
REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2014



TABLA DE CONTENIDOS

I. ACERCA DE ESTE REPORTE	4
II. QUIÉNES SOMOS	5
UNA ENTIDAD LÍDER EN INTERMEDIACIÓN FINANCIERA EN AMÉRICA CENTRAL	7
PRODUCTOS Y SERVICIOS	7
DATOS BÁSICOS DEL GRUPO FINANCIERO	8
VISIÓN, MISIÓN Y VALORES	10
III. ENFOQUE ESTRATÉGICO DE LA RSC	11
ASÍ ENTENDEMOS LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	12
RELACIONAMIENTO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS	12
DEFINICIÓN DE NUESTRA ESTRATEGIA DE RSC: DEBIDA DILIGENCIA Y MATERIALIDAD	15
EJES ESTRATÉGICOS DE NUESTRA SOSTENIBILIDAD	19
VALIDACIÓN DE NUESTRO SISTEMA DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL 2014	21
1. APORTE AL DESARROLLO DE LOS PAÍSES DONDE OPERAMOS	24
1.1 ¿POR QUÉ LA GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO ES UNO DE NUESTROS EJES DE SOSTENIBILIDAD?	26
1.2 LA DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO EN BAC CREDOMATIC	27
1.2.1 DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO ENTRE NUESTROS COLABORADORES	29
1.2.1 DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO ENTRE NUESTROS PROVEEDORES	29
1.2.2 DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO A LAS SOCIEDADES DONDE OPERAMOS	30
1.2.3 DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO A NUESTROS ACCIONISTAS	31
1.3 VALOR ECONÓMICO RETENIDO	31
2. DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO	33
2.1 ¿POR QUÉ ES EL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO UN EJE FUNDAMENTAL PARA NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD?	35

2.2 INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	36
2.2.1 BENEFICIOS DEL PROGRAMA PARA LA SOCIEDAD	37
2.2.2 BENEFICIOS DEL PROGRAMA PARA EL NEGOCIO	37
2.3 PROGRAMA REGIONAL DE VOLUNTARIADO	38
2.3.1 RESULTADOS 2014	38
3. INCLUSIÓN FINANCIERA	43
3.1 ¿POR QUÉ ES LA INCLUSIÓN FINANCIERA UN EJE FUNDAMENTAL DE NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD?	45
3.2 INCLUSIÓN FINANCIERA EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE	46
3.3 INCLUSIÓN FINANCIERA COMO MOTOR DEL DESARROLLO	48
3.4 MEDIOS DE PAGO: NUESTRO PRINCIPAL VEHÍCULO DE INCLUSIÓN FINANCIERA	48
3.4.1 TARJETAS DE CRÉDITO	49
3.4.2 TARJETAS DE DÉBITO	50
3.4.3 COMERCIOS AFILIADOS	52
3.5 LA OFERTA DE SERVICIOS COMO MEDIO DE INCLUSIÓN FINANCIERA PARA LAS PyME EN AMÉRICA CENTAL	53
3.5.1 LAS PyME COMO CATALIZADOR DEL DESARROLLO ECONÓMICO SOLIDARIO	53
3.5.2 REPRESENTATIVIDAD DE LAS PyME EN AMÉRICA CENTRAL	53
3.5.3 EL MODELO DE INCLUSIÓN FINANCIERA PARA LAS PyME	54
4. EDUCACIÓN & SALUD FINANCIERA	60
4.1 ¿POR QUÉ ES LA EDUCACIÓN & SALUD FINANCIERA UN EJE FUNDAMENTAL DE NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD?	62
4.2 PROGRAMA REGIONAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA	63
4.2.1 EDUCACIÓN FINANCIERA PARA ADULTOS : AVANCES 2014	64
4.2.2 EDUCACIÓN FINANCIERA PARA PyME : AVANCES 2014	65
4.2.3 ALIANZAS PARA LA EDUCACIÓN FINANCIERA DE LOS JÓVENES	67
5. PROMOCIÓN AMBIENTAL	70
5.1 ¿POR QUÉ ES EL TEMA AMBIENTAL UN EJE FUNDAMENTAL PARA NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD?	72

5.2 SISTEMA DE ANÁLISIS DE RIESGO AMBIENTAL Y SOCIAL	74
5.2.1 INCLUSIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD EN EL ANÁLISIS DE RIESGO CREDITICIO	74
5.2.2 AVANCES 2014	74
5.3 PROMOCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA AMBIENTAL	77
5.3.1 QUIERO UN PLANETA VERDE	77
6. BANCA RESPONSABLE	81
6.1 ¿POR QUÉ ES LA BANCA RESPONSABLE UN EJE FUNDAMENTAL DE NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD?	83
6.2 GOBIERNO CORPORATIVO	84
6.3 SERVICIO AL CLIENTE	84
6.4 ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO	84
6.4.1 RIESGO CREDITICIO	84
6.4.2 RIESGO OPERATIVO	85
6.5 FORTALECIMIENTO DE NUESTRA CADENA DE VALOR	86
6.6 PRODUCTOS CON VALOR SOCIAL Y AMBIENTAL AGREGADO	87
6.6.1 TARJETAS DE CRÉDITO DE MARCA COMPARTIDA CON ONG	87

ACERCA DE ESTE REPORTE

Este Reporte de Sostenibilidad 2014 es un esfuerzo de rendición formal de cuentas de la Red Financiera BAC|CREDOMATIC a nuestros grupos de interés y la sociedad en general. El documento detalla nuestra estrategia de sostenibilidad, nuestro enfoque de gestión de sus ejes, los principales avances en materia de sostenibilidad alcanzados durante el año, así como los esfuerzos que hemos realizado hacia un manejo más socialmente responsable de nuestro negocio.

Este es nuestro octavo reporte anual de sostenibilidad, el sexto elaborado según las Guías para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI). Este año, abarca contenidos básicos descritos en la Guía G4, opción esencial, la cual consideramos refleja la información que nuestros grupos de interés demandan.

Se abordan de manera precisa los principales aspectos que hemos identificado como 'materiales': aquellos que reflejan los posibles impactos sociales, económicos y ambientales más significativos de nuestra organización, que podrían ejercer una influencia sustancial sobre las evaluaciones y decisiones de nuestros principales 'stakeholders' y que, por tanto, son sustantivos para nuestra sostenibilidad en el largo plazo.

Este año, hemos diversificado el formato de presentación del Reporte, el cual está conformado por los siguientes elementos:

- Una versión en video, disponible en www.rscbaccromatic.com
- Un resumen impreso y su respectivo descargable.
- PDFs independientes de cada sección y capítulo del Reporte, que los usuarios pueden descargar según sus intereses.
- El Reporte completo, descargable.
- Un Informe Complementario al Reporte, descargable.
- Nuestro sitio web especializado en temas de sostenibilidad: www.rscbaccromatic.com.

- Un Índice GRI 2014, descargable.

Este Reporte se complementa, además, con nuestro Informe Anual 2014 (Reporte Financiero). Todas las descargas están disponibles en www.rscbaccromatic.com/nuestros-logros/reportes-de-sostenibilidad

En los documentos, damos prioridad a nuestro enfoque de gestión y a aspectos de alcance regional, excepto cuando se especifica lo contrario. El detalle de los programas, proyectos y prácticas más sobresalientes de los países donde operamos, en cada uno de los ejes de nuestra estrategia, está disponible en nuestro sitio web.

En el período cubierto por este Reporte no se registran cambios importantes en cuanto a la estructura organizacional de nuestra empresa ni a la localización de nuestras operaciones.

Para cualquier duda o comentario, comuníquese con nosotros a info@rscbaccromatic.com.



Actividad voluntariado BAC|CREDOMATIC Honduras



QUIÉNES SOMOS

Esta sección es parte de nuestro Reporte de Sostenibilidad 2014. Las demás secciones y capítulos de nuestro Reporte de Sostenibilidad pueden ser descargados en

www.rscbaccredomatic.com/nuestros-logros/reportes-de-sostenibilidad

UNA ENTIDAD LÍDER EN INTERMEDIACIÓN FINANCIERA EN AMÉRICA CENTRAL

Somos una empresa dedicada a la intermediación financiera que ha mostrado su liderazgo en América Central. A escala regional, ocupamos el primer lugar en Utilidades, Cartera y Depósitos¹. Operamos en siete países² desde nuestra sede en Costa Rica y tenemos relaciones globales con los más importantes actores de la industria.

Nuestro interés fundamental es generar y distribuir riqueza, económica y social, para contribuir al desarrollo de las sociedades donde operamos.

Somos pioneros en la Región en el campo de Tarjetas de Crédito y hoy tenemos una participación del 36% en el mercado emisor de tarjeta y un 55% en la función de adquirencia (afiliación de comercios). Somos propietarios de la red de datáfonos que ofrecemos a nuestros 319.306 negocios afiliados (los equipos que estos utilizan para realizar cobros con tarjeta de crédito o débito), prestando un servicio de manera oportuna y conveniente.

En el negocio de Banca, nuestras operaciones regionales nos permiten llegar a diversos sectores de la población, a través de 21.514 colaboradores en 634 puntos de servicio: 351 agencias, 216 cajas empresariales, 36 rapibancos, 27 autobancos y cuatro in-stores, 28% de ellos ubicados en zonas rurales; así como mediante 1.840 cajeros automáticos colocados en sitios estratégicos de las principales ciudades.

Con más de 3,2 millones de clientes activos y casi cuatro millones de tarjetas de crédito y débito colocadas en el mercado, somos líderes en los medios de pago que favorecen la inclusión financiera de las personas y dinamizan las economías locales.

Somos la única entidad financiera regional que ha obtenido la Certificación ISO 9000 en todos los procesos de banca y tarjeta desde el año 2000, brindando de esta forma el mejor servicio a nuestros clientes y garantizando la transparencia de nuestras operaciones.

Con base en nuestro compromiso de ser una empresa sostenible en el largo plazo, rentable, prudente en sus decisiones, estratégicamente dirigida y regida por los más altos valores éticos, en la Red Financiera BAC|CREDOMATIC hemos sido capaces de enfrentar con éxito los ciclos políticos y económicos que ha atravesado la Región, demostrando nuestra lealtad con los grupos de interés a los que debemos nuestra razón de ser y nuestro traba-

PRODUCTOS Y SERVICIOS

La variedad de productos que ofrecemos en toda la región se mejora constantemente, con el objetivo primordial de ofrecer a los clientes actuales y potenciales soluciones financieras con alto valor agregado.

En el área de banca personal y corporativa, ofrecemos depósitos a la vista y a plazo, créditos de todo tipo, planes de pensión, fondos de inversión, servicios de asesoría para inversión en títulos valores, arrendamientos, factoreo, banca privada, seguros, transferencias locales e internacionales, pago de impuestos y pago electrónico de servicios, planilla y proveedores, entre otros.

En el área de tarjetas, ofrecemos una amplia variedad de tarjetas de crédito y débito de las marcas VISA, Mastercard y American Express, las cuales están acompañadas de servicios y beneficios de gran valor agregado, lo que nos ha permitido fortalecer el liderazgo en el negocio adquirente en la región.

¹ Datos a diciembre, 2014.

² CREDOMATIC tiene presencia en Florida, Estados Unidos, sin embargo, esta operación no se considera material para los efectos del presente Reporte y por ese motivo no se incluye.

Entre los canales de servicio disponibles se encuentran las agencias, kioscos, cajas empresariales, cajeros automáticos, sucursal electrónica, centros de atención telefónica, BAC Móvil para realizar trámites bancarios por medio de telefonía celular y Web Chat para la atención de consultas desde cualquier lugar con acceso a Internet, entre otros.

Cuadro 1
Red Financiera BAC|Credomatic
Datos básicos del Grupo

	2014	2013	2012
Datos financieros (millones de US\$)			
Margen Financiero	901,9	736,2	654,1
Margen financiero neto de provisiones	735,6	613,9	562,6
Beneficios antes de impuestos	449,1	395,6	360,8
Beneficio neto	323,6	297,6	265,0
Impuestos sobre beneficios	116,4	97,9	95,7
Gastos de personal	423,0	349,8	308,3
Otros datos financieros (%)			
ROE	15,9%	22,4%	23,5%
ROA	2,0%	2,6%	2,7%
Tasa de morosidad a más de 90 días	1,1 %	1,1 %	0,9%
Resumen de datos operativos			
N° de colaboradores	21.514	18.422	16.599
N° de puntos de servicio	634	495	492

Se cambia el dato de tasa de morosidad 2013, con respecto a lo reportado, para reflejar las adquisiciones del Grupo.
Fuente: Direcciones Regionales de Finanzas, Riesgo, Recursos Humanos y Canales e Informática.

Figura 2
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Número de colaboradores por país, 2014





Programa Ahorrando para Tu Futuro, BAC|CREDOMATIC Nicaragua

VISIÓN

“Ser la organización financiera preferida de las comunidades que atendemos por nuestro liderazgo en medios de pago, por nuestra solidez, confiabilidad, avanzada tecnología y conectividad con personas y empresas, a quienes les simplificamos la vida facilitándoles la realización de sus sueños y el logro de sus metas”.

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 promover el crecimiento económico sostenible y solidario de los mercados donde operamos”.

VALORES

• Excelencia • Integridad • Innovación • Responsabilidad • Respeto

BAC | CREDOMATIC
NETWORK



RESPONSABILIDAD
social corporativa



|||
ENFOQUE ESTRATÉGICO
DE LA RSC

ASÍ ENTENDEMOS LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La norma ISO26000 define la Responsabilidad Social como aquella “responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:

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

En BAC|CREDOMATIC, nos adherimos a esta definición y entendemos nuestra responsabilidad con la sociedad como un ejercicio de negocios que reconoce y atiende los posibles impactos económicos, sociales y ambientales más significativos de nuestra organización.

Reconocemos que la forma cómo atendamos estos posibles impactos puede promover el desarrollo de la Región o, por el contrario, afectarle negativamente. Por eso, no concebimos la atención de esta responsabilidad mediante uno o varios programas aislados y distantes de nuestro quehacer diario, sino como un acercamiento de negocios sostenible mediante el cual procuramos:

- eliminar, minimizar o compensar nuestros posibles impactos negativos y
- potenciar las oportunidades derivadas de nuestros impactos positivos

POLÍTICA CORPORATIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

“NOS COMPROMETEMOS A GESTIONAR NUESTRO NEGOCIO DE FORMA RESPONSABLE Y DESARROLLAR PROYECTOS QUE APROVECHEN NUESTROS CONOCIMIENTOS Y FORTALEZAS, PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS; Y CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS SOCIEDAD DONDE OPERAMOS”

RELACIONAMIENTO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Diariamente interactuamos con miles de personas y organizaciones, a través de múltiples canales. Los ejes fundamentales de nuestra estrategia, planteados más adelante, resumen los insumos que hemos obtenido de la escucha permanente que hacemos de nuestros principales ‘stakeholders’, entendidos como aquellos individuos o grupos que pueden verse afectados de manera significativa por las actividades, productos y/o servicios de nuestra organización; y/o cuyas acciones pueden afectar nuestra capacidad para desarrollar con éxito nuestras estrategias y alcanzar nuestros objetivos: accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, socios estratégicos, gobiernos, entes reguladores, las comunidades donde operamos, competidores y generadores de opinión.

Nos interesa profundizar cada vez más el conocimiento que tenemos de estas personas y entidades y estrechar nuestra relación con ellos, para entender mejor sus necesidades y responder más adecuadamente a sus expectativas de nosotros en términos de productos, servicios y sostenibilidad.

IDENTIFICACIÓN DE STAKEHOLDERS

La metodología que utilizamos para la identificación de nuestros grupos de interés es resultado de una revisión crítica de nuestro

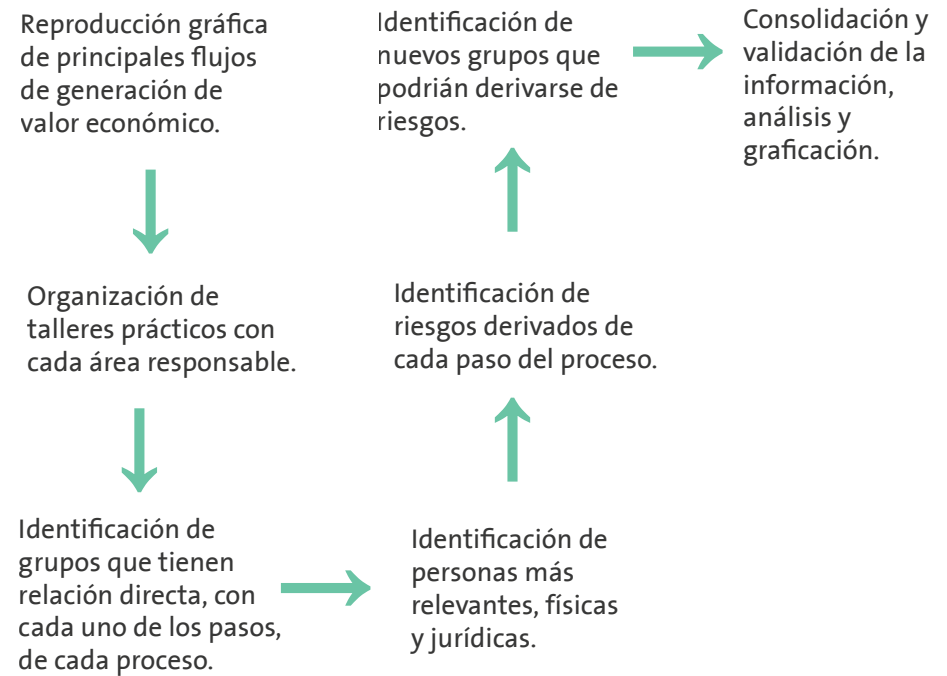
proceso anterior, básicamente intuitivo, a la luz de nuevos documentos teóricos y mejores prácticas a escala mundial. De ese análisis concluimos que, para lograr una verdadera integración del desarrollo sostenible a la estrategia del negocio, era necesario tener un claro entendimiento de los componentes de nuestra cadena de valor y partir de esa base para identificar los grupos de interés relacionados con cada eslabón de la cadena.

Así, diseñamos una metodología que incluyó los siguientes componentes:

- Reproducción gráfica de los principales flujos de procesos que utilizamos para la generación de valor económico.
- Organización de 32 talleres prácticos con 158 gerentes y ejecutivos de las áreas responsables de estos procesos, en cuatro países donde operamos.
- Identificación de los principales grupos de interés que tienen relación directa, con cada uno de los pasos, de cada proceso.
- Identificación de las personas más relevantes, físicas y jurídicas, que forman parte de cada uno de estos grupos de interés identificados, en cada país.
- Identificación de riesgos derivados de cada uno de los pasos en los procesos de construcción de valor y de nuevos grupos de interés que podrían derivarse de los riesgos identificados.
- Consolidación y validación de la información; análisis y graficación.

La figura tres resume el proceso de identificación de stakeholders descrito:

Figura 3
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Proceso de Identificación de Stakeholders



32
TALLERES

158
EJECUTIVOS

4
PAÍSES

Fuente: Gerencia Regional de RSC



Actividad de voluntariado con nuestra alta gerencia.

MAPEO DE STAKEHOLDERS

Una vez identificadas las principales categorías (11) y sub-categorías (34) de stakeholders, procedimos a hacer una priorización de estos grupos según dos criterios:

- **Influencia**, entendida como la capacidad de afectar la imagen o la gestión de nuestra empresa, ya sea por el número de personas que es capaz de influenciar o por su capacidad de impulsar legislación relevante para el sector.
- **Relevancia**, entendida como la capacidad de afectar los resultados financieros del negocio, ej.: facturación, rentabilidad, otros.

A partir de tener claros quiénes son nuestros principales stakeholders, hemos establecido una estrategia de relacionamiento con ellos, la cual incluye mecanismos de información, consulta, diálogo y empoderamiento. En el siguiente link puede descargar un Cuadro de Mecanismos de Relacionamiento con nuestros Grupos de Interés, por nivel: www.rscbaccredomatic.com/asi-entendemos-la-rsc/nuestros-grupos-de-interes

DEFINICIÓN DE NUESTRA ESTRATEGIA DE RSC: DEBIDA DELIGENCIA Y MATERIALIDAD

Habiendo logrado una mejora significativa en la identificación y mapeo de nuestros grupos de interés, nos vimos en la necesidad de avanzar hacia un análisis más profundo. Comprendimos que para cumplir con el compromiso corporativo de transparencia y rendición de cuentas que hemos asumido con cada uno de estos grupos, no bastaba saber quiénes son y colocarlos en un esquema de relacionamiento; era necesario entender mejor sus expectativas frente a BAC|CREDOMATIC e identificar los posibles impactos y temas que les preocupan sobre nuestra empresa. También era importante conocer la perspectiva de nuestros líderes internos sobre estos mismos asuntos.

Del análisis de los datos que obtuvimos de estas dos fuentes y su comparación, pudimos deducir lo que llamamos “ejes estratégicos” para BAC|CREDOMATIC, entendidos como aquellas áreas de gestión que comprenden los principales posibles impactos identificados por nuestros grupos de interés, externos e internos, y que, por ende, son sustantivos para la sostenibilidad de nuestra empresa en el largo plazo.

Hemos asumido el resultado de este ejercicio como base fundamental para guiar nuestra estrategia de RSC y 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.

METODOLOGÍA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES IMPACTOS, TEMAS Y EJES ESTRATÉGICOS

Para llevar a cabo el estudio de materialidad diseñamos una metodología que mezcla varias técnicas de investigación y herramientas. El proceso se dividió en cinco grandes fases.

1. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONSULTA A FUENTES EXTERNAS

En esta primera fase del estudio quisimos conocer la opinión de nuestros públicos externos. Para ello utilizamos la técnica de análisis de fuentes secundarias, tomando como base las exigencias de índices de inversión socialmente responsable internacionalmente reconocidos como Dow Jones Sustainability Indexes (www.djindices.com/sustainability/) y FTSE4GOOD (www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp); y los temas que Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org) ha identificado como relevantes para la sostenibilidad de una empresa, específicamente una entidad financiera.

Con el apoyo de una empresa consultora especializada y la aplicación de una herramienta de búsqueda avanzada en internet, identificamos aquellos asuntos de mayor relevancia para los grupos de interés del sector.

El proceso incluyó los siguientes pasos:

- Análisis de exigencias de **índices de inversión socialmente responsable**, que marcan la pauta de las tendencias a escala mundial. Dow Jones Sustainability Indexes y FTSE4GOOD fueron las referencias que utilizamos en esta parte del proceso.
- Revisión de temas propuestos por **Global Reporting Initiative (GRI)**, organización no gubernamental, multi-stakeholder, que produce la principal guía de reporte en materia de sostenibilidad, a nivel mundial (www.globalreporting.org).
- Análisis de la competencia (**benchmark**) e identificación de los temas materiales tratados en la comunicación externa y reportes de sostenibilidad de siete entidades financieras consideradas líderes mundiales en materia de sostenibilidad.
- **Inventario de retos del sector** con respecto a la responsabilidad corporativa y aspectos de sostenibilidad, desarrollados hasta ese momento por nuestra propia empresa.

- Análisis de publicaciones de catorce **prescriptores sectoriales**: superintendencias, asociaciones bancarias y organismos multilaterales.
- Análisis de informes, estudios y otros documentos públicos de **prescriptores sociales** sobre proyecciones y tendencias del sector financiero, en materia de sostenibilidad, producidos por siete organizaciones no gubernamentales (ONG) especializadas y seis organismos internacionales, cámaras, asociaciones de empresarios promotoras de la RSE en América Central y México y otros.
- **Análisis de prensa**: observatorio de medios de comunicación, publicaciones en internet y fuentes de información pública que nos ofrecieron información sobre el riesgo de comportamiento indebido y oportunidades de crecimiento en temas no financieros. Se analizaron 1.300 notas de prensa de medios centroamericanos, entre otros.

Todo lo anterior nos permitió visualizar los temas que preocupan a la sociedad en general y a los grupos de interés externos del sector financiero centroamericano en particular. También obtuvimos algunos indicadores que nos permitieron saber cuáles de estas preocupaciones o expectativas son compartidas por varios stakeholders, o pueden ser influenciadas por uno en particular.

Finalmente, pudimos comparar los avances que habíamos logrado en la Red Financiera BAC|CREDOMATIC frente a los temas de interés para los grupos analizados.

2. CONSULTA A NUESTROS LÍDERES

El resultado de la fase anterior nos brindó una parte de la información necesaria para construir el listado de temas materiales de la empresa, pues representaba la opinión de stakeholders externos solamente. Era necesario complementar ese análisis con la opinión de nuestros públicos internos, a fin de obtener un resultado que equilibrara ambos intereses.

Para ese fin aplicamos la técnica de entrevista virtual, basada en una metodología que permite contraponer los impulsores clave (tradicionales) del negocio (“hard drivers”) con los 40 temas identificados como prioritarios por los grupos de interés externos (“soft drivers”), en virtud de la capacidad que estos últimos tienen de influenciar a los primeros.

Nuestro modelo tradicional de negocio plantea tres principales impulsores o “hard-drivers” para la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo:

- Incrementar Ingresos
- Optimizar Costos
- Administrar Riesgos

A cada uno de los líderes encuestados (1.028 altos ejecutivos en todos los países donde operamos), les pedimos indicar el grado de influencia que en su criterio tiene cada uno de estos 40 ítems no financieros o “soft drivers”, sobre cada uno de los tres “hard drivers” mencionados. Este análisis nos permitió establecer los factores críticos para la sostenibilidad en el largo plazo, según la opinión de nuestros principales tomadores de decisión.

3. CRUCE DE INFORMACIÓN

Concluidas las fases anteriores, cruzamos la información obtenida de fuentes externas, con la que resultó de la opinión de los líderes internos. Así identificamos con precisión aquellos temas sustantivos para la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo, según el nivel de prioridad que les otorga cada uno de los grupos identificados.

4. IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE IMPACTOS

A partir de la definición de estos temas, realizamos la identificación de los posibles impactos sociales, ambientales y económicos, positivos y negativos, relacionados con cada uno.

Como parte de esta identificación, nos cerciorarnos de haber contemplado la pertinencia de todos los asuntos de las materias fundamentales de las normas ISO26000 e INTE35-01-01 (Costa Rica).

La consideración y priorización de estos impactos, también llamada evaluación del grado de significancia de los mismos (descrita en el próximo apartado), nos permite establecer una estrategia que gestiona los riesgos derivados de los impactos negativos y potencia las oportunidades derivadas de los impactos positivos, a partir de la definición de acciones y programas que atienden los impactos más significativos.

EVALUACIÓN DEL GRADO DE SIGNIFICANCIA DE LOS IMPACTOS

Entendemos la significancia como la urgencia o prioridad de gestionar nuestros impactos a través de nuestro Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social (SGRS), con el fin de minimizar sus posibles efectos negativos o potenciar sus efectos positivos.

Para determinar su grado de significancia, diseñamos una Matriz de Evaluación de Impactos Sociales, Económicos y Ambientales en la que incorporamos los posibles impactos identificados y los clasificamos’ según tres criterios.

Cuadro 5
 Red Financiera BAC|CREDOMATIC
 Criterios para la Determinación del Grado de
 'Significancia' de los Posibles Impactos

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
Amenaza u Oportunidad para la empresa	Amenaza: según el nivel de riesgo que implique un impacto negativo , de no ser atendido. Oportunidad: según la posibilidad de la empresa de potenciar un impacto positivo
Interés de los stakeholders	Se refiere a la importancia que le dan las partes interesadas a la ocurrencia del posible impacto y/o a su relación con algún incumplimiento legal.
Madurez de la 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.

Fuente: Gerencia Regional de RSC

La madurez de la gestión es evaluada de forma inversa a los otros dos criterios, ya que una alta madurez (el impacto ya está siendo suficientemente gestionado) resultaría en una significancia menor, para efectos de nuestro SGRS.

La evaluación de los impactos se realiza llenando todas las columnas de la Matriz mencionada, la cual está programada para que automáticamente arroje, según una escala pre-establecida, el grado de significancia de cada uno: alta, media o nula. El cuadro 7 describe lo que significa e implica cada uno, para efectos nuestro SGRS.

Cuadro 6
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Grados de significancia de los posibles impactos

Alta significancia	Impactos prioritarios para el SGRS, por su nivel de amenaza u oportunidad e interés de los stakeholders y su baja gestión.
Significancia media	Posibles impactos medianamente gestionados o temas emergentes, que todavía requieren impulso del Área de Sostenibilidad.
No significativos	Posibles impactos de baja prioridad para efectos del SGRS, ya sea porque su gestión es muy madura o porque son de baja amenaza u oportunidad y de bajo interés de los stakeholders.

Fuente: Gerencia Regional de RSC

A partir de los impactos clasificados como significativos, la Gerencia General de cada país, en conjunto con el área local de RSC y sus áreas de apoyo, define los programas o proyectos para atenderlos. Para cada programa o proyecto se establecen objetivos, indicadores y metas.

EJES ESTRATÉGICOS DE NUESTRA SOSTENIBILIDAD

Las principales actividades generadoras de posibles impactos económicos, sociales y ambientales presentan, a la vez, las mayores oportunidades y los más grandes desafíos que enfrentamos para promover el desarrollo de América Central y asegurar nuestra propia sostenibilidad en el largo plazo.

Con base en los resultados del proceso descrito, definimos seis ejes estratégicos, a los cuales se alinean todas nuestras acciones e iniciativas de sostenibilidad.

1. APORTE AL DESARROLLO DE LOS PAÍSES DONDE OPERAMOS

Generamos riqueza a través de nuestras operaciones comerciales y distribuimos riqueza mediante la generación de empleo, la compra de bienes y servicios, el pago de impuestos, el pago de intereses a nuestros ahorrantes e inversionistas y la inversión social.

2. BANCA RESPONSABLE

Cuidamos los activos que las personas y organizaciones nos confían, mediante la administración ética y transparente del negocio, la gestión prudente del riesgo, la aplicación de los principios del crédito responsable y el fortalecimiento de nuestra cadena de valor a través de capacitaciones y asesorías.

Además, agregamos valor social y ambiental y beneficios a nuestros productos y servicios, más allá de lo que establece la ley, buscando el mayor bienestar de nuestros stakeholders.

3. DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO

Estamos comprometidos con la creación de un ambiente de oportunidades, donde nuestros colaboradores puedan desarrollar y potencializar sus talentos, para lograr su éxito personal y profesional, apoyando el crecimiento de la empresa.

Promovemos 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 a nuestra empresa, en la búsqueda de soluciones para su desarrollo sostenible.

4. EDUCACIÓN Y SALUD FINANCIERA

Ofrecemos medios de pago y productos crediticios, que si son usados de forma inadecuada, pueden llevar a las personas, familias

y empresas, a situaciones riesgosas como el consumo excesivo, la inestabilidad financiera o el sobre-endeudamiento. Para prevenir estos posibles impactos, fomentamos el ahorro mediante herramientas educativas y productos que incentivan este hábito, educamos a nuestros clientes y público en general para el buen manejo de sus finanzas personales y empresariales, y brindamos información detallada sobre nuestros productos y servicios. Así, fomentamos la salud financiera de las personas y empresas, con miras a una sociedad más informada, consciente y próspera.

5. INCLUSIÓN FINANCIERA

Ofrecemos medios de pago y financiamiento al consumo, productos, servicios y una amplia red de canales, físicos y electrónicos, que facilitan la bancarización y el acceso de cada vez más participantes del ciclo económico, al sistema financiero. Hacemos esfuerzos por acercarnos a las Pequeñas y Medianas Empresas (PyME), ofreciéndoles productos y servicios novedosos y capacitación que les ayude a crecer, generando así más empleo y productividad en las sociedades donde operamos.

Asimismo, el financiamiento de vivienda a familias de sectores populares, el apoyo a MIPyME actuando como banca de segundo piso en vinculación con entidades locales y otras iniciativas, todavía incipientes, de bancarización de sectores de menores ingresos, son ejemplos concretos de nuestro compromiso por desarrollar este importante eje de sostenibilidad.

6. PROMOCIÓN AMBIENTAL

Asumimos la responsabilidad que nos corresponde y gestionamos el impacto ambiental de nuestras operaciones, tomando acciones proactivas para prevenirlo, eliminarlo, minimizarlo o compensarlo adecuadamente.

Además, incluimos criterios de sostenibilidad en el análisis de riesgo crediticio para la financiación de grandes proyectos y

aprovechamos nuestra plataforma de servicio para promover buenas prácticas ambientales entre nuestros stakeholders.

Figura 7
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Principales áreas de impacto (positivo y negativo)
y ejes estratégicos, 2014



Fuente: Gerencia Regional de RSC

En los capítulos de este Reporte profundizamos y presentamos los principales resultados y avances en cada uno de estos ejes. Estos capítulos pueden ser descargados en www.rscbaccredomatic.com/nuestros-logros/reportes-de-sostenibilidad

En nuestro sitio web encontrará ejemplos concretos de los programas y proyectos más sobresalientes de nuestro ejercicio de RSC, para cada uno de los ejes de nuestra estrategia, por país: www.rscbaccredomatic.com

VALIDACIÓN DE NUESTRO SISTEMA DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL, 2014

Además de los mecanismos de relacionamiento permanentes que tenemos establecidos, abrimos espacios específicos de diálogo y participación, como lo son los diálogos directos con partes interesadas, internas y externas, que llevamos a cabo al menos cada dos años.

En el 2014, realizamos siete eventos de este tipo con nuestro CEO, Directores Regionales, Gerentes Generales de BAC y Credomatic de toda la Región y sus respectivos equipos gerenciales; en total 148 altos ejecutivos de nuestra empresa.

En estos talleres, realizados en el marco del despliegue de nuestro SGRS, entonces recién formalizado, nuestros tomadores de decisión retroalimentaron el Sistema. Además, validaron una lista de posibles impactos sociales, ambientales y económicos, propuesta por la Gerencia Regional de RSC. Clasificaron estos posibles impactos según los tres criterios definidos, determinando así su grado de significancia, para su País.

Estos eventos sirvieron para sensibilizar a la Alta Gerencia sobre el origen estratégico de nuestros programas y proyectos de RSC y los

resultados les quedaron como insumo para la planificación de programas y proyectos que respondan a los riesgos y oportunidades más apremiantes de su operación, según su propio análisis.



Validación de nuestro Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social, BAC|CREDOMATIC Costa Rica



Los capítulos de nuestro Reporte de Sostenibilidad pueden ser descargados en

www.rscbaccredomatic.com/nuestros-logros/reportes-de-sostenibilidad





1

APORTE AL DESARROLLO
DE LOS PAÍSES DONDE
OPERAMOS

Este capítulo es parte de nuestro Reporte de Sostenibilidad 2014. En él se expone la justificación, se explica el enfoque de gestión y se comunican los principales resultados y avances de uno de nuestros ejes de sostenibilidad.

Los demás capítulos de nuestro Reporte de Sostenibilidad pueden ser descargados en

www.rscbaccredomatic.com/nuestros-logros/reportes-de-sostenibilidad

¿POR QUÉ LA GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO ES UN EJE FUNDAMENTAL PARA BAC | CREDOMATIC?

La principal función de las instituciones financieras es servir de intermediarias entre los ahorrantes, en su mayoría personas con exceso de liquidez, y los prestatarios, personas o empresas con necesidades de liquidez y eventualmente mejores oportunidades de inversión. Los ahorrantes colocan sus recursos en una institución financiera a través de depósitos e instrumentos de inversión, con la expectativa de que en el futuro esa entidad les devuelva dichos recursos con una ganancia adicional por los intereses devengados¹.

Un intermediario financiero generalmente cobra a sus prestatarios comisiones e intereses superiores a los que paga a sus ahorrantes, y así obtiene sus ingresos. Con esos ingresos, paga el costo de la operación del negocio: salarios, bienes, servicios, desarrollo tecnológico y otros. La diferencia entre el dinero que ingresa y el que gasta, se convierte en utilidades, sobre las cuales paga los impuestos que corresponda a los gobiernos de los países donde tiene sus operaciones. El restante, utilidades netas, se destina básicamente a los siguientes rubros: a) reservas, provisiones y retención de utilidades, para el fondeo del crecimiento y desarrollo de la organización misma; y b) repartición de utilidades a sus accionistas.

La sostenibilidad de una entidad financiera depende en gran medida de la habilidad que esta tenga para mantener esta relación con un balance favorable, a lo largo del tiempo.

En BAC|CREDOMATIC realizamos nuestra labor de intermediarios financieros de una forma estratégica y prudente, tratando de obtener mayores rendimientos, con mecanismos que a la vez nos permiten una redistribución eficaz de un alto porcentaje del total de los ingresos que percibimos, a través de la relación establecida con nuestros diferentes grupos de interés.

Este ejercicio nos ha permitido vincularnos eficazmente con las

comunidades locales, facilitando el flujo de dinero entre diversos actores del ciclo económico y dinamizando las economías de los países donde operamos. Así, a través de los años,

HEMOS IDO GENERANDO UNA ESTRECHA RELACIÓN, CASI SIMBIÓTICA, CON EL CRECIMIENTO DE AMÉRICA CENTRAL, QUE NOS CONECTA PROFUNDAMENTE CON EL TEJIDO SOCIAL Y ECONÓMICO, PARA CONVERTIRNOS EN UN IMPORTANTE FACILITADOR DE SU DESARROLLO.

Nuestra empresa es una gran red de generación y distribución de riqueza económica para estas sociedades: el crecimiento de BAC|CREDOMATIC impacta positivamente a las personas y organizaciones que participan en esa red, y estas, a su vez, nos permiten seguir creciendo.

ASÍ, LA DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO IMPLÍCITA EN NUESTRAS OPERACIONES DIARIAS ES, A LA VEZ, 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.

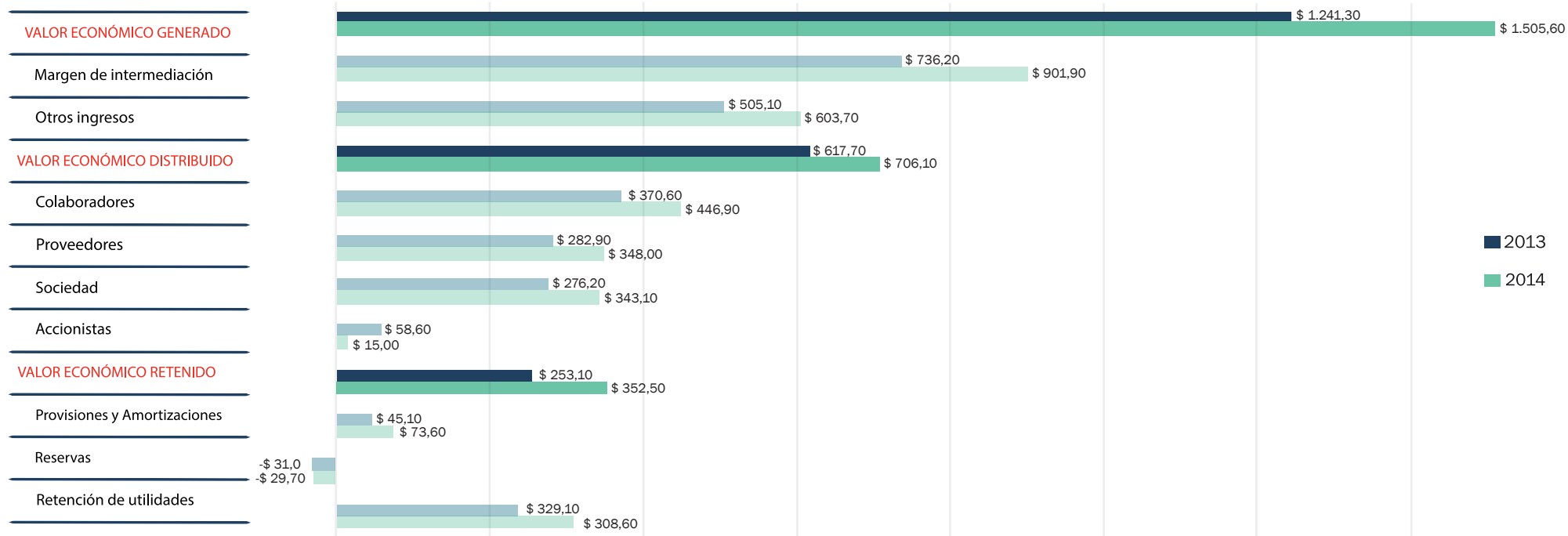
Trabajamos constantemente para fortalecer los mecanismos generadores de la riqueza económica que hace sostenible nuestro propio crecimiento, y simultáneamente, ampliar la red a través de la cual llegamos cada día más personas y organizaciones, con productos y servicios que les permiten crecer, alcanzar sus metas personales y empresariales, generar empleo y hacer reales sus sueños y aspiraciones.

¹Alfaro, Luis Noel. Intermediación Financiera. INCAE Business School.

LA DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO EN BAC | CREDOMATIC

El estado de resultados de Valor Generado, Valor Distribuido y Valor Retenido muestra en cifras la riqueza económica que hemos generado en la Red Financiera BAC|CREDOMATIC durante los últimos dos años, y a la vez, la forma como distribuimos esa riqueza entre nuestros principales grupos de interés.

Gráfico 8
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Valor Económico Generado, Distribuido y Retenido 2013 - 2014
(millones US\$)

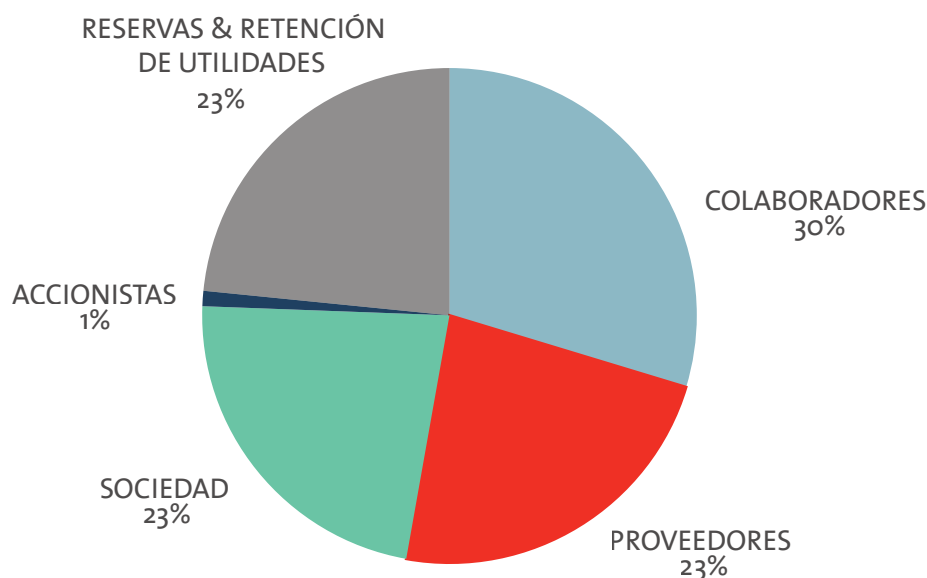


Tal y como se observa en el gráfico 8, al cierre de 2014 el **Valor Económico Generado** fue de **US\$1.505,6 millones**, superando en un 21% la cifra de **US\$1.241,3 millones** generados en 2013.

El análisis de la distribución del Valor Económico demuestra claramente como **LA MAYORÍA DE LA RIQUEZA QUE ANUALMENTE PRODUCIMOS, QUEDA DISTRIBUIDA ENTRE NUESTROS PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS.**

En 2014, se repartió de la siguiente manera:

Gráfico 9
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Distribución del Valor Económico, 2014
(millones US\$)



- 30% en pago de **salarios** y beneficios a nuestros **colaboradores**: **US\$446,9 millones**;
- 23% en pago por **compra de bienes y servicios** a nuestros **proveedores**: **US\$348,0 millones**;
- 23% en pago de **impuestos a gobiernos, intereses pagados** a quienes ahorran con nosotros e **inversión social directa**: **US\$343,1 millones** y
- 1% en pago de **dividendos** a nuestros **accionistas**: **US\$15,0 millones**.

El restante 23%, **US\$ 252,5 millones**, se clasifica como **Valor Económico Retenido**, en el que el componente de mayor peso relativo son las utilidades retenidas para reinvertir en el negocio, seguido por 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.



Colaboradores BAC|CREDOMATIC Nicaragua

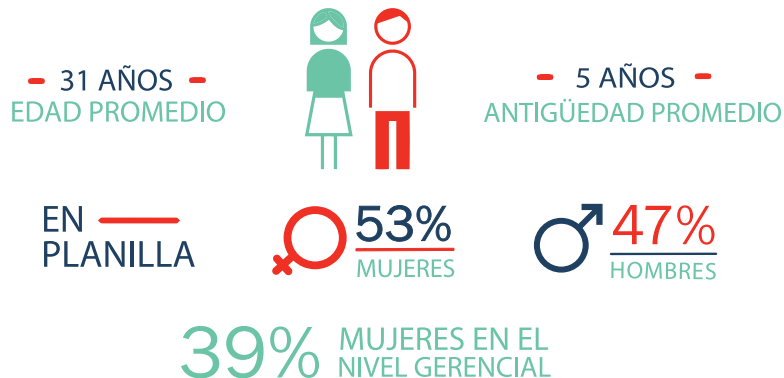
DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO ENTRE NUESTROS COLABORADORES

DURANTE 2014, EL VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO ENTRE NUESTROS COLABORADORES EN FORMA DE SALARIOS Y BENEFICIOS FUE US\$44,9 MILLONES. Este monto representa un 30% del Valor Económico Generado y un aumento del 21% con respecto al monto distribuido en 2013 para este colectivo.

Es importante resaltar en este punto la incidencia que tenemos como empleadores en América Central, gracias al empleo directo que generamos a 21.514 personas, 17% más que en 2013, entre ellas estudiantes, técnicos en diversas ramas, informáticos, administradores, ingenieros, economistas y otras disciplinas profesionales.

Damos preferencia a la contratación permanente sobre la temporal: en 2014, el 98,3% del total de la planilla, contó con un contrato de tiempo fijo. De igual manera, favorecemos la contratación local: el 100% de nuestros altos directivos² son ciudadanos de los países donde operamos y nuestras sucursales prefieren colaboradores que habiten en sus zonas de influencia.

Indicadores Talento Humano ³:



Uno de los pilares de nuestra organización son las oportunidades de desarrollo y crecimiento que damos a las personas, inspirados en el concepto de "crecer junto a la empresa". En este sentido, aspiramos a que BAC|CREDOMATIC llegue a ser considerado el mejor empleador de la Región, no solo por la cantidad de puestos de trabajo que generamos, sino por la mejora en la calidad de vida que alcanzan nuestros colaboradores, lo cual promueve su compromiso con el trabajo que desempeñan.

En el 2014, invertimos un promedio de 41 horas de formación por colaborador⁴, a un costo promedio de US\$260, por persona. Nuestra población de colaboradores con discapacidad creció a 154 personas, un 38% más que el año anterior, y un 41% de nuestra planilla participó en actividades de voluntariado social, educativo y ambiental. En el capítulo de Desarrollo del Talento Humano, ampliamos información sobre este tema. Puede descargarlo en www.rscbaccredomatic.com/nuestros-logros/reportes-de-sostenibilidad

DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO ENTRE NUESTROS PROVEEDORES

UN TOTAL DE US\$348 MILLONES, EQUIVALENTE AL 23% DE LOS INGRESOS DE LA RED FINANCIERA EN EL 2014, LLEGÓ DIRECTAMENTE A NUESTROS PROVEEDORES A TRAVÉS DEL PAGO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ADQUIRIDOS.

Este monto representa un aumento del 23% con respecto al total pagado a proveedores en el 2013.

Estos proveedores, en su mayoría pequeñas y medianas empresas (PyME) locales, forman parte de nuestra cadena de valor y nos brindan los insumos básicos para la producción de valor en los distintos procesos gestionados por BAC|CREDOMATIC, constituyendo otro canal muy importante para generar y distribuir riqueza en la sociedad.

² Por "altos directivos" se entiende personas que ocupan posiciones entre los niveles 13 -15 de la escala salarial que utiliza la empresa, compuesta por 15 niveles. Por "locales" se entiende personas nacidas o con derecho a residencia indefinida en los países donde operamos.

³ Para conocer el detalle de estos indicadores por categoría de cargo, refiérase al Informe Complementario a este Reporte de Sostenibilidad disponible en www.rscbaccredomatic.com

⁴ Para conocer el detalle de promedio de horas en capacitación por colaborador, por país, ver el Informe Complementario a este Reporte de Sostenibilidad, disponible en

Como parte de la comunidad productiva regional, las PyME, muchas de ellas de origen familiar, juegan un papel muy relevante en las economías locales, sobre todo por su aporte en la generación de empleo y su impacto social. En América Latina, 89% de las empresas son PyME⁵ y generan cerca del 67% del empleo⁶, dinamizando así las economías y aumentando los flujos de dinero a escala local.

En términos generales, BAC|CREDOMATIC favorece la compra directa de bienes y servicios a empresas originarias de los países donde operamos y privilegia aquellas que se adhieren a nuestros principios operativos y valores éticos.

DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO A LAS SOCIEDAD DONDE OPERAMOS

Del Valor Económico Generado por BAC|CREDOMATIC en 2014, un total de US\$343,1 millones (23%) fue distribuido a la sociedad a través de tres canales fundamentales: a) impuestos pagados a los gobiernos de los países donde operamos, b) pago de intereses a nuestros ahorrantes y c) inversión social directa, a través de las diversas iniciativas de sostenibilidad que promovemos. Esta cifra representa un aumento del 24% con respecto a lo destinado a este mismo rubro en 2013.

La lógica del sistema político y económico que enmarca el entorno del negocio en la Región, indica que una de nuestras principales responsabilidades como empresa privada, es asumir con transparencia la función de generación de riqueza y, a la vez, colaborar con el Estado en sus esfuerzos por lograr una distribución equitativa de esta riqueza. En BAC|CREDOMATIC cumplimos cabalmente con esta responsabilidad, no solo mediante la distribución directa del valor económico generado entre nuestros grupos de interés, sino a través del pago oportuno de impuestos a los gobiernos de los países donde tenemos presencia. De esta forma, coadyuvamos a las iniciativas de seguridad, bienestar y justicia que estos promueven, garantizando que una parte de este

beneficio llegue indirectamente a millones de personas a las que no accedemos por canales propios.

En cuanto al pago de intereses a nuestros ahorrantes, conviene señalar que en BAC|CREDOMATIC tenemos una cartera de más de 3,2 millones de clientes activos, quienes confían en nosotros para depositar sus ahorros y hacer sus inversiones. Procuramos pagar intereses competitivos y agregar valor a nuestros productos, atrayendo a cada vez a más personas. El dinero que depositan con nosotros constituye, a la vez, una materia prima para la producción de la riqueza que generamos y un eje fundamental de nuestras estrategias de sostenibilidad para el mediano y largo plazo.

Finalmente, en lo correspondiente a la inversión social, promovemos iniciativas de diversa índole, todas ligadas al giro de nuestro negocio, según lo definido en nuestra Política de Responsabilidad Social Corporativa, todo lo cual se describe ampliamente en los capítulos de este Reporte, así como en nuestro sitio web www.rscbaccredomatic.com.



Voluntarios en Aldeas Infantiles SOS BAC|CREDOMATIC El Salvador

⁵ Mapping enterprises in Latin America and the Caribbean, IFC, The World Bank, 2013. www.enterprisessurveys.org

⁶ OCDE, 2013.

DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO A NUESTROS ACCIONISTAS

El desempeño de BAC|CREDOMATIC, aún en los períodos de crisis que ha atravesado la Región, muestra el compromiso que tenemos con nuestros accionistas.

LA ADMINISTRACIÓN CONSERVADORA DEL RIESGO HA SIDO UNO DE LOS FACTORES MÁS RELEVANTES EN LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO DE NUESTROS ACCIONISTAS Y EN EL FORTALECIMIENTO DE LA SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO A LARGO PLAZO. La prudencia demostrada por BAC|CREDOMATIC en el manejo de sus activos les ha brindado la confianza necesaria para reinvertir todos los años en la empresa, como muestran las cifras de utilidades retenidas al cierre de 2014 (US\$308,6 millones), las cuales aumentaron en un 29% respecto a 2013 (US\$239,1 millones).

Nuestros accionistas también recibieron dividendos producto de su inversión en la compañía. En 2014, estos alcanzaron un total de US\$15 millones, 74% menos que en el 2013, lo cual se explica por el aumento en la distribución a las sociedades donde operamos, en las provisiones y en las utilidades retenidas para reinvertir en el negocio.

VALOR ECONÓMICO RETENIDO

Las provisiones y reservas, en virtud de las leyes vigentes para el sector financiero, son fondos que la entidad debe retener como una medida preventiva para proteger los intereses de sus depositantes e inversionistas.

La **retención de utilidades** 2014, US\$308,6 millones, correspondiente al 20% de los ingresos, responde a la necesidad de contar con reservas económicas para financiar nuevas inversiones, tecnología de punta y ampliación de los servicios en favor de nuestros clientes y la sociedad en general, como un medio para seguir creciendo y asegurar la sostenibilidad de nuestra empresa en el largo plazo.



Puede consultar los resultados y proyectos específicos relacionados con este eje, por país, en este enlace:

<http://www.rscbaccredomatic.com/nuestro-trabajo-en-rsc/aporte-al-desarrollo-de-los-paises-donde-operamos>





2

DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO

Este capítulo es parte de nuestro Reporte de Sostenibilidad 2014. En él se expone la justificación, se explica el enfoque de gestión y se comunican los principales resultados y avances de uno de nuestros ejes de sostenibilidad.

Los demás capítulos de nuestro Reporte de Sostenibilidad pueden ser descargados en

www.rscbaccredomatic.com/nuestros-logros/reportes-de-sostenibilidad

¿POR QUÉ ES EL 'DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO' UN EJE FUNDAMENTAL PARA NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD?

El principal reto actual, en materia laboral, para los intermediarios financieros, está en la necesidad de apoyar permanentemente a sus colaboradores para que avancen y desarrollen competencias a un ritmo acelerado, al igual que:

El principal reto actual, en materia laboral, para los intermediarios financieros, está en la necesidad de apoyar permanentemente a sus colaboradores para que avancen y desarrollen competencias a un ritmo acelerado, al igual que:

- las innovaciones tecnológicas y sus implicaciones en materia de productos, servicios y canales virtuales de distribución;
- la convergencia con otros sectores de actividad;
- las exigencias de los reguladores en cuanto a transparencia, controles, reportes, documentación de procesos, entre otras;
- las demandas de servicio siempre crecientes de sus clientes, a veces en contraposición con la regulación exigida, y
- las expectativas cada vez más altas de la sociedad, frente a una industria afectada en su imagen y reputación por las crisis económicas recientes, cuya causa se atribuye, en cierta medida, al accionar irresponsable de algunos actores del sector en países desarrollados.

Por otra parte, si bien ninguna empresa funciona bien sin recursos humanos de calidad, en aquellas donde el centro del negocio se basa en la venta de productos tangibles, la participación o nivel de influencia de los empleados sobre la decisión de compra de los clientes, es menor que en aquellas comercializadoras de intangibles, como el sector financiero, donde la actitud, el conocimiento y el esmero que muestre el colaborador, es vital para

la decisión de compra del cliente. Hoy más que en otras épocas, los colaboradores del sector constituyen un pilar esencial para fortalecer la confianza de los clientes y garantizar relaciones de largo plazo.

Por lo anterior, EN LA CAPACIDAD QUE DESARROLLE UNA ENTIDAD PARA MEJORAR Y PROMOVER EL DESARROLLO DE SUS COLABORADORES Y MANTENER UN RITMO DE PERMANENTE ADAPTACIÓN AL CAMBIO; RESIDE UNO DE LOS FACTORES MÁS IMPORTANTES PARA GARANTIZAR SUS SOSTENIBILIDAD en el mediano y largo plazo.

Así lo entendemos en BAC|CREDOMATIC. El desarrollo del talento humano no es un asunto decorativo, de retórica o discurso hacia afuera. TRABAJAMOS CONSTANTEMENTE PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO Y PROPICIARNOS PRÁCTICAS LABORALES JUSTAS PARA GENERAR CONDICIONES DE TRABAJO COMPETITIVAS, en un ambiente agradable e inclusivo, donde nuestros colaboradores puedan crecer en conocimientos y habilidades que les permitan alcanzar sus objetivos y prestar el servicio de excelencia que exige la realidad actual.

Además, dependemos de nuestros colaboradores para poder desarrollar e implementar los demás ejes fundamentales de nuestra estrategia de sostenibilidad:

- Contamos con nuestros colaboradores para el éxito de nuestra empresa en el mercado financiero centroamericano, basado en las decisiones que ellos toman todos los días, procurando que las así tomen en apego a nuestros valores éticos como organización. Solo podemos seguir generando y distribuyendo riqueza para [aportar al desarrollo de los países donde operamos.](#)

- Necesitamos de nuestros colaboradores para mantener y acrecentar la confianza que nos otorgan nuestros depositantes, ahorrantes, inversionistas y accionistas; para administrar los riesgos intrínsecos al negocio de manera prudente; para gestionar nuestra cadena de valor de manera responsable y para innovar y agregar valor social y ambiental a nuestros productos y servicios, ejerciendo así la **banca responsable**.
- Requerimos de la creatividad y apertura de nuestros colaboradores para facilitar un proceso de **inclusión financiera** que permita ir bajando hacia la base de la pirámide social, donde se encuentra un alto porcentaje de nuestros futuros clientes.
- Nuestros colaboradores son indispensables para ayudar a nuestros stakeholders a alcanzar su **salud financiera**, mediante la oferta responsable de productos y servicios, la **educación**, la promoción del ahorro y el uso de herramientas que faciliten una mejor comprensión del balance que debe existir entre sus ingresos y egresos; como personas, familias o empresas.
- Finalmente, gracias a la disposición y el esfuerzo de nuestros colaboradores, podemos gestionar nuestro **impacto ambiental** directo, el que generan nuestros proveedores y el que se produce a partir de los proyectos que financiamos a nuestros clientes; así como promover mejores prácticas ambientales entre nuestros públicos de interés.

Todos nuestros colaboradores ejercen la responsabilidad social desde su puesto de trabajo. Procuramos, además, vincularlos a actividades de voluntariado y proyección social, para motivarles a que tomen consciencia de su responsabilidad social personal como ciudadanos de países en vías de desarrollo, que también deben aportar para construir un mejor mañana.

A continuación presentamos algunos casos concretos de cómo desarrollamos el talento humano en BAC|CREDOMATIC.



Voluntarios BAC Lions Panamá apoyando al Banco de Alimentos

INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Promovemos la diversidad e igualdad de oportunidades para todas las personas y procuramos crear un ambiente laboral inclusivo.

Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), entre 10% y 15% de la población mundial tiene algún tipo de discapacidad. El problema de exclusión que aborda este proyecto es la ausencia de oportunidades laborales que consideren las limitaciones y dificultades propias de las personas con discapacidad.

Como parte de un proyecto de contratación de personas con discapacidad, en el 2014 contratamos a 46 personas con discapacidad, un 69% de lo que se logró contratar en el año anterior. El total colaboradores discapacitados en la empresa,

a nivel Regional, incluyendo las contrataciones realizadas en años anteriores, es de 154 personas, 38% más que el año anterior, que representan el 0,72% de la población total de la empresa.

En el 2013 y 2014, se trabajó con asesoría del Grupo Golu, una empresa especializada en consultoría para la inclusión laboral de personas con discapacidad y el desarrollo de productos y servicios especializados para personas con discapacidad. 70% de su personal tiene algún tipo de discapacidad.

En el proceso de contratación propiamente, se trabaja en alianza con varias entidades de apoyo a personas con discapacidad. En El Salvador, por ejemplo: Fundación Manos Mágicas, Carana Corporation, ARANA, AGORA, FUNTER, Servicio de Integración Laboral de la Red Iberoamericana de entidades de personas con discapacidad física -SIL-, Instituto Salvadoreño de Rehabilitación Integral -ISRI-, Consejo Nacional de Atención Integral a la Persona con Discapacidad -CONAIPD-, Asociación de Ciegos de El Salvador -ASCES-, Ministerio de Trabajo y Previsión Social de El Salvador, entre otras.

BENEFICIOS DEL PROGRAMA PARA LA SOCIEDAD

- OFERTA DE TRABAJO DIGNO Y BIEN REMUNERADO A UN COLECTIVO DE PERSONAS CON LIMITADAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO.
- Activación económica de las personas con discapacidad y sus familias, a través de su acceso al mercado laboral.

BENEFICIOS DEL PROGRAMA PARA EL NEGOCIO

- PROMOCIÓN DE LA INCLUSIÓN Y LA DIVERSIDAD EN EL AMBIENTE LABORAL.
- Sensibilización del personal de la empresa sobre la realidad de las personas con discapacidad y desarrollo de habilidades para relacionarse con ellas.

- Mejora del clima organizacional: nuestras colaboradoras aprecian este tipo de iniciativas inclusivas, se sienten identificados con los valores que se viven en nuestra empresa y, por ende, mejora su satisfacción, su compromiso y su productividad.
- Beneficio reputacional.

Lo que los números reflejan, es que la contratación de personas con discapacidad implica más que solo una decisión consciente, conlleva un proceso especializado y complejo que en definitiva debemos mejorar, permanentemente, para hacer de él una estrategia sostenible, replicable y expandible. Nos queda mucho por aprender y camino por recorrer en este sentido.



Carrera y caminata "Amigos del migrante", BAC | CREDOMATIC Honduras.

PROGRAMA REGIONAL DE VOLUNTARIADO

Desde 2007, en la Red Financiera BAC|CREDOMATIC pusimos en marcha nuestro Programa Regional de Voluntariado como MEDIO DE ACCIÓN SOLIDARIA MEDIANTE EL CUAL NUESTROS COLABORADORES APORTAN SUS TALENTOS, CONOCIMIENTOS Y TIEMPO A PERSONAS Y COMUNIDADES EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD, EN LA BÚSQEDA DE SOLUCIONES PARA SU DESARROLLO SOSTENIBLE.

Con el paso del tiempo y la consolidación del Programa, hemos sido muy exitosos en cuanto a la cobertura del mismo, alcanzando, varios años, porcentajes de participación de hasta el 85% del total de la planilla en algunos países y varios miles de horas de servicio a la comunidad.

Sin embargo, simultáneamente, IDENTIFICAMOS LA NECESIDAD DE PROFUNDIZAR ASPECTOS RELACIONADOS CON LA INCIDENCIA Y LA SOSTENIBILIDAD REALES DE ESTAS ACCIONES EN LAS COMUNIDADES Y, SOBRE TODO, DE APROVECHAR ESTAS INICIATIVAS PARA ESTRECHAR NUESTRAS RELACIONES CON NUESTROS STAKEHOLDERS.

Esta reflexión nos llevó a redefinir la dirección del Programa para enfocarnos más en la calidad que en la cantidad voluntarios u horas aportadas, y orientar el voluntariado hacia una visión más profesional, hacia actividades menos operativas y más ligadas a nuestro quehacer y el expertise de nuestros colaboradores, y más local, en beneficio de las comunidades cercanas a nuestras sucursales y oficinas, en los países donde operamos.



Voluntariado con Aldeas SOS, BAC | CREDOMATIC El Salvador.

RESULTADOS 2014

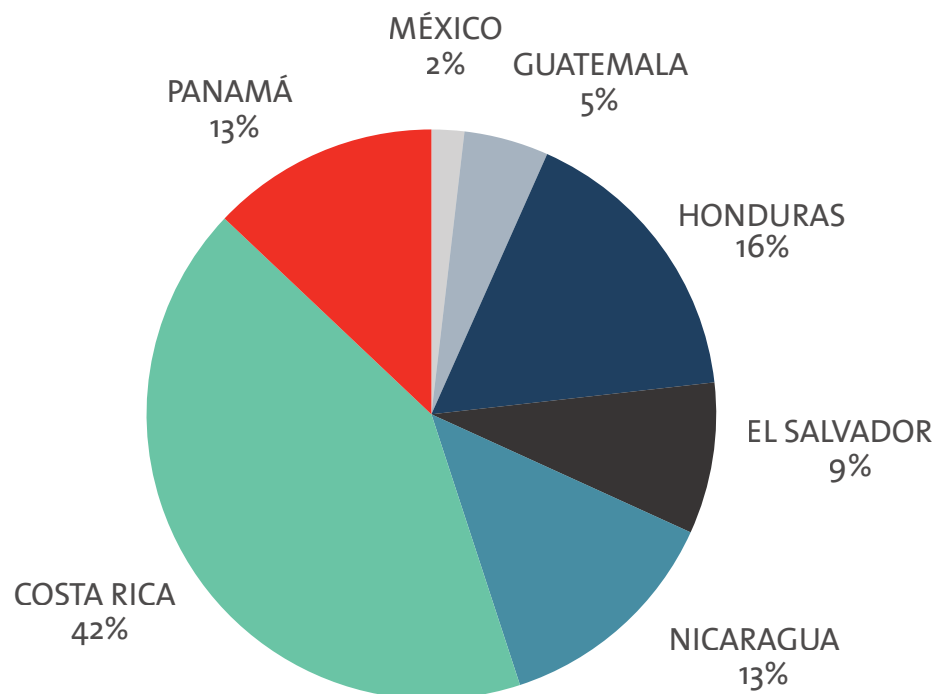
En el 2014, contamos con la participación de 8.720 voluntarios, 1.514 más que el año anterior, un 41% del total de colaboradores de la organización, quienes dedicaron un total de 30.675 horas de trabajo voluntario a programas sociales, ambientales y educativos en América Central y México, 226 más que el año anterior.

Cuadro 10
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Número y % de Voluntarios, por país, 2014

País/año	Número de voluntarios y % del total de la planilla			
	2013		2014	
México	26	4%	162	22%
Guatemala	506	25%	419	12%
El Salvador	807	36%	749	33%
Honduras	1.094	32%	1.443	40%
Nicaragua	745	34%	1.148	48%
Costa Rica	2.643	43%	3.671	63%
Panamá	1.385	80%	1.128	47%
TOTAL	7.206	39%	8.720	41%

El gráfico 11 muestra la distribución del total de voluntarios de la organización, por país.

Gráfico 11
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Distribución de voluntarios por país, 2014

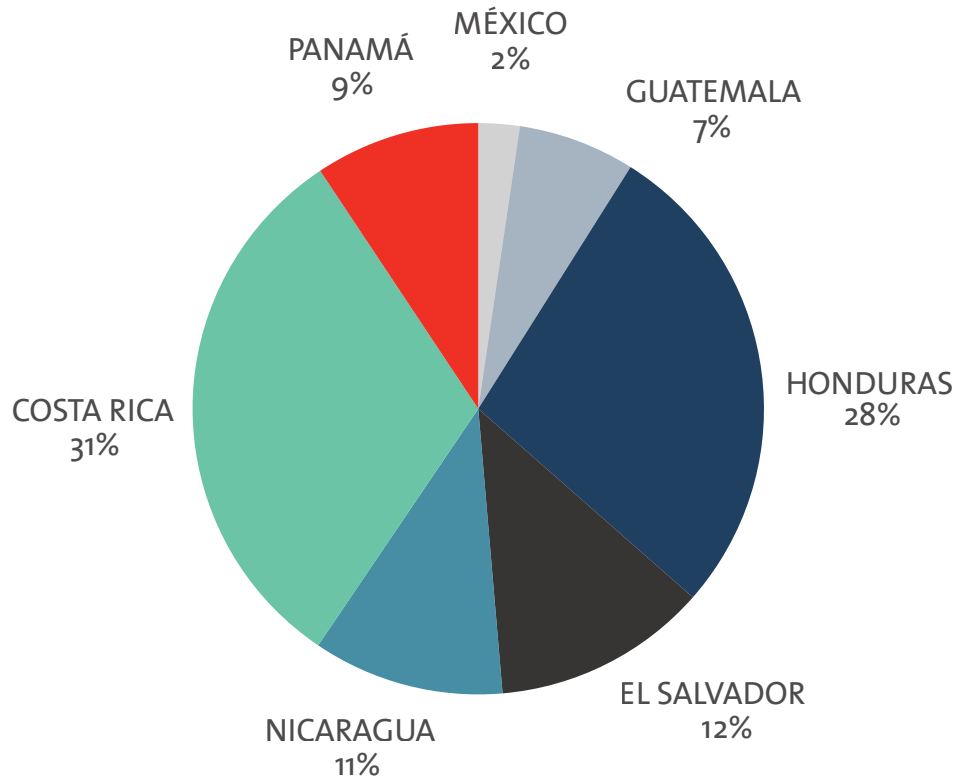


Fuente: Gerencia Regional de RSC con información de los países.

Fuente: Gerencia Regional de RSC con información de los países.

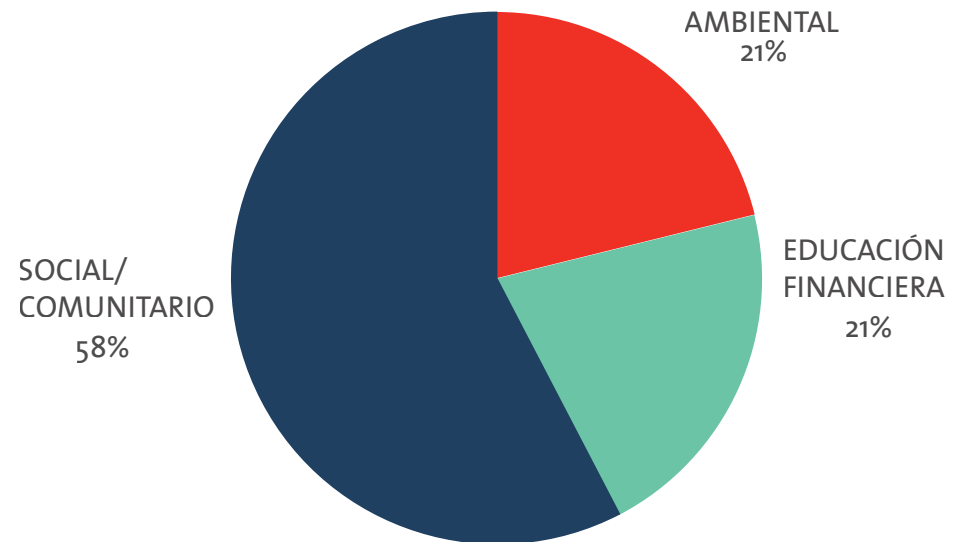
El gráfico 12 muestra el % de horas aportadas, por país.

Gráfico 12
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Distribución de horas de voluntariado aportadas, por país, 2014



El gráfico 13 muestra cómo se distribuyeron las horas de voluntariado aportadas, entre las distintas categorías temáticas de los proyectos emprendidos: 58% de horas donadas a proyectos sociales/ comunitarios, 21% a proyectos ambientales y 21% a proyectos de educación financiera.

Gráfico 13
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Número y porcentaje de horas invertidas en voluntariado, por categoría temática, 2014

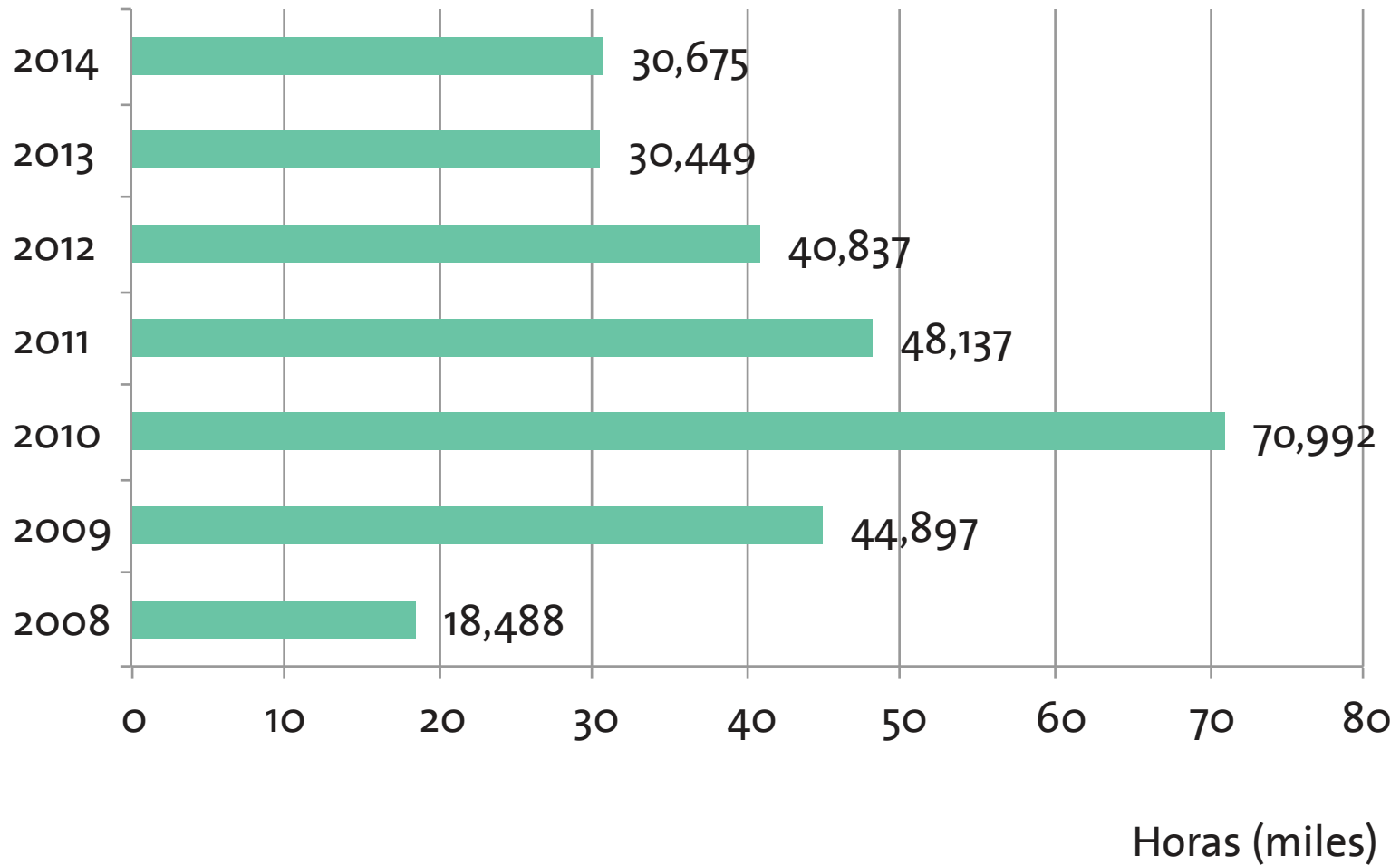


Fuente: Gerencia Regional de RSC con información de los países.

Fuente: Gerencia Regional de RSC con información de los países.

En los últimos siete años, hemos donado 284.475 horas de trabajo voluntario a nuestras comunidades vecinas.

Gráfico 14
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Número de horas invertidas en voluntariado, 2008-2014



Fuente: Gerencia Regional de RSC con información de los países.

Puede consultar los resultados y proyectos específicos relacionados con este eje, por país, en este enlace:

<https://www.rscbaccredomatic.com/nuestro-trabajo-en-rsc/desarrollo-del-talento-humano>

Estos son los héroes de hoy
en BAC apoyamos su futuro,
nuestro futuro.



pruébalo en

3
xenta

3cuenta.com



3

INCLUSIÓN FINANCIERA

Este capítulo es parte de nuestro Reporte de Sostenibilidad 2014. En él se expone la justificación, se explica el enfoque de gestión y se comunican los principales resultados y avances de uno de nuestros ejes de sostenibilidad.

Los demás capítulos de nuestro Reporte de Sostenibilidad pueden ser descargados en

www.rscbaccredomatic.com/nuestros-logros/reportes-de-sostenibilidad

¿POR QUÉ ES LA INCLUSIÓN FINANCIERA UN EJE FUNDAMENTAL EN LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD DE BAC | CREDOMATIC?

Los grupos más desventajados de la sociedad, en cualquier parte del mundo, viven básicamente en medio de limitaciones de dos tipos: la carencia de activos y la carencia de medios de acceso a esos activos.

A esta segunda situación le llamamos exclusión, porque al no existir o no contar con los canales adecuados para acceder a los activos tangibles (dinero, propiedades, otros) e intangibles (seguridad social, educación, salud, transporte, otros) que produce la sociedad, millones de personas, familias, y comunidades enteras se ven excluidas de los medios redistributivos de la riqueza y por ende, atrapadas en la imposibilidad de mejorar sus condiciones de vida.

Eso es especialmente cierto para los grupos desfavorecidos en las sociedades menos desarrolladas, y más cierto aún cuando se trata de acceso a los productos y servicios financieros.

LA INCLUSIÓN FINANCIERA ES UN FACTOR CRÍTICO PARA REDUCIR LA POBREZA Y ALCANZAR UN DESARROLLO ECONÓMICO INCLUSIVO. Según el Informe Global Findex 2014, del Banco Mundial, estudios muestran que cuando las personas participan en el sistema financiero, tienen mayor capacidad para:

- empezar y expandir negocios,
- acceder a servicios de seguridad social (como pensiones, seguros y otros),
- invertir en educación,
- gestionar riesgos y
- absorber impactos financieros.

El acceso a cuentas corrientes, de ahorros y medios de pago, por su parte, aumenta las posibilidades de ahorrar, empodera a las

mujeres e impulsa la inversión productiva y el consumo. El acceso al crédito también tiene efectos positivos en el consumo, el empleo, el ingreso y hasta la salud mental de las personas.

Según este Informe, EL ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS POR PARTE DE LAS PERSONAS Y EMPRESAS PUEDE AYUDAR A REDUCIR LA DESIGUALDAD DE INGRESOS Y ACELERAR EL CRECIMIENTO ECONÓMICO¹.

Además, las economías de escala que se derivan de los procesos masivos, reducen el costo transaccional de las entidades encargadas de ofrecer los medios de pago y, por ende, el costo para las personas de acceder a estos.

Por eso, la mayoría de los especialistas en esta materia concuerdan en que el nivel de bancarización de un país es, sin duda, un reflejo de su desarrollo.



Gira empresarial Dele combustible a su PyME, BAC | CREDOMATIC Costa Rica.

¹ Banco Mundial (2015). Global Findex 2014.

INCLUSIÓN FINANCIERA EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE

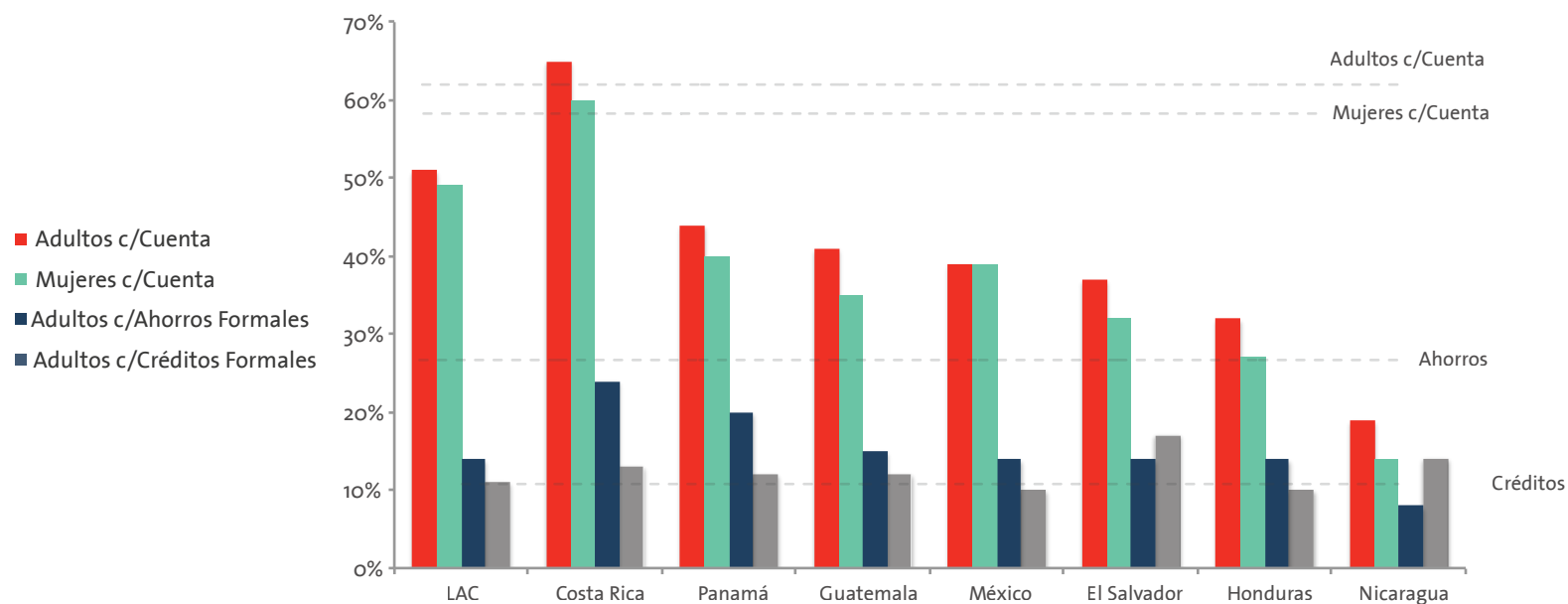
El panorama de la inclusión financiera en América Latina y el Caribe (LAC), al igual que en el resto del mundo en desarrollo, ha cambiado radicalmente en los últimos cuatro años. En LAC, más de la mitad de los adultos son titulares de cuentas bancarias, gracias a que más de 51 millones de personas se bancarizaron entre 2011 y 2014, como resultado de los esfuerzos de gobiernos, entidades financieras, empresas privadas y organizaciones de la sociedad civil por promover la inclusión financiera.

Según se desprende de los datos del Informe mencionado, el cual parte de una encuesta de Gallup entre más de 150 mil personas a nivel mundial, en 2011 solo 39% de los adultos en LAC estaban bancarizados, y en solo tres años, esta cifra se elevó a un 51%.

Ese salto permitió a los países de LAC disminuir en una quinta parte el porcentaje de adultos que no están bancarizados, avanzando al mismo ritmo que el promedio mundial: en el planeta se redujo de 2.500 millones a 2.000 millones la cantidad de adultos no bancarizados en ese período.

Los resultados de 2014 para América Central y México, así como el promedio mundial y el de LAC, en relación con indicadores clave como el porcentaje de personas mayores de 15 años que son titulares de cuentas bancarias, el porcentaje de mujeres mayores de 15 años que son titulares de cuentas bancarias y el porcentaje de adultos que tienen ahorros o créditos formales; se muestran en el gráfico 15 y el cuadro 16:

Gráfico 15
Inclusión Financiera en América Central y México vs. Promedio Mundial y LAC



Cuadro 16
Inclusión Financiera en América Central y México vs. LAC y Promedio Mundial
Datos de Global Findex 2014, Banco Mundial

	Adultos c/Cuenta	Mujeres c/Cuenta	Adultos c/Ahorros formales	Adultos c/Créditos formales
Mundo (promedio)	62%	58%	27%	11%
LAC	51%	49%	14%	11%
Costa Rica	65%	60%	24%	13%
Panamá	44%	40%	20%	12%
Guatemala	41%	35%	15%	12%
México	39%	39%	14%	10%
El Salvador	37%	32%	14%	17%
Honduras	32%	27%	14%	10%
Nicaragua	19%	14%	8%	14%

Fuente: elaboración propia con información de la base de datos del Global Findex 2014

Como se aprecia, de nuestros países solo Costa Rica tiene porcentajes que exceden el promedio de LAC en todos los rubros, y que superan o casi alcanzan los promedios mundiales.

El porcentaje de adultos con créditos formales es levemente superior al promedio mundial y de LAC en nuestros países, destacando El Salvador, con un 17%, y exceptuando a México y Panamá, solo un 1% por debajo de ambos promedios. Los resultados de este indicador, sin embargo, son los que presentan una mayor oportunidad de mejora en términos generales.

También destaca que México es el único país que no registra brecha de género en la titularidad de cuentas bancarias, que en todos los demás países de nuestra Región está entre cuatro y seis puntos porcentuales.

De hecho, la brecha de género es uno de los pocos rubros en que no hubo avances en la inclusión financiera a nivel mundial respecto a 2011, pues el porcentaje de mujeres dueñas de cuentas bancarias incrementó al mismo ritmo que el de los hombres, manteniéndose así la brecha preexistente. os generales.

Esto revela un área en la que los Gobiernos, las instituciones financieras, las empresas privadas y las organizaciones de la sociedad civil, deben concentrar acciones en el futuro inmediato: cerrar la brecha de género en este ámbito, al tiempo que se acrecienten los esfuerzos para seguir ampliando la inclusión financiera.

INCLUSIÓN FINANCIERA COMO MOTOR DE DESARROLLO

Desde esa perspectiva, pocas cosas tan importantes puede hacer una entidad financiera para aportar al desarrollo de los países, como promover la inclusión financiera de las empresas y personas. Es en este punto, donde tendría mayores oportunidades para potenciar sus beneficios hacia la sociedad, minimizando a la vez los impactos negativos derivados de las barreras de acceso que actualmente limitan el ingreso al sistema.

En razón de lo dicho, en BAC|CREDOMATIC hemos incluido la línea de trabajo 'Inclusión Financiera' como uno de los ejes centrales en nuestra estrategia de sostenibilidad de largo plazo.

Sabemos que desde la perspectiva ética debemos ampliar nuestros canales de acceso para favorecer a cada vez más personas y comprendemos que el crecimiento de nuestro negocio depende, en gran medida, de la apertura que como empresa tengamos para facilitar ese proceso de inclusión, pues solo así podremos ir bajando hacia la base de la pirámide social donde se encuentra un alto porcentaje de nuestros potenciales clientes.

En ese orden de ideas, uno de los aportes más importantes que hacemos a las sociedades donde operamos es la creación de [medios de pago y financiamiento del consumo](#), lo cual ha sido el corazón de nuestro negocio por muchos años. Pero más allá de eso, nuestro esfuerzo desde la perspectiva de sostenibilidad y responsabilidad social, se centra en la búsqueda de esquemas innovadores para hacer ese servicio cada vez más accesible a los diferentes participantes del ciclo económico.

Así, hemos promovido con mucho énfasis, no solo la apertura de [canales físicos](#) a lo largo y ancho de la Región, sino especialmente de [canales electrónicos: sistemas tecnológicos amigables, tecnología móvil y herramientas en línea](#), que facilitan los servicios a millones de personas, con seguridad y rapidez.

También hemos hecho esfuerzos importantes por acercar a las [Pequeñas y Medianas Empresas \(PyME\)](#) centroamericanas, ofreciéndoles servicios novedosos, capacitación y productos que les ayudan a crecer, generando así más empleo y riqueza en las sociedades donde operamos.

Asimismo, la creación de una línea de productos y servicios financieros especializados para [personas con discapacidad, el apoyo a Micro, Pequeñas y Medianas Empresas \(MIPyME\)](#) actuando como banca de segundo piso en vinculación con entidades locales, el financiamiento de [vivienda a familias de sectores populares](#) y otras iniciativas, todavía incipientes, de bancarización de sectores de menores ingresos, son ejemplos concretos que demuestran nuestro compromiso por desarrollar este importante eje de sostenibilidad.

Si bien tenemos aún mucho camino por recorrer en esta materia y retos importantes por superar, también tenemos claro que esta es una de nuestras principales responsabilidades con las sociedades donde operamos, y que su cumplimiento demanda de nosotros un compromiso permanente de innovación, apertura y lectura veraz de la realidad que nos rodea, para tratar de brindar servicios a cada vez más personas y empresas, promoviendo su bancarización y su inclusión en el sistema financiero.

MEDIOS DE PAGO: NUESTRO PRINCIPAL VEHÍCULO DE INCLUSIÓN FINANCIERA

Un medio de pago es cualquier instrumento comúnmente aceptado por el mercado para la adquisición de bienes o servicios. Hoy en día, el medio de pago más comúnmente utilizado es todavía el dinero en efectivo, pero desde hace unos 50 años vienen adquiriendo cada vez más protagonismo otros medios alternativos, como son las tarjetas de débito y de crédito y las transferencias electrónicas, que por sus características, pueden ser utilizadas para realizar transacciones virtuales.

BAC|CREDOMATIC, desde su fundación, ha sido una entidad enfocada en el desarrollo y comercialización de medios de pago en América Central. Además de los mencionados, contamos con una red de 1.840 cajeros automáticos y 319.306 comercios afiliados, que hacen efectivo el uso de las tarjetas como medio de inclusión financiera.



TARJETAS DE CRÉDITO

La tarjeta de crédito es un medio de pago a través del cual una entidad financiera autoriza a su cliente a hacer compras o pagos en los negocios afiliados al sistema. Funciona como un crédito automático, por un monto pre-aprobado, sobre el que el usuario asume la obligación de devolver el dinero que gaste y pagar los intereses, comisiones bancarias y otros costos pactados con la entidad que la emite.

El emisor define límites respecto a la cantidad de dinero que el cliente puede cargar a su tarjeta, de acuerdo con la política de

riesgos existente, de acuerdo con las características personales y de solvencia económica del usuario.

Generalmente, las tarjetas de crédito no exigen el pago completo del gasto efectuado cada mes, sino que ofrecen un sistema de crédito revolutivo, que acumula un interés sobre los saldos que se adeuden a una determinada fecha. El cliente tiene la opción de hacer un sólo pago de contado para cancelar la totalidad de la deuda cada mes, evitando el pago de intereses, o hacer al menos un pago mínimo, definido según el plazo que tenga la tarjeta. Si escoge esta segunda opción, deberá pagar intereses sobre el saldo pendiente.

La mayor ventaja de las tarjetas de crédito es su flexibilidad, pues brindan al usuario la posibilidad de adquirir toda clase de bienes y servicios, incluso por montos elevados de dinero, sin necesidad de cargar el efectivo o de contar con el monto total de la compra en un plazo inmediato.

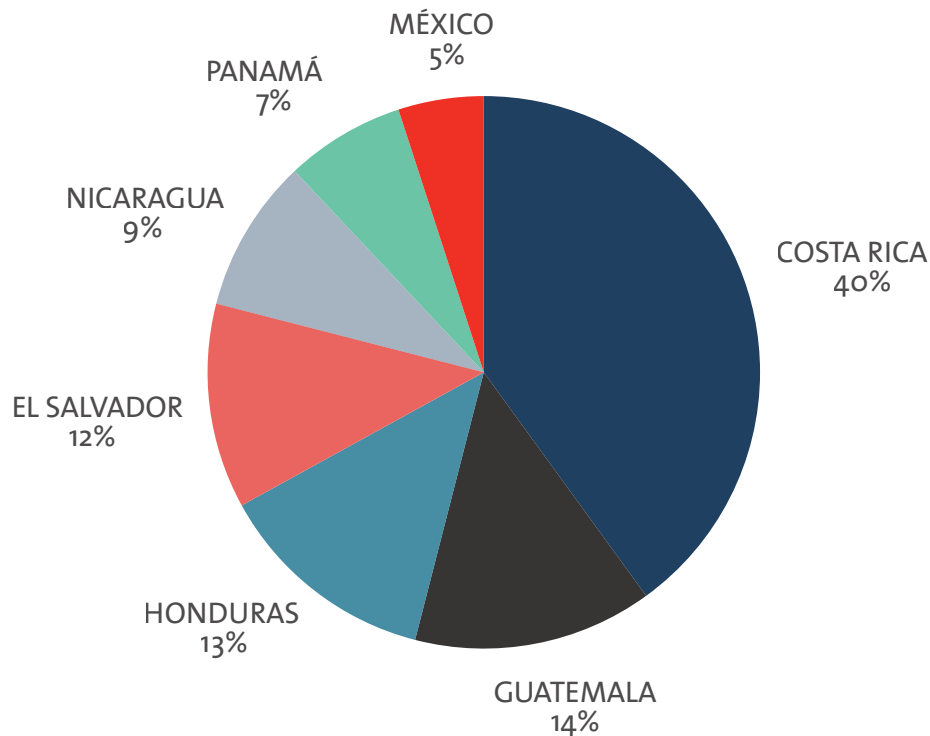
Este medio de pago es un mecanismo eficaz de inclusión financiera, pues por lo general tiene exigencias y requisitos menos estrictos que un préstamo personal o de otro tipo, permitiendo a personas de nivel socioeconómico medio y/o sin historial crediticio, acceder a un crédito automático mediante el cual pueden adquirir bienes y servicios que mejoran su calidad de vida e ir construyendo un record crediticio que les permita acceder a una gama más amplia de servicios financieros en el futuro.

La marca CREDOMATIC es pionera en la Región en el campo de tarjetas de crédito y hoy tenemos una participación del 36% en el mercado emisor de tarjeta con 2.138.965 tarjetas vigentes, un 14% más que en 2013.

En el gráfico 17 se encuentra el detalle de la participación por país en tarjetas de crédito, como porcentaje del total de tarjetas de crédito vigentes de BAC|CREDOMATIC, en el 2014.

TARJETAS DE DÉBITO

Gráfico 17
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Tarjetas de crédito vigentes: participación por país, 2014



Una tarjeta de débito es un medio de pago ligado a una cuenta de ahorro, de cheques o donde se recibe el salario. Su principal ventaja es que evita llevar el efectivo, dando comodidad y seguridad al usuario, no solo desde la perspectiva de un eventual asalto o robo, sino también desde la del control financiero, pues con una tarjeta de débito la persona solamente puede gastar lo que tiene disponible en su cuenta, puede ver sus gastos detallados en su estado de cuenta mensual del banco e ingresar a la sucursal electrónica y obtener la información detallada, en tiempo real.

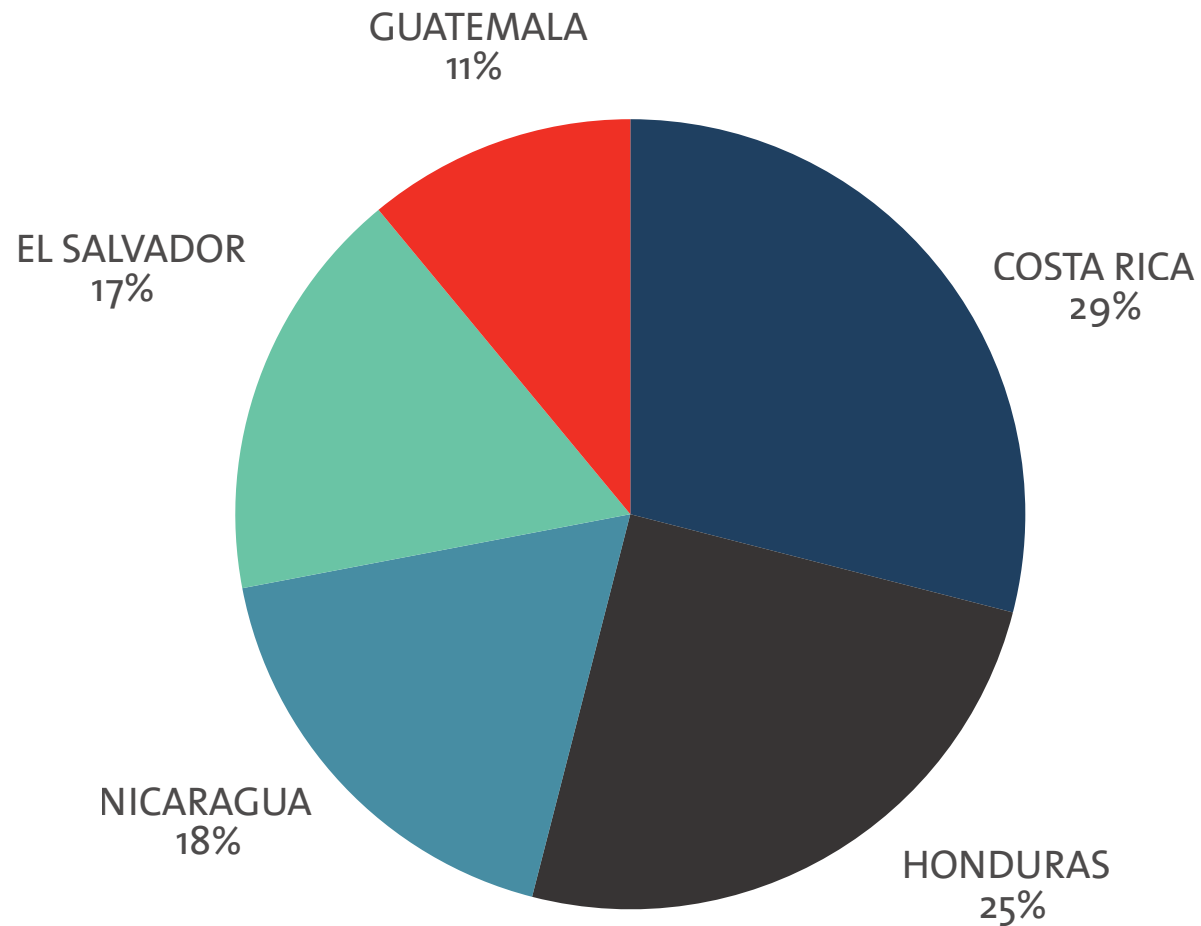
La tarjeta de débito, igual que la de crédito, se utiliza para pagar en cualquier establecimiento comercial que acepte este medio de pago. Algunas tarjetas de débito solo se pueden utilizar en los comercios localizados en el país donde opera el banco emisor, pero la mayoría tiene aceptación internacional.

Cuando una persona no bancarizada accede por primera vez a una tarjeta de débito, ingresa a un mundo nuevo de experiencias, tanto educativas, como de beneficio para su crecimiento personal. Se verá obligado a aprender el uso adecuado de un cajero automático, si es que desea retirar dinero de su cuenta sin tener que ir a la sucursal bancaria. Tendrá acceso inmediato a los programas de beneficios asociados a esa tarjeta, como por ejemplo descuentos, que en el caso de BAC|CREDOMATIC, se ligan a nuestra red de comercios afiliados. Para ver sus saldos y administrar su dinero, tendrá la posibilidad de ingresar a la sucursal electrónica, lo cual le obligará a ingresar a Internet, y con ello, a todo un nuevo mundo de información y conocimiento.

Por todo lo anterior, la tarjeta de débito es un instrumento ideal de inclusión financiera, sin costo alguno para el usuario, que le permite ingresar de una forma sencilla al proceso de bancarización, abriéndole la puerta a una experiencia que, con el tiempo y el buen uso, le dará el record necesario para acceder a otros productos financieros más sofisticados.

En el gráfico 18 se encuentra el detalle de la participación por país en tarjetas de débito, como porcentaje del total de tarjetas de débito vigentes de BAC|CREDOMATIC en el 2014: 1.851.921, 15% más que en el 2013 ².

Gráfico 18
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Tarjetas de débito vigentes: participación por país, 2014



Fuente: Dirección Regional de Tarjetas

² En México no tenemos servicios de banca. En Panamá, por un acuerdo interbancario, las tarjetas de débito operan bajo una marca compartida por todos los emisores del sistema.

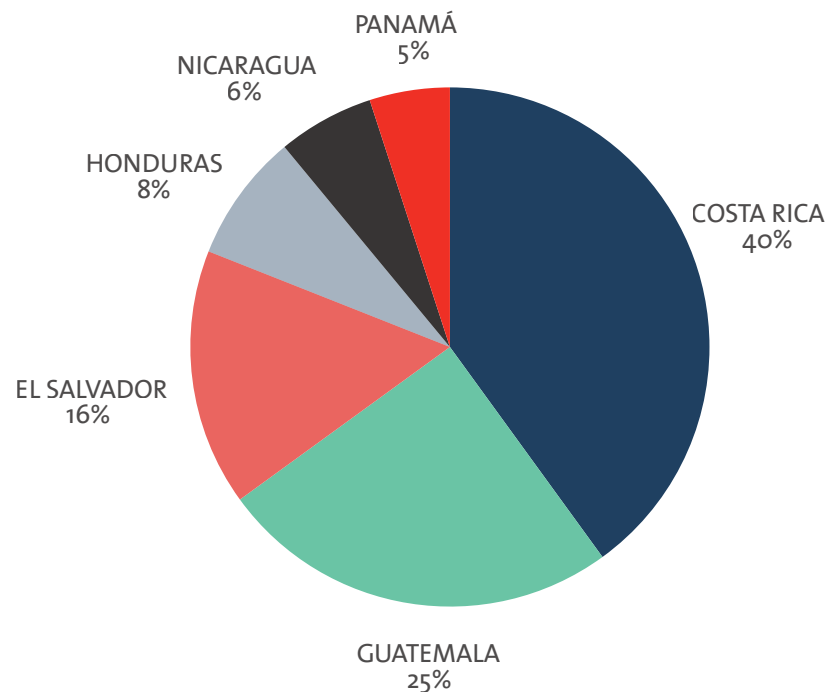
NUESTROS COMERCIOS AFILIADOS

Los comercios llamados “afiliados” o “adquirentes”, son aquellos que hacen posible el uso de los medios de pago que emiten las entidades financieras. En ese sentido, son el canal a través del cual los usuarios de tarjetas de crédito y débito, pueden hacer eficaz el uso de estos instrumentos.

Nuestros 319.306 negocios afiliados disfrutaron los beneficios de acceder a los últimos avances tecnológicos y diversos servicios especializados para el procesamiento de las principales marcas de tarjetas de crédito, permitiéndoles centrar sus operaciones con una sola compañía, para facilitar el control y la conciliación de sus ventas diarias. El 18% de nuestros comercios afiliados son PyME, 6% más que el año anterior.

Actualmente tenemos una participación del 55% del mercado en la función de adquirencia (afiliación de comercios). En el gráfico 19 se encuentra el detalle de la participación por país en comercios afiliados, como porcentaje del total de comercios afiliados a BAC|CREDOMATIC en el 2014.

Gráfico 19 ³
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Comercios afiliados: participación por país, 2014



Fuente: Dirección Regional de Tarjetas

³ En México no tenemos servicios de afiliación de comercios.

LA OFERTA DE SERVICIOS COMO MEDIO DE INCLUSIÓN FINANCIERA PARA PyME EN AMÉRICA CENTRAL

LAS PyME COMO CATALIZADOR DEL DESARROLLO ECONÓMICO SOLIDARIO

Las PyME son negocios que tienen un número reducido de trabajadores y que registran ingresos moderados, en comparación con empresas grandes o corporaciones. La definición específica de PyME varía según el país y la fuente. En algunos casos, se clasifica este tipo de empresas de acuerdo con sus ventas anuales o según el sector de la economía al que pertenecen (una en el sector industrial, por ejemplo, puede tener un volumen de facturación que, en otro sector económico, la ubicaría en otro tamaño de empresa). En la mayoría de los países, el concepto se asocia a la cantidad de empleados.

Independientemente del nivel de desarrollo de los países, en todas las economías del mundo, las PyME cumplen un papel fundamental para la creación de empleo, la cohesión social y un crecimiento económico más sostenible e inclusivo⁴. En América Latina, según datos del Banco Mundial, 89% de las empresas son PyME⁵ y la OCDE calcula que generan cerca del 67% del empleo⁶.

Con su aporte, ya sea produciendo y ofertando o demandando bienes y servicios, las PyME aumentan los flujos de dinero a escala local y constituyen un eslabón determinante de las cadenas que enlazan la actividad económica con la generación de empleo.

Al ser más intensivas en el uso de mano de obra, crean más empleos por unidad de inversión⁷ y dan trabajo a personas menos calificadas y, por ende, más pobres⁸. Dado que en conjunto emplean a una gran cantidad de personas, permiten que el mercado laboral se establezca y baje el riesgo del desempleo,

pues se genera una situación donde muchas empresas emplean a pocos trabajadores, impidiendo la concentración de la fuerza laboral en un número pequeño de empresas grandes.

Además, por su tamaño, las PyME poseen mayor adaptabilidad a los cambios del mercado y capacidad para desarrollar y difundir la innovación⁹. Esto, aunado a las particularidades de su gerencia, suele brindarles ventajas competitivas relacionadas con versatilidad y capacidad de respuesta a las demandas del mercado, que a veces no tienen las empresas grandes.

REPRESENTATIVIDAD DE LAS PyME EN AMÉRICA CENTRAL

No existe uniformidad en la definición de las PyME en los países de América Central: cada país posee sus propios criterios para medir si una empresa es considerada pequeña o mediana. La variable común utilizada (exceptuando Panamá), es el número de empleados que laboran en de la empresa; sin embargo, los rangos varían de un país a otro.

Dicho lo anterior, a continuación se presentan algunos datos tomados de distintas fuentes. No se encontró información actualizada para Honduras ni Panamá.

- En el Directorio Nacional de Empresas (DINEL, 2008) el 99,9% de las empresas de Guatemala son MiPyME (95% microempresas). Según la Federación de la Pequeña y Mediana Empresa Guatemalteca (FEPYME), aproximadamente el 40% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 85% de los empleos del país son generados por las MiPyME. La Encuesta de Empleo e Ingresos (ENEI) 2010 de ese país, arroja un dato un poco menor: cerca del

⁴ OCDE (2013), Financing SMEs and Entrepreneurs 2013: An OECD Scoreboard, OECD Publishing. http://dx.doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2013-en

⁵ IFC, Banco Mundial (2013), Mapping enterprises in Latin America and the Caribbean. www.enterprisesurveys.org

⁶ OCDE (2013). ⁷ OCDE (2013). ⁸ Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2013). ⁹ OCDE (2013).

80% de la población económicamente activa es contratada por este sector¹⁰.

- Según la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, la participación de la MiPyME en el parque empresarial salvadoreño es del 99,6%, lo que representa un total de 174.406 establecimientos, clasificados de la siguiente manera: 90,5% microempresas, 7,5% pequeñas empresas y 1,5% medianas. Su contribución al empleo nacional es del 65,5%, alrededor de 487.854 empleos¹¹.
- En Nicaragua, las PyME aportan alrededor de un 50% del PIB y contribuyen con alrededor del 90% de la tasa de empleo¹².
- En Costa Rica, las PyME representan el 95% del parque empresarial del país, aportan el 30% del PIB y generan el 47% de empleos del sector privado¹³.

EL MODELO DE INCLUSIÓN FINANCIERA DE PyME EN BAC | CREDOMATIC

Partiendo del interés de ampliar nuestra presencia en otros estratos de la sociedad, desde inicios del 2008, en BAC|CREDOMATIC hemos venido avanzando en el Programa de Atención Integral a PyME, como una de las líneas centrales en nuestra estrategia de inclusión financiera.

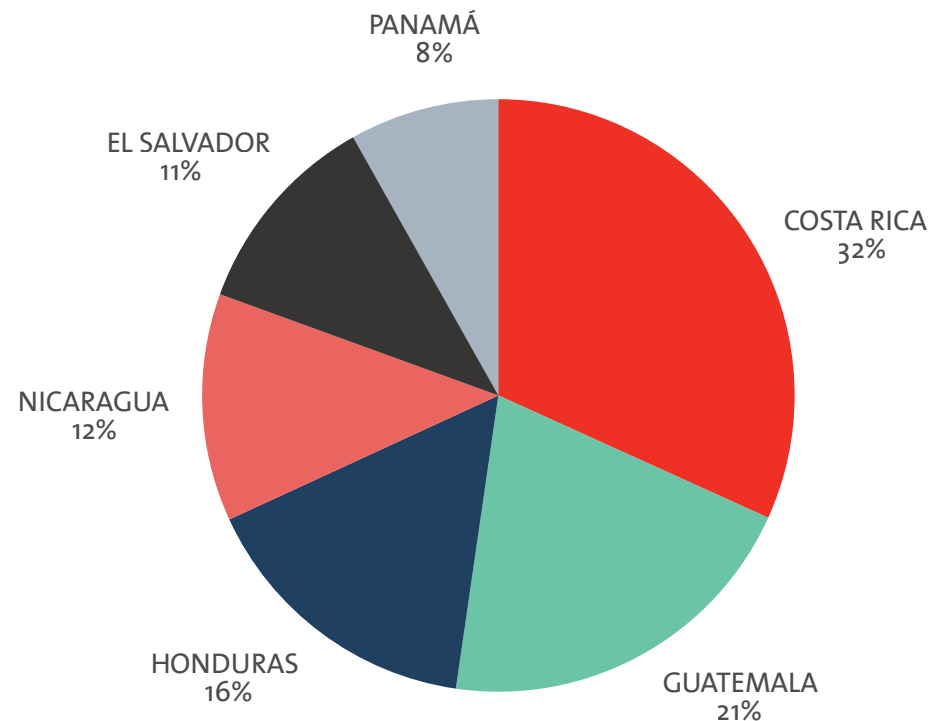
Tomando en cuenta los elementos particulares de las PyME analizados arriba, vemos en este sector un gran potencial de negocio, pero a la vez, la posibilidad de llegar a nuevos grupos de población para promover una mejor distribución de riqueza y mayor desarrollo de las sociedades donde operamos.

El Programa de Atención Integral a PyME pone al servicio de estas empresas una serie de herramientas que favorecen su crecimiento

y les permite ligarse eficazmente a la cadena de valor de las grandes corporaciones y compañías. Estos productos y servicios han sido desarrollados a la medida de sus necesidades, facilitando así su vinculación exitosa al mercado, su crecimiento sostenido y su pervivencia en el largo plazo.

Los resultados de avances para el período 2013-2014, se resumen en los cuadros y gráficos mostrados.

Gráfico 20
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Clientes Cartera PyME, por país, 2014



Fuente: Dirección Regional de Banca

¹¹ Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (2014). www.camarasal.com

¹² <http://jcvalda.wordpress.com/2010/06/18/realidad-pyme-en-nicaragua/>

¹³ Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), Costa Rica (2014). Estudio sobre la caracterización de la oferta financiera y no financiera en apoyo a las PyME en 2013. www.pyme.go.cr

Gráfico 21
 Red Financiera BAC|CREDOMATIC
 Saldos a la vista PyME, por país, 2014

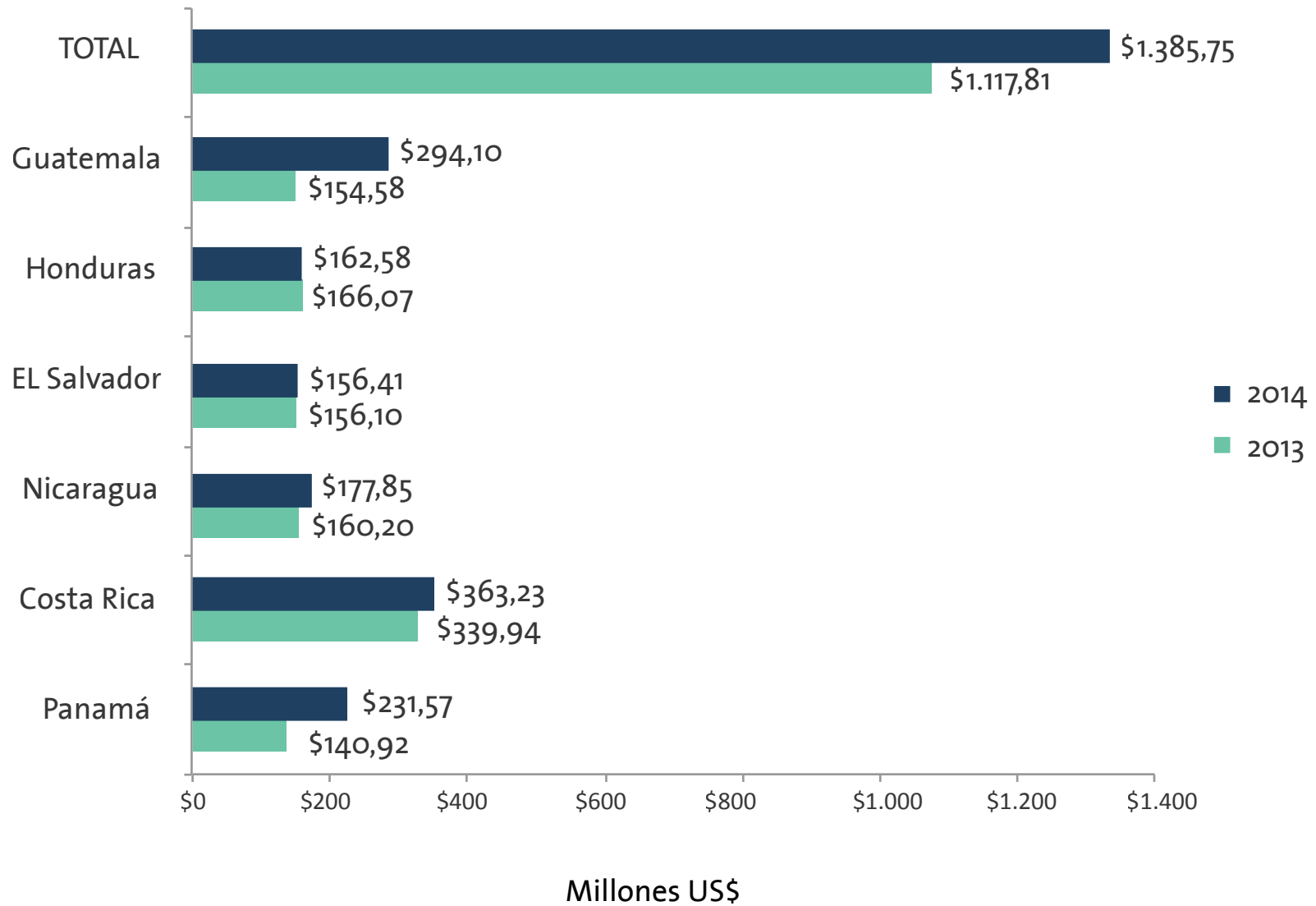
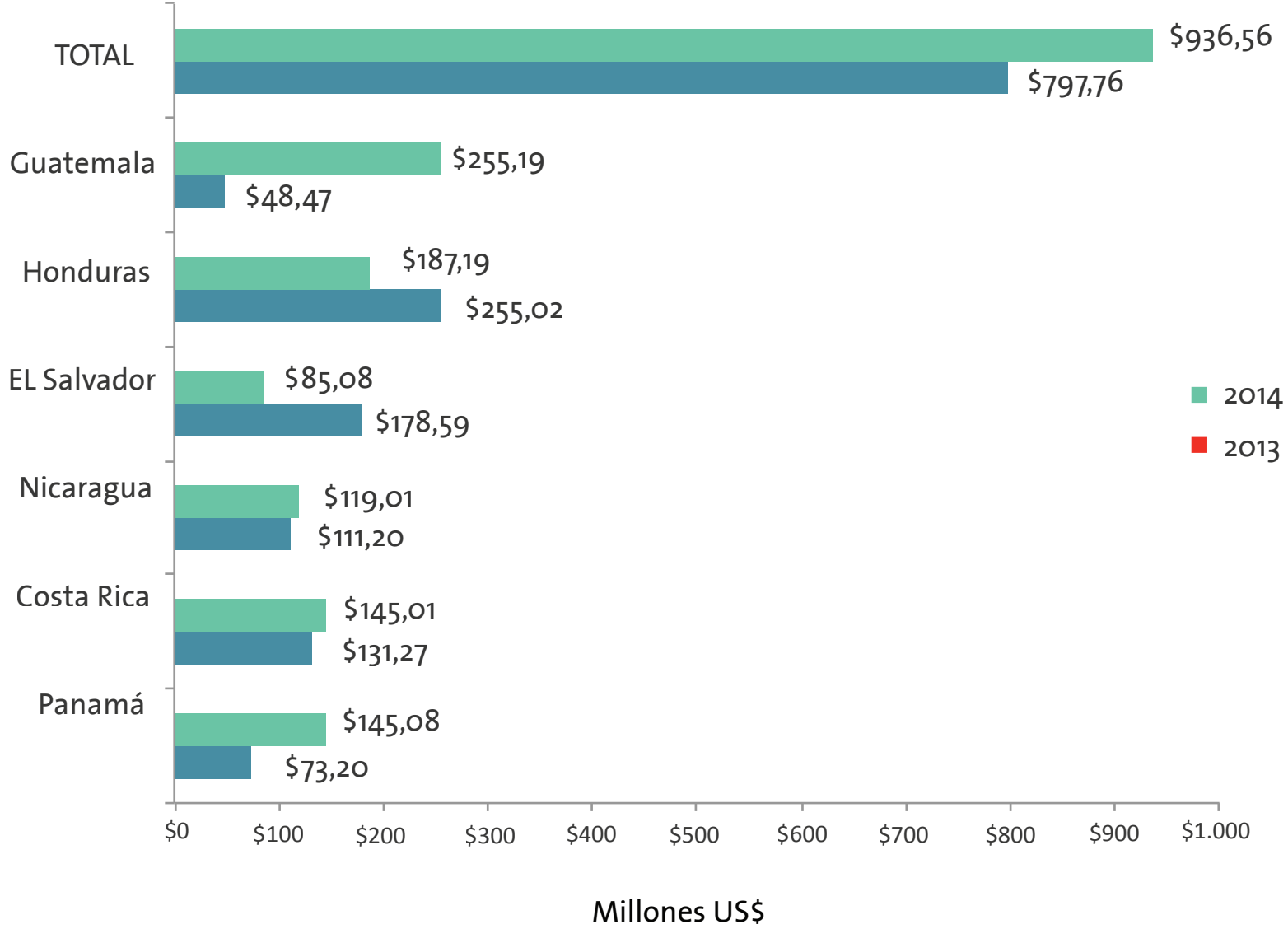


Gráfico 22
 Red Financiera BAC|CREDOMATIC
 Cartera aprobada PyME, por país 2014



Fuente: Dirección Regional de Banca

La cartera de clientes PyME aumentó en un 28%, de 2013-2014, para alcanzar un total de 162.434 clientes. Los saldos a la vista aumentaron un 24%, para alcanzar los US\$1.385,75 millones, mientras la cartera aprobada para el sector aumentó en 17%, para alcanzar los US\$936,56 millones.

Cuadro 23
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Principales datos del Programa de Atención Integral a PyME, 2013-2014

Indicadores 2013	Guatemala	Honduras	El Salvador	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	TOTAL 2013
PyMES con crédito ¹⁴	376	2.745	1.944	2.161	1.554	524	9.304
Cantidad de clientes PyME con afiliación	8.653	5.720	4.484	5.745	24.406	2.437	51.445
PyME que cuentan con pago electrónico de proveedores	125	228	318	243	571	129	1.614
PyME que cuentan con pago electrónico de planillas	416	1.365	1.271	1.194	2.210	427	6.883
Cantidad de empleados de PyME incluidos en pago electrónico de planillas	7.806	31.847	32.007	25.216	33.835	9.154	139.865
PyME participantes en capacitación	170	764	1.825	445	1.604	323	5.130 ¹⁵

Fuente: Dirección Regional de Banca y Gerencia Regional de RSC

¹⁴ Dato no incluye líneas de crédito.

¹⁵ Se corrige el dato reportado en 2013, año en que se reportó el número de personas representantes de PyME capacitadas (7.646), en lugar del número de PyME que estos representaban (5.130).

Cuadro 23
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Principales datos del Programa de Atención Integral a PyME, 2013-2014

Indicadores 2014	Guatemala	Honduras	El Salvador	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	TOTAL 2014
PyME con crédito	1.705	1.945	927	2.423	1.622	1.408	10.030
Cantidad de clientes PyME con afiliación	9.420	5481	4.419	6.440	28.131	2.956	56.847
PyME que cuentan con pago electrónico de proveedores	221	254	351	307	676	182	1.991
PyME que cuentan con pago electrónico de planillas	939	1.394	1.296	1.293	2.604	523	8.049
Cantidad de empleados de PyME incluidos en pago electrónico de planillas	17.851	32.314	31.256	25.420	39.186	10.600	156.527
PyME participantes en capacitación	321	1.162	1.302	1.050	2.135	364	6.334

La cantidad de PyME con crédito aumentó en un 8%, para llegar a 10.030 empresas, así como la cantidad de comercios afiliados PyME, que creció un 11%, a 56.847 negocios PyME, casi una quinta parte del total de afiliados.

Asimismo, la cantidad de PyME que cuentan con servicios especiales, como pago electrónico a sus proveedores y pago electrónico de planillas, aumentó en un 23% y un 17%, para alcanzar las 1.991 y 8.049 empresas respectivamente. La cantidad de empleados de PyME a quienes se les paga vía electrónica, fue de 156.527 personas. Como se mencionó anteriormente, estos servicios son una importante vía de inclusión y educación financiera, ya que muchas de estas personas podrían no estar bancarizadas o estar sub-bancarizadas, si no se ofreciera este tipo de servicios a sus empresas cliente (contratantes) o empleadores.

Finalmente, en el 2014 se capacitaron 6.334 PyME en temas de educación financiera para mejorar su gestión empresarial. La información sobre este Programa se detalla en el capítulo de Educación y Salud Financiera.



Puede consultar los avances y proyectos específicos relacionados con este eje, por país, en este enlace:

[http://rscbaccredomatic.com/nuestro-trabajo-en-rsc/inclusion-financiera.](http://rscbaccredomatic.com/nuestro-trabajo-en-rsc/inclusion-financiera)





EL Hábito del Ahorro
Es un valor para toda la vida

Aprende Jugando

BAC

BAC | CREDOMATIC

4

EDUCACIÓN Y SALUD FINANCIERA

Este capítulo es parte de nuestro Reporte de Sostenibilidad 2014. En él se expone la justificación, se explica el enfoque de gestión y se comunican los principales resultados y avances de uno de nuestros ejes de sostenibilidad.

Los demás capítulos de nuestro Reporte de Sostenibilidad pueden ser descargados en

www.rscbaccredomatic.com/nuestros-logros/reportes-de-sostenibilidad

¿POR QUÉ ES LA EDUCACIÓN FINANCIERA UN EJE FUNDAMENTAL PARA BAC | CREDOMATIC?

Promover la salud financiera es una función derivada directamente de lo que reza nuestra visión empresarial: “Ser la organización financiera preferida de las comunidades que atendemos por nuestro liderazgo en medios de pago, por nuestra solidez, confiabilidad, avanzada tecnología y conectividad con **personas y empresas, a quienes les simplificamos la vida, facilitándoles la realización de sus sueños y el logro de sus metas**”.

La realización de los sueños y el logro de las metas de las personas y empresas que se relacionan con BAC|CREDOMATIC dependen, en gran medida, de la salud financiera que estas fomenten y mantengan a lo largo de su vida.

Salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social. **EN TÉRMINOS FINANCIEROS, SALUD ES AQUELLA SITUACIÓN DONDE EXISTE UN EQUILIBRIO ADECUADO ENTRE INGRESOS Y GASTOS, FLUJO DE CAJA Y DEUDA, AHORRO Y PLANES FUTUROS.**¹

Al igual que sucede con el cuidado de la salud humana, para lograr un buen estado de salud financiera, es necesario planificar, nutrirse bien, evitar los excesos, hacer ejercicios y realizar chequeos periódicos, logrando así un balance adecuado e integral².

El concepto de salud financiera es aplicable a cualquier persona, independientemente de su nivel de ingresos. Todos podemos alcanzarla si somos ordenados en el manejo de nuestro dinero, procurando que nuestros gastos no sobrepasen nuestros ingresos. Para ello, es necesario utilizar herramientas como el presupuesto, que nos permite poner por escrito, de forma ordenada los ingresos y egresos previstos para un determinado período, definiendo cuales son los límites aceptables de gasto en cada rubro, según el nivel de ingresos que tenemos disponible.

En BAC|CREDOMATIC ofrecemos una serie de productos y servicios que ayudan a nuestros stakeholders a alcanzar esa salud financiera, a partir de una mejor comprensión del balance que debe existir entre sus ingresos y egresos.

Siguiendo la misma lógica de la salud humana, la disciplina del ahorro vendría a ser la medicina preventiva para males imprevistos, como el desempleo, la enfermedad, la incapacidad temporal o permanente, las crisis del entorno, entre otras. **EL AHORRO ES UN ELEMENTO INDISPENSABLE SI QUEREMOS LLEGAR A TENER UN NIVEL DE SALUD FINANCIERA ÓPTIMO.** —

Nuestros productos de ahorro, como BAC Objetivos, Ahorra tu vuelto, y otros, se convierten en una forma de fomentar una actitud preventiva frente a las eventualidades que puedan presentarse en la vida de las personas, así como un instrumento para el financiamiento de sus proyectos a mediano y largo plazo.

En este mismo orden de ideas, el endeudamiento es como el colesterol: es bueno tenerlo, siempre y cuando se mantenga en un nivel adecuado, evitando que sobrepase ciertos límites que ponen en peligro la salud financiera. Cuando el sobre endeudamiento se presenta, por las razones que sea, es aconsejable consultar a un asesor que nos ayude a ordenar nuestras finanzas. Algunas veces el resultado de esta consulta exigirá la aplicación de una disciplina rígida, y esta, igual que las dietas alimenticias, seguramente nos privará, al menos temporalmente, de aquellos hábitos que nos llevaron a dicha situación.

En el marco de nuestro Programa de Educación Financiera, ofrecemos a nuestros stakeholders información y técnicas para evitar el sobre endeudamiento y otras prácticas no aconsejables para conservar la salud financiera.

¹ Vides, Luis Felipe. ¿Cómo está mi salud Financiera? <http://www.iniciativat.com>

² www.bancaynegocios.com/salud-financiera

Igual que un deportista debe conocer los detalles de la disciplina que practica y entrenar todos los días para lograr su meta, nuestra salud financiera requiere de formación y entrenamiento constantes. Es clave entender el funcionamiento del dinero y conocer los diversos instrumentos de pago, inversión, ahorro y crédito que hoy ofrece el mercado, pero más aún, ejercitarnos en su uso, para llegar a dominarlos y utilizarlos a favor de nuestra salud financiera.

En BAC|CREDOMATIC brindamos a nuestros clientes información detallada y completa sobre el uso de nuestros productos y servicios. Fomentamos permanentemente la transparencia como un eje transversal de nuestras operaciones comerciales y publicamos los detalles necesarios para que nuestros clientes tomen decisiones informadas y conscientes, que aporten a su salud financiera.

En síntesis, nuestro propósito fundamental en este eje estratégico, es educar y acompañar a nuestros stakeholders en la búsqueda de mayor salud financiera, conscientes de que nuestra propia sostenibilidad depende, en gran medida, del nivel de bienestar y desarrollo que ellos alcancen.

PROGRAMA REGIONAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA

El Programa de Educación Financiera es parte integral de nuestros esfuerzos por avanzar hacia un modelo de negocios cada vez más responsable, propiciando la formación de ciudadanos más informados y conscientes y la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo.

Este Programa está en consonancia con nuestra estrategia comercial y se ofrece como valor agregado a nuestros públicos de interés, con el fin de promover el consumo responsable. Al mismo tiempo, actúa como una medida preventiva para minimizar los posibles efectos negativos que pueden derivarse de la falta de

educación en este campo, como el endeudamiento excesivo, la morosidad y el uso inadecuado de algunos productos ofrecidos por las entidades del sector financiero.

Las iniciativas del Programa se desarrollan de forma presencial y virtual, y se clasifican según el público de interés al cual están dirigidas:

- **Adultos:** clientes persona, empleados de clientes empresariales, docentes, colaboradores de BAC|CREDOMATIC y personas de comunidades vecinas.
- **PyME:** empresas con créditos por un monto igual o menor a US\$1 millón, con saldos a la vista iguales o menores a US\$250.000,000 con una nómina de 100 empleados o menos. Incluye empresas clientes, proveedoras y comercios afiliados.
- **Estudiantes:** jóvenes que cursan la secundaria en centros educativos públicos o privados o que asisten a Universidades, Institutos Para universitarios o de Formación Técnica, entre otros.

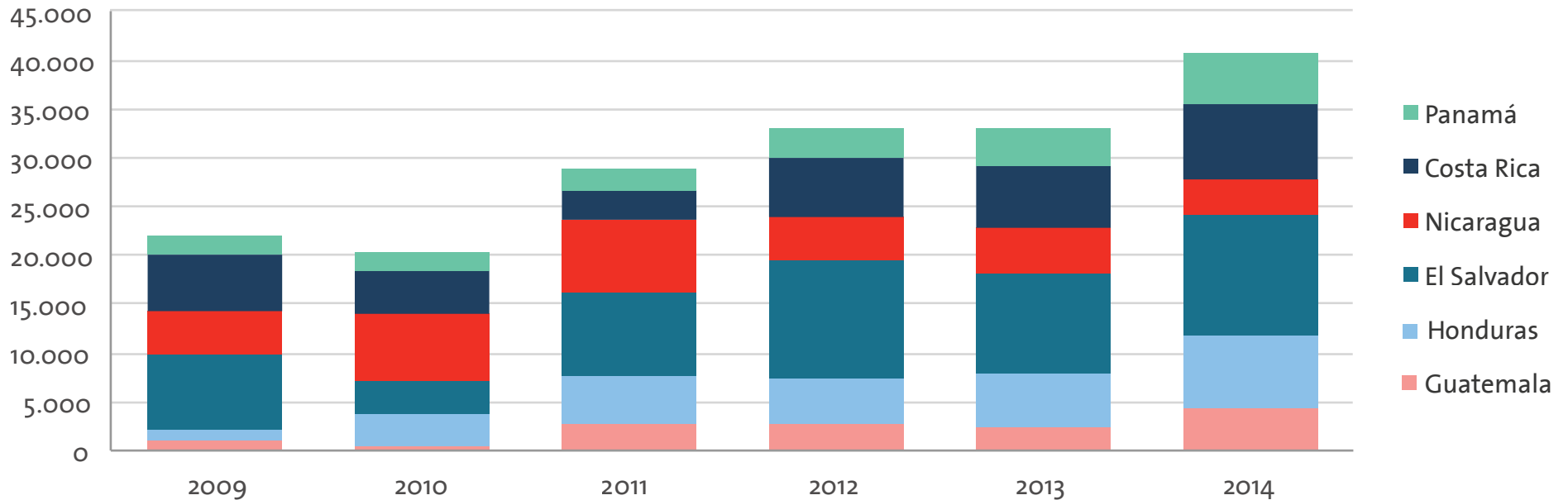
ESTAMOS CONVENCIDOS DE QUE UNA POBLACIÓN MEJOR FORMADA EN TÉRMINOS FINANCIEROS LOGRARÁ MAYOR CALIDAD DE VIDA, POTENCIARÁ SU CAPACIDAD DE EMPLEABILIDAD Y HARÁ MAYORES APORTES AL DESARROLLO DE LA REGIÓN. Por eso, para BAC|CREDOMATIC, el Programa de Educación Financiera es uno de los aportes concretos que hacemos al desarrollo de los países donde operamos.

Seguidamente se describen los principales avances que alcanzamos en el 2014, por público meta.

EDUCACIÓN FINANCIERA PARA ADULTOS : AVANCES 2014

En el 2014, capacitamos a 40.813 adultos mediante cursos presenciales en la Región, 23% más que el año anterior. EN LOS ÚLTIMOS 6 AÑOS, HEMOS CAPACITADO, de manera presencial, A UN TOTAL DE 178.177 PERSONAS ADULTAS EN LA REGIÓN.

Gráfico 24
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Cobertura en educación financiera presencial para adultos, 2009-2014



Fuente: Gerencias de RSC de los países

En el 2014, capacitamos de manera presencial a 40.813 adultos en la Región, 23% más que el año anterior. El país con mayor cobertura en el 2014 fue El Salvador: 12.442 adultos, 22% más que en el 2013; que sigue siendo el país con mayor cobertura general: 54.155 adultos, 30% del total regional.

El país con mayor crecimiento relativo en el 2014 fue Guatemala: 4.475 adultos, 86% más que en el 2013. Este incremento se explica parcialmente por la capacitación impartida a los colaboradores del Banco Reformador, adquirido por BAC|CREDOMATIC. Además, se realizaron invitaciones a clientes empresa y comercios afiliados, ofreciendo capacitar a sus colaboradores y se contactó a las empresas afiliadas al Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala (CentraRSE), para capacitar a su personal y la planilla de otras empresas que estas a su vez nos refirieron.



Capacitación de Educación Financiera para la Vida, BAC | CREDOMATIC Guatemala.

REPORTES FINANCIEROS EN SUCURSAL ELECTRÓNICA: MIS FINANZAS

El objetivo de la sección Mis Finanzas, en nuestra sucursal electrónica, es brindar a nuestros clientes una herramienta que les permite visualizar y analizar sus patrones de consumo, a lo largo del tiempo o en un periodo específico, para planificar, tomar decisiones informadas y avanzar hacia su salud financiera.

En **Mis Finanzas** están disponibles tres tipos de reportes: Mis Cuentas (Bancarias), Mis Compras y Mis Tarjetas. El usuario define las fechas y la moneda de la consulta que desea realizar, así como los productos que desea incluir en los gráficos que automáticamente genera el sistema.

El análisis de esta información permite a nuestros clientes minimizar los posibles efectos negativos que pueden derivarse del desconocimiento, a la hora de gestionar su dinero.

En **Mis Cuentas** el cliente puede observar, mediante gráficos de

pastel, la información de sus cuentas bancarias, de forma individual o consolidada: sus ingresos desglosados en depósitos de efectivo, transferencia de fondos y otros; sus egresos desglosados en retiros de efectivo, transferencia de fondos y otros; y el balance del periodo. Adicionalmente, se muestra un resumen de los planes de ahorro del cliente y el total ahorrado en el periodo consultado.

Por su parte, en **Mis Compras** se muestra el porcentaje de consumo realizado por el cliente con sus tarjetas de crédito, ya sea consolidado o individual por tarjeta, por tipo de industria, por ejemplo: supermercados; farmacia y salud; entretenimiento; gasolineras; servicios públicos; ropa, zapatería y hogar; entre otras. También se puede ver el detalle de la cantidad de transacciones realizadas y el monto total consumido durante las fechas de la consulta, por industria.

Finalmente, Mis Tarjetas presenta a los tarjetahabientes un resumen consolidado de sus tarjetas de crédito que incluye compras, retiros, pagos y adelantos de efectivo.

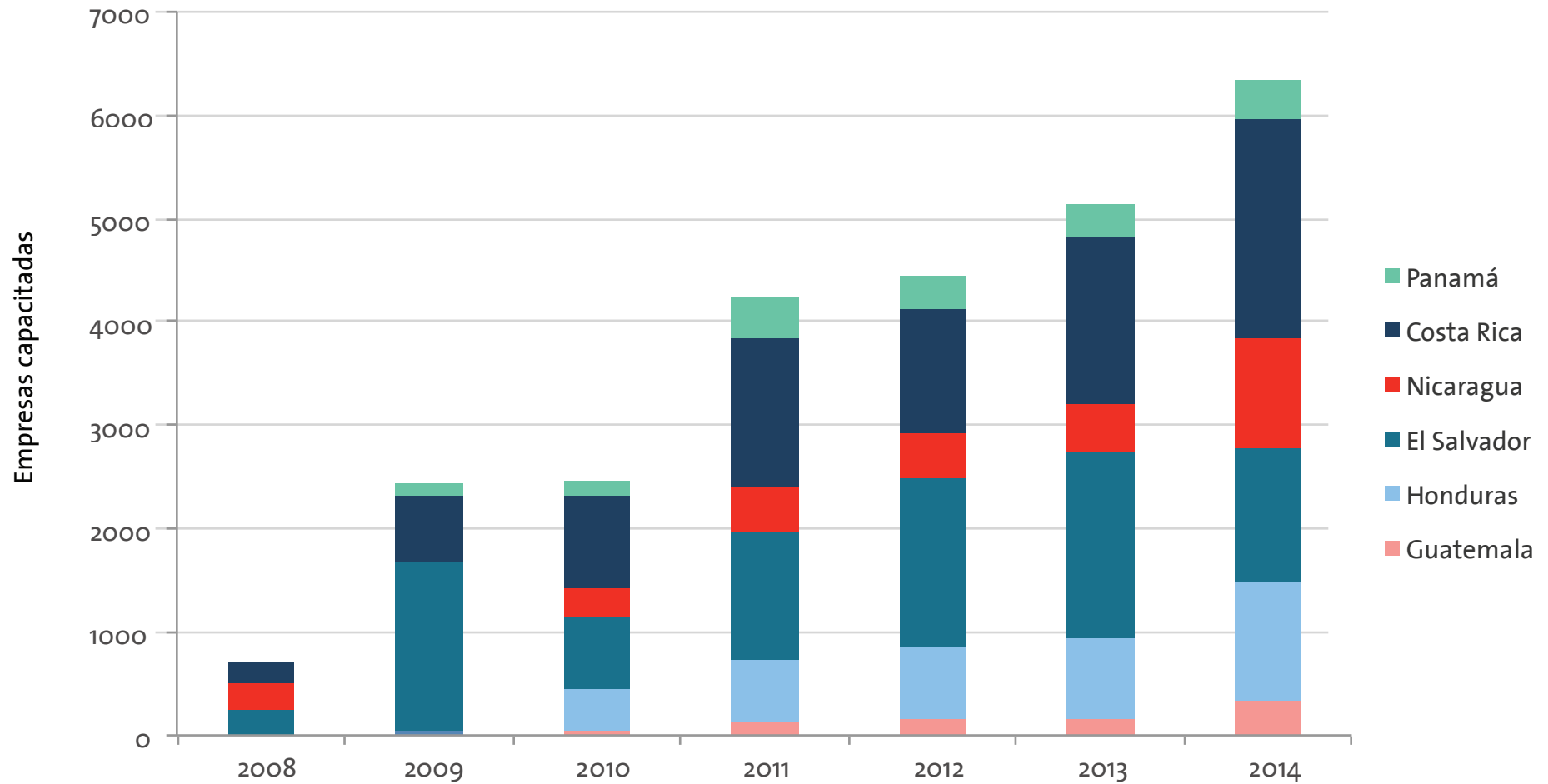
EDUCACIÓN FINANCIERA A LAS PyME: AVANCES 2014

Como se detalló en el capítulo 3, nuestro Programa de Atención Integral a Financiera a Pequeñas y Medianas Empresas (PyME) se enmarca dentro de una lógica de inclusión financiera para poblaciones no tradicionales, la cual ofrece diversos componentes con el objetivo de fortalecer este importante sector de la economía centroamericana.

En el proceso de conocer y entender mejor las necesidades de este sector, aprendimos que ese objetivo no se logra solamente otorgando crédito, es necesario ofrecer otra serie de valores agregados que complementen el servicio integral que requieren las PyME, como es la capacitación en temas administrativos, para vigorizarlas y que puedan avanzar hacia formas cada vez más eficaces y responsables de gestionar su negocio.

En el campo de la educación financiera para este sector, en 2014 capacitamos a 6.334 empresas, un 23% más que en 2013.³

Gráfico 25
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Cobertura en educación financiera para PyME 2008-2014



*Por EF para PyME se entiende el curso presencial de Excelencia Financiera para PyME y otros.

Fuente: Gerencia Regional de RSC, con datos de los países

³ Se corrige el dato reportado en 2013, año en que se reportó el número de personas representantes de PyME capacitadas (7.646), en lugar del número de PyME que estos representaban (5.130).

El país con mayor cobertura en el 2014 fue Costa Rica: 2.135 empresas, 33% más que en el 2013.

El país con mayor crecimiento relativo en el 2014 fue Nicaragua, con 1.050 empresas, 136% más que en el 2013. Esto respondió parcialmente a un ajuste general realizado a las metas, las cuales se establecieron, ya no necesariamente con base en el desempeño de años anteriores, si no procurando que fueran más proporcionales al número de clientes en cada país. Pero cabe destacar además algunas iniciativas particularmente creativas y efectivas que el país realizó para alcanzar su nueva y ambiciosa meta: toda promoción en centros comerciales o áreas turísticas que sacó la empresa, fue acompañada de un componente de capacitación para PyME. Asimismo, la aprobación de todo patrocinio a foros o ferias, fue condicionada a que se reservara en los mismos, un espacio para realizar charlas de Educación Financiera.

En los últimos siete años, HEMOS LLEGADO CON CAPACITACIÓN PRESENCIAL A 25.704 PyME CLIENTES, AFILIADAS Y PROVEEDORES, APORTÁNDOLES CONOCIMIENTOS Y HERRAMIENTAS QUE FORTALECEN SU NEGOCIO Y COAYUDAN A SU SOSTENIBILIDAD en el largo plazo. El país con mayor cobertura en este Programa es El Salvador, con 8.315 empresas, 33% del total regional; seguido de cerca por Costa Rica, con 7.931 empresas, 32% del total regional.

ALIANZAS PARA LA EDUCACIÓN FINANCIERA DE LOS JÓVENES

Para la implementación de nuestro Programa de Educación Financiera para Jóvenes, en la Red Financiera BAC|CREDOMATIC hemos establecido un esquema de alianzas público-privadas que busca su sostenibilidad social en el largo plazo, a través de la incidencia en las políticas públicas nacionales.

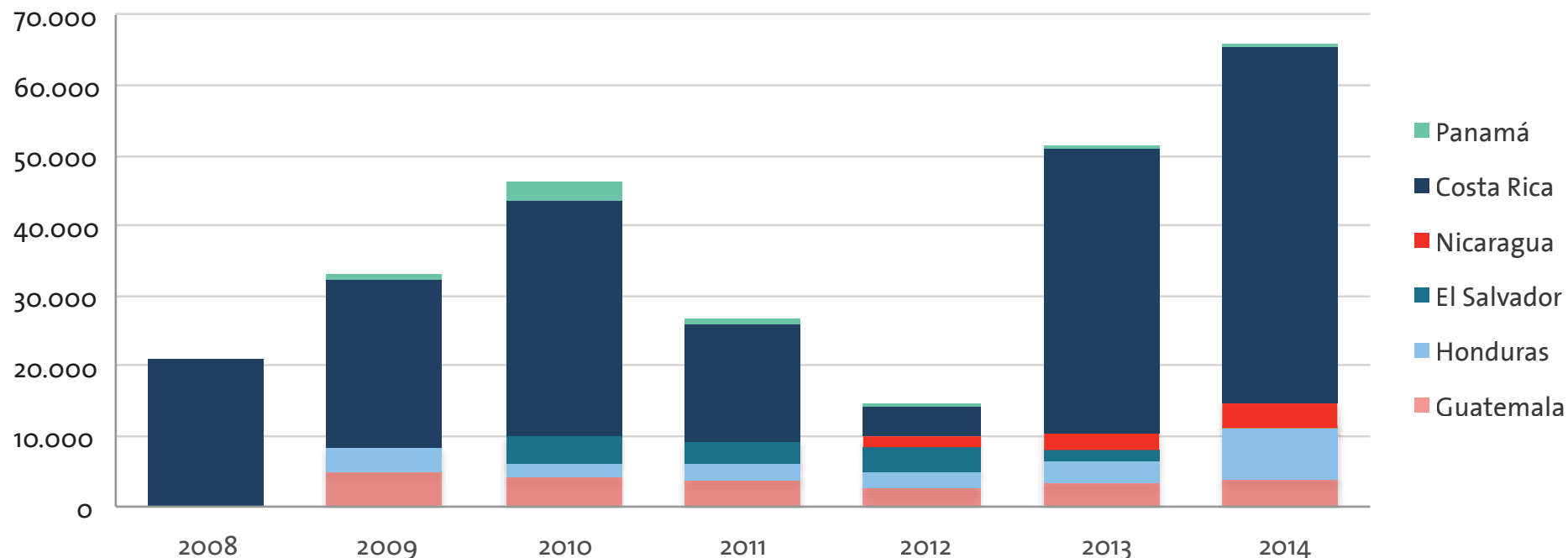
IMPLENTAMOS NUESTRO PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA PARA JÓVENES MEDIANTE ALIANZAS PÚBLICO - PRIVADAS

Nuestra experiencia en este campo constituye un importante referente sobre cómo el empresariado puede abordar de forma exitosa sus responsabilidades, fusionando la participación del Estado, la empresa privada y la sociedad civil, hacia el logro de objetivos comunes con beneficio social.

El caso más claro y exitoso es la alianza que hemos logrado establecer e implementar con el Ministerio de Educación Pública (MEP) de Costa Rica. En menor escala, también avanzamos en iniciativas similares en los demás países de la Región.

El gráfico 26 resume los avances más importantes que hemos alcanzado en esta línea de trabajo, durante los últimos siete años.

Gráfico 26
 Red Financiera BAC|CREDOMATIC
 Avances en la cobertura en Educación Financiera a jóvenes estudiantes, 2008-2014



Fuente: Gerencia Regional de RSC, con datos de los países

En el 2014, capacitamos de manera presencial a 65.819 jóvenes en la Región, 28% más que el año anterior. El país con mayor cobertura en el 2014 fue Costa Rica: 50.837 estudiantes, 25% más que en el 2013, gracias a nuestra alianza con el Ministerio de Educación Pública de ese país. Honduras tuvo un crecimiento relativo muy importante, del 137%, pasando de capacitar 3.090 estudiantes en 2013 a 7.333 en 2014, gracias a nuevas alianzas concretadas con las Universidades UNITEC y CEUTEC.

De 2008 al 2014, contabilizamos 258.475 JÓVENES CAPACITADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA EN LA REGIÓN.



Puede consultar los resultados y proyectos específicos relacionados con este eje, por país, en este enlace:

<http://www.rscbaccredomatic.com/nuestro-trabajo-en-rsc/educacion-y-salud-financiera>





5

PROMOCIÓN AMBIENTAL

Este capítulo es parte de nuestro Reporte de Sostenibilidad 2014. En él se expone la justificación, se explica el enfoque de gestión y se comunican los principales resultados y avances de uno de nuestros ejes de sostenibilidad.

Los demás capítulos de nuestro Reporte de Sostenibilidad pueden ser descargados en

www.rscbaccredomatic.com/nuestros-logros/reportes-de-sostenibilidad

¿POR QUÉ ES EL TEMA AMBIENTAL UN EJE FUNDAMENTAL DE NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD?

En BAC|CREDOMATIC, el tema ambiental es un eje fundamental de nuestra estrategia de sostenibilidad por cuanto comprendemos la trascendencia que este tiene para la supervivencia de la humanidad en el mediano y largo plazo. Vemos la utilización inadecuada que el ser humano ha hecho de los recursos naturales como una deuda que tenemos con las generaciones futuras. Por eso, queremos ser parte de la solución, poniendo nuestros talentos y estructura operativa al servicio de las sociedades donde operamos, para contribuir al abordaje adecuado de esta problemática que nos aqueja y tanto nos preocupa y que, sin duda, está ligada con la sostenibilidad de nuestra Región y nuestra empresa.

“Los bancos generalmente se consideran a sí mismos como una industria que es relativamente amistosa con el ambiente, en términos de emisiones y contaminación.”¹ Lo anterior, por cuanto, comparados con otras industrias, el impacto ambiental directo que generan, es menor.

No obstante, en BAC|CREDOMATIC reconocemos que existe un alto potencial de exposición al riesgo relacionado con las consecuencias ambientales de nuestras acciones y, especialmente, con el financiamiento de proyectos de inversión a nuestros clientes. Hoy, está claro que **EL IMPACTO AMBIENTAL DE UN INTERMEDIARIO FINANCIERO NO SE LIMITA AL QUE SE DERIVA DIRECTAMENTE DE SUS OPERACIONES, SINO QUE SE EXTIENDE AL QUE GENERAN LAS OBRAS DE INFRAESTRUCTURA, OPERACIONES Y PROYECTOS QUE DICHA ENTIDAD FINANCIA**, en favor de sus clientes.

Más allá del impacto directo e indirecto que representa, empezamos a ver también las grandes oportunidades que además ofrece el manejo adecuado del tema ambiental. Los productos financieros que toman este tema base, permiten incursionar en

nichos de mercado poco explorados y abren nuevas líneas de negocio a partir de la creatividad y la innovación.

Aún cuando en América Latina todavía no se percibe un reconocimiento significativo de la sociedad por los esfuerzos que algunos bancos realizamos en esta dirección, ambas perspectivas, la de gestión de impactos o riesgos y la de aprovechamiento de oportunidades, abren vías de trabajo novedosas para nuestro sector, tanto en la necesidad de establecer controles más finos y criterios ambientales en el análisis del riesgo crediticio, como en el desarrollo de productos y servicios amigables con el ambiente.

Por todo lo anterior, en BAC|CREDOMATIC desde hace varios años **OPTAMOS POR CONVERTIR EL TEMA AMBIENTAL EN UN EJE CENTRAL DE NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD Y EN UN CAMINO MÁS PARA MOSTRAR NUESTRO COMPROMISO CON LA SOCIEDAD**. Si bien el avance práctico de nuestra estrategia de promoción ambiental varía de una operación a otra en los países donde operamos, la experiencia al día de hoy es muy gratificante en cuanto a los beneficios que podemos observar:

- **Racionalización de recursos y disminución de gastos:** en países como Costa Rica, donde desde 2010 certificamos los primeros dos edificios bajo la norma ISO 14.001/2004 y hoy tenemos 18 edificios certificados, hemos venido disminuyendo sistemáticamente el consumo per cápita de agua, electricidad y papel, a partir de la sensibilización del personal y la aplicación de opciones más eficientes, reduciendo la huella ambiental de nuestros servicios.
- **Reconocimiento de los clientes actuales o potenciales, sensibles al tema :** las iniciativas de la empresa en materia ambiental aumentan nuestro reconocimiento como una organización

¹ Arauz Ruiz, Isabel. Aplicación de Sistemas de Manejo Ambiental en las Entidades Bancarias Latinoamericanas. San José, Costa Rica, 2013

sobre el tema y dispuesta a gestionar debidamente los impactos, riesgos y oportunidades asociados. Esto nos permite atraer nuevos clientes interesados en este tema y acrecienta la lealtad de aquellos que se sienten identificados con estas iniciativas.

- **Reconocimiento de los colaboradores:** nuestros empleados, en su mayoría personas jóvenes, aprecian los esfuerzos que la empresa desarrolla en temas ambientales y así lo manifiestan en las encuestas de clima organizacional y otras que se aplican periódicamente. Por ello, frecuentemente participan en las actividades de voluntariado operativo que promovemos, donde se siembran árboles, se limpian playas o se recolectan desechos para reciclaje, por ser estas de agrado para la mayoría de ellos. Esto además aumenta el orgullo que puedan sentir por pertenecer a una empresa que se preocupa por el ambiente, y por ende, su sentido de identificación con nuestros valores.
- **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. Si bien en BAC|CREDOMATIC esto todavía es un tema incipiente, estamos promoviendo alianzas con algunos organismos internacionales y bancos multilaterales interesados en la gestación de nuevos productos y servicios con enfoque ambiental. Vemos estos como nuevas oportunidades de mercado, donde esperamos crecer de forma decidida en los próximos años.
- **Mejores relaciones con los reguladores:** existe una tendencia clara por parte de las superintendencias que supervisan a las entidades financieras, hacia el impulso de mejores prácticas ambientales y sociales, así como el reconocimiento de aquellas que se comprometen con proyectos a favor del ambiente y la comunidad. En BAC|CREDOMATIC vemos esta tendencia como una oportunidad de fortalecer nuestra imagen y relación con los reguladores de los países donde operamos.

Junto con los beneficios citados, también enfrentamos algunos retos. Tal vez el más relevante 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 ir avanzando en ambas direcciones, tomando medidas para minimizar el impacto ambiental que generamos, a la vez que promovemos mejores prácticas ambientales entre nuestros principales grupos de interés.

Para abordar nuestro compromiso con el ambiente, contamos con iniciativas en tres ámbitos principales:

- **Sistema de Gestión Ambiental Interno (SGA)**, mediante el cual normamos nuestras operaciones y aplicamos, paulatinamente, operativas para desarrollar nuestras actividades comerciales de más amigable con el ambiente, contribuyendo así con el desarrollo sostenible a escala local, nacional y regional;
- **Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (SARAS)**, mediante el cual incluimos criterios de sostenibilidad en el estudio realizamos para el otorgamiento de grandes créditos;
- **Programa de Promoción de Mejores Prácticas Ambientales** entre nuestros clientes, colaboradores, proveedores y otras contrapartes, a través de consejos prácticos para la disminución de los impactos ambientales en sus hogares, oficinas y comunidades, que a la vez promueven el ahorro.

En las siguientes secciones detallamos los principales avances alcanzados en estas líneas de trabajo, en el 2014.

SISTEMA DE ANÁLISIS DE RIESGO AMBIENTAL Y SOCIAL

INCLUSIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD EN EL ANÁLISIS DE RIESGO CREDITICIO

La gestión del riesgo ambiental y social en la financiación de grandes proyectos es un tema de indiscutible relevancia para nosotros, así como para nuestros principales grupos de interés. Es por ello que a partir del 2008, asumimos una posición proactiva y decidimos pasar de ser un agente intermediario, a un promotor de cambio y desarrollo en temas medioambientales y sociales.

Nuestro Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales -SARAS- se crea con el propósito de identificar, evaluar y administrar oportunamente los riesgos ambientales y sociales que se pueden generar por las actividades y proyectos que financiamos. Eso significa que hemos agregado, voluntariamente, criterios ambientales y sociales al análisis de riesgo crediticio que tradicionalmente efectuábamos, a fin de fomentar un uso responsable de los dineros que otorgamos en forma de préstamos para inversión.

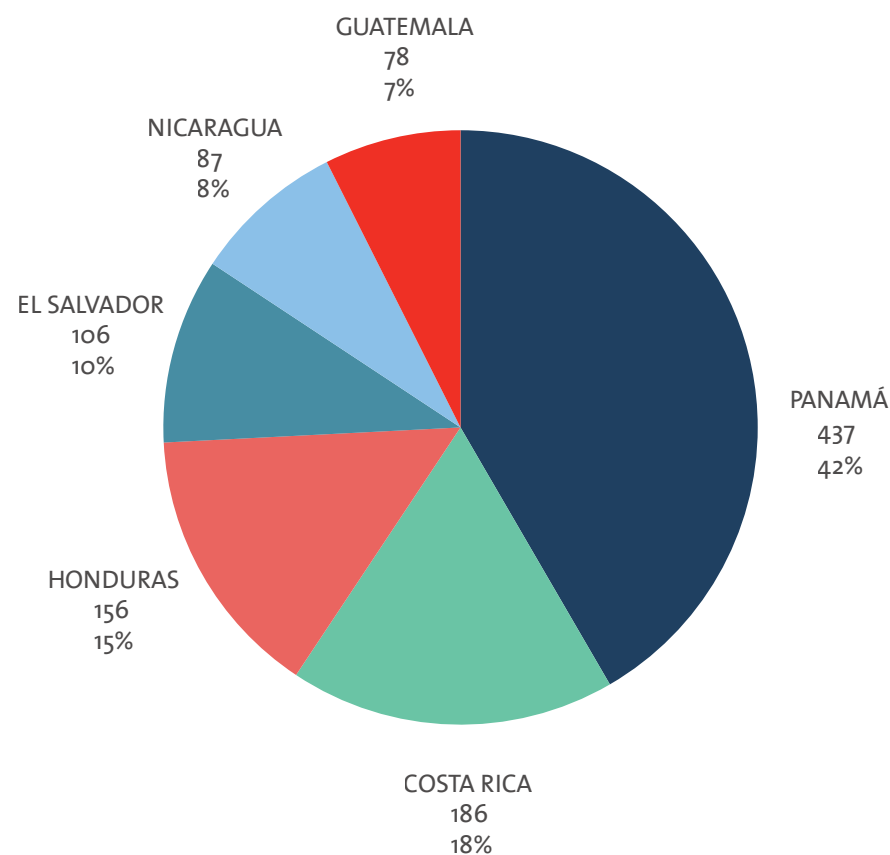
Las características de la política y los procedimientos para implementarla han sido ampliamente descritos en Reportes de Sostenibilidad anteriores y en el Informe Complementario a este Reporte, todos disponibles en www.rscbaccredomatic.com. En este capítulo, resumimos los avances más importantes alcanzados en 2014.

AVANCES 2014

El análisis de riesgo ambiental y social aplica para todas las solicitudes de crédito por montos superiores a US\$1 millón, independientemente del país en que se solicite el crédito, el tipo de crédito de que se trate y de la actividad en la que se vaya a invertir los fondos.

El gráfico 28 muestra la distribución, por país, de las 1.050 empresas clientes a las que aplicó la política en 2014, 50% más que en el 2013.

Gráfico 28
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Número y % de empresas cliente a las que se aplicó SARAS,
por país (Dic. 2014)



Fuente: Dirección Regional de Riesgo

El país de mayor crecimiento relativo y absoluto en la implementación del SARAS fue Panamá, que pasó de aplicar criterios de sostenibilidad en el análisis de riesgo crediticio a 109 empresas en el 2013, a 437 empresas en el 2014.

El cuadro 29 muestra la implementación de la política SARAS en nuestro portafolio corporativo y la categorización de los fondos clasificados, en el 2014.

Cuadro 29
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Implementación de SARAS en Portafolio Corporativo, 2014 (miles US\$)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	Región
Riesgo "A"	89.319	81.465	0	78.107	242.242	3.786	494.920
Riesgo "B"	18.588	33.612	91.958	26.020	164.364	141.676	476.219
Riesgo "C"	121.894	77.443	249.235	282.740	292.321	941.581	1.965.217
Total clasificado	229.801	192.520	341.193	386.867	698.927	1.087.043	2.936.356
Pendiente de clasificación*	11.734	17.096	67.845	59.278	158.324	53.186	367.463
No requiere clasificación	49.873	175.967	208.318	89.136	103.629	67.630	694.554
TOTAL	291.408	385.583	617.356	535.281	960.880	1.207.859	3.998.374
Pendiente de clasificación*	4%	4%	11%	11%	16%	4%	9%

*Portafolio en el que aplica SARAS por monto de exposición, pendiente de clasificación.

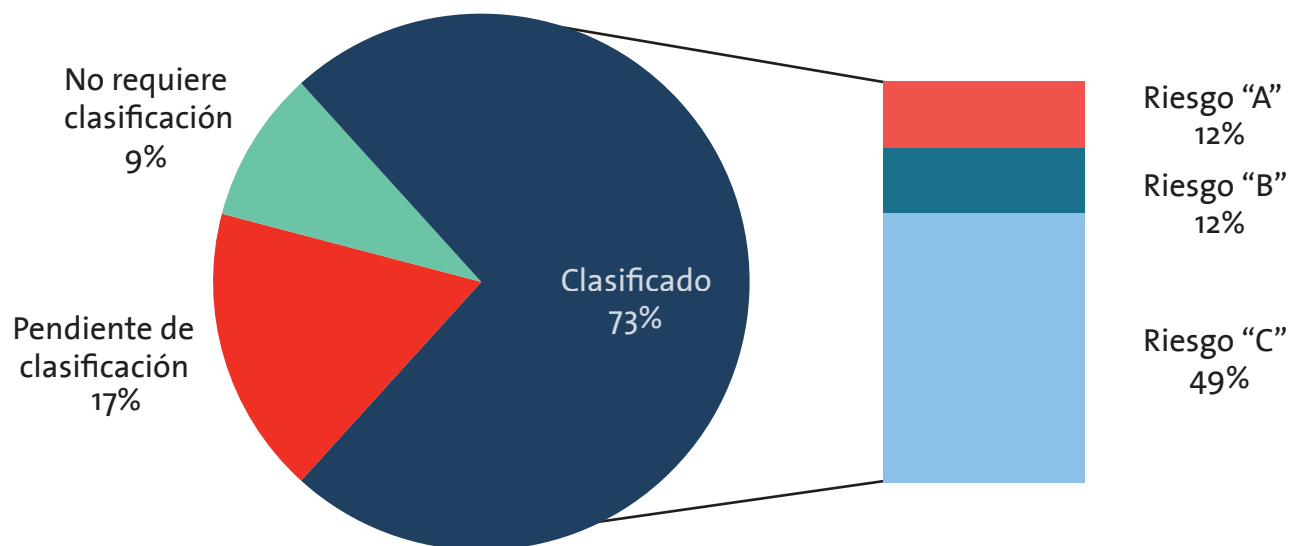
A nivel Regional, en 2014, 73% de nuestro portafolio corporativo, US\$2.936,3 millones, fue clasificado según el riesgo ambiental y social de su colocación. 17%, US\$694,6 millones, no requirió clasificación ya que los montos solicitados no superaron el millón de dólares, y 9%, US\$367,5 millones, quedó pendiente de clasificación.

La implementación del SARAS es un esfuerzo permanente y progresivo. Nuestra aspiración y compromiso es aplicarla a todos de los créditos solicitados por más de US\$1 millón, sin embargo, al mejorar procesos, hay periodos de capacitación y ajuste que dificultan el cumplimiento del 100% de esta meta.

En cada país existe una Contraloría de Crédito que vela, entre otras cosas, por la correcta aplicación del SARAS. En los casos en que por el monto de exposición debe aplicarse la política y por alguna razón no se asigna una clasificación de riesgo ambiental y social, esto genera una 'excepción de riesgo'. El Contralor de Crédito de cada operación presenta un Informe de Excepciones a la Junta Directiva y el Comité de Crédito respectivos, los cuales lo analizan y toman una decisión final respecto a cada caso presentado.

Los US\$2.936,3 millones del Portafolio Corporativo que fueron analizados según el riesgo ambiental y social de su colocación, fueron clasificados en las siguientes categorías: US\$1.965,2 millones (49% del Portafolio) en categoría de riesgo C, US\$476,2 millones (12% del Portafolio) en categoría de riesgo B y US\$494,9 millones (12% del Portafolio) en categoría de riesgo A; siendo C la categoría de riesgo donde se clasifican los proyectos cuya probabilidad de efectos adversos, sociales y sobre el ambiente, es mínima o nula.

Gráfico 30
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Implementación de SARAS en Portafolio Corporativo,
2014 (miles US\$)



Hasta la fecha, no hemos llegado a negar una solicitud de crédito por riesgos ambientales o sociales. Sin embargo, sí estamos incluyendo **covenants**, o compromisos, en las cartas de condiciones de los clientes, entre ellas, por ejemplo, la obligación de mantener un gestor ambiental de planta durante el plazo de vida de su crédito con nosotros.

El control de los riesgos ambientales y sociales lo realizamos mediante visitas anuales a las empresas clasificadas con créditos aprobados, la actualización anual del Formulario de Identificación de Riesgos Ambientales y Sociales (FIRAS) y la búsqueda de hechos relevantes en prensa, internet, entre otros. Al cierre 2014, no se presentaron casos de incumplimiento de **“covenants”**.

La política contempla la utilización de asesores independientes para el proceso de evaluación y control, sin embargo, solo se ha utilizado asesoría externa para temas de sensibilización y capacitación de personal.

Para información adicional sobre nuestros esfuerzos para mitigar y controlar el impacto social y ambiental en la financiación de grandes proyectos, consulte el Informe Complementario a este Reporte, disponible en www.rscbaccredomatic.com

PROMOCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA AMBIENTAL

Como se dijo al inicio de este capítulo, la promoción de buenas prácticas ambientales que vinculan a los diversos públicos de interés de BAC|CREDOMATIC es la tercera línea de trabajo que hemos desarrollado en esta materia.

QUIERO UN PLANETA VERDE



Nuestra principal iniciativa de promoción de buenas prácticas ambientales es QUIERO UN PLANETA VERDE: PROGRAMA CON CORAZÓN Y CON GANAS DE HACER LA DIFERENCIA EN EL MUNDO; UN ESFUERZO DE EDUCACIÓN AMBIENTAL Y FINANCIERA QUE PROMOVEMOS EN BAC|CREDOMATIC. —

En el sitio quierounplanetaverde.com compartimos, a través de consejos ilustrados, videos y materiales de descarga; prácticas sencillas y puntuales para usar racionalmente los recursos naturales, cuidar el ambiente y ahorrar dinero al mismo tiempo, ayudando a los usuarios a devenir consumidores cada vez más responsables.

Ponemos a disposición del público en general, de forma gratuita, un consejo nuevo cada semana, sobre temas como el uso responsable del agua, el papel y la energía eléctrica, formas prácticas de manejo de residuos y promoción del consumo responsable con el ambiente y con su bolsillo.

Para fomentar la interacción del sitio, los consejos se pueden compartir vía correo electrónico, Facebook, Twitter y Google+; los usuarios pueden crear un álbum con sus consejos favoritos y/o descargarlos en varios formatos: a color, como fondo de pantalla e inclusive en blanco y negro, para que los niños puedan colorear.

El sitio también apoya la cultura a través del impulso a artistas centroamericanos, que son quienes ilustran los consejos, algunos de ellos de gran trayectoria y otros emergentes. La página cuenta con un apartado con sus biografías.

Al cierre 2014, se contabilizaron 521.942 visitas al sitio, 62% de ellas en ese año (321.348 visitas) y 7.099 personas suscritas para recibir el consejo semanal en su correo electrónico. Cuantas más personas se involucren y compartan el mensaje, mayor será el beneficio para el ambiente.



Campaña Recicla conmigo, BAC | CREDOMATIC Honduras.



Ilustración de quierounplanetaverde.com

AHORRANDO PARA TU FUTURO: AMBIENTAL

La más reciente sección del sitio es AHORRANDO PARA TU FUTURO, UNA INICIATIVA DE APOYO A LOS PROCESOS EDUCATIVOS DIRIGIDA A LOS NIÑOS Y NIÑAS CENTROAMERICANOS EN EDAD ESCOLAR, SUS PADRES Y SUS DOCENTES. En el 2014, continuamos publicando juegos, actividades interactivas y completamos la colección de libritos de educación ambiental, con 6 libritos de educación financiera.

Libritos de Educación Ambiental

1. Residuos- Ponlos en su Lugar
2. Recicla- Separa tus Residuos
3. Movilízate Bien
4. Consume Responsablemente
5. Apaga el Desperdicio
6. El Agua es Fuente de Vida, Cuídala.

Libritos de Educación Financiera para Niños

1. Exploremos el Mundo del Dinero
2. El Dinero no Crece en los Árboles
3. Con el Ahorro Somos Superpoderosos
4. Vamos al Banco
5. El Crédito es tu Trampolín
6. El dinero también es de Plástico

En estos se da una explicación de cada tema a través de un lenguaje fácil de comprender, acompañado de actividades que permiten aplicar el conocimiento y en las que se enfatiza la importancia de una gestión informada y consciente, tanto de los recursos naturales, como de los financieros.

Cada libro cuenta con una versión de apoyo para los docentes y padres de familia, para orientarlos en su labor como facilitadores de estos procesos de aprendizaje con información, ideas, y actividades complementarias. Las personas se pueden registrar en el sitio para descargar todos los materiales de forma gratuita. También se pueden registrar las escuelas que estén haciendo uso del material, y al hacerlo recibirán un certificado de participación para sus estudiantes.

Al cierre 2014, este Programa había recibido 271.630 VISITAS, se realizaron en el sitio 2.626 DESCARGAS DE MATERIALES, se registraron 360 CENTROS EDUCATIVOS, donde estudian al menos 44.390 NIÑOS Y NIÑAS en edad escolar que pudieron beneficiarse de estos materiales.

Con el objetivo de que aún más niños resultaran beneficiados de los materiales educativos de *Ahorrando para tu Futuro*, desde el 2013, colaboradores de nuestras sucursales visitaron escuelas de las comunidades vecinas para presentarles la iniciativa. Además de la explicación a los directores y maestros y la promoción del uso de los materiales, los colaboradores voluntarios realizaron actividades de sensibilización y dinámicas educativas con los niños. En el 2014, 11.805 NIÑOS Y NIÑAS FUERON ALCANZADOS A TRAVÉS DE ESTE ESFUERZO

Puede consultar los resultados y proyectos específicos relacionados con este eje, por país, en este enlace:

<https://www.rscbaccredomatic.com/nuestro-trabajo-en-rsc/promocion-ambiental>



6

BANCA RESPONSABLE

Este capítulo es parte de nuestro Reporte de Sostenibilidad 2014. En él se expone la justificación, se explica el enfoque de gestión y se comunican los principales resultados y avances de uno de nuestros ejes de sostenibilidad.

Los demás capítulos de nuestro Reporte de Sostenibilidad pueden ser descargados en

www.rscbaccredomatic.com/nuestros-logros/reportes-de-sostenibilidad

¿POR QUÉ ES EL EJERCICIO DE LA 'BANCA RESPONSABLE' UN EJE FUNDAMENTAL DE NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD?

La escogencia que hacen las personas y las empresas de la entidad donde deciden colocar su dinero, tiene que ver con el grado de confianza que les genera esa organización y con los beneficios que eventualmente les ofrece, en términos de precio, cercanía, servicio, programas de lealtad y otros.

Confianza es la creencia en que una persona, grupo u organización, será capaz y deseará actuar de una determinada forma, en una situación particular ¹. La confianza se verá más o menos reforzada en función de las acciones que esa persona, grupo u organización efectivamente realice. Si actúa de la forma esperada, la confianza se verá acrecentada y fortalecida; si no lo hace, la confianza se verá disminuida y eventualmente podría desaparecer.

ES UNA RESPONSABILIDAD INTRINSECA Y UN FACTOR CENTRAL DE SOSTENIBILIDAD PARA CUALQUIER INTERMEDIARIO FINANCIERO, EL CUIDAR LA CONFIANZA QUE LE OTORGAN SUS CLIENTES Y ACCIONISTAS, administrando de manera prudente y cuidadosa los recursos que estos le entregan y cumpliendo con las condiciones pactadas.

En BAC|CREDOMATIC sabemos que las personas y empresas que nos confían sus activos, o que solicitan crédito para adquirirlos, están poniendo en nuestras manos sus sueños, proyectos y planes futuros. Entendemos el concepto de 'Banca Responsable' como la aplicación de las mejores prácticas de transparencia, ética, sostenibilidad y la administración prudente de los riesgos asociados al ejercicio central de la intermediación financiera, para brindar a todos ellos la seguridad financiera que esperan y requieren.

Esto no solo tiene que ver con asumir la responsabilidad que nos corresponde por la protección cuidadosa de esos activos que

administramos, sino también con un interés legítimo propio, derivado de la certeza de que la confianza que nos entregan nuestros clientes y accionistas, es tal vez el valor más importante para nuestra sostenibilidad. Solamente cuidando, fortaleciendo y haciendo cada vez más amplia esta confianza, lograremos seguir creciendo y alcanzando las metas que nos hemos propuesto en el corto y largo plazo.

Llevamos a cabo nuestro ejercicio de 'Banca Responsable' a través de las siguientes áreas de gestión:

- Gobierno Corporativo
- Servicio al Cliente
- Administración del Riesgo
- Fortalecimiento de la Cadena de Valor
- Productos con valor social y ambiental agregado



Voluntario BAC Lion, BAC CREDOMATIC Panamá.

¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Confianza>

A continuación presentamos ejemplos concretos de algunos de los temas que configuran nuestro ejercicio de 'Banca Responsable'.

GOBIERNO CORPORATIVO

Contamos con un Gobierno Corporativo que se rige por altos estándares de cumplimiento, ética y transparencia, pone la integridad como eje central de nuestro ejercicio de banca responsable y se asegura que toda la organización se rija por los mismos valores y principios, en observancia de los intereses de nuestros accionistas.

En esta línea de acción, aplicamos rigurosamente principios, procedimientos operativos y mejores prácticas de la industria para cumplir con la legislación aplicable y prevenir el lavado de dinero.

SERVICIO AL CLIENTE

Evaluamos permanentemente nuestro servicio y aplicamos mejoras constantes para lograr altos estándares en la atención a nuestros clientes. Invertimos periódicamente en el desarrollo de diferentes tipos de estudios regionales para evaluar la calidad del servicio al cliente, por ejemplo:

- Estudios de servicio de Gestión de la Lealtad del Cliente y Compromiso basado en la Confianza;
- Encuestas de satisfacción a través de la Unidad de Monitoreo de gestiones de CREDOMATIC;
- Evaluación en sucursales por medio de Cliente Oculto.

ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO

Administramos de manera prudente los diferentes tipos de riesgo que son intrínsecos a la naturaleza de nuestro negocio,

primordialmente: riesgo crediticio, riesgo operativo y riesgo reputacional.

RIESGO CREDITICIO

El riesgo crediticio es el que tiene que ver con la posible pérdida que asume un intermediario financiero como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones que otros han suscrito a su favor. Está relacionado con la posibilidad de que el prestatario de dinero no pague ese dinero a quien se lo prestó.

Las entidades financieras asumen un riesgo de crédito cuando prestan dinero a sus clientes a través de tarjetas de crédito, préstamos prendarios, hipotecarios, personales y otros. Para controlar y minimizar ese riesgo, la mayoría de los bancos desarrollan modelos que permiten calificar a sus clientes por niveles de riesgo. Estos niveles generalmente se utilizan tanto para determinar los límites de los préstamos y líneas de crédito, como para solicitar garantías adicionales o tasas de interés más elevadas, en caso de considerarse necesario. En este sentido, se parte del principio de que a mayor riesgo, mayor tasa de interés y mayores garantías colaterales son requeridas.

Conscientes de que el fondeo de los préstamos que ofrecemos proviene de los ahorros, depósitos e inversiones de muchas personas y organizaciones que confían en nosotros, en BAC|CREDOMATIC ADMINISTRAMOS PRUDENTEMENTE EL RIESGO CREDITICIO, EVITANDO EL OTORGAMIENTO DE PRÉSTAMOS QUE NO CUMPLEN CON CONDICIONES IDÓNEAS Y QUE PODRÍAN DIFICULTAR LA RECUPERACIÓN DEL DINERO QUE NOS HA SIDO CONFIADO. Esta actividad incluye no solamente la valoración del récord crediticio del solicitante y la detallada revisión de la documentación suministrada, sino también la inclusión de criterios de sostenibilidad en el análisis de los grandes

² Para más información sobre la aplicación de criterios de sostenibilidad en el otorgamiento de créditos, ver el Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (SARAS), en el Capítulo de Promoción Ambiental.

A la vez que cuidamos la seguridad financiera de nuestros ahorrantes, inversionistas y accionistas, también nos preocupamos por la seguridad financiera de quienes adquieren un crédito con nosotros, utilizando los principios del Crédito Responsable.

Cuando una persona adquiere productos más allá de sus posibilidades financieras, de inmediato pone en peligro su propia seguridad financiera y la de su familia. En el caso de las empresas, este tipo de riesgo puede tener impactos aún mayores, ya que el apalancamiento, más allá de ciertos límites, puede llevar a situaciones financieras complejas, a la insolvencia o incluso a la quiebra, con la consecuente pérdida de empleo de sus trabajadores, pérdida de dinero de sus inversionistas y, posiblemente, el no pago de las obligaciones pendientes con sus trabajadores, proveedores, gobiernos y entidades prestatarias, entre otros.

En BAC|CREDOMATIC entendemos el Crédito Responsable como aquel que se brinda en condiciones que protegen al solicitante de un eventual sobre-endeudamiento, brindándole información exhaustiva sobre las condiciones relativas a la obligación que está adquiriendo. Esto se traduce en la entrega oportuna, a cada solicitante, de la lista de requisitos, condiciones, tasas, plazos y otros detalles del producto que desea adquirir, para que esa persona o empresa realice su solicitud de una forma debidamente informada y consciente.

Una vez aprobada su solicitud, el cliente es debidamente notificado por el ejecutivo a cargo, y a la hora de suscribir el contrato por el producto que adquiere, nos aseguramos que esté escrito con la tipografía adecuada y el tamaño idóneo de caracteres, para facilitar su lectura a personas de cualquier edad y condición. En ese momento se vuelven a revisar los datos respecto a plazos, fechas de pago y vencimiento. Se explica además la

cómo se generan y calculan los intereses, las comisiones, tarifas y otros cargos que apliquen en cada caso.

También incorporamos a los contratos de préstamo un listado de verificación, o checklist, que incluye de manera concisa y sencilla, los aspectos más importantes que debe entender, aceptar y recordar quien suscribe el préstamo. A través de esta herramienta, cada cliente revisa y aprueba de manera rápida y eficiente, todos los detalles del producto que está adquiriendo y las obligaciones asociadas al mismo.

Por otra parte, en los estados de cuenta que enviamos mensualmente a nuestros tarjetahabientes y acreedores de los diferentes tipos de préstamo personal o empresarial, volvemos a incorporar información relativa a las penalidades que debe cubrir el cliente por incumplimiento de pago e intereses moratorios. Finalmente, en nuestra sucursal electrónica, nuestros clientes encuentran información detallada sobre todos los productos y servicios que ponemos al mercado.

RIESGO OPERATIVO

El riesgo operativo es la posibilidad de ocurrencia de pérdidas financieras, originadas por fallas involuntarias, comportamientos indebidos o insuficiencias internas, en personas, procesos, sistemas, herramientas tecnológicas, equipos y otros. Este tipo de riesgo incluye los aspectos legales, pero excluye los riesgos crediticios, de mercado y de reputación, así como las pérdidas ocasionadas por cambios en el entorno político, económico y/o social.

De materializarse este tipo de riesgo, se pueden generar pérdidas cuantiosas ya sea por el efecto mismo de la falla o fraude ocurrido, o por el impacto que sus consecuencias tengan en la imagen, la marca o la reputación de la empresa.

En BAC|CREDOMATIC mejoramos constantemente nuestros procesos, herramientas tecnológicas, equipos y sistemas para evitar posibles fallas operativas. A la vez, aplicamos estrictos controles internos para evitar el riesgo que pudiera derivarse de actividades fraudulentas o ilegales.

FORTALECIMIENTO DE NUESTRA CADENA DE VALOR

INCENTIVAMOS EL COMPORTAMIENTO ÉTICO, LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA GESTIÓN SOSTENIBLE DEL NEGOCIO EN LAS PERSONAS Y EMPRESAS QUE FORMAN PARTE DE NUESTRA CADENA DE VALOR: proveedores y comercios afiliados.

Nuestra principal motivación para el desarrollo de esta práctica es establecer una relación estable, cercana y de mutua confianza con estas personas y empresas. Esta relación constituye un elemento clave de sostenibilidad, no solo porque facilita el control de riesgos vinculados a eventuales comportamientos erráticos y/o antiéticos de los miembros de nuestra cadena de valor, que pudieran afectar la calidad de nuestros servicios, nuestra reputación y/o la imagen de nuestra empresa; sino porque también permite la construcción de relaciones de negocios satisfactorias y duraderas en el tiempo, para ambas partes.

Además, como empresa grande, sentimos que nos corresponde promover mejores prácticas en nuestra cadena de valor, para aportar a su propio desarrollo y el bienestar de los países donde operamos, sabiendo que de este bienestar depende, en gran medida, nuestra sostenibilidad futura.

El hecho de ser un comprador importante o el proveedor de un servicio estratégico, en el caso de nuestras empresas afiliadas, para la mayoría de estas empresas, nos da la oportunidad de influir sobre ellas y motivarlas a la adopción de mejores prácticas productivas y financieras.

Los proveedores que forman parte de nuestra cadena de valor son en su mayoría pequeñas y medianas empresas (PyME); 95% locales y 5% internacionales. Contratamos con ellos servicios tales como: seguridad, limpieza, transportes, comunicaciones, publicidad, logística, investigación, infraestructura, capacitación, tecnología y otros.

Desde el año 2009, hemos venido implementando charlas de sensibilización, talleres de capacitación, asesorías técnicas y acompañamiento individualizado para dotar a nuestras PyME proveedoras y comercios afiliados de conocimientos y herramientas que les ayuden a mejorar efectivamente sus modelos de negocio, mediante acciones basadas en la ética y la responsabilidad social.

Cada etapa del Programa ha venido abordando importantes ejes de la RSE, como lo son la Ética, la Gobernanza, el Mercadeo Responsable, entre otros. Los contenidos se han elaborado considerando la Norma ISO 26.000 y los indicadores de RSE definidos para las PyME por la Red Centroamericana de Promoción de la RSE, IntegraRSE.

A diciembre de 2014, en un proceso sostenido de seis años, hemos fortalecido a un total de **1.118 PyME DE NUESTRA CADENA DE VALOR**.

- 292 se capacitaron en Mercadeo Virtual Responsable (2013).
- 265 asistieron a un taller de Ética y Gobernabilidad y 120 desarrollaron su propio Código de Ética (2011-2012).
- 412 fueron sensibilizadas sobre temas de RSE (2009-2010).

En el 2014, acompañamos a 149 PyME de nuestra cadena de valor a implementar un proceso de autoevaluación, para el cual se utilizó un software de la Red IntegraRSE, denominado 'IndicaRSE PyME'. A partir de los resultados que arrojó 'IndiCARSE PyME', entregamos a cada empresa participante un Reporte de Consultoría que incluyó:

1. los resultados de su autoevaluación
2. un diagnóstico general del estado de su empresa en materia de sostenibilidad
3. una propuesta de mejora
4. planes de acción específicos
5. un instrumento de seguimiento
6. acceso en línea a guías, herramientas y ejemplos de referencia, para documentar los procesos de gestión internos de su empresa.

Para ello organizamos reuniones con cada empresa, en cada país, tipo consultorio, lo cual resultó en 244 horas presenciales de asesoría individualizada.

El uso del 'IndiCARSE PyME' se formalizó a través de un convenio entre la Red Centroamericana IntegraRSE y nuestra Gerencia Regional de RSC. Las áreas de Proveeduría, Afiliación y Banca Empresas de BAC|CREDOMATIC, de cada país, fueron las responsables de seleccionar a las empresas participantes.

Actualmente estamos reorientando la estrategia del Programa con miras a aumentar su cobertura. Nuestro mayor reto es implementar una metodología de transferencia de conocimientos virtual y efectiva, que nos permita llevar a escala el fortalecimiento de la gestión interna de nuestra cadena de valor.



Taller para PyME ¿Cómo hacer negocios en redes sociales?, BAC | CREDOMATIC Nicaragua.

PRODUCTOS CON VALOR SOCIAL Y AMBIENTAL AGREGADO

En el cumplimiento de nuestro papel fundamental de intermediación financiera, **BUSCAMOS FORMAR NOVEDOSAS PARA INSTALAR MECANISMOS QUE PERMITAN MOVILIZAR RECURSOS EN BENEFICIO DE LA SOCIEDAD** y el medio ambiente, desde el corazón de la actividad comercial. Una de las formas más eficaces que tenemos para ligar las estrategias de crecimiento del negocio con los intereses de las comunidades y de nuestros stakeholders, es aprovechar nuestro expertise, nuestra plataforma de servicio y nuestra capacidad instalada para la creación de productos y servicios con valor social y ambiental agregado. Las tarjetas de marca compartida con ONG que trabajan en beneficio de la sociedad, son un claro ejemplo de este tipo de estrategias ganar-ganar, donde todas las partes involucradas obtienen un beneficio.

TARJETAS DE CRÉDITO DE MARCA COMPARTIDA CON ONG

Las tarjetas de crédito de marca compartida son un producto creado en alianza con ONG de comprobada experiencia y trayectoria, que operan en los países que servimos. El aporte que realizamos desde BAC|CREDOMATIC consiste en poner al servicio de la sociedad nuestra estructura operativa y otorgar a la ONG aliada, una donación equivalente a un determinado porcentaje del consumo que realizan nuestros tarjetahabientes, a través de su tarjeta.

La característica más trascendente de este tipo de producto es que los tarjetahabientes no hacen aporte económico alguno; su ayuda está en el uso de la tarjeta para su consumo personal, lo cual, además, no les limita el acceso al programa de lealtad que corresponda, según la marca de su tarjeta (Visa, Mastercard o American Express). La sostenibilidad del aporte está garantizada, pues la tarjeta conserva su vigencia gracias al interés de los

interés de los usuarios por apoyar a la ONG de su preferencia. Como se observa en el cuadro XX, a diciembre de 2014, **EL MONTO TOTAL DONADO A LAS ORGANIZACIONES ASOCIADAS A ESTE PROGRAMA FUE DE US\$2.241.489,00.**

El mayor reto que tenemos con relación a este Programa es ampliarlo a todos los países donde operamos y la inclusión de nuevas iniciativas en beneficio de la sociedad y el medio ambiente.

Cuadro 31
Red Financiera BAC|CREDOMATIC
Tarjetas de Crédito de Marca Compartida, al 2014

TARJETA

Tarjeta Christus Muguera, México		Desde 2010
Donación		\$67.886
Cuentas activas		438
Tarjeta Sign for Help, México		Desde 2012
Donación		\$11.743
Cuentas activas		362
Tarjeta UNITEC, Honduras		Desde 2008
Donación		\$613.567
Cuentas activas		4.146
Tarjeta Honduras Todo Está Aquí		Desde 2009
Donación		\$66.560
Cuentas activas		2.260
Tarjeta CARE, El Salvador		Desde 2008
Donación		\$462.152
Cuentas activas		0
Tarjeta UFG, El Salvador		Desde 2009
Donación		\$140.261
Cuentas activas		4.175
Tarjeta APROQUEM, Nicaragua		Desde 2008
Donación		\$1.079.320
Cuentas activas		4.333
Total donado		\$2.441.489



Puede consultar los avances y proyectos específicos relacionados con este eje, por país, en este enlace:

<http://rscbaccredomatic.com/nuestro-trabajo-en-rsc/banca-responsable>

