

PRODUBANCO

En Buenas Manos

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
2012



El desarrollo sustentable solo es posible con el cumplimiento ético de cada rol que desempeñamos en la sociedad.

Información

PRODUBANCO

Coordinación

Mercadeo y Finanzas PRODUBANCO

Edición y Diseño Gráfico

Solange Luna – Ricardo Staël

Fotografía

Banco de Imágenes PRODUBANCO

Christoph Hirtz

Alexis Zurita

Impresión

Imprenta LP

Esta Memoria está impresa en papel amigable con el ambiente.



MEMORIA DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL

2012

Sobre este Informe

Metodología

Este informe se basa en los Estándares Internacionales GRI (Global Reporting Initiative), versión G3.1, y en algunos de los elementos de los “Suplementos sobre el Sector de Servicios Financieros: Desempeño Medioambiental y Desempeño Social” (2008).

Para el cálculo de CO2 emitido por combustible se utiliza el factor de conversión establecido por el DEFRA (Department for Environment Food and Rural Affairs).

Para el cálculo de emisiones por consumo de energía eléctrica se utilizó el factor de conversión de la (DIA) Dirección de Información Académica de la Pontificia Universidad Católica de Perú.

La información ha sido verificada por la firma Deloitte & Touche del Ecuador, y sus indicadores se encuentran especificados al final, en la tabla creada para el efecto.



Evaluación GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN Memoria de Responsabilidad Social: A+

La evaluación efectuada a la Memoria de Responsabilidad Social 2012 del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN, corresponde a un nivel A+ de acuerdo con los estándares establecidos en la versión G3.1 de la Guía para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad de la Global Reporting Initiative, verificado por Deloitte & Touche.

Ediciones Anteriores



2007



2008



2009



2010

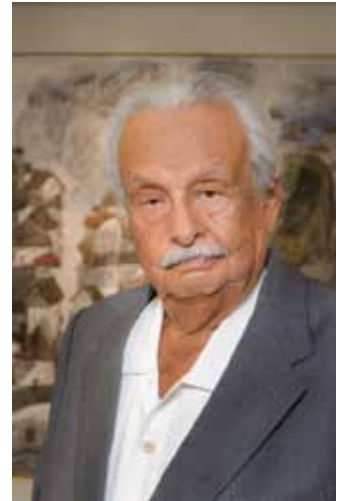


2011

Índice

6	Introducción del Presidente del Directorio
7	Carta del Presidente Ejecutivo
9	Acerca del Grupo
17	Nuestros Accionistas
33	Nuestra Gente
45	Nuestros Clientes
55	Nuestra Comunidad
63	Nuestros Proveedores
72	Estudio de Materialidad
74	Tabla de Indicadores GRI
89	Informe de Verificación

Introducción del Presidente del Directorio



Hace más de tres décadas emprendimos un proyecto que buscaba no solo generar un negocio exitoso sino principalmente construir una institución financiera basada en la vocación de servicio hacia los clientes y la comunidad en general. PRODUBANCO es hoy en día el mejor exponente en el sistema financiero ecuatoriano de la generación de valor basada en la interrelación entre grupos de interés.

Buscamos generar un entorno en el cual, todos aquellos con quienes nos relacionamos, se sientan cómodos, seguros y confiados de trabajar con nuestra institución. Nos esforzamos diariamente para cumplir con eficacia nuestras metas y generar un rédito económico razonable para los accionistas, a través de productos innovadores y atractivos que ponemos a disposición de los clientes. Desarrollamos procesos internos eficientes, procurando siempre compartir los beneficios con los colaboradores. Forjamos relaciones productivas y transparentes con proveedores. Participamos activamente en la comunidad de la cual formamos parte y a la cual agradecemos su acogida. Nuestra aspiración es proyectarnos de tal manera que la sociedad nos conozca no solo en el ámbito financiero sino como parte activa del desarrollo del país.

Es muy importante la retroalimentación que recibimos de nuestros grupos de interés, por ello realizamos cada año reuniones conjuntas en las que tenemos la oportunidad de intercambiar información y experiencias que nos permiten proyectar nuestras actividades en línea con las expectativas de todos los participantes.

Nuestras políticas relacionadas con los asuntos laborales son administradas con especial atención ya que consideramos a nuestros funcionarios como el pilar fundamental en el cual se basa nuestra interacción con la sociedad y es por ello que fomentamos un ambiente laboral digno y confortable.

Avanzamos con paso firme en nuestra gestión basada en los grandes objetivos institucionales. Miramos con mucha ilusión el aporte que podamos continuar brindando a nuestra sociedad y en esa línea continuaremos reportando nuestras actividades periódicamente para lograr el gran objetivo de compenetrarnos cada día más en nuestra comunidad.

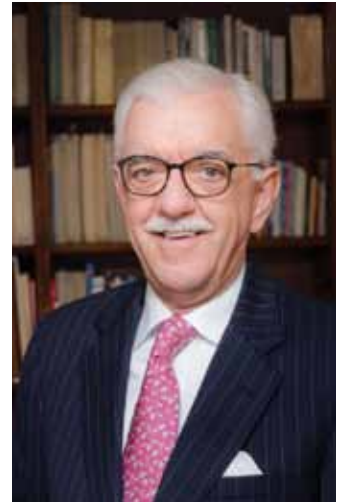
Finalmente, les solicitamos muy encarecidamente nos hagan conocer sus comentarios sea en la encuesta adjunta a esta Memoria o vía email a la dirección rse@produbanco.com, para de esta manera optimizar nuestras interacciones.

Cordialmente,

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of several loops and curves.

Rodrigo Paz Delgado
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

Carta del Presidente Ejecutivo



Constituye para nosotros una inmensa alegría presentar la sexta Memoria de Responsabilidad Social Empresarial de PRODUBANCO en la cual queremos exponer las actividades que hemos realizado durante el año 2012, con el objetivo de compartir la diversa gama de iniciativas que hemos llevado a cabo con nuestros Grupos de Interés siempre dentro de un marco de respeto a la normativa legal.

Hemos plasmado en este informe el resultado del esfuerzo común de todas las empresas que conformamos el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN, abarcando consolidadamente aspectos económicos, sociales y medioambientales. Cada capítulo procura compartir el compromiso de continuidad y la marcada relación que tenemos en nuestra institución con las pautas que determina la Responsabilidad Social Empresarial.

Durante más de 35 años hemos marcado nuestro camino con principios de honorabilidad, transparencia y superación. Nuestra institución inició sus operaciones con una estructura bancaria básica pero muy sólida y hoy podemos decir con orgullo que PRODUBANCO posee una estructura administrativa moderna que nos permite hacer frente al cambiante entorno económico globalizado e interactuar de manera exitosa con los diferentes grupos de interés.

Los recientes lustros han marcado un cambio en la manera de administrar los negocios financieros en especial por la creciente consciencia de una sociedad más justa, equitativa y respetuosa del medio ambiente y de las interrelaciones entre los diferentes grupos relacionados con una institución; es por ello que hoy más que nunca el papel de la banca como motor de desarrollo sostenible debe caracterizarse por la constante búsqueda de estrategias que permitan retribuir a la sociedad los beneficios de nuestro éxito.

Tomando en consideración este entorno, queremos brindar a nuestros accionistas, funcionarios, clientes, proveedores y a la comunidad en general, la oportunidad de conocer:

- Cómo respondemos a la confianza que nuestros clientes depositan en nosotros: *con calidad, eficiencia, innovación y avances tecnológicos.*
- Cómo gestionamos y procesamos negocios con nuestros proveedores: *con transparencia, equidad, seriedad y prudencia.*
- Cómo cumplimos los objetivos corporativos: *con estricto apego a la normativa vigente.*
- Cómo compensamos el esfuerzo de nuestros colaboradores: *con motivación, desarrollo, capacitación y crecimiento.*
- Cómo colaboramos con la sociedad: *con aportes sociales, iniciativas ambientales, apoyo a la educación, a la cultura y al deporte.*

Les invitamos a una lectura detallada de nuestra memoria 2012, esperamos cubrir todas sus expectativas y sobre todo motivarlos a soñar con nosotros en una sociedad donde el servicio y la generación de valor sean los mecanismos básicos que nos lleven a un futuro mejor.

Atentamente,

Econ. Abelardo Pachano Bertero
PRESIDENTE EJECUTIVO

Desde el inicio de nuestra historia hemos mantenido la filosofía de apoyar a la comunidad desde los distintos roles que desempeñamos: proporcionando fuentes de trabajo dignas a los colaboradores; contribuyendo activamente con la sociedad; atendiendo con excelencia las necesidades de los clientes, generando resultados satisfactorios para los accionistas y conduciéndonos transparentemente con todos aquellos con los que interactuamos a diario en la operación. La práctica de esta ideología obedece a la firme convicción de que el desarrollo sustentable del negocio y de la sociedad solamente se logran de esta manera.

Responsabilidad Social Empresarial

Es un modelo de administración que busca el desarrollo sustentable, integrando en sus estrategias, planes y acciones, el interés de cada uno de los grupos con los que interactúa.

Responsabilidad Social Empresarial para el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN

Es el compromiso de tomar decisiones analizando su impacto en nuestros accionistas, colaboradores, clientes, proveedores y comunidad en general; cumpliendo éticamente el rol que desempeñamos con cada uno de ellos y respaldando activamente iniciativas en beneficio de los mismos.



**Acerca
del Grupo**

Acerca del Grupo

Visión Misión

El GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN (GFP) produce servicios de calidad para satisfacer todas las necesidades financieras de sus clientes. La ética en los negocios y el trabajo eficiente son principios fundamentales que guían su actividad. El GFP quiere ser reconocido por la sociedad por la solidez de sus resultados y por apoyar al desarrollo económico del país a través de una administración financiera segura y eficiente.

Estructura del Grupo

El GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN (GFP) está conformado bajo el amparo de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, con PRODUBANCO como cabeza de Grupo.

Con el fin de brindar una adecuada atención a las distintas necesidades financieras, ponemos a disposición de nuestros clientes entidades especializadas en Ecuador y Panamá (todas sociedades anónimas):

PRODUBANCO

Banco de la Producción S.A., banco ecuatoriano constituido al amparo de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. El Presidente Ejecutivo es el Economista Abelardo Pachano.

PRODUBANK PANAMÁ

Banco con licencia general en la República de Panamá, constituido bajo las leyes panameñas con el fin de participar en actividades financieras en ese y otros países. Su Vicepresidenta Ejecutiva es la señora Sonia de Newell.

PRODURENTING

Empresa ecuatoriana dedicada al arrendamiento operativo de bienes muebles.

SERVIPAGOS (EXSERSA S.A.)

Es la red de oficinas y cajeros automáticos a través de la cual, los clientes de PRODUBANCO y de terceros (financieros y no financieros), pueden efectuar transacciones de cobro y pago.

EMPRESAS EN LAS QUE PRODUBANCO MANTIENE PARTICIPACIONES MENORES AL 50% A DICIEMBRE 2012

Empresa	Participación	Valor Libros (miles US\$)	Actividad
PLAN AUTOMOTOR ECUATORIANO S.A. (CHEVYPLAN)	40.00%	1,300	Promotor venta de planes de ahorro programado para la adquisición de vehículos.
MEDIANET S.A.	33.33%	538	Administrador de red de puntos de venta (POS).
CREDIMATIC S.A.	33.33%	378	Procesamiento de tarjetas de crédito y débito.
CTH	19.26%	1,252	Titularización hipotecaria.
BANRED S.A.	11.63%	481	Servicios de cajero automático.
OTROS		359	Varios
TOTAL		4,309	

Filosofía

La razón de ser del GRUPO FINANCIERO PRODUCCION es atender todas las necesidades financieras de sus clientes buscando la excelencia en el servicio. Gracias a esta actividad el GFP genera una rentabilidad atractiva para sus accionistas, fuentes de trabajo dignas a sus colaboradores y apoya a la comunidad.

PRINCIPALES ASOCIACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES DE LAS QUE FORMAMOS PARTE EN EL 2012

Federación Latinoamericana de Bancos FELABAN
 Asociación de Bancos Privados del Ecuador ABPE
 Asociación Bancaria de Panamá
 Asociación Nacional de Empresarios ANDE
 Bankers Club
 Instituto Ecuatoriano para el Financiamiento de la Vivienda
 Cámara de Comercio de Guayaquil
 Cámara de Comercio e Industrias Ecuatoriano-Colombiana CAMECOL
 Cámara de Comercio e Integración Ecuatoriano-Venezolana CACEVEN
 Cámara de Comercio Ecuatoriano-Americana
 Cámara de Comercio Ecuatoriano-Peruana
 Cámara de Comercio Internacional
 Cámara de Industrias y Producción CIP
 Cámara Oficial Española de Comercio e Industria en Quito

Mantenemos alianzas estratégicas con empresas auxiliares del sistema financiero, que nos permiten ampliar la gama de servicios y productos.

El GFP en Cifras a Diciembre 2012

A lo largo de todo el documento, en cantidades no monetarias los miles se separan con punto y los decimales con coma. En cifras relacionadas con valores monetarios la puntuación es inversa.

REPRESENTANTES DE LOS GRUPOS DE INTERÉS DEL GFP

NÚMERO DE INTEGRANTES GRUPOS DE INTERÉS GFP

Grupo de Interés	Cantidad
Accionistas	395
Colaboradores	2.777
Clientes	546.069
Proveedores Calificados	281

COBERTURA A TRAVÉS DE CANALES PRESENCIALES Y TECNOLÓGICOS

CANALES PRESENCIALES Y TECNOLÓGICOS GFP

Canales	Unidades
Oficinas	150
Cajeros Automáticos	186
Tarjetas Banca en línea + VISA Debit (tarjeta de acceso a los canales tecnológicos del GFP)	286.382

PRINCIPALES RUBROS DEL BALANCE

A diciembre 2012 nos ubicamos en los primeros lugares del ranking de grupos financieros, lo que demuestra solidez en la gestión anual.

BALANCE AUDITADO GFP 2012

Rubro	Millones US\$
Activo*	2,952.70
Pasivo	2,708.10
Patrimonio Contable**	244.70

(*) Rubros principales que integran el activo: Cartera de Créditos US\$ 1,332.4 millones; Fondos Disponibles e Inversiones US\$ 1,383.9 millones.

(**) El 27 de marzo de 2013, la Junta General de Accionistas decidió capitalizar US\$ 26 millones de las utilidades del ejercicio 2012 alcanzando un capital suscrito y pagado de US\$ 194 millones.

Bajo Análisis

RANKING CAMEL

El método CAMEL es utilizado para determinar la solidez financiera y gerencial de una empresa a través de la revisión y calificación de su capital, activos, manejo gerencial, rentabilidad y liquidez.

A diciembre 2012 PRODUBANCO ocupó por sexto año consecutivo, el primer lugar en el CAMEL de bancos a nivel nacional.

RESUMEN CAMEL DE BANCOS OPERATIVOS A DICIEMBRE DE 2012

	CAPITAL		CALIDAD DE ACTIVOS		EFICIENCIA		RENTABILIDAD		LIQUIDEZ		CAMEL	
	DIC 2011	DIC 2012	DIC 2011	DIC 2012	DIC 2011	DIC 2012	DIC 2011	DIC 2012	DIC 2011	DIC 2012	DIC 2011	DIC 2012
1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1
	3	2	4	2	5	2	5	2	2	2	2	2
	2	3	6	3	2	3	9	3	17	3	3	3
	7	4	5	4	4	4	2	4	3	4	7	4
2	5	5	7	5	7	5	6	5	4	5	4	5
	4	6	9	6	17	6	6	6	6	6	6	6
	8	7	2	7	14	7	6	7	8	7	5	7
	6	8	10	8	10	8	4	8	5	8	8	8
3	10	9	11	9	8	9	11	9	7	9	12	9
	11	10	8	10	3	10	14	10	11	10	16	10
	9	11	12	11	9	11	1	11	20	11	20	11
	12	12	19	12	12	12	16	12	17	12	12	12
4	13	13	15	13	16	13	17	13	15	13	17	13
	15	14	25	14	6	14	11	14	16	14	14	14
	18	15	23	15	15	15	10	15	10	15	10	15
	14	16	16	16	19	16	18	16	19	16	21	16
5	13	17	13	17	21	17	19	17	13	17	8	17
	17	18	18	18	11	18	25	18	9	18	25	18
	19	19	24	19	11	19	17	19	22	19	14	19
	21	20	17	20	20	20	15	20	21	20	11	20
6	21	21	20	21	17	21	23	21	13	21	19	21
	19	22	14	22	22	22	21	22	24	22	23	22
	23	23	22	23	25	23	20	23	12	23	23	23
	16	24	21	24	23	24	22	24	23	24	22	24
	25	25	3	25	26	25	26	25	25	25	18	25
	26	26	26	26	24	26	24	26	26	26	26	26

A partir de enero 2012 se actualiza el CAMEL y se añadieron dos cuentas: 130790 "Inversiones de disponibilidad restringida, otros", 3504 "Valuación de inversiones en instrumentos financieros". Fuente: Multienlace

CALIFICACIONES DE RIESGO

La calificación de riesgo es un criterio técnico emitido por una empresa independiente especializada en analizar el riesgo crediticio; es decir, la capacidad de pago de las obligaciones de la institución financiera analizada.

Calificaciones de Riesgo Nacional de PRODUBANCO (Ecuador)

AAA- BankWatch Ratings Pacific Credit Rating

La situación de la institución financiera es muy fuerte y tiene una sobresaliente trayectoria de rentabilidad, lo cual se refleja en una excelente reputación en el medio, muy buen acceso a sus mercados naturales de dinero y claras perspectivas de estabilidad. Si existe debilidad o vulnerabilidad en algún aspecto de las actividades de la institución, ésta se mitiga enteramente con las fortalezas de la organización.

Calificaciones de Riesgo Nacional de PRODUBANK (Panamá)

paAA Pacific Credit Rating

Emisores con alta calidad crediticia. Los factores de protección son fuertes. El riesgo es modesto, pudiendo variar en forma ocasional por las condiciones económicas. (Normativa Panamá)

Riesgos y Oportunidades

Las previsiones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) apuntaron a una tasa de crecimiento del PIB ecuatoriano cercana al 4,8% para el año 2012, similar al dato preliminar de 5,01% publicado por el Banco Central del Ecuador (BCE). Las cifras muestran una desaceleración frente al crecimiento del 7,98% del año 2011 y un nivel superior en 1,6 puntos porcentuales a la media regional.

Los sectores que más impulsaron el crecimiento del PIB fueron el de la construcción y el de la administración pública, favorecida por los ingresos petroleros. El consumo privado también contribuyó, aunque en menor porcentaje que el año anterior. Por el lado de la demanda, el aporte se vio reflejado en la inversión pública realizada en proyectos de infraestructura vial, de puertos y aeropuertos.

En cuanto al índice de inflación anual, de acuerdo a los datos presentados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC),

Valores Institucionales del GFP



HONESTIDAD

Proceder con honradez e integridad en todos sus actos.



PROBIDAD

Conducirse con compostura, decencia y moderación en su persona, acciones y palabras.



PRUDENCIA

Actuar con discernimiento y buen juicio, previniendo el riesgo que pueda implicar sus acciones.

la tasa de inflación a diciembre 2012 fue 4,16%, cifra menor a la del 2011 que se ubicó en 5,41%. La reducción se originó principalmente en los sectores de alimentos y bebidas no alcohólicas, recreación y cultura, prendas de vestir y calzado. Por su parte, la canasta básica aumentó en un 3% su valor colocándose en 595.70 dólares.

En lo referente al mercado laboral, el INEC estableció que al cierre del 2012 la tasa de subempleo nacional fue de 39,8%, porcentaje menor en 4,4% al registrado el año anterior. La tasa de desempleo se mantuvo en niveles similares al año precedente con un índice del 5%.

La balanza comercial registró un déficit acumulado de US\$ 143 millones: las importaciones totales alcanzaron los US\$ 24,018 millones mientras que las exportaciones totales fueron de US\$ 23,899 millones. La Reserva Internacional de Libre Disponibilidad disminuyó en US\$ 475 millones, con lo cual llegó a US\$ 2,482.5 millones al cierre del 2012, y la Inversión Extranjera Directa (IED) continuó manteniendo un perfil bajo y orientándose al campo minero.

Durante el 2012 el sector financiero continuó ajustándose a una serie de leyes y regulaciones expedidas por los organismos de control, relacionadas con márgenes de liquidez, créditos para vivienda y vehículos, redirección de flujos del exterior, burós de crédito y tarifas. En el 2013 se verán los efectos de los proyectos de ley sobre la redistribución del gasto social y el levantamiento del sigilo bancario.

En el mes de julio concluyó el plazo fijado por la Junta Bancaria para dar cumplimiento a lo estipulado en la Constitución con respecto a la prohibición de que las instituciones del sistema financiero privado, sus principales accionistas y miembros principales o suplentes del Directorio, sean titulares o tengan participaciones en empresas ajenas a la actividad financiera, incluyendo en este grupo a aquellas reguladas por la Ley de Mercado de Valores y la Ley General de Seguros. ■

En este entorno, los activos administrados del GFP crecieron en US\$ 386.98 millones, de los cuales el 45% correspondió a cartera. Este resultado se obtuvo gracias a la estrategia orientada al perfeccionamiento del modelo de gestión para diversificar las Bancas de Personas, Pymes y Empresarial. También se consiguieron excelentes resultados en el segmento de concesionarios de vehículos con quienes se mantiene convenios de financiamiento de inventarios y créditos de corto plazo.

BALANCE COMPARATIVO GFP 2012 (MILLONES US\$)

Rubro	2011	2012	Variación
Activo*	2,565.8	2,952.7	15%
Pasivo	2,352.8	2,708.1	15%
Patrimonio Contable**	212.9	244.7	15%

(*) Rubros principales que integran el activo: Cartera de Créditos US\$ 1,332.4 millones; Fondos Disponibles e Inversiones US\$ 1,383.9 millones.

(**) Como hecho subsecuente el 27 de marzo de 2013, la Junta General de Accionistas decidió capitalizar US\$ 26 millones de las utilidades del ejercicio 2012 alcanzando un capital suscrito y pagado de US\$ 194 millones.

Los pasivos se incrementaron en US\$ 355.24 millones y el patrimonio se fortaleció con la capitalización de US\$ 20 millones de los resultados obtenidos en el año 2011, con lo cual el capital suscrito y pagado ascendió a 168 millones de dólares.

El resultado neto al cierre del 2012 alcanzó la cifra de 41.6 millones (incluye el valor generado por la venta de las empresas ■), un 22% mayor que el resultado del año anterior. El retorno sobre el patrimonio fue de 18.20%.

El crecimiento de la cartera y la extraordinaria gestión en el manejo de las captaciones permitieron lograr un margen financiero mayor en 11% al conseguido en el 2011. Gracias a la eficiente administración de los tarifarios, los ingresos operacionales se incrementaron en un 3%.

ESTADO DE RESULTADOS COMPARATIVO GFP (millones US\$)

Rubro	2011	2012	Variación
Valor Económico Generado (Ingresos)	217.2	239.8	10%
Clientes	173.0	191.2	11%
Operación del Negocio	44.3	48.5	10%
Valor Económico Distribuido (Egresos)	183.2	198.2	8%
Empleados (sueldos y beneficios)	52.0	58.6	13%
Clientes (rendimientos pagados en captaciones)	29.4	34.7	18%
Proveedores (insumos y servicios)	42.9	48.9	14%
Operación del Negocio (gastos tangibles e intangibles)	32.1	30.1	-6%
Impuestos, Tasas y Contribuciones Legales	24.5	23.7	-3%
Acreedores (obligaciones financieras)	1.2	1.1	-13%
Comunidad y Medio Ambiente (donaciones y aportes) *	1.1	1.1	6%
Utilidad del Ejercicio	34.0	41.6	22%
Utilidad Neta	34.0	41.6	22%
Aumento de Capital	20.0	26.0	30%
Reserva Legal	3.4	4.1	21%
Disponible Accionistas	10.0	12.0	20%

(*) Donaciones para programas educativos y fomento del deporte; aportes a Fundación Su Cambio por el Cambio, y otros proyectos de responsabilidad social corporativa.

■ Venta de las empresas del GFP con actividad ajena a la actividad financiera.

Al igual que en años anteriores se continuó con la optimización de los gastos operacionales, lo cual permitió la reducción del crecimiento del gasto al 9%, frente al 19% generado en el periodo 2010-2011.

Fuente: Banco Central del Ecuador, Balances GFP, informes calificadoras externas.

INDICADORES FINANCIEROS (en porcentaje)		
Índice	Grupo Financiero Producción	Total Sistema Grupos Financieros
SOLVENCIA (Patrimonio Técnico Constituido / Activos y Contingentes Ponderados por Riesgo)	12.54%	12.74%
MOROSIDAD (Cartera Morosa / Cartera Total)	1.61%	2.97%
COBERTURA PATRIMONIAL DE ACTIVOS (Patrimonio / Activos Inmovilizados)	388.46%	287.53%
COBERTURA (Provisiones / Cartera de Crédito Improductiva)	194.84%	221.64%
LIQUIDEZ (Fondos Disponibles y Otros Activos Líquidos / Total Depósitos a Corto Plazo)	36.77%	31.22%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

La calidad de los indicadores al cierre del ejercicio 2012 demuestra la prudente administración financiera y la eficiente gestión integral de riesgos, reconocidas también en nuestras calificaciones de riesgo.

Logros, Reconocimientos y Distinciones



Banco del Año del Ecuador

Por sexta ocasión y por cuarto año consecutivo, la revista especializada en banca y finanzas *The Banker*, perteneciente al grupo inglés *Financial Times*, premió a PRODUBANCO como el *Banco del Año del Ecuador*.

Valores Institucionales del GFP



CONFIANZA

Generar una expectativa segura y firme a clientes, socios, proveedores, jefaturas y compañeros de lo entregado a su cuidado, por tanto, jamás se deberá divulgar información confidencial a su alcance, cumpliendo en todo momento la reserva y confidencialidad que puede oponer cuando corresponda, amparado en la ley y en los reglamentos internos del Grupo.



TRANSPARENCIA

En todas las acciones de la Institución y de su personal se evidenciarán los principios y propósitos de transparencia que rigen al GFP.



Primer Lugar en el Ranking de Revista Gestión

Revista Gestión, en su Ranking Anual de las Principales Empresas e Instituciones Financieras del Ecuador, designó al GFP como el primero en la categoría de grupos financieros “Los Mejores Grupos Grandes”, y a PRODUBANCO, también en el primer lugar en la categoría de bancos “Los Mejores Grupos”.

Años anteriores en los que se obtuvo la misma distinción:

GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN
2004, 2005, 2007 a 2011

PRODUBANCO
2004, 2005, 2008 a 2011



Certificado en la Norma ISO 9001: 2008 Sistema de Gestión de Calidad

SGS del Ecuador otorgó al GFP el certificado EC 10/216185, mediante el cual se confirma que el Sistema de Gestión de Calidad cumple con los requisitos establecidos en la Norma ISO 9001:2008 en los procesos de:

- Prestación de servicios y gestión en el proceso de contrataciones y compras.
- Proceso de emisión de operaciones contingentes ingresadas vía web en las plazas de Quito y Guayaquil para cartas de crédito de importación, garantías bancarias y garantías aduaneras.
- Proceso de custodia de terceros en Quito.

El certificado está vigente hasta el 13 de noviembre de 2013.

Valores Institucionales del GFP



PERTENENCIA

La Administración del GFP vela por los intereses de sus clientes, accionistas y empleados por derecho y elección propia, generando un sentido de pertenencia con los mismos.



RESPONSABILIDAD

Los empleados del GFP deben estar dispuestos a responder por la confianza depositada por clientes y accionistas, igualmente deben estar dispuestos a cumplir cabalmente con las tareas asignadas.



EFICIENCIA

Realizar todas las actividades de manera satisfactoria utilizando la menor cantidad de recursos, sean estos tangibles o intangibles.



Nuestros Accionistas



Nuestros Accionistas



Estructura del Gobierno Corporativo

Un buen gobierno corporativo es la piedra angular de una institución que crece y perdura en el tiempo, incentivando el trabajo conjunto para crear valor.

El gobierno corporativo del GFP está integrado por tres órganos. El equipo de líderes de cada uno de ellos se encarga de definir las líneas de acción, generar estrategias para obtener resultados positivos y dar seguimiento permanente a la gestión.



Este grupo de interés está integrado por aquellos que tienen la visión de hacia dónde vamos y están convencidos de la importancia de lo que hacemos.

Junta General de Accionistas

Está integrada por los accionistas del Banco de la Producción S.A. Es la suprema autoridad y representa a la totalidad de los accionistas.

Está encabezada por el Presidente del Directorio, quien no ocupa un cargo ejecutivo en el GFP. En su ausencia es reemplazado por el Vicepresidente del Directorio, o en último término por un miembro del Directorio que la Junta designe.

COMPOSICIÓN ACCIONARIA DE PRODUBANCO (ENTIDAD CABEZA DE GRUPO) A DICIEMBRE DEL 2012

Nombre	Porcentaje
Framesi Holding S.A.	18,12%
Plucaribe Holding S.A.	14,85%
Paso Listo S.A.	5,82%
Wollaston Holding S.A.	5,66%
Laskfor Management Inc.	5,14%
Otros 390 accionistas con participación individual menor al 5%	50,41%
TOTAL	100%

PRODUBANCO no tiene estructura directiva unitaria; ninguna persona o grupo tiene una participación igual o superior al 50%.

En julio del 2012 se modificó la composición accionaria y la composición del Grupo para dar cumplimiento a la regulación JB-2011-1973 emitida por la Junta Bancaria en julio de 2011. En dicha resolución se establece la prohibición de que las instituciones del sistema financiero privado, sus principales accionistas y miembros principales o suplentes del Directorio, sean titulares o tengan participaciones en empresas ajenas a la actividad financiera, incluyendo en este grupo a aquellas reguladas por la Ley de Mercado de Valores y la Ley General de Seguros. El plazo de ejecución estaba fijado para el 12 de julio del 2012.

SESIONES ORDINARIAS

Reuniones de carácter obligatorio que se celebran en la oficina Matriz, 90 días después del cierre de cada ejercicio anual. El Presidente del Directorio o en su ausencia el Vicepresidente del mismo, convocan a sesión ordinaria mediante aviso publicado en uno de los periódicos de mayor circulación de la ciudad de Quito, al menos 15 días antes de la fecha fijada, señalando el objeto, lugar, día y la hora.

SESIONES EXTRAORDINARIAS

Reuniones adicionales convocadas por el Presidente o Vicepresidente del Directorio por iniciativa propia, por disposición del Directorio, o por solicitud de uno o más accionistas que representen al menos el 25% del capital social.

LAS DECISIONES

Son obligatorias incluso para los accionistas que no hayan concurrido. Se toman por mayoría de votos del capital pagado concurrente a la reunión, salvo las excepciones previstas en la Ley o en el estatuto. Para la elección de los directores principales y suplentes se garantiza el derecho de las minorías mediante el sistema de elección denominado "del factor": cada accionista tiene un número de votos equivalente al valor nominal de las acciones que posee, multiplicado por el número de directores que deban elegirse. Cada accionista puede dar el total de votos a un candidato o distribuirlo entre varios. Este sistema se aplica cuando no existe unanimidad en la designación de los directores.

COMUNICACIÓN

Las decisiones de la Junta General de Accionistas son participadas al Directorio por su Presidente en las sesiones ordinarias que este órgano de gobierno corporativo mantiene.

Directorio

Sus miembros son elegidos cada dos años por la Junta General de Accionistas previa calificación de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

DIRECTORIO PRODUBANCO A MAYO 2013

PRODUBANCO cuenta con un Directorio incluyente que está conformado por ocho hombres y dos mujeres de diversos orígenes empresariales y geográficos del país: cinco son principales, independientes de la Administración y cinco alternos.

Directores Principales



Rodrigo Paz Delgado
Presidente



Fred Larreátegui Russo
Vicepresidente



Eduardo Ortega Gómez
*Director, Representante
Legal Sucursal Guayaquil*



Mario Costa Stracuzzi
Director

Directores Alternos



José María Gordillo Beccach
Director



Verónica Paz Rodríguez
Directora



Christian Silva Fuseau
Director



Carlos Gallegos Domínguez
Director

NOTA:

Uno de los Directores principales se separó del Grupo al cierre del mes de abril. Su reemplazo será elegido en la próxima Junta General de Accionistas.



Alexandra Vela Puga
Directora

SESIONES

Este órgano de gobierno corporativo mantiene reuniones mensuales para evaluar la evolución de los resultados globales del GFP. Los miembros reciben un honorario por cada sesión a la que asisten y un reconocimiento anual en base a los resultados alcanzados por el Grupo. Cada una de estas reuniones cuenta con la presencia del Presidente Ejecutivo de PRODUBANCO, principal representante de la entidad cabeza del Grupo.

DELEGADOS EN LA GESTIÓN

El Directorio designa delegados que forman parte de comités estratégicos que se involucran en la gestión del GFP. Existen 7 comités y 13 comisiones que se integran con miembros del Directorio y ejecutivos del Banco. En las páginas siguientes se encuentran los comités y las comisiones con el detalle correspondiente de sus integrantes y funciones.



Intereses y Expectativas de Nuestros Accionistas

Garantizar la solidez, rentabilidad y sustentabilidad del Grupo.

Iniciativas y Acciones de PRODUBANCO en Respuesta

- Desarrollo de procedimientos estructurados y debidamente documentados, en particular para procesos críticos.
- Fijación de objetivos y evaluación de cumplimiento de los mismos.
- Monitoreo permanente de las prácticas del mercado.
- Presentación de resultados de gestión para la toma de decisiones.
- Administración considerando los intereses de los diferentes grupos de interés.

Canales de Comunicación

- Junta General de Accionistas y Directorio.
- Memoria, Estados Financieros, Informes de Auditoría Interna y Externa.
- Comités Principales.
- Página Web del Banco y Superintendencia de Bancos y Seguros.
- Reuniones con representantes del grupo de interés al menos una vez al año.
- Informe semestral remitido a nuestros accionistas.

COMITÉS ESTRATÉGICOS A MAYO 2013

Comité	Integrantes	Función
AUDITORÍA PRODUBANCO PRODUBANK PANAMÁ	2 Directores 1 Delegado Externo Vicepresidente Ejecutivo Administración y Operaciones Auditor Interno Director de PRODUBANK Panamá Vicepresidente Ejecutivo PRODUBANK Panamá	Aprobar, coordinar y dar seguimiento al cumplimiento de la estrategia y de los controles internos. Está presidido por uno de los Directores. El secretario del Comité es el Procurador General del Banco.
ADMINISTRACIÓN INTEGRAL DE RIESGOS PRODUBANCO PRODUBANK PANAMÁ	2 Directores Presidente Ejecutivo Gerente Unidad de Riesgos Integrales Vicepresidente Ejecutivo Negocios Vicepresidente Ejecutivo Administración y Operaciones Vicepresidentes y Gerentes de Soporte y de Negocios	Diseñar y proponer estrategias de los reportes de posición para cada tipo de riesgo (crédito, liquidez, mercado, operacional), su evolución temporal y someterlas a aprobación del Directorio. Sus funciones tienen alcance sobre todo el GFP. Está presidido por uno de los Directores. El secretario del Comité es el Procurador General del Banco.
CALIFICACIÓN DE CARTERA Y CONTINGENTES	Vicepresidente Empresarial y Pymes Vicepresidente Corporativo Gerente de Riesgos Auditor Interno Gerente de Control, Seguimiento y Valuación Director	Conocer, diseñar y proponer estrategias para reportar la calificación de riesgos y contingentes, su evolución temporal y someterlos a la aprobación del Directorio. Está presidido por uno de los Directores. El secretario del Comité es el Procurador General del Banco.
CUMPLIMIENTO PRODUBANCO PRODUBANK PANAMÁ	1 Director Vicepresidente Ejecutivo Administración y Operaciones Vicepresidente de Operaciones Gerente Unidad Riesgos Integrales Oficial de Cumplimiento Auditor Interno Gerentes de Unidades de Negocio Vicepresidente de Recursos Humanos Vicepresidente de Legal Vicepresidente Ejecutivo PRODUBANK Panamá Director PRODUBANK Panamá	Proporcionar a los empleados del GFP un conjunto de normas que regulen su comportamiento y conducta, tanto en el ejercicio de sus funciones, como en sus actividades privadas que repercutan en la imagen y reputación del GFP. Las que constan en el manual de prevención de lavado de dinero y activos. Está presidido por uno de los Directores. El secretario del Comité es el Procurador General del Banco.

Comité	Integrantes	Función
COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA	2 Directores Presidente Ejecutivo Vicepresidente de Banca de Personas / Gerente Mercadeo Vicepresidente de Recursos Humanos	Evaluar el impacto de nuestros productos y la percepción de nuestros clientes internos y externos a través del mejoramiento de los canales de comunicación; para atraer potenciales clientes y fortalecer la relación con los ya existentes clientes externos, y mantener un ambiente adecuado de trabajo. Está presidido por uno de los Directores. El secretario del Comité es el Procurador General del Banco.
ESTRUCTURA, COMPENSACIONES, BENEFICIOS Y RETRIBUCIONES	Delegado de la Junta General de Accionistas 2 Directores Presidente Ejecutivo Vicepresidente Ejecutivo Negocios Vicepresidente Ejecutivo Administración y Operaciones Vicepresidente de Recursos Humanos	Proponer a la Junta General de Accionistas la política sobre la cual se construirá la escala de remuneraciones y compensaciones de los ejecutivos y miembros del Directorio, vigilar el cumplimiento de la escala de remuneraciones aprobada. Está presidido por el delegado de la Junta de Accionistas. El secretario del Comité es el Procurador General del Banco.
ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	2 Directores Vicepresidente de Banca Empresarial y Pymes Vicepresidente de Banca de Personas Vicepresidente de Recursos Humanos Subgerente de Finanzas	Impulsar y coordinar estrategias relativas a la difusión de la cultura de responsabilidad social en la organización. Adicionalmente analiza los casos en los que por un incumplimiento del Código de Ética y Conducta del GFP, se afectan los intereses de cualquiera de los grupos de interés con los que nos interrelacionamos. Está presidido por uno de los Directores. El secretario del Comité es el Procurador General del Banco.

COMISIONES DE TRABAJO A MAYO 2013

Comisión	Integrantes	Función
PRESIDENCIA	Presidente Ejecutivo Presidente del Consejo Consultivo de Guayaquil Vicepresidente Ejecutivo Negocios Vicepresidente Ejecutivo Administración y Operaciones Vicepresidentes y Gerentes de Negocio, Administración y Operaciones, y Staff Secretario Vicepresidente Recursos Humanos o Delegado	Revisar periódicamente la evolución de los temas administrativos y de negocio. Comunicar las decisiones estratégicas a las diferentes áreas del GFP.
LIQUIDEZ (ALCO) PRODUBANCO PRODUBANK PANAMÁ	Presidente Ejecutivo/Vicepresidente Ejecutivo Vicepresidente de Banca Corporativa Vicepresidente Ejecutivo PRODUBANK Panamá (no presencial) Vicepresidente Banca de Personas Vicepresidente Banca Empresarial y Pymes Vicepresidente Banca Patrimonial Vicepresidente Finanzas Vicepresidente de Riesgos Vicepresidente Tesorería	Definir y dar seguimiento a la ejecución de políticas de liquidez; determinar tasas y realizar análisis de situación y perspectiva de activos y pasivos.
ADMISIONES PRODUBANCO PRODUBANK PANAMÁ	Presidente Ejecutivo Vicepresidente Ejecutivo Vicepresidente Ejecutivo Administración y Operaciones Vicepresidentes de Admisiones Subgerentes de Admisiones Vicepresidente Banca Corporativa Vicepresidente Banca Empresarial y Pymes Vicepresidente Banca de Personas Ejecutivos de las Bancas	Revisar y aprobar operaciones crediticias en todos los segmentos dentro de su nivel de aprobación. Ratificar operaciones hechas bajo excepción.
CALIDAD DE SERVICIOS	Presidente Ejecutivo Vicepresidente Ejecutivo Negocios Vicepresidente Ejecutivo Administración y Operaciones Vicepresidente de Mercadeo / Gerente Mercadeo Vicepresidente Operaciones Vicepresidente Tecnología Vicepresidente Banca Empresarial y Pymes Vicepresidente Productividad Vicepresidente Banca de Personas Vicepresidente Finanzas Vicepresidente Recursos Humanos Gerente Calidad de Servicio	Fortalecer la Cultura de Calidad de Servicio en el GFP mediante la consolidación de planes y acciones orientadas a mejorar el servicio.

Comisión	Integrantes	Función
COBRANZAS	Vicepresidente Ejecutivo Negocios Vicepresidente de Admisión Gerente de Recuperaciones Vicepresidente Banca Corporativa Vicepresidente Banca de Personas Vicepresidente Banca Empresarial y Pymes Vicepresidente Ejecutivo Administración Subgerentes de Recuperaciones Quito y Guayaquil	Definir políticas de manejo de cartera vencida y daciones de pago. Aprobar acuerdos de pagos con clientes. Realizar seguimiento de situación de cartera vencida y daciones en pago.
TECNOLOGÍA	Presidente Ejecutivo Vicepresidente Ejecutivo Negocios Vicepresidente Operaciones Vicepresidente Banca de Personas Vicepresidente Productividad Vicepresidente Empresarial y Pymes Vicepresidente Corporativo Vicepresidente Transaccional y Microcrédito Vicepresidente Ejecutivo Administración Vicepresidente Riesgos	Establecer los lineamientos estratégicos de tecnología en el Grupo en función de las necesidades del negocio. Establecer las prioridades de los desarrollos e inversiones en tecnología para maximizar el retorno (ROI). Asegurar la integración tecnológica del GFP para operar al menor costo total.
CONTRATACIONES Y COMPRAS	Vicepresidente Productividad Vicepresidente Operaciones Auditor Interno Gerente de Legal Gerente de Administrativo Vicepresidente Finanzas	Revisar, gestionar y aprobar todo proceso de contratación y compras que sea del nivel atribuido a la comisión en la política de Contratación y Compras.
CONTINUIDAD NEGOCIO	Vicepresidente Ejecutivo Negocios Vicepresidente Tecnología Vicepresidente Operaciones Vicepresidente Productividad Auditor Interno Vicepresidente Riesgos Delegado de Riesgos Gerente de Seguridad	Definir el lineamiento estratégico de continuidad del negocio acorde con la estrategia del GFP para medir el progreso, analizar situaciones y tomar medidas correspondientes para ser el promotor de la cultura de continuidad del negocio. En caso de contingencia asumirá el liderazgo el Vicepresidente Ejecutivo, quien llevará el mando con todos los integrantes del Comité.
SEGURIDAD, CONTROL Y RECLAMOS	Vicepresidente Operaciones Vicepresidente Legal Gerente Seguridad Corporativa Subgerente Servicio al Cliente Vicepresidente Productividad Auditor Interno Subgerente Servicio al Cliente	Definir acciones en reclamos de clientes y los esquemas de acción oportunos ante alertas o eventos de fraude, identificando responsables para la ejecución de actividades. Analizar información relacionada a los eventos o alertas, identificar puntos de compromiso y recomendar medidas preventivas y correctivas para los distintos casos que se pueden presentar.

Comisión	Integrantes	Función
SEGURIDAD Y SALUD	Vicepresidente Recursos Humanos Tres representantes por parte del empleador. Tres representantes por parte de los trabajadores.	Revisión de los resultados de las investigaciones sobre prevención y corrección de riesgos profesionales así como realizar la inspección general de las áreas de trabajo, instalaciones y equipos de trabajo.
RED DE AGENCIAS	Vicepresidente Ejecutivo Administración y Operaciones Gerente de Mercadeo Vicepresidentes y Gerentes de Negocio, Administración y Gerente de Mercadeo - Proyectos Operaciones y Staff Vicepresidente Riesgos Gerente Control Interno Banca de Personas Vicepresidente Finanzas Gerente Administrativo Gerente de Canales Gerente General SERVIPAGOS	Garantizar que el visionamiento y los objetivos del negocio y servicio establecidos para las oficinas se cumplan, analizando la información para decidir la apertura de agencias.
COMISIÓN DE NEGOCIOS	Vicepresidente Ejecutivo Negocios Vicepresidentes y Gerentes de Negocio, Administración y Operaciones, y Staff Vicepresidente Finanzas	Evaluar el desempeño de las Unidades de Negocio.
COMISIÓN DE CRÉDITO CORPORATIVO Y EMPRESARIAL	Presidente Ejecutivo / Vicepresidente Ejecutivo Vicepresidente Ejecutivo PRODUBANK Panamá (no presencial) Vicepresidente Admisión Subgerente Admisión Quito Gerente Admisión Guayaquil	Definir y revisar periódicamente las políticas de crédito para segmento Corporativo. Aprobar créditos corporativos y empresariales dentro de su nivel de aprobación. Ratificar operaciones hechas bajo excepción.

COMUNICACIÓN DE LOS COMITÉS Y COMISIONES ESTRATÉGICAS CON EL DIRECTORIO

Las recomendaciones que los comités y comisiones quieran dar a conocer a la Junta General de Accionistas deben ser presentadas por escrito mediante informes gerenciales, y expuestas por el presidente del comité o comisión correspondiente, en las sesiones de trabajo del Directorio. A su vez, el Directorio es el órgano de gobierno corporativo autorizado a poner dichas recomendaciones en conocimiento de la Junta General de Accionistas.

COMUNICACIÓN DE LOS FUNCIONARIOS DEL GRUPO CON EL DIRECTORIO

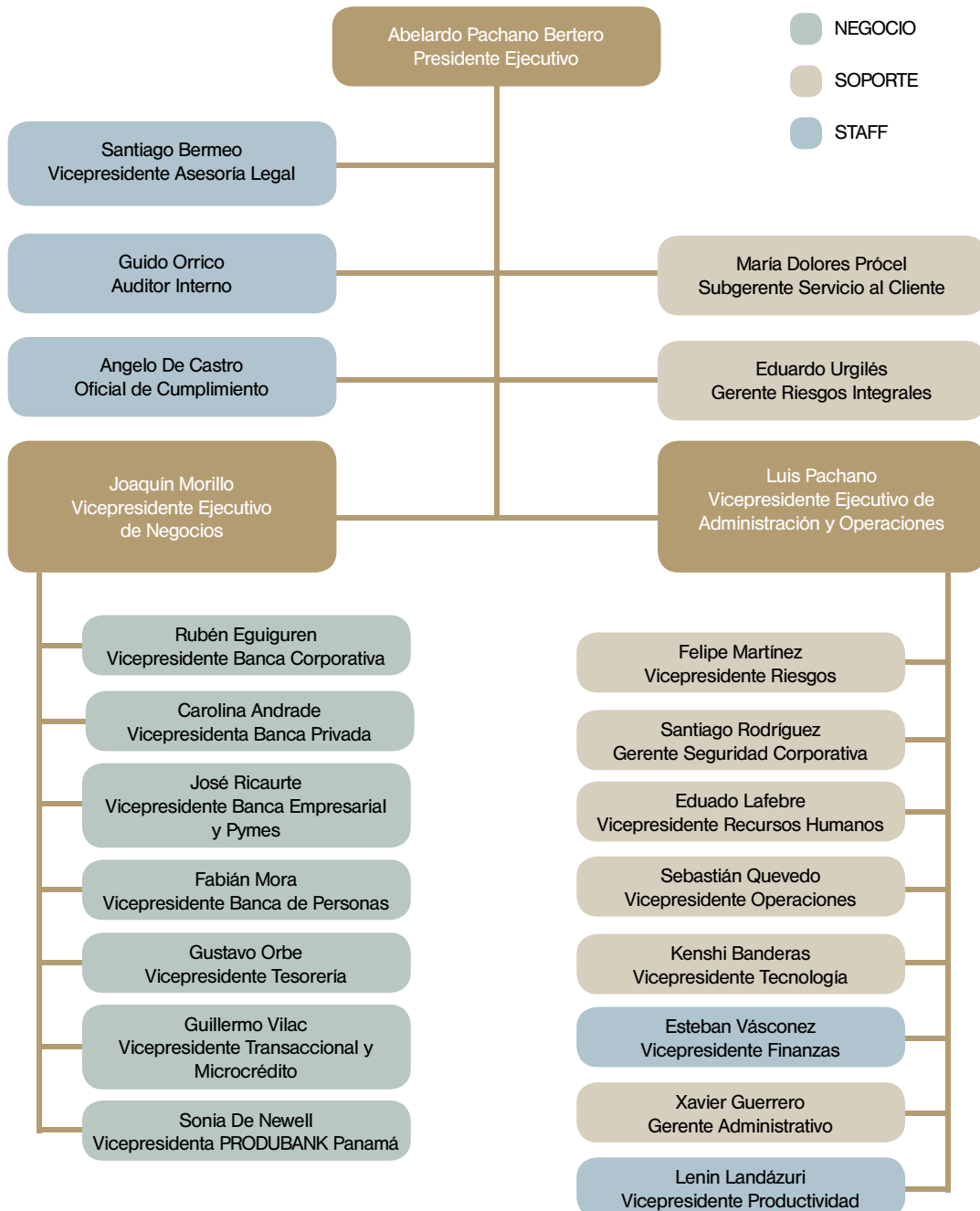
Los informes gerenciales desarrollados por los funcionarios del GFP pueden ser presentados ante el Directorio por cualquiera de los miembros de los comités o comisiones estratégicas.

La Administración

El GFP se integra por tres tipos de unidades de trabajo: **Áreas de Negocio** que atienden las necesidades de los clientes de los distintos segmentos; **Áreas de Soporte** que con su labor contribuyen a la operación del negocio y **Áreas de Staff**, que realizan análisis, control, y seguimiento a la actividad del Grupo.

La Administración del GFP está conformada por los líderes de las distintas áreas.

MIEMBROS DE LA ADMINISTRACIÓN A MAYO 2013





Abelardo Pachano Bertero
Presidente Ejecutivo



Joaquin Morillo
Vicepresidente Ejecutivo
de Negocios



Luis Pachano
Vicepresidente Ejecutivo de
Administración y Operaciones

ÁREAS DE STAFF



Santiago Bermeo
Vicepresidente
Asesoría Legal



Guido Orrico
Auditor Interno



Angelo De Castro
Oficial de
Cumplimiento



Esteban Vásconez
Vicepresidente
Finanzas



Lenin Landázuri
Vicepresidente
Productividad

ÁREAS DE SOPORTE



María Dolores Prócel
Subgerente
Servicio al Cliente



Eduardo Urgilés
Gerente
Riesgos Integrales



Eduardo Lafebre
Vicepresidente
Recursos Humanos



Felipe Martínez
Vicepresidente
Riesgos



Sebastián Quevedo
Vicepresidente
Operaciones



Kenshi Banderas
Vicepresidente
Tecnología



Xavier Guerrero
Gerente
Administrativo



Santiago Rodríguez
Gerente
Seguridad Corporativa

ÁREAS DE NEGOCIOS



Rubén Eguiguren
Vicepresidente
Banca Corporativa



Carolina Andrade
Vicepresidenta
Banca Privada



José Ricaurte
Vicepresidente
Banca Empresarial y Pymes



Fabián Mora
Vicepresidente
Banca de Personas



Gustavo Orbe
Vicepresidente
Tesorería



Guillermo Vilac
Vicepresidente
Transaccional y Microcrédito



Sonia De Newell
Vicepresidenta
PRODUBANK Panamá

Prácticas del Gobierno Corporativo



CALIDAD DE LA INFORMACIÓN

Esta es una **prioridad institucional**. La información debe ser veraz, completa, exacta, oportuna, confiable y suficiente pues es la base para la toma de decisiones y en consecuencia, esencial elemento estratégico.



RESPONSABILIDAD EN EL PROCESAMIENTO Y SUMINISTRO DE INFORMACIÓN

Todos nuestros colaboradores tienen la obligación de proporcionar la información requerida internamente o por terceros, de manera correcta, fluida y consistente; no son aceptables las desviaciones respecto de esta política de comunicación y transparencia.



EFICIENCIA EN TODO PROCESO QUE SE REALICE

El objetivo de cada proceso es obtener los mejores resultados utilizando los recursos apropiados y en tiempos mínimos de respuesta. Esta práctica se refleja en la mejora continua y reducción de costos.



TRANSPARENCIA, OBJETIVIDAD Y COMPROMISO

Estos tres parámetros rigen nuestra conducta, tanto en la asignación como en la administración de recursos: buen manejo financiero, cumplimiento de obligaciones legales y contractuales, equilibrio de los intereses de inversionistas, administradores, accionistas, propietarios y terceros.



PLANIFICACIÓN

El logro de los objetivos estratégicos depende de una adecuada planificación de las actividades.



DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Con este fin se estructuran procesos entre las áreas involucradas. Utilizamos la metodología de control de cambios para evaluar las prioridades institucionales, mitigar el riesgo inherente a cualquier cambio y mantener un registro histórico de las diferentes iniciativas y modificaciones, de manera que la organización no dependa de personas específicas sino de sí misma.



CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS ESTABLECIDAS

Cumplimos con la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, Resoluciones de la Junta Bancaria y Superintendencia de Bancos, Regulaciones del Banco Central del Ecuador, Ley para reprimir el Lavado de Activos y normas conexas. Para la prevención de ilícitos o contravenciones a normas legales se efectúan varios controles a nivel nacional, entre los que se destacan el de prevención de lavado de dinero por intermedio de la Unidad de Cumplimiento, el monitoreo y registro de los eventos relacionados con corrupción y el seguimiento a la prohibición de otorgar operaciones vinculadas, a través de la Unidad de Riesgos Integrales.



TRANSPARENCIA Y ELIMINACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS

Para evitar potenciales conflictos de interés, mantenemos políticas de contratación y compra que rigen el trato con proveedores y establecen límites a las relaciones de las personas involucradas en los procesos de adquisición.



SEGUIMIENTO PERIÓDICO PARA IDENTIFICAR POSIBLES CONFLICTOS DE INTERÉS

Realizamos actualizaciones periódicas de los datos de todos los colaboradores del GFP a través del portal de Recursos Humanos; el documento incluye la firma del colaborador y la de su jefatura inmediata, como un mecanismo para reforzar el cumplimiento de la política “Conozca a su Empleado” y a la vez para evitar los posibles conflictos que puedan surgir como producto de sus relaciones personales, familiares, profesionales, patrimoniales o por cualquier otra causa justificada.



CONOCIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA EVITAR EL LAVADO DE ACTIVOS

Con el fin de minimizar el riesgo de que el GFP sea utilizado como un canal para actos ilícitos, contamos con políticas y procedimientos específicos. El Código de Ética y de Conducta del GFP y el Reglamento Interno de Trabajo también tratan el tema para que el empleado tenga la conciencia y responsabilidad debidas. Todos los colaboradores reciben capacitación, una copia del Manual de Prevención de Lavado de Activos y además firman su compromiso de aceptación y conocimiento de la política, como constancia. El manual también está disponible en la Intranet del Banco.



NORMAS PARA EL COMPORTAMIENTO

El Código de Ética y Conducta del GFP establece las normas que los colaboradores del Grupo deben cumplir en la organización y frente a terceros.



APORTAR AL DESARROLLO DEL GREMIO

Con este objetivo, asistimos y expresamos nuestras opiniones en las reuniones de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador, de la que PRODUBANCO forma parte.



IMPLEMENTACIÓN DE MEDIDAS PREVENTIVAS Y CORRECTIVAS PARA ATENDER CUALQUIER TEMA SENSIBLE

Ejecutamos procesos de monitoreo al movimiento transaccional de clientes. Como refuerzo al control interno implementamos a partir de junio el software *Monitor Plus – Advanced Compliance Risk Manager (ACRM)*, que alerta sobre tipologías de lavado de activos y financiamiento al terrorismo.

Atendemos requerimientos sobre la Debida Diligencia, Certificación Patriot Act y Conozca a su Cliente de nuestros corresponsales, de acuerdo a lo contemplado en la política Conozca a su Corresponsal.

Cumplimos con la política Conozca a su Personal ejecutando controles para identificar los ingresos adicionales al rol de pagos que exceden los márgenes permitidos. Este proceso se efectúa con el conocimiento de los colaboradores.

Actualizamos constantemente la Guía de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo y la incorporamos en la Intranet para el fácil acceso de todos nuestros colaboradores.



Nuestra Gente

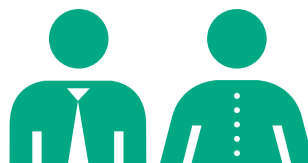


Nuestra Gente



Rasgos de Nuestra Gente

Durante el 2012 trabajaron en el GFP 2.777 personas en contratos de tiempo indefinido, a plazo fijo y de tipo eventual. No contratamos personal de media jornada. Del 100% de personal del GFP, únicamente el 2,8% tiene relación de dependencia bajo contrato eventual.



DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	
Sucursal	Total
AMBATO	91
CAYAMBE	10
CUENCA	85
ESMERALDAS	25
GUAYAQUIL	582
IBARRA	42
LATACUNGA	23
LOJA	25
MACHALA	16
MANTA	35
PANAMÁ	19
PORTOVIEJO	14
QUEVEDO	26
QUITO	1.703
RIOBAMBA	23
SALINAS	11
SANTO DOMINGO	47
TOTAL	2.777

DISTRIBUCIÓN GFP POR GÉNERO

Género	Porcentaje
HOMBRES	42%
MUJERES	58%
TOTAL	2.777 personas

Edad promedio hombres: 31 años

Edad promedio mujeres: 30 años

DISTRIBUCIÓN POR EDAD Y GÉNERO

Edad	Hombres	Mujeres	Total
18-25	339	547	886
26-30	298	440	738
31-35	235	295	530
36-40	124	157	281
41-45	81	84	165
46-50	49	41	90
51-55	26	23	49
56 o más	25	13	38
TOTAL	1.177	1.600	2.777

Este grupo de interés está integrado por todos los colaboradores del GFP, quienes cada día desde su posición de trabajo, llevan a cabo sus actividades y a través de ellas, contribuyen al cumplimiento de nuestra misión.

DISTRIBUCIÓN POR TIEMPO DE SERVICIO Y GÉNERO

Años	Hombres	Mujeres	Total
0 - 5	796	1.026	1.822
6 - 10	223	332	555
11 - 15	87	134	221
16 - 20	22	46	68
21 - 25	31	39	70
Más de 26	18	23	41
TOTAL	1.177	1.600	2.777

Promedio general: 5 años

DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS CON CAPACIDADES DIFERENTES POR GÉNERO

Género	Porcentaje
HOMBRES	70%
MUJERES	30%
TOTAL	104 personas

Procuramos una convivencia de calidad, basada en el valor de cada miembro del equipo y no en sus diferencias o limitaciones. En las áreas en las cuales contamos con la presencia de colaboradores con capacidades diferentes, continuamos efectuando jornadas de "sensibilización". En el 2012 tuvieron lugar 19 procesos en los que intervinieron 76 colaboradores.

NIVELES DE EDUCACIÓN

Nivel	Porcentaje
UNIVERSITARIO	61%
HASTA BACHILLERATO	27%
TECNÓLOGO	3%
POST-GRADO	9%
TOTAL	100%



DISTRIBUCIÓN JERÁRQUICA

Jerarquía	Hombre	Mujer	Total
MENSAJERO	53	3	56
CAJERO	353	666	1.019
ASISTENTE	170	121	291
EJECUTIVO	495	685	1.180
SUBGERENTE	51	89	140
GERENTE	35	34	69
VICEPRESIDENTE	20	2	22
TOTAL	1.177	1.600	2.777



TASA DE AUSENTISMO

No registramos ningún caso de ausentismo que se haya generado por accidentes o enfermedades originadas en el ejercicio de la actividad laboral.

El número total de días perdidos por ausentismo fue 36.202 de los cuales el 28,3% (10.239 días) corresponde a maternidad, paternidad, lactancia y licencia por matrimonio.

Del total de personas que se ausentaron (1.036), el 70,5% presenta como motivo principal enfermedades respiratorias y digestivas, mismas que guardan relación con las primeras causas de morbilidad del país.

PERMISOS POR MATERNIDAD Y PATERNIDAD

Todos los colaboradores que se ausentaron con permiso de maternidad (49 mujeres y 35 hombres) continuaron laborando en la Institución.



ROTACIÓN MEDIA DE EMPLEADOS



Incluye personal de Cajas. 282 hombres y 393 mujeres.



Excluye personal de Cajas que tiene alta rotación en las instituciones financieras.



CREACIÓN DE TRABAJO

Incrementamos nuevos puestos de trabajo como resultado del crecimiento del negocio y cambios en la estructura de la Institución: 145 mujeres y 114 hombres con un promedio de edad de 30 años distribuidos el 81% en la sierra y 19% en la costa. Siete posiciones están ocupadas por personas con capacidades especiales.



PASANTES Y PRACTICANTES POR REGIÓN Y GÉNERO

Región	Practicantes		Pasantes	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
SIERRA	15	26	14	10
COSTA	5	12	1	1
TOTAL	20	38	15	11

El GFP no contrata personal menor de 18 años. Apoyamos la vinculación a la vida laboral de practicantes y pasantes, bajo estricta solicitud de los colegios y universidades, respetando las condiciones de horario y plazos.

El Círculo del Crecimiento

Cuando una persona está satisfecha y a gusto con la institución en la que trabaja, tiene un desempeño notable, su productividad incrementa y su servicio al cliente es de excelencia.

Queremos contar con un equipo de trabajo identificado con nuestros valores y comprometido para alcanzar los resultados que la Institución se plantee. Por ello, el GFP proporciona a todos sus colaboradores un buen ambiente laboral, las condiciones apropiadas para realizar sus funciones en forma eficiente, un justo paquete de remuneración, constante capacitación y acceso a actividades complementarias de mejora personal y profesional.

Con esta visión hemos creado el Círculo del Crecimiento, el proceso que sigue todo miembro del Grupo desde su llegada a la Institución.



A continuación tratamos con mayor profundidad los temas más importantes que intervienen en las distintas etapas del Círculo del Crecimiento:

- Políticas de contratación, selección y convivencia
- Fijación y evaluación de objetivos
- Remuneración y otros beneficios
- Capacitación
- Seguridad y salud ocupacional
- Programas innovadores
- Responsabilidad social

Intereses y Expectativas de Nuestra Gente

- Mejorar sus condiciones de vida (equilibrio vida - trabajo).
- Bienestar y desarrollo.
- Pertenecer a una empresa de buena reputación en el mercado.
- Desarrollo de carrera y capacitación.
- Salarios equitativos y competitivos con el mercado.
- Condiciones e instalaciones físicas adecuadas.
- Seguridad y salud laboral.
- Comunicación de puertas abiertas.
- Participación directa en programas con la comunidad: sociales, culturales, deportivos, ambientales, entre otros.

POLÍTICAS DE CONTRATACIÓN, SELECCIÓN Y CONVIVENCIA

Respetamos los derechos humanos y cumplimos con lo dispuesto en las leyes existentes. De igual manera, mantenemos políticas que fomentan el respeto y el trato justo y equitativo en la Institución.

Código del Trabajo y Leyes del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

Cumplimos con las disposiciones establecidas en todos los casos: personal fijo, eventual, practicantes y pasantes. Contamos con políticas y reglamentos desarrollados para el efecto.

Código de Ética y Conducta

Establecemos las pautas de comportamiento que deben respetar todos los miembros del Grupo, basándose en los valores institucionales.

Políticas y Procedimientos

Definimos las funciones de los colaboradores y los procesos a emplear en la ejecución de las distintas actividades. Las políticas y los procedimientos establecidos garantizan el acceso a la asignación de herramientas de trabajo para viabilizar el desarrollo profesional en un ambiente adecuado.

Política de Concurso Interno (Primero los Nuestros)

Apoyamos el crecimiento profesional y el desarrollo de carrera de los colaboradores. En los procesos de selección para cubrir vacantes, los primeros en participar son los miembros del GFP. La política "Primero los Nuestros" permitió que durante el 2012 cubriéramos el 45% de las vacantes generadas en el Grupo con personal interno. Algunas de las posiciones promovidas corresponden a nivel de Gerentes debido a cambios en la estructura y creación de nuevos puestos de trabajo.

Levantamiento y Análisis de Capacidad

Para mantener un ambiente laboral sano es importante que cada colaborador desarrolle eficientemente las tareas que le son asignadas dentro de su horario. Con el objeto de garantizar el equilibrio en la carga de trabajo de cada posición, aplicamos la metodología de evaluación de tareas asignadas que mide la sobrecarga o subocupación de la posición analizada.

Accesos para Personas con Capacidades Especiales

Eliminamos las barreras arquitectónicas. Nos preocupamos por brindar un fácil acceso a nuestras oficinas. Tenemos presente este criterio en todos nuestros proyectos de construcción de nuevas instalaciones, remodelación y adecuación.

Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional (SSO)

Nos interesa el bienestar de nuestros colaboradores y por lo tanto, conocer los posibles problemas y riesgos existentes en el lugar de trabajo para establecer las medidas y controles adecuados con el fin de mantener un ambiente saludable y seguro en cada posición. Durante el 2012 avanzamos en el desarrollo del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de PRODUBANCO que tiene un 90% de avance y será presentado para aprobación en el año 2013. El reglamento de SERVIPAGOS fue aprobado en el 2012.

Valoración del Ambiente Laboral

Con el propósito de mejorar el nivel de satisfacción de nuestros colaboradores, aplicamos un plan personalizado de atención de las necesidades específicas de las distintas áreas. El proceso abarcó el diagnóstico del ambiente laboral, medición de la cultura, capacitación, talleres, grupos focales, medición 360 y/o sesiones de coaching dependiendo del caso. Para llevar a cabo este proyecto contamos con la colaboración de 630 personas que representan 4.200 horas de tareas dirigidas.

FIJACIÓN Y EVALUACIÓN DE OBJETIVOS

El reconocimiento de los resultados del trabajo realizado es uno de los aspectos fundamentales para que los miembros de una organización se sientan gustosos de trabajar en ella.

Valoramos el buen desempeño de nuestros colaboradores y por este motivo, utilizamos el sistema de Administración por Objetivos que convierte el Plan Estratégico Corporativo en metas anuales cuantificables que garanticen su ejecución. De esta manera alineamos todos los esfuerzos para alcanzar las metas planteadas.



Hacemos una primera evaluación de desempeño a todas las personas que se incorporan a la Institución antes de cumplirse los 90 días de su ingreso al GFP. Según la legislación vigente, este tiempo corresponde al periodo de prueba del empleado.

Todos los colaboradores que superan el periodo de prueba definen con su jefatura los objetivos sobre cuyos resultados serán evaluados en forma mensual. Los objetivos se revisan y renuevan cada año.

REMUNERACIÓN Y OTROS BENEFICIOS

Administramos un esquema de remuneración que busca ser equitativo internamente y frente al mercado. Adicionalmente y en función del cumplimiento de objetivos de la organización y de los específicos de la posición, los niveles ejecutivos del Grupo reciben una bonificación variable.

En el año 2012 la escala mínima salarial del GFP superó en un 14,27% al salario mínimo vital. La escala salarial del GFP se obtiene por el cálculo del promedio ponderado del sueldo bruto de las posiciones de menor responsabilidad de la estructura, que corresponden a cajero y mensajero.

La remuneración promedio del personal masculino fue superior en 9% a la del personal femenino. El detalle por cargos es el siguiente:

DIFERENCIA EN REMUNERACIÓN POR CARGO	
Cargo	Porcentaje
MENSAJERO	(+) 2,5%
CAJERO	0,0%
ASISTENTE	(-) 6,1%
EJECUTIVO	(+) 7,6%
SUBGERENTE	(+) 5,4%
GERENTE	(+) 19,8%
VICEPRESIDENTE	(+) 7,1%

Iniciativas y Acciones de PRODUBANCO en Respuesta a los Intereses de Nuestra Gente

- Programas de formación y desarrollo (maestría y estudios universitarios).
- Programas de capacitación.
- Programas de medicina preventiva y psicológica (apoyo a casos especiales).
- Código de Ética y Conducta.
- Política de Evaluación del Desempeño.
- Política de Administración de la Estructura Organizacional.
- Equilibrio y eficiencia en la asignación de tareas.
- Política y Procedimiento de Formación de Reemplazos.
- Política y Procedimiento de Inducción Corporativa.

BENEFICIOS ADICIONALES DEL COLABORADOR

SALUD



Controles Médicos Preventivos ■ ■

6.888 empleados accedieron a estos controles durante el 2012.



Seguro de Asistencia Médica ■ □

Cubre al colaborador y a sus dependientes directos desde el primer día de labores.



Seguro de Vida ■ □

Cubre al colaborador.



Atención Médica Gratuita ■ □

Para el colaborador y su familia en los dispensarios que mantenemos en Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Santo Domingo. En el 2012 se realizaron 7.917 consultas médicas a colaboradores y 462 a familiares.



Servicio de Alimentación o su equivalente monetario ■ □

Para todos los empleados en días laborables.



Apoyo Médico-Psicológico ■ □

Se otorga en casos de asalto a mano armada para el restablecimiento emocional y/o de salud de los empleados que han enfrentado esta experiencia. En caso de ser necesario, las víctimas son enviadas a centros hospitalarios y/o de la red de seguro médico privado.

FAMILIA



Bono Vacacional ■ ■

Un aporte al período de vacaciones cuando los colaboradores toman sus 15 días.

Complejo Vacacional ■ ■

Para que nuestros empleados puedan disfrutar de su tiempo de descanso en familia ponemos a su disposición el complejo en las playas de Atacames (Esmeraldas). Aproximadamente 4.484 personas, entre empleados y familiares lo utilizaron en el 2012. En el año se realizó una remodelación cuya inversión fue de US\$ 44,426 lo que produjo que al cierre del año la valoración del complejo ascienda a US\$ 799,534. El costo de mantenimiento fue de US\$ 43,792. El servicio de guardiania las 24 horas del día tuvo un costo de US\$ 33,207.



Colonia Vacacional ■ ■ □

Ofrecemos campamentos vacacionales a los hijos de nuestros colaboradores en la temporada correspondiente en la costa y en la sierra. En el 2012 participaron 388 niños.



Ayuda Económica para Guarderías ■ ■

El personal femenino cuenta con esta ayuda para los hijos de hasta 5 años. En el 2012 se beneficiaron 64 colaboradoras.



Personal Eventual: Para la entrega de beneficios relacionados con la antigüedad del colaborador, el GFP considera su tiempo de trabajo desde el primer día que ingresó a la Institución, aunque lo haya hecho inicialmente en calidad de trabajo eventual.

■ Aplica para todo el GFP

■ Todo GFP excepto SERVIPAGOS

■ No aplica PRODUBANK

□ Aplica personal eventual

■ No aplica personal eventual

OTROS BENEFICIOS



Acceso a Estudios Universitarios ■ ■

Mantenemos un convenio con la Universidad Técnica Particular de Loja para que los empleados que no han terminado su carrera y sus familiares, puedan hacerlo a precios preferenciales. En el 2012 se beneficiaron 75 colaboradores.



Maestrías y Diplomados ■ ■

Los colaboradores con un excelente desempeño y nivel de contribución al Grupo que deciden realizar maestrías o diplomados que aporten a su trabajo, reciben un apoyo de hasta el 50% de acuerdo al monto máximo establecido en nuestras políticas internas.



Bono Navideño ■ □

Un ingreso adicional en esas fechas.



Impuesto a la renta y aporte personal ■ □

Lo asume el GFP adicional a los beneficios establecidos por la ley.



Uniformes ■ □

Los cajeros, personal femenino y mensajeros del GFP reciben uniformes sin costo alguno. Las personas beneficiadas son 1.791.



Préstamos ■ ■

Durante el 2012 se otorgaron créditos de consumo e hipotecarios a 152 colaboradores por un valor de US\$ 855,954.30.



Tiempo Compensatorio ■ □

En los casos en los que los ejecutivos trabajen jornadas inusualmente prolongadas por extensos periodos de tiempo, les será reconocido tiempo de descanso.



Tarjeta de SUPERMAXI ■ ■ ■

Es entregada a los colaboradores para acceder a los precios de afiliado.



Fondo de Solidaridad ■ ■

El fondo se mantiene con un aporte simbólico mensual de cada empleado del 0.15% de su sueldo (sin exceder los US\$ 2). Se utiliza para contribuir con los colaboradores que requieren ayuda económica porque se encuentran atravesando situaciones familiares críticas. Tres personas recibieron la ayuda de este fondo en el 2012.



Acceso a Paquetes Corporativos ■ ■

Telefonía Celular: 788 empleados se benefician con 1.420 líneas asignadas. Seguro de Vehículos: 342 empleados utilizan este beneficio (467 vehículos asegurados). Los paquetes corporativos brindan acceso a menores precios.

Iniciativas y Acciones de PRODUBANCO en Respuesta a los Intereses de Nuestra Gente

- Política y Procedimiento de Plan de Entrenamiento.
- Procedimiento de Plan de Capacitación, Planeación Operativa y Proveedores de Capacitación.
- Procedimiento de Selección y Contratación - promoción interna.
- Política y Procedimiento de Administración Salarial y de Gestión de Nómina.
- Planeación estratégica de recursos humanos y políticas generales de aplicación para todos los colaboradores.
- Política y Procedimientos de Servicios del Personal y beneficios varios.
- Reuniones con representantes del grupo de interés al menos una vez al año.
- Programas de voluntariado corporativo.
- Apoyo y viabilización de los proyectos de múltiple naturaleza (culturales, deportivos y sociales) surgidos en el Club de Empleados.



Transporte Puerta a Puerta ■ □

El personal que se ve obligado a trabajar o asistir a capacitaciones que concluyen después de las 20h00, y los empleados en horario nocturno, puede hacer uso de este beneficio.



Alimentación ■ □

El personal que trabaje en jornadas inusualmente prolongadas puede hacer uso de este beneficio.



Reconocimiento por los Años de Servicio Prestados ■ ■

Los empleados que cumplen 5, 10, 15, 20, 25, 30 años reciben un reconocimiento.



Servicio de Terapias Anti Estrés ■ ■ □

Los colaboradores acceden a este beneficio a través de Grupo Serenidad. En el año 2012, fueron 119 usuarios.



Actividades Varias del Club de Empleados ■ ■ □

Los colaboradores participan voluntariamente de las distintas actividades que organiza el Club de Empleados.



Utilidades ■ □

La participación de utilidades del ejercicio económico del año 2011 benefició a 3.112 empleados y ex-empleados con 3.751 cargas. Adicionalmente, los empleados de servicios complementarios que participaron en el reparto sumaron 975 personas más 1.588 cargas.

CAPACITACIÓN

Velamos porque todos los colaboradores reciban formación y capacitación permanente. Abarcamos temas técnicos pero también incluimos otros de desarrollo personal. Un equipo integro y bien capacitado ofrecerá al cliente la calidad de servicio que merece.

En el 2012 se beneficiaron de nuestros programas de capacitación 2.700 personas, lo que representa el 97% de los empleados. Se dio mayor énfasis a nivel de mandos medios: ejecutivos y subgerentes (56,08%), asistentes y cajeros (37,91%). El 77,72% de las capacitaciones se enfocó en el desarrollo de aptitudes, mientras que el 22,28% se orientó a temas actitudinales.

Se destinaron 84.658 horas para capacitación durante el 2012. Cabe destacar que el número de horas de capacitación por persona incrementó sustancialmente con relación a años anteriores.



PROMEDIO HORAS CAPACITACIÓN POR PERSONA DEL TOTAL DE COLABORADORES

Año	Horas
2012	30,49
2011	20,89
2010	21,55
2009	16,11
2008	23,76

La inversión anual en capacitación fue de US\$ 821,711.06. Este monto incluye el ahorro generado por la financiación de programas a través del SETEC y por convenios con universidades.

Algunos Cursos Importantes del 2012

Programa de Cultura

Gestión para el Servicio (GPS)

Este programa, que empleó más de 21.500 horas de capacitación, contempló el aprendizaje y fortalecimiento de técnicas de ventas, atención y servicio al cliente, y adicionalmente se concentró en el tema actitudinal a través del desarrollo de competencias de comunicación, vocación de servicio, trabajo en equipo y liderazgo. Los jefes de agencia fueron parte de este programa con el propósito de reforzar sus habilidades para liderar, trabajar en equipo y obtener retroalimentación. Un total de 396 colaboradores de las oficinas de PRODUBANCO participó en este curso.

Prevención del Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo (PLAFT)

Damos prioridad a los temas importantes como este. Esta capacitación, fue impartida a un total de 1.106 empleados. Los conocimientos adquiridos por los colaboradores les permiten comprender cabalmente el alcance de sus actividades y el compromiso de la Institución en el tema.

Coaching

Con el fin de fortalecer el ambiente laboral, la gestión de liderazgo y el trabajo en equipo, se desarrollaron procesos de intervención en diferentes áreas. Se llevaron a cabo talleres y sesiones de coaching dirigidas a gerentes y vicepresidentes.

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

Entre nuestras prioridades está garantizar las condiciones de seguridad y salud óptimas para los colaboradores en su sitio de trabajo.

Las prácticas, políticas y procedimientos del GFP contemplan una cultura de prevención de la salud y por ello todos nuestros colaboradores cuentan con un seguro privado de vida y asistencia médica, cuyo costo es asumido en un 70% por las empresas del Grupo.

Durante el 2012 se avanzó en el levantamiento de información y la estructuración del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional que será presentado para la aprobación del Ministerio de Relaciones Laborales en el año 2013. Los temas de salud y seguridad, sumados a algunas prácticas preventivas para el manejo del estrés, la ergonomía y las pausas activas que evitan enfermedades profesionales, forman parte del proceso de inducción corporativa.

El reglamento de SERVIPAGOS fue aprobado en noviembre del 2012 y basados en esta nueva normativa se emprendió el plan de capacitación institucional requerido para todos los integrantes de comités, subcomités y personal en general.

Canales de Comunicación con Nuestra Gente

- Equipos de trabajo en cada área y entre distintos departamentos.
- Planificación y seguimiento de objetivos, evaluación de desempeño.
- Eventos de integración social, jornadas de deporte y medicina preventiva.
- Capacitación en temas técnicos, de superación personal y de interés particular.
- Intranet.
- Reuniones con representantes del grupo de interés al menos una vez al año.
- Boletines y mensajes por correo electrónico.

En lo que a seguridad se refiere, se realizaron simulacros de evacuación en las oficinas del GFP a nivel nacional. En esta actividad se emplearon 11.851 horas de capacitación en las que participaron 2.086 colaboradores. El Área de Seguridad lideró el tema.

Como un medio de capacitación adicional sobre las recomendaciones para precautelar la seguridad de nuestros colaboradores en situaciones de convivencia diaria y en jornadas de puentes vacacionales, se empleó el correo interno para el envío de boletines informativos.

PROGRAMAS INNOVADORES PARA NUESTROS COLABORADORES

Estos programas tienen el objetivo de contribuir al equilibrio de la vida personal y laboral, aspecto fundamental para contar con un trabajador satisfecho.

Mi Día Libre

Todos los miembros del GFP pueden acceder a un día libre en el año como reconocimiento a un desempeño destacado en su trabajo. La forma de obtener este beneficio es postularse y obtener la votación de sus compañeros. En el 2012 se hicieron acreedores a su día libre, 225 colaboradores.

Un Día de Fútbol

A través de este programa, ponemos a disposición de los miembros del Grupo las suites en los estadios de los equipos de Liga Deportiva Universitaria y Barcelona. Los interesados pueden inscribirse en los sorteos que se comunican internamente para los diferentes partidos. Los ganadores disfrutaron de un sano momento de diversión con familia y amigos. Durante el 2012, 171 colaboradores ganaron *un día de fútbol*.

Día de la Familia

En el segundo semestre del año, el GFP festeja el día de la familia en todas las sucursales. Esta jornada está llena de actividades y deporte para que los colaboradores participen y compartan con su familia y compañeros de trabajo. A nivel nacional, 4.368 personas disfrutaron de este día de esparcimiento e integración.

Club de Empleados

El Club de Empleados organiza actividades sociales, deportivas y otras de voluntariado y apoyo a la comunidad. Los distintos eventos que se desarrollan son coordinados por las directivas que mantiene el club a nivel nacional en conjunto con Recursos Humanos.

ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Promovemos una activa gestión con la comunidad a través de nuestros colaboradores. Hemos impulsado

programas de distinta índole para que los miembros del GFP puedan adherirse a las causas con las que más se identifican.

En el año 2012 nuestros colaboradores participaron en el voluntariado en hospitales, reforestación, la construcción de viviendas con la Fundación Un Techo para Mi País y programas de capacitación a estudiantes de nivel escolar y de colegio con la Fundación Junior Achievement Ecuador. Las actividades que efectuamos se abordan en el capítulo *Nuestra Comunidad*.

Comunicación Interna es Integración

Finalmente podemos decir que la clave de toda buena relación es la comunicación. La convivencia diaria que nos da el trabajo exige que estemos en contacto permanente para que las distintas acciones no queden aisladas sino que magnifiquen sus resultados gracias al conocimiento y la cooperación de todos.

Una comunicación abierta, oportuna y activa contribuye a generar un buen ambiente de trabajo y por eso buscamos que todos los miembros del equipo estén bien informados.

En el segundo semestre del 2012 realizamos el lanzamiento de la Intranet oficial como el espacio para compartir centralizadamente la información con todos los colaboradores. Este nuevo medio de comunicación interna tiene una cobertura más amplia y brinda mayores facilidades.

Durante el primer semestre del año publicamos la revista bimensual PRODUNOVEDADES. En el segundo semestre se publicó la nueva Intranet, en donde con la participación de los colaboradores, se editan artículos cuyo contenido abarca información institucional, actividades, eventos, trabajo en equipo y mejora del ambiente laboral.

De igual manera, hemos mantenido nuestras distintas categorías de correos electrónicos internos masivos que tienen por objeto mantener al GFP al tanto de acontecimientos diarios como el lanzamiento de nuevos productos y servicios e informativos especiales. Durante el 2012, fueron enviadas más de 100 comunicaciones.

Adicionalmente, seguimos empleando “el pantallazo”, práctica que consiste en publicar información en todos los computadores, al inicio del día apenas se haya encendido el equipo. Alrededor de 20 campañas han sido difundidas por este canal de comunicación interna.



Nuestros Clientes



Nuestros Clientes



Número de Clientes en el 2012

El número de clientes de PRODUBANCO, PRODUBANK Y SERVIPAGOS incrementó en un 9% con respecto al del año 2011.

NÚMERO DE CLIENTES CON PRODUCTOS ACTIVOS DEL GFP AL CIERRE DEL AÑO 2012

Empresa	Clientes
PRODUBANCO, PRODUBANK	546.006*
SERVIPAGOS (empresas)	63

* El número total de clientes incluye una sola vez a aquellos que pertenecen a varias unidades de negocio.

Los Segmentos de Negocio en el 2012

A través de nuestras unidades de negocio creamos la oferta idónea para los distintos perfiles de clientes.

BANCA DE PERSONAS

Clientes:

Personas naturales bajo un modelo de atención segmentado.

521.754
Clientes

Portafolio de Productos:

Cuentas corrientes y de ahorros, pólizas de acumulación, fondos de inversión, crédito hipotecario de vivienda, automotriz y de consumo, tarjetas de crédito personales y corporativas MasterCard y Visa.

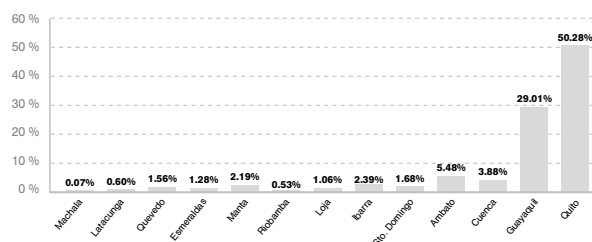
Participación del Segmento en los Depósitos del GFP: 45%

Participación del Segmento en la Cartera Total del GFP: 17%

CRÉDITOS OTORGADOS POR BANCA DE PERSONAS AL 31 DE DICIEMBRE 2012

Sector Económico	Total Comercial	Total Consumo	Total Microempresa	Total Cartera
ACTIVIDADES NO ECONÓMICAS	-	2.04%	0.07%	2.11%
AGRICULTURA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA	1.19%	3.09%	0.75%	5.03%
COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES	2.97%	22.88%	5.54%	31.39%
CONSTRUCCIÓN	0.56%	3.44%	0.83%	4.82%
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	0.03%	0.60%	0.28%	0.91%
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS	0.43%	9.15%	2.40%	11.97%
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	0.02%	1.44%	0.65%	2.11%
INDUSTRIA MANUFACTURERA	1.13%	9.05%	1.67%	11.86%
SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	0.60%	18.14%	2.95%	21.69%
SIN ACTIVIDAD ECONÓMICA ASIGNADA	-	-	-	-
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	0.89%	5.68%	1.52%	8.10%
PORCENTAJE TOTAL CRÉDITO OTORGADO	7.82%	75.53%	16.66%	100.00%

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA DEL GFP (POR CIUDAD)



BANCA PYMES

Clientes

Personas jurídicas con ventas de hasta US\$ 3 millones y personas naturales con actividad comercial con riesgos mayores a US\$ 60 mil.

Portafolio de Productos:

Cuentas corrientes y de ahorros, pólizas de acumulación, crédito para capital de trabajo, crédito para activos fijos, crédito adquirencias, crédito camiones y tractores, tarjeta de crédito.

13.942
Pymes
1.219
Personas naturales

Los clientes son nuestra razón de ser. Los desarrollos, mejoras y modificaciones en los que trabajamos los hacemos pensando en brindarles cada vez más facilidad, comodidad y seguridad para efectuar sus transacciones bancarias. Día a día buscamos adaptarnos a las nuevas necesidades que existen en su vida cotidiana. Dedicamos nuestro trabajo a retribuirles la confianza de la que nos han hecho merecedores.

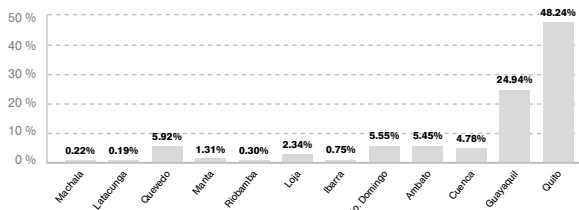
Participación del Segmento en los Depósitos del GFP: 15%

Participación del Segmento en la Cartera Total del GFP: 16%

CRÉDITOS OTORGADOS A PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS AL 31 DE DICIEMBRE 2012

Sector Económico	Total Comercial	Total Consumo	Total Microempresa	Total Cartera
AGRICULTURA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA	13,64%	0,16%	0,08%	13,87%
COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES	37,75%	0,43%	0,56%	38,73%
CONSTRUCCIÓN	7,34%	0,05%	0,07%	7,46%
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	0,69%	-	0,01%	0,70%
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS	7,72%	0,09%	0,14%	7,95%
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	1,03%	0,01%	0,07%	1,11%
INDUSTRIA MANUFACTURERA	14,09%	0,15%	0,16%	14,40%
SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	5,08%	0,04%	0,26%	5,37%
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	10,15%	0,16%	0,09%	10,40%
PORCENTAJE TOTAL CRÉDITO OTORGADO	97,48%	1,08%	1,44%	100,00%

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA DEL GFP (POR CIUDAD)



BANCA EMPRESARIAL

Clientes

Empresas medianas y grandes con ventas anuales entre US\$ 3 millones a US\$ 10 millones.

Portafolio de Productos:

Cuentas corrientes y de ahorros, pólizas de acumulación, créditos para capital de trabajo, tarjetas de crédito MasterCard y Visa, leasing, avales, garantías, comercio exterior, cobranzas.

1.057
Clientes

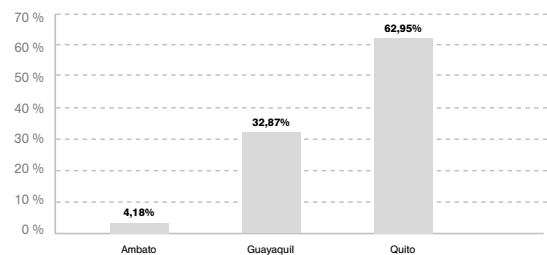
Participación del Segmento en los Depósitos del GFP: 5%

Participación del Segmento en la Cartera Total del GFP: 8%

CRÉDITOS OTORGADOS POR BANCA EMPRESARIAL AL 31 DE DICIEMBRE 2012

Sector Económico	Total Comercial	Total Consumo	Total Microempresa	Total Cartera
ACTIVIDADES NO ECONÓMICAS	-	-	-	-
AGRICULTURA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA	9,41%	0,01%	-	9,42%
COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES	40,66%	0,07%	0,05%	40,79%
CONSTRUCCIÓN	6,95%	0,02%	-	6,97%
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	1,62%	-	-	1,63%
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS	6,21%	0,03%	-	6,24%
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	0,1%	-	-	0,10%
INDUSTRIA MANUFACTURERA	26,67%	-	-	26,67%
SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	5,55%	-	-	5,55%
SIN ACTIVIDAD ECONÓMICA ASIGNADA	-	-	-	-
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	2,64%	-	-	2,64%
PORCENTAJE TOTAL CRÉDITO OTORGADO	99,82%	0,13%	0,05%	100,00%

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA DEL GFP (POR CIUDAD)



BANCA CORPORATIVA

Clientes:

Compañías grandes con ventas anuales superiores a US\$ 10 millones.

Portafolio de Productos:

Cuentas corrientes y de ahorros, pólizas de acumulación, créditos, línea de crédito cerrada, cobranzas, tarjetas de crédito corporativas, cash management, crédito para capital de trabajo, avales, garantías, comercio exterior, cobranzas.

1.729
Clientes

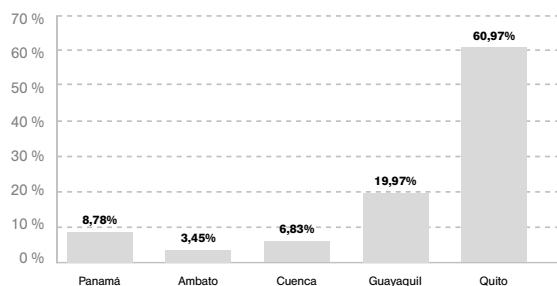
**Participación del Segmento
en los Depósitos del GFP: 19%**

**Participación del Segmento
en la Cartera Total del GFP: 53%**

CRÉDITOS OTORGADOS POR BANCA CORPORATIVA AL 31 DE DICIEMBRE 2012

Sector Económico	Total Comercial	Total Consumo	Total Cartera
ACTIVIDADES NO ECONÓMICAS	-	-	-
AGRICULTURA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA	4,70%	-	4,70%
COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES	42,16%	0,03%	42,20%
CONSTRUCCIÓN	5,40%	0,03%	5,43%
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	1,18%	-	1,18%
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS	5,49%	-	5,49%
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	0,96%	-	0,96%
INDUSTRIA MANUFACTURERA	36,88%	-	36,88%
SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	0,81%	-	0,81%
SIN ACTIVIDAD ECONÓMICA ASIGNADA	-	-	-
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	2,36%	-	2,36%
PORCENTAJE TOTAL CRÉDITO OTORGADO	99,94%	0,06%	100,00%

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA DEL GFP (POR CIUDAD)



BANCA PRIVADA

Cientes

Personas naturales con alto patrimonio interesadas en mantener inversiones financieras estables.

Portafolio de Productos:

Manejo de dinero en dólares y euros, opciones de financiamiento, inversión, tarjetas de crédito, servicios a través de canales tecnológicos, servicios financieros, banca de inversión y asesoría integral.

**Participación del Segmento
en los Depósitos del GFP: 12%**

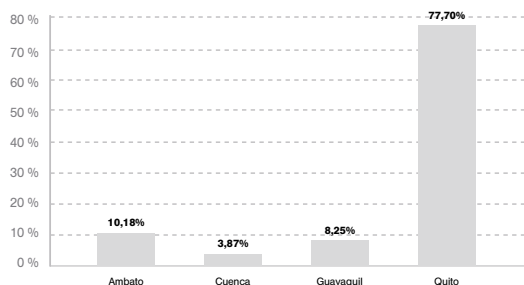
**Participación del Segmento
en la Cartera Total del GFP: 4%**



CRÉDITOS OTORGADOS POR BANCA PRIVADA AL 31 DE DICIEMBRE 2012

Sector Económico	Total Comercial	Total Consumo	Total Microempresa	Total Cartera
ACTIVIDADES NO ECONÓMICAS	-	0,41%	-	0,41%
AGRICULTURA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA	5,54%	1,23%	-	6,77%
COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES	21,16%	13,73%	0,02%	34,9%
CONSTRUCCIÓN	6,56%	1,85%	0,03%	8,44%
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	0,71%	0,02%	-	0,73%
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS	9,00%	1,20%	0,23%	10,43%
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	0,29%	0,24%	0,02%	0,55%
INDUSTRIA MANUFACTURERA	20,77%	2,81%	0,57%	24,16%
SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	1,63%	1,73%	0,16%	3,52%
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	5,84%	4,25%	-	10,09%
PORCENTAJE TOTAL CRÉDITO OTORGADO	71,50%	27,47%	1,02%	100,00%

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA DEL GFP (POR CIUDAD)



TESORERÍA



Cientes:

Instituciones que manejen un portafolio financiero de al menos US\$ 1 millón de dólares local o internacionalmente, que posean su propia unidad especializada de tesorería y requieran productos de la tesorería.

Portafolio de Productos:

Captaciones a corto plazo (repos y overnight), colocaciones corto plazo (reverse, repo y crédito de Tesorería), compra – venta de divisas (negociaciones spot, contratos forward de divisas, órdenes de compra y venta), otros productos derivados. Las operaciones de Tesorería se concentran en el sector de Establecimientos Financieros.

**Productos Nuevos
e Innovadores 2012**

Sabemos que día a día incrementan y cambian las necesidades de nuestros clientes. Nos complace desarrollar nuevos productos y servicios que se acoplen a sus requerimientos. Al diseñar un producto o servicio buscamos crear soluciones que sean simples de usar y que sean la clave para resolver los problemas esenciales de nuestros clientes. Nos satisface descubrir, innovar.

Durante el 2012 lanzamos al mercado alternativas para personas naturales que desean ahorrar con un objetivo a futuro, para quienes disfrutan de realizar sus compras en el exterior y para empresas que buscan nuevas opciones de financiamiento.

CUENTAS AHORRO META

Las cuentas Ahorro Meta son una nueva alternativa de inversión y ahorro programado pues funcionan con aportes controlados o depósitos a la vista. Este es el producto ideal para cumplir metas. Los clientes pueden administrar su cuenta mediante canales tecnológicos y presenciales. De acuerdo al propósito que tenga el cliente, existen cuatro tipos de Cuenta Ahorro Meta:

Ahorro Bienestar

Alternativa de inversión y ahorro a mediano y largo plazo con tasas preferenciales.

Ahorro Disponible

Plan de ahorro a corto plazo con tasas preferenciales que permite ahorrar excedentes y tener fondos disponibles.

Ahorro Casa

Plan de ahorro perfecto para la adquisición de vivienda y que permite precalificar para un crédito hipotecario.

Ahorro Auto

El plan de ahorro para adquirir vehículo propio y que permite precalificar para un crédito automotriz.

PRODUBOX

Servicio para clientes de las tarjetas de crédito MasterCard y Visa de PRODUBANCO que permite la apertura de una casilla física en Miami, realizar compras en Estados Unidos por Internet y luego enviarlas a Ecuador. Al 31 de diciembre contamos con 1.480 casillas.

CRÉDITO FACTURAS

Crédito destinado a proporcionar liquidez a los proveedores de una empresa a través de la transformación de las cuentas por cobrar de sus negocios, en dinero en efectivo.

CRÉDITO ADQUISICIÓN DE TRACTORES

Línea de financiamiento comercial para la adquisición de tractores y herramientas de prenda agrícola.

CRÉDITO DISTRIBUCIÓN DE MEDICINAS

Destinado al financiamiento de negocios dedicados a la distribución de medicinas.

CRÉDITO MAQUINARIA DE CONSTRUCCIÓN

Línea de financiamiento comercial para la adquisición de maquinaria de construcción.

Los Intereses y Expectativas de Nuestros Clientes

- Productos que consideren sus necesidades y las satisfagan.
- Servicio ágil y eficiente.
- Atención personalizada.
- Fácil acceso a información transparente sobre tasas y condiciones de productos, cuando lo requieran.
- Facilidad de contactarse permanentemente y a través de distintos medios para la atención de sus requerimientos.
- Gama completa de servicios financieros con atractivas condiciones.
- Solidez, solvencia, respaldo.

Las Iniciativas y Acciones del GFP en Respuesta a las Expectativas de Nuestros Clientes

- Comisión de Calidad de Servicios.
- Desarrollo de nuevas alianzas para ofertar nuevos beneficios y promociones.

Portafolio de Productos y Servicios

PERSONAS

Cuenta de Ahorros “Giro Ahorro”

Está dirigida a personas naturales que reciben giros periódicos del exterior del corresponsal GLOBAL ENVÍOS, mismos que son acreditados automáticamente en la cuenta.

Servicio de Rol de Pagos

Disponible para personas naturales y jurídicas, permite el control del flujo operativo del pago de nómina optimizando los recursos asignados a este proceso y efectuando el pago a los empleados en tiempo real. Simultáneamente, proporciona a los empleados cuentas con tarifas accesibles de acuerdo a su nivel de ingresos y acceso a productos financieros para concretar sus proyectos personales.

Crédito para Empleados

Crédito para personas naturales que trabajan en relación de dependencia y cuyo sueldo se acredita a través de cuentas de PRODUBANCO.

Crédito para Ahorristas

Creado como un beneficio adicional para quienes mantienen una cuenta de ahorros para que puedan disponer de un crédito en momentos emergentes. Es otorgado en base al ahorro en la cuenta.

Plan Novios

Servicio exclusivo para los cuenta ahorristas y cuenta correntistas de PRODUBANCO que permite la recepción de los depósitos efectuados por los invitados a un matrimonio en la cuenta elegida, sin llenar una papeleta de depósito, y contar con un detalle diario de los valores recibidos enviado por correo electrónico y disponible en www.produbanco.com.

Línea Automática de Sobregiros

Sobregiros ocasionales de manera más ágil para los clientes de la Banca de Personas. Realizamos un análisis estadístico automático del comportamiento de cada cliente, lo que mejora el tiempo de respuesta del proceso.

Buzón de Pagos

Es un medio de pago ideal para las empresas con un alto nivel de rotación de empleados con ingresos máximos de US\$ 300. Permite a la empresa la creación de buzones por Internet para acreditar el pago de salario a los empleados, reduciendo de esta manera costos y tiempo.

Plan de Asistencia de Ahorros

Servicio para clientes de cuenta de ahorros que permite contar con asistencia para el hogar, medicina, consultas legales y seguro para robo de la tarjeta Visa Debit.

Lock Box

Servicio disponible para los clientes que tienen cuenta corriente o de ahorros en PRODUBANK, que permite recibir depósitos en cheque en los Estados Unidos en menor tiempo.

Banca Express

Son agencias de PRODUBANCO ubicadas en los Supermaxi y Megamaxi. Su objetivo es atender a las personas naturales poniendo a su alcance los productos y servicios financieros que ofrecemos mientras realizan sus actividades en un supermercado.

PYMES

Crédito Pymes

Dirigido a pequeños y medianos empresarios para sus necesidades de capital de trabajo, bienes de capital, comercio exterior, exportación y leasing.

TARJETA DE CRÉDITO

MasterCard SUPERMAXI PRODUBANCO

Tarjeta de crédito que además permite obtener el descuento de afiliado en todos los almacenes del Grupo SUPERMAXI y brinda el beneficio exclusivo de pertenecer a MaxiDólar, su programa de bonificación por consumo.

Regalo Visa de PRODUBANCO

El regalo perfecto. Es una tarjeta para obsequio a la que el comprador le asigna su valor. El destinatario podrá usarla en todos los almacenes afiliados a Visa en el Ecuador hasta agotar el dinero del monto cargado. No es una tarjeta de crédito. Se encuentra disponible en las cajas de cualquier oficina de PRODUBANCO a nivel nacional.

PRODUMillas

Es el programa de fidelidad de las tarjetas MasterCard y Visa Gold, MasterCard Platinum y Black, y Visa Platinum y Signature que permite acumular PRODUMillas por los consumos, y canjearlas por paquetes turísticos, viajes, dinero en efectivo, o realizar donaciones en favor de la Fundación Su Cambio por el Cambio.

MaxiDólar

Plan de Fidelidad de las tarjetas MasterCard SUPERMAXI PRODUBANCO que permite acumular MaxiDólar por los consumos y canjearlos por compras en Supermaxi o Megamaxi.

Oportunidades

Es el catálogo que reúne los descuentos y promociones de los distintos establecimientos para los tarjetahabientes MasterCard y Visa de PRODUBANCO. Disponible en:

www.catalogoopportunidadesprodubanco.com

Avances en Efectivo

Servicio que permite obtener efectivo inmediato para retirarlo a través de cajeros automáticos y diferir su pago en 3, 6, 9 y 12 meses.

MasterCard SecureCode y Verified by Visa

Servicios que por medio de una contraseña secreta, impiden el uso no autorizado de la tarjeta de crédito al realizar compras por Internet.

Seguro de Desgravamen

Seguro para tarjetahabientes principales por el valor adeudado a la tarjeta en función del cupo aprobado de la misma. En el 2012 contaban con este seguro 114.552 tarjetahabientes. El seguro se ejecutó en 90 casos cubriendo un monto de US\$ 129,704.61.

CARACTERÍSTICAS DE LOS BENEFICIARIOS DEL SEGURO DE DESGRAVAMEN

Edad	Mujer	Hombre	Total
Menor 23	0,2%	0,2%	0,4%
23-35	10,9%	16,8%	27,7%
36-50	16,4%	24,2%	40,6%
51-65	12,1%	13,7%	25,8%
Más de 65	2,8%	2,8%	5,5%
TOTAL	42,3%	57,7%	100%

BANCA TRANSACCIONAL Y MICROCRÉDITO**PAGOÁGIL**

Es un canal de recaudación a través del cual se realiza el cobro de servicios públicos y privados. Los puntos de atención se encuentran ubicados en establecimientos comerciales, tiendas, farmacias, cadenas de supermercados, locutorios, etc. Los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano pueden realizar el cobro en este canal presentando su cédula de identidad o su tarjeta MIES.

Procesamiento de transacciones de carácter social a través de agencias SERVIPAGOS

En la red de agencias de SERVIPAGOS a nivel nacional se realizan las transacciones de pago de pensiones de jubilados, bonos y giros a través de alianzas con cooperativas del país y el pago del Bono de Desarrollo Humano que puede realizarse los 7 días de la semana.

NEGOCIOS ELECTRÓNICOS**Cash Management**

Solución tecnológica que permite a las empresas manejar eficientemente sus principales operaciones de tesorería como cuentas por cobrar y cuentas por pagar: pago a proveedores, rol de pagos, recaudación, conciliación de ventas con tarjeta de crédito, facturación de combustible y pronto pago.

Las Iniciativas y Acciones del GFP en Respuesta a las Expectativas de Nuestros Clientes

- Lanzamiento de nuevos productos que satisfagan las necesidades propias de los distintos segmentos.
- Portafolio de productos y servicios para personas naturales, pequeñas y medianas empresas, y clientes corporativos.
- Cobertura en zonas rurales a través de las agencias SERVIPAGOS y PAGOÁGIL.
- Procedimientos y adecuaciones físicas en oficinas para atender a personas con capacidades especiales, personas de la tercera edad y embarazadas.
- Focus groups, encuestas y mediciones de satisfacción del cliente.
- Medición de la calidad de servicio en el área de Cajas a través de la herramienta Q-Matic.
- Capacitación a los colaboradores del Grupo para que puedan guiar satisfactoriamente al cliente en sus inquietudes.

Canales de Comunicación con Nuestros Clientes

- Canales tradicionales y alternativos de comunicación.
- Reuniones con representantes del grupo de interés al menos una vez al año.

Portal Proveedores

El producto ideal para las empresas que manejan un gran número de proveedores. A través del portal la empresa puede automatizar pagos y financiación, optimizar los procesos operativos, generar ingresos financieros adicionales y reducir costos operacionales.

Pago a Proveedores PRODUBANK

Solución tecnológica que reduce el ciclo de carga de archivos, aprobaciones, pagos por distintos canales y liquidación de cuentas por pagar: pago a proveedores con crédito en cuentas de PRODUBANK, con transferencia a otras instituciones financieras a través de ACH, y con transferencia al exterior.

Línea de Crédito Cerrada

Producto para personas naturales o jurídicas mediante el cual se financia las compras de sus distribuidores a través de la habilitación de líneas de crédito manejadas por medio de los canales tecnológicos del Banco.

Comercio Exterior

Herramienta electrónica para empresas que realizan actividades de comercio internacional, a través de la cual se pueden manejar las operaciones de comercio exterior: cartas de crédito de importación, exportación y doméstica, cartas de crédito standby by, garantías bancarias y aduaneras. El proceso de comercio exterior cuenta con el Certificado ISO 9001:2008.

Canales de Atención

Queremos formar parte de las actividades de nuestros clientes, sean estas personales o de negocios, brindándoles atención en el lugar en el que se encuentren y en cualquier horario, por eso buscamos estar siempre disponibles a través de nuestros canales de atención presenciales y tecnológicos.

CANALES DE ATENCIÓN MÁS UTILIZADOS POR LOS CLIENTES DEL GFP AÑO 2012

Canal	Porcentaje
Cajas PRODUBANCO	8%
SERVIPAGOS	11%
Canales Tecnológicos	80%

Transacciones procesadas por el GFP en el 2012: 153,8 millones (a través de sus diferentes canales).

Transacciones procesadas por SERVIPAGOS en el 2012: 12,8 millones (para sus clientes).

CANALES PRESENCIALES

Número de oficinas PRODUBANCO

84 (Azuay, Chimborazo, Cotopaxi, Esmeraldas, Guayas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, El Oro, Península de Santa Elena, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas y Tungurahua) Incrementamos 8 oficinas a la red.

Número de agencias SERVIPAGOS

66 (Ubicadas en las mismas provincias que las oficinas de PRODUBANCO). Incorporamos 5 agencias a la red.

Número de agentes PAGOÁGIL

Acercamos productos y servicios financieros a la población. Contamos con 242 puntos ubicados en pequeños comercios en áreas urbanas y rurales en las provincias de Ambato, Cuenca, Guayaquil, Machala, Manta, Portoviejo, Quito, Riobamba, Santo Domingo.

Número de agentes PAGOÁGIL WEB

536 Agentes PAGOÁGIL Web, canal que a través de Internet, permite enlazar de una manera segura, confiable y rápida a la red de servicios SERVIPAGOS, para realizar múltiples transacciones.

Transacciones procesadas por agentes PAGOÁGIL en el 2012: 4,7 millones

Número de oficinas PRODUBANK:

Una en la República de Panamá.

CANALES TECNOLÓGICOS

Cajeros Automáticos

Contamos con 186 cajeros automáticos PRODUBANCO y SERVIPAGOS en el Ecuador a través de los cuales se procesaron 1,4 millones de transacciones promedio al mes.

Adicionalmente los clientes pueden acceder a más de 3.000 cajeros Banred en el territorio nacional y más de un millón de cajeros Cirrus a nivel mundial.

www.produbanco.com (web y autoconsultas)

8,5 millones de transacciones promedio al mes.

1700-123-123 ó (02) 2996-200

(teleasesores y servicio automático)

40 mil transacciones promedio al mes.

Banca Celular

Servicio desarrollado como medida adicional de seguridad y control, que brinda a nuestros clientes la posibilidad de monitorear los movimientos de su cuenta.

Web Móvil

Permite realizar consultas de saldos y movimientos, pago de servicios públicos y transferencias entre cuentas

propias a través del celular. Se procesaron 255 mil transacciones promedio al mes.

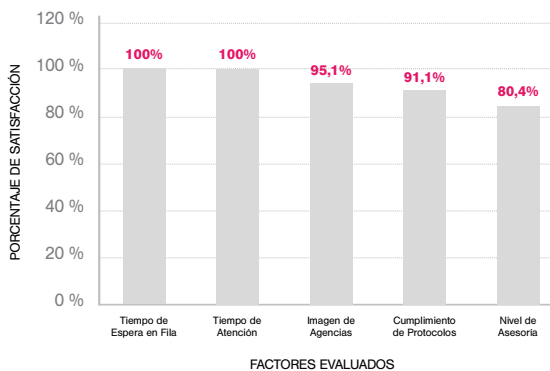
Calidad de Servicio

Estamos comprometidos con el objetivo de mejorar permanentemente la calidad del servicio ofrecido para que la experiencia del cliente sea plenamente satisfactoria.

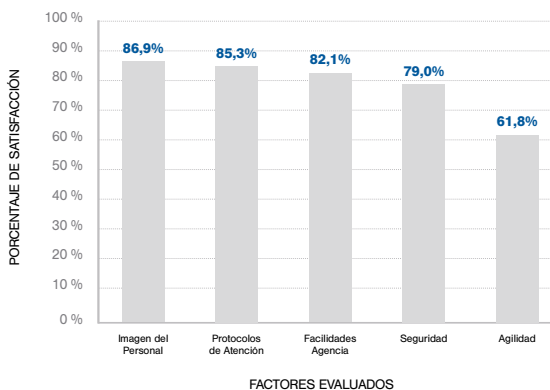
Para llevar a cabo nuestro compromiso nos fijamos altos estándares de calidad y para cumplirlos, realizamos monitoreos frecuentes a los procesos en nuestras agencias e implementamos permanentemente iniciativas de mejora.

En lo que al servicio en agencias se refiere, la evaluación comprende la medición de los aspectos que han sido calificados por nuestros clientes como prioritarios para estar satisfechos con la calidad del servicio. En los gráficos se presentan los resultados consolidados de las mediciones efectuadas en el 2012.

EVALUACIÓN CALIDAD DE SERVICIO DE PRODUBANCO 2012



EVALUACIÓN CALIDAD DE SERVICIO DE SERVIPAGOS 2012



En cuanto a la atención de los requerimientos y reclamos presentados por nuestros clientes, cumplimos con el estándar establecido por la Superintendencia de Bancos en relación a indicadores de gestión. Esto se debe a la eficaz administración del módulo de “Requerimientos y Reclamos” que permite la consolidación de los casos, la estandarización de respuestas, el cumplimiento de los tiempos de respuesta y la generación de reportes para evaluar la eficiencia del proceso.

A partir del segundo semestre implementamos un proceso innovador de gestión de reclamos y requerimientos con el cual se produjeron cambios positivos en la generación de soluciones para los reclamos presentados.

El proceso está basado en la metodología LEAN que consiste en desarrollar un flujo más eficiente con el fin de incrementar la velocidad de respuesta al cliente por medio de la reducción de los denominados “desperdicios” como tiempo de espera, exceso de procesos, defectos, potencial humano subutilizado, transporte, entre otros.

ESTADÍSTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE

Total de eventos procesados en el 2012 por la Unidad de Servicio al Cliente **71.500**

Requerimientos

(consultas y pedidos de servicios adicionales formulados por el cliente) **66,55%**

Reclamos

(quejas que implican respuesta del Banco por un error o un problema de servicio) **33,45%**

Casos Resueltos con soluciones

de primer nivel (cliente obtuvo respuesta de la primera persona con la que se contactó para atender su caso) **78%**

Casos Resueltos

en tiempo establecido por la SBS **69%**

% Total de reclamos frente al total de las transacciones del GFP **0,046%**

Cultura de Seguridad

La seguridad de la información de nuestros clientes es una prioridad institucional, pues es la respuesta a la confianza depositada en nosotros. De igual manera, la difusión de las formas de prevenir las amenazas externas existentes es un tema de gran importancia al que destinamos esfuerzos y recursos.

Cumplimos con las mejores prácticas internacionales para combatir el fraude electrónico en sus diferentes expresiones (skimming, malware, phishing, etc.). Asimismo, monitoreamos permanentemente las transacciones de los clientes y los mantenemos informados por medio de mensajes al celular y/o por correo electrónico, de los movimientos que se realizan en sus cuentas en los canales tecnológicos; de esta manera, en caso de producirse algún evento inusual, el cliente puede reaccionar oportunamente bloqueando su cuenta y alertando al Banco.

Con el fin de robustecer aún más la seguridad de nuestros sistemas, en el 2012 realizamos análisis y evaluaciones de riesgos tecnológicos y vulnerabilidades con empresas internacionales de seguridad.

En lo referente a la prevención del lavado de dinero y financiamiento del terrorismo, continuamos trabajando activamente en el refuerzo de la comunicación y capacitación tanto a nuestro personal como a terceros.

Con el fin de informar a los clientes que visitan nuestras oficinas sobre el contenido de la normativa y las consecuencias de la violación de la misma, publicamos en lugares visibles de cada una de las agencias de PRODUBANCO y SERVIPAGOS los nuevos afiches sobre el tema. Adicionalmente, colocamos en cada una de las cajas de todas las oficinas del Grupo, material explicativo sobre la obligatoriedad de realizar la declaración del origen de los fondos en los movimientos de dinero que exceden los US\$ 5,000 en efectivo y las razones por las que se efectúa la operación.

Como una medida adicional para prevenir el lavado de activos, incorporamos una nueva herramienta de control llamada "Monitor Plus – ACRM", que nos da la posibilidad de identificar transacciones que no estén acordes a los movimientos habituales de nuestros clientes y de esta forma, en el caso de no contar con una justificación razonable de las mismas, aplicar las medidas correspondientes.

En el interior de la organización, dedicamos ingentes recursos para preparar en el tema al 40% de los colaboradores. El propósito de las charlas impartidas es la reflexión de los participantes sobre el riesgo que implica este delito a nivel individual, institucional y como

país. Adicionalmente se actualizó la Guía de Prevención de Lavado de Activos a todo el personal con el fin de que sea una fuente de consulta para cada uno de los miembros de la Institución. La Guía también fue publicada en la Intranet del Grupo.

Atención Telefónica

Cuando una persona llama a una institución busca que quien contesta del otro lado, le guíe en su requerimiento o le ayude a llegar fácilmente a su destino. La impresión que queda de una empresa se vincula mucho con la atención telefónica. Sabemos que es importante fomentar una cultura de buena atención y contar con las mejores herramientas tecnológicas para hacer de este medio de comunicación, un valor agregado de servicio para el cliente.

Dentro de los objetivos institucionales se encuentra brindar a nuestros clientes una atención telefónica satisfactoria, oportuna y eficaz, para que no dude en comunicarse nuevamente con nosotros. Por esta razón, la calidad de atención telefónica forma parte de la evaluación de los objetivos rutinarios de cada uno de los colaboradores.

Como soporte a la gestión, empleamos la herramienta tecnológica Interaction Client, que permite administrar de manera eficiente todas las llamadas entrantes distribuyéndolas a los diferentes destinatarios para garantizar que las llamadas siempre sean atendidas.

Respeto a la Confidencialidad

En el GFP respetamos la privacidad de la información, parámetro esencial en la actividad que desarrollamos. Las políticas que garantizan este cumplimiento se encuentran enmarcadas dentro de nuestro Código de Ética y Conducta: Sigilo Bancario, Servicio Confiable y Control de la Información, y Confidencialidad. En ellas se establece, entre otros aspectos, la obligatoriedad de mantener total reserva y confidencialidad sobre la información de nuestros clientes, y el compromiso de proporcionar información eficiente, certera, clara y oportuna.

En materia de tasas y tarifas, cumplimos estrictamente lo establecido por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Durante el 2012 se registraron cinco reclamos reportados sobre sigilo bancario, en los que se aplicaron las medidas correctivas internas.



Nuestra Comunidad



Nuestra Comunidad



Servicios Financieros para el Desarrollo de la Comunidad

Los productos y servicios financieros que brinda el GFP contribuyen al desarrollo económico de nuestros clientes y de sus negocios. Entre estos servicios se encuentran las transacciones de carácter social.

TRANSACCIONES DE CARÁCTER SOCIAL 2012

	Transacción	Número de Beneficiarios
SERVIPAGOS	Transacciones Varias	1'845.282 transacciones
	Pago Bono de Desarrollo Humano	1'356.000 bonos mensuales
	Pago Jubilados	44.000 jubilados mensuales
Agentes PAGOÁGIL (BARRIOS PERIFÉRICOS) 242 Agentes POS y 536 Agentes WEB	Pago de Servicios Básicos	más de 1'915.084 transacciones anuales
38 cooperativas del país con los que tenemos alianza (TOTAL 187 OFICINAS)	Bonos y Giros	más de 270.570 transacciones

Apoyamos las Iniciativas que Construyen una Mejor Sociedad

AUSPICIOS CULTURALES

La cultura engrandece a todas las personas. Fortalece valores y promueve el desarrollo intelectual, permite tener un punto de vista diferente y abre caminos. El GFP respalda las actividades educativas y artísticas dirigidas hacia la colectividad.

Hemos apoyado varias iniciativas en la comunidad ecuatoriana. A continuación citamos las principales.



Como el miembro de la sociedad que somos, contribuimos activamente para su desarrollo: nos unimos a otras entidades que están trabajando por realizar cambios positivos; apoyamos el arte, la cultura, el deporte y las acciones en favor de los grupos desprotegidos; respetamos el medio ambiente y paso a paso, optimizamos la utilización de los recursos. Nuestras acciones están encaminadas a mejorar la comunidad.

Producciones Literarias y Musicales

CD Matices de Nelson Maldonado
 CD Tangos de Siempre de Isabel Pachano
 CD Melodías del Alma de Rosario Manrique
 CD Tesoros de la Música Ecuatoriana de Édgar Palacios
 Libro Palabra Nueva de Rocío Madriñán
 Libro Las Segundas Criaturas de Diego Cornejo

Fundación FIDAL

V Concurso de Excelencia Educativa que busca el mejoramiento cualitativo de la educación ecuatoriana a través del reconocimiento al diseño, desarrollo o evaluación de proyectos.

Fundación Orquesta Sinfónica Juvenil del Ecuador

Sinfonía por la Vida, proyecto de inclusión social que incorporó a niños, niñas y jóvenes de escasos recursos al sistema de orquestas sinfónicas infantiles y juveniles.

Federación de Estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Evento Acción por la Educación.

AUSPICIOS DEPORTIVOS

La práctica del deporte genera unión en la comunidad, da paso a una vida saludable y al fortalecimiento de la personalidad de sus integrantes. El GFP impulsa actividades deportivas de diversa índole.

Atletismo

Carrera Héroes de la Policía Nacional, marzo 4
 Carrera Quito Tennis, mayo 20
 Carrera Solidaridad 10K, julio 28
 Carrera Liga 10K, septiembre 23
 Carrera El Recreo 10K, octubre 7
 Triatlón Ciudad de Quito, diciembre 2

Marcha

Apoyamos al equipo de marchistas liderado por el entrenador Fredy Vivanco en su preparación para competencias nacionales e internacionales.

Ciclismo

Trial Cross, enero 22
 Ilaló Nocturno, junio 23
 Pulumahua Nocturno, octubre 20

Fútbol

Estamos presentes con publicidad en:
 - Estadio de Sociedad Deportiva Aucas
 - Estadio Bellavista de Ambato
 - Estadio Casa Blanca de Liga Deportiva Universitaria

Montañismo

Auspiciamos el V Encuentro Internacional de Clubes de Montañismo y Aventura realizado del 21 al 28 de mayo.

Tenis

Auspiciamos el torneo nacional de tenis Copa Club Tungurahua.



AUSPICIOS SOCIALES

Apoyamos las iniciativas de organismos especializados que realizan un trabajo serio, en beneficio del desarrollo de los grupos desprotegidos de la sociedad.

Contamos con la participación de nuestros colaboradores en muchos de los proyectos de gestión social en los que estamos involucrados.

A continuación resumimos los proyectos más importantes en los que hemos participado.

Fundación Su Cambio por el Cambio

Respaldamos la gestión de Su Cambio por el Cambio, reconocida por su importante labor en favor de los niños de la calle. Tenemos un recurso asignado a tiempo completo para las actividades de la Fundación, cuyo costo está asignado en su totalidad al área de Recursos Humanos de PRODUBANCO (160 horas mes – jornada completa). Realizamos un aporte de US\$ 264,000 para los proyectos que mantiene la Fundación Su Cambio por el Cambio: Escuela de Fútbol y Deportes Su Cambio por el Cambio en Quito y San Simón de Guaranda.

Escuela de Fútbol y Deportes Su Cambio por el Cambio en Quito

La Escuela de Fútbol para niños y niñas entre 8 y 18 años incentiva el deporte, la educación integral, talleres ocupacionales, brinda apoyo psicológico, medicinas, atención médica y dental. Mejora la calidad de vida trabajando en la autoestima de sus integrantes. Con la gestión de la Escuela se benefician 250 niños y niñas.

San Simón de Guaranda

Este proyecto, que beneficia a 470 personas, gestiona varios frentes: educación escolar y de adultos, adultos mayores, trabajadores, proveedores de leche, formación agropecuaria, comedor comunitario, banco comunitario y otros proyectos de desarrollo. Adicionalmente, una vez por semana, los productos cultivados en la comunidad de Guaranda son transportados hasta la ciudad de Quito en donde son comercializados a los colaboradores de PRODUBANCO en su oficina Matriz. Además de gozar de la excelente calidad de los productos, los colaboradores cuentan con la facilidad de realizar la compra cargando el valor a su rol de pagos.

Fundeporte

Destinamos US\$ 212,500 a este complejo deportivo creado para incentivar, impulsar y desarrollar el deporte en los moradores del sur de Quito a través del juego, la recreación, diversión, esparcimiento, convivencia familiar y con el medio ambiente. Alrededor de 20.000 personas visitan mensualmente este parque.

Caritas Felices

Desde el año 2001 contribuimos con este proyecto que ofrece diariamente el servicio de comida a un promedio de 85 personas, previa inscripción, en la parroquia Inmaculada Concepción de Iñaquito. El valor anual de nuestro aporte es de US\$ 12,000. El mayor porcentaje de beneficiarios corresponde a ancianos y niños.

Fundación San José

Anualmente contribuimos con US\$ 4,800 a esta fundación que mantiene un hogar de adultos mayores en el sur de Quito. En este año se realizaron adecuaciones en las instalaciones para que aproximadamente 120 personas tengan una mejor calidad de vida.

Fundación Un Techo para Mi País

PRODUBANCO apoyó económicamente a la Fundación Un Techo para Mi País en su jornada de recaudación realizada los días 29 y 30 de junio del 2012 en Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Loja. Además, en el aspecto logístico, el GFP puso al servicio de la campaña, sus canales de atención para la recaudación de aportes del público.

Nuestros 45 voluntarios, entre colaboradores y familiares, ayudaron a construir cuatro casas en Quito, Guayaquil y Cuenca, con un total de 900 horas de trabajo (considerando un promedio de 20 horas por persona).



Teletón por la Vida

PRODUBANCO realizó una contribución económica a la Teletón por la Vida 2012 que se realizó en diciembre y que en esta ocasión destinará los fondos para cubrir operaciones de niños que sufren dolencias superables.

Programa Formando Talentos

La segunda edición de Formando Talentos cumplió con éxito su objetivo de becar a dos jóvenes ecuatorianos y brindarles la oportunidad de cursar su carrera universitaria en instituciones educativas de gran nivel, este resultado nos permite contar ya con cuatro becarios de alta proyección profesional.

En noviembre del 2012 iniciamos la tercera edición de este programa con el apoyo de Junior Achievement y su herramienta Bancos en Acción. En la primera fase, cinco colaboradores del GFP actúan como instructores y guías de los alumnos participantes, impartiendo educación financiera.



Reforestación

Se realizaron campañas de reforestación en Quito, Manta y Loja en las que participaron más de 150 colaboradores de PRODUBANCO y sus familias. El tiempo promedio asignado a esta actividad fue de 459 horas.



Voluntariado

Con el apoyo de los clubes de empleados en las sucursales de Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja y Santo Domingo, se realizaron actividades específicas de apoyo a la comunidad. Más de 160 personas entre colaboradores y miembros de sus familias, realizaron alrededor de 560 horas de trabajo voluntario.

Intereses y Expectativas de Nuestra Comunidad

- Participar en actividades culturales y deportivas.
- Contar con planes sociales.
- Alianzas estratégicas entre empresas para obtener más beneficios.

Iniciativas y Acciones de PRODUBANCO en Respuesta a los Intereses de Nuestra Comunidad

- Apoyo a la Fundación Su Cambio por el Cambio.
- Apoyo a la Fundación Fundeporte.
- Programa de reciclaje de papel y cartón a través de Su Cambio por el Cambio.
- Ayuda a la autogestión de las comunidades involucradas en la Fundación Su Cambio por el Cambio, mediante la venta de productos y cultivos de las mismas.
- Auspicio de libros y actividades deportivas y culturales.
- Donaciones a damnificados.
- Participación activa en las distintas instituciones relacionadas con el sector financiero.
- Publicidad de productos y servicios.
- Pago de impuestos.
- Capacitación permanente al personal en medidas anti-corrupción y anti-lavado de dinero.
- Programas de voluntariado corporativo ejecutados por nuestros colaboradores.

Inversión para la Comunidad en Cifras

Destinamos recursos para acciones en beneficio de la sociedad y para la publicidad de actividades que contribuyen a formar valores y buenas costumbres en la sociedad.

INVERSIÓN SOCIAL 2012 US\$ 1,304,776

APORTES DESTINADOS A INVERSIÓN SOCIAL 2012

Descripción	Cantidad
ASOCIACIONES GREMIALES	327,519
SU CAMBIO POR EL CAMBIO	283,185
FUNDEPORTE	212,500
FUNDACION ORQUESTA SINFÓNICA JUVENIL DEL ECUADOR FO.S.J.E.	36,064
COMUNIDAD JUDIA - AUSPICIO EVENTO GA 2012	28,000
UN TECHO PARA MI PAIS	25,000
FUNDACIÓN TELETON POR LA VIDA	20,000
FUNDACION JUNIOR ACHIEVEMENT ECUADOR	18,619
CARITAS FELICES - PARROQUIA LA INMACULADA -	12,000
JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYAQUIL	11,200
AUSPICIO 75 ANIVERSARIO DE LA CÁMARA DE INDUSTRIAS Y PRODUCCIÓN	11,200
FEDERACIÓN INTERAMERICANA EMPRESARIAL	5,695
FUNDACIÓN AZULADO	5,600
AUSPICIO PROYECTO EXCELENCIA EDUCATIVA - FUNDACIÓN PARA LA INTEGRACIÓN Y DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA-FIDAL	5,600
FLACSO	4,932
FUNDACION SAN JOSÉ	4,800
CLUB ROTARIO TOMBAMBA	4,480
FUNDACIÓN ENTREGA	3,500
COMITÉ DE DAMAS DE SOLCA	3,360
FEUCE	3,000
UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR	3,000
FUNDACION TOLITA	2,800
FUNDACIÓN TERCER MILENIO	1,680
CLUB ROTARIO CUENCA	2,000
ASOCIACIÓN DE BANCOS PRIVADOS DEL ECUADOR	1,931
CLUB ROTARIO QUITO	1,120
OTROS	2,190
HOGAR DE ANCIANOS -ALCÍVAR ALCÍVAR MARÍA CECILIA	960
CLUB ROTARIO AMBATO	500
CONGREGACIÓN DE LAS HERMANITAS DE LOS ANCIANOS DESAMPARADOS Y ASILO CORAZÓN DE MARÍA	330
FUNDACIÓN EDUCACIONAL ALBERTO EINSTEIN	200
CLUB KIWANIS CHUQUIRAGUA	200
TOTAL	1,040,974

APORTES DESTINADOS A PUBLICIDAD SOCIALMENTE RESPONSABLE 2012

Descripción	Cantidad
DEPORTES	146,769
CULTURA	21,216
SOCIAL	10,086
PUBLICIDAD	11,051
OTROS	74,680
TOTAL	263,802

Contribuimos a Cuidar el Medio Ambiente

Realizamos nuestras actividades operativas y de negocio promoviendo de una u otra forma el desarrollo sostenible y la conservación del entorno. En el cuadro siguiente presentamos de forma comparativa nuestro consumo de energía, cartón y papel desde el año 2009.

CUADRO COMPARATIVO DEL CONSUMO ANUAL DE ENERGÍA, PAPEL Y CARTÓN DEL GFP								
Recurso	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
					EQUIVALE AL CONSUMO PROMEDIO POR COLABORADOR			
PAPEL	149,11 toneladas (1.938,43 árboles medianos)	150,99 toneladas (1.962,93 árboles medianos)	162,61 toneladas (2.107,43 árboles medianos)	177,60 toneladas (2.308,80 árboles medianos)	3,81 hojas al día	3,30 hojas al día	3,58 hojas al día	3,52 hojas al día
TONNERS	2.554 unidades	2.756 unidades	1.887 unidades	2.192 unidades	1,17 tonners al año	1,17 tonners al año	0,75 tonners al año	0,79 tonners al año
CARTÓN	4.822 cajas	2.763 cajas	3.023 cajas	2.434 cajas	2,22 cajas al año	1,18 cajas al año	1,20 cajas al año	0,88 cajas al año
DIÉSEL	11.524,83 galones (1.441 GJ)	7.230,11 galones (904 GJ)	4.091,95 galones (511 GJ)	3.932,91 galones (492 GJ)				
GASOLINA	18.275,86 galones (2.284 GJ)	17.113,49 galones (2.139 GJ)	18.377,11 galones (2.297 GJ)	16.084,77 galones (2.011 GJ)				
ENERGÍA ELÉCTRICA	8'160.726,42 Kwh (29.379 GJ)	9'933.709,18 Kwh (35.761 GJ)	10'651.339,47 kwh (38.345 GJ)	8'292.616,3 kwh (29.853 GJ)	6,51 focos de 100 Watts diarios	6,78 focos de 100 Watts diarios	7,34 focos de 100 Watts diarios	5,18 focos de 100 Watts diarios
AGUA POTABLE	28.444,73 m3	26.023,94 m3	23.078 m3	25.870,04 m3	54,47 litros diarios	46,16 litros diarios	38,19 litros diarios	38,82 litros diarios
EMISIÓN INDIRECTA CO2	3.285,90 toneladas métricas	3.887,43 toneladas métricas	4.132,06 toneladas métricas	3.239,41 toneladas métricas				



Desde el giro de nuestro negocio, estamos implementando acciones para reducir el consumo de recursos y propagar el interés por el cuidado del medio ambiente:

Reciclaje de Papel y Cartón

Entregamos a proveedores y a la Fundación su Cambio por el Cambio 58,94 toneladas de papel y cartón, equivalentes a 766 árboles medianos, para reciclaje. Esta cantidad constituye aproximadamente el 39,53% de las toneladas de papel utilizado por el GFP.

Enfoque en Canales Tecnológicos

Impulsamos entre nuestros clientes el uso de canales tecnológicos que generan ahorro de materiales y tiempo. En el año 2012 el 82% de las transacciones se procesaron por canales tecnológicos, lo que representa un crecimiento del 6% en relación con el año 2011.

Campañas y Acciones Dirigidas a Nuestros Clientes que Promueven el Cuidado del Medio Ambiente

La campaña anual de cuentas de ahorro denominada *EcoRuta del Ahorro* entregó en esta ocasión semillas propias de la región para motivar la siembra de árboles, cargadores solares para celulares, cuadernos ecológicos, esferográficos de material y tinta ciento por ciento reciclables. Los ganadores de esta campaña recibieron bicicletas y tours a lugares ecológicos del Ecuador como Galápagos, Reserva de Tulipe y el oriente ecuatoriano.

Los regalos de Navidad entregados a nuestros clientes como cuadernos y calendarios, fueron elaborados con papel amigable con el ambiente y su contenido incluyó mensajes enfocados en la conservación de los recursos naturales.

Canales de Comunicación con Nuestra Comunidad

- Actividades de mercadeo y relaciones públicas.
- Página web.
- Redes sociales.
- Ruedas de prensa.
- Cumplimiento de la ley.
- Cumplimiento de normativas sociales y laborales.
- Apoyo de programas sociales y educativos.
- Incorporación de personas con capacidades distintas en la fuerza laboral.
- Transparencia en tasas y tarifas para socios y clientes.
- Participación activa en medidas anti-corrupción y lavado de dinero.
- Reuniones con representantes del grupo de interés al menos una vez al año.



Nuestros Proveedores



Nuestros Proveedores



Consideramos a los proveedores como nuestros socios estratégicos, pues su ayuda es indispensable para poder cumplir con nuestro compromiso de servicio al cliente. Mantenemos políticas para que la relación con nuestros proveedores sea de mutuo crecimiento:



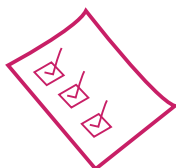
Establecemos en nuestros contratos una **relación justa para las partes**.



En procesos críticos exigimos “**plan de continuidad del negocio**”, esquema de mutuo beneficio.



Efectuamos el **pago en tiempos reducidos** después de la presentación de las respectivas facturas y documentos habilitantes, cumpliendo la ley aplicable.



Establecemos en nuestros contratos **cláusulas de garantías, confidencialidad, prohibición de cesión y multas por incumplimiento**, entre otras. Durante el 2012 no fue necesario ejecutar ninguna garantía de fiel cumplimiento de contrato o buen uso de anticipo.

El grupo de interés de proveedores está conformado por empresas y personas naturales que ofertan bienes tangibles e intangibles de diversa índole, en los tiempos y condiciones requeridos, con precios, calidad y presupuesto ajustados a las necesidades del GFP.

Contrataciones y Compras, su Relación con el Proveedor

El área de Contrataciones y Compras es el contacto con nuestros proveedores. Mantiene la relación con ellos a través de procesos claros y con igualdad de condiciones.

DEPARTAMENTO DE CONTRATACIONES Y COMPRAS

Misión

Garantizar el concurso equitativo y transparente de todos los proveedores a través del establecimiento de políticas y procedimientos eficientes y el seguimiento de su aplicación.

Responsabilidad de sus Miembros

- Coordinar la elaboración y ejecución de los contratos del GFP así como de las compras que se efectúan.
- Implementar políticas que norman la actividad.
- Comunicar las políticas y las decisiones de la Comisión de Contrataciones y Compras al GFP.

Política para Evitar Conflicto de Intereses

Los integrantes del departamento:

- No realizan ningún tipo de transacción con empresas con cuyos miembros tengan relación dentro del segundo grado de consanguinidad y tercero de afinidad.

- Desconocen la identidad de los proveedores participantes en los procesos de concurso, mismos que son identificados con una letra con el fin de guardar la confidencialidad durante el proceso.
- No pueden recibir regalos de los proveedores por un valor superior a los US\$ 30.

Propuestas de Concurso en Sobre Cerrado

Las condiciones de precio de las propuestas ganadoras de un proceso de concurso en sobre cerrado se mantienen tal como en la oferta; en ningún caso se negocian.

COMISIÓN DE CONTRATACIONES Y COMPRAS

La función de esta Comisión es revisar, gestionar y aprobar todo proceso de contratación y compras que sea del nivel atribuido a la misma, dentro de la política respectiva.

La Comisión, que mantiene sesiones al menos una vez a la semana, selecciona los proveedores para bienes o servicios cuyos montos de aprobación le correspondan de acuerdo a las políticas.

Cuando no existe el quórum y se requiere la aprobación urgente de algún tema, se procede con la aprobación del Vicepresidente de Finanzas (de acuerdo al monto de adquisición). La definición es comunicada a la Comisión en la siguiente sesión que mantenga.

Calificación de Proveedores del GFP

Todos nuestros proveedores atraviesan por un proceso de calificación anual y otro de evaluación semestral.

PROCESO DE CALIFICACIÓN ANUAL



A partir del cuarto semestre del 2012 aplicamos un nuevo procedimiento de calificación mediante el cual se está realizando una actualización de la base de proveedores del Grupo.

EXCEPCIÓN A LA NORMA:

Únicamente se considerará la oferta de un proveedor no calificado en el caso de que su oferta se ajuste con exactitud a las necesidades del Grupo o si se trata de un proveedor exclusivo.

PROCESO DE EVALUACIÓN SEMESTRAL

1

EVALUACIÓN

- Tipo de relación:
frecuencia de la compra
(periódica o esporádica)
- Atención al cliente
- Información
- Calidad de productos o servicios
- Tiempo de respuesta
- Atención de dudas y reclamos
- Cumplimiento de condiciones

2

Base de datos de proveedores evaluados – relación a largo plazo

Cuando el proveedor obtiene un resultado inferior al establecido en la política es eliminado de la base.

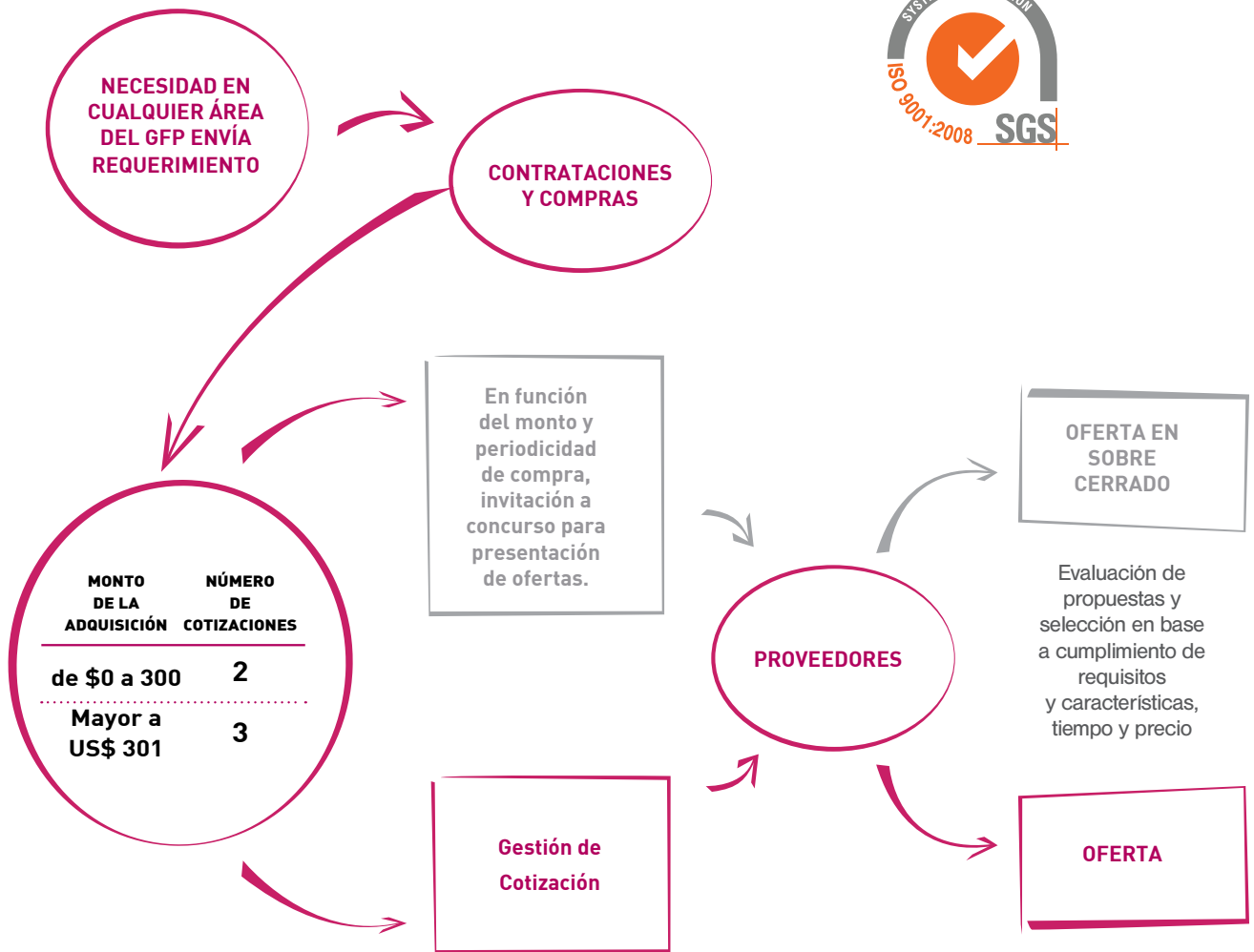
Intereses y Expectativas de Nuestros Proveedores

- Lograr contratos con precios y formas de pago justas.
- Obtener contratos a largo plazo con normas equitativas y transparentes de licitación.
- Contar con el reconocimiento que resulta de trabajar con un Grupo de trayectoria.
- Mantener una relación duradera.
- Lograr la satisfacción de la empresa por la calidad y tiempos de entrega de los bienes o servicios así como por la atención.

Para aquellas contrataciones realizadas a través de concursos también se analiza al proveedor considerando: antigüedad y experiencia anterior, cantidad y tipo de clientes, condiciones con respecto a su competencia, situación financiera, capacidad logística, nivel de endeudamiento y referencias generales.

Flujo de Adquisición o Contratación de un Bien o Servicio

(relación entre el GFP y el proveedor)



Excepciones a la tabla de número mínimo de ofertas por monto de compra:

- Que no existan suficientes proveedores a nivel nacional para satisfacer la demanda.
- Cuando un proveedor abastece más del 95% del mercado.
- Que un proveedor sea el único que cumple con lo requerido por el GFP o sea exclusivo.

Iniciativas y Acciones de PRODUBANCO en Respuesta a los Intereses de Nuestros Proveedores



NUESTROS PROVEEDORES DURANTE EL 2012

Tipo de Gasto	Porcentaje
Servicios externos	71%
Publicidad	8%
Arriendos	7%
Mantenimiento	9%
Suministros	5%
Total	100%

**En el 2012 empleamos
US\$ 54,213,385.65 en
compras y contratos de servicios.**

- Proceso de registro, calificación anual, selección y evaluación semestral de proveedores.
- Comisión de Contrataciones y Compras.
- Política de Adquisiciones, Contrataciones y Compras.
- Procedimiento de contratación transparente y trato justo.
- Procedimiento de compra de activos fijos, suministros y repuestos.
- Procedimiento de compra de servicios.
- Planificación y coordinación de compras.
- Intercambio de información con proveedores para lograr acuerdos de negociación.
- Certificación ISO 9001: 2008

Canales de Comunicación con Nuestros Proveedores

- Área de Contrataciones y Compras.
- Área de Pagaduría.
- Reuniones con representantes del grupo de interés al menos una vez al año.



Estudio de Materialidad, Tabla de Indicadores Resumida e Informe de Verificación

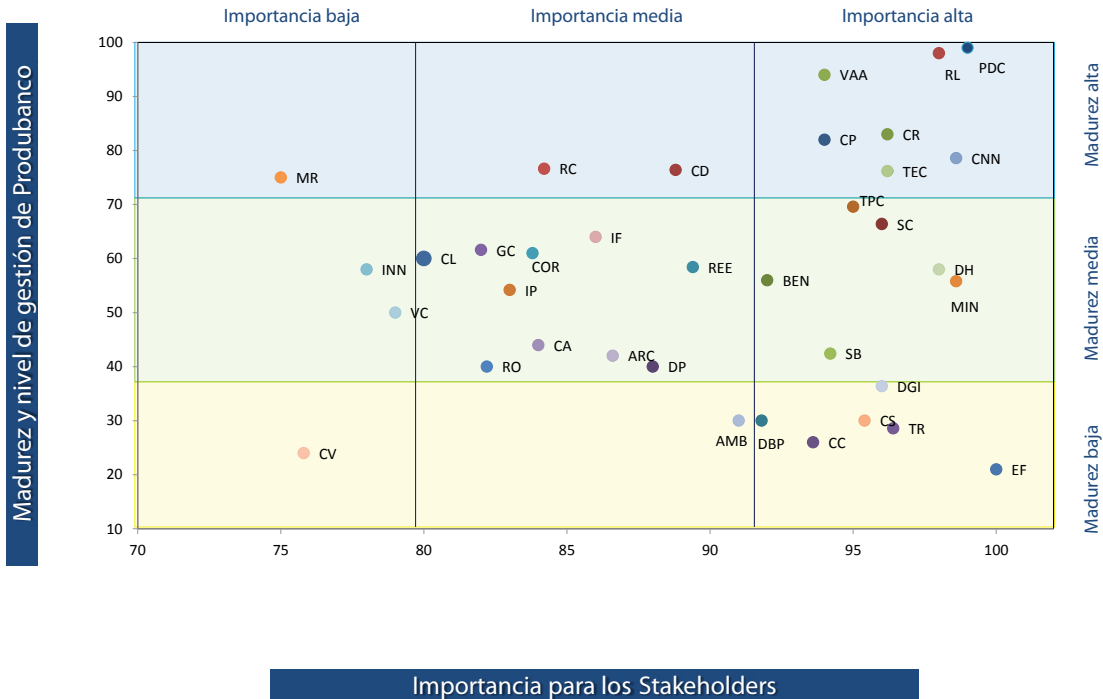
Estudio de Materialidad

Este estudio ha sido realizado por los consultores independientes Deloitte & Touche a través de un proceso dinámico en el que participaron representantes de nuestros accionistas, colaboradores, clientes, proveedores y comunidad.

La valiosa información obtenida nos será de utilidad para la planificación de nuestras actividades de responsabilidad social en el mediano plazo.

Los resultados se revelan en el siguiente gráfico:

Materialidad

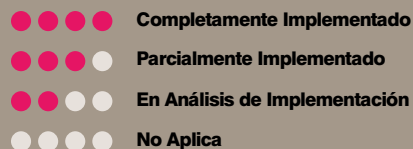


El Estudio de Materialidad nos permite identificar los aspectos de mayor relevancia para nuestros grupos de interés con el fin de establecer planes de acción en materia de responsabilidad social.

ASPECTOS RELEVANTES PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS

Nomenclatura	Descripción
CP	Cartera de productos adaptada a la realidad de sus clientes
IF	Inclusión financiera
DH	Derechos humanos e Inclusión
CS	Causa social/ proyectos de desarrollo sostenible
ARC	Alianzas para proyectos de responsabilidad corporativa
VC	Voluntariado corporativo
AMB	Responsabilidad con el ambiente
CV	Desarrollo de una línea de créditos verdes
DGI	Diálogos con grupos de interés
SC	Satisfacción al cliente
BEN	Beneficios sobre lo legalmente exigido
DP	Difusión de políticas
DBP	Transmisión de buenas prácticas en la cadena de valor
TPC	Transparencia procesos de compras
CL	Clima laboral
CD	Capacitación y desarrollo del talento humano
CR	Captación y retención de talento humano
CC	Canales de comunicación interna y externa
REE	Relacionamiento con entidades estatales
IP	Involucramiento de proveedores
EF	Educación financiera a grupos de interés
RL	Rentabilidad, liquidez del Banco
VAA	Valor agregado al accionista
TR	Transparencia
COR	Corrupción
MIN	Mitigación de impactos negativos derivados del negocio y evaluación de riesgos
RO	Responsabilidad corporativa como un valor agregado para aprovechar riesgos y oportunidades
RC	Reputación corporativa
SB	Seguridad bancaria - anticrimen
GC	Gobierno corporativo
PDC	Protección de datos de clientes
MR	Marketing responsable
CNN	Cumplimiento normativa nacional
TEC	Tecnología
CA	Cumplimiento o adhesión a normativas internacionales
INN	Innovación de productos y servicios

Tabla de Indicadores GRI



Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
PERFIL				
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS				
1.1	Declaración del máximo responsable de decisiones de la organización (Director General, Presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	Carta del Presidente Ejecutivo	7	●●●●●
1.2	Riesgos y oportunidades del negocio.	Acerca del Grupo: Riesgos y Oportunidades	13	●●●●●
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN				
2.1	Nombre de la Organización.	Acerca del Grupo: Estructura del Grupo	10	●●●●●
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Nuestros Clientes: Segmentos del Negocio, Productos Nuevos e Innovadores, Portafolio de Productos y Servicios	46-50	●●●●●
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	Nuestros Accionistas: La Administración	27	●●●●●
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Contraportada Interior		●●●●●
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la Memoria.	Acerca del Grupo: Estructura del Grupo	10	●●●●●
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Acerca del Grupo: Estructura del Grupo	10	●●●●●
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	Nuestros Clientes: Segmentos del Negocio, Productos Nuevos e Innovadores, Portafolio de Productos y Servicios, Canales de Atención	46-48,50,52	●●●●●
2.8	Dimensiones de la organización informante.	Acerca del Grupo: Estructura del Grupo, El GFP en Cifras, Riesgos y Oportunidades Nuestros Clientes: Canales de Atención, Calidad de Servicio	10,52-53	●●●●●

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la Memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Nuestros Accionistas: Junta General de Accionistas, La Administración Nuestros Clientes: Portafolio de Productos y Servicios	19,27,51-52	● ● ● ●
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Acerca del Grupo: Logros, Reconocimientos y Distinciones	15	● ● ● ●
PARÁMETROS DE LA MEMORIA				
3.1	Periodo cubierto por la Memoria.	Carta del Presidente Ejecutivo	7	● ● ● ●
3.2	Fecha de la Memoria anterior más reciente (si hubiere).	La Memoria anterior se publicó en el año 2012, abarcó el periodo 2011.		● ● ● ●
3.3	Ciclo de presentación de la Memoria.	Anual		● ● ● ●
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la Memoria o su contenido.	Contraportada Interior Introducción del Presidente del Directorio	6	● ● ● ●
3.5	Proceso de definición del contenido.	Introducción del Presidente del Directorio	6	● ● ● ●
3.6	Cobertura de la Memoria.	Carta del Presidente Ejecutivo	7	● ● ● ●
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la Memoria.	Carta del Presidente Ejecutivo	7	● ● ● ●
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	No se tienen negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.		● ● ● ●
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la Memoria.	Portada Interior		● ● ● ●
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a Memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	No aplica		● ● ● ●
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la Memoria.	No aplica		● ● ● ●
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la Memoria.	Índice	5	● ● ● ●

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la Memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la Memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente.	Portada Interior		● ● ● ●

GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	Nuestros Accionistas: Directorio, Comités Estratégicos, Comisiones de Trabajo	20-26	● ● ● ●
4.2	Si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	Nuestros Accionistas: Junta General de Accionistas	19	● ● ● ●
4.3	Estructura directiva unitaria. Se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Nuestros Accionistas	19	● ● ● ●
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Nuestros Accionistas: Junta General de Accionistas, Comunicación de los Comités y Comisiones, Prácticas del Gobierno Corporativo	19,26,30	● ● ● ●
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	Nuestros Accionistas: Sesiones	21	● ● ● ●
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Nuestros Accionistas: Junta General de Accionistas	19	● ● ● ●
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia a miembros del máximo órgano de gobierno.	Nuestros Accionistas: Junta General de Accionistas	19	● ● ● ●
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes.	Acerca del Grupo	10-11,13-16	● ● ● ●
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión de la organización.	Nuestros Accionistas: Prácticas del Gobierno Corporativo	30	● ● ● ●
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno.	Nuestros Accionistas: Prácticas del Gobierno Corporativo	30	● ● ● ●
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Nuestros Accionistas: Prácticas del Gobierno Corporativo	30	● ● ● ●
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	Nuestra Comunidad: Apoyamos las Iniciativas que Construyen una Mejor Sociedad, Inversión para la Comunidad	56-60	● ● ● ●
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a los que la organización apoya.	Acerca del Grupo: Principales asociaciones nacionales e internacionales de las que formamos parte en el 2012	11	● ● ● ●

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
4.14	Relación de los Grupos de Interés que la organización ha incluido.	Nuestros Accionistas Nuestra Gente Nuestros Clientes Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18,19,34, 35,47,57, 65	● ● ● ●
4.15	Base para la identificación y selección de Grupos de Interés con los que la organización se compromete.	Nuestros Accionistas Nuestra Gente Nuestros Clientes Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18,19,35, 47,57,65	● ● ● ●
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los Grupos de Interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de Grupos de Interés.	Nuestros Accionistas Nuestra Gente Nuestros Clientes Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18,21,39, 41,43,51, 59,69	● ● ● ●
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los Grupos de Interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la Memoria.	Nuestros Accionistas Nuestra Gente Nuestros Clientes Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18,21,37, 49,59,67	● ● ● ●

DESEMPEÑO ECONÓMICO

DMA	Enfoque de gestión económica.	Nuestros Accionistas Nuestra Gente Nuestros Clientes Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18,19,21, 35,37,39, 41,43,47, 49,51,57, 59,65,67,69	● ● ● ●
-----	-------------------------------	---	---	---------

DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Acerca del Grupo: Riesgos y Oportunidades	13	● ● ● ●
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	En análisis		● ● ● ●
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Nuestra Gente: Beneficios adicionales del colaborador	40-42	● ● ● ●
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN no recibe ayudas financieras del gobierno.		● ● ● ●

PRESENCIA EN EL MERCADO

EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Nuestra Gente: Remuneración y Otros Beneficios	39	● ● ● ●
-----	---	--	----	---------

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	Nuestros Accionistas: Prácticas de Gobierno Corporativo Nuestros Proveedores: Contrataciones y Compras y su relación con el Proveedor, Calificación de Proveedores del GFP, Flujo de Adquisición o Contratación de un Bien o Servicio	31,64-69	●●●●

EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Nuestra Gente: Políticas de Concurso Interno	38	●●●●
-----	--	--	----	------

IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO

EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales.	Nuestra Gente: Beneficios adicionales del colaborador Nuestra Comunidad: Servicios Financieros para la Comunidad	40-42	●●●●
-----	--	---	-------	------

EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dicho impacto.	Nuestra Comunidad: Servicios Financieros para el Desarrollo de la Comunidad	56	●●●●
-----	---	---	----	------

DESEMPEÑO AMBIENTAL

DMA	Enfoque de gestión ambiental.	Nuestros Accionistas Nuestra Gente Nuestros Clientes Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18,19,21,35, 37,39,41,43, 47,49,51,57, 59,65,67,69	●●●●
-----	-------------------------------	---	---	------

MATERIALES

EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Nuestra Comunidad: Contribuimos a Cuidar el Medio Ambiente	61	●●●●
-----	--	--	----	------

EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reutilizados.	En análisis		●●●●
-----	--	-------------	--	------

ENERGÍA

EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Nuestra Comunidad: Contribuimos a Cuidar el Medio Ambiente	61	●●●●
-----	--	--	----	------

EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Nuestra Comunidad: Contribuimos a Cuidar el Medio Ambiente	61	●●●●
-----	--	--	----	------

EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.			●●●●
-----	--	--	--	------

EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía basado en energías renovables.	En análisis		●●●●
-----	--	-------------	--	------

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.			● ● ● ●
AGUA				
EN8	Captación total de agua por fuentes.	Nuestra Comunidad: Contribuimos a Cuidar el Medio Ambiente	61	● ● ● ●
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas por la captación de agua.	En análisis		● ● ● ●
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada.	En análisis		● ● ● ●
BIODIVERSIDAD				
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No aplica		● ● ● ●
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No aplica		● ● ● ●
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No aplica		● ● ● ●
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad .	No aplica		● ● ● ●
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	No aplica		● ● ● ●
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS				
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero en peso.	En análisis		● ● ● ●
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso.	Nuestra Comunidad: Cuidado Ambiental	61	● ● ● ●
EN18	Iniciativas para reducir la emisión de gases efecto invernadero y las reducciones logradas.			● ● ● ●
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono en peso.	En análisis		● ● ● ●
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	En análisis		● ● ● ●
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza.	En análisis		● ● ● ●
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Nuestra Comunidad	62	● ● ● ●
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No aplica		● ● ● ●
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	No aplica		● ● ● ●
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua.	En análisis		● ● ● ●

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
PRODUCTOS Y SERVICIOS				
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Nuestra Comunidad	62	
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	En análisis		
CUMPLIMIENTO NORMATIVO				
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Durante el año 2012 no se registraron multas ni sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental.		
TRANSPORTE				
EN29	Impactos ambientales significativos por el transporte de productos y otros bienes.	En análisis		
GENERAL				
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	En análisis		
DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO				
DMA	Información sobre el Enfoque de Gestión de prácticas laborales y ética del trabajo.	Nuestros Accionistas Nuestra Gente Nuestros Clientes Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18,19,21,35,37, 39,41,43,47,49, 51,57,59,65,67, 69	
EMPLEO				
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Nuestra Gente: Rasgos de Nuestra Gente	34	
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Nuestra Gente: Rasgos de Nuestra Gente	34,36	
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa.	Nuestra Gente: Beneficios adicionales del colaborador	40-42	
LA15	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	Nuestra Gente: Rasgos de Nuestra Gente	36	
RELACIÓN EMPRESA TRABAJADORES				
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	No existe convenio colectivo.		
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	No existe convenio colectivo.		

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad del trabajo.	Nuestra Gente: Seguridad y Salud Ocupacional	43	
LA7	Tasa de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Nuestra Gente: Rasgos de Nuestra Gente	36	
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Nuestra Gente: Seguridad y Salud Ocupacional	43	
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	No existe convenio colectivo.		
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN				
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado.	Nuestra Gente: Capacitación	42	
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Nuestra Gente: Beneficios adicionales del colaborador/ Capacitación	40-42	
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Nuestra Gente: Fijación y Evaluación Por Objetivos	38	
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES				
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Nuestros Accionistas: Nuestro Directorio Nuestra Gente: Rasgos de Nuestra Gente	20,34-35	
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Nuestra Gente: Remuneración y Otros Beneficios	39	
DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS				
DMA	Información sobre el Enfoque de la Gestión con la Sociedad	Nuestros Accionistas Nuestra Gente Nuestros Clientes Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18,19,21,35,37, 39,41,43,47,49, 51,57,59,65,67, 69	
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO				
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	En análisis		

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	En análisis		
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Nuestra Gente: Rasgos de Nuestra Gente	35	
NO DISCRIMINACIÓN				
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	No se registró ningún evento en el 2012.		
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIO COLECTIVO				
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	No existe convenio colectivo.		
EXPLOTACIÓN INFANTIL				
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Nuestra Gente: Rasgos de Nuestra Gente	36	
TRABAJOS FORZADOS				
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo de ser episodios de trabajo forzado.	En análisis		
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD				
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas y procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para estas actividades.	En análisis		
DERECHOS INDÍGENAS				
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No existen incidentes de tal naturaleza en la organización durante el año 2012.		
EVALUACIÓN				
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	En análisis		
MEDIDAS CORRECTIVAS DE SEGURIDAD				
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	No existen incidentes de tal naturaleza en la organización durante el año 2012.		

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
DESEMPEÑO DE SOCIEDAD				
DMA	Información sobre el Enfoque de Gestión	Nuestros Accionistas Nuestra Gente Nuestros Clientes Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18,19,21,35,37, 39,41,43,47,49, 51,57,59,65,67, 69	
COMUNIDAD				
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	Nuestra Comunidad: Servicios Financieros para el Desarrollo de la Comunidad	56	
SO9	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	En análisis		
SO10	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	En análisis		
CORRUPCIÓN				
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Nuestros Accionistas: Prácticas de Gobierno Corporativo	31	
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Nuestros Accionistas: Prácticas de Gobierno Corporativo	31	
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	No existen incidentes de tal naturaleza en la organización durante el año 2012.		
POLÍTICA PÚBLICA				
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en las mismas y de actividades de lobbying.	Como Grupo no contamos con ninguna posición en política pública y/o participación en las mismas actividades de lobbying.		
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especies a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Como Grupo no generamos ningún tipo de aportaciones financieras o en especies a partidos o instituciones políticas.		
COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL				
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia y sus resultados.	No se registraron acciones de esta naturaleza durante el periodo cubierto por la Memoria.		
CUMPLIMIENTO NORMATIVO				
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	No se registraron sanciones y multas de esta naturaleza durante el periodo cubierto por la Memoria.		

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS				
DMA	Información sobre el Enfoque de la Dirección.	Nuestros Accionistas Nuestra Gente Nuestros Clientes Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18,19,21,35,37, 39,41,43,47,49, 51,57,59,65,67, 69	
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE				
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Nuestros Accionistas: Prácticas de Gobierno Corporativo Nuestros Clientes: Los Segmentos del Negocio, Portafolio de Productos y Servicios, Cultura de Seguridad	30,48,50,54	
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Nuestro Grupo no presenta incidentes referentes a impactos en la seguridad y salud de nuestros clientes durante el periodo cubierto por la Memoria de Responsabilidad Social.		
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS				
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por la normativa y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos.	Nuestros Clientes: Cultura de Seguridad	54	
PR4	Incumplimiento relativo a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	No se registraron eventos de esta naturaleza en el 2012.		
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción al cliente.	Nuestros Clientes: Calidad de Servicio, Cultura de Seguridad	53,54	
COMUNICACIONES DE MARKETING				
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Nuestro Grupo no se encuentra adherido a estándares y códigos voluntarios referentes a entrega de información sobre productos y servicios.		
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de regulaciones relativas a comunicaciones de marketing incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	GFP no ha recibido sanciones legales, multas o amonestaciones por parte de ningún grupo de interés por incumplimiento de las regulaciones, publicaciones o marketing.		
PRIVACIDAD DEL CLIENTE				
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Nuestros Clientes: Cultura de Seguridad	54	

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
CUMPLIMIENTO NORMATIVO				
PR9	Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación al suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	GFP no registra multas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y uso de productos y servicios.		

SUPLEMENTO SOBRE EL SECTOR DE SERVICIOS FINANCIEROS

INDICADORES AMBIENTALES

FS1	Descripción de las políticas con componentes medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio.	En análisis		
FS2	Descripción de procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio.	En análisis		
FS3	Descripción de los procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales que se incluyen en contratos o transacciones.	En análisis		
FS4	Descripción de proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos en su aplicación a las líneas de negocio.	En análisis		
FS5	Descripción de las interacciones con los clientes/ sociedades participadas/socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales.	En análisis		
FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.:microfinancieras/ Pymes/grandes) y el sector de actividad.	Nuestros Clientes: Los Segmentos de Negocio	46-48	
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para promocionar un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado según su propósito.	Nuestra Comunidad: Campañas y Acciones Dirigidas a Nuestros Clientes que Promueven el Cuidado del Medio Ambiente	62	
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado según su propósito.	En análisis		
FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	En análisis		
FS10	Porcentaje y número de compañías incluidas dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	En análisis		
FS11	Porcentaje de activos sujetos a filtros medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	En análisis		

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
FS12	Política(s) de voto sobre asuntos medioambientales o sociales en acciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	En análisis		
FS13	Puntos de acceso en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente según el tipo.	Nuestros Clientes: Canales de Atención	52	
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.	En análisis		
FS15	Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros.	En análisis		
FS16	Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	Acerca del Grupo: Principales Asociaciones Nacionales e Internacionales de las que formamos parte Nuestra Comunidad: Programa Formando Talentos	11,58	

GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RSC1	Políticas de RSC.	Grupos de Interés		
RSC2	Organización de la RSC.	Nuestros Accionistas: Directorio	20	
RSC3	Auditorías de RSC.	Deloitte & Touche realizó una auditoría de los datos presentados en la Memoria de Responsabilidad Social correspondiente al año 2012.		
RSC4	Gestión de los temas sensibles.	Nuestros Accionistas: Prácticas de Gobierno Corporativo	32	
RSC5	Incumplimiento de las leyes o códigos reguladores de conducta.	GFP no registra incidentes de incumplimiento de leyes o códigos reguladores de conducta.		
RSC6	Diálogo con las partes interesadas.	Nuestros Accionistas Nuestra Gente Nuestros Clientes Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18,21,37,39, 41,43,47,49, 51,57,59,67,69	

DESEMPEÑO SOCIAL INTERNO

INT1	Política interna de temas de responsabilidad social abarcados por las políticas de recursos humanos de la institución.	Nuestra Gente: Políticas de Contratación, Selección y Convivencia	38	
INT2	Rotación de los empleados y creación de puestos de trabajo.	Nuestra Gente: Rasgos de Nuestra Gente	36	
INT3	Satisfacción de los empleados.	Nuestra Gente: Círculo de Crecimiento, Políticas de Contratación, Selección y Convivencia, Programas Innovadores para Nuestros Colaboradores; Comunicación Interna es Integración	37-38,44	

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
INT4	Retribución de los altos directivos.	Nuestros Accionistas: Directorio Nuestra Gente: Fijación y Evaluación de Objetivos	21,38	
INT5	Revisión vinculada a la sostenibilidad.			
INT6	Ratio salarial hombre/mujer.	Nuestra Gente: Remuneración y Otros Beneficios	39	
INT7	Perfil de los empleados.	Nuestra Gente: Rasgos de Nuestra Gente	34-36	
DESEMPEÑO DE LA SOCIEDAD				
SOC1	Aportaciones realizadas a obras benéficas, inversiones para la comunidad y patrocinios comerciales.	Nuestra Comunidad: Apoyamos las Iniciativas que Construyen una Mejor Sociedad	56-60	
SOC2	Valor económico añadido.	Acerca del Grupo: Riesgos y Oportunidades	13	
PROVEEDORES				
SUP1	Seguimiento de los principales proveedores.	Nuestros Proveedores: Contrataciones y Compras y su relación con el Proveedor, Calificación de Proveedores del GFP, Flujo de Adquisición o Contratación de un Bien o Servicio	64-69	
SUP2	Satisfacción de los proveedores.	No realizamos encuestas de medición de satisfacción de los proveedores		
BANCA MINORISTA				
RB1	Criterios sociales aplicados para la organización informante en la Banca Minorista.	Nuestros Clientes: Productos Nuevos e Innovadores, Portafolio de Productos y Servicios	48-50	
RB2	Reparto del negocio de otorgamiento de créditos, con inclusión de un desglose por sectores industriales y tamaños de las compañías.	Nuestros Clientes: Los Segmentos del Negocio	47-48	
RB3	Prestación de productos y servicios a la medida e innovadores, aplicando criterios éticos, de sostenibilidad especiales, incluyendo la financiación a comunidades necesitadas y el tipo de interés aplicado.	Nuestros Clientes: Productos Nuevos e Innovadores, Portafolio de Productos y Servicios, Canales de Atención	48-53	
BANCA DE INVERSIÓN				
IB1	Aspectos sociales y medioambientales de la política de inversión.	En análisis		
IB2	Identificar la estructura de las operaciones de acuerdo con la clasificación de las economías del Banco Mundial.	Las principales operaciones del GFP están en Ecuador y por ello se encuentra en una economía en vías de desarrollo.		

Indicador	Descripción	Secciones	Páginas	Calificación
IB3	Prestación de productos y servicios a la medida e innovadores, aplicando criterios éticos, de sostenibilidad especiales.	Nuestros Clientes: Productos Nuevos e Innovadores, Portafolio de Productos y Servicios, Canales de Atención	48-53	
GESTIÓN DE ACTIVOS				
AM1	Aspectos sociales de la política de Gestión de Activos.	En análisis		
AM2	Activos bajo gestión con aspectos de sostenibilidad.	En análisis		
AM3	Actividad del accionista orientada a la inversión socialmente responsable (ISR).	En análisis		
SEGUROS				
INS1	Aspectos sociales de la política de seguros.	Nuestros Clientes: Portafolio de Productos y Servicios, Tarjeta de Crédito	50-51	
INS2	Informar sobre la base de clientes en el seguro privado y en el seguro de empresa.	Nuestros Clientes: Portafolio de Productos y Servicios, Tarjeta de Crédito	50-51	
INS3	Número de reclamaciones recibidas de los clientes.	Nuestros Clientes: Portafolio de Productos y Servicios, Tarjeta de Crédito	50-51	
INS3	Seguros con aspectos de sostenibilidad.	Nuestros Clientes: Portafolio de Productos y Servicios, Tarjeta de Crédito	50-51	

Informe de Verificación



INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DE LA MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL 2012.

A los miembros del Directorio y accionistas del Banco de la Producción S.A. PRODUBANCO.

Alcance de nuestra revisión

Hemos revisado la Memoria de Responsabilidad Social por el año terminado el 31 de diciembre de 2012 del Grupo Financiero Producción (GFP o el Grupo). Nuestro trabajo ha consistido en revisar:

- La adaptación de los contenidos de la Memoria de Responsabilidad Social a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative - GRI versión 3.1 (G3) y el Suplemento Sectorial para Servicios Financieros.
- La información proporcionada en la Memoria de Responsabilidad Social relativa a la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta establecidos en la norma AA1000 Accountability Principles Standard 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability).
- La información proporcionada al principio de cada uno de los capítulos de la Memoria de Responsabilidad Social sobre el grado de avance de los objetivos en Responsabilidad Social del ejercicio 2012.

El alcance de nuestro trabajo, se refiere exclusivamente a la información correspondiente al ejercicio 2012.

Responsabilidad del Grupo por la Memoria de Responsabilidad Social.

La preparación de la Memoria de Responsabilidad Social, así como el contenido de la misma, es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Administración del Grupo Financiero Producción, los cuales también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.

Responsabilidad del Auditor

Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente de verificación basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de verificación de acuerdo con la Norma ISAE 3000 Assurance Engagement Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC). Asimismo, hemos aplicado la AccountAbility 1000 Assurance Standard 2008 (AA1000AS), emitida por AccountAbility, para proporcionar una seguridad moderada sobre la aplicación de los principios establecidos en la norma AA1000 AS y los indicadores de desempeño de sostenibilidad.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas Áreas y Unidades de Negocio del Grupo que han participado en la elaboración de la Memoria de Responsabilidad Social, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Grupo para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en la Memoria de Responsabilidad Social.
- Revisiones de las actuaciones realizadas en relación a la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio y de los procesos de participación de los grupos de interés a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Análisis de cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en la Memoria de Responsabilidad Social en función del entendimiento del Grupo de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales identificados por la organización y descritos en la Memoria de Responsabilidad Social.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados y comprobación de la existencia y alcance de políticas, sistemas y procedimientos sobre Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad.
- Contraste de que el contenido de la Memoria de Responsabilidad Social no contradice ninguna información relevante suministrada por el Grupo.
- Análisis de la adaptación de los contenidos de la Memoria de Responsabilidad Social a los recomendados en la Guía G3.1 (Versión 3.1) y el Suplemento Sectorial para Servicios Financieros y comprobación de que los indicadores centrales correspondan a los recomendados por la Guía G3.1 (Versión 3.1) y dicho suplemento del GRI y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión, en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluidos en la Memoria de Responsabilidad Social y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Grupo.
- Para ciertos indicadores claves identificados en el “Índice GRI” se realizaron procedimientos adicionales en las visitas a instalaciones representativas de la actividad del Grupo.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código de Ética de la International Federation of Accountants (IFAC).

Conclusiones

En el "Índice GRI" de la Memoria se detallan los indicadores revisados, el alcance de la revisión y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos recomendados por el GRI. Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún otro aspecto que nos haga creer que la Memoria de Responsabilidad Social contiene errores significativos o no ha sido preparada de acuerdo a las directrices de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative versión 3.1 (G3.1) y el Suplemento Sectorial para Servicios Financieros.

Asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Grupo no ha aplicado los siguientes principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta tal y como se describe en el capítulo "Sobre este informe" de la Memoria de Responsabilidad Social de acuerdo a la norma AA1000 AS 2008:

- Inclusividad: se ha desarrollado un proceso de participación de los grupos de interés que permite su involucramiento en el desarrollo de un enfoque responsable.
- Relevancia: el proceso de determinación de la materialidad supone un entendimiento de los asuntos materiales o relevantes para el Grupo y sus grupos de interés.
- Capacidad de respuesta: El Grupo responde con acciones y compromisos concretos a los aspectos materiales identificados.

Finalmente, no hemos detectado ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada al inicio de cada capítulo sobre el grado de avance de los objetivos en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2012 contenga errores significativos.

De acuerdo a nuestra revisión de indicadores y contenidos consideramos que el informe cumple con los requisitos del nivel de calificación A+ de acuerdo a los estándares GRI.

Observaciones y Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Administración del Grupo nuestras recomendaciones relativas a los aspectos de mejora en la gestión de la Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad y en la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta.

Deloitte & Touche

Quito, Julio 3, 2013

Jorge Brito

Jorge Brito
Licencia No. 21540



Lo invitamos a revisar los videos con los testimonios de los representantes de nuestros grupos de interés y la versión digital de esta Memoria en www.produbanco.com



PRODUBANCO

PRODUBANK
PANAMÁ

PRODURENTING

servipagos 
Fácilmente

www.produbanco.com