

# INFORME DE SOSTENIBILIDAD Y RSC 2015

CredibanCo

Reporte anual de sostenibilidad y  
responsabilidad social corporativa.



Modelo de

# GESTIÓN y relacionamiento



En mi calidad como Presidente de CredibanCo es para mí muy grato, presentar a ustedes el tercer Informe de Responsabilidad Social Empresarial correspondiente al año 2015.

Venimos consolidando un modelo de gestión y relacionamiento, fundamentado en el entendimiento de los mercados y los grupos de interés, con los que interactuamos en nuestro hacer corporativo y nuestra función económica y social como organización.

Nuestro rol como entidad que facilita y materializa políticas de inclusión financiera en el país, nos motiva a generar soluciones que promuevan el uso adecuado, fácil y seguro de medios de pago electrónico que haga agradable la experiencia de pago e intercambio económico a las personas.

Así mismo, orientamos esfuerzos para ser facilitadores del desarrollo social y ambiental, que se refleja en mejores condiciones y opciones de crecimiento de nuestros clientes, programas de gestión social, protección del medio ambiente y desarrollo del talento humano como base del desarrollo sostenible de nuestra organización y de los grupos de interés.

Los invito a conocer los principales avances en la gestión de CredibanCo en sus dimensiones económica, social y ambiental, con la que buscamos el desarrollo sostenible y generación de valor compartido.

**Gustavo Leño Concha**  
**Presidente**



# Índice

<b>1</b>	<b>Nuestra Organización</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Misión, Visión y Valores</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>CredibanCo en Cifras 2015</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>Nuestro Modelo de Responsabilidad Social</b>	<b>7</b>
<b>5</b>	<b>Nuestros Grupos de Interés</b>	<b>8</b>
<b>6</b>	<b>Gestión con nuestros Grupos de Interés</b>	<b>9</b>
	<b>6.1. Con Asociados</b>	<b>9</b>
	6.1.1. Gestión de la Estrategia	9
	6.1.2. Cultura Organizacional	9
	6.1.3. Modo de Gestión	10
	<b>6.2. Con Entidades Financieras</b>	<b>11</b>
	6.2.1. Billetera Digital	11
	6.2.2. Suite de Riesgos	11
	<b>6.3. Con Comercios</b>	<b>12</b>
	6.3.1. Capilaridad de la Red	12
	6.3.2. Afiliación Online	12
	6.3.3. Agregadores de Comercios	12
	6.3.4. Corresponsales Bancarios	12
	<b>6.4. Con Colaboradores</b>	<b>13</b>
	6.4.1. Clima Organizacional	13
	6.4.2. Formación y Desarrollo	14

6.4.2.1. Plan Carrera / Sucesión	14
6.4.2.2. Capacitación	14
6.4.2.3. Auxilios Educativos	15
6.4.2.4. Programa de Inglés	16
6.4.2.5. Programa Semillero	16
6.4.3 Programa de Bienestar Integral	17
6.4.3.1 Actividades Deportivas y Recreativas	17
6.4.3.2 Actividades de Integración Familiar	17
6.4.4. Seguridad Industrial y Salud Ocupacional	17
<b>6.5. Con Proveedores</b>	<b>18</b>
<b>6.6. Con la Sociedad</b>	<b>18</b>
6.6.1. Educación Financiera	18
6.6.2. Línea Ética	18
6.6.3. Gestión Social - Filantropía	19
6.6.3.1. Dividendo por Colombia	19
6.6.3.2. Operación Sonrisa	19
6.6.3.3. Causas Especiales	20
6.6.4. Gestión Ambiental	20
<b>Protección al Medio Ambiente</b>	<b>20</b>
<b>Agua</b>	<b>21</b>
<b>Energía</b>	<b>21</b>
<b>Manejo de Residuos Sólidos</b>	<b>21</b>

# Nuestra **ORGANIZACIÓN**

**CredibanCo** es una Asociación Gremial de Entidades Financieras con 44 años en el mercado colombiano, con personería jurídica otorgada por el Ministerio de Justicia y del Derecho en 1972, y ejerce su actividad en calidad de entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia desde el año 2005 en razón a que tiene a su cargo la Administración de un sistema de pago de bajo valor.

Trabajamos gestionando soluciones en tecnología, mercadeo y operaciones, hemos trascendido los servicios de soporte y la organización ha venido jugando un papel relevante en la industria de medios de pago y ha pasado a coliderar la implementación de políticas públicas de inclusión financiera y a proponer su abordaje desde una perspectiva que le permita a la industria evolucionar hacia la consolidación de los ecosistemas de pago.

Así mismo, **CredibanCo** es la red de procesamiento de información más difundida en Colombia, con un amplio portafolio de productos y servicios hacia los establecimientos de comercio, con los mayores índices de participación del mercado y estándares de seguridad.



# MISIÓN, VISIÓN Y VALORES



## Nuestra Razón de Ser

Facilitamos los intercambios económicos, **creando acceso, interconectando y desarrollando ecosistemas de pago** que enriquezcan la experiencia del cliente.

## Nuestra Visión – Mega 2026

En el año 2026, **CredibanCo** tendrá ingresos por \$1.3 billones de pesos, de los cuales el 60% provendrá del desarrollo de negocios en nuevos mercados, facilitando la inclusión financiera, aportando al desarrollo económico del país, siendo un referente en la industria de intercambios electrónicos.

## Nuestros Valores Corporativos

Entendemos que nuestros valores corporativos, son **la base de los acuerdos colectivos** y nos dan las pautas de cómo proceder **para lograr el propósito**.



### Respeto

Reconocemos y valoramos las diferencias como fuente de crecimiento personal y organizacional.



### Responsabilidad

Nos comprometemos con lograr los resultados esperados, damos lo mejor, cumplimos los plazos y mejoramos la calidad del trabajo.



### Integridad

Actuamos con honestidad, nuestras acciones son congruentes con lo que decimos, promovemos relaciones justas y equitativas con nuestros grupos de interés.



### Confianza

Generamos credibilidad y transparencia en las relaciones, honramos y cumplimos nuestros compromisos.



### Servicio

Buscamos permanentemente identificar las necesidades y expectativas de nuestros clientes, para entregar soluciones efectivas y consolidar un relacionamiento de largo plazo.

## 22 Entidades

Financieras Asociadas.

## 174.363 Medios

de Acceso.

## 825 Colaboradores,

de los cuales el 45% son Mujeres y 55% son Hombres.

## 210.8 millones de Transacciones

procesadas.

Cobertura en

## 842 Municipios

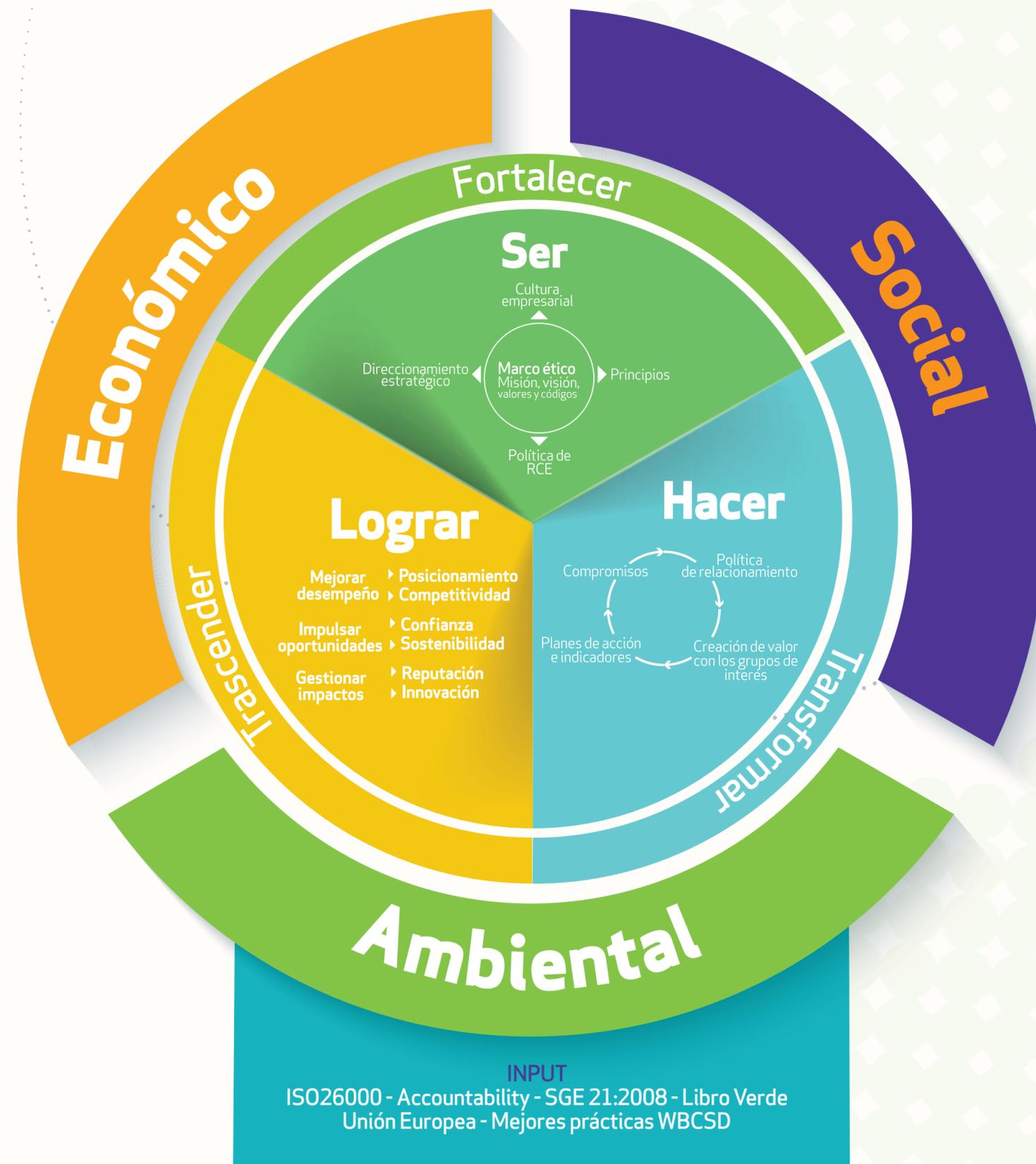
de Colombia.



CredibanCo  
**EN CIFRAS**  
**2015**

# NUESTRO MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Nuestro modelo busca el equilibrio y la gestión integral en las dimensiones Económica, Social y Ambiental, partiendo del fortalecimiento del **Ser** (Marco Ético, Cultura Organizacional y Direccionamiento Estratégico) para transformar el **Hacer** (Políticas de relacionamiento y planes de acción con los grupos de Interés) y generar impactos diferenciados que trasciendan el **Lograr** corporativo con sus diferentes grupos de interés. (Inclusión Financiera, Formalización de la Economía y Desarrollo Social).



# NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

CredibanCo define anualmente el Plan de Negocios donde concreta una a una las estrategias a desarrollar para lograrlo y busca que paralelamente impacten a nuestros grupos de interés, a través de la generación de valor en cada uno de ellos, estableciendo para ello indicadores de avance en cada actividad y meta, reflejados en el Balanced Score Card Corporativo.



## Sociedad

CredibanCo contempla en este grupo el Gobierno, reguladores, las comunidades locales y la gestión del medio ambiente.



## Asociados

La Organización los reconoce como la autoridad que le brinda directrices de gobierno y gestión a partir de sus saberes y experiencias, para diferenciarse en el mercado y por el desarrollo de una cultura basada en altos estándares de calidad y seguridad.



## Tarjetahabientes Consumidores

Son las personas a las que se les ha emitido una tarjeta y que están autorizadas para efectuar transacciones con esta, o que hacen uso de los diferentes instrumentos de pago para la compra de bienes o servicios.



## Entidades financieras

Son aquellas entidades involucradas en el negocio de instrumentos de pago, en virtud del intercambio electrónico de dinero que se realiza entre ellas, atendiendo su rol de adquirente o de emisor.



## Colaboradores

Son parte fundamental de la Empresa en la medida que su gestión hace posible el logro de los objetivos Organizacionales, la consolidación de la cultura corporativa, además del interés por su crecimiento y desarrollo integral.



## Comercios

Los establecimientos comerciales son quienes manejan los instrumentos de pago. Estos aparecen dentro de la plataforma tecnológica de CredibanCo como establecimientos afiliados, son clientes de la Entidad Financiera Adquirente y del Sistema de Pago.



## Proveedores

Son entendidos como aliados para la construcción y ejecución de la estrategia a través de sus productos y servicios, que buscan integrarse a la cadena de valor de CredibanCo para ofrecer al mercado soluciones altamente competitivas e innovadoras.

# GESTIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

## 6.1. Con Asociados

A través de prácticas de Gobierno Corporativo, Asambleas y reuniones de Junta, los asociados y CredibanCo avanzaron en la definición de metas, planes de acción y compromisos, intercambiando opiniones sobre los resultados obtenidos en el Balanced Score Card de cada periodo y siempre en armonía con el comportamiento de la industria, los avances tecnológicos, en seguridad y las necesidades del mercado.



### 6.1.1. Gestión de la Estrategia

CredibanCo avanzó en la revisión de su foco estratégico, análisis de entorno e industria, para establecer los lineamientos a trabajar en el despliegue de su plan de negocios para los próximos años, buscando la competitividad e impacto sostenible que genere valor a los grupos de interés.

Como resultado del entendimiento del negocio y los nuevos retos, CredibanCo ha decidido fortalecer su “visión de creación de demanda y profundización de mercados”. En el último trimestre de 2015 CredibanCo estudió y escogió los mercados más relevantes para el crecimiento del negocio. El objetivo para el siguiente año es profundizar en las necesidades de los clientes para entregar soluciones de valor agregado que potencien sus negocios, estrechando relaciones más cercanas para contribuir conjuntamente al propósito de “Hacer de Colombia un País sin efectivo”.

### 6.1.2. Cultura Organizacional

CredibanCo viene trabajando en un proceso de transformación cultural que nos permita ser más competitivos, diferenciados y sostenibles, a través de la creación de una Cultura de Alto Desempeño, enfocada en los clientes y en los mercados, en un contexto que plantea nuevos retos y exige fortalecer capacidades individuales y colectivas, sustentadas en valores y comportamientos de los equipos de trabajo y de la Organización.

En 2015 lanzamos la campaña de endomarketing “Dile Sí a CredibanCo”, con la cual buscamos orientar y motivar a los equipos frente a los nuevos retos y cambios del entorno, así como extender este compromiso interno frente a nuestros clientes y sus negocios.

El lanzamiento se realizó en la ciudad de Bogotá con una participación superior a los 300 colaboradores. Este mensaje se compartió a nivel nacional por medio de diferentes canales: comités, grupos primarios, piezas gráficas y mailing. Así mismo, iniciamos un ejercicio de revisión de los postulados y atributos de la cultura que queremos, las guías de actuación y la integración con el modelo de liderazgo definido por CredibanCo.

6.1.3.

# MODELO DE GESTIÓN

**CredibanCo** se gestiona bajo un modelo integrado que busca fortalecer y mejorar la gestión, para ofrecer a nuestros clientes eficiencia en sus procesos, revisando mejores prácticas en armonía con lo que establecen los entes reguladores.

Actualmente nuestro sistema integrado de gestión incluye:



## Gestión de Calidad

en concordancia con la norma NTC ISO 9001-2008.



## Gestión de Clientes

accionando la Cultura de Servicio que se apalanca con monitoreo periódico de la percepción de nuestros clientes para el mejoramiento continuo.



## Gestión Integral del Riesgo

(SARO, SARL, SARC, etc.), en atención al estándar internacional ISO-31000 y la circular 041 de la SFC.



## Gestión de Seguridad de la Información,

bajo los estándares internacionales ISO 27001 y la circular 042 de SFC.



## Protección de Datos

Personales (Ley 1581) y el decreto 1377 de 2013.



## Sistema de Gestión

de continuidad del negocio, guiados por el estándar internacional ISO-22301.



## Sistema de Administración

del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT), en atención a la circular básica jurídica (Externa) No. 029 de 2014.

# GESTIÓN

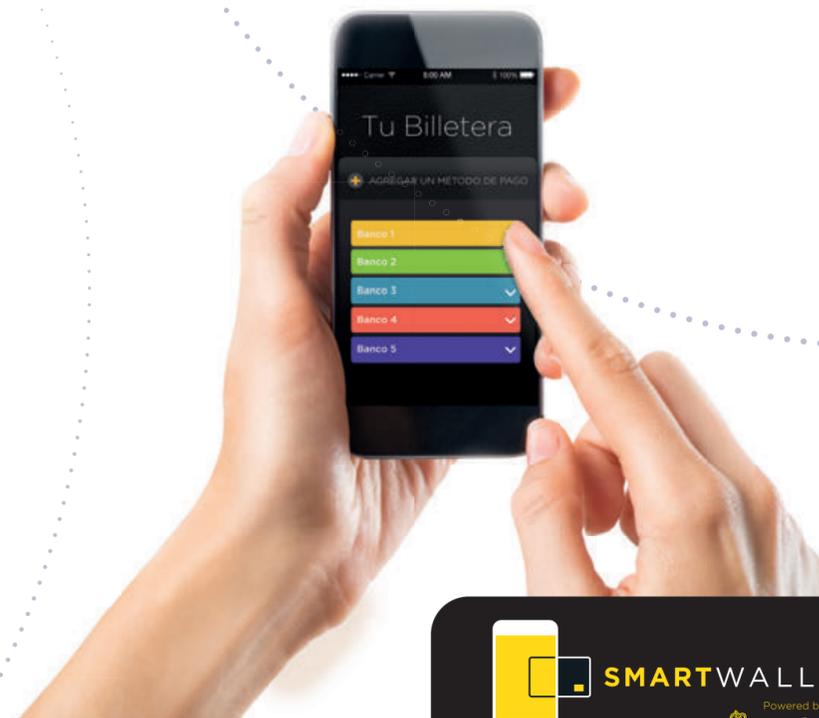
## 6.2. Con Entidades Financieras

La actividad de **CredibanCo** exige permanente y continua interacción con las Entidades Financieras dado su papel como participantes del sistema de pagos que administramos en su rol de Emisores y Adquirentes.

Anualmente se realiza con ellos una evaluación del servicio y de satisfacción en general a través de la cual las entidades califican la calidad, oportunidad y efectividad de los servicios recibidos y nos permite identificar nuestras fortalezas y oportunidades de mejora.

Para el cierre del año 2015 obtuvimos **la calificación de 77.70%**

lo cual nos motiva a continuar trabajando para desarrollar sus negocios por medio de soluciones integrales, que atiendan sus necesidades y superen sus expectativas.



### 6.2.1. Billetera Digital

CredibanCo ha desarrollado la aplicación para teléfonos inteligentes **“SmartWallet”**, una solución integral que busca mejorar la experiencia de compra y facilitar la administración eficiente del ciclo de vida de los clientes de bancos y comercios. Con SmartWallet los clientes podrán realizar sus compras sin tarjetas físicas, dentro de un entorno seguro y confiable.

En 2015, nuestra billetera digital salió al mercado de la mano del Grupo Aval, con la marca Aval Pay y se encuentra próxima a salir con nuevas entidades financieras. SmartWallet es una solución que va más allá del pago, convirtiéndose en una poderosa herramienta de relacionamiento y mercadeo entre los Bancos, Comercios y sus clientes.



### 6.2.2. Suite de Riesgos

Los productos y servicios de la Suite de Riesgo de **CredibanCo** permiten tener una visión sistémica de la administración del riesgo de fraude y contribuyen a una mejor percepción de seguridad en el uso de medios de pago, lo que disminuye las barreras de entrada al sistema financiero y de su uso.

En el último año la suite de Riesgos ha permitido disminuir el fraude, a través de la optimización de los procesos operativos, herramientas y modelos, incrementando los beneficios hacia nuestros clientes, como resultado de la prestación de un servicio apalancado en tecnología y procesos de seguridad de talla mundial.

En 2015 lanzamos nuestro servicio de autogestión de seguridad de clientes, vinculando 1 entidad en producción y 2 en proyecto de implementación. Este servicio busca habilitar al tarjetahabiente para gestionar su comportamiento habitual, previniendo la utilización de los productos por parte de los defraudadores, principalmente en lo referente a sus compras no presentes e internacionales.

Con la Suite de Riesgo de CredibanCo, durante el 2015 por cada peso invertido por los asociados, se obtuvo \$2,34 en pérdida evitada por las estrategias implementadas.

# GESTIÓN

## 6.3. Con Comercios

La actividad de la adquirencia bancaria lleva en sí misma un contacto y diálogo permanente y constructivo con los establecimientos de comercio inscritos en el Sistema y los usuarios de nuestra red de acceso, para lo cual **CredibanCo** tiene definido a nivel nacional un equipo de ventas que diariamente interactúa con ellos y con las respectivas entidades adquirentes.

Así como con las entidades financieras, los establecimientos de comercio participan en una evaluación de servicio ofrecido por CredibanCo, actividad que se realiza dos veces al año y que nos permite medir nuestra actividad frente a sus expectativas y experiencias de servicio.

La gestión realizada en el 2015 con los comercios se ve reflejada en los resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción del cliente la cual fue del

**81.34%,**

lo que nos complace y nos motiva a continuar mejorando día a día nuestra oferta de valor.



### 6.3.1. Capilaridad de la Red

Durante el 2015 logramos habilitar e instalar más de 38.602 terminales para el procesamiento de transacciones financieras a través de nuestra red de POS, lo que nos permitió un incremento en la participación transaccional, **alcanzando un indicador del 49.57%, porcentaje superior al obtenido en el año 2014 (48.0 %)**, lo que confirma la aceptación mayor, por parte de los comercios y usuarios, de nuestra red de medios de acceso.

Igualmente, con el modelo de seguimiento y control de los procesos que impactan la eficiencia operativa de nuestro sistema, se aseguró una alta disponibilidad de la Red de acceso a Comercios, así como la gestión eficiente de los niveles de servicio en instalación, soporte y mantenimiento.

### 6.3.2. Afiliación Online

Se firmó contrato con una entidad financiera como canal del modelo de afiliación on line de comercios, este facilita el registro de información, documentos, pago e inscripción de un comercio a la red de pagos de CredibanCo, lo que le permite mayor agilidad y servicio a los comercios que buscan recibir pagos electrónicos en su negocio, dentro de estándares de calidad y seguridad de la industria.

Con este modelo buscamos mejorar la experiencia del cliente y facilitar la inclusión rápida y sencilla de nuevos comercios a los pagos electrónicos.

### 6.3.3. Agregadores de Comercios

Los agregadores de comercio facilitan el acceso de micro establecimientos al sistema, con menores costos y facilitando canales para que se acerquen cada vez más a la industria financiera como medio para apalancar sus negocios, incrementar sus ventas y recaudo a través de nuevas tecnologías de acceso a la red. Durante el 2015 pasamos de tener 5 a 18 agregadores, con un crecimiento del 206% con nuevos negocios de los cuales 4 son del sector transporte, 2 para servicios de domicilio y 7 de otro tipo de negocios.

### 6.3.4. Corresponsales Bancarios

Con el modelo de Corresponsales Bancarios, logramos mayor cobertura y acceso a servicios financieros en zonas donde tradicionalmente no se podía acceder a este tipo de servicios. Cerramos 2015 con 4.370 terminales con la función de corresponsales, facilitando el acceso a la red por medio de nuevos canales de atención y servicio.

En 2015 se realizaron cerca de 34 millones de transacciones en Corresponsales Bancarios, lo cual permitió aumentar en un 20% el número de transacciones en la red.

# GESTIÓN

## 6.4. Con Colaboradores

La comunicación con nuestros colaboradores es permanente, a través un diálogo abierto y oportuno, en procura de conocer sus motivaciones profesionales, personales y familiares. Se realizan sesiones de grupos primarios, sesiones de grupos focales, medición del desempeño y gestión de liderazgo en diferentes niveles y grupos ocupacionales de la empresa con el propósito de abrir canales de comunicación y feedback que facilitan la exposición de observaciones y aportes por parte de los colaboradores frente a temas de negocio, gestión y acciones de mejoramiento, así como el establecimiento de compromisos para fortalecer los diferentes temas encontrados. (Cierre de brechas, dimensiones del ambiente de trabajo, etc.).

Estas actividades se desarrollan en un entorno de confianza y apertura con el propósito de recoger información valiosa de nuestro talento a través de metodologías que buscan identificar problemáticas, generar planes de acción y compromisos para cambiar, fortalecer y mejorar el ambiente de trabajo, el cierre de brechas y potenciar las competencias y el talento que tenemos



### 6.4.1. Clima Organizacional

Para **CredibanCo** en el 2015, uno de los retos más importantes fue mantener los resultados de clima organizacional obtenidos en el año anterior, a fin de conocer las percepciones de los colaboradores, medirse con estándares mundiales y confirmar estudios previos. CredibanCo decidió realizar su medición con Great Place to Work, Instituto reconocido a nivel mundial y cuyo modelo se fundamenta en un esquema relacional que se articula en principios de confianza, camaradería y orgullo, cada uno compuesto por diferentes dimensiones y factores. Producto de esta medición se obtuvo un índice de aceptación de 77 el cual se traduce en un clima “Muy Satisfactorio” para nuestros colaboradores y que se encuentra por encima de la media del mercado (75).

De la encuesta se destacaron resultados muy favorables como lo fue el vínculo que sienten los colaboradores con CredibanCo con un 94% de favorabilidad.

Conscientes de la importancia de tener un clima laboral favorable que motive a nuestros colaboradores y que se traduzca en mayores niveles de productividad y bienestar integral, los resultados que se obtienen hacen parte fundamental de nuestro Balanced Score Card y se ha desarrollado una estrategia integral que permita mejorar gradualmente la posición de la Empresa, hasta convertirnos en un referente de buenas prácticas en gestión humana, siendo una empresa reconocida por la gestión integral del ambiente laboral de sus colaboradores.



## 6.4.2. Formación y Desarrollo

### 6.4.2.1. Plan Carrera / Sucesión

Se realizó la evaluación y calificación de los cargos críticos para el negocio y mapas de talento. Para contar con la reserva de talentos que permita la sucesión y conservación del **Know-How de CredibanCo**, se dio continuidad a los diferentes comités de calibración de desempeño, identificando talentos clave y posibles sucesores de posiciones críticas y no críticas. Bajo la metodología del (Nine Box Model) logramos concentrar información de 133 colaboradores.

En la búsqueda de incorporar mejores prácticas y metodologías en gestión de talento, y con el fin de focalizar las acciones de nuestros planes de desarrollo y retención, en 2015 estimamos el riesgo de pérdida de talento en niveles directivos y mandos medios, tomando como variables de análisis, el mercado laboral, condiciones de la función, cargo y condiciones propias de los colaboradores.

Como resultado de este proceso se actualizó la información del mapa de talentos de la organización y se implementaron estrategias de acompañamiento y desarrollo para fortalecer las capacidades individuales y colectivas de las personas que les permita crecer y aportar en la Organización en diferentes posiciones y roles.

Se desarrollaron acciones de acompañamiento, formación y coaching para el perfeccionamiento de habilidades directivas y de gestión del liderazgo.

El índice global de movilidad interna fue del 45,19% sobre el total de las vacantes cubiertas que nos permiten promocionar talento interno. Venimos implementando diferentes estrategias y modelos de desarrollo para contar con talento interno en las posiciones y roles que requiere nuestro negocio, facilitando así el desarrollo y crecimiento profesional de nuestros colaboradores.

### 6.4.2.2. Capacitación

En la ejecución del plan anual de capacitación 2015, logramos una cobertura acumulada del 91%, lo que corresponde a 734 colaboradores del total de la planta, que asistieran por lo menos a una actividad de formación en el año. El resultado promedio de satisfacción de los colaboradores en relación con los eventos de capacitación fue de 4.8 sobre una puntuación total posible de 5 puntos.

La capacitación y formación de nuestros colaboradores está orientada a fortalecer el conocimiento del negocio, mejorar su formación técnica y a contribuir en su formación relacional, fundamentado en el Ser, Saber, Hacer y Lograr.

A través de un plan que contó con una inversión que superó los \$447 millones y que involucró a todos los niveles y categorías de cargos, sumamos 10.324 horas de capacitación, con una distribución de más de 13 horas promedio de capacitación por colaborador en el año. Para los nuevos colaboradores, se desarrolló el plan general de Inducción Corporativa e Inducción al Cargo con participación de 227 nuevos colaboradores.

## Gráfica Evolución Académica CredibanCo 2011 - 2015



### 6.4.2.3. Auxilios Educativos

CredibanCo, convencido de la educación como un gran habilitador del plan carrera de sus colaboradores, otorga un beneficio extralegal de educación para programas de formación técnica y tecnológica, pregrado, especialización y programas de maestría, con el fin de facilitar a los colaboradores que adelantan estudios y mejoren cada vez más su perfil profesional, que les permita estar preparados para asumir nuevas responsabilidades, retos y opciones de crecimiento. En el 2015 se gestionaron 233 solicitudes de colaboradores de todos los niveles, categorías de cargos y regiones del país, con una inversión de \$302 millones.

Se avanzó en el perfil académico de la compañía, comparando desde el año 2012 al 2015 para ver la evolución del nivel académico formal por cada nivel de cargo definido, así como el impacto de la política de auxilios educativos otorgados por CredibanCo a sus colaboradores. En 2015 cumplimos la meta del nivel educativo de la organización en un 97%, lo cual representa una evolución significativa frente a los años anteriores, lo que demuestra un positivo nivel de profesionalización del talento de la Organización y una contribución al desarrollo de capital intelectual y social para el país.



#### 6.4.2.4. Programa de Inglés

Como parte del proceso de desarrollo de talento para lograr la competitividad organizacional en un entorno cada vez más globalizado, se ha venido ofreciendo un programa de educación en Inglés orientado a niveles medios y superiores de colaboradores, para lo cual en el 2015 se destinaron \$24 millones, que beneficiaron a 43 personas de las diferentes áreas de la Organización, los cuales evaluaron la formación recibida con una calificación de 4.74 / 5.0.

#### 6.4.2.5. Programa Semillero

En el 2015 se continuó con el programa que iniciamos en el año 2012 denominado Semillero. Este programa busca facilitar la educación profesional de algunos de nuestros colaboradores que se han distinguido por su labor en la organización y quienes paralelamente no cuentan con recursos económicos que les permitan realizarlos, razón por la cual el programa cubre el costo de matrícula y una cuota de sostenimiento mensual como ayuda para fotocopias y pasajes e igualmente exige de los beneficiados mantener excelentes resultados en sus universidades.

Del programa se han beneficiado 20 colaboradores con una inversión total acumulada de \$ 440 millones. Al cierre del 2015, 13 funcionarios gozaban de este beneficio, quienes adelantan estudios de pregrado en Administración de Empresas, Telecomunicaciones, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Electrónica, Ingeniería Industrial e Ingeniería Financiera y quienes además cuentan con programas de desarrollo, capacitación y mentoring, integrados con la búsqueda de posibilidades de promociones y ascensos.

Al cierre del 2015,  
**12 de los 13 semilleros**  
han tenido movilidad interna,  
de estas promociones  
2 personas ya ocupan rol de  
Mandos Medios con personal a  
cargo, lo que ha permitido  
ver el avance e impacto  
del programa.



### 6.4.3. Programa de Bienestar Integral

Con el propósito de facilitar un equilibrio y bienestar integral que impacte positivamente a colaboradores y sus familias, el programa del 2015 abarcó actividades recreativas, deportivas y de integración con sus familias, entre las que destacamos:



#### 6.4.3.1. Actividades Deportivas y Recreativas

- ✓ 120 colaboradores participaron en el torneo de bolos desarrollado en Bogotá.
- ✓ 64 colaboradores participaron en el torneo de Voleibol en Bogotá.
- ✓ 21 colaboradores participaron en las clases de rumba en la ciudad de Bogotá.
- ✓ 70 Colaboradores hicieron uso del Gimnasio de CredibanCo.
- ✓ 500 personas participaron a nivel nacional del día de Halloween.
- ✓ 195 participantes del concurso CrediCopa por motivo de la Copa América 2015.

#### 6.4.3.2. Actividades de Integración Familiar

- ✓ Se desarrollaron actividades de bienestar e integración para el Colaborador y sus familias, los cuales buscan acercar la familia a la organización y hacerlas parte de la cultura y valores de CredibanCo.
- ✓ Se desarrolló una jornada especial de integración para las familias de nuestros colaboradores, donde contamos con la participación 558 personas en actividades recreativas y de integración a nivel nacional.
- ✓ Se realizó la celebración de navidad y entrega de regalos a los hijos de colaboradores menores de 13 años. Esta actividad abarcó una población de 447 personas a nivel nacional.

### 6.4.4. Seguridad Industrial y Salud Ocupacional

Una prioridad para CredibanCo es la seguridad industrial y salud ocupacional, a través de programas y estrategias que buscan prevenir y controlar los riesgos laborales que nos permitan proteger la integridad de nuestros colaboradores, adelantando planes de medicina preventiva, higiene y seguridad industrial. Con el fin de preservar y mantener el bienestar físico, mental y social de los colaboradores, durante del 2015 se planearon, ejecutaron y evaluaron, diferentes programas y actividades, entre ellas destacamos:

- ✓ Ejecución de 301 exámenes médicos periódicos en Bogotá y elaboración de diagnósticos de salud con 86 % de cobertura.

- ✓ Inspección de 210 puestos de trabajo a nivel Nacional.
- ✓ Encuestas de Sintomatología Osteomuscular a 265 colaboradores a nivel Nacional.
- ✓ Capacitación en Higiene Postural a nivel Nacional, 92% de cobertura.
- ✓ Divulgación y sensibilización ley 1010 de 2016 a nivel Nacional con la actividad Cine Convivencia con participación del 80% participación nacional.

## 6.5. Con Proveedores

La relación comercial con todos y cada uno de los proveedores de toda clase de servicios, se basa en acuerdos claros de beneficio mutuo y permanentemente para las dos partes.

De los proveedores que prestan servicio a CredibanCo, en su ejercicio un 80% son pequeñas y medianas empresas, que a través de un adecuado relacionamiento, acuerdos comerciales claros y principios de valor compartido, crecen conjuntamente con el desarrollo sostenido de nuestra organización.

Mejorar la competitividad de nuestros aliados estratégicos, es la base para la constitución de relaciones a largo plazo con cada uno de nuestros proveedores. Durante el año 2015 se adelantaron negociaciones con 1187 proveedores y a quienes se les adquirieron bienes y servicios, de los cuales el 89% correspondieron a negociaciones en pesos colombianos y el 11% restante en moneda extranjera, todas soportadas en acuerdos claros y transparentes para las partes.

## 6.6. Con la Sociedad

La sociedad colombiana está representada por los tarjetahabientes, los dueños o administradores de los establecimientos de comercio y el gobierno, por lo cual el actuar de CredibanCo se rige por normas que cumplen plenamente las disposiciones legales y que buscan día a día suplir las necesidades de cada uno de ellos.

Además de la gestión transparente y responsable con todas las comunidades, nuestro actuar va más allá, desarrollando programas de apoyo social y filantropía a



través del apoyo de causas sociales con entidades reconocidas y serias en los impactos positivos y la administración responsable de los recursos.

### 6.6.1. Educación Financiera

Como parte de los ejes de nuestro modelo de RSE, se han venido estructurando iniciativas que buscan llevar a nuestros grupos de interés información sencilla, relevante y de interés en medios de pagos electrónicos y cómo estos elementos son cada vez más relevantes en la educación financiera y optimización de la industria de medios de pago.

Se desarrollaron comunicaciones en medios de amplia cobertura sobre el lanzamiento y uso de nuevos productos como, Billetera Digital, MiPago, Pago Multimoneda DCC, prevención de fraude y mejores prácticas en seguridad en medios de pago, además de su presencia activa en eventos como Congreso de Acceso a Servicios

Financieros, Convención Bancaria Asobancaria, Ecommerce Day, Góndola 2015 Fenalco y Congreso Nacional de la Infraestructura.

Aprovechando el dinamismo de las Redes Sociales, llevamos contenidos a través de infografías y contenidos virtuales que refuerzan conceptos y mejores prácticas en la utilización de los medios de pago, tips de seguridad, consejos financieros y beneficios de las nuevas tecnologías en medios de pago.

En otras iniciativas, CredibanCo lideró una campaña de sensibilización y capacitación a comercios sobre los estándares en seguridad de la información PCI DSS; para este propósito habilitó a los comercios varios canales de autocapacitación y desarrolló una campaña de incentivos para los primeros 200 comercios en formalizar su gestión de inspección en seguridad de la información.

## 6.6.2. Línea Ética

Con el propósito fortalecer nuestra ética corporativa y promover una cultura de institucionalidad y transparencia de negocio, hemos puesto al servicio de nuestros grupos de interés la Línea Ética de CredibanCo, medio por el cual colaboradores, clientes y/o terceros, pueden denunciar de manera confidencial y anónima, la ocurrencia de conductas y situaciones irregulares que atenten y comprometan los valores y deberes de nuestra ética corporativa.

Para esta línea contamos con 5 diferentes canales:

1. Formulario de internet
2. Línea gratuita nacional: 01 8000 118 883
3. Apartado aéreo: Casillero Suite 401 Incocrédito Cra 7 No 72-65
4. Correo electrónico: [eticacredibanco@incocredito.com.co](mailto:eticacredibanco@incocredito.com.co)
5. Número de fax: 3355500 Ext. 8170

Para asegurar la confidencialidad en el tratamiento de la información y el anonimato de las personas que informan, estos canales son administrados por INCOCRÉDITO.



## 6.6.3. Gestión Social - Filantropía

### 6.6.3.1. Dividendo por Colombia

Durante 2015 CredibanCo mantuvo su compromiso de ayuda directa económica con las fundaciones **Dividendo por Colombia** y **Operación Sonrisa**, las cuales recibieron aportes, que tuvieron como fuente nuestros colaboradores y el mismo CredibanCo. Por cada peso que nuestros colaboradores aportan a estas causas, CredibanCo aporta otro peso, además de aportes extraordinarios que hace la compañía.



En total para el año 2015, la Fundación Dividendo por Colombia recibió \$17.565.140 para el desarrollo de sus programas con los aportes de \$8.782.570 por parte de los colaboradores y aportes por \$8.782.570 por parte de CredibanCo con un impacto sobre 60.000 niños y jóvenes beneficiados según informe emitido por Dividendo por Colombia.

Dentro del impacto de este programa, está la formación en Competencias Básicas, Aceleración del Aprendizaje, Lectura y Escritura en la Escuela, Primera Infancia y Actividades de Voluntariado.



### 6.6.3.2. Operación Sonrisa

Se realizaron aportes por parte de nuestros colaboradores y de **CredibanCo** a la Fundación Operación Sonrisa **con un aporte total de \$13.313.500, contribuyendo con el tratamiento integral de 6 niños** con labio fisurado y paladar hendido de Colombia. Con estos aportes, buscamos mejorar las condiciones de salud, bienestar y oportunidades a niños y niñas de escasos recursos.

### 6.6.3.3. Causas Especiales

Con apoyo del personal de CredibanCo se realizó la campaña de apadrinar a 89 niños de la Fundación Mornes para entregarles en el mes de diciembre regalos, juguetes y ropa a cada uno.



### 6.6.4. Gestión Ambiental

Durante el año 2015 mantuvimos nuestro compromiso por controlar el impacto ambiental que nuestra operación comercial pudiera generar, no obstante que nuestra actividad no se encuentra dentro del ámbito de la aplicación de la Resolución 1512 de Agosto del 2010, emitida por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial.

Continuamos nuestra campaña ambiental con la reforestación de espacios naturales durante las caminatas ecológicas CredibanCo 2015, con una participación de 347 colaboradores a nivel nacional.



Realizamos el Concurso Arte Verde donde participaron 19 hijos de nuestros colaboradores, se eligieron los dos mejores dibujos realizados por los niños sobre el cuidado del medio ambiente.

Los dibujos ganadores serán las piezas graficas de la campaña ambiental de CredibanCo para el 2016.

# PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE



Para 2015 continuamos utilizando únicamente bolsas de color blanco para los residuos reciclables y negra para el resto de residuos, así como **señalizamos los puntos ecológicos** de recolección, **identificando y diferenciando los elementos que se pueden reciclar** para reducir el impacto ambiental en línea con los programas y lineamientos distritales.

Con el fin minimizar el volumen de basura en la sede San Cayetano, conjuntamente como complejo logístico, se adquirió una máquina compactadora, para poder clasificar los residuos que salen de cada compañía.

Se instalaron productos en los baños y otros espacios de sistemas de desodorización y ambientadores con programación automática establecida amigables con el medio ambiente, productos que están certificados y son biodegradables.



## Agua



Durante el 2015, continuamos trabajando en el programa de mantenimiento, mejoramiento y actualización del sistema hidráulico y sanitario, lo que ha permitido la instalación de reductores de caudal y dosificadores de salidas de agua tipo fluxómetro modernos y ahorradores de agua.

**CredibanCo** continúa demostrando su **compromiso por contribuir a una sociedad más próspera**, a un desarrollo sostenible y fomentar la esperanza para las nuevas generaciones.



## Energía

Nuestras instalaciones cuentan con varios sistemas de alumbrado de bajo consumo, aumentamos el número de sensores de encendido automático por movimiento para ahorrar energía, los bombillos y lámparas led son ahorradores de energía se han hecho campañas con el personal de aseo y funcionarios de la Compañía para apagar las luces cuando no hay personal en las diferentes áreas de trabajo y en las salas de reuniones que no cuentan con sensores.

## Manejo de Residuos Sólidos

Continuamos con nuestro plan de manejo de residuos sólidos para el control final de los dispositivos o medios de acceso (datáfonos), que se han ido retirando de los establecimientos por su obsolescencia técnica.

Esta actividad incluye el transporte, almacenamiento, destrucción y reciclaje en México y Estados Unidos según instrucción de los fabricantes de estos equipos. Gracias este programa al cierre de 2015 CredibanCo en conjunto con los aliados para este proceso, ha gestionado más de 50.000 elementos para dar un adecuado uso de residuos electrónicos.





[www.credibanco.com](http://www.credibanco.com)

 credibancooficial  @CredibanCo\_  CredibanCo