

Reporte de Sostenibilidad Nicaragua



2018

Índice

Reporte de Sostenibilidad Nicaragua

BAC Credomatic

2018

3 | Acerca de este Reporte

9 | Gestión Responsable

45 | Personas

4 | ¿Quiénes somos?

16 | Estrategia 2017-2021

55 | Planeta

33 | Prosperidad

60 | Compromisos futuros

Acerca de este reporte



El Reporte de Sostenibilidad 2018, es un esfuerzo de rendición de cuentas a nuestras partes interesadas y a la sociedad en general. En este Informe Anual, compartimos los logros que hemos alcanzado en materia de Sostenibilidad durante este año; así como los retos que nos hemos planteado para avanzar hacia una gestión más responsable de nuestro negocio.

Presentamos este reporte, en el que se incluye información que ha sido recopilada de todas las áreas de la organización a escala local, con el propósito de comunicar a nuestras partes interesadas datos relevantes, claros y transparentes, verificados externamente, de forma parcial, dado que la mayoría proceden de fuentes auditadas. Además de este documento, ponemos a disposición de nuestros públicos, nuestro sitio web donde colocamos información detallada y actualizada sobre nuestro quehacer en materia de Responsabilidad Social.

Sostenibilidad en BAC Credomatic

Una vez más reiteramos nuestro compromiso de responder a las expectativas de nuestras partes interesadas y de reportar, prioritariamente, los avances en aquellos temas definidos como materiales para la sostenibilidad de nuestra empresa.

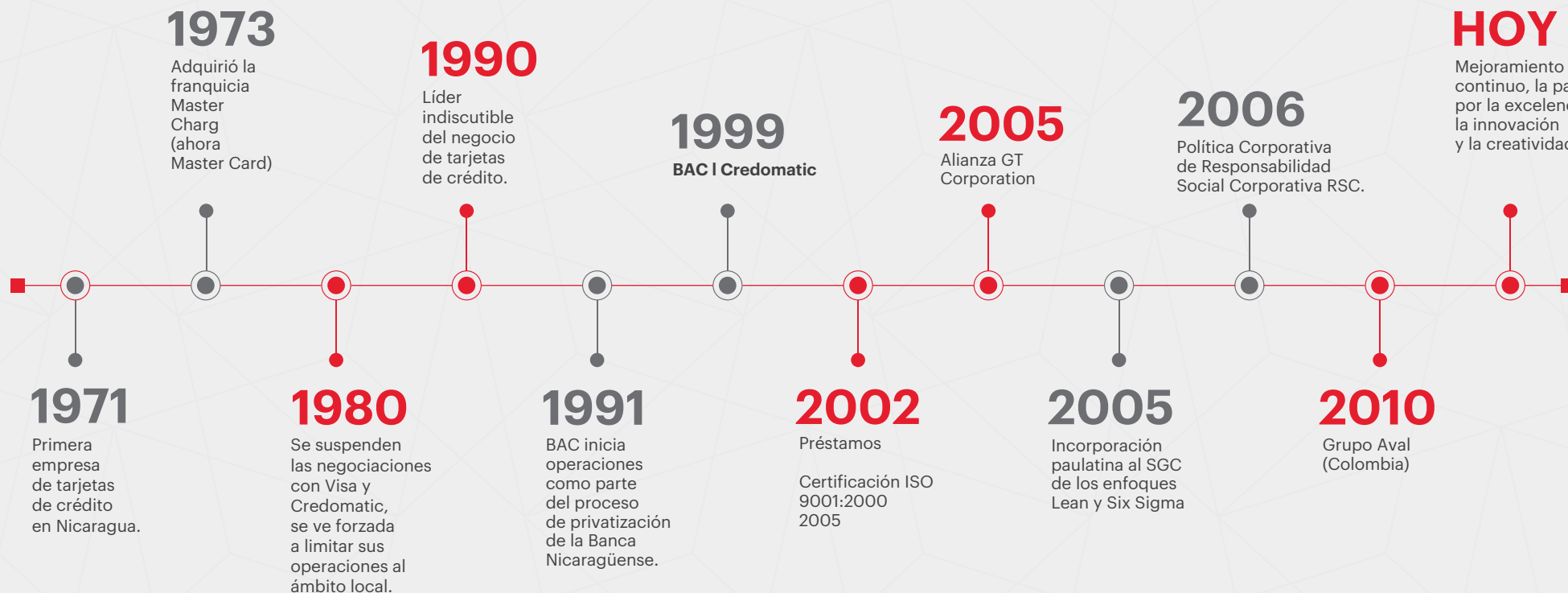
A través de la información accesible en las citadas fuentes evidenciamos la forma en que atendemos y monitoreamos los posibles impactos más significativos de nuestro negocio, para disminuir y eliminar los negativos, mientras multiplicamos y hacemos crecer los positivos, aprovechando nuestra presencia regional y las oportunidades derivadas de nuestro quehacer empresarial.

1.

¿Quiénes somos?



Historia BAC Credomatic Nicaragua



1. ¿Quiénes somos?

Misión, Visión y Valores

Esta forma de actuar está claramente definida en nuestra Misión:






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

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

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



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

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


1. ¿Quiénes somos?


Nuestra Gente

Nuestra gente es, sin duda, nuestro principal activo y la fuerza que nos mantiene en constante movimiento. Cerramos 2018 con un total de 2,205 colaboradores, todos ellos trabajando día a día para ofrecer productos y servicios a nuestros clientes y demás partes interesadas.

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

Cantidad Colaboradores de BAC Credomatic Diciembre 2018: 2,205

 Mujeres: 1,179

 Hombres: 1,026







1. ¿Quiénes somos?

Productos y servicios

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

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



			
2670 Rapibac	40 Sucursales	245 Cajeros Automáticos	35 Kioskos

1. ¿Quiénes somos?

Normas Internacionales que suscribimos

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

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

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

Normas Internacionales ¹	Descripción
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	Conjunto de 17 objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda internacional de desarrollo sostenible. Cada objetivo tiene metas que deben alcanzarse en los próximos 15 años. Para alcanzar estas metas, todo el mundo tiene que hacer su parte: los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y las personas.
ISO 26.000	Guía que establece líneas en materia de Responsabilidad Social, que permite estandarizar la información sobre asuntos conceptuales.
Pacto Mundial de las Naciones Unidas (signatarios en Costa Rica y Nicaragua)	Iniciativa internacional que promueve implementar 10 Principios universalmente aceptados para promover la responsabilidad social empresarial (RSE) en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas.
ISO 9001	La ISO 9001 es una norma ISO internacional elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que se aplica a los Sistemas de Gestión de Calidad de organizaciones públicas y privadas, independientemente de su tamaño o actividad empresarial. Se trata de un método de trabajo excelente para la mejora de la calidad de los productos y servicios, así como de la satisfacción del cliente.

Asociaciones a las que pertenecemos



Nicaragua

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

2.

Gestión responsable de nuestro negocio



2. Gestión responsable de nuestro negocio



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

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

1. Control de riesgo

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

2. Control operativo

Buscamos maximizar la rentabilidad del negocio a través de la optimización de las operaciones diarias y el aumento de la productividad de nuestros procesos,

buscando la mayor eficiencia en beneficio de nuestros clientes.

3. Crecimiento con innovación

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

4. Compromiso organizacional y Sostenibilidad

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

5. Canales digitales

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

Nuestra Estrategia de Sostenibilidad

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

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

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

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

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

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

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

Responsabilidad Social para BAC Credomatic

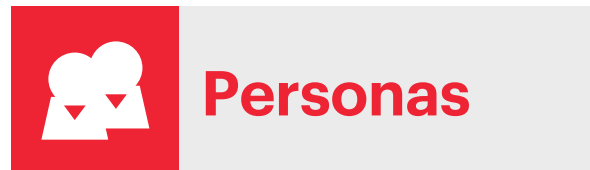
Desde el año 2007, en BAC Credomatic asumimos ese enfoque como base de nuestro quehacer en materia de RSC, traduciéndolo en dos grandes ejes de acción:

Potenciamos nuestros impactos positivos

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

Minimizamos nuestros impactos negativos

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



Dos ciclos estratégicos y 10 años de lecciones aprendidas

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

Los hitos más importantes del primer ciclo:

2007 - 2011

1. Diseñamos y pusimos en marcha la primera Estrategia de RSC para la empresa, con 6 ejes de trabajo:
 - Banca Responsable
 - Inclusión Financiera
 - Promoción al Consumo Responsable
 - Desarrollo del Talento Humano
 - Gestión ambiental y Cambio climático.
2. Creamos la estructura y coordinación de equipo local de RSC.
3. Formalización del Programa de Voluntariado.
4. Tarjeta de Crédito Aproquen BAC Credomatic que beneficia a la niños, niñas y adolescentes quemados.
5. Educación financiera para niñas, niños, jóvenes y adultos.
6. Formalización del Programa "Ahorrando para tu futuro.
7. Fortalecimiento a las Pymes en Nicaragua.

Los ciclos estratégicos y 10 años de lecciones aprendidas

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

Los hitos más importantes del primer ciclo:

2012 - 2016

1. Llegamos a más de 38,500 personas con educación financiera.
2. Iniciamos el programa "Ahorrando para tu futuro" dirigido a estudiantes de escuelas cercanas a nuestras sucursales a nivel nacional. Alcanzándose la participación de (4,170) cantidad de niños y niñas.
3. Sostuvimos anualmente una participación importante de nuestros colaboradores en acciones de voluntariado. Alcanzando en el periodo una participación de 5,317 voluntarios y 18,266 horas.
4. Pusimos en marcha el Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales SARAS, para créditos superiores a US\$ 1 millón.

2. Gestión responsable de nuestro negocio

De RSC a Sostenibilidad

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



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

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

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

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

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

3.

Estrategia 2017-2021



Dimensiones

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

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



2.
Personas



1.
Prosperidad



3.
Planeta

Prosperidad

Nuestro concepto de prosperidad va más allá de agregar solamente valor económico. En BAC Credomatic realizamos el ejercicio de intermediación financiera de forma estratégica y prudente, tratando de obtener siempre mayores rendimientos y utilizando mecanismos que a la vez nos permiten la redistribución eficaz de un alto porcentaje de los ingresos que percibimos.

Como actores del sector financiero, brindar acceso cada vez más personas y organizaciones, es una responsabilidad prioritaria.

Al cumplir con lo anterior, además:

- ▶ Creamos oportunidades de empleo directo e indirecto
- ▶ Pagamos impuestos al gobierno
- ▶ Compramos a proveedores locales
- ▶ Generamos rendimientos positivos para nuestros ahorrantes e inversionistas
- ▶ Fortalecemos a las empresas PYME

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

Esta dimensión está compuesta por los siguientes temas:

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

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



Personas

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

Al cumplir con lo anterior, además:

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

Esta dimensión está compuesta por los siguientes temas:

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

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

Planeta

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



Esta dimensión está compuesta por los siguientes temas:

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

Alineación a los ODS y estrategia corporativa del negocio

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

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



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

Alineación de ejes de sostenibilidad con prioridades estratégicas de la empresa

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

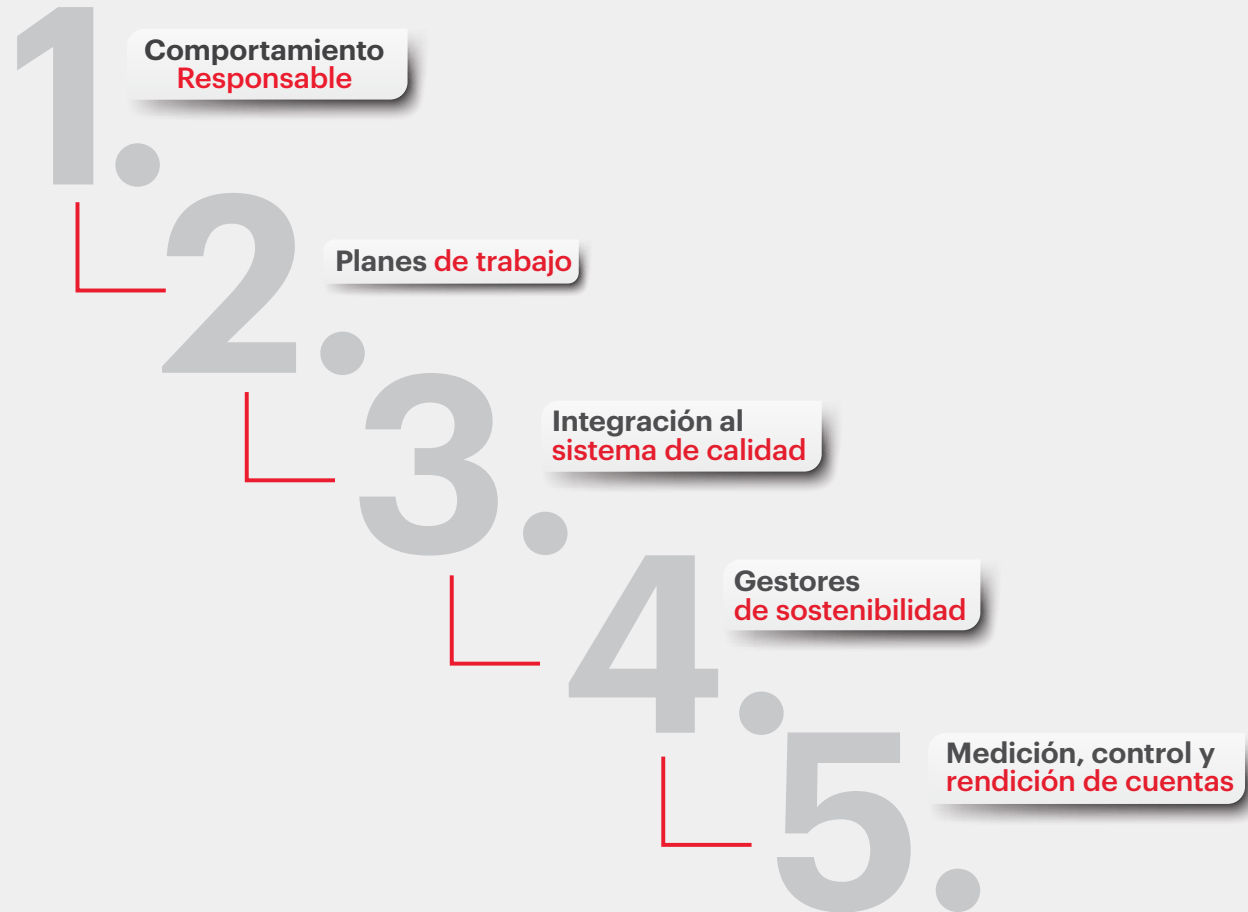
Nuestro Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social-SGRS

Proceso de diseño del SGRS

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

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

Proceso de implementación del sistema de gestión de la sostenibilidad



Comportamiento responsable

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

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

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



Enlaces de sostenibilidad

BAC Credomatic opera en 6 países, y cuenta con más de veintiún mil colaboradores, por ende, la gestión exitosa de cualquier iniciativa requiere de mecanismos que faciliten la comunicación y la desconcentración operativa.

En Nicaragua cuenta con veinticuatro Gerencias de Área y cuarenta Gerente de Sucursales a nivel nacional, quienes asumen el rol de contraparte y enlace con el área de Sostenibilidad para la ejecución de los programas, proyectos y actividades. Entre las acciones que ejecutan nuestros enlaces de sostenibilidad son:

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



Medición, control y rendición de cuentas

Los Planes de Trabajo y metas son transversales a los países. En BAC Credomatic Nicaragua, nuestro Gerente Sostenibilidad asume responsabilidad por una parte de estas metas que se quieren alcanzar a escala corporativa. Así también, se encarga de distribuir las metas, programas y proyectos a las diferentes gerencias, quienes asumen el rol como enlace en la organización para la ejecución y cumplimiento de las metas a nivel local.

Todo el trabajo que realizan cada una de las gerencias y jefaturas, se traduce en un puntaje dentro del Balance Score Card (BSC o Cuadro de Mando Integral) a través del cual se evalúa el desempeño individual y calcula la compensación variable de cada colaborador. De esta forma, como país nos aseguramos la alineación del ejercicio responsable del negocio al quehacer organizacional.

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



Los temas materiales

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



Nuestras partes interesadas

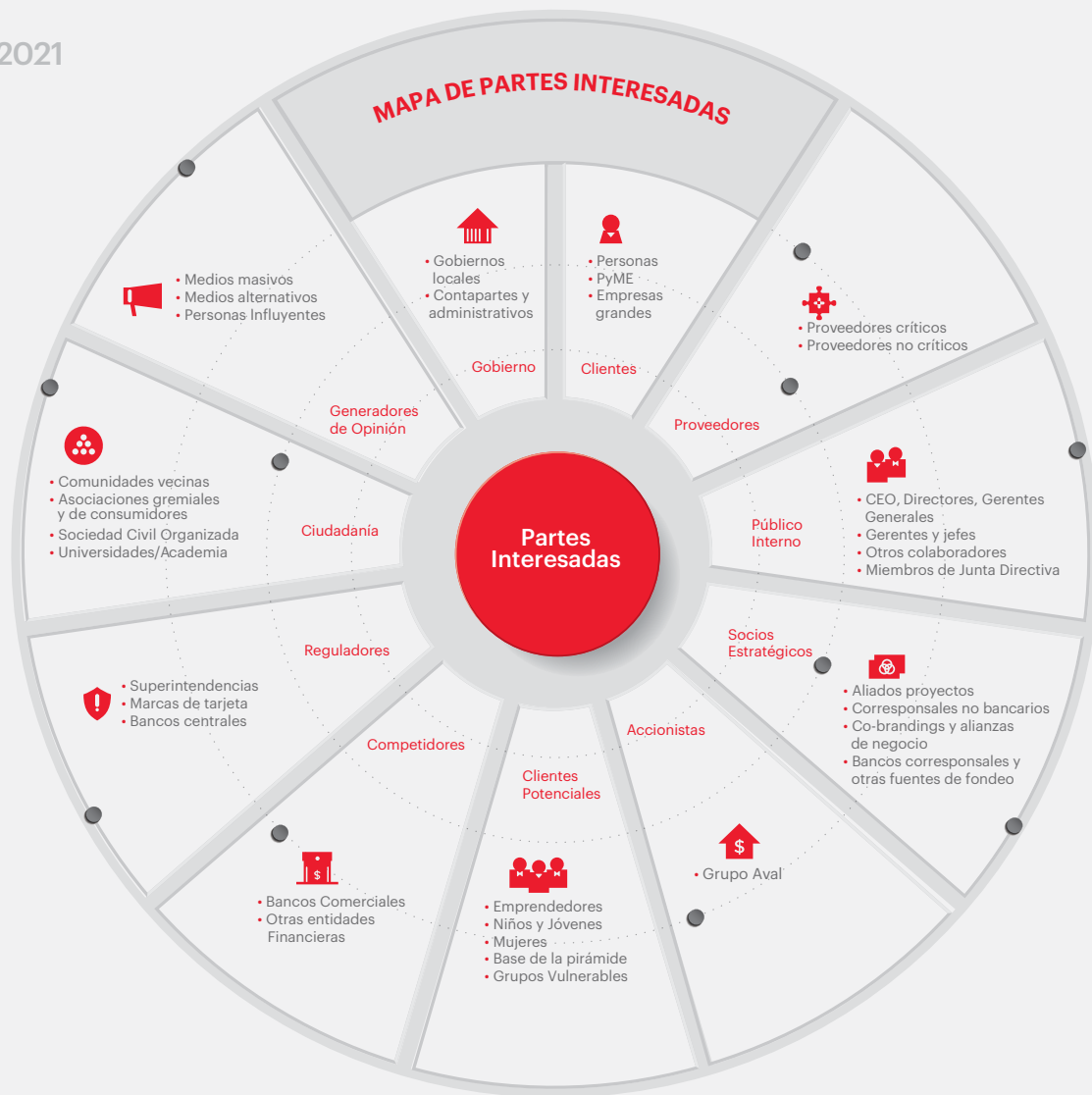
Entendemos como partes interesadas, aquellos individuos, grupos sociales y organizaciones, que pueden verse afectadas de manera significativa por las actividades, productos y/o servicios de nuestra empresa y/o cuyas acciones pueden afectar nuestra capacidad de seguir desarrollando con éxito las estrategias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



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

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

3. Estrategia 2017-2021



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

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



Nuestras partes interesadas

Identificación y clasificación de nuestros impactos

Realizamos una revisión integral que nos llevó a conocer los impactos más relevantes para nuestra empresa: sociales, ambientales y económicos; reales y potenciales; positivos y negativos; todos ellos derivados de los temas que habíamos identificado como materiales y que a su vez definen los Ejes de nuestra Estrategia de Sostenibilidad.



Como parte de esta revisión, nos cercioramos de haber contemplado la pertinencia de todas las materias fundamentales establecidas en las **Normas ISO 26000**. La consideración y priorización de los posibles impactos, nos permitió actualizar nuestra estrategia para estar seguros de gestionar los principales riesgos derivados de los negativos, a la vez de potenciar las oportunidades derivadas de los positivos, mediante programas, proyectos e iniciativas, regionales y locales, que atienden los impactos más significativos.

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

Durante el año 2017 tuvimos una nueva sesión de diálogo con nuestros públicos, de tal forma que pudimos identificar nuevos impactos o clasificar de otra manera los impactos que ya teníamos seleccionados en otros encuentros de diálogo.

Identificación y clasificación de nuestros impactos

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



Impactos negativos

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

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

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

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

Impactos positivos

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

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

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

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

Sobre los retos

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Clasificación de impactos según significancia

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

Alto

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

Media

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

Baja

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

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

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

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

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

A pesar de los esfuerzos realizados, hemos identificado algunas oportunidades de mejora, sobre las cuales debemos seguir trabajando, entre ellas, los mecanismos de venta utilizados por algunos de nuestros ejecutivos, que en algunas ocasiones se perciben como invasivos o muy insistentes, en especial, cuando se trata de productos y servicios dirigidos a las personas. Lo anterior es parte vital de nuestra estrategia 2017-2021, de tal manera que podamos responder de manera adecuada minimizando nuestros impactos negativos y multiplicando los positivos

4.

Prosperidad



Más allá de lo financiero

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

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

Nuestra actividad comercial opera de forma relativamente 'simple': recibimos dinero de nuestros depositantes e inversionistas y prestamos una parte de ese dinero a personas y empresas, que a su vez lo utilizan para compra de activos, crecimiento de sus negocios y otras actividades que mejoran su calidad de vida. Por la prestación de esos servicios de intermediación, recibimos comisiones y un diferencial de intereses. Estas son las fuentes principales del ingreso que nos permiten atender gastos operativos, pagar impuestos, generar utilidades y hacer reservas para seguir creciendo.

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

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



Aporte al desarrollo económico de Nicaragua

El Estado de Valor Generado, Valor Distribuido y Valor Retenido, muestra en cifras, la riqueza económica que **BAC Credomatic Nicaragua** generó a Diciembre 2018 y cómo la mayor parte de esta riqueza fue repartida entre nuestros principales grupos de interés.

En 2018, del total de valor económico que generamos por transacciones realizadas a través de nuestra plataforma de servicios, un 63% llegó nuevamente a la sociedad a través de la distribución de ese valor entre quienes participan en nuestra red.

2018

Valor Económico Generado Millones de US\$	185.1
Valor Económico Distribuido Millones de US\$	117.2

Al cierre de 2018, el Valor Económico Generado fue de \$ 185.1 millones de USD. La distribución total de ese ingreso fue:

21% en pago de salarios y beneficios a nuestros colaboradores: US\$ 38.8 Millones

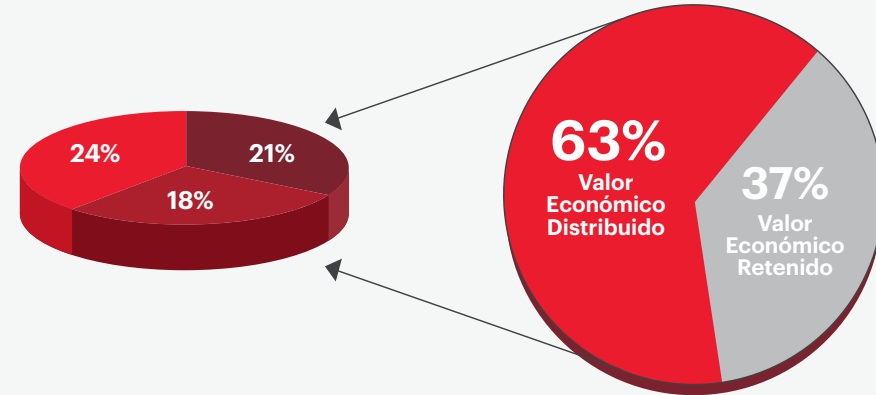
24% en pago de impuestos a gobiernos, intereses pagados a quienes ahorran con nosotros e inversión social directa: US\$45.6 millones.

18% en pago por compra de bienes y servicios a nuestros proveedores: US\$32.9 millones.



DISTRIBUCIÓN VALOR ECONÓMICO GENERADO

VALOR ECONÓMICO GENERADO 2018



- Pago de salario y beneficios a nuestros colaboradores
- Pago y compra de bienes y servicios a nuestros proveedores
- Pago de impuestos a gobiernos, intereses pagados a quienes ahorran con nosotros inversión social directa.

El restante 37%, se clasifica como valor económico retenido. En este, el componente de mayor peso relativo son las utilidades retenidas para reinvertir en el negocio, seguido de las provisiones y amortizaciones, que son el porcentaje de reserva legal que mantenemos por los créditos otorgados a nuestros clientes.

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

Ejercicio de banca responsable



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

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



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

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

Administración del riesgo

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

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



Gestión de cumplimiento

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

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

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

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

Servicio al Cliente

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

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



Inclusión financiera

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

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

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

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



Los medios de pago como mecanismo de inclusión

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

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

Las tarjetas de débito



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

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

Actualmente, en Nicaragua más de 400 mil clientes cuentan con este medio de pago y más de 150 mil colaboradores reciben su salario, proveniente de más de 700 empresas usuarias de nuestros servicios de tesorería.

Las tarjetas de crédito

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

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

Cantidad de Tarjetas de Crédito



Guatemala
377.024
29,72%



Honduras
371.621
46,07%



El Salvador
309.230
39,68%



Nicaragua
251.579
59,24%



Costa Rica
1.524.447
50,44%



Panamá
262.256
25,42%

Porcentaje de participación del Mercado Emisor

Regional

3.096.157
Cantidad de Tarjetas de Crédito

40,15%
Participación del Mercado Emisor

La afiliación de comercios como medio de inclusión

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

Más de 26 mil negocios afiliados a nuestra red en Nicaragua disfrutaron de las herramientas tecnológicas y otros servicios especializados que ofrecemos para el procesamiento de tarjetas. El contar con esa facilidad les genera múltiples beneficios: aumenta el tráfico en sus puntos de ventas, les permite recibir pagos desde cualquier lugar del mundo y les brinda acceso a promociones especiales que permanentemente ofrecemos en alianza con los comercios que forman parte de nuestra red.

Actualmente en BAC Credomatic Nicaragua tenemos una participación del 73.4% del mercado en afiliación de comercios.

Cantidad de comercios afiliados



Guatemala
116.586
51,1%



Honduras
36.802
67,9%



El Salvador
45.532
66,2%



Nicaragua
26.589
73,4%



Costa Rica
142.858
64,4%



Panamá
43.445
39,9%

Porcentaje de participación del Mercado Adquirente

Regional

411.812

Cantidad de Comercios Afiliados

58,50%

Participación del Mercado Adquirente

Fortalecimiento de las PyMEs

Un motor para el desarrollo

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

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

Cerramos nuestro portafolio de PyMEs en el país con más de 26 mil clientes activos

Cantidad de clientes PyME



Guatemala
33.290



Honduras
31.065



El Salvador
23.728



Nicaragua
26.589



Costa Rica
74.396



Panamá
16.033

Regional

Total de PyMEs **205.404**

Capacitación y asesoría presencial

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

Los resultados muestran que desde 2009 hasta 2018 se capacitaron 10,069 PyMEs en el país con cursos en modalidades presenciales y virtuales, como se observa en el gráfico.

Histórico
capacitación
a PyMEs

Año	Pymes
	Total
2009	0
2010	272
2011	438
2012	421
2013	445
2014	1,050
2015	2,313
2016	1,842
2017	1,721
2018	1,567
Total	10,069

Entre los temas de capacitación que recibieron las Pymes se encuentran: Gestión de Recursos humanos en tiempos de crisis; Identificación de Moneda Falsa; Fraude de Tarjeta; Importancia de llevar la contabilidad de tu negocio; Sistema de Gestión de Recursos Humanos; Finanzas en tiempos de crisis; Liderazgo emprendedor de la mujer; Mujeres Líderes en tiempos de crisis; E-Commerce y compras Click; El impacto de la comunicación digital: Las redes sociales; Facebook e Instagram ADS; Más ventas mejores resultados con FB Ads; Medios de Pago en el comercio internacional; Taller de habilidades superiores para la negociación; Técnicas de persuasión.

Fortalecimiento de empresas Lideradas por mujeres.

Tu Oportunidad de Crecer es un programa diseñado para apoyar a mujeres líderes con negocios innovadores y productivos, el cual funciona como un mecanismo que facilita el otorgamiento de financiamiento bancario y un acompañamiento empresarial.

A través del programa se ha contribuido al desarrollo y crecimiento de pequeños negocios que cumplen con los requisitos, brindando créditos a mediano plazo, los cuales se pagan sobre la base de los ingresos de las empresas. Adicionalmente, se ofrece un plan de acompañamiento y capacitación con temas en Mercadeo, Ventas, Flujo de caja, Contabilidad, Estrategia y Crecimiento, entre otros, impartido a través de una alianza con Agora PartnerShips.



Como parte del análisis de las barreras que enfrentan pymes lideradas por mujeres se consideraron requisitos para la aprobación de ingreso al programa, en base a las ventas de la cliente y su flujo de caja, lo cual permite un menor énfasis en la aprobación con base en la garantía. Y se realiza un seguimiento de las ventas del cliente de manera trimestral para medir el crecimiento, si estas van incrementándose entonces el cliente podrá amortizar aceleradamente el crédito, reduciendo su gasto financiero.

Hasta 2018, en Nicaragua se ha colocado US\$ 270,000 a través de este programa. Las industrias son diversas en las cuales las empresarias que han sido beneficiadas con crédito del programa "Tu Oportunidad de Crecer" como: Manufactura de Rosquillas, Industria textil, Industria Apícola, Cadena de distribución de Café, Guarderías, entre otras.

5.

Personas



5. Personas

¿Por qué son importantes para nosotros?

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

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



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



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

Programa de Educación Financiera

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

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

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

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

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

- Adultos:

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

- Estudiantes:

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

Cobertura alcanzada en educación financiera 2010 - 2018

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total
N° de estudiantes ¹ Y N° de adultos ²	6.977	7.562	5.851	6.937	6.709	10.081	9.011	12.025	7.226	76.791

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

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

Alianzas con Entidades Rectoras de Educación Pública

"Ahorrando para tu Futuro" es una iniciativa de Educación Financiera y vinculación con la comunidad para niñas y niños nicaragüenses, entre 9 y 11 años de edad, de escuelas públicas y subvencionadas de todo el país.

Estamos convencidos que la educación financiera debe formar parte de la educación integral de nuestra niñez. Es por eso que hemos enfocado este programa en promover en niñas y niños de educación primaria el buen hábito del ahorro y la planificación financiera, y brindar las herramientas para el aprendizaje de la optimización de sus recursos para alcanzar metas de vida.



Nuestros resultados:



5,049

niñas y niños
participantes del
2012 - 2018



156

Escuelas
beneficiadas

Tarjetas de marca compartida con ONG

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

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

Monto de donaciones tramitadas con tarjetas de marca compartida BAC CREDOMATIC APROQUEN

Donación	Fact	2017 a 2018	Donación 1%
	Total		\$20,313,953.78

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

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

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

En Nicaragua, BAC Credomatic y la Asociación Pro Niños Quemados de Nicaragua (APROQUEN) sellaron una importante alianza en 2008 para la emisión de una tarjeta de crédito que contribuye a salvar vidas.

BAC Credomatic, como expresión de su compromiso de responsabilidad social, dona a Aproquen el 1 por ciento del valor de todas las transacciones que los tarjetahabientes realicen con esta tarjeta, lo que significa un gran apoyo a la labor de esta noble asociación.

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



Público Interno

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

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

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

La mejora en calidad de vida de nuestra gente, es la forma más directa que tenemos para aportar al desarrollo social de nuestro país. BAC Credomatic en Nicaragua con la contratación de 2,205 personas distribuye una parte importante de la riqueza económica que genera, pero, además contribuye para que miles de personas y familias tengan acceso a una vida digna.



Beneficios

- 1 Más allá del respeto por la legislación laboral vigente, ofrecemos una serie de beneficios que están por encima de esas leyes. Los salarios y compensaciones que ofrecemos, independientemente del sexo del colaborador, se encuentran por encima de los mínimos estipulados por la legislación.
- 2 Nuestra política de compensación se apoya en el nivel de responsabilidad del puesto y la evolución profesional de cada persona. A igualdad de funciones, responsabilidades, evolución profesional y cumplimiento de objetivos, la relación salarial entre hombres y mujeres es equivalente.
- 3 Favorecemos la contratación local, ya que el 100% de nuestro personal es nicaragüenses y en nuestras sucursales priorizamos colaboradores que habiten en zonas aledañas.
- 4 Dentro de nuestra estructura organizacional valoramos el talento interno a través de implementación de planes de promoción que permitan desarrollar su carrera profesional, asumiendo nuevos retos. En BAC Credomatic Nicaragua mantenemos un porcentaje 70/30 en relación a promociones internas versus contrataciones externas.
- 5 Velamos por la seguridad y la salud ocupacional en todas nuestras instalaciones, por eso contamos con comités que velan por este tema. En promedio, un 69% de los colaboradores está representando en alguno de los comités y los mismos velan por aspectos de seguridad, salud y coordinan los procesos de atención ante emergencias.



Beneficios Especiales

Así como procuramos que las personas en nuestra organización estén cubiertas por todos los extremos de la ley, también contamos con beneficios especiales que van más allá.

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

Capacitación y desarrollo

En cada proceso de contratación se incluye, además del descriptor de puesto de cada colaborador, una bitácora de entrenamiento y capacitación que permite brindar oportunidades de crecimiento dentro de la empresa a cada colaborador.

También, los colaboradores pueden acceder a nuestra plataforma de E-Learning, DOCEBO, que contiene a 120 cursos entre regulatorios y de habilidades gerenciales, computación y de negocios, como parte de nuestro programa de desarrollo y sucesión gerencial que responde no sólo a un compromiso con los colaboradores, sino también a una necesidad de crecimiento y sostenibilidad de la empresa.

En nuestro Programa de Gestión de Talento se integran colaboradores del más alto nivel gerencial para obtener feedback sobre sus fortalezas y oportunidades de mejora en comportamientos, conocimientos técnicos y experiencias. Además, para realizar comparaciones entre su perfil y puestos de su interés de igual o mayor nivel jerárquico, que les permite trabajar en un plan de desarrollo que les ayude a cerrar brechas. Esto asegura a la empresa la sucesión de sus principales cargos gerenciales con colaboradores formados dentro de nuestra propia cultura de ética corporativa.

De igual manera contamos con un Sistema de Gestión para todos los colaboradores a través de la herramienta YouLab que les permite recibir retroalimentación sobre sus fortalezas y oportunidades de mejora en relación a puestos de su interés o de mayor jerarquía. Ambos sistemas incluyen un plan de capacitación presencial y virtual.

Plan Futuro



BAC Credomatic cuenta con el Plan Futuro para fomentar entre sus colaboradores la cultura del ahorro a largo plazo y el planeamiento para la jubilación.

El aporte de cada colaborador se hace mediante un sistema de deducción de nómina con previa autorización. La empresa contribuye de manera proporcional a este ahorro siguiendo un criterio de antigüedad del colaborador.

Antigüedad (años)	Aporte Colaborador	Aporte Máximo Empresa
Menores de 1 año	Ilimitado	0%
1 a 3 años	Ilimitado	2.5%
3 a 5 años	Ilimitado	3.75%
Más de 5 años	Ilimitado	5%

Beneficios Especiales Atención Médica

En BAC Credomatic Nicaragua hemos puesto a disposición de nuestros colaboradores un consultorio médico totalmente equipado, que puede ofrecer atención primaria a cualquier colaborador.

A través de esta atención nuestros colaboradores ahorran visitas y esperas en los hospitales.

Facilitamos las gestiones ante el seguro social de los colaboradores.

Se atienden emergencias y se organizan actividades orientadas a promover la prevención de enfermedades.

El desarrollo de nuestro programa de salud y atención en nuestro consultorio en 2018, se observa en gráfico a continuación.

Resumen de actividades de Programa de Salud

Actividades	Grupo Meta	Total	Observación
Charla de Hábitos Alimenticios	Personal crónico	46	Hubo interés de parte del personal con padecimiento crónico
Charla de Cáncer de Mama	Personal sucursales	615	Participaron sucursales departamentales y de Managua
Charla de Cáncer Cervico Uterino	Personal sucursales	615	Participaron sucursales departamentales y de Managua
Exámen de clínico de mamas	Personal femenino BAC Credomatic	513	Se presentaron varios exámenes con anomalías en sus resultados
Exámen de PAP	Personal femenino BAC Credomatic	140	Se presentaron varios exámenes con anomalías en sus resultados
Exámen de Tiroides	Personal femenino/masculino	153	Se descubrieron 2 casos de personas con nódulos sospechosos
Prueba de VIH	Personal femenino/masculino	146	Se encontró un caso positivo
Abastecimiento de botiquines	Personal BAC Credomatic	2	Se abastece botiquines 2 veces al año. En año se equiparon 22 botiquines
Jornada de Donación de Sangre	Personal BAC Credomatic	2	160 personas donaron sangre en el año

Productividad de Consultorio

Consultas	Grupo Meta	Total	Servicios de enfermería	Grupo Meta	Total
Consulta Medicina General	Afiliados Hospital Militar	270	Toma de presión arterial	Personal BAC Credomatic	120
Consultas ginecológicas		151	Nebulizaciones		2
Consultas Prenatal		24	Administración de Inyección		60
Exámenes gestionados			Traslado de pacientes a hospital por emergencias		20
Exámenes de PAP	Afiliados Hospital Militar	53	Acompañamiento y gestiones a pacientes por salud delicada		40
Ultrasonidos pélvicos		24			
Ultrasonidos de mamas		13			
Mamografía		10			
Ultrasonidos obstétricos		6			

Voluntariado

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

Hasta el 2018 han participado 9,945 voluntarios, quienes dedicaron 39,369.50 horas de trabajo voluntario en apoyo a programas sociales, ambientales y educativos en Nicaragua.

Año	# de voluntarios	# de horas, voluntariado
2009	368	2266
2010	1450	6516
2011	1184	9011
2012	750	4496
2013	745	3254
2014	1148	3321
2015	1459	5968
2016	1215	1227
2017	1426	3106.5
2018	200	204
Total	9,945	39,369.50

6.

Planeta



Nuestra apuesta por el ambiente

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

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

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

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



Nuestra líneas de trabajo

Procuramos que la implementación de iniciativas ambientales sea una realidad; y tenemos claros los retos que debemos superar, para alcanzar las metas que nos hemos planteado en esta materia.

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



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

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

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



Indicadores Ambientales 2018



	Indicadores Ambientales	Total
	Número de tarjeta de crédito/débito producidas	317.449
	Consumo de papel (en resmas)	25.631
	Consumo de papel (en kg)	54,081
	% de papel utilizado que es reciclado o certificado	0%
	Consumo de energía (Kwh)	7,615.613
	Consumo de de agua (m3)	69.799
	Emissiones de gases de efecto invernadero procedentes del consumo energético (toneladas de CO ² equivalente)	3,586.95
	Papel enviado a reciclar (kg)	1,879
	Plástico enviado a reciclar (kg)	94
	Aluminio enviado a reciclar (kg)	0
	Vidrio enviado a reciclar (kg)	0
	Cartón enviado a reciclar (kg)	348
	Electrónicos (kg)	0

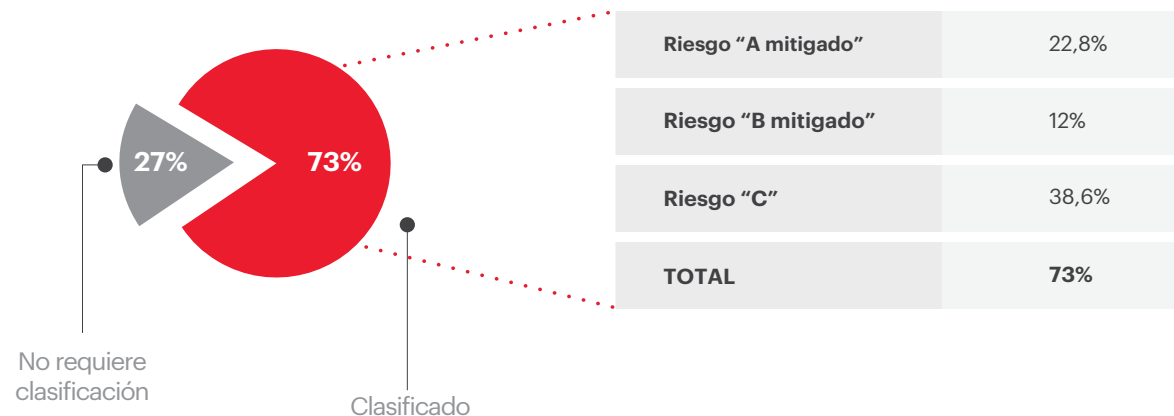
Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales

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

La política aplica para todas las solicitudes de crédito por montos superiores a \$1 millón de USD, el tipo de crédito de que se trate y la actividad donde se invertirán los fondos.

En Nicaragua, el monto total evaluado con criterios SARAS en 2018 ascendió a un total de \$601 mil millones de dólares. Siendo el 73% de nuestro portafolio corporativo clasificado según el riesgo ambiental y social de su colocación.

Clasificación	MM US\$
Riesgo "A mitigado"	137
Riesgo "B mitigado"	72
Riesgo "C"	232
No requiere clasificación	160
TOTAL	601



7.

Nuestros compromisos futuros



7. | Nuestros compromisos futuros

Metas quinquenales

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



 **19,251**
Personas capacitadas en Educación Financiera

 **7,855**
Empresas Fortalecidas

 **100**
Empresarias en Programa "Tu Oportunidad de Crecer"

 **12,000**
Niñas y niños en Programa "Ahorrando para Tu Futuro"



BAC
CREDOMATIC