

Reporte de Sostenibilidad

2017



Reporte de Sostenibilidad

BAC Credomatic

2017

3
Acerca de este Reporte

16
Gestión responsable

58
Personas

4
Mensaje de nuestro CEO

24
Estrategia 2017-2021

70
Planeta

5
¿Quiénes somos?

40
Prosperidad

77
Compromisos futuros

Índice

Acerca de este Reporte

El Reporte de Sostenibilidad 2017, es un esfuerzo de rendición de cuentas a nuestras partes interesadas y a la sociedad en general. En este Informe Anual, compartimos los logros que hemos alcanzado en materia de Sostenibilidad durante el año 2017, así como los retos que nos hemos planteado para avanzar hacia una gestión más responsable de nuestro negocio.



Nuestro reporte regional anterior se publicó en el año 2015. En el año 2016 elaboramos Reportes Locales en Nicaragua y Costa Rica. Para el período 2017 presentamos el Reporte número 10, en el que se incluye información que ha sido recopilada de todas las áreas de la organización a escala regional, con el propósito de comunicar a nuestras partes interesadas, datos relevantes, claros y transparentes, verificados externamente, de forma parcial, dado que la mayoría proceden de fuentes auditadas.

Además del presente Reporte, ponemos a disposición de nuestros públicos, nuestro sitio web donde colocamos información detallada y actualizada sobre nuestro quehacer en materia de Responsabilidad Social.

Sostenibilidad en BAC Credomatic

Una vez más reiteramos nuestro compromiso de responder a las expectativas de nuestras partes interesadas y de reportar, prioritariamente, los avances en aquellos temas definidos como materiales para la sostenibilidad de nuestra empresa. Así, a través de la información accesible en las citadas fuentes, evidenciamos la forma en que atendemos y monitoreamos los posibles impactos más significativos de nuestro negocio, procurando disminuir y eliminar los negativos, mientras multiplicamos y hacemos crecer los positivos, aprovechando así nuestra presencia regional y las oportunidades derivadas de nuestro quehacer empresarial.

Mensaje de nuestro CEO

Muchas gracias por acompañarnos a lo largo de estos 10 años de trabajo continuo en el camino de la responsabilidad social corporativa, hacia la sostenibilidad.

Desde 2007, nuestra empresa se comprometió con este nuevo enfoque de negocios, buscando la mejora constante en todos nuestros procesos, para caminar firmemente en esta dirección.

Mirando hacia atrás, recuerdo nuestros primeros pasos. Eran conceptos novedosos y retadores en ese momento. Pocos conocían bien su significado, ni cómo se implementaban. Sin embargo, poco a poco, fuimos incorporando prácticas de gestión responsable en todo lo que hacemos, desde los procesos de proveeduría, hasta la venta y distribución de nuestros productos.

Hoy la responsabilidad social corporativa forma parte de nuestra cultura, integra el ADN de nuestra organización y es una práctica que gerentes y colaboradores entienden y asumen, en todos los países donde operamos. Lo veo claramente en el apoyo a nuestros proveedores, en la educación financiera que ofrecemos a nuestros públicos, en los programas de formación a pequeños y medianos empresarios, y en la preocupación constante por el bienestar de nuestros colaboradores.

Sin duda hemos aprendido y avanzado mucho en estos años.

Muchas gracias por acompañarnos en la construcción de una Región más próspera y equitativa.

Rodolfo Tabash Espinach
CEO & Presidente Ejecutivo
Bac Credomatic



1.

¿Quiénes somos?



Nuestra Empresa

1952
70's

Nuestros inicios se remontan a más de medio siglo atrás, cuando en 1952 se fundó el **Banco de América, en Nicaragua**. Sin embargo, no fue sino hasta los años setenta cuando se incursionó en el negocio de **tarjetas de crédito**, mediante las empresas **Credomatic**.

80's
90's

A mediados de los años ochenta, el Grupo decidió ingresar en otros mercados de la Región, empezando por **Costa Rica**, con la adquisición de lo que se conoció durante muchos años como **BAC San José**. Fue en la década de 1990 cuando se concretó la expansión hacia los otros **mercados centroamericanos**, fortaleciendo así la **presencia del Grupo en toda la Región**, la cual se mantiene hasta hoy en día.

1995

BAC International Bank Inc. fue incorporada como entidad financiera internacional el 25 de agosto de 1995, en la ciudad de **Panamá**. Desde dicha entidad proveemos, directamente y a través de nuestras subsidiarias, una amplia variedad de productos y servicios financieros a individuos y organizaciones de toda naturaleza, principalmente en Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. Nuestras operaciones de tarjetas de crédito se realizan a través de Credomatic International Corporation CIC y sus subsidiarias, todas, propiedad de BAC International Bank.

2004

Ya en el año 2004, el Grupo Financiero inició sus operaciones de **tarjeta de crédito en México** y, un año más tarde, se llevó a cabo una alianza estratégica por medio de la cual GE Consumer Finance (subsidiaria de GE Capital Corporation) adquirió el 49,99% del capital de BAC Credomatic, una sociedad que controlaba indirectamente el 100% de BAC International Bank.

2007

Paralelamente y como parte de la estrategia de expansión, se llevó a cabo la adquisición del **Banco Mercantil (BAMER) de Honduras**, uno de los bancos privados más importantes de ese país, para dar paso a BAC Honduras. En 2007 también se adquirieron **Propemi** (Programa de Promoción a la Pequeña y Microempresa) **en El Salvador** y la **Corporación Financiera Miravalles en Costa Rica**, ambas compañías dirigidas a segmentos específicos de mercado.

2009

A mediados de 2009, la compañía **GE Capital Corporation** **augmentó su participación accionaria** al 75%, y se convirtió así, en el accionista mayoritario. No obstante, a raíz de un cambio de estrategia a escala mundial, GE decidió concentrarse más en la actividad industrial (infraestructura, tecnología y salud) y menos en actividades de banca privada y comercial.

2010

Como resultado, en julio de 2010, el **Grupo Aval de Colombia**, el conglomerado financiero más grande ese país -conformado por el Banco de Bogotá, el Banco de Occidente, el Banco AV Villas, el Banco Popular y el Fondo de Pensiones AP Porvenir-, suscribió un contrato de compraventa de acciones con GE Consumer Finance relativo a la **adquisición del 100% de las acciones del Grupo BAC Credomatic**. En diciembre de 2010, y después de obtener las aprobaciones de las superintendencias de entidades financieras de cada país, el proceso de compra culminó exitosamente.

Cabe resaltar que, a pesar del cambio de control accionario, la estrategia de negocios y la identidad del Grupo BAC Credomatic se mantienen y, más bien, a raíz de la adquisición ha sido posible ofrecer productos de mayor valor agregado a los clientes, compartir experiencias, aprovechar las sinergias y las mejores prácticas de ambas partes y, sobre todo, compartir la visión de negocios, lo que hace que BAC Credomatic siga siendo hoy una organización caracterizada por el mejoramiento continuo, la pasión por la excelencia, la innovación y la creatividad.

○ Nuestros Estados Financieros consolidados y auditados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de BAC International Bank, Inc. y Subsidiarias, así como los resultados de nuestras operaciones y flujos de efectivo, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos de América¹.

1. Ver Estados Financieros auditados en Memoria 2017 [aquí](#)

1. ¿Quiénes somos?

En los últimos dos años, hemos tenido cambios relevantes en la estructura organizacional de nuestra empresa y países donde operamos



Febrero: el **Sr. Federico Odio González**, anterior Director Regional de Finanzas asume los cargos de **Gerente General de BAC Credomatic** y el de **Country Manager del Grupo en Costa Rica**, sustituyendo a Gerardo Corrales que ocupó ese cargo por más de una década.

2016



Julio: el **Sr. Rodolfo Tabash** es designado como **CEO de BAC Credomatic** a nivel Regional, sustituyendo al Sr. Ernesto Castegnaro Odio, quien estuvo a cargo de la dirección de nuestra empresa por casi 40 años.



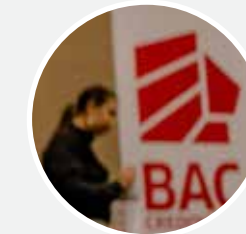
Septiembre: Con el nombramiento de don Rodolfo Tabash como CEO, quedó vacante el cargo de **Country Manager de BAC Credomatic Panamá**. En su lugar se nombra al **Sr. Gerardo Ulloa**.



Diciembre: el **Sr. Eric Campos**, quien anteriormente se desempeñara como **Director Regional de Banca**, asume el cargo de **Country Manager de BAC Credomatic Guatemala**, por el retiro del Sr. Roberto Fuentes después de más de 30 años de servicio.



2017



La **Gerencia Regional de Responsabilidad Social se convierte en Dirección Regional y asume el nombre de: Sostenibilidad**.

Sin duda, otro cambio relevante fue el **lanzamiento de una nueva identidad corporativa** el 20 de Julio de 2017, que se llevó a cabo simultáneamente en los seis países de la Región. Bajo el lema “La emoción de seguir avanzando”, se unificaron todas las marcas del Grupo Financiero en una sola: BAC Credomatic.

Con este cambio, nuestra empresa busca facilitar aún más el acceso a nuestros productos y servicios, con una imagen renovada, más simple y moderna, que simboliza nuestro deseo de optimizar todos nuestros canales de servicio a favor de nuestros clientes y públicos de interés. El logo con forma de león evolucionó, hacia uno que pretende mostrar solidez, innovación y transformación hacia las nuevas plataformas digitales.

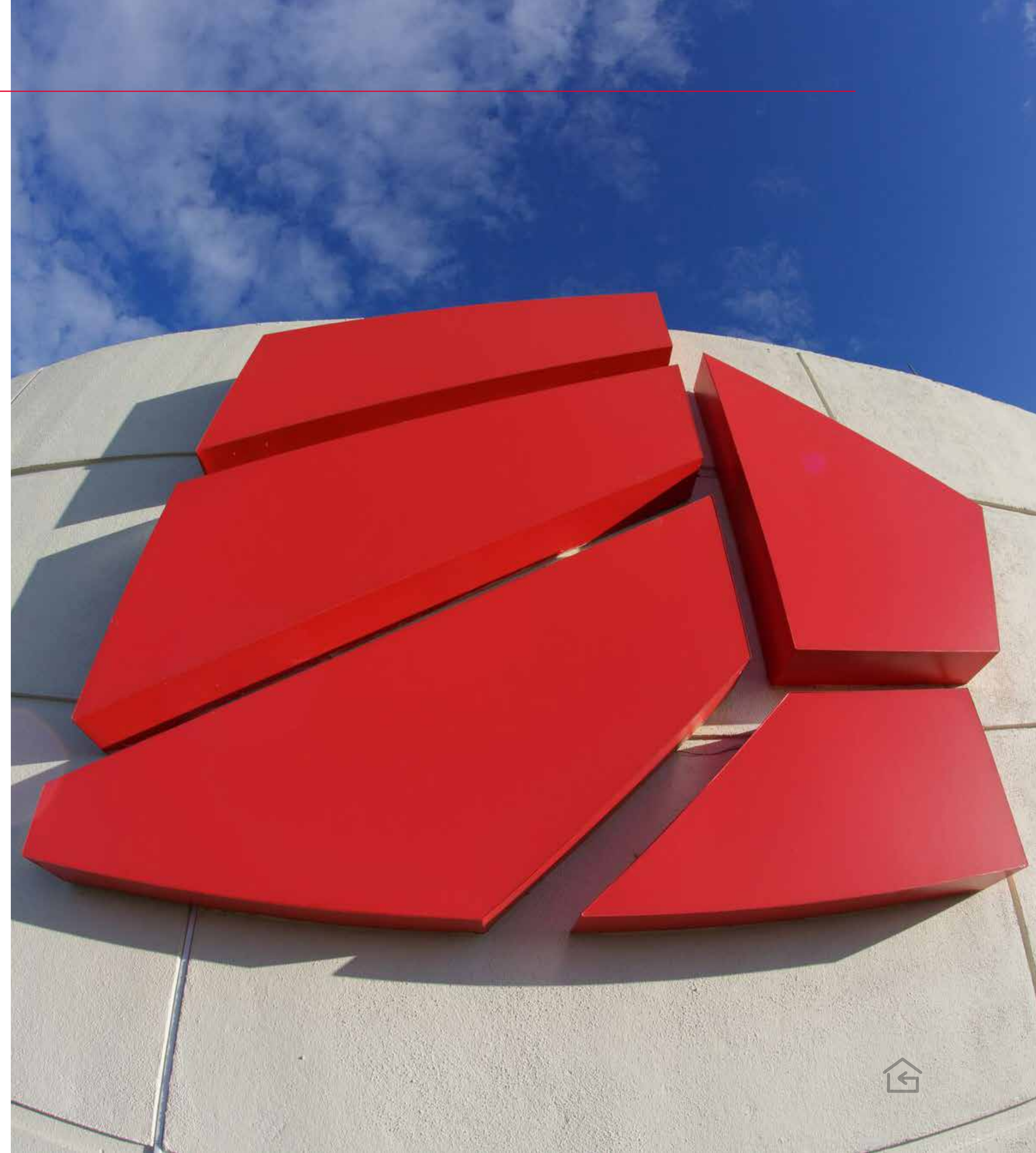
- Nuestra sede principal sigue estando en Costa Rica, y contamos con operaciones en Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Panamá. La operación de Credomatic México se cerró en 2017.
- Cualquier información o comentario que desee compartir con nosotros, puede escribirnos a info@rscbaccredomatic.com

Los más rentables

Somos la Corporación financiera más rentable de América Central, lo cual nos exige seguir siendo prudentes y estrictos en la forma como hacemos negocios, pero a la vez, nos comprometemos a seguir aportando lo que esté a nuestro alcance, para que los países donde operamos, estén cada vez mejor. A través de facilitar transacciones comerciales entre miles de empresas y millones de personas, financiar cientos de proyectos empresariales, pagar puntualmente impuestos a los gobiernos, ofrecer condiciones laborales competitivas a nuestros colaboradores y realizar compras justas a nuestros proveedores, impulsamos una parte importante de la economía regional y aportamos hacia una mejor calidad de vida para las personas, familias y comunidades en esta parte del mundo.

Si bien estamos conscientes de que una gestión exitosa del negocio y la dinamización económica que de ella se deriva, no son suficientes para resolver los difíciles retos que enfrentamos como Región, también estamos convencidos de que seguir por esta senda es la principal responsabilidad que tenemos y la mejor forma de responder a las expectativas de nuestras partes interesadas.

Nuestros productos y servicios deben seguir respondiendo a las necesidades y expectativas de estos grupos, por lo cual mantenemos un diálogo permanente con ellos, especialmente con accionistas, reguladores, clientes, colaboradores, proveedores y comunidades. Procuramos además estar siempre atentos a lo que sucede en el mundo y a la vanguardia, con tecnología de punta, en productos innovadores y servicios que satisfacen los requerimientos de cada público.



Misión, visión y valores






Esta forma de actuar está claramente definida en nuestra Misión:

Facilitar con excelencia el intercambio y financiamiento de bienes y servicios a través de sistemas de pago y soluciones financieras innovadoras y rentables que contribuyan a generar riqueza, a crear empleo y a generar el crecimiento económico sostenible y solidario de los mercados donde operamos.

Esta Misión nos lleva a caminar hacia la Visión que hemos establecido:

Ser la organización financiera preferida de todas las comunidades que servimos por nuestra conectividad con personas y empresas, nuestra confiabilidad, espíritu innovador, solidez y claro liderazgo en los sistemas de pago de la Región.

Finalmente, el ejercicio de nuestra Misión y alcance de nuestra Visión solo es posible si cultivamos y preservamos los Valores que definen nuestra organización y el comportamiento esperado de quienes formamos parte de ella:

-  **Integridad:** prudencia, honestidad, coherencia, lealtad, confiabilidad, sinceridad, ética, honorabilidad.
-  **Respeto:** saber escuchar, justicia, saber compartir, colaboración, solidaridad, accesibilidad, inclusión, amabilidad.
-  **Excelencia:** capacidad, eficiencia, con afán de superación, en busca de la calidad, que va más allá, perspicaz, orientación a resultados, compromiso.
-  **Responsabilidad:** dedicación, servicio, laboriosidad, perseverancia, ser consecuente, con sentido de urgencia.
-  **Innovación:** creatividad, apertura al cambio, simplicidad, curiosidad, flexibilidad, optimismo, procura la mejora continua.



1. ¿Quiénes somos?

El Gobierno de nuestra Organización

El Gobierno Corporativo de la Red Financiera BAC Credomatic, define las políticas y procedimientos que rigen nuestro quehacer, a fin de asegurar que todas las actividades se lleven a cabo conforme a las mejores prácticas internacionales vigentes para los intermediarios financieros.

Las disposiciones contenidas en nuestro Código de Gobierno Corporativo están en consonancia con la regulación de la República de Panamá, país donde reside el BAC International Bank, en particular, acogen en todos sus extremos, los puntos del Acuerdo 007 de 2014, emitido por la Superintendencia de Bancos de Panamá. Estos hacen referencia, sirven de guía y son de aplicación para todas las empresas que integran la Red Financiera BAC Credomatic.




Puede encontrar una explicación detallada de la estructura, funciones y órganos de nuestro Gobierno Corporativo, en la **Memoria Anual 2017**, que forma parte integral de nuestra rendición de cuentas a la sociedad.

1. ¿Quiénes somos?

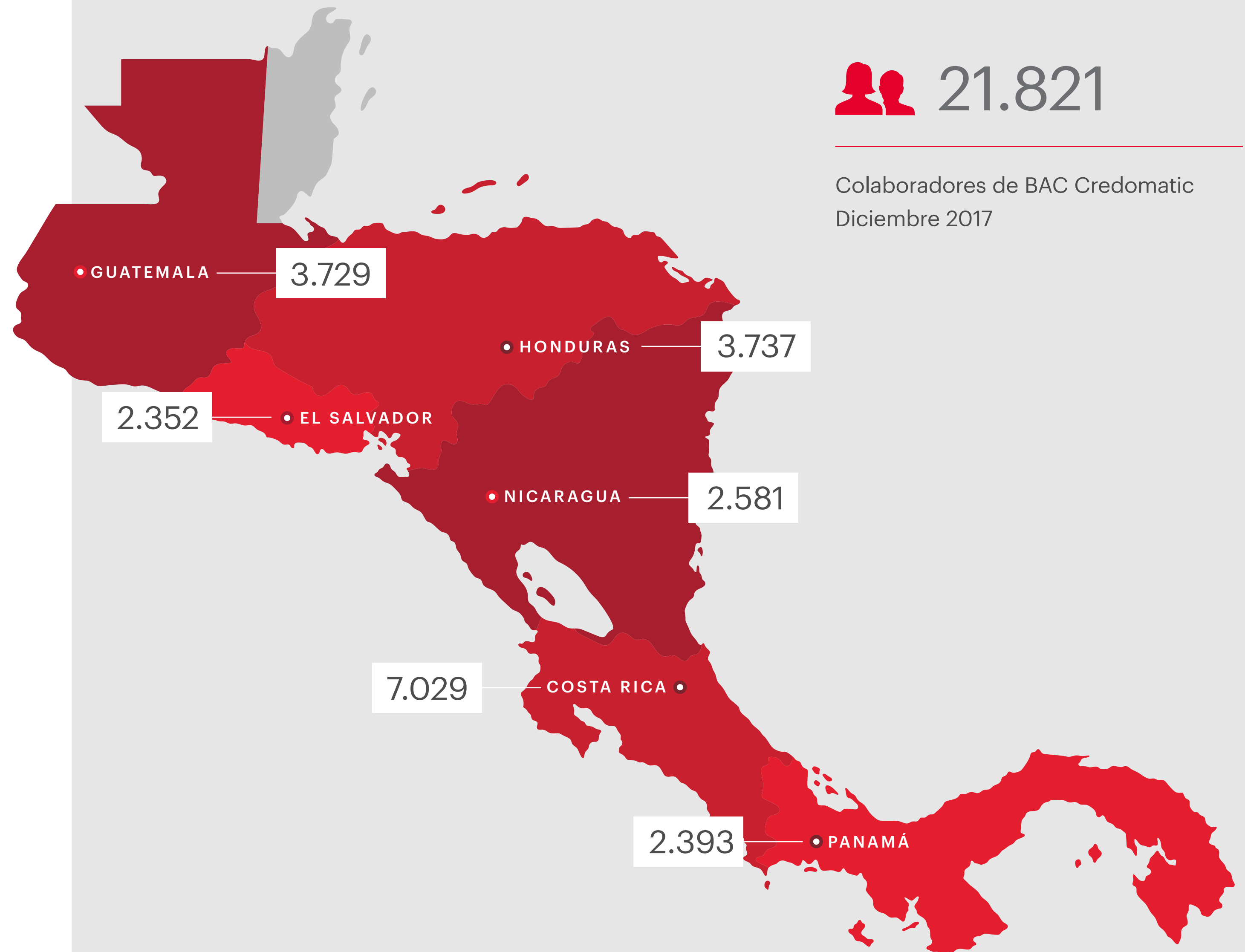
Nuestra gente

Nuestra gente es, sin duda, nuestro principal activo y la fuerza que nos mantiene en constante movimiento. Cerramos 2017 con un total de 21,821 colaboradores, todos ellos trabajando día a día para ofrecer productos y servicios a nuestros clientes y demás partes interesadas.

En posteriores capítulos de este Reporte, comentaremos con detalle, los principales beneficios que ofrecemos a nuestros colaboradores y su vinculación a las diferentes iniciativas que impulsamos en materia de Responsabilidad Social.

 21.821

Colaboradores de BAC Credomatic
Diciembre 2017



Productos y servicios

En BAC Credomatic hemos definido la digitalización y virtualización de productos y servicios como una estrategia prioritaria, que busca facilitar el acceso de nuestros clientes, a la vez de acercarnos a las nuevas generaciones de consumidores, las familias y las comunidades.

Para proveer nuestros **productos y servicios** a nuestros clientes, disponemos de una variedad de canales de atención y distribución.



 **694**
Canales de servicio

 **1.993**
Cajeros Automáticos

 **348**
Kioskos

Normas Internacionales que suscribimos

En BAC Credomatic fuimos la primera entidad financiera **certificada en un 100%**, desde el año 2000, en la **Norma ISO 9001**, certificación que venimos actualizando anualmente, desde esa fecha hasta hoy, con la Norma ISO 9001:2015.

Además, nos adherimos voluntariamente a otras normas de certificación e iniciativas internacionales que nos permiten asegurar la calidad de nuestros servicios, la consistencia con nuestros valores y la mejora continua, en procura de una gestión cada vez más responsable de nuestra actividad comercial.

○ ¹ Cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado

Normas Internacionales ¹	Descripción
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	Conjunto de 17 objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda internacional de desarrollo sostenible. Cada objetivo tiene metas que deben alcanzarse en los próximos 15 años. Para alcanzar estas metas, todo el mundo tiene que hacer su parte: los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y las personas.
ISO 26.000	Guía que establece líneas en materia de Responsabilidad Social, que permite estandarizar la información sobre asuntos conceptuales.
Pacto Mundial de las Naciones Unidas (signatarios en Costa Rica y Nicaragua)	Iniciativa internacional que promueve implementar 10 Principios universalmente aceptados para promover la responsabilidad social empresarial (RSE) en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas.
Acuerdo de Tela (Honduras)	Bancos miembros de la Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (AHIBA), se comprometen a: La inclusión laboral para las personas con discapacidad que cumplan con los perfiles profesionales y de acuerdo a las funciones que puedan desarrollar. **Atender la necesidad de comunicación de las personas con discapacidad visual o auditiva, elaborando los Contratos de Banca Personal en versiones de braille o audio.** La capacitación en la Lengua de Señas Hondureña de por lo menos un representante de cada institución bancaria en las áreas de atención al público.
INTE 35-01-01:2012 – Sistema de Gestión de RSC (Costa Rica)	Norma que utiliza el mismo concepto de responsabilidad social que la ISO 26000 y lo integra en un sistema de gestión que define los requisitos para las organizaciones.
ISO 14001:2004 – Sistema de Gestión Ambiental (Costa Rica y Panamá)	Estándar internacional de gestión ambiental publicado en 1996, que comprende un conjunto de normas que cubren aspectos ambientales de productos y organizaciones.
INTE 12-01-06:2011 – Carbono Neutralidad (Costa Rica)	Especifica los requisitos para establecer un Sistema de Gestión que permita demostrar la C-Neutralidad de una organización.
OHSAS 18001:2007 (Costa Rica)	Estándar internacional que define los requisitos relacionados a los sistemas de higiene y seguridad lo cual le permite a una organización controlar sus riesgos y mejorar el desempeño.

Asociaciones a las que pertenecemos



Guatemala

- CentraRSE
- Asociación Bancaria de Guatemala



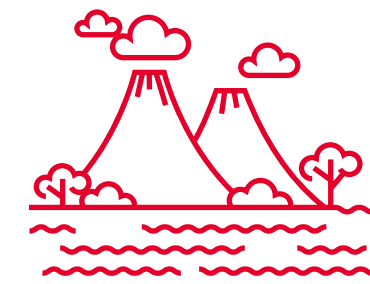
Honduras

- Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (AHIBA)
- Cámara de Comercio e Industrias de Cortés
- Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa (CCIT)
- Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP)
- Empresarios por la educación
- Cámara de Comercio Hondureño-Americana (AMCHAM)
- Fundación Hondureña de Responsabilidad Social
- Empresarial (FUNDAHRSE)



El Salvador

- Asociación Bancaria Salvadoreña (ABANSA)
- Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP)
- Cámara de Comercio e Industria de El Salvador
- Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS)



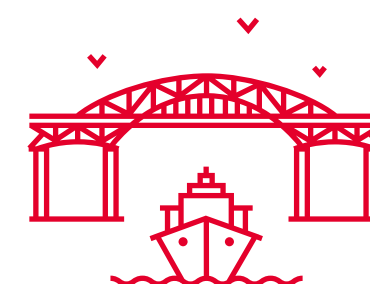
Nicaragua

- Asociación de Bancos Privados de Nicaragua (ASOBANP)
- Cámara de Comercio Americana de Nicaragua (AMCHAM)
- Cámara de Comercio de Nicaragua
- Consejo Superior de la Empresa Privada (COSEP)
- Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social
- Empresarial (UNIRSE)



Costa Rica

- Asociación Bancaria Costarricense (ABC)
- Asociación de Empresas para el Desarrollo (AED) • ALIARSE
- Cámara de Comercio Americana de Costa Rica (AMCHAM)
- Cámara de Factoreo
- Cámara de Industrias de Costa Rica



Panamá

- Asociación Bancaria de Panamá
- Asociación Bancaria de Panamá, Capítulo de Azuero
- Asociación Bancaria de Panamá, Capítulo Panamá Oeste
- Asociación Bancaria de Panamá, Capítulo de Colón
- SUMARSE

1. ¿Quiénes somos?

Premios y reconocimientos recibidos

Gracias al trabajo de toda la organización, en años recientes hemos logrado conseguir los siguientes reconocimientos:



Costa Rica

Mejor Banco del año en Costa Rica

The Banker, Latin Finance, Euro Money

Mejor Puesto de Bolsa en Costa Rica

Global Banking and Finance

1er Entidad Financiera con la mejor Reputación de Costa Rica, 6ta Marca con mejor Reputación en Costa Rica en lista general.

MERCO y El Financiero

Mejor Proveedor de Servicio al Cliente del Año en Norteamérica 2017, Mejor Banco Comercial del Año en Costa Rica 2017 y Mejor Innovación Bancaria en Banca de Consumo en Costa Rica 2017, marzo 2017.

International Banker

Honduras

Reconocimiento que busca distinguir el trabajo y esfuerzo que realizan las empresas líderes con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en América Latina

Centro Mexicano para la filantropía (CEMEFI), Forum empresa

Premio Empresa Socialmente Responsable desde el año 2007 a la fecha. Premio 2017, edición XI.

Fundación Hondureña de RSE (FUNDAHRSE)

El Salvador

Premio como mejor Banco de El Salvador, 2017.

Revista EuroMoney

Guatemala

Reconocimiento Programa de Inclusión Laboral, 2017.

Prociegos y Sordos de Guatemala

Reconocimiento por la realización de acciones para la transformación de una Guatemala incluyente, 2017.

Contrata-me



2.

Gestión responsable de nuestro negocio



5c

Estrategia corporativa

Nuestra estrategia corporativa, denominada las 5c, fue renovada con el ingreso de nuestro nuevo CEO en junio de 2016. Esta es vinculante para todas las áreas y colaboradores de la empresa, haciendo mandatorio el aprovechamiento consistente y permanentemente de nuestra capacidad instalada, para impactar positivamente el progreso de la sociedad y promover desarrollo de las comunidades que servimos, a través de prácticas prudentes y sostenibles.

Estas 5c, rigen el quehacer de toda la empresa, refuerzan claramente este compromiso que hemos establecido con las comunidades donde operamos:

1. Control de riesgo

Procuramos actuar de manera responsable, gestionando todos los riesgos de una manera integral en cada uno de los procesos que realizamos.

2. Control operativo

Buscamos maximizar la rentabilidad del negocio a través de la optimización de las operaciones diarias y el aumento de la productividad de nuestros procesos, buscando la mayor eficiencia en beneficio de nuestros clientes.

3. Crecimiento con innovación

Hemos enfocado el crecimiento de la organización a través de la innovación constante, con el fin de obtener más y mejores resultados para nuestros grupos de interés.

4. Compromiso organizacional y Sostenibilidad

Hemos establecido un compromiso con nuestros colaboradores, con el fin de desarrollar su sentido de pertenencia para que, a su vez, brinden un servicio de excelencia a nuestros clientes. Queremos contribuir con el desarrollo económico y social de la Región y garantizar nuestra sostenibilidad de largo plazo, a través de la gestión responsable del negocio.

5. Canales digitales

Transformamos constantemente nuestros productos, servicios y procesos de venta, modificando y sustituyendo los canales tradicionales hacia canales digitales, para mejorar la conveniencia y eficiencia del servicio y profundizar la relación digital con nuestros clientes.

Nuestra estrategia de Sostenibilidad

Nuestra estrategia de Sostenibilidad, define la forma en que abordamos los retos que, en esta materia, nos plantea el diario quehacer de negocios, el tamaño de nuestras operaciones y la atención a las personas y organizaciones con las que nos relacionamos todos los días.

Del planteamiento estratégico se derivan programas, proyectos y actividades que desarrollamos en la empresa y que nos permiten gestionar sistemáticamente, los impactos que generan nuestras operaciones, productos y servicios, así como las expectativas de nuestros accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, socios estratégicos, gobiernos, entes reguladores, personas influyentes (medios de comunicación), comunidades y empresas competidoras.

La estrategia a su vez se deriva del análisis conjunto de todas las áreas operativas, tanto en cuanto a la definición de los aspectos que les son prioritarios, como en su abordaje y evaluación. Así, realizamos la gestión estratégica del negocio buscando la sostenibilidad de largo plazo y convirtiéndola en un eje transversal a todas nuestras operaciones comerciales.

Como Corporación que camina hacia la sostenibilidad, nos adherimos al concepto que al respecto propone la Norma ISO 26.000.



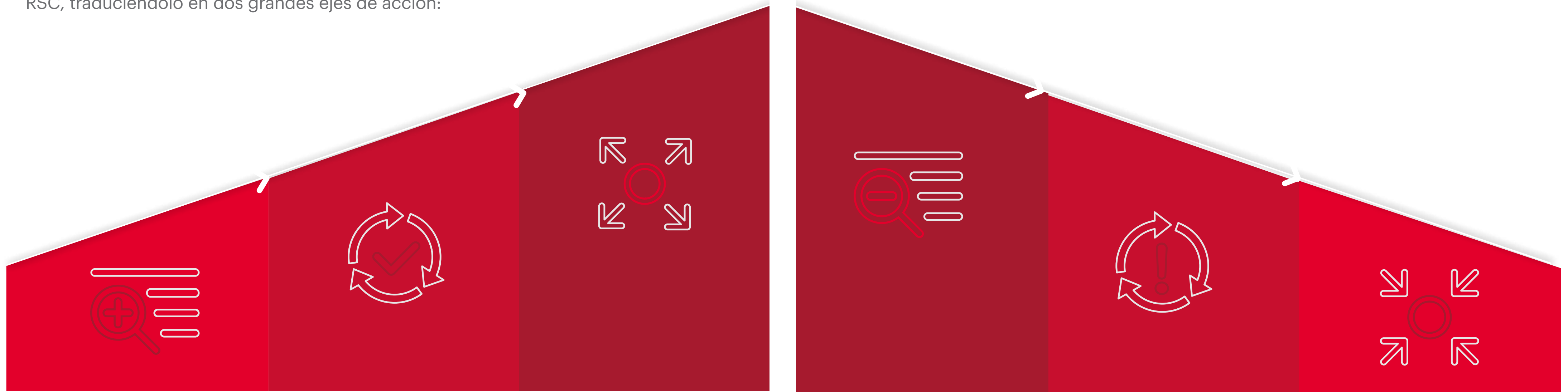
Es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, que se asume mediante un comportamiento ético y transparente que:

- contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.”

Partiendo de este concepto, orientamos nuestras acciones teniendo en cuenta los efectos positivos o negativos derivados de nuestras actividades, productos y servicios, logrando así obtener **la licencia social para operar, por quienes que se ven directa o indirectamente afectados por estos.**

Responsabilidad Social para BAC Credomatic

Desde el año 2007, en BAC Credomatic asumimos ese enfoque como base de nuestro quehacer en materia de RSC, traduciéndolo en dos grandes ejes de acción:



Potenciamos nuestros impactos positivos

Maximizando el efecto de todas aquellas acciones, herramientas tecnológicas, productos y servicios, a través de los cuales podamos llevar mayor bienestar a las personas y promover el desarrollo a las sociedades.

Minimizamos nuestros impactos negativos

A partir de acciones que procuran eliminar o reducir aquellos efectos que pueden derivarse de nuestras operaciones comerciales, del uso inadecuado de nuestros productos y servicios por parte de quienes acceden a estos, o de nuestra huella en el medio ambiente y la comunidad.

Dos ciclos estratégicos y 10 años de lecciones aprendidas

Partiendo de este concepto, de **2007 a 2011** desarrollamos un primer ciclo estratégico de cinco años en materia de RSC. Este período inicial fue fundamental para el avance futuro, permitiendo sentar las bases de muchos programas que hoy siguen vigentes, entender a profundidad el quehacer de la empresa y sensibilizar a nuestros ejecutivos alrededor de un enfoque entonces muy novedoso, entonces prácticamente ausente del quehacer empresarial.

En esos primeros años, el diálogo constante con nuestros gerentes regionales y locales, la escucha atenta a las inquietudes de nuestros colaboradores, los estudios formales e investigaciones realizadas, muchas horas invertidas en charlas de formación y sesiones de capacitación en los 7 países donde operábamos, nos enseñaron a ir moldeando una estrategia que hacía sentido, tanto para nuestras partes interesadas externas, como para nuestros propios líderes.

Los hitos más importantes del primer ciclo:

2007 - 2011

1.

Diseñamos y pusimos en marcha la primera Estrategia de RSC para la empresa, con 6 ejes de trabajo:

Aporte a los países donde operamos

Banca Responsable

Inclusión Financiera

Promoción al Consumo Responsable

Desarrollo del Talento Humano

Gestión ambiental y Cambio climático

4.

Publicamos el Libro Maestro de Educación Financiera

2.

Creamos la estructura Regional de RSC:

Comité de alta gerencia, presidido por el Gerente de país

Un coordinador local y oficina dedicada al tema de RSC.

Un equipo local dedicado al tema en cada país.

5.

Firmamos la primera alianza público – privada con el Ministerio de Educación Pública en Costa Rica, que nos permitió incluir contenidos de educación financiera en el currículo formal de secundaria.

3.

Publicamos por primera vez, el Estado Financiero de Valor Generado, Distribuido y Retenido.

6.

Pusimos en marcha los Programas Regionales de:

Regionales de:

Fortalecimiento de Proveedores

Desarrollo Empresarial PyMEs

Educación Financiera a niños, jóvenes y adultos

Tarjetas de marca compartida con ONGs

Voluntariado

Promoción ambiental y certificación ISO 14.001 (Costa Rica)

Dos ciclos estratégicos y 10 años de lecciones aprendidas

En el año 2012 iniciamos un nuevo ciclo, con una estrategia renovada, resultado de la aplicación de herramientas técnicas de primer nivel: la identificación de impactos, el análisis de materialidad, el mapeo y consulta a partes interesadas en diálogos abiertos, el diseño y aplicación de indicadores de seguimiento y medición a escala local y regional, el establecimiento de metas ligadas a la evaluación de desempeño y remuneración variable para las gerencias de más alto nivel, entre muchos otros esfuerzos técnicos innovadores, que sin duda nos aportaron nuevos conocimientos y experiencias, permitiéndonos alcanzar un alto nivel de madurez técnica, además de perfilar a nuestra empresa como líder en la materia, a nivel Regional.

El período 2012-2016 fue una época muy importante de consolidación, expansión y aumento de cobertura. La acción conjunta de un equipo regional maduro y líderes locales comprometidos con sus objetivos, dio como resultado un avance muy significativo en nuestra estrategia, tanto en términos de cobertura como de calidad.

Los hitos más importantes del primer ciclo:

2012-2016

1.

Llegamos a más de 600.000 personas con educación financiera presencial y más de 400.000 con cursos en línea y plataformas virtuales.

2.

Firmamos la segunda alianza público-privada, con la Secretaría de Educación Pública de Honduras, incluimos contenidos de educación financiera en el currículo formal de secundaria.

3.

Iniciamos el Programa de Inclusión de Personas con Discapacidad, logrando la contratación de 328 colaboradores y el lanzamiento de las primeras sucursales inclusivas en El Salvador y Costa Rica.

4.

Sostuvimos anualmente una participación de más del 40% de nuestros colaboradores en acciones de voluntariado.

5.

Iniciamos con el Programa de fortalecimiento de ONGs en Costa Rica: Yo Me Uno.

6.

Logramos la Certificación del Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14.001 en 22 edificios de Costa Rica y 5 edificios de Panamá.

7.

Pusimos en marcha el Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales SARAS, para créditos superiores a US\$ 1 millón, a escala Regional.

Además Costa Rica recibió la marca C-Neutralidad del Ministerio de Ambiente y Energía de ese país.

2. Gestión responsable de nuestro negocio

De RSC a Sostenibilidad

En 2017 dimos inicio al tercer ciclo estratégico, que nuevamente fue producto de una revisión detallada, donde tomamos en cuenta las mejores prácticas y avances mundiales en la materia. Como parte de los ajustes, decidimos cambiar el nombre del área pasando de ser la Gerencia Regional de Responsabilidad Social a la Dirección Regional de Sostenibilidad.



Esta decisión se sustentó en una serie de factores, internos y externos, que hacían pertinente dicho cambio:

-La nueva nomenclatura respondía mejor a la madurez técnica que habíamos alcanzado, y que hoy nos coloca al nivel de las empresas **líderes a escala Regional;**

-Como parte de los avances globales que tomamos en cuenta para el ajuste de la estrategia, nos alineamos a la Agenda 2015-2030 y a los **Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS;**

-De igual manera, consideramos los cambios en la Estrategia de BAC Credomatic, replanteada a partir del ingreso de don Rodolfo Tabash como nuevo **CEO, en julio de 2016.** Esta define su 5to. eje con el nombre: **“Compromiso Organizacional y Sostenibilidad”**, lo cual hacía mandatorio que el área respondiera al nuevo enfoque.

Más allá de los ajustes semánticos, el cambio de nombre fue resultado de una década de experiencia y de una mejor comprensión de los conceptos. Hoy sabemos que aún cuando existe una relación muy cercana entre la responsabilidad social y la sostenibilidad, se trata de conceptos distintos, que con frecuencia se confunden.



2. Gestión responsable de nuestro negocio

Responsabilidad Social, el camino, **Sostenibilidad** **la meta**

El desarrollo sostenible como concepto, nace en 1987 con la publicación del Informe “Nuestro Futuro Común” por parte de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas.

El objetivo primordial de la responsabilidad social es asegurar la sostenibilidad de la empresa. Hoy este enfoque ha dejado de ser una opción, para convertirse en el mandato central de aquellas que aspiran a sobrevivir en un mundo cada vez más crítico, demandante y vigilante de su quehacer.

**La responsabilidad social es entonces el cómo llegar a lo que queremos alcanzar:
la sostenibilidad de largo plazo.**

Y este accionar responsable implica, no solamente la gestión de nuestros impactos ante la sociedad, sino también nuestra contribución permanente al desarrollo sostenible de las comunidades donde operamos.



Sostenibilidad

3.

Estrategia 2017-2021



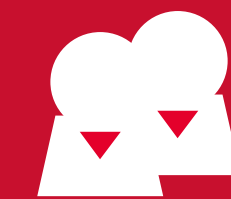
Dimensiones

Nuestra actual Estrategia de Sostenibilidad (2017-2021) se concreta en tres dimensiones o ejes de trabajo, alineados al enfoque de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS**:

1. 2. 3.



Prosperidad



Personas



Planeta

Estos son la base fundamental para guiar nuestra estrategia de Sostenibilidad. Procuramos que nuestros esfuerzos de rendición de cuentas aborden con seriedad estas áreas y temas identificados, de forma tal que agreguemos valor a todos nuestros públicos, respondiendo a sus inquietudes sobre nuestro quehacer en materia de sostenibilidad.



Prosperidad

Nuestro concepto de prosperidad va más allá de agregar solamente valor económico. En BAC Credomatic realizamos el ejercicio de intermediación financiera de forma estratégica y prudente, tratando de obtener siempre mayores rendimientos y utilizando mecanismos que a la vez nos permiten la redistribución eficaz de un alto porcentaje de los ingresos que percibimos. Como actores del sector financiero, brindar acceso a cada vez más personas y organizaciones, es una responsabilidad prioritaria.

Al cumplir con lo anterior, además:

- creamos oportunidades de empleo directo e indirecto
- pagamos impuestos a los gobiernos
- compramos a proveedores locales
- generamos rendimientos positivos para nuestros ahorrantes e inversionistas
- fortalecemos a las empresas PYME

En general, agregamos valor social y ambiental y beneficios a nuestros productos y servicios, más allá de lo que establece la ley, buscando la mayor prosperidad de nuestros grupos de interés.

Esta dimensión está compuesta por los siguientes temas:

Temas	Objetivos
Fortalecimiento Empresarial	Promover el empleo y el progreso económico inclusivo mediante el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas, brindándoles productos y servicios que les permitan adoptar prácticas sostenibles, vincularse exitosamente al mercado y crecer.
Bancarización de Poblaciones No Tradicionales	Ofrecer productos y servicios financieros apropiados y de alta calidad a poblaciones cuyo acceso al sistema bancario tradicional es limitado o inexistente, para facilitar su participación en el ciclo económico y mejorar su calidad de vida.
Gestión y Fortalecimiento de Nuestra Cadena de Valor	Incentivar el crecimiento y la sostenibilidad de nuestras empresas proveedoras, dotándolas de herramientas que les permitan adoptar prácticas y modelos de negocio cada vez más éticos y responsables.

Reconocemos que la Banca Responsable y el Servicio al Cliente son temas indispensables de la Dimensión Prosperidad y fundamentales para nuestra Sostenibilidad de largo plazo. No se incluyen en el Sistema de Gestión de la RSC pues son temas “maduros” controlados por otros Sistemas de Gestión. Las áreas de Sostenibilidad no tienen que realizar una labor activa para que sucedan.

Personas

Desde esta Dimensión, potenciamos los impactos positivos de nuestro quehacer comercial, para mejorar la calidad de vida de las personas y las familias a través de:

Al cumplir con lo anterior, además:

- Facilitar su acceso a medios de pago, créditos y otros medios de inclusión financiera que permiten: desarrollar sus proyectos actuales; ahorrar para alcanzar metas futuras; acceder a actividades culturales y recreativas; apoyar la educación de sus miembros; construir su patrimonio familiar; fortalecer sus empresas; generar empleo; acceder a productos de seguridad social como seguros, inversiones y otros.
- Fomentar la salud financiera de las personas, con miras a una sociedad más informada, consciente y próspera.
- Crear un ambiente de oportunidades, donde nuestros colaboradores puedan desarrollar y potenciar sus talentos, para lograr su éxito personal y profesional, apoyando el crecimiento de la empresa.
- Promover actividades de proyección social a través del voluntariado, como un medio de acción solidaria mediante el cual nuestros colaboradores aportan sus conocimientos, experiencia y talentos a las comunidades vecinas u otras partes interesadas de nuestra empresa, en la búsqueda de soluciones para su crecimiento y desarrollo sostenible.

Esta dimensión está compuesta por los siguientes temas:

Temas	Objetivos
Educación Financiera a Nuestras partes interesadas	Propiciar la formación de ciudadanos capaces de adoptar estilos de vida financieramente saludables y aportar al desarrollo sostenible de la Región.
Venta y Cobro Responsable	Mejorar la transparencia en nuestros procesos de venta y cobro, mediante la concientización de nuestro personal, y la oferta de herramientas de educación financiera a nuestros clientes.
Participación Activa en la Comunidad	Instaurar mecanismos innovadores para movilizar recursos en beneficio de la sociedad y el medio ambiente, utilizando nuestra plataforma comercial.
Atracción, Retención y Desarrollo del Talento Humano	Encontrar formas innovadoras para atraer y retener el mejor talento humano de la Región, mediante una oferta de valor que permita a las personas realizar su potencial y apoyar el crecimiento de la empresa.
Inclusión Laboral de Grupos Vulnerables	Ofrecer trabajo digno y bien remunerado, a personas con menores oportunidades de empleo, como las mujeres, los jóvenes y las personas con discapacidad.

Reconocemos que las Prácticas laborales justas y favorables y los Productos y servicios con valor social y ambiental agregado son temas indispensables para esta Dimensión, pero no se incluyen en el Sistema de Gestión de la Sostenibilidad, pues son temas “maduros” controlados por otros Sistemas. Las áreas operativas de Sostenibilidad no tienen que realizar una labor activa para que sucedan.

Planeta

Hemos asumido el compromiso de contribuir a la solución de problemas derivados del deterioro ambiental, que están ligados a la sostenibilidad de nuestra Región y nuestra empresa. Si bien comparados con otras industrias nuestro impacto ambiental es relativamente bajo, nos esforzamos por minimizarlo. A la vez prevenimos las consecuencias ambientales derivadas de los proyectos de inversión que financiamos a nuestros clientes y aprovechamos nuestra plataforma de servicio para promover buenas prácticas ambientales entre nuestros grupos de interés.

Esta dimensión está compuesta por los siguientes temas:

Temas	Objetivos
Promoción de buenas prácticas ambientales	Poner nuestros talentos y estructura operativa al servicio de las sociedades donde operamos, para contribuir al consumo sostenible y a la gestión responsable de los recursos naturales.
Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales	Identificar, evaluar y administrar oportunamente los riesgos ambientales y sociales que se pueden generar por las actividades y proyectos que financiamos, para promover la producción y gestión sostenible de los recursos naturales.
Sistema de Gestión Ambiental Interno	Minimizar el impacto ambiental de todos los procesos, proyectos y actividades que ejecutamos diariamente, incluyendo nuestra huella de carbono.

Alineación a los ODS y estrategia corporativa del negocio

A través de cada Dimensión buscamos activamente, impactar los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Objetivos de desarrollo sostenible a los que aporta BAC Credomatic con su estrategia de sostenibilidad



Y aportamos a las prioridades estratégicas de BAC Credomatic, las 5Cs, de la siguiente forma:

Alineación de ejes de sostenibilidad con prioridades estratégicas de la empresa

	Relación de Temas con la Visión Organizacional	Innovación	Eficiencia	Riesgo	Digitalización	Sostenibilidad
Prosperidad	Fortalecimiento empresarial	✓		✓	✓	✓
	Gestión y fortalecimiento de la Cadena de Valor	✓		✓	✓	✓
	Bancarización de Mujeres	✓			✓	✓
	Microfinanzas	✓				✓
	Inclusión de Personas con Discapacidad	✓				✓
Personas	Educación Financiera a nuestros Públicos de Interés			✓	✓	✓
	Venta y cobro responsable			✓		✓
	Inclusión laboral de grupos vulnerables	✓	✓	✓		✓
	Pobreza Cero		✓	✓		✓
	Voluntariado					✓
	Equidad de Género	✓				✓
	Fortalecimiento de ONGs	✓			✓	✓
Planeta	Promoción de buenas prácticas ambientales			✓	✓	✓
	SARAS			✓		✓
	Gestión Ambiental Interna		✓	✓		✓

Nuestro Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social-SGRS –

Proceso de diseño del SGRS

En 2015 establecimos un Sistema de Gestión de Responsabilidad Social, bajo los estándares de la Norma ISO 26.000, integrado con nuestro Sistema de Gestión de Calidad y documentado en lineamientos, políticas, manuales y formularios.

Con este Sistema de Gestión, damos seguimiento a las iniciativas que impulsamos regionalmente, monitoreando los avances y evaluando los resultados para identificar oportunidades de mejora. Lo anterior ha resultado muy eficaz para integrar el tema en la cultura de la Corporación y alinear la gestión del negocio hacia la sostenibilidad.

Proceso de implementación del sistema de gestión de la sostenibilidad



Comportamiento responsable

El comportamiento socialmente responsable es una forma de hacer negocios, un enfoque comercial distinto, una filosofía que debe “correr por las venas” de la organización, e integrarse a su cultura y todas las actividades de la empresa. Para hacerlo posible, fue necesario sensibilizar a nuestros gerentes, jefaturas y colaboradores alrededor de interrogantes como las siguientes:

¿Cómo se realiza la gestión responsable del negocio? ¿Cómo se ejerce la Responsabilidad Social desde mi puesto de trabajo? ¿Quiénes son mis partes interesadas? ¿Cuáles son los impactos positivos y negativos de mi área? ¿De qué forma puedo minimizar o potenciar esos impactos? ¿Qué oportunidades tengo, desde mi área, para contribuir al desarrollo sostenible?

Esta práctica de formación y cuestionamiento permanente se mantiene, ya no necesariamente enfocada en estas interrogantes iniciales, sino más bien en formas creativas para ampliar cobertura y calidad, profundizando en la eficacia de los Programas para el logro de los objetivos estratégicos de Sostenibilidad en el largo plazo.



Planes de trabajo

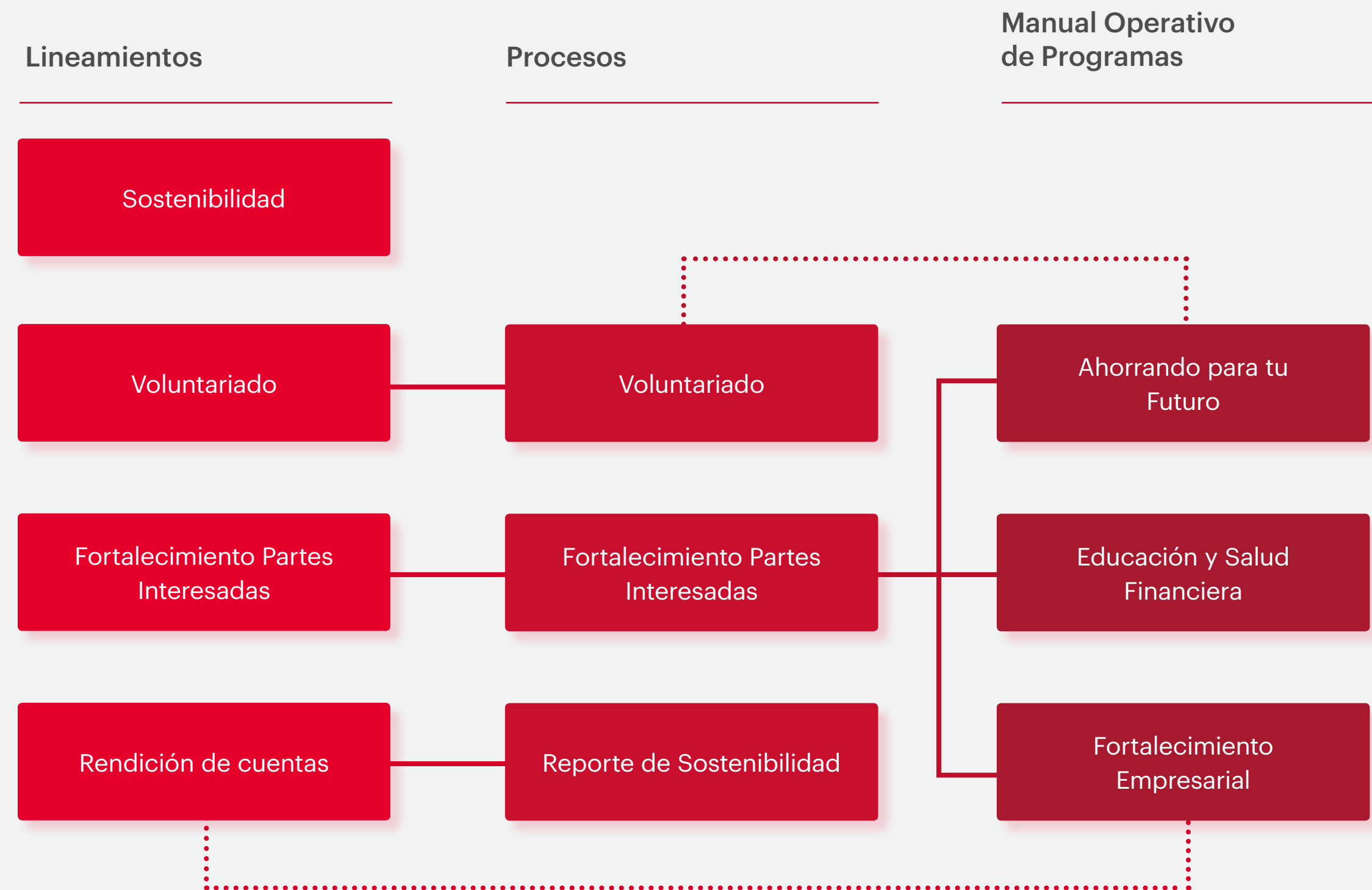
Habiendo identificado nuestros impactos más significativos, definimos ejes de acción y Programas que permiten la gestión de la responsabilidad social. Cada uno de estos apunta al logro de ciertos objetivos, que se traducen en planes de trabajo anuales, para cada país y cada gerencia, con indicadores y metas cuantificables, procurando que las acciones a desarrollar hagan sentido con el quehacer del área que corresponda y aporten a las estrategias generales del negocio.

Integración al sistema de calidad

BAC Credomatic fue el primero y sigue siendo el único intermediario financiero regional que desde el año 2000 está certificado bajo la Norma ISO 9,001 de Gestión de Calidad. Todas sus actividades se rigen por los principios de esta Norma y deben integrarse a la plataforma que la sustenta. El Sistema de Gestión de Responsabilidad Social cuenta con una base documental que consta de: lineamientos, políticas, manuales y formularios, que permiten monitorear y evaluar de forma permanente los avances, logros y oportunidades de mejora, facilitando la gestión responsable del negocio y el seguimiento de nuestros Programas.

Al igual que todas las actividades ligadas al quehacer de la empresa, la integración al Sistema de Gestión conlleva también la evaluación recurrente por parte de auditores internos y externos, que permanentemente revisan y valoran los avances y procedimientos utilizados.

Documentos que sustentan nuestro sistema de gestión de la responsabilidad social



A partir de la Certificación en Costa Rica, en la Norma INTE-3501.01, realizamos varias innovaciones técnicas relevantes, como fue la revisión exhaustiva de nuestros impactos y la medición de estos según su grado de "significancia" para la gestión de sostenibilidad, entendida como la urgencia de atención o prioridad del impacto provocado.

Gestores de sostenibilidad

BAC Credomatic opera en 6 países, y cuenta con más de veintiún mil colaboradores, por ende, la gestión exitosa de cualquier iniciativa requiere de mecanismos que faciliten la comunicación y la desconcentración operativa. Es por ello que desde 2012 establecimos la figura de Gestor de Sostenibilidad, una persona designada por la gerencia de cada área, que se convierte en contraparte y punto de enlace con el área de Sostenibilidad, asumiendo funciones adicionales a su puesto de trabajo:

- Coordina el plan de trabajo para alcanzar los objetivos de Sostenibilidad de su gerencia
- Da seguimiento a los resultados que se van alcanzando de acuerdo a las metas de Sostenibilidad establecidas anualmente para su área
- Sensibiliza constantemente a sus jefaturas y compañeros de trabajo
- Comunica los avances, invita a las actividades, motiva el voluntariado
- Recibe capacitación continua en materia de Sostenibilidad

Medición, control y rendición de cuentas

El Plan de Trabajo anual se traduce en una serie de indicadores, ordenados por Eje y Programa, vinculada a la medición de desempeño de cada área y jefatura.

Los Planes de Trabajo y metas son transversales a los países. La meta global se distribuye equitativamente entre estos, permitiendo que cada Gerente de País asuma responsabilidad por una parte de lo que se quiere alcanzar a escala corporativa. Este a su vez, distribuye las metas, programas y proyectos entre una o varias gerencias, que son las responsables de la ejecución, en el nivel local.

Lo anterior incluye la incorporación de un puntaje dentro del Balance Score Card (BSC o Cuadro de Mando Integral) de cada gerencia y jefatura. Este instrumento de evaluación del desempeño individual también se utiliza para calcular la compensación variable de cada colaborador. De esta forma, se asegura la alineación del ejercicio responsable del negocio al quehacer organizacional.

Desde la Dirección Regional de Sostenibilidad monitoreamos permanentemente los avances en cada indicador y país, mediante una plataforma en línea y otras herramientas de gestión.

Estos avances también forman parte de la rendición de cuentas que hacemos de forma permanente para nuestras partes de interés, a través de nuestros Reportes Anuales, boletines, mensajes en redes sociales, Portal Corporativo <https://www.baccredomatic.com> y campañas de divulgación, de escala local y regional. De igual manera, compartimos conocimientos, mejores prácticas y opiniones a través de artículos técnicos que publicamos semanalmente en nuestro Blog de Sostenibilidad.



Los temas materiales

El proceso que nos llevó a definir los temas materiales para BAC Credomatic, entendidos como aquellos sustantivos para la Sostenibilidad de nuestra empresa y para nuestras partes interesadas, lo hemos explicado con detalle en los Reportes de años anteriores, disponibles en nuestro Sitio Web



Temas materiales



Nuestras partes interesadas

Entendemos como partes interesadas, aquellos individuos, grupos sociales y organizaciones, que pueden verse afectadas de manera significativa por las actividades, productos y/o servicios de nuestra empresa y/o cuyas acciones pueden afectar nuestra capacidad de seguir desarrollando con éxito las estrategias definidas y alcanzar nuestros objetivos.

En un proceso permanente de revisión y ajuste, que iniciamos desde 2009, hemos venido puliendo y perfilando cada vez más el listado original, hasta llegar al que definimos en 2017, y que se compone de las siguientes categorías:

- ✓ Accionistas
- ✓ Clientes
- ✓ Clientes Potenciales
- ✓ Competidores
- ✓ Ciudadanía
- ✓ Generadores De Opinión
- ✓ Gobierno
- ✓ Reguladores
- ✓ Proveedores
- ✓ Socios Estratégicos
- ✓ Público Interno



Para nuestra organización es muy importante estar en constante comunicación y escucha con cada uno de estos públicos, pues uno de nuestros compromisos más importantes es lograr que los intereses del negocio coincidan con las expectativas de estos grupos, y logren sintonizarse.

Comprendemos la importancia de llevar a cabo este ejercicio de forma detallada, así como la necesidad de contar con un claro entendimiento de los componentes de nuestra cadena de valor, para potenciar los beneficios que podemos agregar con nuestros productos y servicios. Una descripción detallada del proceso completo de identificación de nuestros partes interesadas y la metodología utilizada para identificarlos está disponible en:



Nuestras partes interesadas

Identificación y clasificación de nuestros impactos

Entre los años 2014 y 2015, el análisis de materialidad vigente hasta entonces experimentó un avance sumamente importante, producto de la iniciativa de certificar nuestra empresa bajo la Norma INTE35-01-01, en Costa Rica.

A partir de los temas materiales que habíamos identificado en el proceso desarrollado durante 2009 y 2010, llevamos a cabo una revisión integral que nos llevó a explicitar los impactos más relevantes para nuestra empresa: sociales, ambientales y económicos; reales y potenciales; positivos y negativos; todos ellos derivados de los temas que habíamos identificado como materiales y que a su vez definen los Ejes de nuestra Estrategia de Sostenibilidad. Esto nos dio como resultado, una detallada lista que incluye más de 90 posibles impactos, positivos y negativos, derivados del quehacer de nuestra empresa, sus productos y servicios.

Como parte de esta revisión, nos cerciorarnos de haber contemplado la pertinencia de todas las materias fundamentales establecidas en las Normas ISO 26,000 e INTE35-01-01 (esta última de Costa Rica). La consideración y priorización de los posibles impactos, nos permitió actualizar nuestra estrategia para estar seguros de gestionar los principales riesgos derivados de los negativos, a la vez de potenciar las oportunidades derivadas de los positivos, mediante programas, proyectos e iniciativas, regionales y locales, que atienden los impactos más significativos.

El ejercicio anterior fue la base para el establecimiento de un Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social –SGRS–, que facilita la gestión de cada impacto en particular, según su grado de significancia, definida a partir de la urgencia o prioridad que cada impacto tiene para nuestra empresa y para nuestras partes interesadas. Así, el SGRS nos permite minimizar nuestros posibles impactos negativos y sus posibles efectos, así como potenciar las oportunidades derivadas de nuestros impactos positivos. En los siguientes cuadros se describe la metodología que hemos utilizado para clasificar nuestros impactos, según su nivel de significancia.

Durante el año 2016 tuvimos una nueva sesión de diálogo con nuestros públicos, de tal forma que pudimos identificar nuevos impactos o clasificar de otra manera los impactos que ya teníamos seleccionados en otros encuentros de diálogo.



Identificación y clasificación de nuestros impactos

Las sesiones se dieron en varias fechas y contemplaron públicos variados: Organizaciones no Gubernamentales, Proveedores, Clientes, Medios de Comunicación, Competencia, Gobierno y Colaboradores (público interno). Con la ayuda de una experta en el tema quien aportó una metodología novedosa para poder conversar y conocer a fondo las perspectivas y opiniones de nuestros públicos, obtuvimos las siguientes conclusiones:

Impactos negativos

Los cinco posibles impactos negativos de mayor riesgo o más significativos, identificados por el público externo, en orden, son:

1. Alto endeudamiento/ sobre-endeudamiento de la población.
2. Consumo excesivo.
3. Venta y cobro agresivo a clientes actuales y potenciales.
4. Uso indebido de productos y servicios financieros.
5. Impacto ambiental de los grandes proyectos que financiamos.

Los cinco impactos negativos de mayor importancia para el público interno, relativos a temas que les atañen directamente como colaboradores de la empresa, en orden, son:

1. Stress de los colaboradores.
2. Insatisfacción de los colaboradores/ falta de motivación.
3. Desperdicio de recursos en la empresa: agua, papel, electricidad, etc.
4. Acoso laboral.
5. Alto endeudamiento/ sobre-endeudamiento de los colaboradores.

Impactos positivos

Los cinco impactos positivos de mayor importancia para el público externo (aquellos donde ven un mayor potencial de la empresa, de tener un impacto positivo), en orden, son:

1. Crecimiento de las PYME
2. Innovación
3. Salud financiera de las personas
4. Promoción del consumo responsable
5. Apoyo al emprendedurismo

Los cinco posibles impactos positivos de mayor importancia para el público interno, relativos a temas que les atañen directamente como colaboradores de la empresa, en orden, son:

1. Colaboradores conscientes del impacto de sus decisiones en el ambiente.
2. Creación de empleo directo y local, de calidad.
3. Valor agregado a la vida de los colaboradores y sus familias.
4. Desarrollo de capital humano de los colaboradores.
5. Balance vida laboral-vida personal.



Sobre los retos

Las principales sugerencias del Público Externo respecto a líneas de trabajo o acciones que podría emprender BAC Credomatic para procurar su sostenibilidad y aportar al Desarrollo Sostenible, giran en torno a los siguientes temas:

- **Bancarización responsable:** inclusión financiera de segmentos de la población que tradicionalmente no han tenido acceso al sistema financiero, a través de productos y servicios adecuados a sus necesidades y características, que mejoren su calidad de vida (no lo contrario) y acompañados de Educación Financiera.

Las principales sugerencias del Público Interno respecto a proyectos o acciones que podría emprender BAC Credomatic para procurar su sostenibilidad y aportar al Desarrollo Sostenible, giran en torno a los siguientes temas:

- **Educación Financiera:** diversificación de los públicos de interés a quienes van dirigidos los esfuerzos de Educación Financiera e innovación en los medios utilizados para hacerles llegar estos mensajes.
- **Beneficios relevantes para los colaboradores:** teletrabajo, horarios flexibles, cuidado/ guardería para hijos e hijas del personal y consistencia en beneficios en todas las áreas.

El Público Externo y el Público Interno coinciden en que la empresa debería emprender acciones hacia un proceso de ventas menos agresivo y más responsable, por ejemplo: prácticas de crédito responsable, contar con asesores financieros en los principales canales de servicio y, en general, buscar mecanismos para evitar que la presión de las metas de negocio afecte la satisfacción y la salud financiera de los clientes de la empresa.

La consideración y priorización de los posibles impactos por parte de nuestros públicos de interés, llevado a cabo en nuestras sesiones de diálogo, nos permitió actualizar nuestra estrategia para estar seguros de gestionar los principales riesgos derivados de los negativos, a la vez de potenciar las oportunidades derivadas de los positivos, mediante programas, proyectos e iniciativas, que atienden los impactos más significativos.

Una de las herramientas por medio de las cuales en Costa Rica nos aseguramos que la estrategia de sostenibilidad sea parte importante de todas las áreas de la empresa es el **Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social –SGRS–** (que se implantó en el 2014), que facilita el atender cada impacto en particular, según su grado de significancia, definida a partir de la urgencia o prioridad que cada impacto tiene para nuestra empresa y para nuestras partes interesadas.

Así, el SGRS nos permite minimizar nuestros posibles impactos negativos y sus posibles efectos, así como potenciar las oportunidades derivadas de nuestros impactos positivos.

En los siguientes cuadros se describe la metodología que hemos utilizado para clasificar nuestros impactos, según su nivel de significancia.

3. Estrategia 2017-2021

Clasificación de impactos según significancia

Urgencia o prioridad de gestionar nuestros impactos a través de nuestro SGRS con el fin de minimizar sus posibles efectos negativos o potenciar sus efectos positivos.

Alto

Impactos prioritarios para el SGRS, por su escala (mediana o grande), riesgo (medio o alto) y su baja gestión.

Media

Impactos medianamente gestionados o temas emergentes, que todavía requieren impulso a través del SGRS.

Baja

Impactos de baja prioridad para el SGRS, porque: 1. su gestión es muy madura o 2. son de baja amenaza/ oportunidad y de bajo interés de los grupos de interés externos.

Para determinar el grado de significancia, categorizamos los impactos sociales, ambientales y económicos según tres criterios, utilizando la siguiente escala:

Criterio	Descripción	Escala	
Escala	<p>Negativos: dimensión de las implicaciones que tendría para la empresa un impacto negativo, de no ser atendido.</p> <p>Positivos: según la dimensión de las implicaciones del impacto positivo para el desarrollo sostenible.</p>	1- pequeña	El impacto es una amenaza (-) u oportunidad(+) pequeña para la empresa.
		3- mediana	El impacto es una amenaza (-) u oportunidad(+) mediana para la empresa.
		5- grande	El impacto es una gran amenaza(-) u oportunidad(+) para la empresa.
Riesgo	Se refiere al interés que le dan las partes interesadas a la ocurrencia del posible impacto y/o a su relación con algún incumplimiento legal.	1- bajo	Impacto de poca importancia para los Grupos de Interés.
		3- medio	Impacto de mediana importancia para los Grupos de Interés.
		5- alto	Impacto de mucha importancia para las partes interesadas y/o relacionado a algún incumplimiento legal.
Gestión	Evalúa si la organización ya tiene mecanismos de control para prevenir la ocurrencia de ese posible impacto negativo o potenciar la ocurrencia en caso de un impacto positivo	-5 alta	Existen controles operacionales para gestionar el impacto potencial bajo responsabilidad de las áreas operativas o de negocio.
		-3 media	Existen controles operacionales para gestionar el posible impacto. Estos son mejorables o aún están bajo responsabilidad del Área de RSC
		0 baja	Existen iniciativas o programas incipientes para gestionar el posible impacto, pero aún no controles operacionales formales
		5 nula	No se gestiona el impacto.

La madurez de la gestión de cada impacto, la evaluamos de forma inversa a los demás criterios, ya que una alta madurez resultaría en una significancia menor. Es por esto que se le otorga un valor negativo.

Una vez que valoramos cada impacto según esta escala, queda determinado su grado de significancia. A partir de los impactos clasificados como significativos, la Gerencia General de cada país, en conjunto con la Gerencia Local de Sostenibilidad y sus contrapartes locales, definimos las iniciativas específicas para atenderlos. Para cada iniciativa, establecemos objetivos, indicadores y metas anuales.

A pesar de los esfuerzos realizados, hemos identificado algunas oportunidades de mejora, sobre las cuales debemos seguir trabajando, entre ellas, los mecanismos de venta utilizados por algunos de nuestros ejecutivos, que en algunas ocasiones se perciben como invasivos o muy insistentes, en especial, cuando se trata de productos y servicios dirigidos a las personas.

Lo anterior es parte vital de nuestra estrategia 2017-2021, de tal manera que podamos responder de manera adecuada minimizando nuestros impactos negativos y multiplicando los positivos.

4.

Prosperidad



Más allá de lo financiero

El impacto positivo que genera la actividad empresarial en ámbitos más allá de lo económico es, sin duda, sumamente relevante para la sociedad. A través de la creación de empleo, la compra a proveedores, la inversión estratégica, el pago de impuestos, y otras acciones ligadas a su proceso de creación de valor económico, todas las empresas, independientemente de su tamaño, generan también valor social y ambiental. Si bien este quehacer empresarial, por sí solo, no es suficiente para garantizar una actuación responsable, sin duda constituye una parte vital de su rol en la sociedad y es el eje central para su sostenibilidad, en el mediano y largo plazo.

En BAC Credomatic no somos excepción. En nuestra diaria labor como intermediarios financieros obtenemos beneficios económicos y ayudamos a que otros también los obtengan, aportando paralelamente al desarrollo social y a la protección del ambiente en los países donde operamos.

Nuestra actividad comercial opera de forma relativamente 'simple': recibimos dinero de nuestros depositantes e inversionistas y prestamos una parte de ese dinero a personas y empresas, que a su vez lo utilizan para compra de activos, crecimiento de sus negocios y otras actividades que mejoran su calidad de vida. Por la prestación de esos servicios de intermediación, recibimos comisiones y un diferencial de

intereses. Estas son las fuentes principales del ingreso que nos permiten atender gastos operativos, pagar impuestos, generar utilidades y hacer reservas para seguir creciendo.

Nuestra sostenibilidad depende, en gran medida, de la habilidad que tengamos para mantener esta relación con un balance favorable a lo largo del tiempo, tanto para nuestra empresa, como para las sociedades donde operamos. Así, hemos ido construyendo una estrecha relación con el tejido social de la América Central, donde desempeñamos el papel de actores económicos, pero a la vez, facilitadores del desarrollo Regional, junto con las demás entidades privadas e instituciones públicas de cada país.

Nuestra empresa es una red de generación y distribución de riqueza económica, que conecta e impacta positivamente a las personas y a las organizaciones vinculadas; su creciente actividad en lo económico, permite también nuestro propio crecimiento. Esta red que constituye el eje central de nuestras operaciones; es la vez el mecanismo mediante el cual hacemos nuestro mayor aporte a la Región y el elemento más relevante para que nuestra empresa siga manteniendo el éxito alcanzado a lo largo de su historia.



El cuarto estado financiero

El Estado de Valor Generado, Valor Distribuido y Valor Retenido, muestra en cifras, la realidad descrita, durante los últimos dos años. En 2017, del total de valor económico que generamos por transacciones realizadas a través de nuestra plataforma de servicios, un 82% llegó nuevamente a la sociedad a través de la distribución de ese valor entre quienes participan en nuestra red.

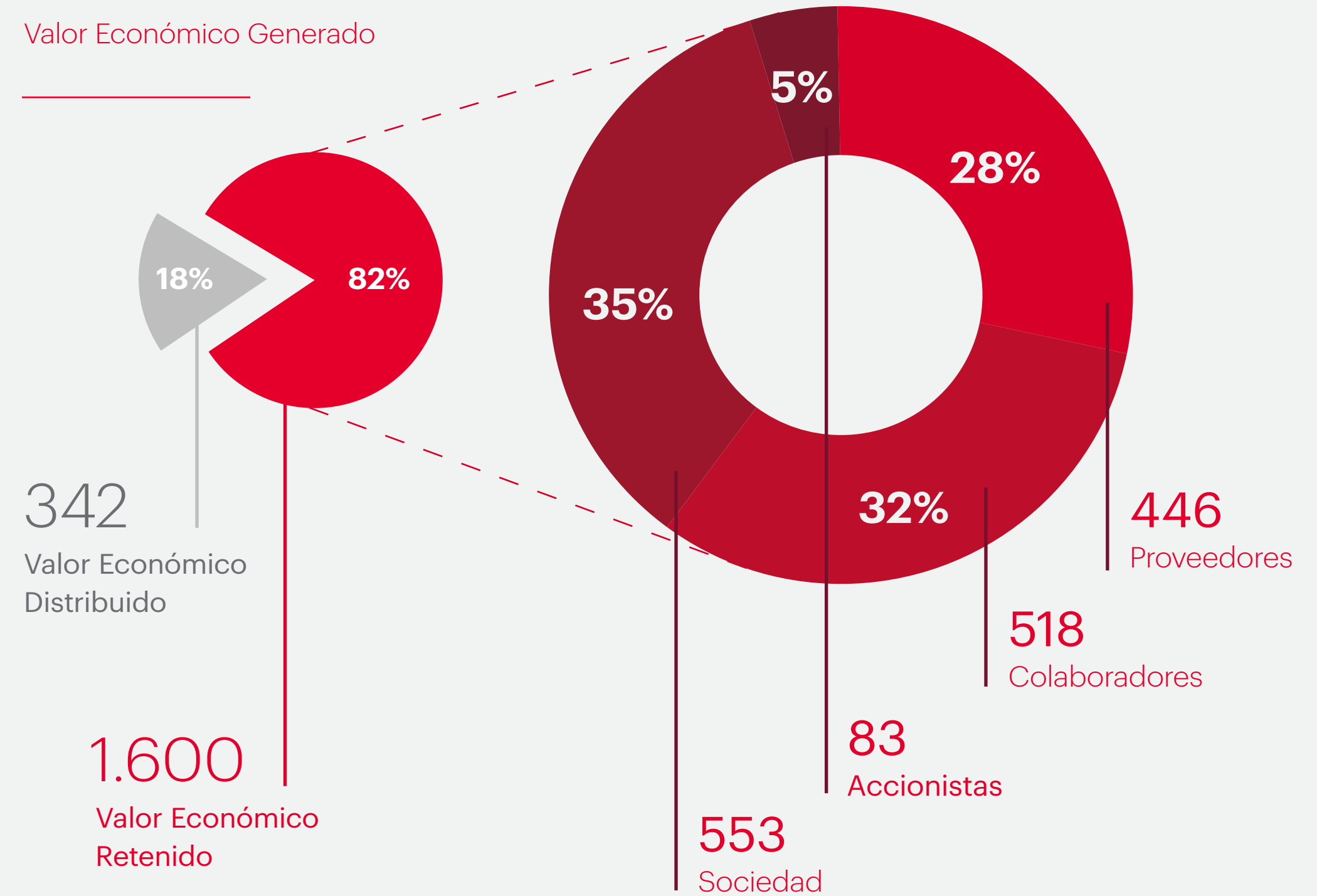
El análisis de la distribución del Valor Económico mostrado en este gráfico, muestra claramente cómo la mayoría de la riqueza que anualmente producimos, queda distribuida entre nuestros principales grupos de interés.

	2016	2017
Valor Económico Generado	1.820,33	1.942,08
Valor Económico Distribuido	1.589,02	1.600,03

Al cierre de 2017, el **Valor Económico Generado fue de \$1.942 millones de USD**. La distribución total de ese ingreso fue:

- 32%** en pago de salarios y beneficios a nuestros colaboradores: US\$518 millones;
- 28%** en pago por compra de bienes y servicios a nuestros proveedores: US\$446 millones;
- 35%** en pago de impuestos a gobiernos, intereses pagados a quienes ahorran con nosotros e inversión social directa: US\$553 millones y millones;
- 5%** en pago de dividendos a nuestros accionistas: US\$83 millones.

Valor Económico Generado



Valores expresados en millones de USD

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

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



Ejercicio de banca responsable

El ejercicio responsable de la actividad bancaria, parece muy obvio en principio, no obstante, merece un momento de análisis. En la década pasada, el mundo entero fue testigo de impactos negativos muy relevantes para la sociedad, parcialmente derivados de un ejercicio de ciertos sectores bancarios, que no se desarrolló en apego a las mejores prácticas de prudencia, gestión de riesgo y previsión, que deben ser intrínsecas a toda intermediación financiera.

Por esa razón, en BAC Credomatic seguimos considerando el ejercicio de Banca Responsable como un eje transversal de nuestra estrategia de sostenibilidad, a pesar de su madurez y obiedad. El impacto positivo que puede lograr una entidad como la nuestra mediante acciones que favorezcan la calidad de vida de sus grupos de interés y beneficien la sociedad o el ambiente, sería insignificante, frente al impacto negativo que pudiera derivarse de una actuación poco cuidadosa en lo que constituye nuestra razón de ser: el manejo prudente, oportuno y transparente del dinero y activos que las personas y organizaciones nos confían.

Nuestra empresa basa todas sus operaciones en la confianza, que se traduce en inversiones, cuentas corrientes y de ahorros, así como en créditos y otras soluciones financieras. Esta confianza nos compromete a administrar el negocio con responsabilidad y prudencia, buscando la mejora continua en todo lo que hacemos.

Cuando nuestros clientes y usuarios nos confían sus activos o nos solicitan crédito para adquirirlos, sabemos que cada uno de ellos está poniendo en nuestras manos sus ideales, proyectos y sueños más preciados. Por eso respondemos a esa confianza, aplicando las mejores prácticas de Banca Responsable mediante: el manejo integral de todos los riesgos asociados a esta actividad y la gestión eficaz del cumplimiento legal, así como un servicio de calidad, basado en la ética y la transparencia.

Administración del riesgo

Como parte central del ejercicio de Banca Responsable, está la gestión de los múltiples riesgos asociados a la intermediación financiera, en especial, aquellos relacionados con la administración de activos y el otorgamiento de créditos, así como a los procesos operativos que apoyan estas dos líneas de negocio. A estos se agrega el impacto negativo que pudiera afectar nuestra imagen y marcas, por un manejo inadecuado de los riesgos anteriores.

Nuestra estrategia de Gestión Integral de Riesgos, presidida y supervisada por un Comité de Junta Directiva, permanentemente actualiza la información relacionada con este tema, monitorea los avances y hallazgos que se identifican, genera políticas, procedimientos y herramientas para su correcta atención e informa a las autoridades competentes al interno de la empresa, así como a los Reguladores de los países.

Información detallada sobre este tema está disponible en la Memoria Anual 2017, que forma parte integral de este Reporte de Sostenibilidad, disponible en: www.baccredomatic.com

Gestión de cumplimiento

Siguiendo con el fortalecimiento permanente de la confianza, eje central del ejercicio de Banca Responsable, está la línea de cumplimiento. En BAC Credomatic aplicamos rigurosamente los principios, procedimientos operativos y mejores prácticas de la industria para prevenir el lavado de dinero y otras prácticas de personas y grupos ligados a actividades ilegales, como el tráfico de drogas y otros.

El tema está liderado por un Comité de Junta Directiva, responsable de supervisar el buen funcionamiento del sistema de administración de los riesgos asociados a estas prácticas y de fomentar la cultura de cumplimiento en todas nuestras operaciones. En desarrollo de esta función, este Comité vela por que el accionar de nuestra empresa cumpla con lo que dispongan las leyes y regulaciones vigentes, en los países donde operamos.

Para apoyar su labor, contamos con herramientas tecnológicas y personal que, 24 horas al día, todos los días del año, monitorea las transacciones que se realizan a través de nuestros canales de distribución, físicos y electrónicos, para prevenir la ocurrencia de este tipo de situaciones.

Esto lo hacemos no solamente para proteger el interés de nuestros clientes, sino también por nuestra propia sostenibilidad, ya que el manejo inadecuado de este tema constituye un riesgo que puede llegar a afectar seriamente nuestra operación y reputación, afectando consecuentemente la confianza de nuestros clientes.

Servicio al cliente

Por la naturaleza de nuestro negocio, el buen servicio es un elemento fundamental para nuestra sostenibilidad y forma parte del ejercicio de Banca Responsable. La confianza, base de ese ejercicio, se manifiesta de forma concreta cuando las personas y organizaciones obtienen buenos resultados al utilizar los productos financieros que ponemos a su disposición y viven una experiencia satisfactoria en nuestros canales de servicio. Por eso, la atención de calidad es una de las formas más eficaces que tenemos para generar, fomentar y mantener esa confianza.

Nos esforzamos por escuchar a nuestros clientes continuamente, a fin de satisfacer sus necesidades de forma oportuna y eficaz. Un sistema para trámite expedito de quejas y reclamos, estudios de mercado locales e internacionales, investigaciones sobre expectativas y comportamientos del consumidor, entrevistas sobre nuestros servicios y atención oportuna a los comentarios en redes sociales, son solo algunos de los muchos instrumentos que nos permiten conocer sus expectativas, responder oportunamente a estas y, además, identificar nuestras oportunidades de mejora.



Inclusión financiera

En el marco de la Dimensión Prosperidad, la inclusión financiera es otra línea de acción, de la cual se desprenden impactos sociales relevantes.

Como actores del sector financiero, el brindar acceso a los servicios bancarios a cada vez más personas y organizaciones, es una de las responsabilidades más relevantes que tenemos de cara a la sociedad y uno de los ejes más importantes de nuestra Estrategia de Sostenibilidad.

Como lo demuestran numerosos estudios, un mayor acceso de las personas y organizaciones al sistema financiero, se traduce en una mejora en su calidad de vida y es un indicador de desarrollo para los países.

En BAC Credomatic contamos con diversos instrumentos y servicios, que poco a poco nos han permitido acercarnos más a la realidad de las familias y organizaciones, facilitando su inclusión en el sistema financiero. No obstante, seguimos manteniendo importantes retos para llegar a ciertos sectores de la población, que tradicionalmente han estado fuera del enfoque estratégico de nuestro negocio, o donde aún no contamos con los productos y canales de distribución adecuados para atender sus necesidades financieras. Estamos conscientes de la necesidad de seguir avanzando en la profundización de estos mercados, a través de la innovación y el crecimiento en medios virtuales que faciliten mayor acceso por parte de estos grupos.

Los medios de pago como mecanismo de inclusión

Entre los más eficaces mecanismos para facilitar la inclusión de personas y organizaciones en el sistema financiero, se encuentran los medios de pago. Se define con este nombre, todo aquel instrumento que el mercado acepta para la adquisición de bienes o servicios. Todavía hoy, el medio de pago más utilizado es el dinero en efectivo. Los cheques, que fueron muy populares en otras décadas, van desapareciendo, mientras las tarjetas, las transferencias en línea y recientemente, los teléfonos móviles, se vienen incorporando como canales crecientes y cada vez más populares.

Las tarjetas de débito

En BAC Credomatic contamos con una amplia gama de tarjetas de débito, que se convierte en uno de los instrumentos más eficaces para la inclusión de personas en nuestra plataforma de servicios. Cuando una persona no bancarizada recibe su salario en una cuenta de débito, efectiva a través de una tarjeta, da un paso de aprendizaje, se abre para ella un mundo de nuevas oportunidades y obtiene acceso a un sinnúmero de beneficios de los que estaba excluida.

El uso de su tarjeta implica aprender a utilizar un cajero automático y le da descuentos en comercios afiliados al programa BAC Beneficios a escala Regional. Para tomar control sobre sus gastos e ingresos, debe visitar nuestra sucursal electrónica, lo cual requiere el acceso a la Internet. De ahí en adelante, no hay límite a lo que esa persona puede explorar y aprender. Así, la tarjeta de débito se convierte en uno de los principales medios que ofrece nuestra empresa para la disminución de la brecha digital, la bancarización y la inclusión financiera.

Actualmente, a escala regional, más de 2.4 millones de clientes cuentan con este medio de pago y más de 900 mil colaboradores reciben su salario, proveniente de más de 7.231 empresas usuarias de nuestros servicios de tesorería.

País	Tarjetas de débito activas*	Empleados pagados**	Empresas pagadoras***
Guatemala	239.956	99.427	1.123
Honduras	497.082	168.944	742
El Salvador	339.038	183.756	985
Nicaragua	464.205	153.946	742
Costa Rica	799.152	239.565	2.756
Panamá	99.081	54.922	883
Regional	2.438.514	900.560	7.231

* Fuente: KPI de débito. Dirección regional de Banca.

** Fuente: KPI de medios de Pago. Dirección Regional de Banca.

*** En lo que se refiere a los empleados pagados, se les deposita en una cuenta.

Las tarjetas de crédito

La tarjeta de crédito es también, un importante facilitador para la inclusión financiera, pues brinda acceso a una línea de crédito revolutivo, a personas cuyo nivel de ingreso sería insuficiente para la obtención de un préstamo bancario tradicional.

Nuestras tarjetas de crédito, emitidas bajo la marca Credomatic, representan uno de los productos que nos ha dado mayor liderazgo en el país y es además, motivo de constante atención y mejora, pues queremos que nuestros clientes hagan el mejor uso posible de este poderoso medio de pago, que les da acceso al transporte, la educación, la recreación y la obtención de todos los bienes y servicios que requiera, con un financiamiento automático, que cada uno puede controlar, regular y adaptar a la medida de sus posibilidades financieras.

Dada la amplia cobertura que hemos alcanzado con este producto, mantenemos constantemente el reto de llevar oportunamente a nuestros clientes la información necesaria y suficiente, para facilitar el buen uso de este medio de pago. Por su naturaleza, este producto requiere de una educación financiera básica por parte del usuario. Somos conscientes de que los esfuerzos que realizamos en esa dirección, a través de nuestro Programa de Educación Financiera, son todavía insuficientes para los resultados que queremos alcanzar y es por ello que trabajamos constantemente para crecer y mejorar la efectividad de este Programa.

A diciembre 2017, más de 3 millones de personas nos otorgaron su confianza, utilizando nuestras tarjetas de crédito, lo cual nos dio una participación del 40,15% del mercado emisor, a escala Regional.

Cantidad de Tarjetas de Crédito



Porcentaje de participación del Mercado Emisor

Regional

 **3.096.157**
Cantidad de Tarjetas de Crédito

 **40,15%**
Participación del Mercado Emisor

La afiliación de comercios como medio de inclusión

Cada tienda, supermercado, restaurante, hotel o comercio que instala un dispositivo nuestro para aceptar las tarjetas de débito y crédito que ofrece el mercado, se convierte en un afiliado de nuestra red, un canal de distribución y un proveedor de ingresos para otros negocios y personas vinculadas. Así, la afiliación es un medio más para la inclusión de personas y organizaciones en nuestra cadena de generación y distribución de riqueza económica y un mecanismo para apoyar a los negocios en su propio crecimiento.

En el 2017, más de 270 mil negocios afiliados a nuestra red, disfrutaron de las herramientas tecnológicas y otros servicios especializados que ofrecemos para el procesamiento de tarjetas. El contar con esa facilidad les genera múltiples beneficios: aumenta el tráfico en sus puntos de ventas, les permite recibir pagos desde cualquier lugar del mundo y les brinda acceso a promociones especiales que permanentemente ofrecemos en alianza con los comercios que forman parte de nuestra red.

Actualmente en BAC Credomatic tenemos una participación del 58,50% del mercado en afiliación de comercios.

Cantidad de comercios afiliados



Porcentaje de participación del Mercado Adquirente

Regional

 **411.812**

Cantidad de Comercios Afiliados

 **58,50%**

Participación del Mercado Adquirente

Fortalecimiento de las PyMEs

Un motor para el desarrollo regional

Para BAC Credomatic, el trabajo en alianza con las PyMEs forma parte integral tanto de la gestión responsable de nuestra empresa como de nuestra estrategia comercial.

A medida que una micro, pequeña o mediana empresa crece, aumenta el impacto positivo en su entorno inmediato, generando nuevos empleos, ofreciendo nuevos productos y dinamizando la economía local. Cuando desde BAC Credomatic contribuimos con ese crecimiento mediante productos y servicios especializados para este sector, indirectamente estamos contribuyendo para que más personas, familias, y comunidades mejoren su bienestar. El crecimiento de este sector es sin duda, un potente motor para el desarrollo local y un eficaz canal para la redistribución económica.

En 2017, cerramos nuestro portafolio de PyMEs con 205,404 clientes activos y una colocación de crédito de Cartera aprobada: \$1.570 millones USD.

205.404

Cantidad de Clientes

\$1.570M

Cartera de Crédito

\$1.752M

Saldos a la Vista

Cantidad de clientes PyME



Guatemala

33.290



Honduras

31.065



El Salvador

23.728



Nicaragua

26.892



Costa Rica

74.396



Panamá

16.033

Regional

Total de PyMEs

205.404

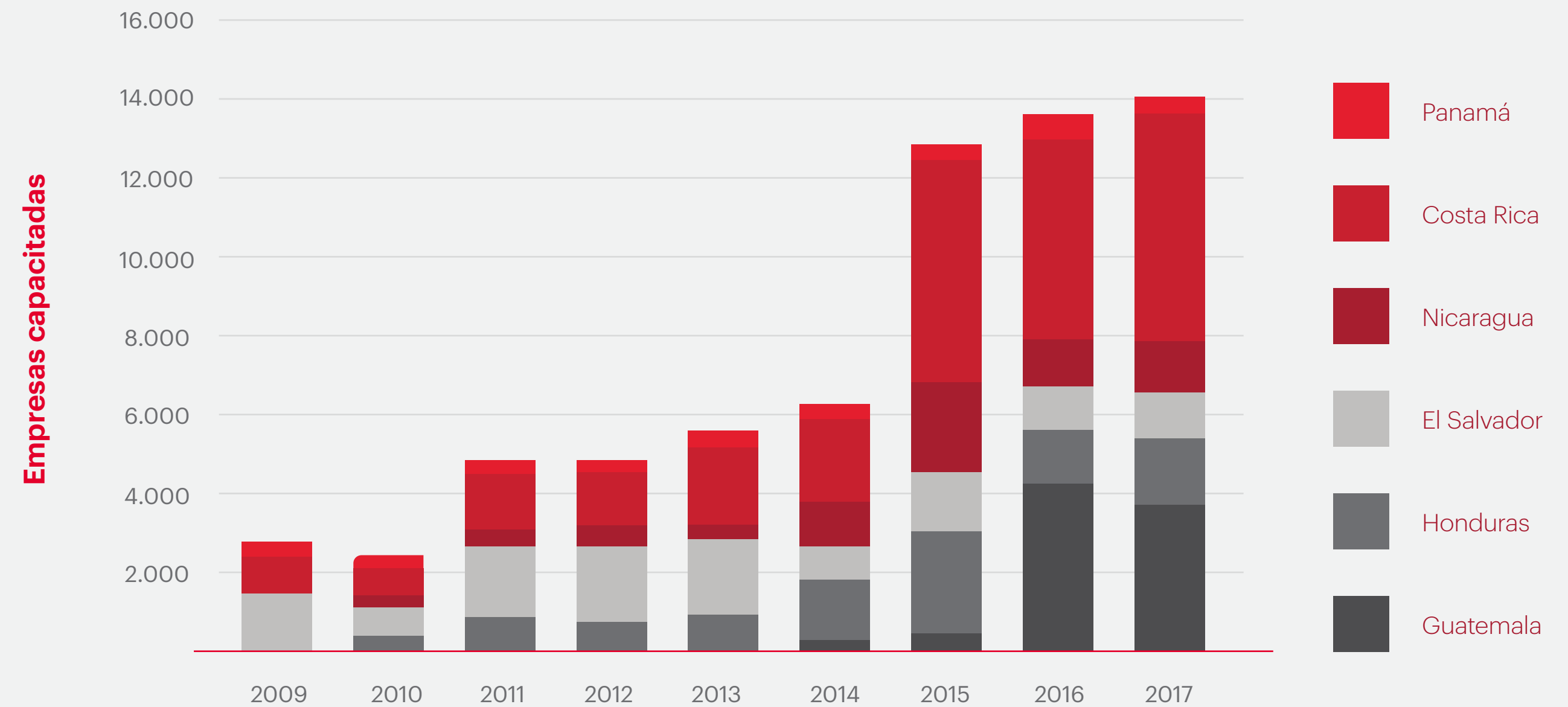
Capacitación y asesoría presencial

Fortalecimiento Empresarial, es un programa de capacitación y asesoría técnica que permite potenciar las capacidades gerenciales de empresarios pequeños y medianos, en temas relacionados con finanzas, mercadeo, proyectos, economía e innovación. Esta formación les ayuda, a tomar mejores decisiones y a enfrentar los retos del mercado, favoreciendo el crecimiento de su negocio y su sostenibilidad de largo plazo.

En cada país donde operamos, este Programa tiene características propias, como es el caso del Centro de Desarrollo Empresarial que gestiona PROPEMI, área especializada de servicios para el segmento PyME que funciona en BAC Credomatic El Salvador.

En este eje de capacitación, ampliamente desarrollado en reportes de años anteriores, los resultados de 2017 muestra que fueron capacitadas 12.245 PyMEs con cursos presenciales y 2.028 mediante cursos virtuales, para un acumulado de 66.457 PyMEs, de 2009 a 2017, como se observa en el gráfico.

Histórico capacitación a PyMEs



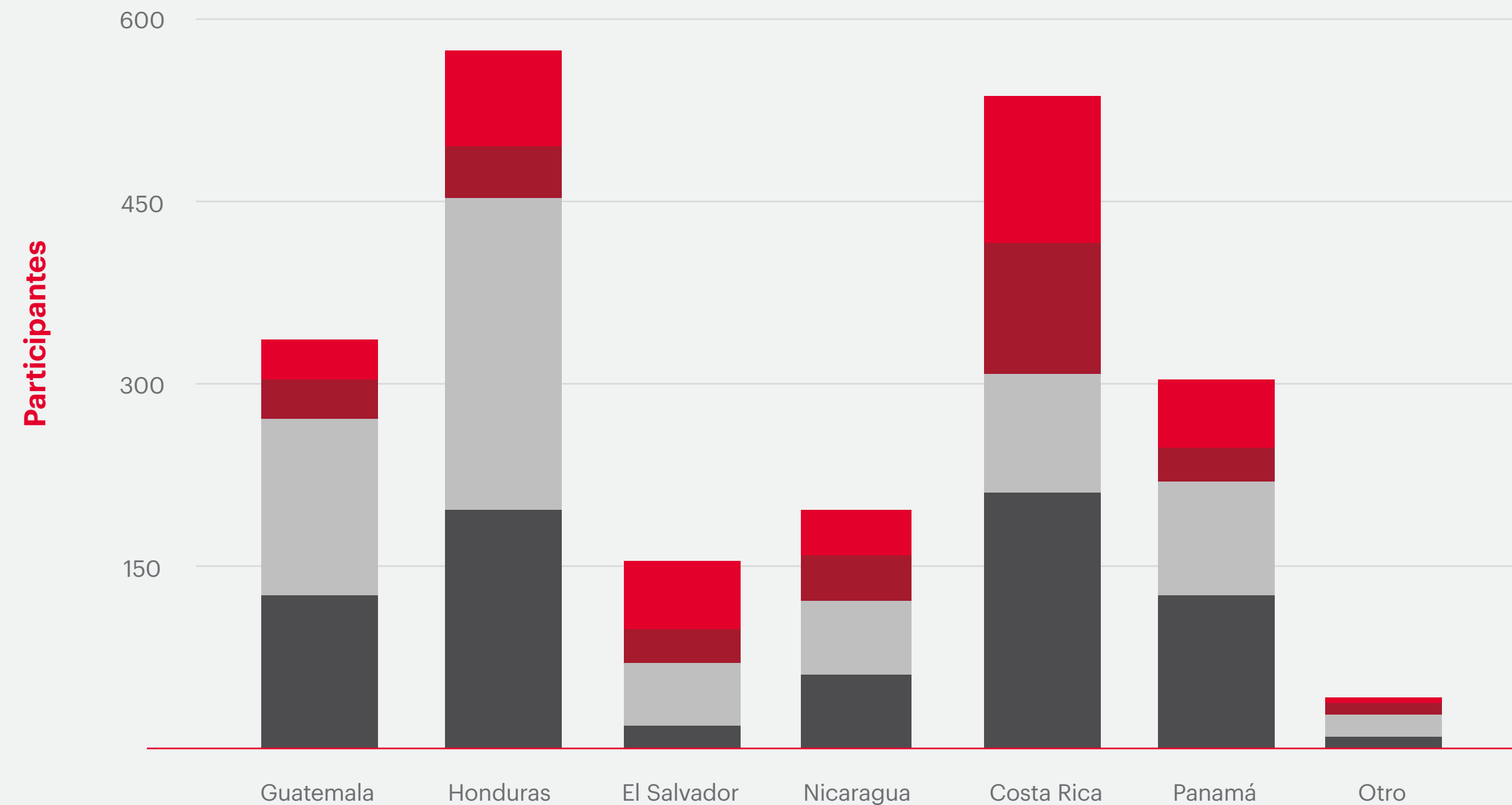
Los esfuerzos de capacitación presencial, que en todos los países se realizan de forma periódica, se complementan con eventos especiales como el Seminario BAC Credomatic PyMEs, un espacio de dos días completos, que se organiza en Costa Rica con perspectiva Regional, en el cual nuestros clientes acceden a capacitación de primer nivel, impartida por líderes empresariales y expertos mundiales en temas de su interés.

Capacitación y asesoría virtual

En 2017, el esfuerzo de capacitación presencial fue complementado con una estrategia de cursos virtuales, ofrecidos a través de la modalidad de webinar, que dieron resultados muy positivos y nos mostraron la conveniencia de complementar los esfuerzos con este tipo de mecanismos que son más flexibles, de menor costo y de gran efectividad.



2.088 Participantes en Webinars



- Sistema de gestión de la calidad en las PyMES
- Lectura de Estados Financieros
- Comercio electrónico: Tendencias y buenas prácticas para hacer crecer sus ventas
- 7 Consejos para garantizar el éxito de su empresa y su permanencia

Acceso a sistemas tecnológicos y servicios especializados

Más allá de los esfuerzos para el fortalecimiento de capacidades gerenciales y técnicas, en bac credomatic nos hemos preocupado por desarrollar una serie de servicios especiales para el sector de las pymes, que incluyen soluciones tecnológicas diseñadas a la medida de sus necesidades.

- **Pago electrónico de planillas y proveedores:** el servicio de tesorería, que hace algunos años solo era accesible para empresas grandes, hoy también lo hemos puesto al servicio de las pymes, sin costo alguno para ellas. Con la apertura de una cuenta corriente con nosotros, estas empresas pueden acceder al servicio automático de pago electrónico de sus colaboradores y proveedores, de una manera más ágil y eficiente, que les ahorra costos y les libera el tiempo tan valioso que requieren para administrar su negocio.

- **Bac objetivos empresarial:** este sistema permite a los empresarios hacer ahorros programados con objetivos específicos, como la inversión en equipos, autofinanciamiento, desarrollo de nuevos proyectos o como previsión de gastos cíclicos para determinados momentos del año.

- **Tarjeta de débito empresarial:** una tarjeta especialmente diseñada para las pymes, con el respaldo de la marca visa, pensada para aquellas que requieren mantener en orden el control de sus compras y pagos empresariales. Esta incluye el servicio de prf, seguro especial que ofrece protección en caso de estafa o robo.

- **Líneas de crédito:** contamos con créditos especiales para nuestras empresas pymes, entre ellas:

• **Auto-cred,** dirigido a empresas que procesan su facturación o ventas por medio de nuestros servicios, y que desean un crédito con base en los niveles de esa facturación, en condiciones especiales, calculado como un multiplicador de sus ventas mensuales.

• **Leasing, operativo o financiero:** una solución que les permite a nuestros clientes pymes, sean profesionales independientes, comercios o industrias, renovar sus activos como vehículos o equipos tecnológicos para evitar costos por obsolescencia.

• **Créditos empresariales:** para sus inversiones en remodelación, compra de activos fijos, maquinaria, equipo e infraestructura; un crédito de largo plazo, girado en un solo desembolso.

• **Factoreo pymes:** les permite recuperar rápidamente capital de trabajo y fortalecer su flujo de caja, sin tener que incurrir en gastos por cobro, con el descuento adelantado de facturas que le ofrecemos en bac credomatic.

• **Crédito con garantía líquida:** a empresas que mantienen depósitos a plazo fijo o cuentas de ahorro con nosotros, les brindamos la posibilidad de acceder a un préstamo con garantía líquida, en las mejores condiciones.

• **Garantías de participación y cumplimiento:** facilita la participación de las pymes en licitaciones públicas y privadas, con el aporte de garantías respectivas y cumplimiento, respaldadas por bac credomatic.

- **Pymes ABC:** es un centro de llamadas que permite a las empresas solucionar sus dudas en temas legales y de negocio.

- **Asistencia SOS pymes:** es un seguro de asistencia que las cubre en casos de accidentes o emergencias.

- **Servicios internacionales:** un conjunto de herramientas que permiten a las pymes importar o exportar de manera ágil y rápida. Algunas son:

- Transferencias internacionales.
- Cobranzas.
- Cheques regionales.
- Cartas de crédito.
- Garantías de participación y cumplimiento.
- Acceso a bancos corresponsales con cobertura mundial.

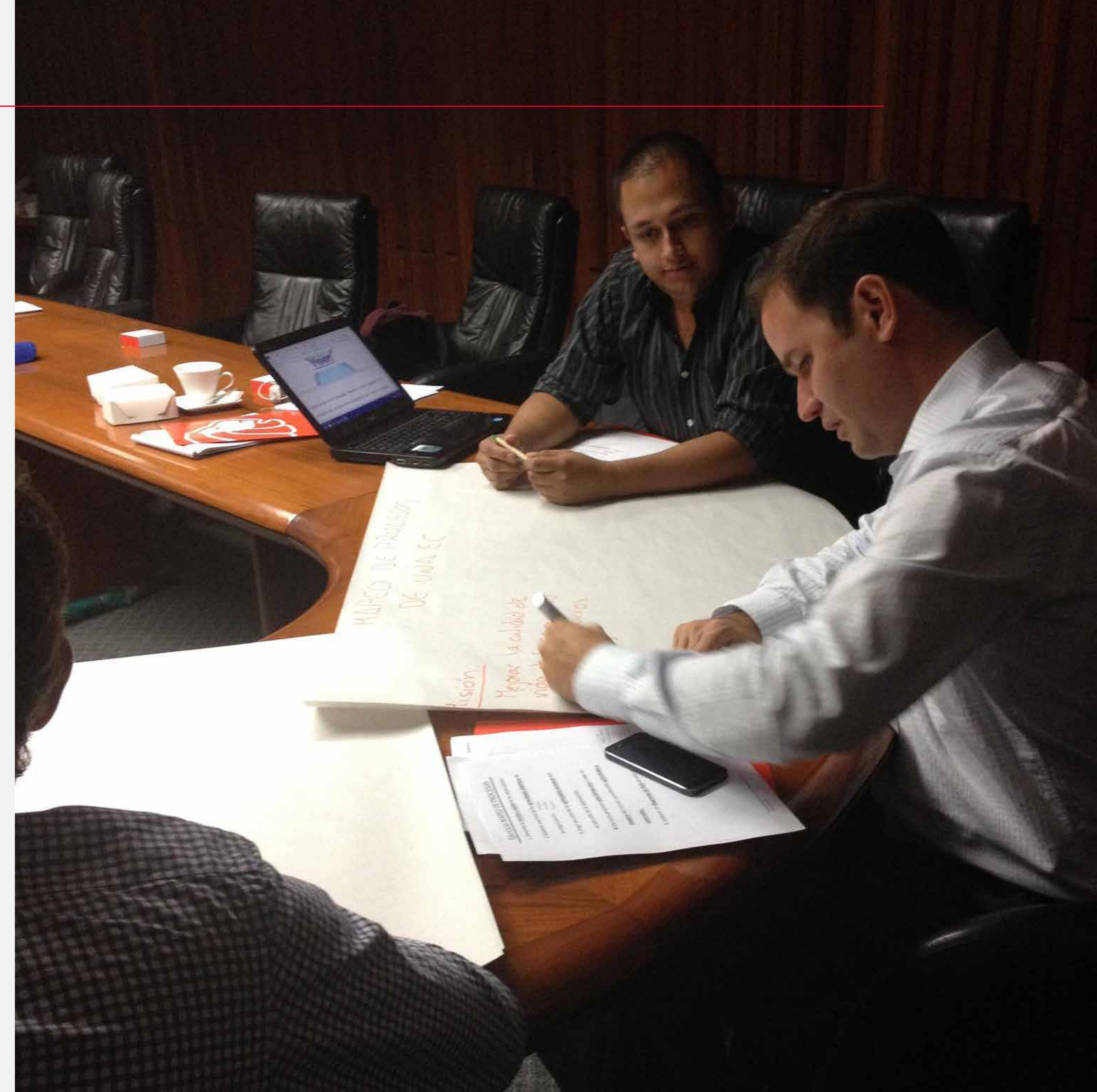
El Sistema Banca para el Desarrollo, Costa Rica

El Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) es un Programa creado por las Leyes 8634 y 9274 del Gobierno de Costa Rica, con el objetivo de contribuir a la reactivación económica del país, mediante el financiamiento de proyectos productivos alineados al modelo de desarrollo nacional. El mismo permite a los bancos estatales y privados, otorgar préstamos con tasas de interés preferencial y condiciones especiales, a las micro, pequeñas y medianas empresas – MiPyMEs–, en diversos sectores productivos.

En BAC Credomatic fuimos el primer banco privado en unírnos a este Programa, que dio inicio en junio del 2015. A diciembre del 2017, colocamos \$100 millones de USD dólares, en préstamos que beneficiaron a más de 2.600 MiPyMEs, mediante formatos novedosos que nos permiten controlar el riesgo. Encadenamientos productivos, MiPyMEs independientes, energía limpia, microcréditos a través de ONGs, son algunos de los mecanismos que utilizamos para asignar los dineros que vienen del SBD. Los sectores favorecidos en 2017 incluyen: agricultura, servicios y comercio.

Así hemos logrado acercarnos a este sector, con una propuesta crediticia novedosa, de bajo costo y fácil acceso, que les brinda capital de trabajo, les permite la inversión y el crecimiento de su negocio, coadyuvando a la vez con la generación de empleo y la dinamización de la economía nacional.

Este es un gran paso, pero el reto es aún mayor. Como miembros de una región, donde la mayoría de las empresas pertenecen a micro o pequeños empresarios, nos queda la tarea de tener más opciones de crédito, con menos restricciones, para entrar en el mercado de los microcréditos y estar más cerca de las comunidades a las que servimos.



Fortalecimiento de empresas Lideradas por mujeres

A partir del 2016, pusimos en marcha nuestro programa de fortalecimiento empresarial en las empresas lideradas por mujeres a través de distintas iniciativas, implementadas en Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica. El objetivo del mismo, es fortalecer a la mujer empresaria, desarrollar de su liderazgo empresarial apoyando sus aspiraciones de crecimiento, fortaleciendo su confianza, e integrándolas a redes que amplían sus negocios y les brindan acceso a nuevos compradores, nuevos capitales y mercados.

Apostamos a contribuir al desarrollo económico de la Región a través del fortalecimiento de las empresarias para el aumento de su productividad, es decir, para aprovechar el potencial productivo del 50% de la población.



Tu oportunidad para crecer: Nicaragua

Este programa se crea con el propósito de establecer un mecanismo que facilite otorgar créditos a mujeres empresarias con negocios innovadores y productivos, que cuentan con un producto y modelo de negocio probado, pero que debido a problemas de crecimiento no logran cumplir con todos los requerimientos para obtener financiamiento bancario. Permite, por medio de un producto financiero innovador, contribuir al desarrollo y crecimiento de pequeños negocios, brindando créditos a mediano plazo, los cuales se pagan sobre la base de los ingresos de las empresas. El programa incluye un plan de acompañamiento y capacitación con temas como Mercadeo, Ventas, Flujo de caja, Contabilidad, Estrategia y Crecimiento, entre otros impartido a través de una alianza con Agora PartnerShips. La aprobación para el ingreso al programa, se basa en las ventas de la cliente y su flujo de caja, lo cual permite un menor énfasis en la aprobación con base en la garantía. Tradicionalmente este es uno de los principales impedimentos para que las mujeres accedan al crédito formal.

Este proyecto, que se inició como prueba a finales de 2016, con el primer desembolso en marzo de este año, ha colocado ya \$258 mil USD, teniendo una tasa de morosidad del 0%. Las empresarias a las que se les ha otorgado el crédito están en diversas industrias como: Manufactura de Rosquillas, Industria textil, Industria Apícola, Cadena de distribución de Café, Guarderías, entre otras.

Mujer Acelera: Honduras, Costa Rica, El Salvador

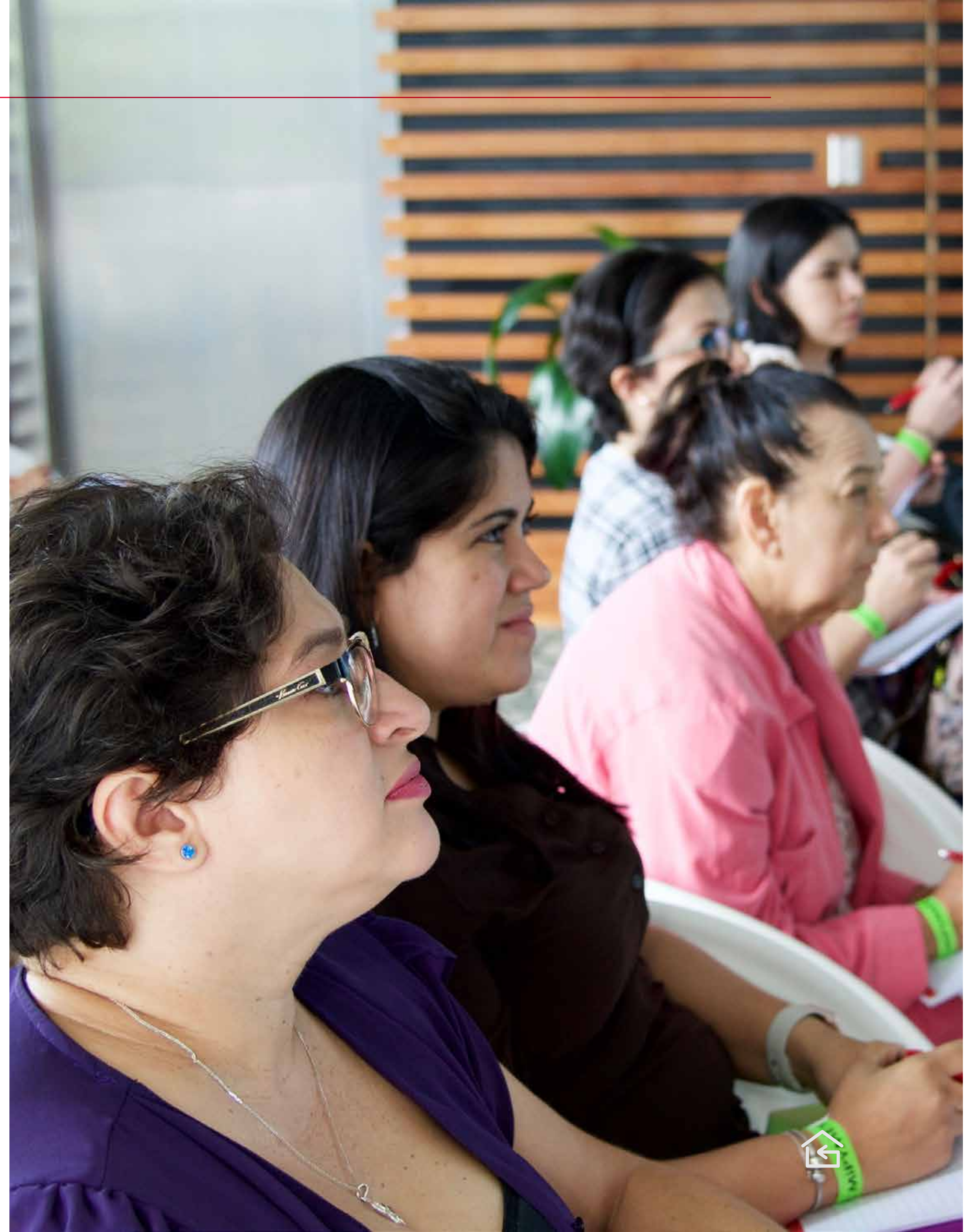
Este programa nace gracias al apoyo de fondos internacionales del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) y del FMO (Banco de Cooperación Holandesa) con el objetivo de acelerar las empresas lideradas por mujeres específicamente con el propósito de aumentar su planilla, su ingreso por ventas y su acceso al crédito.

Se ejecutó por primera vez en Costa Rica en septiembre del 2016 y se ha replicado 4 veces más en Costa Rica y 1 en Honduras, impactando 143 mujeres empresarias. El programa central, consiste en capacitación en: Estrategia y Crecimiento, Finanzas, Regulación, Mercadeo, Gestión del Talento, Liderazgo, Manejo del Estrés y Comunicación Efectiva y en sesiones de mentoría coordinadas por la organización Voces Vitales en ambos países. El elemento diferenciador de este programa ha sido el acompañamiento cercano a cada una de las participantes que facilita además el seguimiento del estatus de sus indicadores antes, durante y después del programa.

En El Salvador se ha logrado un avance mucho más masivo del proyecto, realizando 14 charlas dirigidas a Mujeres Empresarias en todo el país, alcanzando 244 participantes. El tema impartido fue "Liderazgo Femenino Gestión y Transformación Empresarial".

Como resultado de las charlas, 30 mujeres que aplicaron recibieron en total, \$1.980 millones de USD.

En el 2018 se espera involucrar a 100 mujeres más en ambos países e iniciar el programa en Guatemala y en Panamá.



4. Prosperidad

Características de las empresarias participantes en Costa Rica

45%

de las empresarias tienen 10 años o más de operar

39%

ofrece solo servicios

38%

ofrece solo productos

72%

tiene nivel universitario completo o posgrado

39%

de las empresarias tienen más de 5 empleados

Retos que las empresarias indican al iniciar el programa



Motivo de creación



42%

Experiencia o conocimientos relacionados

28,81%

Necesidad de ingreso

33,90%

Oportunidad de negocio desatendida

20,34%

Herencia

5,08%

Otros

Fortalecimiento de nuestra cadena de valor

Desde la perspectiva de la sostenibilidad y el manejo responsable de los negocios, como ya dijimos, el sector de la pequeña y mediana empresa (PyME) es el que ofrece mayor potencial para expandir de manera masiva los conceptos que promueve la Responsabilidad Social Corporativa. Esta filosofía solo alcanzará un impacto relevante en nuestra sociedad si es asumida e implementada exitosamente por los cientos de miles de PyMEs que hoy son gestoras del desarrollo en nuestros países.

Esta realidad presenta un reto importante para las grandes corporaciones. A nuestra cadena de valor se vinculan varias decenas de miles de pequeñas y medianas empresas centroamericanas, en calidad de proveedores directos de bienes y servicios, proveedores de nuestros clientes corporativos, así como comercios afiliados que reciben nuestras tarjetas de crédito.

En BAC Credomatic hemos comprendido que tenemos el deber de actuar no solo como modelo y guía para estas PyMEs, sino también como promotor de mejores prácticas de negocios. Es por ello que desde 2008 implementamos el Programa de Fortalecimiento de Proveedores y Afiliados, a través del cual, en los últimos años, hemos brindado talleres de capacitación en diversos temas a más de **1.500** empresas ligadas a nuestra cadena de valor.

Este Programa busca dotar a las PyMEs de herramientas que les ayuden efectivamente a mejorar sus modelos de negocio, promoviendo acciones basadas en la ética y la responsabilidad social.

Durante el 2017 participaron 77 empresas en los 6 talleres que se brindaron para esta población.

Es importante reconocer que el camino de implementación de esta iniciativa de capacitación, no ha estado exento de retos, tanto internos como externos.

En el ámbito interno, hemos tenido que implementar sistemas de certificación y evaluación que incluyen los aspectos de ética, transparencia y monitoreo periódico para contar con proveedores leales y comprometidos con los valores de nuestra empresa. Hemos realizado esfuerzos de sensibilización y capacitación a nuestros ejecutivos responsables de los procesos de compras, para que comprendan la importancia de apoyar a nuestros proveedores en el camino de la responsabilidad social, como una forma de prevenir una serie de riesgos asociados al tema de compras.

En el ámbito externo, la mayor dificultad ha estado en lograr que nuestros proveedores también comprendan la relevancia de dedicar tiempo a estos esfuerzos, como una forma de asegurar el crecimiento y la sostenibilidad de su propio negocio.

Así, procuramos que nuestras operaciones respeten la legislación vigente y a la vez, que nuestros proveedores: cumplan con los requerimientos legales de los países donde operamos, sean cada vez más responsables y manejen de la mejor manera sus impactos económicos, sociales y ambientales.

Nuestro código de proveedores, el manejo que estos hacen de la información de nuestros clientes, la capacitación que le damos a quienes nos proveen de bienes y servicios, son cada vez más exigentes y frecuentes. De esta forma buscamos asegurar la transparencia en nuestras actividades y el mínimo impacto, directo e indirecto, en la sociedad.

A pesar de que nuestros procesos de capacitación son cada vez más frecuentes y tocan temas diversos, uno de los retos que tenemos es el de acompañar de una manera más estrecha a nuestros proveedores para que puedan mejorar su estrategia de responsabilidad social y podamos impactar de manera conjunta la sociedad en la que operamos.

5.

Personas



¿Por qué son importantes para nosotros?

Como entidad dedicada a la intermediación financiera entre individuos y organizaciones, en BAC Credomatic estamos comprometidos con el bienestar de las personas. Creemos que el equilibrio de nuestro negocio y nuestra sostenibilidad de largo plazo dependen, en gran medida, de la salud financiera que alcancen las familias en las sociedades donde operamos.

Existimos a partir del dinero y activos que las personas y organizaciones tramitan, haciendo uso de la plataforma de productos y servicios que ponemos a su disposición. En la medida en que aumente su acceso a esos activos económicos, será posible mantener el ritmo de crecimiento que hemos alcanzado y la sostenibilidad futura de nuestra empresa.

Es por eso, que procuramos gestionar nuestro negocio de una forma responsable, aplicando este enfoque en nuestro ejercicio comercial, para llevar bienestar a las personas:

- **Apoyamos** la mejora en la calidad de vida de las familias, a través de nuestra plataforma de medios de pago, que facilita el acceso a bienes de consumo.
- **Promovemos** el desarrollo y crecimiento de iniciativas económicas, tanto de las personas como de las empresas y organizaciones.
- **Aportamos** a la construcción del patrimonio de las familias y a su bienestar, facilitándoles la adquisición de vivienda, vehículo y otros bienes duraderos.
- **Facilitamos** la creación de empleo directo a través de nuestras operaciones, y mediante el fortalecimiento de las empresas pequeñas, medianas y grandes.
- **Coadyuvamos** a la protección social de las personas y familias, con productos como: ahorro de corto, mediano y largo plazo; seguros de accidentes, salud, vida y patrimonio; fondos de pensiones, y otros instrumentos para la prevención responsable de los riesgos comunes que estas enfrentan.



Programa Regional de Educación Financiera

Además de los impactos sociales y económicos positivos, producto de nuestra gestión comercial, contamos con iniciativas específicas para eliminar o minimizar nuestros impactos negativos más relevantes, que también se derivan de nuestro quehacer como intermediarios financieros.

Uno de los principales impactos negativos, tiene que ver con el eventual uso inadecuado que nuestros clientes y usuarios hagan de los productos y servicios que les ofrecemos, lo que podría conducirles a inestabilidad financiera, sobre-endeudamiento u otros efectos perjudiciales para su calidad de vida y la de sus familias.

Reconocemos nuestra responsabilidad en cuanto a brindarle a nuestros clientes, la información necesaria y suficiente, para que hagan el mejor uso posible de los productos y servicios financieros que les brindamos. Por eso establecimos nuestro Programa de Educación Financiera, que opera desde 2007.

Por más de una década hemos hecho esfuerzos para llegar a cada vez más personas, familias, centros educativos, empresas y organizaciones no gubernamentales, con un Programa de Educación Financiera que facilita el aprendizaje a todo nivel y para todos los públicos.

Desarrollamos iniciativas presenciales y virtuales, clasificadas según el público de interés al cual están dirigidas:

- **Adultos:** clientes persona, empleados de clientes empresariales, docentes, colaboradores de BAC Credomatic, servidores y beneficiarios de organizaciones no gubernamentales, así como vecinos de las comunidades donde tenemos presencia física de oficinas y agencias.

- **PyME:** empresas pequeñas y medianas, clientes, proveedoras y comercios afiliados de BAC Credomatic, con una nómina menor a 100 empleados. Formación Técnica, entre otros.

- **Estudiantes:** niños y jóvenes que cursan la escuela primaria o secundaria; en centros educativos públicos o privados; jóvenes universitarios y/o alumnos de Institutos para- universitarios o de Formación Técnica, entre otros.

Cobertura alcanzada en educación financiera presencial 2017

2017	Guatemala	Honduras	El Salvador	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	Total
Nº de estudiantes ¹	13.385	8.808	0	1.739	10.198	3.190	37.320
Nº de adultos ²	9.356	10.537	23.612	10.286	13.296	7.801	74.888

¹ Niños y jóvenes / ² Clientes, empleados de clientes y/o comunidad

En 2017 logramos llegar a más de 112 mil personas con cursos presenciales de capacitación, lo cual representa un 36% más que en el 2016, logrando alcanzar más de 700 mil personas en los 10 años de ejercicio de nuestro Programa de Educación Financiera.

Como complemento a los esfuerzos presenciales, en octubre 2017 lanzamos un nuevo portal educativo: www.aprendiendo.baccredomatic.com, una plataforma que reúne en un solo sitio, las herramientas educativas virtuales que habíamos desarrollado en años anteriores. Este sitio incluye el contenido de las páginas Faro Empresarial, Ahorrando para tu futuro y 123 Cuenta. Está a disposición del público para ayudar a las todas las personas a mejorar sus hábitos financieros y prácticas empresariales.

Alianzas con Entidades Rectoras de Educación Pública

Desde 2007 en BAC Credomatic pusimos en marcha un modelo de **alianza-público-privada** con entidades gubernamentales responsables de dirigir la política pública en materia de educación, en los países donde operamos. Este modelo permite promover de forma efectiva la comprensión de los temas financieros, a temprana edad, y facilita el logro de amplia cobertura, entre adolescentes y niños que pronto serán actores económicos en sus países, contando con mejores herramientas que sus padres para administrar su dinero y activos.



Para conocer más sobre estos programas, puede consultar nuestros Reportes de Sostenibilidad

Algunos hechos relevantes en 2017 se detallan seguidamente:

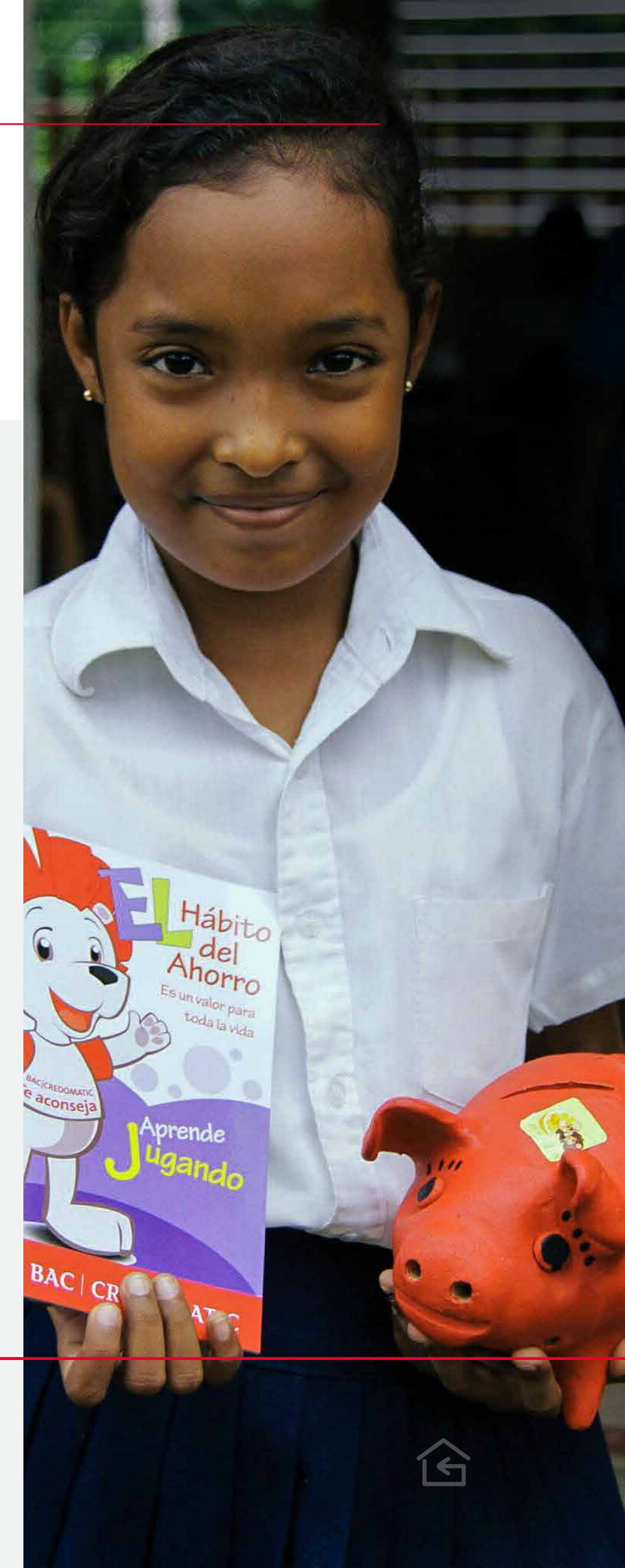
- **Costa Rica:** llevamos a cabo un curso de educación financiera en la modalidad Liceos Rurales, en conjunto con el Ministerio de Educación Pública.

- **Honduras:** hemos logrado la consolidación de la alianza público privada con la Secretaría de Educación Pública.

Guatemala: trabajamos en conjunto con las autoridades educativas de este país, en la incorporación de contenidos de educación financiera en el Currículo Nacional Base de Nivel Medio Ciclo de Educación Básica, en todas las modalidades educativas autorizadas por el Ministerio de Educación.

La implementación de esta reforma se hará en forma progresiva de la siguiente manera:

2018	2019	2020
1ero grado básico	2do grado básico	3er grado básico



Tarjetas de marca compartida con ONG

Siempre en el marco de la Dimensión de Personas de nuestra Estrategia de Sostenibilidad, desde hace varios años venimos incursionado en el Programa de Tarjetas de Marca Compartida, cuyo objetivo es potenciar las iniciativas de beneficio social o ambiental que desarrollan algunas organizaciones no gubernamentales – ONG– aliadas, a través del uso de tarjetas de crédito que emitimos conjuntamente y promocionamos entre nuestros clientes.

Así como el Programa de Educación Financiera pretende minimizar el impacto negativo que puede derivarse de nuestra actividad comercial, este Programa, por el contrario, nos permite potenciar el impacto positivo derivado de uno de los productos donde tenemos mayor participación de mercado, y por ende, mayores posibilidades de cobertura y alcance.

A medida que crecen las iniciativas de responsabilidad social, aumenta para las ONG, el reto de obtener donaciones de la empresa privada. Por otra parte, en los países de nuestra Región, los gobiernos tienen recursos cada vez más limitados para apoyar a este tipo de organizaciones y la tramitología que conlleva el acceso a esos recursos, aumenta su dificultad para obtenerlos. Por ende, estas se ven en la necesidad de encontrar formas novedosas, diferentes e innovadoras, para fondear su operación y más aún, para lograr su sostenibilidad en el mediano plazo.

A través del Programa de Tarjetas de Marca Compartida, ponemos nuestra estructura operativa al servicio de cada ONG aliada, y le hacemos una donación equivalente a porcentaje previamente establecido, del consumo que realicen nuestros clientes con la tarjeta emitida por ambas marcas. Estos, no hacen aporte económico alguno; su colaboración consiste en utilizar el medio de pago para su consumo personal o empresarial, lo cual, además, no les limita el acceso al programa de lealtad que corresponda a cada marca: Visa, Mastercard o American Express.

El beneficio está vigente durante la vida de la tarjeta, que además se mantiene activa gracias al interés de los usuarios por apoyar a la ONG de su preferencia.

Este programa es un excelente ejemplo de una iniciativa de sostenibilidad Ganar-Ganar, en la que gana la organización beneficiaria al recibir una donación por el consumo que nuestros clientes realizan utilizando la tarjeta de su marca; ganan nuestros clientes, pues sin costo alguno para ellos, favorecen causas sociales de su preferencia; gana nuestra empresa, al aumentar el consumo con este medio de pago; y lo más importante, ganan los beneficiarios de la ONG socia, con más acceso a los servicios mejorados que esta les brinda.

Monto de donaciones tramitadas con tarjetas de marca compartida

	Tarjeta UNITEC, Honduras	Tarjeta Honduras Todo Astá Aquí	Tarjeta UFG, El Salvador	Tarjeta APROQUEM, Nicaragua	Total Tarjetas 5.920	Total Donado \$301.788
Donación	\$35.106	\$32.561	\$10.000	\$224.031		
Cuentas activas	4.450	3.571	5.301	3.986		

Programa Yo me uno

Con el fin de ampliar nuestro impacto en la sociedad y beneficiar a sectores de la población que están fuera del alcance de nuestra empresa, desde octubre 2014, en Costa Rica, pusimos en marcha el programa Yo me uno, mecanismo que promueve el fortalecimiento de Organizaciones no Gubernamentales sin fines de lucro –ONG–, y facilita su conexión con empresas privadas y ciudadanos, como potenciales donantes y partícipes de las iniciativas que impulsan.

La lógica que sustenta esta iniciativa se basa en lo siguiente:

- Como personas, la mayoría tenemos inquietudes sociales o ambientales y quisiéramos contribuir a la mejora de nuestra comunidad.
- Pero con frecuencia no sabemos cómo hacerlo o no conocemos organizaciones a través de las cuales pudiéramos canalizar esas inquietudes.
- En paralelo, varios miles de ONG en nuestros países, están trabajando día a día para aportar al desarrollo y mejorar la calidad de vida de las personas, pero realizan su labor con escasos recursos, limitada asistencia técnica y débil apoyo de la ciudadanía.

Yo me uno es la alternativa para disminuir esa brecha, permitiendo a los ciudadanos conocer el trabajo de las ONG y escoger causas de su preferencia, para donar dinero, trabajo voluntario o bienes en especie. A la vez, ofrece un portal en línea para que estas organizaciones puedan dar a conocer su trabajo, facilitando y promoviendo ese apoyo de la ciudadanía. Así, se convierte en una plataforma que coadyuva al fortalecimiento del sector no gubernamental, y canaliza recursos privados hacia los grupos menos favorecidos de la sociedad, con un mecanismo innovador, de bajo costo y alta efectividad, que garantiza su sostenibilidad e impacto en el largo plazo.

Como parte de los beneficios que ofrece Yo me uno, eliminamos el cobro de comisiones para estas organizaciones de modo que las donaciones recibidas a través de nuestra plataforma de servicios, y medios de pagos, van en un 100% a la causa que apoya el donante.

Durante el 2017 lanzamos Yo me uno en todos los países de la Región y realizamos la primera campaña regional de recaudación de fondos, en alianza UNICEF. \$1 millón en campañas de recaudación.



\$1.7M

Dinero Recaudado



15

Campañas Exitosas



74

ONG Inscritas



4.032

Cantidad de Donantes

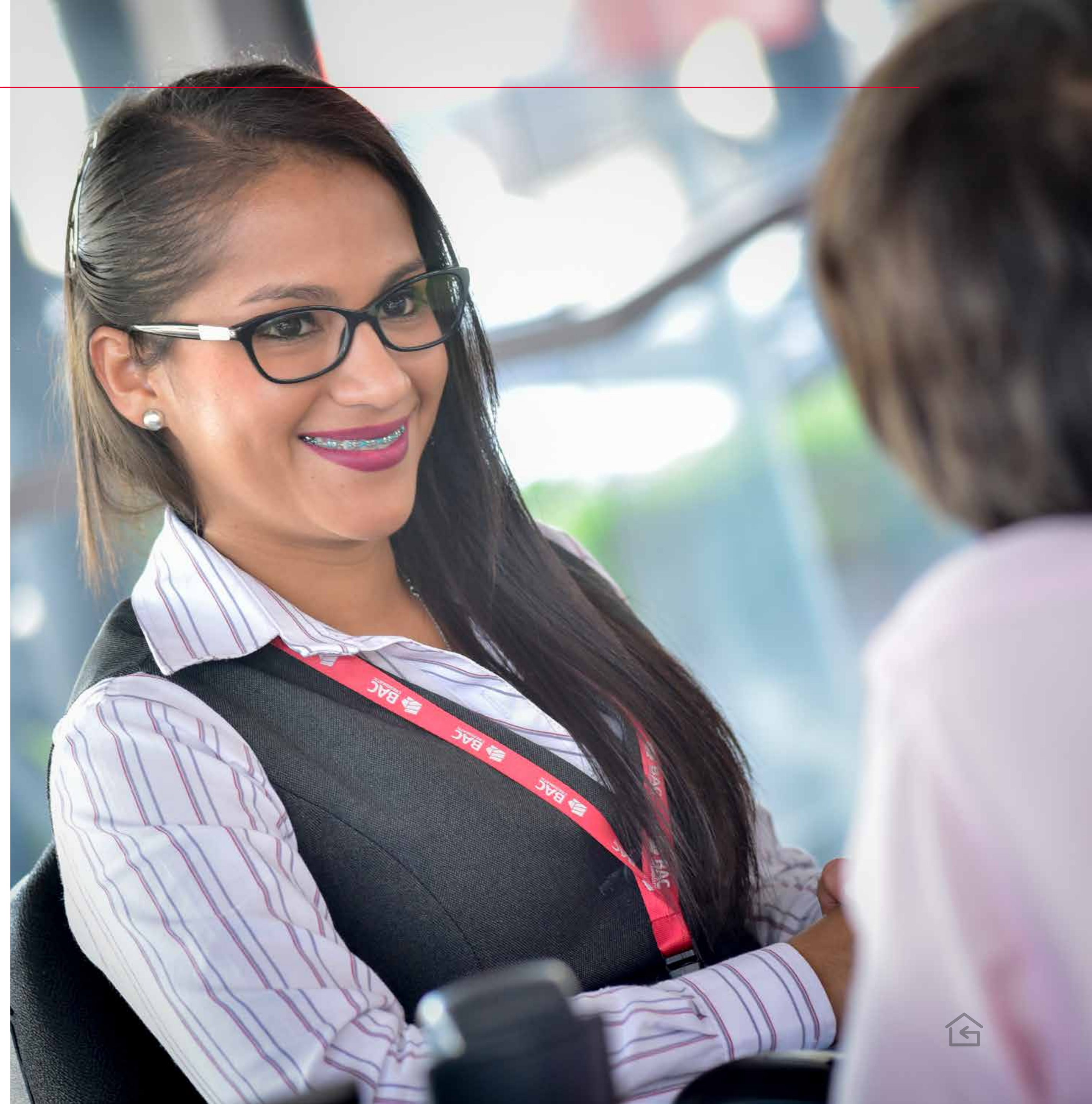
Público Interno

En BAC Credomatic estamos convencidos que el desarrollo de nuestros colaboradores es la clave para sostener el éxito que hemos alcanzado en nuestros negocios, y para seguir creciendo. Son nuestros colaboradores quienes hacen posible que los productos y servicios que ofrecemos lleguen cada día a más personas, y quienes permiten alcanzar los objetivos y metas que año a año marcan la ruta de nuestro compromiso con la mejora continua.

Por eso ponemos especial cuidado en el proceso de selección del personal y nos esforzamos por mantener un clima organizacional armonioso y agradable, que favorece el alcance de los objetivos empresariales, mientras facilita el logro de las metas profesionales y personales de cada una de las personas que trabaja para BAC Credomatic.

Nuestro público interno es vital, tanto para el diseño como para la ejecución de nuestra estrategia de Responsabilidad Social, pues el impacto positivo que buscamos para la sociedad, empieza por vincular a quienes construyen la empresa día con día.

La mejora en calidad de vida de nuestra gente, es la forma más directa que tenemos para aportar al desarrollo social de nuestros países. A través de las casi 22 mil personas contratadas por BAC Credomatic en la Región, nuestra empresa distribuye una parte importante de la riqueza económica que genera, pero, además contribuye para que miles de personas y familias tengan acceso a una vida digna.



5. Personas

	CRC	NIC	SLV	PAN	HON	GUA	REG
Pólizas de Salud	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Seguro de Hospitalización	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Bonificación por desempeño	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Asociación Solidarista	✓				✓		✓
Premios por reconocimiento de antigüedad (cada 5 años)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Becas o Reembolso de Estudios Superiores	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Consultorio Médico/Enfermería dentro del Banco	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Actividades deportivas (equipos, ligas)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Actividades internas de salud y vida (Ferias de salud, capacitaciones para la prevención de enfermedades, vacunación)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Salas de lactancia en principales edificios	✓		✓	✓	✓		✓
Prestamos y financiamientos especiales para colaboradores	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Días para recién casados adicionales a lo estipulado por ley	✓			✓	✓		✓

	CRC	NIC	SLV	PAN	HON	GUA	REG
Días por nacimiento de Hijo adicionales a lo estipulado por ley	✓			✓	✓		✓
Premio a la Excelencia a hijos de colaboradores	✓				✓		✓
Convenios con comercios/ descuentos por ser colaborador de la Organización	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Licencia post-maternidad (reIncorporación paulatina al trabajo con combinación de teletrabajo)							✓
Teletrabajo (1 ó 2 días por semana)	✓			✓	✓		✓
Incremento de vacaciones por antigüedad	✓			✓	✓		✓
Flexibilización de Horario	✓			✓	✓	✓	✓
Plataforma social de salud y bienestar, asesoría nutricional, pausas activas (ejercicios en oficina) y diferentes dinámicas que promueven programas de calidad vida-trabajo	✓			✓	✓		✓
Red de cuidado para niños y niñas, en caso de emergencia (Proveedor externo)				✓	✓		

	CRC	NIC	SLV	PAN	HON	GUA	REG
Programa de Reconocimiento no monetario (Puntos SOMOS y sorteo)					✓		
Transporte y Alimentación (para colaboradores con horarios extendidos)			✓	✓	✓		✓
Programas de mejora de condición física (Gimnasio, clases de ejercicios, pérdida de peso, reducción de tallas, aumento masa corporal, fisioterapia)	✓			✓	✓		✓
Programa de Bienestar al colaborador de manera integral, asesoría financiera, legal, y psicológica.	✓						✓
1/2 Día libre por cumpleaños				✓		✓	✓
Comedor para colaboradores	✓		✓				
Transacciones ACH gratis para los empleados que utilizan la Banca en Línea.			✓				
Financiamientos por planilla: Emergencias médicas, compra de útiles escolares, tratamientos dentales y servicios oftalmológicos					✓		
Plan colectivo de pensiones: Aporte patronal y personal a pensión voluntaria.	✓						

Beneficios

Más allá del respeto por la legislación laboral vigente, ofrecemos una serie de beneficios que están por encima de esas leyes. Los salarios y compensaciones que ofrecemos, independientemente del sexo del colaborador, se encuentran por encima de los mínimos estipulados por la legislación de cada país donde operamos.

Nuestra política de compensación se apoya en el nivel de responsabilidad del puesto y la evolución profesional de cada persona. A igualdad de funciones, responsabilidades, evolución profesional y cumplimiento de objetivos, la relación salarial entre hombres y mujeres es equivalente.

En todos los países, contamos con planes de jubilación para colaboradores y favorecemos la contratación local, ya que tratamos de que nuestros altos directivos sean ciudadanos de los países donde operamos y nuestras sucursales prefieren colaboradores que habiten en sus zonas de influencia.

En lo que se refiere a organizaciones gremiales, no contamos con sindicatos. En Costa Rica, contamos con una Asociación Solidarista que durante 2017 alcanzó 4773 asociados, un 66% de la planilla.

Velamos por la seguridad y la salud ocupacional en todas nuestras instalaciones, por eso cada país cuenta con comités que velan por este tema. En promedio, un 69% de los colaboradores está representando en alguno de los comités y los mismos velan por aspectos de seguridad, salud y coordinan los procesos de atención ante emergencias. Durante el 2017 tuvimos cero víctimas mortales por temas laborales.

Beneficios Especiales

Así como procuramos que las personas en nuestra organización estén cubiertas por todos los extremos de la ley, también contamos con beneficios especiales que van más allá. Un ejemplo es el Programa SOMOS que busca el fortalecimiento de la cultura organizacional y la mejora constante en el clima organizacional.

Formamos de forma permanente a nuestros colaboradores, mediante programas de desarrollo personal, acceso a tecnología de punta, y una amplia gama de diferentes alternativas educativas que fortalecen sus capacidades y mejoran su desempeño laboral.

En el 2017 se impartieron más 565 mil horas de capacitación presencial y 566.344 horas de formación virtual, para un total de 1,131,344 (suma de lo virtual más lo presencial).

Las horas de capacitación virtuales representan el 50.02% del total de horas, las horas de capacitación presencial representan el 49.98% del total de horas. El promedio per cápita de horas de capacitación anual es 53.31.



Posibilidades BAC

Uno de los hechos más relevantes en 2017, fue el lanzamiento en Costa Rica del Programa Posibilidades BAC, una iniciativa empresarial para el mejoramiento de la calidad de vida de nuestros colaboradores; cuyo objetivo consiste en atender a colaboradores y sus familias, que activan 4 o más indicadores en el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) y/o, se encuentran en grave situación de endeudamiento, y/o cuentan dentro de su núcleo familiar con una persona con discapacidad.

El propósito de Posibilidades BAC, es mejorar las condiciones de vida de nuestros colaboradores y sus familias, de manera tal que, en 3 años –de las familias identificadas al inicio– el 50% hayan salido de la calificación de Pobreza Multidimensional.

Al cierre del 2017, se atendieron 143 familias, beneficiadas con un plan para mejorar su situación, mediante: readecuación de deudas, planes de vivienda y ayuda a personas con discapacidad o de la tercera edad, así como una bolsa de empleo para familiares de colaboradores, son parte de las novedades para el 2018.

Nos entusiasma el lanzamiento de Posibilidades BAC, entre el 2018 y el 2019 al resto de los países de la Región.



5. Personas

Inclusión de personas con discapacidad

Durante el 2017 continuamos con nuestro Programa de Inclusión Laboral de personas con discapacidad. El año concluyó con 318 colaboradores contratados, nueve menos que el año pasado. Estamos conscientes que debemos esforzarnos por alcanzar la meta del 3% de nuestra planilla regional de personas con discapacidad, al 2021.

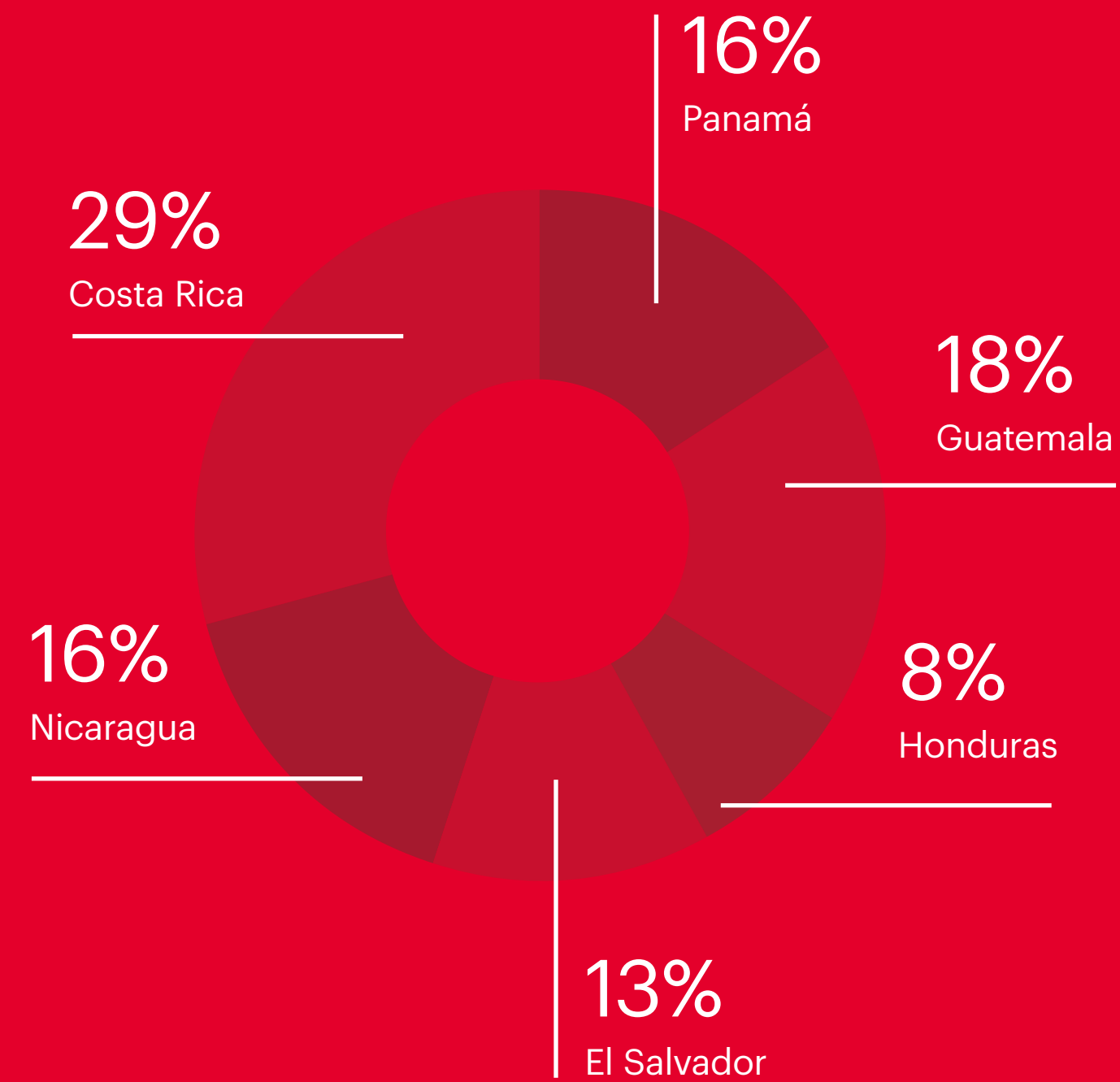


Voluntariado

Hacer del voluntariado, parte integral de nuestra relación con las comunidades se ha convertido en algo vital para nuestra empresa. Por eso dedicamos muchas horas a apoyar iniciativas diversas, mediante las cuales, nuestros colaboradores aplican sus conocimientos para colaborar con el fortalecimiento de personas y organizaciones, que a su vez contribuyen a mejorar las sociedades donde operamos.

En el 2017, participaron 8.975 voluntarios, un 39% de nuestros colaboradores, quienes dedicaron 40.703 horas de trabajo voluntario en apoyo a programas sociales, ambientales y educativos.

Voluntarios por país



Voluntariado 2017

	Guatemala	Honduras	El Salvador	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	Regional
Voluntarios	1599	725	1141	1426	2625	1459	8,975
Horas de Voluntariado	5813.5	5530.5	3475	3106.5	16992.83	5785	40,703



6.

Planeta



Nuestra apuesta por el ambiente

En BAC Credomatic el tema ambiental está integrado a nuestra estrategia comercial y lo consideramos un eje fundamental de nuestra sostenibilidad futura.

Aún cuando la industria financiera tiene una huella ecológica relativamente baja, los impactos que el deterioro ambiental están provocando en la economía y en la sociedad, sin duda empiezan a tener repercusiones importantes en nuestro negocio.

Aquellas transacciones comerciales que no tomen en cuenta los impactos ambientales que puedan provocar, acortan el tiempo de vida de muchos de los recursos básicos que ponen en riesgo el futuro de las personas y, por ende, de nuestro negocio.

El mayor aporte que hacemos para contribuir a la preservación del ambiente, tiene que ver con la vigilancia sobre el uso que nuestros clientes hacen del dinero que les facilitamos a través del crédito. La construcción de obras de infraestructura que van desde una vivienda pequeña hasta un gran hotel, pueden causar daños significativos al medio ambiente y a la sociedad. Contamos con procedimientos que nos permiten prevenir ese eventual impacto, desde el momento inicial de análisis del proyecto, mediante restricciones crediticias, que toman en cuenta los aspectos ambientales y sociales. Este proceso nos permite motivar a otros para que se sumen al cambio, pero a la vez, nos brinda acceso a nuevos nichos de mercado.



Beneficios y retos en materia ambiental

Líneas de crédito especiales y programas relacionados a temas ambientales, son parte de las áreas en las que, cada vez más, nos involucramos y generamos valor para nuestras partes interesadas. Si bien el avance de nuestra estrategia de promoción ambiental varía de una operación a otra, la experiencia ha sido muy gratificante en cuanto a la generación de beneficios como los siguientes:



- **Racionalización de recursos y disminución de gastos:** en Costa Rica, desde hace 5 años contamos un proceso de certificación de nuestros edificios y sucursales bajo el estándar mundial de la **Norma ISO 14.001-2004**. A diciembre de 2017, 26 edificios han sido certificados bajo esta Norma. El trabajo realizado para convertirnos en el primer banco Carbono Neutral en América, es otro ejemplo de las buenas prácticas que hemos aplicado para la racionalización de recursos y el control del impacto ambiental directo que provocan nuestras operaciones. En esta misma línea, en Panamá, logramos certificar 3 nuevos edificios en este año, dos más que en el 2016.

- **Reconocimiento del público interno:** nuestros colaboradores aprecian los esfuerzos que la empresa desarrolla en temas ambientales. Por ello, frecuentemente participan en actividades de voluntariado, como siembra de árboles, limpieza en playas o recolección de residuos.

- **Nuevas oportunidades de mercado:** existe un mercado cada vez mayor para los productos y servicios financieros que incorporen los aspectos ambientales en su concepción y diseño. Aún de forma incipiente, hemos iniciado la promoción de alianzas con algunos organismos internacionales y bancos multilaterales interesados en la gestación de nuevos productos y servicios con enfoque ambiental. Vemos esto, como nuevas oportunidades de mercado y como una forma más de aportar desde nuestras fortalezas y conocimientos, a la preservación de nuestros recursos naturales y al impulso de actividades para combatir los efectos del cambio climático .

De forma paralela a los beneficios citados, también enfrentamos algunos retos. Uno de los más relevantes tiene que ver con la congruencia que debemos mostrar en la aplicación de nuestras políticas internas de gestión ambiental, respecto de los esfuerzos de promoción que realizamos hacia clientes, proveedores, afiliados y público en general. Por esa razón, trabajamos constantemente para avanzar en ambas direcciones, tomando medidas para minimizar el impacto ambiental que generamos, a la vez que promovemos mejores prácticas ambientales entre nuestras principales partes interesadas.

Nuestras líneas de trabajo

Procuramos que, en todos los países de la Región, la implementación de iniciativas ambientales sea una realidad; y tenemos claros los retos que cada operación local debe superar, para alcanzar las metas que nos hemos planteado en esta materia.

Trabajamos paulatinamente, en sistemas o políticas que nos permitan estandarizar buenas prácticas, en 3 líneas centrales de acción:

- Sistema de Gestión Ambiental Interno (SGA), mediante el cual normamos nuestras operaciones y aplicamos, gradualmente, mejoras operativas para desarrollar nuestras actividades comerciales de forma más responsable con el ambiente.

- Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (SARAS), con el cual incluimos criterios de sostenibilidad en el estudio que realizamos para el otorgamiento de créditos.

- Promoción de buenas prácticas, entre nuestros clientes, colaboradores, proveedores y otras contrapartes, a través de consejos para la disminución de los impactos ambientales en sus hogares, oficinas y comunidades.



Principales logros y retos 2017

En Costa Rica, en 2017, alcanzamos la Re-certificación como empresa Carbono Neutral y logramos reducir nuestra huella en 1.271 toneladas con respecto al año base.

En Panamá son 5 los edificios certificados bajo la Norma ISO 14.001. De acuerdo con nuestros compromisos al 2021, los 4 países restantes deberán contar con al menos un edificio certificado para esa fecha.

En lo referente a disposición de desechos, reciclamos un total de 185.65 toneladas y de esta manera evitamos que fueran a rellenos sanitarios.

Durante 2017, capacitamos a 10.334 colaboradores en diversos temas ambientales. Estamos convencidos que, a través de un cambio de cultura, impactaremos no solo a nuestro público interno, sino también a sus familias y comunidades.

Nuestra compensación de huella de carbono, en Costa Rica alcanzó una inversión de \$8 mil USD al Fondo Nacional de Financiamiento Forestal (FONAFIFO), para recuperación de nuestros bosques en el territorio nacional.

En el 2017 empezamos también a generar un reporte uniforme de los esfuerzos ambientales en varias áreas y temas. En nuestro próximo reporte anual, realizaremos comparaciones y verificaremos las reducciones en todos los aspectos que hemos declarado como relevantes y de impacto para nuestras partes interesadas.

Cada vez estamos más cerca de contar con un sistema de gestión ambiental a nivel regional, que nos permita evidenciar nuestra disminución de impactos ambientales.



Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales

El Sistema de Análisis de Riesgo Ambiental y Social (SARAS), tiene como propósito identificar, evaluar y administrar oportunamente los riesgos ambientales y sociales que se puedan generar de las actividades y proyectos que financiamos, lo cual implica la adición de criterios e indicadores de sostenibilidad en el análisis de riesgo crediticio.

La política aplica para todas las solicitudes de crédito por montos superiores a \$1 millón de USD, independientemente del país donde se solicite, el tipo de crédito de que se trate y la actividad donde se invertirán los fondos. Durante el 2017 evaluamos un total de 780 grupos empresariales, previniendo de esta forma que los fondos colocados no hagan daño al ambiente o a la sociedad. El monto total evaluado con criterios SARAS ascendió a un total de \$5,2 mil millones de USD.

Uno de los principales retos que enfrentamos para la aplicación del SARAS en el total de nuestra cartera, son las barreras culturales de escala local y las diferencias de exigencias y capacidad de supervisión pública que se presentan de un país a otro. También aspiramos a lograr su aplicación en el 100% de los créditos que otorgamos, pues hasta el 2017 se ha aplicado, únicamente a los de más 1 millón de dólares.



Promoción de buenas prácticas ambientales

En BAC Credomatic hemos asumido el compromiso de compartir buenas prácticas internas ya descritas, así como la promoción de éstas entre nuestras partes interesadas, aprovechando nuestra plataforma tecnológica.

En 2017 el sitio web infantil www.ahorrandoparatufuturo.com, para la divulgación de consejos que motivan a niños y niñas, a cuidar el medio ambiente y hacer buen uso de su dinero llegamos a un total de 169 nuevas escuelas en el 2017, para un total de 50.287 niños beneficiados. A partir de 2018 la nueva plataforma digital, www.aprendiendo.baccredomatic.com concentra todos nuestros esfuerzos de capacitación en consumo responsable, medio ambiente y educación financiera y empresarial.



Además de estas prácticas algunos países de la región han desarrollado actividades puntuales que detallamos en el siguiente cuadro:

Nicaragua

Protección de vida silvestre, flora y fauna. Impacto de la actividad comercial en la naturaleza

Guatemala

Video de concientización ambiental en Docebo - reciclaje de papel en edificios de BAC Credomatic

El Salvador

Programa de Eficiencia energética. Este programa se trabajó en edificios centrales con las siguientes acciones:

1. Instalación de paneles solares que proyectan un ahorro del 30% del consumo de energía actual.
2. Cambio de luminarias
3. Cambio de aireas acondicionados.

Programa de sensibilización del cuidado de la tortuga Marina. Este programa BAC Credomatic lo trabaja junto con SalvaNATURA creando conciencia sobre el papel fundamental que juega la tortuga para el ecosistema marino y su relación con la vida terrestre.

Honduras

Reducción de Energía eléctrica en estacionamiento de Edificio Principal y Continuación producción de energía solar en Edificio Molinon.

7.

Nuestros compromisos futuros



Metas quinquenales

A partir del alineamiento a estos ejes, y a los ODS definimos seis metas regionales que esperamos alcanzar al finalizar este ciclo estratégico:



1.500.000

Personas capacitadas en Educación Financiera



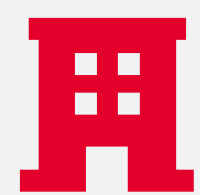
3%

Porcentaje de la planilla compuesto por colaboradores con alguna discapacidad



100.000

Empresas Forlacecidas



300

ONGs que participan en programa Yo me uno



1.000

Empresas lideradas por mujeres reciben acompañamiento y capacitación



6

Países con un edificio certificado con ISO12001

