

**División de Contabilidad Analítica
Área de Presupuesto**

INFORME EVALUACION

PRESUPUESTARIA

Al 31 de diciembre de 2025

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. OBJETIVO GENERAL:	3
3. METODOLOGIA	3
4. RESULTADOS DE OBJETIVOS Y METAS PAO y DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	3
5. APORTE DE METAS PAO A LA SITUACION ECONOMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL.....	6
6. MEDIDAS CORRECTIVAS y MEJORA EN LA GESTION INSTITUCIONAL	10

1. INTRODUCCIÓN

El informe de Evaluación Presupuestaria que se desarrollará a continuación presenta la rendición de cuentas de la Institución al 31 de diciembre de 2025.

2. OBJETIVO GENERAL:

Cumplir con las Normas Técnicas sobre Presupuesto Público N-1-2012-DC-DFOE de la Contraloría General de la República.

3. METODOLOGIA

Se realiza el seguimiento de objetivos y metas del Plan Anual Operativo (PAO) que se desarrollan en los siguientes programas:

- 100: Administrativo o Soporte
- 200: Negocios
- 300: FODEMIPYME

4. RESULTADOS DE OBJETIVOS Y METAS PAO y DESEMPEÑO INSTITUCIONAL

En cuanto a los resultados del cumplimiento de metas PAO la Institución logró un resultado de 95% al 31 de diciembre de 2025 tal como se muestra en el siguiente cuadro:

Programa	Calificación
100 Soporte	99
200 Negocios	85
300 FODEMIPYME	100
Calificación Institucional	95%

A continuación, el cumplimiento obtenido de las metas PAO más relevantes y que consolidan resultados institucionales:

Meta PAO	Esperado	Logrado	Cumplimiento PAO
ROE	Mayor o igual 2,08%	2,44%	117%
Cumplimiento Plan de Fondo Institucional	100,00%	100,00%	100%
Indicador Suficiencia Patrimonial	Mayor o igual 19,78%	21,28%	107%
Incremento en el Saldo de la Cartera de Crédito Financiera	¢11.245 Millones	(¢36.199) Millones	0%
Ingresos por Servicios	¢31.300 Millones	¢28.439 Millones	91%
Incremento en la Captación (Negocios)	¢86.110 Millones	¢0 Millones	0%
Aprobación CREDITO FODEMIPYME	¢10.000 Millones	¢12.342 Millones	123%
Brindar Servicios de Desarrollo Empresarial (FODEMIPYME)	225 MIPYMES	1.319 MIPYMES	586%
Colocación Crédito (Fondo Especial Vivienda)	¢5.000 Millones	¢8.029 Millones	160%
Colocación Sistema Banca para el Desarrollo	¢8.653 Millones	¢9.007 Millones	104%
Crecimiento de clientes activos por medio de programas sociales	3.000	4.701	156%

El Plan Táctico Comercial de Negocios 2025 plantea una estrategia de banca universal que alcanza los segmentos personas, MYPE, mediana empresa y corporativo; la atención de estos segmentos se apoya de manera transversal en la oferta de productos y servicios que construyen valor y generan bienestar para el cliente; asimismo, en función de las expectativas del cliente y la madurez de las tecnologías para la mejora de los modelos de servicio y la experiencia a través de una banca digital.

El abordaje de los segmentos antes descritos se sustenta en el fortalecimiento de canales digitales, personalización de productos y servicios y la diversificación de estos. Lo anterior, mediante el desarrollo de estrategias clave como el aprovechamiento de las bases de datos, atención en calle, ejecutivos integrales y transformación de la red comercial.

En cuanto a los segmentos, se han definido los siguientes sectores como prioritarios:

- Personas físicas: Segmentación por rentabilidad y riesgo.
- MYPE: Créditos para sectores como turismo, comercio, agropecuario y servicios.
- Medianas empresas: Atención personalizada, financiamiento verde y productos especializados.
- Corporativo e institucional: Enfoque en sectores clave como manufactura, transporte, turismo y agricultura.

Siendo lo anterior, el Banco Popular busca consolidar su posición en el mercado mediante estrategias diversificadas, digitalización, atención personalizada y metas financieras ambiciosas, enfocándose en la sostenibilidad y la rentabilidad.

Cartera de crédito:

La meta de crecimiento de la cartera de crédito del Banco al cuarto trimestre presenta un decrecimiento real en el saldo de la cartera de crédito consolidada de -ϕ11.383 millones con respecto a diciembre de 2024.

Las estrategias de crédito han contado con el soporte de campañas de mercadeo, comunicación y marketing digital enfocadas en los segmentos y sectores prioritarios.

Pasivo:

La variación en el saldo de captación total por gestión de negocios al cuarto trimestre de 2025 refleja un monto consolidado de -ϕ1.967 millones.

Ingresos por servicios:

La meta de ingresos por servicios del Banco al cuarto trimestre de 2025 se alcanzó en 90,86%, resultado que se sustenta, principalmente, en la ejecución de las estrategias comerciales de tarjetas para atracción, uso y retención de clientes llevadas a cabo; así como la actualización y automatización de la Tabla de Tarifas y Comisiones.

Integración de los productos y servicios activos:

Para el cuarto trimestre de 2025 se logra una integración de 3,23 productos y servicios por cliente, lo que implica un desempeño de 93,90% con respecto a la meta de 3,44 establecida.

5. APORTE DE METAS PAO A LA SITUACION ECONOMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL

Dimensión ambiental

La gestión ambiental institucional se lleva a cabo desde dos ejes de acción: Gestión ambiental interna y negocios.

La gestión ambiental interna se ejecuta por medio del Programa de Gestión Ambiental Institucional (PGAI) y el Programa Bandera Azul Ecológico (PBAE).

Con respecto al Programa de Gestión Ambiental Institucional se recibió la nota de retroalimentación, en la cual se destaca la obtención, por octavo año consecutivo del Reconocimiento Excelencia Ambiental. Además, en dicha nota, se destaca la revisión de la propuesta de actualización del PGAI para el quinquenio 2025-2029, donde se indica que no se tienen observaciones puntuales en cuanto a correcciones o modificaciones.

Adicionalmente se reconoce el esfuerzo y compromiso demostrado por la Comisión Ambiental Institucional en la actualización del PGAI, así como la actitud proactiva de sus integrantes para fortalecer la gestión ambiental dentro de la institución a partir de las acciones propuestas.

Con respecto al Programa Bandera Azul Ecológica (PBAE), se brindó acompañamiento y atención de consultas a los BP Totales participantes y se solicitaron dos avances del informe final para revisión, una en setiembre y otra en diciembre.

En el ámbito de Negocios, se elaboró la Estrategia de Negocios de Productos Ambientales la cual fue aprobada por el Comité Corporativo Ejecutivo (CCE) por medio del acuerdo No. 53-art.01 Acd.01-CCE- 2025.

Además, en el noviembre se recibieron los resultados del piloto de la Taxonomía de Finanzas Sostenibles de Costa Rica (TFS-CR), donde destaca la identificación de buenas prácticas, oportunidades y recomendaciones en temas relacionados con la gestión técnica y operativa de los créditos, estrategia de sostenibilidad y gestión de riesgos ASG.

En cuanto educación ambiental se cuenta con el sitio de charlas ambientales ubicado en la Universidad Corporativa donde tanto el Banco como las Sociedades Anónimas tienen acceso a material de sensibilización ambiental, en el cual se contó con la participación de 361 personas, adicionalmente se han generado 16 comunicados ambientales.

Dimensión social

En materia social se trabajan los temas de educación financiera, población adulta mayor, accesibilidad y la igualdad y equidad de género. En cada uno de esos temas se obtuvo un 100% de cumplimiento en las acciones y actividades del plan de trabajo en este segundo semestre del 2025. Con respecto a accesibilidad y discapacidad, se dio seguimiento al plan de trabajo específico para el presente año, se comunicaron cinco efemérides relacionadas a los tipos de discapacidad, se remitió al CONAPDIS la información solicitada en la evaluación IGEDA 2025, se apoyó a la Dirección de Capital Humano en la realización de acciones por la Semana nacional de los derechos de las personas con discapacidad. Se brindó seguimiento a la División Canales y Servicios Alternos con respecto a los proyectos de instalación de cajeros automáticos con elementos accesibles y el avance del proyecto del Asesor Online. Así mismo se dio seguimiento a las mejoras en infraestructura de las oficinas comerciales.

Lo relacionado con igualdad y equidad de género se dio seguimiento al Plan Acción Género realizado con el apoyo de la Agencia Francesa para el Desarrollo (AFD), se coordinaron reuniones con las áreas involucradas y se dio seguimiento a las acciones que no requerían asistencia técnica. Por otro lado, se finalizó en el documento de los términos de referencia para la contratación de asistencia técnica para atender las acciones que se determinó así lo requieren y se realizaron sesiones de trabajo con el personal de la AFD sobre el proceso de contratación de la asistencia técnica para el 2026.

También se realizaron reuniones con la Comisión Permanente de la Mujer de la Asamblea de Trabajadores y Trabajadoras con respecto a los planes de trabajo en materia de género.

Para el segundo semestre en educación financiera se realizaron charlas y otras actividades virtuales para personas clientes teniendo un alcance de 10721 personas, para llegar a un acumulado anual de 17955.

Además, se continúa promocionando los dos video cursos de educación financiera para MIPYMES y personas clientes generando durante el segundo semestre un total de 2075 personas certificadas, (4259 personas certificadas durante el año) así como contenidos educativos y campañas en las redes sociales del Conglomerado Financiero en conjunto con el División de Mercadeo Táctico. Directamente en acciones en educación financiera (charlas y video cursos), se alcanzó un total anual de 22 214 personas, alcanzando un cumplimiento del 148% de la meta planteada. También se realizó el lanzamiento de los tres sitios de educación financiera VISA – Banco Popular y se realizó la campaña de comunicación de estos.

En apoyo con la Asociación Bancaria Costarricense se concluyó el curso “Tu Banca a un Clic” en el BP Total de San Pedro, graduando a 19 estudiantes personas adultas mayores a quienes se les brindó por medio de 10 clases, conceptos básicos de alfabetización digital para el manejo de sus finanzas en línea.

Se continuó con la alianza del programa Ciudadano de Oro de la CCSS, participando en los espacios de Facebook Live “Cápsulas de Oro” con temas de educación financiera, en la segunda

mitad del año se brindaron cuatro charlas alcanzando a 2817 personas. Adicionalmente se realizó un taller presencial en el Centro Diurno de Sarchí con 40 personas adultas mayores.

A su vez, uno de los aspectos que en este segundo semestre ha destacado es el proceso de transformación y fortalecimiento de la Banca Social del Banco Popular, la cual a través de los cambios efectuados en su estructura procura un mayor enfoque en ventas, la generación nuevos productos y la constitución de una dependencia de microfinanzas.

Durante el segundo semestre 2025, se han desarrollado las acciones para ajustar la oferta de productos vigente, mejorando condiciones de accesibilidad al beneficiario, como es el caso de:

- **Conecta BP Mujer:** programa dirigido a las mujeres que busca ofrecer un paquete de productos y servicios diseñados con visión de mujer.
- **BP Bienestar Social:** Ahora es más accesible para personas con sobreendeudamiento.
- **FEDE:** Se realiza reapertura al programa FEDE Directo a partir de una matriz para evaluar el impacto de las organizaciones de economía social y la vulnerabilidad de los agremiados, se busca atender a las organizaciones que no califican para créditos tradicionales, por otra parte y dentro de este fono se apertura el programa Microcrédito Asociativo que busca apoyar a microempresarios asociados en grupos u organizaciones, ofreciéndoles financiamiento en condiciones favorables que la banca tradicional a menudo no puede ofrecerles, facilitando su crecimiento conjunto.
- **Programa BP Comunidad:** cuyo objetivo es empoderar a las Asociaciones de Desarrollo Integral, convirtiéndolas en aliados estratégicos del Banco Popular, por medio del canal Punto BP podrán referir créditos a sus miembros y recibir una comisión por cada crédito aprobado. Además, se ha potenciado la oferta de productos con impacto social a través del Fondo Especial de Aavales, incluyendo:
 - **BP Reactiva:** Un microcrédito de fácil acceso para personas físicas (formales e informales) de los sectores industria, comercio, servicios y agropecuario. Está respaldado en un 90% por aavales de Fondos Especiales, dirigido a quienes a menudo carecen de garantías y son vulnerables a prestamistas informales.
 - **Programa Turismo:** Financiamiento para personas físicas y jurídicas del sector turístico (alojamiento, restaurantes, tour operadores, etc.).
 - **Programa Agro Cadenas Productivas:** Dirigido a micro, pequeñas y medianas empresas (personas físicas y jurídicas) involucradas en las distintas etapas de las cadenas productivas agrícolas (producción, insumos, transporte, transformación, comercialización).
 - **Prestamito Popular:** Financiamiento para consumo o actividades económicas (industria, comercio, servicios, agropecuario) de personas físicas, tanto formales como informales.

Durante el año 2025, los programas de aavales permitieron movilizar crédito por un monto de ¢12.957 millones, generando un total de 874 operaciones. Estos resultados fueron posibles gracias al nivel de accesibilidad y dinamismo que brindan dichos programas, los cuales continúan posicionándose como un instrumento fundamental para facilitar el acceso al financiamiento de las personas y sectores atendidos.

Es importante acotar que por medio de la totalidad de productos que son administrados por la Banca Social en el año 2025 se giraron más de ¢71 mil millones, impactando la calidad de vida de más de 14 mil beneficiarios en todo el territorio nacional, como se muestra en el siguiente detalle:

Tabla. Colocación de recursos por producto Banca Social
Año 2025

Programa Banca Social	Población objetivo	Monto colocado (millones colones)	Operaciones	Beneficiarios
Fondo crédito de vivienda	Solución de vivienda a familias de clase media y baja	8 030	149	486
Fondo crédito de desarrollo	Microempresarios asociados a Organizaciones de la Economía Social	132	26	3 587
Fondo crédito BP Bienestar	Población con sobreendeudamiento que supera el 75% de sus ingresos	31 180	1 321	4 306
Fondo crédito pignoraticio	Personas físicas, principalmente mujeres cuya garantía es una alhaja	3 370	2 645	985
Fondo vivienda social (bonos)	Personas en condición de pobreza o vulnerabilidad social	16 087	560	1 826
Fondo avales vivienda	Familias que no poseen la prima para optar por la vivienda	8 990	162	528
Fondo avales BP Reactiva	Microcrédito para pequeñas unidades productivas formales e informales	1 670	362	1 180
Fondo avales BP Turismo	Unidades productivas de este sector que no poseen garantías crediticias	540	16	52
Fondo avales BP Agro Cadenas	Unidades productivas de este sector que no poseen garantías crediticias	1 610	81	264
Fondo avales Prestamito Popular	Microcrédito que combate el crédito extorsivo gota a gota	147	253	825
Totales		71 756	5 575	14 039

Fuente: Elaboración propia.

Dimensión gobernanza

Se finiquita el plan de mitigación, por medio de la elaboración de la “Guía para la implementación de acciones para la adaptación al cambio climático de las edificaciones del Conglomerado Financiero Banco Popular y de Desarrollo Comunal”, la cual ya fue aprobada y publicada, así como remitida a la División Riesgo Operativo por medio del oficio USC-134-2025.

Participación en la implementación del Plan de Trabajo SARAS, para el cual se estableció un equipo de trabajo con el fin de dar cumplimiento al Acuerdo SUGEF 2-10. Dentro de las actividades realizadas se desarrolló la “Guía descriptiva de categoría A y B del SARAS” y la “Guía de identificación de riesgos ambientales y sociales por actividad económica”, así como apoyo en la elaboración de las historias de usuario para la herramienta tecnológica a utilizar para la implementación del SARAS.

Elaboración y aprobación del Reporte de Sostenibilidad GRI 2024, además de su publicación en la página web del Banco con acceso a todas nuestras partes interesadas.

Evaluación del Índice de Sostenibilidad ASG, inmerso en el Plan Táctico de la Dirección de Relaciones Corporativas, para medir el avance de diferentes indicadores en las dimensiones ambiental, social y de gobernanza.

Construcción y diseño de un dashboard automatizado para la medición y el conocimiento por parte del Órgano de Dirección del avance al cumplimiento de los indicadores del Índice de Sostenibilidad ASG.

Se realizaron sesiones de revisión con las diferentes dependencias del Banco y Sociedades Anónimas para presentar la estrategia de sostenibilidad y los diferentes indicadores que se encuentran integrados en cada uno de los 4 focos.

Actualización y aprobación de la Política de sostenibilidad y Política de relacionamiento de grupos de interés, por parte del Comité Corporativo Ejecutivo y la Junta Directiva Nacional. Se impartió la capacitación en Normas NIIF S1 y S2 dirigido al equipo de trabajo, así como otras dependencias necesarias en el involucramiento de este proceso.

6. MEDIDAS CORRECTIVAS y MEJORA EN LA GESTION INSTITUCIONAL

Productos y servicios:

Para el 2026 el Banco ha estado realizando las acciones correspondientes para actualizar la normativa de crédito con el propósito de fortalecer los procesos de análisis, aprobación, formalización y seguimiento del crédito, en línea con las mejores prácticas del sistema financiero, los requerimientos regulatorios y en respuesta a los objetivos estratégicos.

Esta actualización también tiene como fin mantener una oferta de valor para promover un mayor acceso al crédito por parte de los distintos segmentos de clientes, especialmente aquellos sectores con potencial de crecimiento productivo.

Lo anterior asegura al mismo tiempo, una adecuada gestión de riesgos y sostenibilidad de la cartera de crédito.

Por otra parte, se está trabajando en la actualización de la normativa de captación con el fin de fortalecer los lineamientos que regulan la oferta y gestión de los productos pasivos, en concordancia con el marco regulatorio y los objetivos comerciales, impulsando una mayor bancarización, inclusión financiera y herramientas para la gestión del efectivo.

Servicio al cliente:

En seguimiento a nuestro compromiso con la mejora continua de la experiencia del cliente y en atención a los resultados obtenidos mediante la medición del Net Promoter Score (NPS), el Banco realizó esfuerzos en la implementación de un plan integral orientado al fortalecimiento de sus principales canales de atención, a saber: oficinas comerciales, red de cajeros automáticos (ATM), canal web y aplicación móvil.

Este plan tiene como objetivo abordar de manera sistemática las oportunidades de mejora identificadas por nuestros clientes en cada uno de estos canales, incorporando acciones específicas para elevar los niveles de satisfacción, eficiencia operativa, accesibilidad y seguridad. Las iniciativas incluyen, entre otras, la optimización de procesos en oficinas, modernización tecnológica de cajeros, rediseño de interfaces digitales, así como el fortalecimiento de funcionalidades en los canales digitales.

Asimismo, se contempla la incorporación de mecanismos permanentes de retroalimentación del cliente, con el propósito de monitorear en tiempo real la efectividad de las acciones implementadas y garantizar una gestión proactiva de la experiencia del usuario.

El porcentaje de cumplimiento en la respuesta a las gestiones presentada por los clientes se mantiene estable en un 85%, lo cual refleja un esfuerzo sostenido y una gestión eficiente en la atención. Este indicador demuestra la continuidad en la calidad del servicio y la efectividad de los procesos internos. Es importante seguir monitoreando este porcentaje y buscar estrategias que permitan mantener o mejorar este resultado en el futuro.

Con base en lo expuesto, resulta fundamental consolidar los esfuerzos a nivel institucional para establecer una dinámica constante en la ejecución de la hoja de ruta estratégica. Esto permitirá alcanzar los resultados planteados para el 2026 como equipo, tanto dentro del negocio como en coordinación con las áreas de soporte y control, cuyo propósito común es generar bienestar para la población costarricense y asegurar la sostenibilidad del Conglomerado en el tiempo.