



# FOCO CLIENTE

Valor que se siente en cada pago.



# Modelo de Negocio

## Una organización más cercana al cliente

Durante 2025, Credibanco avanzó con decisión en la **transformación de su modelo comercial** para fortalecer la relación con sus clientes y responder con mayor agilidad a las dinámicas del mercado. La adopción de una segmentación más granular por **territorios** elevó la **efectividad de las propuestas comerciales, aumentó la relevancia de los servicios y permitió priorizar oportunidades** con mayor precisión dentro del ecosistema de pagos. Este enfoque territorial mejoró la comprensión de las realidades locales y facilitó una atención más personalizada, impulsando mejoras en el NPS y en la satisfacción de los clientes.

Con esta base, y sustentada en una disciplina comercial renovada y un modelo de actuación centrado en el cliente, la organización obtuvo resultados sólidos en todos los frentes. Equipos comerciales, más alineados y empoderados, reforzaron el acompañamiento a cada segmento y **lograron generar valor tangible, consolidando la confianza en Credibanco como aliado estratégico.**

La compañía reafirmó su **liderazgo** en sectores clave como **movilidad y estaciones de servicio (EDS), consolidándose como el principal habilitador de pagos en el segmento.** Asimismo, se logró una mayor participación en grandes cadenas de retail y restaurantes del país, potenciando su capacidad de atraer nuevos clientes a través de una **oferta de valor diferenciada.**

La propuesta de **multifranquicia se consolidó como la más robusta del mercado**, posicionando a Credibanco como el socio preferido de las entidades financieras. Este logro se vio reforzado por el **fortalecimiento de las relaciones comerciales con las principales franquicias internacionales Visa, Mastercard, American Express y UnionPay**, lo que permitió ampliar las capacidades de aceptación y generar mayor valor para los clientes.

Adicionalmente, este enfoque territorial permitió identificar oportunidades específicas para ampliar la cobertura comercial en segmentos estratégicos. Un ejemplo de ello fue el **lanzamiento de Chebre**, una nueva marca de pagos digitales que responde a las particularidades del segmento masivo y otros sectores clave. Esta iniciativa, concebida desde el entendimiento profundo de las dinámicas regionales y las necesidades locales, refuerza el compromiso de Credibanco con la **transformación del ecosistema de pagos en Colombia y potencia la inclusión financiera** a través de modelos de atención más cercanos, escalables y adaptados a cada territorio.



# Así avanzamos en la mejora de la experiencia para nuestros clientes

En Credibanco reafirmamos nuestro compromiso con ofrecer **experiencias de pago confiables, simples y eficientes**, que contribuyan al bienestar de las personas y al crecimiento de los negocios. Con este propósito, trabajamos en diferentes metodologías, estrategias y cultura para mejorar la experiencia de nuestros clientes.

La medición relacional del **Net Promoter Score (NPS)** fue un eje fundamental para comprender la percepción de nuestros clientes y su disposición a recomendarnos. En 2025, alcanzamos un **crecimiento de 28 puntos frente al año anterior**, reflejando una evolución consistente en la experiencia ofrecida y en el entendimiento de sus necesidades.

De manera complementaria, incorporamos **CSAT transaccional** en procesos críticos, lo que nos permitió actuar con mayor oportunidad sobre la retroalimentación recibida. Como resultado, simplificamos procesos, mejoramos tiempos de respuesta y elevamos la calidad del servicio, logrando un **incremento de 8 puntos en CSAT** al cierre del año.

Durante el año, dimos un paso decisivo en la **modernización de nuestra disciplina de ejecución centrada en el cliente**, adoptando una metodología que asegura la presencia de la voz del cliente en los momentos clave del ciclo. Como resultado, logramos una toma de decisiones más informada, respuestas más ágiles y consistentes, y una reducción de fricciones en la experiencia, fortaleciendo una operación preparada para acompañar de forma sostenible la evolución de las expectativas de nuestros clientes.

Integramos de manera consistente el enfoque de **Voice of Customer (VoC)** en el trabajo con comercios y usuarios de distintos segmentos, para comprender expectativas, fricciones y oportunidades de mejora. Este enfoque nos permitió **priorizar los problemas de mayor impacto** y traducir la estrategia en resultados concretos, mediante soluciones escalables apoyadas en tecnología, testeos recurrentes, evaluación temprana y validación previa a su implementación, garantizando simplicidad, adopción y eficacia.

Adicionalmente, incorporamos **inteligencia artificial en los canales de atención** y fortalecimos los procesos de calidad en las respuestas, facilitando la autogestión y mejorando la precisión y eficiencia operativa.



# Liderazgo e innovación

## Consolidación del ecosistema de pagos inmediatos

Colombia vivió en 2025 un hito relevante con la entrada en **operación del sistema de pagos inmediatos Bre-B**, diseñado bajo una arquitectura alineada a los Sistemas de Pago de Bajo Valor. Este avance representó para Credibanco una oportunidad estratégica, considerando que el procesamiento de transacciones cuenta a cuenta es una tendencia global y que, hacia 2028, representará un crecimiento anual compuesto (CAGR)\* del 30% (<https://blogs.worldbank.org/es/latinamerica/fast-payment-digital-transformation-latin-america>)

En este contexto, Credibanco **obtuvo la certificación como Sistema de Pago de Bajo Valor Inmediato**, logrando ampliar su licencia para el procesamiento de pagos inmediatos cuenta a cuenta el 6 de octubre de 2025, fecha oficial de entrada en operación de Bre-B. Este hito consolida a **Credibanco como un actor clave en la evolución del ecosistema de pagos del país**.



### Liderazgo técnico y robustez operativa comprobada.

Gracias a su arquitectura robusta y alto nivel de interoperabilidad, Credibanco destacó por su desempeño tecnológico verificable, **siendo uno de los nodos más estables durante la marcha blanca del Banco de la República**. La compañía duplicó su infraestructura y alcanzó un rendimiento de 1.000 transacciones por segundo (TPS), superando ampliamente el requerimiento regulatorio de 200 TPS. **Esta solidez operativa fue posible gracias a una arquitectura basada en tecnología 100% cloud, el uso de mensajería ISO 20022 y la implementación de buenas prácticas** derivadas del conocimiento de nuestro **aliado DOCK en PIX**, lo que permitió una mayor escalabilidad y resiliencia del sistema.

### Primer nodo con casos de uso avanzados y reales en producción

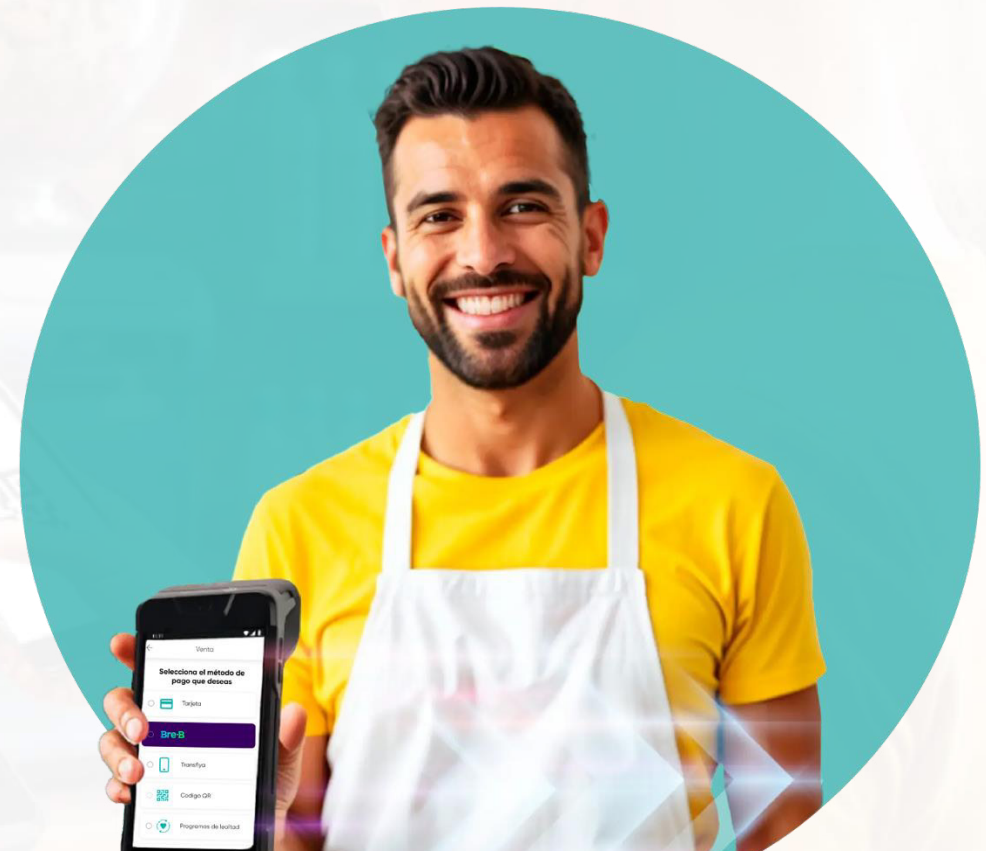
Credibanco no solo cumplió: **fue pionero**. Se consolidó como el primer nodo en implementar casos de uso no regulados, capitalizando de forma temprana los rieles de Bre-B y destacándose especialmente por la puesta en marcha del **modelo de participante indirecto**, que permitió **vincular cerca de siete nuevos actores** y dinamizar la adopción de este nuevo esquema.

Gracias a este modelo, dichos participantes operan ya casos de uso reales y de alto impacto, entre ellos las remesas hacia llaves Bre-B, los pagos P2M en comercios Credibanco mediante QR con y sin referencia, los pagos empresariales B2B dentro de los límites definidos por el regulador y las operaciones P2P con entidades financieras.

Asimismo, Credibanco logró **ingresar al sector cooperativo** con una oferta integral desde la punta adquirente. A ello se suma una solución de **servicios de fraude** expuesta vía APIs que permite al originador y al receptor calificar la transacción en línea, lo que facilita la incorporación de nuevos participantes y fortalece la seguridad del ecosistema Bre-B. Como resultado de todo lo anterior, el promedio diario de operaciones registró un crecimiento del 112% durante diciembre frente a noviembre y octubre mes de entrada del sistema y se consolidó especialmente en las operaciones intersistema, que representan cerca del 90% del total.

### Posicionamiento institucional y liderazgo en el ecosistema

Como resultado de esta evolución tecnológica y operativa, la compañía se **posicionó como un referente en las conversaciones públicas y mediáticas sobre pagos inmediatos**, destacándose por su liderazgo en el lanzamiento de Bre-B. Su gestión fue percibida de forma positiva, no solo por su capacidad técnica, sino también por su rol articulador en la definición de estándares de interoperabilidad. Además, lideró espacios estratégicos con actores clave del sistema financiero, **promoviendo reglas comunes que fortalecen la interoperabilidad** y consolidan su papel como voz influyente en la transformación del ecosistema SPI.



# Evolución del portafolio y habilitadores de crecimiento

Durante 2025, Credibanco consolidó su rol como **habilitador estratégico del crecimiento sostenible**, enfocándose en tres ejes clave: **diversificación de ingresos, mejora estructural de la experiencia del cliente y escalabilidad operativa del negocio.**

La evolución del portafolio permitió pasar de un enfoque predominantemente transaccional hacia un **modelo de plataformas digitales y valores agregados**, fortaleciendo la propuesta de valor para ecosistema financiero, pasarelas, comercios y agregadores. Este avance se reflejó en una mayor adopción de soluciones, profundización de relaciones comerciales y fortalecimiento de la confianza en la compañía como socio tecnológico de largo plazo



## Evolución del Portafolio y Propuesta de Valor del procesamiento

### Profundización del portafolio para Emisores

Se fortaleció la oferta de **valores agregados para emisores como stand-in, extracupos y notificaciones inteligentes** cerrando brechas funcionales y asegurando la promesa de valor. La normalización operativa y el despliegue de esquemas de monitoreo y operación inteligente permitieron mejorar la estabilidad, anticipar incidentes y priorizar de forma más efectiva los flujos críticos.

### Valor para el cliente:

Mayor continuidad operativa y confiabilidad del servicio.

Productos con desempeño consistente y medible.

Capacidad de crecimiento rentable mediante nuevas capas de valor.

### Estandarización y robustecimiento del procesamiento del sistema de pago de bajo valor (SPBV)

La estandarización de esquemas de procesamiento y la implementación de nuevos programas habilitaron una **operación más eficiente, resiliente y alineada con los modelos de franquicia.** Esto fortaleció la capacidad de liquidación, el aseguramiento del performance y la escalabilidad del negocio.

### Valor para el cliente:

Procesos más predecibles y transparentes.

Menor fricción operativa.

Plataforma preparada para crecer al ritmo del negocio del cliente.

## Innovación en Acceso y Experiencia del cliente

### Evolución del parque de dispositivos y canales de acceso

Se habilitaron nuevas tecnologías Android y dispositivos especializados para distintos segmentos de comercio, combinando **inclusión financiera, mejor experiencia de usuario y cumplimiento regulatorio y de seguridad**. Se desplegaron evolutivos enfocados en performance, personalización y nuevas opciones de pago, elevando la experiencia en el punto de venta y adaptándola a las nuevas tendencias de medios de pago interoperables.

#### Valor para el cliente:

- Dispositivos alineados a su realidad operativa.
- Mejores tiempos de atención y operación.
- Experiencia consistente en distintos territorios y segmentos.



## 3

## Canales Digitales como Plataformas de Crecimiento

**Hub Connect** se consolidó como el **principal punto de interacción digital**, integrando autogestión, información transaccional y operación en una única plataforma para comercios, agregadores y clientes corporativos. Resultados destacados; Alta adopción como canal principal de autogestión; Niveles de satisfacción sobresalientes y reducción significativa de fricción operativa y tiempos de respuesta.

### Valor para el cliente:

- Control total de su operación desde un solo punto.
- Mayor transparencia y acceso a la información.
- Relación más cercana y eficiente con la compañía.

**Hub Connect**  
credibanco



## Pasarela de pagos

El desarrollo y evolución de la pasarela de pagos representó un **hito clave en la consolidación de la estrategia digital de la compañía**. Al ampliar de manera significativa la capacidad transaccional y simplificar la integración con los distintos actores del ecosistema, la pasarela se convirtió en un habilitador fundamental para escalar el negocio digital de forma segura, eficiente y sostenible.

Este avance permitió **reducir fricciones técnicas, acelerar el time-to-market de nuevas funcionalidades y mejorar la experiencia de integración** para clientes y aliados, facilitando una mayor adopción de los canales digitales. Como resultado, la pasarela no solo soportó el crecimiento del volumen transaccional, sino que también impulsó la generación de nuevos ingresos al habilitar casos de uso adicionales y modelos de conexión más flexibles.



## Consolidación de canales masivos y modelos de agregación

En la economía colombiana, el efectivo continúa siendo el medio de pago predominante en las transacciones cotidianas: cerca del 79% de las compras habituales se realizan en efectivo, mientras que solo el 14% se efectúan mediante transferencias electrónicas y el 6% con tarjeta débito. Este contexto evidencia una oportunidad estructural para acelerar la digitalización de los pagos y ampliar la inclusión financiera en el país.

En respuesta a este desafío, lanzamos **Chebre**, una nueva marca de pagos digitales diseñada para impulsar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), que representan el 99,5% del tejido empresarial colombiano y aportan aproximadamente el 40% del PIB nacional. Chebre habilita una propuesta de valor enfocada en ampliar la cobertura, acelerar el onboarding de comercios y desplegar modelos de agregación escalables, reforzando el sistema interoperable de la compañía y consolidando una estrategia de crecimiento rentable y sostenible.

**chebre**  
by credibanco



LIBÉRATE DE TODO  
LO PESADO

# Monetización de datos

## Monetización de información y analítica

Se validó el mercado para productos de información y analítica avanzada, sentando las bases para una nueva línea de ingresos no transaccionales y posicionando a la compañía como **proveedor de inteligencia de negocio**, no solo de procesamiento.

## Automatización e inteligencia artificial

La incorporación de IA en procesos internos críticos asociados a la experiencia del cliente permitió reducir costos estructurales, acelerar tiempos de respuesta y demostrar retornos inmediatos, estableciendo una base sólida para escalar capacidades de IA corporativa.

## Principales Aprendizajes Estratégicos del ejercicio

- La diferenciación futura en medios de pago se jugará en **valores agregados, experiencia y datos**, no solo en tarifas.
- La **escalabilidad digital** y la **IA aplicada al negocio** serán determinantes para sostener el crecimiento.
- El riesgo en tiempo real y la operación proactiva son críticos en un entorno de pagos cada vez más complejo.
- Los comercios demandan soluciones integrales “más allá del datáfono”: fuentes de nuevos ingresos, gestión e inteligencia de mercado.

DAINSIGHT  
credibanco



Cerramos un 2025 con un portafolio más robusto, plataformas consolidadas y capacidades nuevas que habilitan el crecimiento sostenible. En 2026, el foco estará en **escalar lo construido, optimizar el modelo económico y acelerar la innovación** para seguir siendo el socio estratégico preferido de nuestros clientes en la evolución del ecosistema de pagos.