas que han adquirido una tarjeta de crédito o de débito, bajo alguna de las marcas que administra Credomatic.

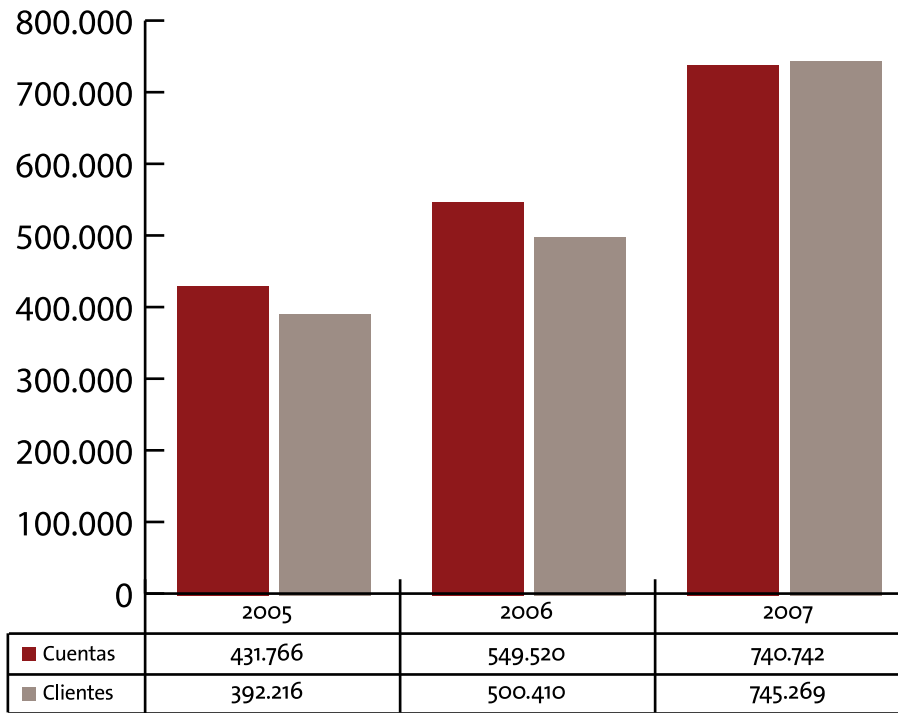
Una tarjeta de crédito funciona como un medio de pago, que se financia a través de una línea de crédito. Cada tarjeta tiene asignado un límite de crédito mensual, del cual se resta el importe de cada operación que el tarjetahabiente realiza. El límite de crédito que se asigna a cada tarjeta es flexible y depende de las necesidades financieras del cliente y del tipo de tarjeta. Mensualmente el tarjetahabiente cancela el monto total o parcial de su deuda, y el límite de crédito se actualiza en esa misma cantidad.

RED FINANCIERA BAC CREDOMATIC
Número de cuentas y clientes de tarjeta de crédito, a escala regional
2005 – 2007



Una tarjeta de débito es aquella que, al realizar una operación con ella, genera un cargo directo por el importe de la operación en el depósito de ahorro o cuenta corriente asociado a la tarjeta.

RED FINANCIERA BAC CREDOMATIC
 Número de cuentas y clientes de tarjeta de débito, a escala regional
 2005 – 2007



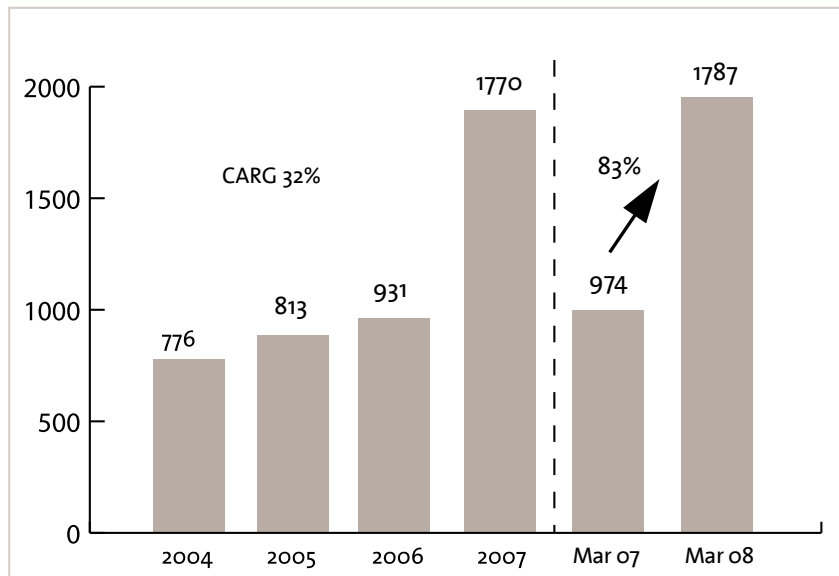
Las tarjetas de crédito y de débito pueden operar tanto para el pago directo de bienes y servicios, como para retirar dinero en cajeros automáticos o efectuar consultas de operaciones ligadas a la cuenta que corresponda.

Productos y servicios – BAC

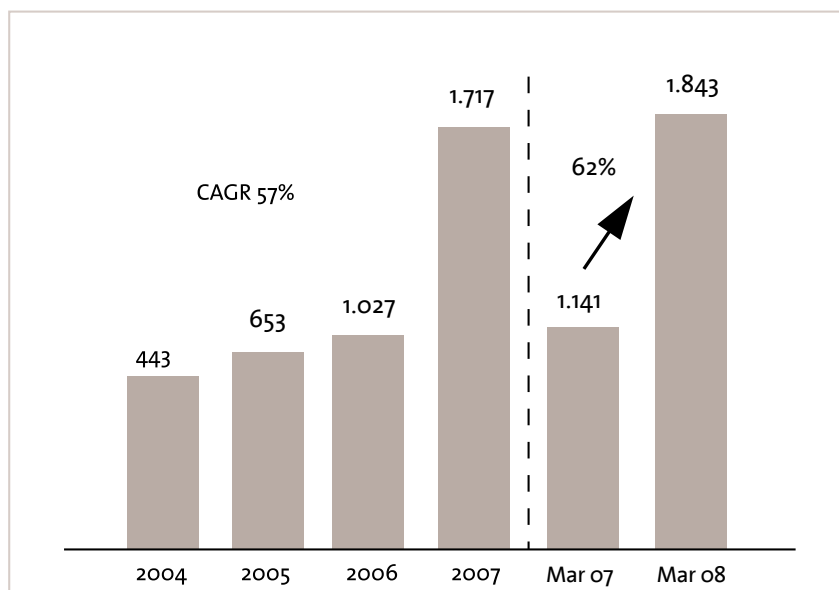
BAC es una empresa financiera consolidada y reconocida en Centroamérica actualmente se encuentra entre los mejores bancos privados de la región posicionando de esta manera su marca y ofreciendo productos y servicios financieros de excelente calidad. El éxito y lealtad de nuestros clientes se debe principalmente al apego de nuestros valores y al fomento de la mejora continua como principio básico de trabajo.

La red financiera BAC ofrece productos y servicios tanto como para personas jurídicas de naturaleza mercantil, como personas físicas, ambos gozan de una serie de beneficios y ventajas al seleccionar nuestra empresa como proveedor financiero de sus necesidades.

RED FINANCIERA BAC
Evolución de Portafolio de Préstamos Cartera Corporativa
2004 – 2008
(Millones de dólares US\$)



RED FINANCIERA BAC
Evolución de Portafolio de Préstamos Cartera Personal
2004 – 2008
(Millones de dólares US\$)



Nota: no incluye tarjeta de crédito

La Red Financiera BAC trabaja de forma estandarizada en toda la región, esto hace que el ofrecimiento de productos y/o servicios sea de alta calidad y la satisfacción de nuestros clientes aumente constantemente.

Entre sus principales productos y/o servicios se encuentran:

Productos y Servicios Bancarios

PRODUCTOS Y SERVICIOS

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Préstamos Corporativos <ul style="list-style-type: none"> Leasing PYME (Préstamo Med/Peq Empresa) • Préstamos Personales <ul style="list-style-type: none"> Prendario Consumo Hipotecario • Cuentas Ahorros • Cuentas Cheque • Certificados Personales • Certificados Empresariales • Pago Planilla • Pago Proveedores | <ul style="list-style-type: none"> • Servicios Regionales <ul style="list-style-type: none"> Americheck Ameritransfer Depósito C.A • Remesas Familiares • Fondos de Inversión • Adelantos de salario • Cartas de crédito • Cobranzas internacionales • Garantías de Participación y Cumplimiento • Compra y venta de divisas • Plan de Robo, Fraude y Extravío para tarjetas de débito • Tarjetas de débito locales e internacionales |
|--|---|

Como parte de nuestras políticas la Red Financiera BAC se encuentra en constante innovación y mejoramiento, esto con la finalidad de brindar a nuestros clientes mayor cumplimiento de sus necesidades y fomento de confiabilidad de sus intereses bajo nuestro resguardo. Es por esto que recientemente hemos mejorado e incluido una serie de productos y/o servicios que vienen hacer más fácil la vida nuestros clientes y a la vez cumpliendo con nuestra política de aseguramiento de la calidad.

- **BAC Token:**

Dispositivo de seguridad que posee el cliente para la ejecución de transferencias tanto locales como internacionales.

- **Servicios Regionales:**

Cobertura regional entre los bancos de nuestra red, para emisión y pagos de cheques, depósitos y traslados de dinero en línea.

- **Páguelo en Línea:**

Pago a través de nuestra Sucursal Electrónica de los servicios públicos, servicios privados y/o colegiaturas.

- **Remesas Familiares:**

Permite el envío y/o recepción de dinero a familiares desde otro país a través de una Remesa Familiar.

- **Plan PRF:**

Plan contra pérdida o robo de tarjetas de débito y crédito.

- **Adelanto de Salario:**

Posibilidad del cliente para poder adelantar un porcentaje de su salario para solventar emergencias inmediatas de crédito.

- **Transferencias Internacionales por Sucursal Electrónica:**

Posibilidad que posee el cliente de realizar transferencias internacionales desde la Sucursal Electrónica.

- **Pago de Planillas y/o Pago Proveedores por Sucursal Electrónica:**

El cliente puede realizar pagos de planilla o pago de proveedores desde la Sucursal Electrónica sin necesidad de visitar físicamente nuestras instalaciones.



 **BACTOKEN**



**Compromiso
con la Sociedad**



Sucursal Electrónica

Todos sus productos
en un solo lugar



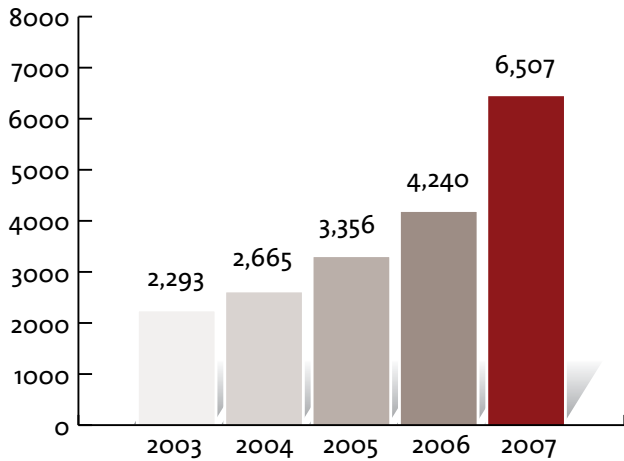
> Pago de Servicios



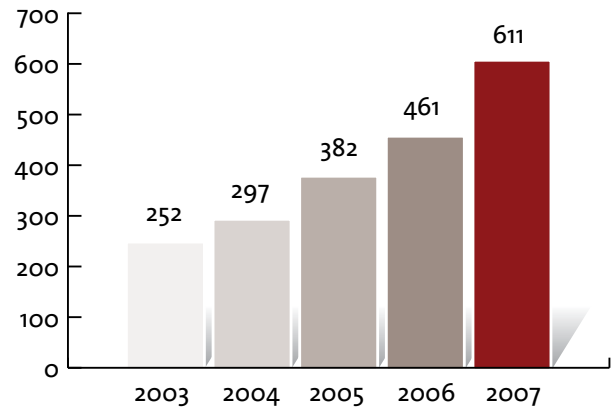
Páguelo



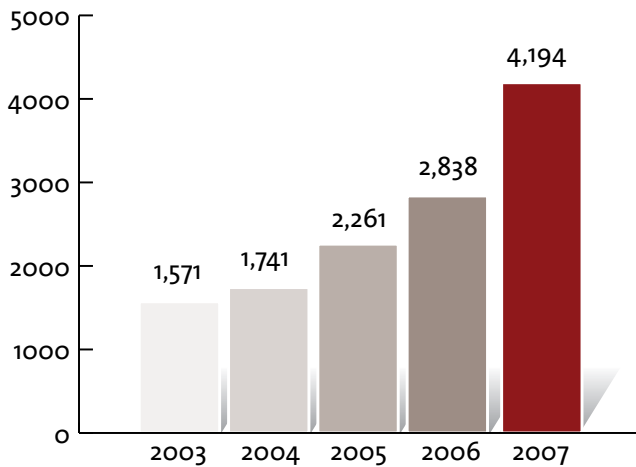
Activos
(US \$MM)



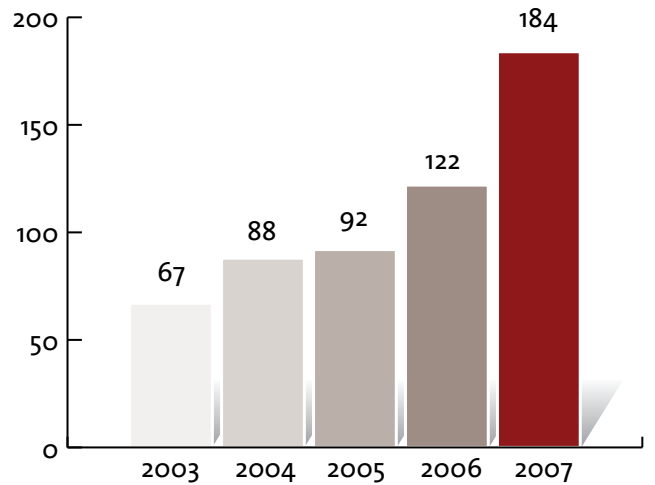
Patrimonio
(US \$MM)



Depósitos
(US \$MM)



Utilidad Neta
(US \$MM)







Nos comprometemos a contribuir al desarrollo sostenible, mediante proyectos que aprovechen nuestros conocimientos y fortalezas, para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, colaboradores, proveedores, y las sociedades donde operamos.



	Línea base 2006	Balance al 2007	Compromisos 2008
Política Corporativa de RSC	No se contaba con una Política Corporativa de Responsabilidad Social, aunque si se apoyaban causas de interés social a través de donaciones de la Corporación.	<ul style="list-style-type: none"> • Aprobada en Junta Directiva Regional y Juntas Directivas locales. • Comunicada a todos los colaboradores. • Publicada en la página Web. • Compartida con más de 300 proveedores de la Red en CA. 	<ul style="list-style-type: none"> • Continuar los esfuerzos de comunicación con los grupos interesados. • Generar una imagen gráfica de RSC • Validar nuestra Política Corporativa con públicos interesados.
Estructura Regional de RSC	No se contaba con una estructura operativa de RSC a escala regional ni en los países.	<ul style="list-style-type: none"> • Comités de vigilancia funcionando en todos los países, bajo la dirección del Country Manager y/o Gerentes Generales • Una persona de tiempo completo en todos los países, para coordinar la operación de la estrategia (Nicaragua, ½ tiempo para voluntariado) 	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la estructura • Lograr mayor vinculación de los niveles gerenciales a través del BSC • Identificar formas novedosas de movilizar recursos para ampliar cobertura de los programas
Planes de trabajo	No se contaba con un Plan de Trabajo en RSC, homologado en todos los países	<ul style="list-style-type: none"> • Un plan de trabajo regional, consensado con los países. • Planes de trabajo locales, que incorporan la estrategia regional y proyectos nacionales • Los country managers y gerentes locales conocen los detalles del plan • Todos los países han asignado recursos económicos y humanos para la RSC 	<ul style="list-style-type: none"> • Profundizar en algunas áreas del Plan de Trabajo establecido, especialmente en el tema ambiental • Lograr una mayor vinculación entre la RSC y la estrategia del negocio, en algunos países
Mecanismo de medición de avances	No se contaba con un instrumento para la medición de los avances en RSC	<ul style="list-style-type: none"> • Se acordaron una serie de metas conocidas y aprobadas por los países • Se cuenta con un primer instrumento de seguimiento de avances • Se presentaron los dos primeros informes de avance a la Junta Directiva 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer un seguimiento mensual de avances • Presentar informes mensuales a la Junta Directiva • Desarrollar software en línea para seguimiento y revisión de avances
Cultura Corporativa en RSC	<p>El concepto de RSC era poco conocido en la organización y no se había incorporado a la cultura.</p> <p>Un número reducido de colaboradores vinculados a iniciativas de RSC</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se llevó a cabo un proceso de capacitación regional, que cubrió a más del 90% de nuestros colaboradores para la comprensión del concepto y la construcción de una cultura corporativa de RSC. • El concepto se comprende mejor y se ha interiorizado especialmente en los gerentes que lideran procesos • La participación y el involucramiento de los colaboradores ha crecido significativamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Profundizar en el conocimiento de la RSC al interno de la organización. • Divulgar de forma sistemática y permanente los avances de nuestros programas de RSC. • Ampliar la participación de los colaboradores, especialmente niveles de jefatura.

Una nueva forma de hacer negocios

Desde el año 1998 han ocurrido cambios significativos en la cultura

Promovemos movilidad social entre nuestros clientes por medio de productos y servicios que fortalezcan sus negocios y aumenten sus activos.

organizacional de la Red Financiera BAC | Credomatic los cuales han reconfigurado algunas de sus características. Como consecuencia de tales cambios, nos hemos convertido en una organización caracterizada por el mejoramiento continuo, la pasión por la excelencia, la innovación y la creatividad.

Como parte de este proceso de renovación constante, en diciembre del 2006 la Junta Directiva Regional aprobó una Política Corporativa de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que recoge lo que queremos hacer y la forma como entendemos esta nueva forma de hacer negocios.

La concepción de nuestra Política inicia con el reconocimiento de lo que son nuestras responsabilidades primarias, inherentes a nuestra actividad comercial: producir riqueza, crecer y garantizar la sostenibilidad de nuestras operaciones. Habiendo cumplido con esta prioridad, la Corporación avanza hacia una nueva etapa donde busca extender sus beneficios hacia sus grupos de interés, la sociedad en general y el ambiente.

Principios que rigen la Política de RSC

El accionar de la Red Financiera BAC | Credomatic en materia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se rige por tres principios fundamentales:

- **Excelencia:**

Acorde a la estrategia de mejoramiento continuo que rige el accionar de la empresa, los programas, proyectos y acciones que desarrolle la Red Financiera BAC | Credomatic en materia de RSC, se regirán por las mejores prácticas mundiales, buscando la misma eficiencia, eficacia y productividad que caracteriza sus operaciones comerciales.

- **Rendición de cuentas:**

Las políticas de RSC promoverán la expansión y difusión de las mejores prácticas en materia de ética empresarial, de acuerdo con el Código de Integridad que rige a la Red

Financiera: “El espíritu y la letra”.

- **Inclusión:**

La Red Financiera BAC | Credomatic procurará la vinculación eficaz y



activa de sus grupos de interés en el desarrollo de su Política de RSC, a través de la promoción del voluntariado entre sus colaboradores, la vinculación de sus proveedores, clientes y comunidades en proyectos específicos y la movilización de recursos humanos, técnicos y financieros entre sus aliados estratégicos.

Estos tres principios rescatan la tradición de buenas prácticas empresariales que han caracterizado desde siempre a la Red Financiera BAC | Credomatic. Así mismo, promueven la participación de todos los niveles jerárquicos y grupos de interés para asegurar el éxito de los programas.



PRINCIPIOS

EXCELENCIA

RENDICIÓN DE CUENTAS

INCLUSIÓN



POLÍTICA

“Nos comprometemos a contribuir al desarrollo sostenible, mediante proyectos que aprovechen nuestros conocimientos y fortalezas, para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, colaboradores, proveedores, y las sociedades donde operamos”.



ESTRATEGIAS

Ligar la RSC a la estrategia del negocio, agregando valor a nuestros productos y servicios.

Crear capacidad interna mediante procesos permanentes de capacitación y formación.

Asignar la responsabilidad ejecutiva de la RSC a las gerencias y jefaturas de la empresa.

Hacer un uso eficiente y eficaz de nuestra estructura organizacional y los recursos disponibles.

Ampliar y fortalecer nuestras redes y alianzas con entidades públicas y privadas.



DIMENSIONES, OBJETIVOS Y PÚBLICOS DE INTERÉS

Dimensión Económica SOLIDEZ	Continuar creciendo, generando riqueza y empleo de forma sostenible, rentable y transparente.	Clientes Socios
Dimensión Humana SUPERACIÓN	Promover el desarrollo personal y colectivo de nuestros colaboradores, proveedores y otras contrapartes	Colaboradores Proveedores
Dimensión Social SOLIDARIDAD	Contribuir al desarrollo sostenible y a una mejor calidad de vida en los países donde operamos	Pymes Comunidades Jóvenes
Dimensión Ambiental SOSTENIBILIDAD	Disminuir al mínimo el impacto ambiental de nuestras operaciones y el que generan nuestros clientes, colaboradores y proveedores.	Gestión Interna Gestión Externa

De los principios se derivan una serie de estrategias que buscan alinear el quehacer de la empresa con la filosofía de RSC y vincular

a los tomadores de decisión de todos los niveles, en la puesta en marcha de los programas. De igual manera, pretenden aprovechar las alianzas ya existentes con diversos actores de sociedad, ampliando y fortaleciendo nuestras redes para lograr un mayor impacto y cobertura.

Dimensiones de responsabilidad empresarial

La Red Financiera BAC | Credomatic reconoce responsabilidades específicas desde cuatro dimensiones que incluyen todas las áreas de su quehacer, como sigue.

Dimensión económica:

Reconocemos que nuestras principales responsabilidades son seguir creciendo, generando riqueza y generar empleo, de manera sostenible, rentable y transparente.

Por ello, incluimos en esta Dimensión los siguientes ámbitos:

- a) Gobierno corporativo y transparencia;
- b) Integridad y cumplimiento;
- c) Planeamiento estratégico, calidad y excelencia.

Esta dimensión vincula especialmente a nuestras juntas directivas, altos niveles gerenciales y clientes.

Dimensión humana:

Reconocemos nuestra responsabilidad de promover el desarrollo humano de nuestros colaboradores y proveedores, grupos de interés a los cuales es posible llegar mediante acciones formativas.

Incluimos en esta Dimensión los ámbitos de derechos humanos y lugar de trabajo, e incluyen actividades en dos vías fundamentales:

- a) Beneficios para nuestros colaboradores por encima de las exigencias legales vigentes en los países donde operamos.
- b) Promoción de buenas prácticas y responsabilidad social en nuestros proveedores y socios estratégicos.

Dimensión social:

Reconocemos nuestra responsabilidad de contribuir al desarrollo



DIMENSION económica



DIMENSION humana



económico sostenible y a la mejora en la calidad de vida de aquellos países donde operamos.

Incluimos en esta Dimensión el ámbito de proyección comunitaria desde tres perspectivas:

- a) Desarrollo de productos para inclusión de grupos que no han sido nuestros clientes tradicionales (pequeñas y medianas empresas, vivienda para sectores de ingreso medio, productos amigables con el ambiente, entre otros)
- b) Promoción social, mediante un Programa Regional de Voluntariado
- c) Donación a causas de interés social, ya sea de forma directa o como valor agregado a alguno de nuestros productos (tarjetas de marca compartida para fines sociales, programas educativos, entre otros).

Dimensión ambiental:

En esta cuarta Dimensión reconocemos nuestra responsabilidad de esforzarnos por disminuir el impacto ambiental de nuestras operaciones y la repercusión ambiental de nuestra actividad comercial.



Para cumplir con esta responsabilidad, hemos puesto en marcha tres iniciativas:

- a) un sistema interno de gestión ambiental, que busca disminuir el consumo de agua, electricidad y papel, promoviendo además sistemas de reciclaje y el manejo responsable de los desechos sólidos en todas nuestras oficinas.
- b) un Sistema Gerencia Ambiental y Social, alineado a los Principios de Ecuador, que establece una serie de normas para evaluar el impacto ambiental y social en créditos de inversión, con ciertas características y montos.
- c) Un programa de promoción de buenas prácticas ambientales dirigido a nuestros clientes, colaboradores y proveedores, con iniciativas de mitigación de emisiones de carbono y otras.



Me parece increíble cómo alguien que no me conoce, pueda venir un día y simplemente poner su vida en mis manos.

Catalina es cirujana.

COMPARTIMOS EL VALOR DE LA CONFIANZA

www.bac.net



Mi vida *Descubrir el mundo*

Mi tarjeta *La forma más confortable de viajar*



The Platinum Card® le ofrece tranquilidad y beneficios exclusivos cuando Usted viaja.

Por ejemplo de Credenatic, le ofrecemos gratis de Priority Pass con acceso ilimitado a más de 800 VIP lounges alrededor del mundo.

Acceso a los hoteles más destacados alrededor del mundo Fine Hotels & Resorts, Small Luxury Hotels of the World, cadena de Hoteles Hilton y Sofitel.

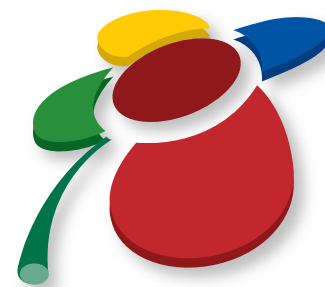
Traslado aeropuerto-hotel-aeropuerto al comprar el boleto aéreo con la Tarjeta.

ANTES DE SU PRÓXIMO VIAJE LLÁME AL:
(800) 202 3610 o visite www.credenatic.com



SOLIDEZ

DIMENSIÓN ECONÓMICA



DIMENSION **económica**



Nuestro compromiso:

Continuar creciendo,
generando riqueza y empleo
de forma sostenible, rentable y
transparente.

	Línea base 2006	Balance al 2007	Compromisos 2008
Clientes	<p>No se contaba con un programa de educación financiera dirigido a nuestros clientes.</p> <p>No se había vinculado formalmente a nuestros clientes en los programas de RSC promovidos por la Red.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se establece el primer programa de educación financiera para clientes, que alcanza a una población de más de 600 mil clientes, a escala regional. • Se desarrollan algunas iniciativas que vinculan a clientes en programas sociales promovidos por la Red. 	<ul style="list-style-type: none"> • Profundizar, ampliar la cobertura y el alcance del programa de educación financiera dirigido a nuestros clientes. • Profundizar en las prácticas de mercadeo responsable. • Establecer estrategias y prácticas que aprovechen la estructura regional de la empresa
Socios	<p>No necesariamente conocían nuestra estrategia de RSC</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se da un primer encuentro con nuestros socios, a través de presentaciones a la junta directiva regional y juntas locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Profundizar el acercamiento y vinculación de nuestros socios en la ejecución de los programas de RSC.
Gestión de Calidad, planeamiento y excelencia.	<p>No se contaba con lineamientos institucionales en materia de RSC</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de instrumentos para la gestión de la RSC de manera integrada con sistema de gestión de la empresa • Auditorías piloto para algunos países 	<ul style="list-style-type: none"> • Insertar los indicadores de medición en los BSC de gerentes y jefaturas. • Integración total de RSC en sistema de gestión de calidad
Productos Socialmente Responsables	<p>No se contaba con una línea de productos socialmente responsables para sectores de ingresos medios y bajos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicia el diseño de iniciativas que permitan atender sectores de ingresos medios, que no forman parte de la clientela tradicional de la Red Financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar nuevos productos socialmente responsables, por ejemplo vivienda para sectores de ingresos medios y bajos. • Promover alianzas con entidades cooperantes para disminuir el riesgo en la oferta de productos a estos sectores y facilitar el acceso

Nuestros clientes

Nos comprometemos con nuestros clientes:
A construir una relación de confianza para alcanzar su predilección y lealtad.
A ofrecer un servicio eficiente y amigable para facilitarles su vida.
A ser un equipo comprometido con la excelencia y el mejoramiento continuo.

Nuestra Política de Calidad

BAC | Credomatic Network ha desarrollado un Sistema de Gestión de Calidad estándar en todas sus operaciones. Todos los miembros de la Red Financiera en la Región, han logrado convertirse en las primeras empresas financieras y de servicios en Latinoamérica en obtener el certificado de calidad ISO 9001:2000. Este consiste en un conjunto de reglas elaboradas por distintos comités técnicos, subcomités y grupos de trabajo, formados por miembros de varios países, cuyo objetivo principal es establecer normas para una gestión de calidad eficaz. Se basa en desarrollar, implementar y mejorar la eficacia de la gestión de cada proceso para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

Lo anterior confirma que nuestra organización cumple con los requisitos de calidad para la estructuración, administración y mejora de productos y servicios.

Este compromiso se traduce en una Política de Calidad a partir de la cual nos comprometemos con nuestros clientes:

- A construir una relación de confianza para alcanzar su predilección y lealtad.
- A ofrecer un servicio eficiente y amigable para facilitarles su vida.
- A ser un equipo comprometido con la excelencia y el mejoramiento continuo.

Sistema de gestión de Calidad

El Sistema de Gestión de Calidad se desprende de las Normas ISO 9001:2000. Este sistema permite estandarizar sistemas y procedimientos en las operaciones regionales, tanto en las de tarjetas como en las de banca. La estandarización ha permitido reducir costos de desarrollo de sistemas, mejorar el tiempo de respuesta hacia el mercado regionalmente, homologar procesos y procedimientos logrando certificarlos. También nos permite estandarizar la oferta de productos y servicios a nuestros clientes Centroamericanos. Esa estandarización ha permitido a la vez llevar la interconexión de los sistemas de todos los países y por ende generar la estandarización



organizacional.

El Sistema de Gestión de Calidad, le permite a la organización dar seguimiento, controlar y mejorar constantemente tales procesos y dar el balance necesario para la creación de valor para los clientes y demás partes interesadas.

Para el monitoreo del sistema de calidad, existen dos tipos de auditoria: una externa y otra interna. Las externas se dividen en auditorias financieras (KPMG), auditorias de entes reguladores de cada país, auditorias del ente certificador del Sistema de Gestión de Calidad (LLOYD'S REGISTER QUALITY ASSURANCE), auditorias de titularización hipotecaria y revisiones de la calificación de riesgo internacional (Standard & Poor's).

Seguidamente se muestra un gráfico que permite visualizar el desarrollo de la empresa en su Sistema de Gestión de Calidad.

RED FINANCIERA BAC | CREDOMATIC Evolución histórica del sistema de gestión de calidad 1997 - 2009



La Planificación Estratégica

El proceso de planeación estratégica es el eje central que rige el desarrollo de la Red Financiera BAC | Credomatic. Unido al constante análisis de los indicadores del mercado, la competencia y el desempeño organizacional, la planificación estratégica permite a los líderes organizacionales definir e implementar tanto el rumbo del negocio, como la detección, análisis e implementación de las

oportunidades futuras para la organización.

La revisión del plan estratégico organizacional se realiza anualmente y cuenta con períodos trimestrales de revisión, que permiten realizar mejoras y adaptarse a los cambios. A su vez, el proceso es monitoreado directamente por las altas autoridades de la organización (CEO, Junta Directiva, Gerentes Generales).

Uno de los pasos fundamentales en el proceso de Planeamiento Estratégico ha sido la definición de los Objetivos Estratégicos de acuerdo con el concepto de las llamadas “10 C’s”, variables identificadas por la Red Financiera para guiar su desarrollo y enfocar sus actividades en torno a su Misión y Visión de largo plazo. Estas se ligan a la estrategia de la empresa, con el objetivo de “Obtener predilección y lealtad de nuestros clientes, facilitándoles la vida a través de la búsqueda de la excelencia y del mejoramiento continuo de nuestros productos y servicios”.

RED FINANCIERA BAC | CREDOMATIC
Relación de las 10 C's con nuestra política de calidad

	Elementos de la Política de Calidad				
	Predilección	Lealtad	Facilitándoles la Vida	Excelencia	Mejoramiento Continuo
1 C Continuar Creciendo	X			X	X
2 C Costo de Fondo		X		X	X
3 C Cash Management				X	
4 C Cross Selling	X	X	X	X	X
5 C Calidad de Cartera		X		X	X
6 C Costo Operativo	X	X		X	X
7 C Canales de Distribución	X	X	X	X	X
8 C Cobertura Regional	X	X	X	X	X
9 C Clima & Alineamiento Organizacional			X	X	X
10 C Calidad de Servicio	X	X	X	X	X

Para cada una de las 10 C's existe una relación con el estado de resultados. Todos los aspectos relacionados con el avance en las metas establecidas bajo cada una de las 10 C's son monitoreados a través de un sistema de alertas en los indicadores de desempeño lo cual permite hacer correcciones, adaptaciones o mejoras en el proceso mismo de implementación de cada una de

las iniciativas estratégicas. Estas se enlazan al desempeño individual y grupal mediante la metodología del Balance Scorecard (BSC), que cierra el círculo en el proceso de creación de valor.

Una de las características principales de la organización es la de fomentar constantemente la participación horizontal y vertical de sus colaboradores. Es por esto que en las etapas de definición, revisión y aprobación del plan estratégico anual, se promueve la participación de los miembros de las diversas áreas funcionales. En este sentido se asegura el despliegue del planeamiento estratégico a través de diversas herramientas de información y seguimiento.

Avances en RSC, en el ámbito de plan estratégico

Durante el año 2007, se desarrolló el primer grupo de metas por país e indicadores de medición de RSC, que se incluyó a manera de experiencia piloto en el proceso de planeamiento estratégico.

Estos indicadores han sido ampliados y mejorados, incluyendo para el 2008 no solo datos de desempeño sino también de calidad. Por otra parte, este año se publicará el primer lineamiento regional de RSC que es vinculante para todos los países e incluye las metas e indicadores que serán debidamente auditados como parte del proceso de gestión de calidad establecido en la empresa.

Estrategias de atención a nuestros clientes

La implementación de la estrategia hacia nuestros clientes y las actividades del día a día están orientadas por nuestros objetivos estratégicos, las “10C’s”, que definen el quehacer de la organización.

Dentro de estos objetivos, el denominado “Cadena de Valor” tiene como pilar fundamental a nuestros clientes, agrupados en dos categorías fundamentales: empresas y personas. A partir de ellos, la Red Financiera desarrolla una amplísima gama de productos y servicios que busca agregar valor a sus negocios y a sus vidas.

Para los clientes empresariales, la estrategia de mercadeo tiene como punto de partida la prestación del servicio de tesorería, utilizando la estrategia de medios de pago que ha establecido la organización. Esto nos da acceso a la administración de flujos de caja mediante la apertura de cuentas vista. A partir de allí se desarrollan productos alternos de ahorro, como depósitos a plazo y fondos de inversión.



Nos comprometemos a brindar productos y servicios innovadores, de alta calidad, que satisfagan las necesidades financieras de nuestros clientes.

Les ofrecemos además toda la gama de productos y servicios que puedan requerir: créditos para capital de trabajo, proyectos de infraestructura, adquisición de vehículos, maquinaria y equipos; múltiples productos para el ahorro y la inversión. Así mismo, dentro del área de tarjetas de crédito, afiliamos a toda empresa que decida convertirse en receptora, accediendo así a otro conjunto de productos y servicios que Credomatic ofrece para sus empresas afiliadas.

Para los clientes individuales, la estrategia consiste en brindarles productos y servicios que desarrollen y aumenten su patrimonio familiar, dándoles acceso a una mejora en su calidad de vida. Estos servicios incluyen la apertura de cuentas corrientes, la tarjeta de crédito, el crédito hipotecario, el crédito prendario, el ahorro para

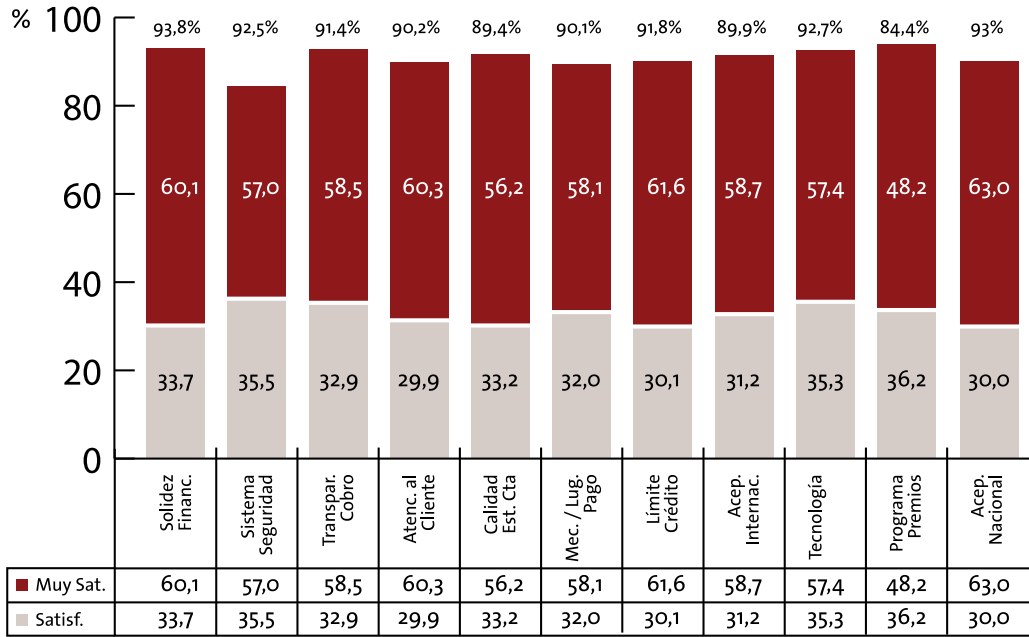
pensiones que funciona en algunos países y por supuesto, una amplia variedad de mecanismos de ahorro e inversión.

La organización cuenta con metodologías innovadoras para identificar las características de los productos y servicios más relevantes, según las necesidades y demandas de sus clientes. Algunas de estas técnicas se aplican mediante la fuerza de ventas especializada, estudios de mercado y de satisfacción del cliente, encuestas telefónicas y personales, análisis de la competencia, focus groups y cliente oculto, utilizando para esto recursos internos y

externos según el tipo de estudio.

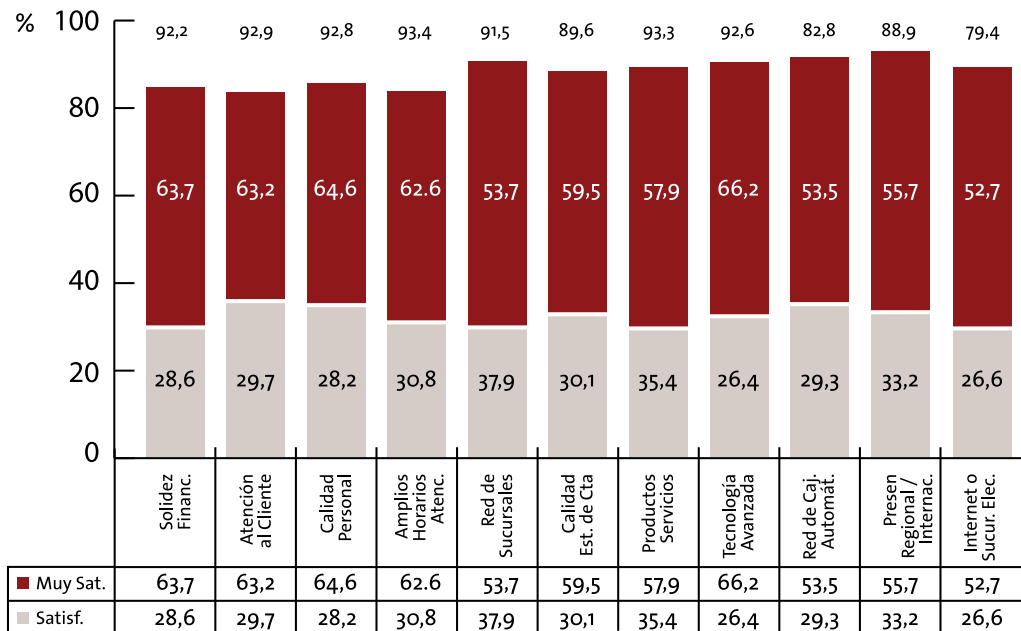


RED FINANCIERA BAC | CREDOMATIC
Atributos Regionales de Credomatic
Según la percepción de nuestro clientes
2007



Como se observa, más del 91% de los encuestados en este estudio realizado por una firma independiente, opinan que Credomatic es una empresa transparente, de gran solidez financiera, que se apoya en la mejor tecnología y tiene otra serie de atributos apreciables por parte de los tarjetahabientes.

RED FINANCIERA BAC | CREDOMATIC
Atributos Regionales del Banco BAC
Según la percepción de nuestro clientes
2007



A través de estas actividades de investigación en el mercado, se

identifica la jerarquización relativa de los atributos de los productos, procesos y servicios que inciden directamente sobre su satisfacción y decisión de compra de cada tipo de cliente y de mercado. Con base en esta información se han establecido una serie de estándares relacionados con la calidad del producto y del servicio, lo que ha permitido aumentar la satisfacción de nuestros clientes y responder adecuadamente a sus demandas.

La constante creación, estandarización y mejora de los servicios, procesos y productos que generen valor agregado a nuestros clientes, siempre ha sido y continuará siendo un tema de suma relevancia en el modo de operar de la organización.

Detección y Resolución Efectiva de quejas y reclamos

Dentro del proceso de comunicación con nuestros clientes, el Sistema de Gestión de Calidad contempla una serie de lineamientos a seguir para la atención de las quejas y sugerencias. Esta actividad utiliza como herramienta el sistema automatizado de atención y módulos de gestión.

Por medio de estos sistemas, cientos de colaboradores pueden ingresar las inquietudes que presenten nuestros clientes (quejas y gestiones). El personal de contacto con el cliente tiene acceso al sistema de modo indirecto e inmediato, lo cual le permite canalizar oportunamente las quejas o gestiones, a cada uno de los encargados de resolverlas.

La organización se asegura de que los colaboradores asignados como responsables de la atención de quejas y sugerencias tengan las competencias necesarias, gracias a que en cada área se selecciona al colaborador con más experiencia para dicha actividad, además de que por medio del departamento de Calidad se les brinda la capacitación y asesoría necesarias para llevar a cabo el proceso. Como complemento, dichos

responsables cuentan con herramientas de consulta tales como el Manual de Uso del QSI donde se pueden evacuar las dudas más



"Me encanta cuando llegan en la mañana y disfrutan casi sin darse cuenta, del orden, de la limpieza y de que todo esté en su lugar."
Alguien es colaborador en una empresa.



frecuentes respecto al sistema automatizado de atención de quejas y sugerencias.

Con el fin de atacar la causa-raíz de los problemas identificados mediante las quejas y sugerencias, se generan Peticiones de Acción Preventivas (PAP) y Peticiones de Acción Correctivas (PAC) a las áreas involucradas, las que a su vez son monitoreadas por el departamento de Calidad para garantizar que efectivamente las causas de las mismas han sido corregidas.

Cabe mencionar que para cada uno de estos medios de registros de quejas se cuenta con estándares para atender las inquietudes de los clientes, y que a través del análisis de la información recibida se elaboran los planes de acción necesarios para reducir el impacto negativo que tales quejas pudieran tener sobre el nivel de satisfacción de los clientes.

A través de diversas herramientas tales como análisis de tendencias y diagramas de Pareto se identifican las principales causas de quejas a trabajar y se implementan los planes de acción necesarios para reducirlas.

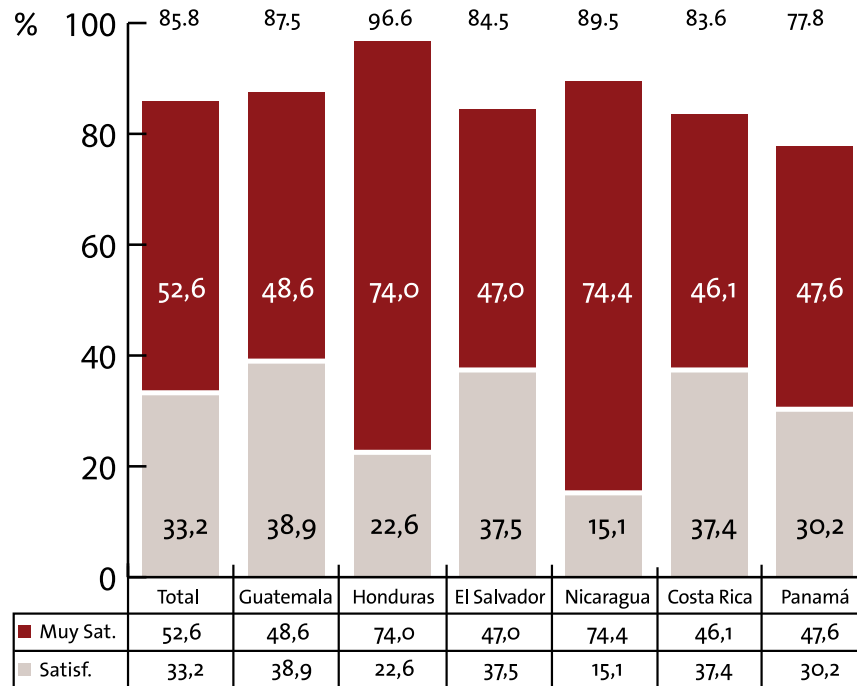
Determinación de la satisfacción del cliente

Uno de los pilares del crecimiento organizacional ha sido el aumento gradual de la satisfacción de nuestros clientes, logrando que la organización se enfoque en los temas más relevantes para el aumento de esta variable de desempeño.

En el 2003 se adoptó el Modelo de Lealtad de los Clientes conocido como CLM, que se enfoca a todas las direcciones que afectan la percepción de la organización y brinda una guía bastante exacta y precisa de las necesidades presentes y futuras de los clientes, los de la competencia y el mercado meta. En el 2004 este modelo avanzó hacia la metodología de la Administración de los puntos de contacto de los clientes (CTPM), que constituye un paso más hacia la profundización en el conocimiento de las necesidades de este sector.

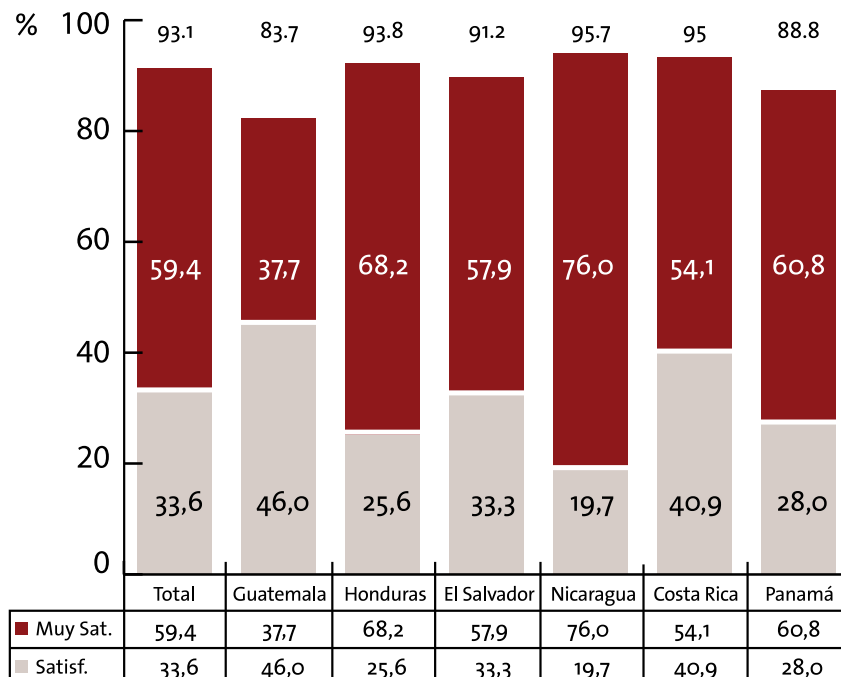


RED FINANCIERA BAC | CREDOMATIC
Satisfacción global del cliente de Credomatic
2007



Las diversas áreas de negocio de la organización son sometidas a este tipo de análisis con un cronograma que permite llevar de forma sistemática la aplicación de las herramientas descritas, y a la vez medir la efectividad de las medidas tomadas.

RED FINANCIERA BAC | CREDOMATIC
Satisfacción global del cliente de Banco BAC
2007



La información obtenida en este tipo de estudios, ha permitido a la organización tomar las medidas necesarias tanto en el desarrollo, mantenimiento y mejora de los productos y servicios, así como en el establecimiento de metas, con el fin de aumentar constantemente el grado de satisfacción de los clientes, por medio de la implementación de planes de servicio en los BSC de las gerencias y finalmente en la ejecución de planes de acción que involucran a todos los demás sectores de la organización.

El programa de educación financiera para clientes

Se basa en el concepto de mercadeo responsable. Siendo la Red Financiera BAC | Credomatic una entidad que comercializa productos y servicios financieros, este programa busca promover un uso responsable de estos a través de procesos educativos dirigidos a nuestros clientes y a los consumidores en general.

Para el logro de este objetivo, Red Financiera BAC | Credomatic utiliza una serie de estrategias, entre las que destacan las siguientes:

- Medios de comunicación recurrentes

Estados de cuenta, cobros, comunicados y otros se utilizan como canales para hacer llegar a nuestros clientes conocimientos y herramientas que mejoren su salud financiera y su nivel de información, coadyuvando a la buena administración de sus recursos personales y familiares.

- Medios de comunicación masivos

Consiste en la edición y publicación de impresos, banners y otros medios de comunicación masiva para llegar a poblaciones usuarias de nuestros servicios, que visitan nuestras oficinas y sucursales para hacer trámites bancarios, pero que no necesariamente son clientes.

- Suscripción de alianzas con actores sociales

La Red Financiera BAC | Credomatic promueve alianzas con universidades de prestigio, ONGs y otras entidades presentes en cada país para el desarrollo de programas específicos de educación financiera dirigidos a clientes con necesidades especiales.





En el 2007, este Programa obtuvo los siguientes resultados:

- Guatemala

En el mes de diciembre se empezaron a publicar los mensajes de educación financiera en los estados de cuenta físicos y electrónicos, con el objetivo de difundir la importancia del buen uso de los productos y servicios que ofrecemos. Estos mensajes alcanzaron a un total de 90.000 clientes.

- Honduras

A mediados del año 2007 se publicaron 14 mensajes de educación financiera, que llegaron a un total de 180.000 tarjetahabientes y clientes de servicios bancarios en ese país. Paralelamente, como parte de una campaña formativa para el buen uso de la tarjeta de crédito dirigida a la población hondureña, se realizaron también amplios despliegues informativos en diferentes medios de comunicación: Televisión, Cine, Prensa, Radio, Hojas Volantes, Bookmarks, Banners, Publicidad en Cajas de Luz. En Noviembre se lanzó el segundo tomo de los siete consejos de Credomatic para la mejor administración de las tarjetas de crédito.

Dichos mensajes fueron incluidos en los estados de cuentas de los clientes Credomatic.

- El Salvador

Se publicaron 15 mensajes en el año, que llegaron a un total de más de 150.000 clientes. A los clientes de GE Money se les entregaron 4 tipos de desplegables que desarrollaban diferentes temas: El Ahorro, El Presupuesto, Aprendiendo a Invertir y La importancia del historial de crédito.

- Nicaragua

El programa dio inicio a finales de año, por lo cual se distribuyó un mensaje educativo que llegó a un total aproximado de 135.000 clientes de banca y de tarjeta de crédito.

- Costa Rica

Se han alcanzado más de 65.000 clientes con 6 mensajes diversos, incluidos en los estados de cuenta de los clientes de BAC San José. Esta misma entidad ha alcanzado a varias decenas de miles de personas del público en general, mediante su micro-programa



“Minuto Financiero”, que se transmite en el canal de televisión de mayor audiencia, en uno de los programas de más altos rating de audiencia en este país.

La información compartida mediante estos mecanismos, proviene además de una sistematización realizada a partir de los amplios conocimientos con los que cuentan los colaboradores/as de BAC San José y Credomatic de Costa Rica, siendo por lo tanto una iniciativa que comparte realmente la experiencia de la empresa con todos y todas las costarricenses.

• Panamá

Se avanzó con el envío de 2 mensajes educativos que alcanzaron a una población aproximada de 4.400 clientes de banca.

Excelencia

Este programa busca la excelencia en el desempeño de Red Financiera BAC | Credomatic. Está diseñado para promover el mejoramiento continuo en forma sistemática y predecible, con el objetivo de mantener el nivel de competitividad que le ha caracterizado.

El Premio a la Excelencia del Grupo Pellas, socio de la Red Financiera BAC | Credomatic, es una iniciativa que busca establecer una sana competencia entre las empresas miembro, alrededor de la excelencia y las mejores prácticas empresariales. Se basa en el modelo Malcom Baldrige National, premio de calidad por excelencia de los Estados Unidos, que ha influido en el diseño de premios similares alrededor del mundo.

El otorgamiento de este Premio, se basa en un criterio enfocado a las áreas clave del desempeño organizacional, como sigue: 1) Liderazgo, 2) Planeamiento estratégico, 3) Enfoque hacia el cliente y el mercado, 4) Medidas, Análisis y Gerencia del conocimiento, 5) Enfoque al Capital Humano, 6) Gerencia de Procesos, y 7) Resultados del Desempeño Organizacional.

A partir del 2007, se incluyó el concepto de Responsabilidad Social Corporativa como parte de la medición de desempeño



Nos esforzamos por alcanzar un crecimiento sostenido de nuestra empresa, para beneficio de nuestros socios.

ASEGURA TU FUTURO

Un plan de pensiones voluntario te permitirá mantener tu estilo y calidad de vida a partir de tu jubilación. BAC | Panamá te recomienda:

- Empezar a ahorrar cuanto antes, entre más joven seas, más dinero podrás acumular para tu futuro
- Ahorra lo necesario para tus necesidades a largo plazo



organizacional, convirtiéndose este componente en un insumo clave para la valoración que se realiza en el marco del Premio a la Excelencia del Grupo Pellas.

Por otra parte, la Red Financiera BAC | Credomatic ha obtenido múltiples premios y reconocimientos a la excelencia por parte de las cámaras empresariales en diversos países. Entre ellos destacan los siguientes:

- Honduras

Premio “AURUM” otorgado por la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) en tema de RSE. De igual manera, nuestra empresa en Honduras recibe el Sello de RSE otorgado por FUNDAHRSE (Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial), que la califica como una de las 7 empresas Socialmente Responsables en ese país, por haber superado los índices de RSC en todos los ámbitos y dimensiones.

- El Salvador

La Administradora de Fondos para Pensiones AFP CRECER entregó al Banco de América Central El Salvador, el 1er. Lugar en la categoría de Bancos, Financiera y Compañías de Telecomunicación, por promover la cultura previsional en la empresa, haciendo pagos puntuales, manteniendo informados a los empleados y proporcionando asesoría a los que están en proceso de jubilarse.



- Costa Rica

Primer banco a nivel nacional en obtener una calificación de riesgo internacional por parte de Standard & Poor's para la actividad bancaria, incluyendo la banca off-shore. Premio de la Cámara de Industrias de Costa Rica en Liderazgo y Planificación Estratégica (2004 y 2007), Satisfacción del Cliente (2004 y 2007) y Procesos (2007). Premio al Gerente del Año 2005 de la Cámara de Comercio. Primer lugar en rendimiento del patrimonio, con una razón del 35% entre todos los bancos del Istmo para BAC San José, según revista Actualidad Económica. Premios a la Excelencia del Grupo Pellas años 2003, 2004 y 2007.

- Panamá

En el mes de abril de 2007, BAC | Credomatic Panamá recibió por parte de GE el Reconocimiento “Compliance Star Award”, por la contribución destacada de la empresa en el área de Cumplimiento, durante el año 2006.



SUPERACION

DIMENSIÓN HUMANA



Nuestro compromiso:

Promover el desarrollo personal y colectivo de nuestros colaboradores, proveedores y otras contrapartes

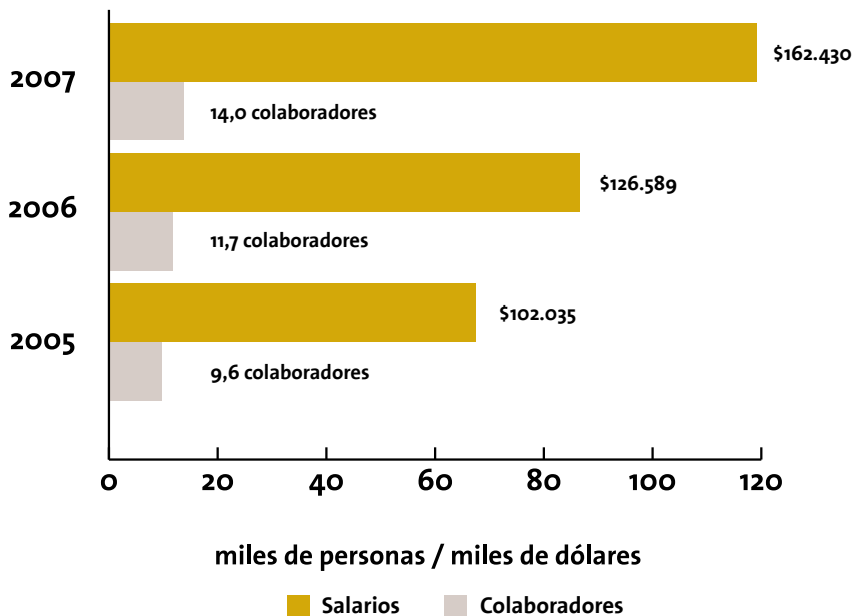
	Línea base 2006	Balance al 2007	Compromisos 2008
Mejoras significativas en el lugar de trabajo	Nuestros colaboradores de todos los países contaban con beneficios, pero había algunas diferencias entre distintos países.	<ul style="list-style-type: none"> En el marco de la estrategia de RSC, los países se comprometen a desarrollar una mejora significativa cada año, iniciando en el 2007 	<ul style="list-style-type: none"> Continuar el proceso de mejora continua del lugar de trabajo, a través de acciones específicas en cada uno de los países. Establecer al menos una mejora significativa por año en cada uno de los países.
Capacitación a colaboradores en RSC	Los colaboradores tenían poco conocimiento de la RSC.	<ul style="list-style-type: none"> Se capacitó un total de 13.806 	<ul style="list-style-type: none"> Continuar el proceso de capacitación a colaboradores en los programas de RSC.
Educación financiera a colaboradores	La Red Financiera carecía de un programa de educación financiera dirigido a sus colaboradores.	<ul style="list-style-type: none"> Se estableció un programa de educación financiera a colaboradores, mediante las herramientas de capacitación virtual de la compañía. 	<ul style="list-style-type: none"> Alcanzar al menos el 80% de los colaboradores con el programa de educación en línea. Establecer y poner en marcha un programa de apoyo a colaboradores con altos niveles de endeudamiento, que involucre a sus familias.
Sistema de evaluación de proveedores	La Red Financiera carecía de un sistema homogéneo de evaluación y acreditación de proveedores, a escala regional.	<ul style="list-style-type: none"> Se establece el SEP (Sistema de Evaluación de Proveedores) que incluye un mecanismo transparente de selección, basado en indicadores cualitativos y cuantitativos. Se logra incorporar en este sistema al 80% de los principales proveedores de la Red Financiera, a escala regional. 	<ul style="list-style-type: none"> Cubrir al 100% de los proveedores de la Red Financiera, a escala regional, con el sistema de evaluación y acreditación de proveedores.
Capacitación a proveedores y afiliados a CREDOMATIC	La Red Financiera no había iniciado el proceso de formación y promoción en mejores prácticas empresariales y RSC, dirigido a sus proveedores.	<ul style="list-style-type: none"> Da inicio el programa de formación y promoción de mejores prácticas empresariales, dirigido a proveedores. Más de 200 proveedores reciben un curso gratuito de 4 horas, denominado "RSE: una nueva forma de hacer negocios", a escala regional. Más de 2000 empresas afiliadas a Credomatic, a escala regional, reciben capacitación en técnicas de servicio al cliente, mercadeo y ventas, como parte del Programa Juntos Podemos. 	<ul style="list-style-type: none"> Duplicar el número de proveedores y afiliados de Credomatic que reciben capacitación en mejores prácticas empresariales y RSC.
Atención a proveedores en el programa de PyMEs	Si bien algunos proveedores son clientes de la Red Financiera, no se contaba con una estrategia específica de oferta de productos y servicios financieros dirigidos a este grupo de interés.	<ul style="list-style-type: none"> Da inicio un esfuerzo por vincular a nuestros proveedores a las actividades comerciales de la Red Financiera, con la oferta de productos y servicios que se desarrollan como parte del programa de apoyo a las PyMEs. 	<ul style="list-style-type: none"> Cubrir al menos el 20% de nuestros proveedores PyMEs con productos y servicios financieros que ofrece la Red en el marco de su nuevo programa dirigido a las PyMEs.

Promovemos el crecimiento personal de nuestros colaboradores, porque estamos convencidos que el éxito de nuestro negocio es el resultado de la capacidad innovadora individual y del eficaz trabajo en equipo.

Nuestros colaboradores

Nuestros colaboradores constituyen el principal recurso de la Red Financiera BAC | Credomatic. Por eso buscamos permanentemente nuevas formas de facilitar su desarrollo personal y de hacer más agradable y productivo el lugar de trabajo.

RED FINANCIERA BAC | Credomatic
Crecimiento en número de colaboradores y salarios
(2005 - 2007)



Así como la globalización y el desarrollo de nuevas tecnologías han cambiado la manera en que las empresas hacen negocios, del mismo modo han influido en las prácticas laborales. Nuestra empresa desde hace varios años, ha venido haciendo esfuerzos sostenidos y sistemáticos para sustituir los sistemas tradicionales de administración y promoción del recurso humano, por aquellos que se destaquen por su originalidad, innovación y flexibilidad.

Hemos diseñado e implementado políticas y prácticas de trabajo que reflejan y respetan las necesidades de nuestros colaboradores con el fin de alcanzar los objetivos centrales de negocios, incluyendo atraer y retener el mejor talento. Junto con las mejoras permanentes en el lugar de trabajo, hemos puesto en marcha además múltiples acciones que afectan positivamente la cultura corporativa, los valores y el clima organizacional.

Estas acciones incluyen una serie de beneficios a nuestros colaboradores, todos ellos por encima de lo que exige la legislación laboral vigente en los países donde operamos, junto con la medición permanente del clima organizacional y el desarrollo de nuevos y mejores incentivos para el alcance de las metas individuales y grupales.

Beneficios a nuestros colaboradores

• Bono Anual

Anualmente, en dependencia del cumplimiento de metas de la organización, se asigna un presupuesto ligado a la evaluación del desempeño de cada colaborador. Este beneficio puede llegar a representar hasta 3 veces el salario de un colaborador.

• Bono por Desempeño

Para algunas áreas que cumplen una función estratégica del negocio se ha asignado un beneficio adicional a su salario, que está ligado al desempeño del colaborador en el periodo acordado.

• Premio por Antigüedad

Cada año se entrega un reconocimiento a aquellos colaboradores que han acumulado periodos de 5 años de antigüedad en BAC | Credomatic (5, 10, 15... años).

• Vacaciones

La cantidad de días de vacaciones al año se determina de acuerdo a la antigüedad del colaborador y va aumentando en la medida en que aumenta el número de años laborados para la Red Financiera BAC | Credomatic.



Inversión de la Red Financiera BAC | CREDOMATIC en beneficios a sus colaboradores
(Cifras en miles de dólares US)
Enero - Diciembre 2007

Seguros de enfermedad, vida, accidentes y clínica empresarial	\$	2.374,5
Becas, entrenamientos y capacitaciones	\$	2.400,5
Uniformes	\$	555,2
Actividades sociales, deportivas, culturales y otros	\$	2.558,9
TOTAL	\$	17.289,8

- **Asuetos**

Los (as) colaboradores (as) disfrutan de los días de asueto decretados por el Gobierno de cada país o a fin de año, previa aprobación en tal sentido de la Gerencia General de las compañías que forman parte de la Red.

- **Licencias**

Se otorgan varios tipos de licencias: a) Licencia con goce de salario por matrimonio; b) Licencia con goce de salario por nacimiento de un hijo; c) Licencia con goce de salario por muerte de un familiar.

- **Asociaciones y Cooperativas de colaboradores**

La Red Financiera BAC | Credomatic promueve la creación y apoya la sostenibilidad de las asociaciones y cooperativas de colaboradores. Con el establecimiento de este tipo de organizaciones, se hace más sencillo el acceso del colaborador a facilidades en préstamos, dividendos, actividades sociales u otros que ofrecen las Asociaciones con los aportes patronales y personales.

- **Ayuda por muerte de miembro de Núcleo Familiar**

En algunos países, la empresa entrega una contribución para aquellos casos en los que un colaborador ha experimentado la muerte de algún miembro del núcleo familiar.

- **Tarifas Especiales**

Los colaboradores de BAC | Credomatic tienen tasas preferenciales cuando adquieren productos crédito de consumo, tarjeta de crédito, crédito de vivienda y otros, dependiendo de los reglamentos vigentes en cada país.

- **Médico de empresa e incapacidades**

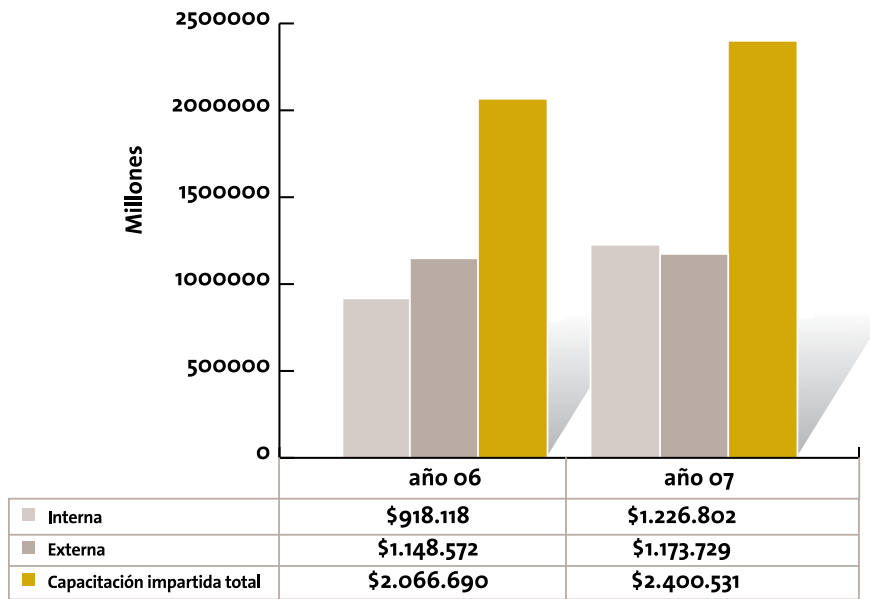
La Red Financiera BAC | Credomatic en casi todos los países cuenta con Consultorio Médico equipado para atender a los (as) colaboradores (as) sin costo adicional alguno para estos.

- **Aprendizaje Continuo**

Conscientes de que la capacitación es un medio importante para mejorar desempeño de nuestros colaboradores, se destinan recursos importantes para incrementar las habilidades que son exigidas por los distintos puestos de trabajo.

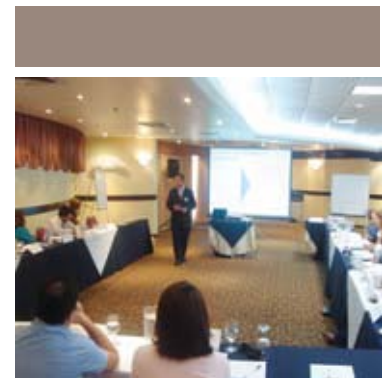


BAC | CREDOMATIC NETWORK
Inversión en capacitación a colaboradores
(2006 - 2007)



• Becas

Las becas que otorga la Corporación aplican para estudios universitarios / para-universitarios o estudios de carreras técnicas o comerciales. Estas se otorgan a colaboradores (as) con más de 1 año de laborar para el Grupo y que hayan seleccionado carreras profesionales afines al negocio. Se rige por un reglamento corporativo.



• Aprendizaje Inglés

Dependiendo del puesto y el desempeño del colaborador, se tiene la oportunidad de acceder al fondo de becas destinado para mejorar el conocimiento del idioma inglés.



• Aprendizaje Computación

Con el propósito de hacer más eficiente el trabajo de colaboradores, se ha destinado un fondo para ayudar a los colaboradores a fortalecer su capacidad en el uso de herramientas computacionales.



• Celebración de Actividades

Se han destinado fondos para la organización de actividades de integración y de celebración de fechas importantes, como es el Día de la Madre, Día del Padre, Día del Niño, entre otros.



- **Actividades culturales y deportivas**

Cada año se patrocinan actividades culturales promovidas por los colaboradores así como a los equipos representativos de BAC | Credomatic que participan en diferentes actividades deportivas.

- **Uniformes**

Para aquellas áreas de atención al cliente, en los que es importante mantener una imagen estándar, la empresa asigna uniformes para el personal, cubriendo un porcentaje del costo de dicho beneficio.

- **Estacionamiento**

BAC | Credomatic invierte en el pago de estacionamientos en espacios aledaños a sus oficinas, para que los colaboradores puedan estacionarse de una manera segura y próxima al centro de trabajo.

- **Traslado de personal**

Los (as) colaboradores (as) se pueden trasladar, por cambio de puesto, entre las empresas que forman parte de la Red Financiera BAC | Credomatic, manteniendo antigüedad y cumpliendo con los requisitos establecidos.

- **Concurso interno**

El concurso interno consiste en colocar personal de la Red Financiera BAC | Credomatic en un puesto vacante y que se está buscando suplir. Podría participar todo colaborador (a) con más de dos años de ocupar un mismo puesto y que reúna los requisitos que han sido definidos para el concurso.

Programa de valores

Para la promoción de los valores al interno, la empresa como metodología formal aplica la herramienta de diálogo, que consiste en una revisión periódica de avances y áreas de preocupación, que realiza cada jefatura con sus subalternos inmediatos.

Como complemento a esta herramienta, a partir del 2005 se implementó el programa “Buscando Nuestro Líder del Valor”, cuyo objetivo es establecer un incentivo relacionado con los valores, con el fin de reconocer a los colaboradores que traen a la práctica los valores de la organización. Dentro de este proceso cada área realiza una votación para seleccionar el líder del valor y se lleva a cabo al menos 2 veces al año.



Educación financiera para nuestros colaboradores

La temática de educación financiera atraviesa transversalmente nuestra estrategia de RSC, tocando a nuestros principales grupos de interés.

En el caso de nuestros colaboradores, la Red Financiera ha establecido dos mecanismos regionales con el fin de llegar a este importante grupo:

• Educación financiera en línea

Durante el 2007 se desarrolló un software educativo e interactivo de educación financiera, específicamente para nuestros colaboradores. Este se ha colocado en la Intranet gracias al Centro de Estudios Virtuales que se administra en Costa Rica, y se ha puesto a la disposición de los demás países. En el 2008, se hará obligatorio el completar dicho curso por parte de la totalidad de nuestros colaboradores, gracias al compromiso de los departamentos de Recursos Humanos de los distintos países que se han comprometido a facilitar el acceso a computadoras para quienes no lo tienen.



• Educación financiera para atender situaciones especiales

Como parte de este apoyo que nuestra empresa desea brindar a sus colaboradores, para el 2008 se ha organizado un programa que permitirá brindar apoyos especiales para aquellos colaboradores que tengan altos niveles de endeudamiento o se encuentren en situaciones económicas difíciles. Para ello, los departamentos de RRHH harán un estudio de la situación financiera de cada colaborador, e invitarán a los casos identificados a participar en una serie de cursos prácticos y sesiones de trabajo, con sus cónyuges, dándoles herramientas y apoyo para que solucionen su problema.



Nos esforzamos por desarrollar relaciones de largo plazo con nuestros proveedores, basadas en el respeto y la confianza mutua

Nuestros proveedores

Nos esforzamos por desarrollar relaciones de largo plazo con nuestros proveedores, basadas en el respeto y la confianza mutua.

Programa de apoyo a Proveedores

El Programa de apoyo a Proveedores, busca promover mejores prácticas de RSC entre nuestros proveedores principales, a través de la capacitación y la evaluación. Para ello la Red Financiera BAC | Credomatic, a través de su Política de RSC, lleva a cabo dos tipos de acción:

Certificación de proveedores

Consiste en un proceso de consolidación de la alianza estratégica de la Red Financiera BAC | Credomatic con sus proveedores clave, buscando desarrollar relaciones de largo plazo basadas en el respeto y la confianza mutua. Esto se logra mediante la profundización en el conocimiento que la empresa tiene de cada uno de ellos y la invitación para que suscriban nuestro Código de Ética Corporativo “The Spirit and the Letter”.

Capacitación a proveedores

Consiste en invitar a los principales proveedores de la Red Financiera BAC | Credomatic para que asistan a cursos de 4 horas, donde se les brinda capacitación en mejores prácticas empresariales y Responsabilidad Social Empresarial. En estos cursos los proveedores tienen la oportunidad de ampliar su conocimiento sobre los principales conceptos vinculados a la ética, el buen gobierno empresarial, las prácticas laborales responsables y la Responsabilidad Social así como de adquirir instrumentos y herramientas prácticas para el diseño y puesta en marcha de sus propios programas en estos temas.

Los resultados de este proceso de capacitación se recogen en el siguiente cuadro:

RED FINANCIERA BAC CREDOMATIC Capacitación a proveedores en RSC Enero - Diciembre 2007		
País	Número de Proveedores	Número de Cursos
Guatemala	20	1
Honduras	90	3
El Salvador	58	2
Nicaragua	20	1
Costa Rica	20	2
Panamá	15	1
Total	223	10



SOLIDARIDAD

DIMENSIÓN SOCIAL



Nuestro compromiso:

Contribuir al desarrollo sostenible y a una mejor calidad de vida, en los países donde operamos.

	Línea base 2006	Balance al 2007	Compromisos 2008
Programas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas PyMEs	<p>Si bien se atendían empresas pequeñas y medianas con diversos productos, no se contaba con un programa especial para este sector.</p> <p>No se contaba con una línea de productos socialmente responsables para sectores de ingresos medios y bajos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se diseñó y da inicio a una estrategia específica de inclusión y bancarización de pequeñas y medianas empresas en Centro América, mediante productos y servicios, financieros y no financieros. • Inicia el diseño de iniciativas que permitan atender sectores de ingresos medios, que no forman parte de la clientela tradicional de la Red Financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar y ampliar la estrategia de inclusión y bancarización de pequeñas y medianas empresas. • Identificar y poner en marcha estrategias novedosas para fortalecer al sector de PyMEs con servicios no financieros. • Establecer un programa de cooperación horizontal e intercambio de buenas prácticas entre las empresas de la Red, para mejorar el servicio a este mercado.
Programa Regional de Voluntariado	<p>No se contaba con un programa formal que permitiera la prestación de servicios voluntarios por parte de nuestros colaboradores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se establece el Programa Regional de Voluntariado. • Más de 1600 colaboradores se vinculan a las actividades voluntarias promovidas por la Red Financiera. • Se realiza un aporte de más de 9800 horas de trabajo voluntario, equivalentes a más de 1200 días. • El trabajo voluntario se complementa con la donación de fondos y recursos diversos a más de 50 organizaciones de bienestar social en la Región. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el número de voluntarios y aporte efectivo de horas voluntarias en un 20%. • Establecer mecanismos y herramientas adecuadas para el seguimiento al programa • Consolidar el Programa Regional de Voluntariado mediante nuevas alianzas y formación a los voluntarios. • Lograr mayor participación de las gerencias y jefaturas en el programa de voluntariado.
Programa de Educación Financiera a estudiantes	<p>La Red Financiera no contaba con un programa formal de apoyo a la educación de los jóvenes centroamericanos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se crea en Costa Rica el Programa de Educación Financiera a jóvenes estudiantes. • Se desarrolla el Libro Maestro de Educación Financiera por parte de Credomatic Costa Rica, como base para el programa educativo. • Se brindan talleres de capacitación a más de 60 docentes que a su vez capacitaron a más de 2500 estudiantes de secundaria en Costa Rica. • Se realizó un concurso en la misma temática, donde participaron alrededor de 300 jóvenes costarricenses. 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicar el Libro Maestro de Educación Financiera para apoyo a los nuevos programas educativos. • Promover ante los Ministerios de Educación de los países cubiertos por la Red Financiera, la incorporación de la materia de educación financiera en el curriculum formal de los colegios e institutos de estudios secundarios. • Ofrecer este apoyo a los países centroamericanos y poner en marcha iniciativas formales en aquellos cuyos gobiernos estén interesados en desarrollar este tipo de iniciativa, con apoyo de la Red Financiera.

Atraemos nuevos clientes mediante la oferta de productos y servicios a poblaciones y grupos que no han sido nuestros clientes tradicionales.

Programa de apoyo a las pequeñas y medianas empresas

El propósito de este Programa es facilitar servicios financieros y no financieros a proveedores PyMEs de clientes corporativos grandes y preferentes de la Red Financiera BAC | Credomatic, así como a otras empresas pequeñas y medianas que hoy no tienen acceso a este tipo de apoyo.

Los servicios financieros incluyen: apertura de cuentas, servicios de tesorería, líneas de crédito revolutivo con excelentes tasas de interés, créditos tipo leasing para compra de vehículos de trabajo y maquinaria industrial, entre otros. Los servicios no financieros constan de actividades como: capacitación y clínicas de análisis de las necesidades de este sector. Estos tienen como fin complementar el apoyo financiero con el desarrollo de habilidades para las empresas que forman parte de este sector.

Al 2007, se lograron los siguientes avances:

Honduras

Con la adquisición del Banco BAMER (Banco Mercantil) a inicios del 2007, entidad con gran experiencia en la atención a las PyMEs y Banca Corporativa, el país incursiona de forma decidida en este sector y nuestra operación se convierte en el grupo financiero más grande del país. Se esperan resultados muy importantes para el 2008.

Se capacitó a 29 PyMEs con 40hrs de capacitación sobre temas de Administración, Finanzas, Contabilidad, Plan de Negocios y RSC involucrando a 20 voluntarios que colaboraron a identificar sus necesidades in-situ de las Pymes.

El Salvador

Se desarrolló una nueva estructura de atención a PyMEs, con apoyo de la USAID. A mediados de año se adquiere el programa Propemi, desarrollado por la ONG FUSADES. Este programa se enfoca exclusivamente a la atención de este sector, con lo cual queda formalmente establecida un área especializada al interno de la Red Financiera BAC | Credomatic en este país.



Costa Rica

Se ha desarrollado y puesto en práctica una nueva estructura para la atención de PyMES, la cual implica una mayor sub-división en la atención a distintos tamaños de empresas, procurando así servicio más acorde a sus necesidades. Paralelamente, se ha aprobado un lineamiento específico y un modelo de “credit scoring” que responden a un concepto más integral acerca de las PyMES.

Estos programas se acompañan, de manera lógica, con esfuerzos de valor agregado no-financiero, como son el acceso a tecnologías de información y la capacitación. Más de 120 pequeñas y medianas empresas fueron beneficiadas con servicios de capacitación mediante una alianza con FUNDES.



Panamá

Se ha diseñado e implementado un programa de apoyo para clientes MiPyMEs que entró en vigencia en noviembre del 2007, mediante una alianza entre la Red Financiera BAC | Credomatic y FUNDES de Panamá. Este programa consiste en proporcionar a los clientes MiPyMEs los apoyos necesarios para aumentar su competitividad. Las actividades incluyen capacitación a los empresarios en temas de gestión empresarial (técnicas de negociación, contabilidad, finanzas, ventas) así como en el uso y aprovechamiento de las herramientas tecnológicas. De esta forma, nuestros clientes MiPyMEs obtienen varios beneficios: métodos eficaces para aumento en la competitividad y diagnóstico empresarial de manera gratuita; acceso al financiamiento para invertir en su gestión empresarial; la oportunidad de contar con empresas como BAC | Credomatic y FUNDES PANAMÁ como aliados estratégicos y asesores de negocios así como la obtención de descuentos especiales en formación y consultoría.

RED FINANCIERA BAC | Credomatic Programa de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas - PyMEs Enero - Diciembre 2007

País	PyMEs beneficiadas		Monto total en miles de \$
	Crédito	Servicios no financieros	
Guatemala	82	0	10,13
Honduras	2556	29	94.19
El Salvador	3865	480	61.84
Nicaragua	1066	43	54.86
Costa Rica	300	108	32.90
Panamá	106	8	1.3
TOTAL	7975	668	\$ 222,32

Los demás países cuentan ya con una cartera de PyMEs, a la cual este año se espera agregar servicios no financieros. Los resultados de este programa para el 2007, fueron los siguientes:

Programa Juntos Podemos

“JUNTOS PODEMOS” es un programa que tiene como objetivo fortalecer la industria turística a través de cursos que brindan la oportunidad a empleados de compañías afiliadas a Credomatic, todas ellas pequeñas y medianas empresas del sector turismo (hoteles, restaurantes, renta de vehículos, y servicios en general). Estas se capacitan gratuitamente en el tema “Servicio Total, una metodología para la Excelencia”. El programa funciona a través de una cadena de valor, en la que cada patrocinador hace algún aporte a favor de las empresas beneficiarias, como son los salones de capacitación, refrigerios, vehículos, hospedaje, logística y materiales didácticos.

“JUNTOS PODEMOS” se ha desarrollado en algunos de los países, con el apoyo de la Red Financiera BAC | Credomatic. Para el 2007 se obtuvieron los siguientes resultados:



RED FINANCIERA BAC Credomatic Capacitación a empresas afiliadas de Credomatic Programa Juntos Podemos Enero - Diciembre 2007		
País	Número de participantes	Número de empresas
Honduras	605	217
El Salvador	780	337
Nicaragua	650	210
TOTAL	2035	764



Comunidades

En el marco de la estrategia de RSC de la Red Financiera BAC | Credomatic el concepto de filantropía no se reduce a donar dinero o bienes materiales; es también donar servicios, experiencia, tiempo. Por esa razón, parte de las adecuaciones que se han realizado a las prácticas de donaciones corporativas, es la vinculación de los colaboradores de la empresa para movilizar, no solo bienes materiales y recursos financieros, sino también aportes en especie de gran valía, como son el conocimiento, las habilidades y los talentos.

El Programa Regional de Voluntariado, utiliza varias formas de expresión:

- **Voluntariado profesional**

Mediante esta actividad, ejecutivos, técnicos y profesionales de la organización donan su tiempo, talentos, y habilidades en favor de los beneficiarios de ONGs, asociaciones sin fines de lucro y PyMEs. A través de estas entidades, los colaboradores de la Red Financiera BAC | Credomatic se vinculan a juntas directivas, ejecutan acciones operativas o simplemente brindan sus servicios profesionales de asesoría gratuita, en áreas como finanzas, contabilidad, recursos humanos, procesos productivos, instalar o mantener sistemas informáticos sencillos, entre otros.

- **Voluntariado académico**

Mediante esta línea de voluntariado, colaboradores de la Red Financiera BAC | Credomatic dedican unas horas de su tiempo para apoyar procesos educativos en escuelas y colegios, en temas ligados a la educación financiera y el desarrollo de habilidades empresariales. Como parte de esta línea, otros colaboradores prestan su servicio voluntario brindando charlas sobre temas específicos, tanto en cursos universitarios avanzados como en los procesos de capacitación a PyMEs. De esta forma, comparten su testimonio y experiencia profesional para fortalecer el aprendizaje de los participantes alrededor de los contenidos de una materia en particular.

- **Voluntariado social**

Se orienta a la prestación de servicios de apoyo social en alianza

Promovemos actividades de desarrollo social a través del trabajo voluntario, con el fin de fortalecer las comunidades en las que operamos y contribuir al bienestar general de la sociedad.





con ONGs que atienden poblaciones vulnerables, en áreas como la educación, la salud, las patologías sociales y otras.

- **Voluntariado grupal**

El programa de Responsabilidad Social Corporativa organiza jornadas puntuales en cada país, que movilizan a decenas de voluntarios, colaboradores y sus familias, para apoyar procesos educativos en escuelas.

Los resultados de este programa, a escala regional, se presentan seguidamente:

RED FINANCIERA BAC | Credomatic
Voluntarios y aporte de horas de trabajo a proyectos comunitarios
Enero - Diciembre 2007

País	# de voluntarios	Total colaboradores*	% / colaboradores	# de horas	%
México	48	809	5,9%	257	2,6%
Guatemala	185	1399	13,2%	849	8,6%
Honduras	511	1716	29,8%	5528	56,3%
El Salvador	137	2235	6,1%	685	7,0%
Nicaragua	90	1872	4,8%	450	4,6%
Costa Rica	531	4132	12,9%	1488	15,2%
Panamá	165	1364	12,1%	564	5,7%
TOTAL	1667	13527	12,3%	9821	100,0%

Los resultados alcanzados en el 2007 son altamente satisfactorios, sobre todo por cuanto hemos logrado que más del 12% de nuestros colaboradores se vinculen al programa durante su primer año de funcionamiento. La experiencia mundial señala que la vinculación de voluntarios en las empresas no supera el 2% de los empleados en el primer año, y pocas veces llega a más de un 10% de esta población, incluso en programas que han estado vigentes por períodos prolongados y cuentan con importantes incentivos de participación.

La mayoría de nuestros programas de voluntariado se desarrollan mediante alianzas estratégicas con ONGs locales y regionales, con actividades afines a nuestra Política de RSC. Algunos ejemplos se citan seguidamente.

Guatemala:

- **Junior Achievement**

Con el apoyo de esta organización, se llevó a cabo la actividad de “Empresarios por un día” donde Gerentes y Jefaturas de la empresa



compartieron sus actividades normales de trabajo con un estudiante del último año de carrera con el objetivo de motivar diversos valores como la disciplina, responsabilidad y la motivación académica en la juventud guatemalteca; la agenda incluyó una visita a la Bolsa de Valores de Guatemala y al final del día una ceremonia de clausura y entrega de diplomas.

- HOPE Worldwide:

Durante el mes de noviembre se llevó a cabo el “Maratón de la Esperanza” a través del cual se recolectaron aproximadamente 1300 juguetes, víveres y ropa entre los colaboradores de BAC | Credomatic. La actividad se realizó en alianza con la ONG y tuvo como objetivo llevar esperanza y alegría a los niños de Santa Catarina Ixtahuacán, municipio de Sololá, en las fiestas navideñas. En esta actividad participó un grupo de 85 voluntarios, incluyendo a las personas que promocionaron y motivaron la actividad dentro de la organización, así como aquellos que nos acompañaron a entregar lo recolectado.

Honduras:

- Junior Achievement

En conjunto con esta organización más 80 voluntarios impartieron clases de desarrollo de empresariedad en escuelas públicas de Tegucigalpa, San Pedro Sula y La Ceiba, beneficiando a más de 1,400 niños.

- Futurekids

Se realizaron donaciones de computadoras a varias escuelas públicas, continuamos el apoyo a entidades educativas tecnológicas.

- Teletón, Fundación Niños con Cáncer, Olimpiadas Especiales, Fundación Taular, Arad El Buen Pastor, Infracnovi (Instituto Franciscano para la capacitación del no vidente)

A través de los voluntarios se logró el apoyo a estas entidades y algunas otras, para la celebración de eventos como: maratones, caminatas, bingos, conciertos, donación de equipo de oficina y patrocinio monetario, entre otros.

El Salvador:

- CARE

En conjunto con esta organización 37 voluntarios participaron en una actividad de apoyo a 200 Niños, mediante la reparación de 3 centros escolares de la zona de Concepción Batres, Usulután,



altamente afectada por las inundaciones y desastres naturales provocados por el invierno. De igual manera, un grupo de otros 20 voluntarios realizaron labores similares a favor de 150 Niños de 2 Centros Escolares en la zona de Salcoatitán, Sonsonate.

• FUNDAZUCAR

En la zona de Nejapa, San Salvador, un grupo de 35 voluntarios participaron en la reparación de una escuela donde estudian 200 niños, a quienes a través de este servicio se les brinda la oportunidad de estudiar, propiciando la eliminación del trabajo infantil que es muy frecuente en esta zona y el acceso a la educación a los menores que trabajan en los cañales.



Nicaragua:

• American Nicaragua Foundation

Desde el 2004 BAC | Credomatic apoya un Programa que promueve esta organización, denominado “Comunidades Sanas”, con un aporte anual de \$25,000 dólares y decenas de horas de servicio voluntario por parte de nuestros colaboradores en ese país. Este programa consiste en distribuir medicinas, material de reposición y equipo médico básico a dispensarios, centros de salud y hospitales que brindan sus servicios a las comunidades más pobres del país. ANF es una entidad sin fines de lucro, que moviliza y orienta recursos internacionales y locales para el desarrollo de Nicaragua, promoviendo la colaboración y las alianzas estratégicas entre el sector privado, sector público y la sociedad civil. Con ese enfoque, apoya el fortalecimiento de organizaciones comunitarias en programas de educación, nutrición, salud, vivienda y proyectos de desarrollo sostenible que buscan mejorar los niveles de vida de los sectores más pobres.

• Asociación Pro-Niños Quemados de Nicaragua

Nuestra empresa patrocina la atención médica a niños quemados de escasos recursos, que además de recibir el apoyo económico para cubrir su tratamiento, reciben también la visita de nuestros voluntarios que llegan a jugar con ellos y a ofrecerles espacios educativos y culturales.

PROGRAMA COMUNIDADES SANAS – COBERTURA ALCANZADA

	2004	2005	2006
Centros que recibieron productos durante todo el año	80	119	153
Niños Beneficiados	22,000	21,815	22,862
Centros que recibieron donaciones de medicina, equipo médico básico y material de reposición.	128	151	116
Cantidad de personas beneficiadas mensualmente en los centros de salud asistidos	139,000	116,00	125,000

Iniciativas Especiales de Algunos Directores

Complementario a los proyectos sociales que directamente impulsa BAC|Credomatic Network, en el caso de Nicaragua se han establecido mecanismos para apalancar significativamente los esfuerzos en RSC apoyando con recursos financieros y voluntariado a instituciones de gran proyección social, que son lideradas por socios y miembros de la Junta Directiva de la Red Financiera.

Entre estas instituciones resaltan:

Asociación Pro Niños Quemados de Nicaragua (Aproquen):

APROQUEN es una organización líder y pionera a nivel centroamericano en cuidados intensivos, cirugía reconstructiva y rehabilitación física y psíquica. Desde sus inicios en 1991, ha sido presidida por la Sra. Vivian Pellas. Su Misión es: “Brindar una atención integral, especializada y gratuita a niños con quemaduras agudas, sus secuelas y malformaciones congénitas o adquiridas, en Nicaragua y Centroamérica.

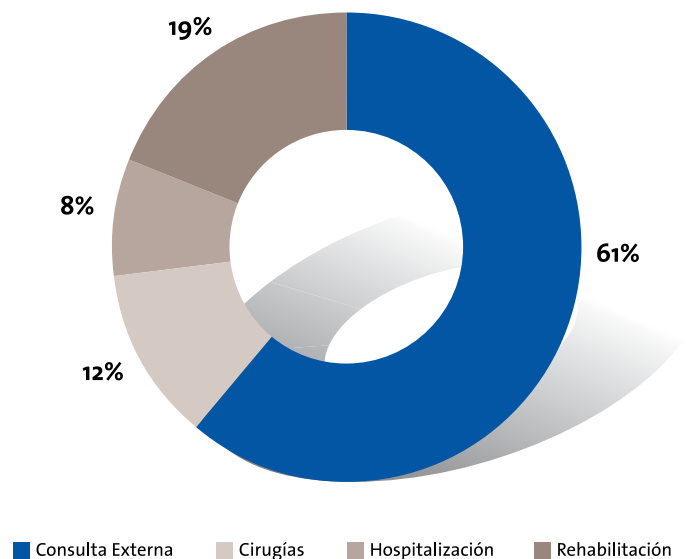


Mediante esta institución se brindan servicios de manera gratuita a niños quemados, a través de los siguientes mecanismos:

- Atención directa en la Unidad de Niños Quemados (primera clínica de rehabilitación ortética en Centro América) que funciona en el Hospital Metropolitano Vivian Pellas
- Jornadas médicas
- Campañas de prevención de quemaduras y otros eventos especiales.

A lo largo de 16 años ha brindado 208.849 servicios gratuitos de atención directa, como sigue:

- 125,177 consultas externas
- 25,611 cirugías
- 15,634 hospitalizaciones
- 42,427 rehabilitaciones



La labor humanitaria de APROQUEN ha trascendido además en la atención de la niñez en general, a través de programas especiales como Sonrisas de la Calle y Caravana Navideña en los que se regalan juguetes a los niños que viven en las zonas rurales más lejanas de extrema pobreza y en los hospitales de Nicaragua, entregando 537,229 juguetes durante 15 años. Por esta labor, su Directora Ejecutiva, la Sra. Vivian Pellas, ha sido merecedora de importantes premios y reconocimientos a nivel nacional e internacional.

American Nicaragua Foundation (ANF):

ANF es una organización sin fines de lucro fundada en 1992 y registrada en Estados Unidos bajo el código 501 (c) 3. En un país como Nicaragua donde el 45.8% de la población vive en condición de pobreza y más del 40% de las familias no tienen acceso a sistemas de salud (OPS, 2006), ANF apoya a miles de nicaragüenses con programas en las áreas de salud, vivienda, nutrición, educación y proyectos de desarrollo sostenible.

Esta organización cuyos gastos operativos representan menos del 1% de sus ingresos totales, se encuentra presidida por el Sr. Alfredo Pellas Jr., accionista y Director de la Red Financiera BAC | Credomatic.

ANF cuenta con 65,000 pies cuadrados de área de bodega que permite almacenar 165 contenedores de bienes o 310 contenedores de granos.

Las principales capacidades de ANF se encuentran en las siguientes áreas:

- Moviliza y orienta recursos internacionales y locales para el desarrollo.
- Promueve la colaboración y alianzas estratégicas entre el sector privado local, el sector público y la sociedad civil para resolver problemas comunitarios.
- Apoya la educación, nutrición, salud, vivienda y proyectos para mejorar los niveles de vida y crear un cambio social.
- Aumenta la capacidad de organizaciones locales que satisfacen a las comunidades más pobres.

ANF tiene el fuerte compromiso de empoderar a las comunidades marginadas del país mediante la capacitación y el apoyo técnico, para que adquieran el conocimiento que les permita llegar a ser autosuficientes. Convencidos de que cada ser humano está creado con el mismo valor y derecho, sin importar raza, sexo, credo, orientación política y estatus económica, ANF trabaja para lograr el desarrollo sostenible con promover la autodependencia y autonomía.

En respuesta a este compromiso, los programas de ANF se llevan a cabo con la cooperación de las 2,864 organizaciones locales ubicadas en los 15 departamentos y 2 regiones autónomas de Nicaragua, asegurándose así la satisfacción de necesidades para diversas comunidades en todo el país.

Entre los principales logros de ANF se destacan:

- 835 centros reciben material escolar (155,139 beneficiados)



- 195 centros reciben muebles (14,806 beneficiados).
- 168 centros reciben alimentos (26,634 beneficiados)
- 300 centros reciben medicinas y material de reposición (116,980 beneficiados).
- 2,408 proyectos de construcción de vivienda (13,504 beneficiados)

Costa Rica:

• Amigos del Aprendizaje

Con este programa alcanzamos a más de 315 niños y niñas de primer a tercer grado, en cinco escuelas públicas de Santa Ana. Estos centros educativos tuvieron acceso además a materiales y metodologías de alta calidad, raramente accesibles a la educación pública debido a sus recursos limitados.

• Junior Achievement

Esta organización con presencia en 104 países, tiene como misión “Inspirar y preparar a la juventud para ser exitosa en la economía global”. Para ello promueven el interés por la empresariedad en los niños y jóvenes, a través del voluntariado corporativo en los centros educativos, el uso de metodologías innovadoras y la entrega de materiales de alta calidad. En alianza con esta organización, BAC | Credomatic en Costa Rica, desarrolló dos programas: a) “Economías para el éxito”, por su contenido en finanzas personales y su metodología, que promueve la permanencia escolar a través del enfoque vocacional por competencias. Se beneficiaron niños y niñas de sexto grado de las escuelas , República de Chile, Juan Santamaría y Ricardo Jiménez; y b) Gerencia Virtual, voluntariado que consiste en asesorar a un grupo de jóvenes universitarios quienes compiten con sus habilidades gerenciales. La actividad se lleva a cabo mediante el uso de un simulador, al cual se ingresan decisiones en cuanto a mercadeo, precio, inversión en investigación, entre otros.

En esta actividad participaron 6 voluntarios de la organización, entre ellos nuestros Vice-Presidentes y más de 20 jóvenes de la Universidad de Costa Rica. El grupo ganador, COVALSA, fue además el clasificado para representar a Costa Rica en la competencia Internacional organizada por Junior Achievement.

• Conexión – Servicio Extremo

En conjunto con esta organización, en diciembre de 2007, nuestros colaboradores donaron más de 500 regalos para niños pobres. Estos fueron acompañados por una donación de la empresa para cubrir



los gastos de alimentación de las fiestas y además contó con la participación de 30 voluntarios que dieron su tiempo y esfuerzo para hacer entrega de los regalos y compartir juegos con los más de 2000 niños/as que disfrutaron de la actividad.



Panamá:

- Ciudadela Jesús y María

Nuestra empresa en este país desarrolla actividades de voluntariado acordes a su compromiso con la niñez. En esta línea, mantiene programas de ayuda con esta organización que alberga a niños y niñas abusados y abandonados. Para ello, la empresa ofrece donaciones acompañadas de actividades de voluntariado donde nuestros colaboradores también aportan alimentos, ropas y juguetes, además de brindar su tiempo para organizar actividades recreativas a favor de estos niños y niñas.

- Hogar Amigos con Leucemia y Cáncer

En apoyo a este centro, nuestros colaboradores voluntarios organizan fiestas de cumpleaños para los niños que sufren de esta enfermedad, y se encuentran en un período de transición, esperando tratamientos u hospitalización. Como apoyo a estas iniciativas de voluntariado, la Red Financiera BAC | Credomatic, otorgó donaciones por un monto de alrededor de un millón de dólares, distribuido entre los diferentes países.

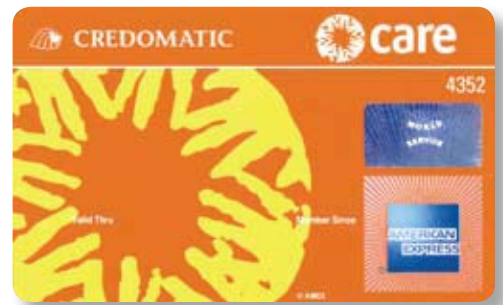
Tarjetas de crédito con fines sociales

Las empresas que forman parte de la Red Financiera BAC | Credomatic, en países como El Salvador y Nicaragua, han desarrollado alianzas con ONGs locales a través de tarjetas de crédito de marca compartida. Estos programas tienen como objetivo movilizar y promover el consumo de tarjeta-habientes interesados en causas sociales, dando una respuesta eficaz a sus inquietudes y canalizando sus donaciones hacia causas que son de su interés. Con ello, se logra beneficiar tangiblemente a diversos grupos sociales a la vez de aumentar la lealtad y confianza de nuestros grupos de interés.

En el caso de la **tarjeta de crédito de marca compartida con CARE** que se ha puesto en marcha en El Salvador, la Red Financiera BAC | Credomatic aporta un 2% del total de consumo de cada cliente para



apoyar a la organización CARE, de reconocido prestigio y credibilidad. El tarjetahabiente que accede a esta tarjeta no hace aportes económicos, solamente la utiliza en sus compras con la seguridad de que una parte de su consumo va a dirigido a esta organización. A Enero 2008 la organización beneficiaria había recibido un total de \$84,816, beneficiando a más de 40 mil familias en 7 proyectos que van desde Educación, Agua y Saneamiento, Respuesta a Emergencias hasta Desarrollo de las Capacidades Locales, a lo largo y ancho del país.



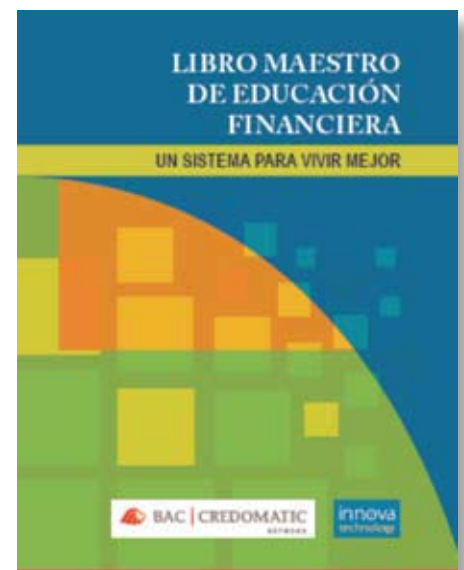
Programa de educación financiera a jóvenes

El Programa de Educación Financiera a Jóvenes nace en Costa Rica, por iniciativa de Credomatic. Este se basa en el hecho de que toda persona, desde el ama de casa hasta el profesional en cualquier disciplina, debe manejar dinero y recursos financieros en su vida. BAC | Credomatic Network es una entidad especializada en el manejo eficiente de recursos y ofrece además una serie de productos y servicios que pueden ayudar a las personas a administrar sus recursos finanzas eficientemente. A través de la promoción del conocimiento en este tema, nuestra empresa pone al servicio de la sociedad sus principales talentos, para apoyar a las nuevas generaciones y promover el desarrollo de los países donde operamos, cumpliendo así con nuestra razón de ser y el compromiso que adquirimos con la comunidad.



Como primer paso, durante el 2007 se desarrolla el “Libro Maestro de Educación Financiera” donde tanto BAC como Credomatic se dieron a la tarea de recopilar su amplísimo conocimiento en el tema, para aportarlo a los diversos públicos que pretenden alcanzar. Este libro, que constituye una verdadera biblioteca de temas vinculados a las finanzas, viene a llenar un vacío existente en esta materia para personas que no han tenido esta formación específica.

Los jóvenes son un público ideal para la educación financiera, ya que inician sus actividades económicas independientes y cuentan por lo tanto con todo el potencial para incorporarse a la vida económica de forma responsable, utilizando las herramientas y recursos de manera que se aseguren un presente y un futuro económicamente saludable y exitoso. El objetivo fundamental de este programa es por eso la incorporación de la educación financiera en el currículum educativo formal, tanto para colegios técnicos como académicos, en todos los



países centroamericanos cuyos gobiernos decidan incorporarse a este programa.

Esta iniciativa ha dado inicio en Costa Rica, mediante una alianza con el Ministerio de Educación Pública y con el apoyo de diversas entidades. En este país se han elaborado los planes educativos de formación para un grupo de 20 Colegios Técnicos Profesionales y el diseño curricular de una tecnología para los colegios académicos. Este programa arrancó el 27 de Septiembre de 2007 con la capacitación de 60 docentes en el tema, que en el marco del llamado “Plan 200” del MEP¹, capacitaron a su vez a más de 3500 jóvenes a finales del 2007 y para el 2008 incorporarán este tema como experiencia piloto dentro del ciclo regular.

Para el 2008, la Red Financiera BAC | Credomatic ofrecerá a los Ministerios de Educación Pública de los países centroamericanos la oportunidad de vincularse a este programa, adaptando la experiencia desarrollada en Costa Rica a las particularidades culturales y educativas de cada nación.



V Concurso Colegial de Escritura 2007

Como parte de los esfuerzos para promover el interés de los jóvenes en la temática financiera, durante el 2007 BAC | Credomatic de Costa Rica, trabajó de manera conjunta con la Academia de Centroamérica en la promoción y difusión del V Concurso Nacional de Escritura, así como en la premiación de las y los jóvenes ganadores del mismo. La Academia de Centroamérica, institución con un alto reconocimiento nacional e internacional donde participan muchos de los más importantes economistas de este país, realiza desde hace 4 años este concurso, cuyo principal objetivo es promover, en los y las estudiantes de 5° año de Colegios Académicos Públicos (CAP) diurnos, el interés por los temas económicos y financieros. Con ello se pretende mejorar su comprensión y perspectiva con respecto a la realidad económica y financiera del país, así como despertar su interés por la economía en general y las finanzas familiares en particular.

¹Este plan hace referencia a la iniciativa del MEP de completar la promesa de 200 días lectivos por año, para ello se han de completar las últimas tres semanas del ciclo impartiendo en cursos en diversos temas, ya que la parte académica formal del mismo estaría cubierta y evaluada (pruebas de bachillerato cuando aplica) para ese momento.



SOSTENIBILIDAD

DIMENSIÓN AMBIENTAL



DIMENSION **ambiental**



Disminuir el impacto ambiental de nuestras operaciones y el que generan nuestros clientes, colaboradores y proveedores, a través de programas internos y externos de protección a los recursos naturales.

	Línea base 2006	Balance al 2007	Compromisos 2008
Estrategia y programas ambientales	La empresa carecía de una estrategia y programas de responsabilidad ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> • Se crea un sistema de gestión ambiental interna como parte de la Política de RSC. • Los países inician el proceso de diseño de programas e instrumentos para promover buenas prácticas y medir sus resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vincular el sistema de gestión ambiental al sistema de gestión de calidad, utilizando como guía la norma ISO 14.000. • Desarrollar un esquema para la medición sistemática de resultados en materia ambiental.
Estructura operativa	La empresa no había establecido una estructura operativa para funcionamiento de su programa ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> • En los países se establece un Comité Ambiental, integrado por gerentes y técnicos, cuya responsabilidad es poner en marcha los programas. • Se nombran más de 150 promotores ambientales distribuidos en los países. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer los Comités Ambientales; documentar y sistematizar sus avances. • Continuar el proceso de formación de los promotores ambientales y asignarles responsabilidades específicas dentro del sistema de gestión ambiental.
Sensibilización en el tema ambiental	El tema ambiental no formaba parte de los esfuerzos de capacitación y sensibilización a colaboradores.	<ul style="list-style-type: none"> • Se define una estrategia de comunicación y sensibilización a colaboradores en materia ambiental. • Un total de 7952 (57%) colaboradores participan en el programa de sensibilización y capacitación en materia ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Continuar el proceso de sensibilización a nuestros colaboradores. • Promover el uso de buenas prácticas a través de una campaña interna de comunicación. • Alcanzar al menos al 80% de nuestros colaboradores con estas iniciativas. • Iniciar un plan piloto de sensibilización y capacitación entre nuestros proveedores, a fin de desarrollar en ellos competencias de índole ambiental.
Consumo de agua, electricidad y papel	Algunos países habían iniciado un esfuerzo de reducción de papel y reciclaje, pero este no se daba en forma sistemática.	<ul style="list-style-type: none"> • Se establece el objetivo de reducción de agua, electricidad y papel, como parte del sistema de gestión ambiental. • Se amplían los programas de reciclaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducir en al menos un 10% el promedio anual de consumo de agua, electricidad y papel en las oficinas que ingresen al programa. • Poner en marcha un programa regional de acopio, clasificación y manejo responsable de desechos sólidos. • Reciclar el 100% de los materiales acopiados.
Sistema de gerencia ambiental y social	La empresa no contaba con un sistema de gerencia ambiental y social, basada en los Principios del Ecuador.	<ul style="list-style-type: none"> • Se lleva a cabo un estudio para identificar la forma de aplicar los Principios del Ecuador a las particularidades de la Red Financiera. • Se diseña el sistema de gerencia ambiental social, a manera de experiencia piloto y se valida con casos reales en Costa Rica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprobar los Principios del Ecuador y un Sistema de Gerencia Ambiental y Social, para asegurar el cumplimiento de prácticas sanas en materia ambiental en proyectos de inversión de ciertas características. • Establecer alianzas con cooperantes internacionales para un programa de incentivos a créditos que contemplen iniciativas

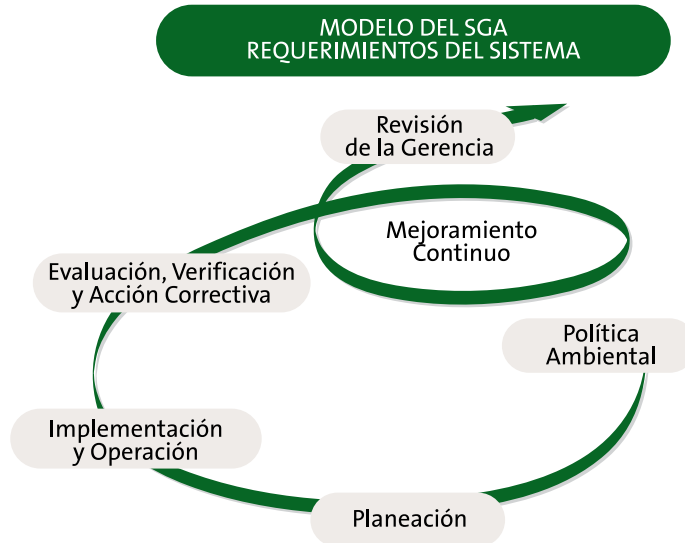
Apuntamos a un crecimiento que esté en armonía con el ambiente, en todas las áreas de nuestro negocio.

Nuestro compromiso con el ambiente

En el 2006 se llevó a cabo un diagnóstico cuyo fin era determinar dónde estaban las fortalezas y avances así como las carencias y debilidades que tenía la empresa frente al reto de establecer una estrategia integral de Responsabilidad Social Corporativa. Dicho estudio permitió determinar que el ámbito de ‘ambiente’ era donde la Red Financiera BAC | Credomatic mostraba sus mayores vacíos y carencias. Desde entonces, el tema viene siendo abordado con gran interés por parte de la Red financiera BAC | Credomatic.

Como primera iniciativa, se estableció un Sistema de Gestión Ambiental que permite implementar y dar el debido seguimiento a los programas que la Red Financiera BAC | Credomatic pondrá en marcha para eliminar, disminuir o compensar el impacto que se produce en el ambiente a partir de su propia actividad comercial.

BAC | CREDOMATIC NETWORK
Modelo sistémico de implementación y seguimiento de los programas ambientales



Este modelo se desarrolla a través de una estructura operativa que permite a la empresa incorporar las iniciativas ambientales a su quehacer diario. Dicha estructura se compone de un Comité Ambiental y un grupo de promotores ambientales que operan en cada país.

Los Comités están conformados por las Gerencias Administrativas, Operativas, Calidad, Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa. Son responsables de emitir directrices y proponer actividades para alcanzar los resultados esperados en materia ambiental. Cada Comité se apoya en un grupo de promotores ambientales que deben ser debidamente capacitados para cumplir con esa función. Cada país designó un promotor ambiental por cada 100 colaboradores o en su defecto, uno por cada centro de trabajo cuando en este trabajen menos de 100 colaboradores.

Sensibilización a gerencias, jefaturas y colaboradores

Durante el 2007 se desarrolló un esfuerzo de sensibilización a nuestros colaboradores que busca motivar su acogida a las pautas y directrices que propone el Sistema de Gestión Ambiental.

Después de analizar varias alternativas, se tomó la decisión de utilizar el documental denominado “La Verdad incómoda” como primer medio de sensibilización a nuestros colaboradores, a escala regional. Esta película aborda de manera comprensible los retos ambientales que enfrenta la humanidad, debido al uso desproporcionado de los recursos naturales. Señala de manera específica a la generación actual como la que tiene en sus manos la última oportunidad de mitigar y revertir esta terrible situación.

La estrategia inició con la presentación de este video a nuestros gerentes y jefaturas, acompañado de cine foros en todos los países, donde expertos en la materia aclararon las dudas y consultas de los participantes. Contando con el apoyo a este nivel de la empresa, se procedió a la invitación de todos los demás colaboradores de la Red Financiera, que en un alto porcentaje tuvieron la oportunidad de conocer y discutir sobre este importante tema.



una gota de agua
una semilla que germina
un granito de arena
un ser que nace

Somos parte del milagro más grande que existe: la vida.

Compartimos un mismo espacio con millones de seres vivos y en él producimos, desechamos, generamos, gastamos, aprovechamos y explotamos sus recursos con el único fin de sobrevivir.

...pero ¿cuál es el costo?

La naturaleza tiene un plan que ha sido alterado
y ya hemos recibido suficientes advertencias.
No podemos cometer más errores con ella.

En la gran película de la vida, somos actores, no espectadores y nuestros actos tienen consecuencias para nosotros mismos, para los demás y para las futuras generaciones.

*La conservación es ahora.
Nuestro planeta no tiene más tiempo.*

 BAC | CREDOMATIC
NETWORK

RED FINANCIERA BAC | CREDOMATIC
 Participantes en el foro “La verdad incómoda”
 Enero - Diciembre 2007

País	Participantes	Total Colaboradores	% de cobertura
Guatemala	933	1399	66,7%
Honduras	2225	1716	92%
El Salvador	1500	2235	67,1%
Nicaragua	40	1872	2,1%
Costa Rica	2610	4132	63,2%
Panamá	644	1364	47,2%
TOTAL	7952	12718	58,5%

Para el 2008 se espera continuar con esta capacitación, hasta llegar a cubrir al menos el 80% de todos nuestros colaboradores en la Región.

Uso y desperdicio de agua, electricidad y papel

Con el establecimiento de los Comités Ambientales en los países, a partir de julio de 2007 inició el diseño de un programa que busca disminuir el consumo de agua, electricidad y papel en nuestras oficinas, a escala regional. Se estableció una metodología y se diseñaron las herramientas que permitirán promover mejores prácticas, controlar el uso y desperdicio de estos recursos así como sistematizar y documentar la experiencia.

Este Programa tuvo diverso grado de avance en los distintos países. Para el 2008, se espera que todas nuestras operaciones adopten el modelo y logren una reducción de al menos un 10% en el consumo de estos recursos naturales.



Avances en los países

Guatemala:

- “The Inconvenient truth”

En la semana del 5 al 9 de noviembre de 2007 se proyectó la película “La Verdad Incómoda” de Al Gore, dentro de las instalaciones de BAC | Credomatic. Es la primera actividad del programa ambiental de RSC y tuvo como objetivo sensibilizar a nuestros colaboradores sobre la importancia de nuestro medio ambiente y la preservación de nuestros recursos naturales. Luego de la proyección de la película

cada uno de los asistentes respondió el cuestionario ambiental con el objetivo de medir el grado de conocimiento que poseen respecto al medio ambiente y el calentamiento global. A la actividad asistieron 933 colaboradores de la organización en diferentes horarios.

- Descansadores de pantalla

El 30 de octubre se instalaron en todas las máquinas de nuestra organización descansadores de pantalla con motivos ecológicos, para acompañar la proyección de la película y de esta manera provocar un mayor impacto en toda la empresa respecto al tema medioambiental.

Honduras:

- Comité de Energía

Se estableció en las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula, y tiene a su cargo desarrollar planes piloto para la reducción de energía, papel y agua, en al menos 6 agencias a nivel nacional. La iniciativa busca no solo lograr reducciones significativas sino también aumentar la conciencia ecológica en nuestros colaboradores y en toda la cadena de valor, incluyendo a nuestros proveedores y clientes.

La presentación de la película “A Inconvenient Truth” se realizó en los Centros Comerciales más importante de las ciudades de Tegucigalpa, San Pedro Sula y La Ceiba, es el primer evento que se realiza en conjunto con los colaboradores de BAMER, así mismo fue la primera actividad donde se incluyeron voluntarios de Bamer para coordinar la logística en las ciudades anteriormente mencionada.

- Programa de reciclaje

La estrategia ambiental incluye la promoción de una cultura de manejo responsable de los desechos sólidos, para lo cual se han instalado 3 tipos de basureros en todas nuestras agencias y oficinas a nivel nacional, que permiten clasificar los desechos de tres tipos: Papel, Aluminio y Plástico.

El Salvador:

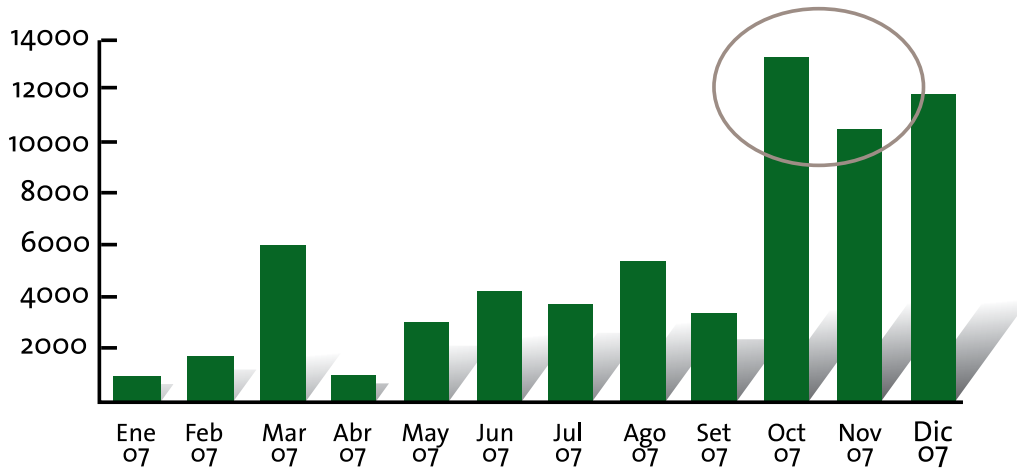
- Sensibilización ambiental

Como inicio de la gestión ambiental se sensibilizó a 1500 colaboradores con la transmisión de la película “Una Verdad Incómoda” que toca el tema del calentamiento global.

- Archivo Digital

Comprometidos con el tema ambiental, desde el año 2006 la Red Financiera en El Salvador inició un proyecto de archivo y digitalización de documentos, cuyo objetivo es crear una Base de Datos que contenga la documentación de sus clientes. A diciembre de 2007 se había logrado archivar y digitalizar un 69% de todos los expedientes históricos de Cuentas de Depósito, Tarjetas de Crédito, Comercios Afiliados, Banca de Personas, proyectándose concluir para 2008 el proyecto, con los expedientes de Banca Corporativa e IBC. La inversión realizada por la empresa ha sido de alrededor de un millón de dólares en tecnología e infraestructura. En el último trimestre de 2007, esta inversión empezó a rendir sus resultados, produciendo ahorros de más de \$150 mil dólares en reducción de espacio físico, consumo de fotocopias y papel.

Avance en la situación de estado de cuenta de papel ECP a estados de cuenta electrónicos ECT
Enero - Diciembre 2007



Costa Rica:

- Migración de formatos físicos a electrónicos

Esta iniciativa, promovida por Credomatic Costa Rica, promueve la sustitución de los estados de cuenta impresos en papel por estados de cuenta electrónicos. La Campaña apoya además al 'Programa de Protección la Península de Osa', una de las áreas de mayor biodiversidad del país y del mundo. Por cada cliente que acepta hacer la sustitución, Credomatic hace una donación en efectivo a este programa, logrando así no solo un impacto por la reducción en el uso del papel, sino también por el apoyo a una importante área de conservación y la sensibilización de nuestros clientes.

A partir del mes de Octubre se logra un incremento significativo en la colocación de estados de cuenta por e-mail, lo que se traduce en fondos para el Programa de Conservación y un aporte a la disminución del consumo de papel en la organización. Hasta el momento se han trasladado más de US\$19.000 para la conservación de Península de Osa y se han ahorrado más de medio millón de hojas de papel.

Por su parte, BAC San José ha iniciado su proyecto de expediente electrónico, el cual no sólo trae un ahorro significativo de papel, si no que hace más eficientes los procesos de cara al cliente y ahorra otros consumos, como electricidad y tintas de impresión.

Panamá

• Sensibilización a colaboradores

Con el fin de sensibilizar a los colaboradores en el tema del calentamiento global, BAC | Credomatic invitamos a nuestros colaboradores a la presentación del video “La Verdad Incómoda” y a un debate posterior.

• Plan de Gestión Ambiental Interna

Hemos puesto en marcha un plan ambiental, con miras a minimizar el impacto ambiental de nuestras operaciones en temas puntuales como el ahorro de energía eléctrica y agua, el reciclaje de papel, estuches de tintas, y aluminio, entre otros.

Sistema de gerencia ambiental y social

En paralelo a estas iniciativas hemos iniciado el desarrollo un Sistema de Gerencia Ambiental y Social - SGAS -, basado en los Principios de Ecuador cuya adopción promueve el Banco Mundial. El SGAS que busca promover mejores prácticas ambientales y evitar o disminuir el impacto en proyectos de inversión.

Durante el 2007, con apoyo del BAC San José (Costa Rica), se desarrolló un primer informe que está en proceso de revisión por parte de la Gerencia de Riesgo. Su objetivo es definir el Sistema a ser aplicado por la Red Financiera BAC | Credomatic para la evaluación del riesgo social y ambiental de los proyectos que financia, de forma congruente con las regulaciones nacionales de cada país y con los Principios del Ecuador.



El Sistema comprende propuestas de la Política y del Procedimiento para hacer la evaluación de riesgo social y ambiental en los proyectos, así como aspectos complementarios que son necesarios para lograr su exitosa implementación, tales como seguimiento y capacitación.

El Procedimiento de Evaluación como tal, se basa en el marco regulatorio nacional - que es muy completo en este campo -, de forma tal que el Banco no duplique los esfuerzos públicos vigentes en esta materia, sino que se concentre en los proyectos más grandes, que requieren la aplicación de los Principios del Ecuador y por ende, tienen una serie de exigencias adicionales.

El informe incluye además materiales de apoyo, como el Formulario Ambiental que se aplicaría, para identificar los aspectos ambientales más significativos de proyectos seleccionados, tal y como lo requieren los Principios del Ecuador.

Durante el 2008, este Sistema de Gerencia Ambiental y Social, una vez aprobado y validado en Costa Rica, será adaptado a la realidad de los demás países para su inmediata implementación.



Personas integras todos los días, en todas partes



Para nosotros, la integridad es algo más que obedecer leyes. Es nuestra esencia, es el espíritu que debe regir nuestros actos, a toda hora y en cada momento.

Éste es nuestro gran compromiso

Si tiene cualquier preocupación acerca de cuestiones de integridad, contacte al OMBUDSPERSON de su país.



GE imaginación en acción



BAC | CREDOMATIC
NETWORK

INTEGRIDAD Y CUMPLIMIENTO

GOBIERNO CORPORATIVO

	Línea base 2006	Balance al 2007	Compromisos 2008
Gobierno Corporativo	No había iniciado la práctica de rendir cuentas a la sociedad sobre el quehacer de la empresa en RSC.	<ul style="list-style-type: none"> • Se publica por primera vez la Memoria de Responsabilidad Social Corporativa, mediante la cual la Junta Directiva rinde cuentas a la sociedad en su accionar como empresa socialmente responsable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producir el primer reporte de sostenibilidad, bajo los lineamientos que establece la Norma GRI. • Iniciar un proceso regional de “Diálogo Social” con públicos interesados.
Transparencia	<p>No se había publicado la Política de RSC de la Red Financiera.</p> <p>Los productos y servicios publicados no siempre incluían todos los aspectos de interés para los clientes actuales y potenciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de información acerca de las políticas y avance de los programas de RSC. • Se agrega información relevante en más de 200 productos y servicios publicados en los sitios virtuales de la Red, incluyendo aspectos como tarifas, tasas, medios de acceso, formularios y otros de interés para clientes actuales y potenciales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicar con más detalle los avances en materia de RSC en nuestros sitios web. • Homologar y estandarizar el diseño y presentación de avances por parte de los países. • Incluir más información de interés y un mayor número de productos y servicios.
Integridad y cumplimiento	Los esfuerzos en RSC no reforzaban los objetivos de integridad y cumplimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Se han incluido los aspectos de integridad y cumplimiento en el marco de las estrategias de RSC (ej. Certificación de Proveedores) 	<ul style="list-style-type: none"> • Continuar fortaleciendo los programas de Integridad y Cumplimiento, desde las estrategias de RSC.

Transparencia e Integridad

Gobierno corporativo

Con base en las nuevas tendencias internacionales y siguiendo las recomendaciones del Comité de Basilea que rige el Sistema Bancario Internacional, la Red Financiera BAC | Credomatic tomó la decisión en el año 2003 de organizar una estructura de acuerdo a los lineamientos de Gobierno Corporativo.

La Junta Directiva Regional cuenta con representantes de BAC y GE, nuestro socio estratégico. Los miembros de la Junta Directiva dirigen los Comités regionales. Su principal función es revisar el desempeño de la gerencia en beneficio de nuestros accionistas y depositantes.

Por otra parte, en cada país donde operamos, la Red Financiera cuenta con Juntas Directivas integradas por los socios locales y representantes de la Corporación BAC | Credomatic.

La organización del Gobierno Corporativo define el conjunto de reglas que ordena en forma transparente las relaciones y el comportamiento entre las gerencias superiores de la organización, su Junta Directiva, sus accionistas, depositantes u otros participantes interesados. Este se organiza mediante una serie de Comités, como sigue:

- **Comité Ejecutivo**

Le compete la coordinación de los temas estratégicos del Grupo Financiero.

- **Comité de Crédito**

Supervisa el riesgo de crédito y le compete asegurarse que las Políticas de Crédito de la Organización son adecuadas, que son conducidas de acuerdo con las Políticas, Leyes, Normas y Regulaciones vigentes, así como dentro de las prácticas de negocio y estándares éticos aceptados en la industria.

Aumentar el capital social, el nivel de fidelidad de nuestros clientes y la confianza de nuestros grupos de interés y comunidades donde operamos, a través del ejercicio activo de la ciudadanía corporativa y de la rendición de cuentas.



- **Comité de Activos y Pasivos**

Supervisa los riesgos de tasas de interés, fiduciario, liquidez y mercado y supervisa las políticas de riesgos de liquidez, tasas de interés y otros de mercado.

- **Comité de Auditoria**

Supervisa a la Auditoria Interna y Externa de la Organización, y monitorea la calidad e integridad de los Reportes Financieros externos.

- **Comité de Riesgos Operativos**

Supervisa el riesgo operativo, legal, liquidación y tecnológico. Vela por la efectividad de los procesos internos, así como la identificación y control de áreas críticas por fraude, estafas, mala formalización de contratos, riesgos tecnológicos o pérdidas no esperadas provenientes de catástrofes o eventos externos.

- **Comité de Cumplimiento**

Supervisa el cumplimiento de las leyes relacionadas con el Lavado de Dinero y actividades ilícitas; revisa los estándares éticos y las prácticas comerciales relacionadas con el lavado de dinero y políticas de “conozca a su cliente”.

Cada uno de estos comités mensualmente reporta al Comité Ejecutivo mediante una matriz con indicadores y otros temas relacionados. Esta estructura está acorde con los lineamientos regulatorios de las Superintendencias de los países cubiertos por la Red Financiera, así como de las recomendaciones del Comité de Basilea que rige el sistema bancario internacional.

Programa de Transparencia

Este Programa tiene como objetivo central rendir cuentas a la sociedad sobre el quehacer de la Red Financiera BAC | Credomatic en materia de Responsabilidad Social RSC y hacer visible nuestra naturaleza corporativa, facilitando además el acceso de todo el público a nuestros programas, productos y servicios.

Se ejecuta a dos niveles:

Nivel Regional

Busca ampliar la visibilidad del gobierno corporativo, a escala

regional y local, así como las políticas de ética, transparencia y rendición de cuentas que rigen el quehacer de la empresa. Esto incluye la divulgación de los programas y proyectos que ejecuta la Red Financiera BAC | Credomatic en materia de RSC, tanto los establecidos en años anteriores (gobierno corporativo, integridad, excelencia, cumplimiento, calidad, valores, beneficios a colaboradores, entre otros) como las nuevas iniciativas que se han abordado a partir del 2007.

Nivel Nacional

Tiene como objeto mejorar la facilidad de acceso a los productos y servicios que ofrece la Red Financiera BAC | Credomatic a sus clientes y usuarios, incluyendo descripción de cada uno, lugares donde se ofrecen, criterios y requisitos, así como listado de documentos que se deben aportar para acceder a cada uno de estos.

En el programa de Transparencia, se alcanzaron los siguientes avances:

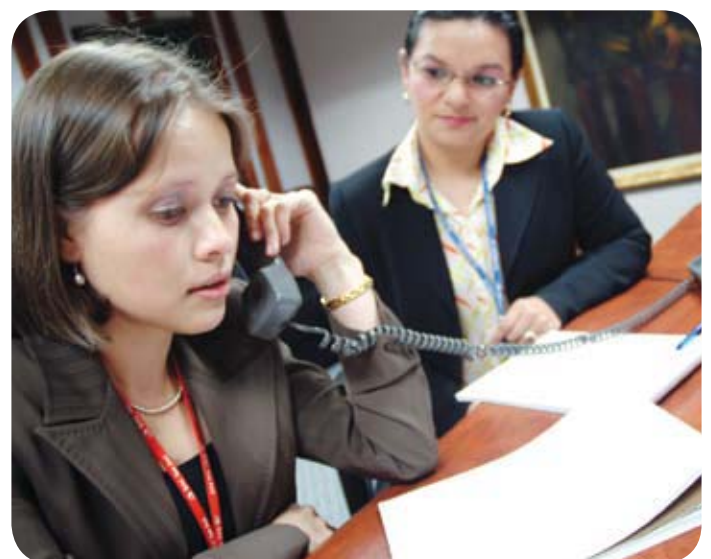
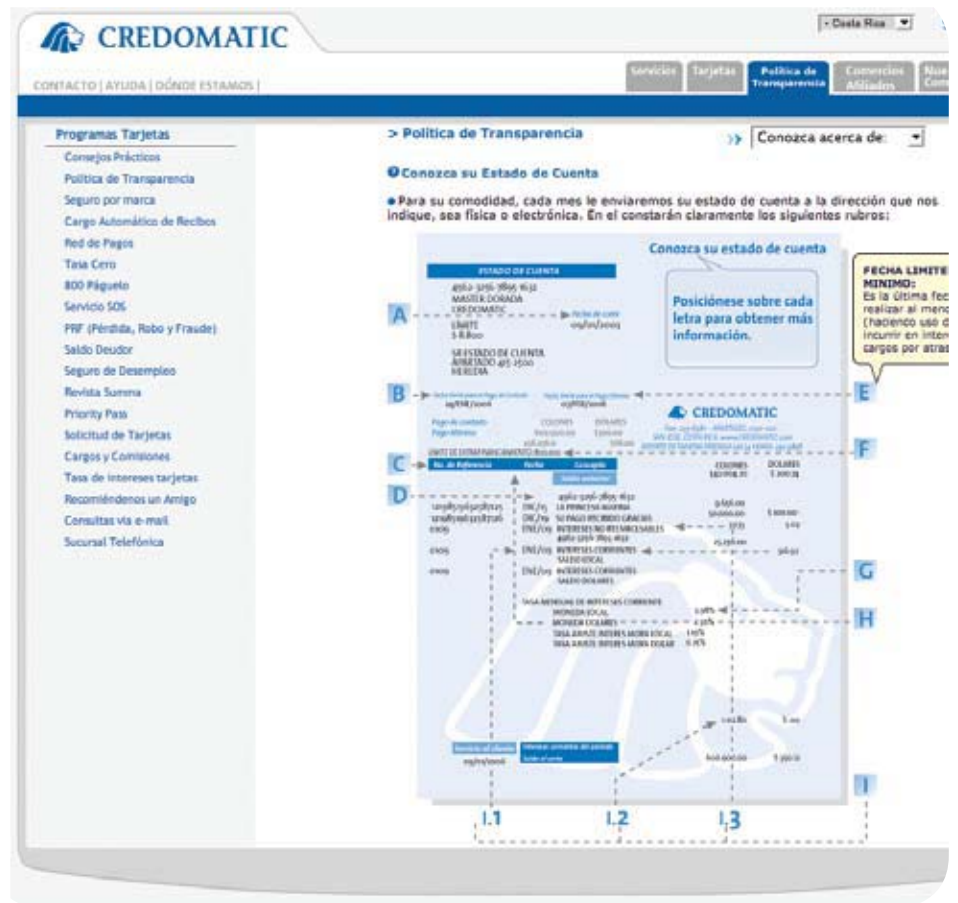
- Información del programa de RSC, publicada en el sitio regional y los sitios locales de Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, El Salvador y Guatemala.

- Guatemala

Ha incluido en su página web más de 25 productos. Durante el 2008 incluirá mayores detalles que faciliten el acceso a sus clientes.

- Honduras

Semestralmente se publican en 4 periódicos (La Prensa, El Herald, La Tribuna, El Tiempo), las tasas de interés de las operaciones activas y pasivas. Adicionalmente se



publica el Balance General cumpliendo con la ley de instituciones financieras y bancarias. En el sitio web de la Red Financiera en ese país se encuentra el formato del nuevo contrato de las tarjetas de crédito, que fue suscrito con todos los tarjetahabientes en el 2007.

Este incluye las condiciones, beneficios, y otros datos de interés sobre los productos y servicios que ofrece la empresa. De igual manera, en el sitio web, se describen los cargos automáticos que el cliente puede autorizar contra su tarjeta así como las tasas del Banco y de Credomatic junto con los beneficios de las distintas marcas y exposición de las marcas compartidas (Cobranding).

- El Salvador

Como parte del programa de transparencia el Banco de América Central publica en los dos periódicos de mayor circulación en El Salvador y en la página web un informe detallado con todas las tasas de interés de las operaciones activas y pasivas, comisiones y recargos que son vigentes a la fecha para que los clientes esten conocedores.

- Nicaragua

Publicó en total de 26 productos en su sitio local, con algunos detalles de acceso y condiciones.

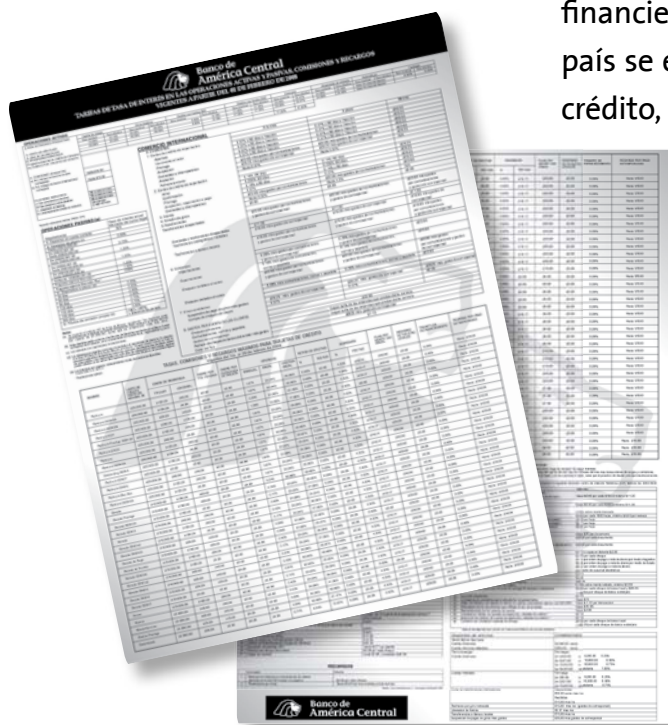
- Costa Rica

Credomatic estableció una pestaña de transparencia en su sitio web local, que incluye todos los detalles relativos a los diferentes tipos de tarjetas de crédito, productos y servicios asociados. BAC San José publicó información detallada acerca de los requisitos, costos y formas de acceso a sus 26 productos principales.

- Panamá

Publicó tarifario completo y descripción detallada de 28 productos, además de formularios y requerimiento para sus productos principales.

En el 2008 todos los países continuarán su esfuerzo de transparencia, incluyendo otros datos relevantes y nuevos productos para hacerlos accesibles a sus clientes actuales y potenciales.



Integridad

En la Red Financiera BAC | Credomatic se ha creado un ambiente laboral que promueve el comportamiento legal y ético, mediante la vivencia de los valores organizacionales reflejado en el ejemplo que dan sus líderes, la creación del Código de Conducta, la Matriz Disciplinaria, la publicación de una Política de Obsequios y Atenciones y la implementación de una estructura de Gobierno Corporativo.

En el 2006, General Electric puso al servicio de la Red Financiera BAC | Credomatic su Código de Integridad. Este documento contiene las líneas obligatorias de conducta que todo colaborador debe exhibir para ser parte de la Comunidad GE. En el año 2006 todos los colaboradores recibieron la debida capacitación en torno a este código denominado: "Integrity: The Spirit and the Letter". Este se incorporó además a la agenda de inducción corporativa para personal de nuevo ingreso.

Adicionalmente, se estableció la figura de "ombudsperson", a cargo de colaboradores de larga trayectoria y confianza institucional, que han sido designados dentro de la empresa para recibir e investigar aquellos casos denunciados por personal de la compañía que tengan que ver con violaciones a las políticas de integridad o conductas ilegales y poco éticas. En cada país se cuenta con un ombudsperson por cada 1000 colaboradores aproximadamente.

Cumplimiento

Buscando mantener un ambiente de convivencia sana dentro de la comunidad corporativa y altos niveles de confiabilidad, a partir del 2006 la Red Financiera BAC | Credomatic puso en marcha un

Que nada afecte nuestro compromiso con la integridad



Nuestra reputación se basa en nuestro sistema de valores y en su corazón está la integridad. Nada en el mundo justifica sacrificar la suya propia o la de la compañía.

Esta es la esencia de quienes somos.

Si tiene cualquier preocupación acerca de cuestiones de integridad, contacte al OMBUDSPERSON de su país.



GE imaginación en acción



BAC | CREDOMATIC
NETWORK

programa de Cumplimiento, que procura el respeto y el más estricto apego a la legislación vigente en los países así como a las normas internas del grupo.

Para ello se ha creado una estructura dedicada a identificar el marco legal que establecen las leyes de los países donde estamos presentes, así como a recopilar y sistematizar todos los manifiestos internos que buscan el ordenamiento y el proceder ético por parte de todos los colaboradores, pues se considera que la responsabilidad social y el ejemplo de vivencia de valores “empieza por casa”.

Como parte del Programa de Cumplimiento se han definido además una serie de políticas e instrucciones claras, tales como las de hostigamiento sexual y laboral, administración salarial, presentación del personal y el uso de uniformes, cambios de puestos, entre otros.

En complemento al Código de Conducta, se definió la Matriz Disciplinaria, la cual tiene como objetivo específico velar por el cumplimiento de las obligaciones que estipula el Manual de Cumplimiento y demás documentos de normativa o regulación emitidos por la empresa.



USA • GUATEMALA • HONDURAS • EL SALVADOR • NICARAGUA • COSTA RICA • PANAMÁ

