Memoria de Responsabilidad Social

2011

PRODUBANCO

Información
GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN

Coordinación
Finanzas

Edición y coordinación de diseño
Mercadeo

Diseño y coordinación editorial
Matiz Ediciones

Fotografía
Banco de imágenes del PRODUBANCO

Metodología
Este informe se basa en los Estándares Internacionales GRI (Global Reporting Initiative), versión G3, y en algunos de los elementos de los "Suplementos sobre el Sector de Servicios Financieros: Desempeño Medioambiental y Desempeño Social" (2002).

Para el cálculo del CO_2 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.

Contacto GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN
Web: www.produbanco.com
E-Mail: rse@produbanco.com
Teléfono: (593-2) 2999-000, ext. 2622
Dirección: Av. Amazonas N35-211 y Japón,
Edificio Matriz, Quito – Ecuador

Nota:
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.

Memoria de
Responsabilidad Social
2011

Autoevaluación GPF Memoria de Responsabilidad Social: B+

La autoevaluación efectuada por el GFP a la Memoria de Responsabilidad Social 2011, corresponde a un nivel B+ de acuerdo con los estándares establecidos en la versión G3 de la Guía para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad de la Global Reporting Initiative, verificado por Deloitte & Touche.

Índice

Introducción del Presidente del Directorio 6

Carta del Presidente Ejecutivo 7

Acerca del Grupo 9

Grupos de Interés 23

Nuestros Accionistas 24

Nuestra Gente 34

Nuestros Clientes 46

Nuestra Comunidad 59

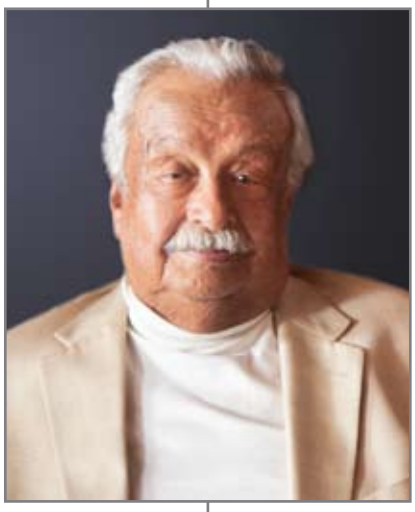
Nuestros Proveedores 68

Tabla de Indicadores 73

Informe de Verificación 74

Introducción

DEL PRESIDENTE DEL DIRECTORIO



PRODUBANCO, la primera empresa del Grupo Financiero Producción (GFP), desde su creación fue visionada como una institución financiera distinta, más allá de la simple prestación de servicios financieros. El ser una institución que aporte al desarrollo del país basado en el servicio, cumpliendo importantes propósitos en el fomento de diversas actividades culturales, deportivas, educativas y sociales nos hizo diferentes desde hace 34 años, y permite que hoy tanto nuestros accionistas como nuestros colaboradores estemos orgullosos de los servicios que otorgamos a nuestros clientes a través de una relación óptima con los proveedores y la comunidad.

Como toda institución financiera, el generar un nivel de utilidad razonable para su adecuado funcionamiento es también importante. Por ello, desde el Directorio incentivamos procesos internos que sean eficientes y productivos, que permitan tener un clima laboral positivo, generar una relación fructífera con nuestros proveedores y fomentar proyectos de bienestar social en la comunidad que nos brinda su confianza y de la cual somos un miembro destacado.

Nuestro interés es que todos con quienes nos relacionamos conozcan sobre las acciones de la institución, no solamente desde la perspectiva de los productos y servicios que ofertamos, sino como parte de un entorno más global en el cual nos desenvolvemos activamente. De ahí la importancia de esta Memoria y de otros canales de comunicación enfocados al intercambio de información con nuestros grupos de interés.

Durante el 2011 seguimos creciendo a pesar de continuar en un entorno fuertemente regulado. Demostramos que estamos muy firmes y que un futuro exitoso está en nuestras manos. Ahora, más que nunca, continuaremos el contacto y reporte de nuestras actividades de manera periódica para lograr el gran objetivo de compenetrarnos cada día más en nuestra comunidad, a la cual nos debemos. Sus comentarios y aportes son muy enriquecedores y valorados, por lo que esperamos contar con ellos a través del cuestionario adjunto o por correo electrónico a la dirección rse@produbanco.com.

Cordialmente,

Rodrigo Paz Delgado
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

Carta

DEL PRESIDENTE EJECUTIVO

Con enorme agrado les presento la Memoria de Responsabilidad Empresarial del GFP. En las próximas páginas conocerán más sobre el modelo de administración que rige a nuestras empresas, las interrelaciones con los diferentes Grupos de Interés y la forma cómo devolvemos a nuestra sociedad parte de lo que recibimos de ella.

Desde siempre, la responsabilidad social ha estado fuertemente involucrada en todas nuestras actividades. El cumplimiento de las obligaciones fiscales, laborales, comunitarias y ambientales son parte de los principios básicos que nos gobiernan, así como el compromiso que tenemos hacia la sociedad. Por ello, nos hemos convertido en un líder indiscutible en el sistema financiero ecuatoriano, basado en nuestros resultados, constante innovación y cercanía con la gente.

En el GFP tenemos un compromiso muy grande con la sociedad. Nuestra gestión diaria impacta positivamente a la colectividad y marca una referencia a seguir en el sistema financiero ecuatoriano. Gracias a lo que hacemos, somos un gran promotor de oportunidades para nuestros clientes y proveedores siempre basados en el desarrollo de las personas, en especial de nuestros funcionarios, tanto en su formación como en las diferentes opciones de vida que permiten mejorar sus metas personales y familiares, dentro de un clima laboral favorable.

El aporte a diferentes iniciativas empujadas por instituciones que comparten nuestra filosofía de generación de valor y progreso se sigue demostrando en esta Memoria. Mantenemos alianzas a largo plazo con instituciones líderes en el campo social como: Su Cambio por el Cambio, Fundeporte, Un Techo para mi País, Junior Achievement y otras que buscan un mejor Ecuador a través de la equidad social, la excelencia académica y el desarrollo del deporte y la cultura.

Espero que esta quinta Memoria de Responsabilidad Social, que abarca consolidadamente los aspectos económicos, sociales y ambientales de las empresas del GFP durante el 2011, sea útil para todos ustedes y la disfruten, tal como lo hicimos nosotros al trabajar en su contenido.

Atentamente,

Abelardo Pachano Bertero
PRESIDENTE EJECUTIVO

ACERCA DEL GRUPO

Acerca del Grupo

QUIÉNES SOMOS

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.

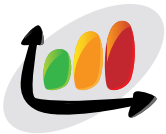
FILOSOFÍA

La razón de ser del GFP 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.

VALORES

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.

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 evidenciará los principios y propósitos de transparencia que rigen al 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.

NUESTRAS EMPRESAS

GRUPO FINANCIERO PRODUCCION

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

Ponemos a disposición de nuestros clientes entidades especializadas en Ecuador y Panamá (todas sociedades anónimas) para la adecuada atención de sus necesidades financieras:

PRODUBANCO

BANCO DE LA PRODUCCIÓN S.A. (ENTIDAD CABEZA DEL GFP)
Es un banco ecuatoriano constituido al amparo de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

ABELARDO PACHANO
Presidente Ejecutivo

PRODUBANK

BANCO CON LICENCIA GENERAL EN LA REPÚBLICA DE PANAMÁ
Constituido bajo las leyes panameñas con el fin de participar en actividades financieras en la República de Panamá y otros países.

SONIA DE NEWELL
Vicepresidente Ejecutivo

PRODUFONDOS

ADMINISTRADORA DE FONDOS Y FIDEICOMISOS
Sujeta a las leyes del Mercado de Valores para administrar fondos y negocios fiduciarios y representar fondos internacionales de inversión.

MARÍA FERNANDA ROCHA
Gerente de Negocios Fiduciarios

PRODUVALORES

CASA DE VALORES
Regida por la Ley del Mercado de Valores para operar en el mercado bursátil y extrabursátil, administrar portafolios de valores o dinero, efectuar operaciones de underwriting, reporte bursátil y actuar como market-maker.

FERNANDO SIMÓ
Gerente General

PRODUSEGUROS

SEGUROS GENERALES
Compañía constituida para ejecutar toda clase de operaciones de seguros generales permitidas por la ley a las Compañías de Seguros.

RENATO TERÁN
Gerente General

PRODURENTING

ARRENDAMIENTO OPERATIVO
Empresa dedicada al arrendamiento operativo de bienes muebles.

CRISTHINA ROSERO
Gerente General

servipagos
Fácilmente

EXCERSA (SERVIPAGOS)
RED DE PROCESAMIENTO DE TRANSACCIONES
Oficinas y cajeros automáticos para efectuar transacciones de cobro y pago de clientes PRODUBANCO, de terceros financieros y no financieros.

RAÚL BARRIGA
Gerente General

OTRAS EMPRESAS EN LAS CUALES PARTICIPAMOS

Mantenemos alianzas estratégicas con empresas auxiliares del sistema financiero, permitiendo al Grupo ampliar su gama de servicios y productos.

EMPRESAS EN LAS CUALES PRODUBANCO MANTIENE PARTICIPACIONES MENORES AL 50%, A DICIEMBRE 2011

Empresa	Participación	Valor libros (miles de USD)	Actividad
Plan Automotor Ecuatoriano S.A. (Chevyplan)	40,00%	1,182	Promotor venta de planes de ahorro programado para la adquisición de vehículos.
Medianet S.A.	33,33%	526	Administrador de red de puntos de venta (POS).
Credimatic S.A.	33,33%	397	Procesamiento de tarjetas de crédito y débito.
BANRED S.A.	11,63%	461	Servicios de cajero automático.
Otros		362	Varios.
TOTAL		**2,928**	

PRINCIPALES ASOCIACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES DE LAS QUE FORMAMOS PARTE EN EL 2011

- ✓ FEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE BANCOS (FELABAN)
- ✓ ASOCIACIÓN DE BANCOS PRIVADOS DEL ECUADOR
- ✓ ASOCIACIÓN BANCARIA PANAMÁ
- ✓ ASOCIACIÓN ADMINISTRADORA DE FONDOS
- ✓ ASOCIACIÓN CASAS DE VALORES
- ✓ BANKERS CLUB
- ✓ INSTITUTO ECUATORIANO PARA EL FINANCIAMIENTO DE LA VIVIENDA
- ✓ CÁMARA DE COMERCIO ECUATORIANO-AMERICANA
- ✓ CÁMARA DE COMERCIO ECUATORIANO-PERUANA
- ✓ CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL
- ✓ CÁMARA OFICIAL ESPAÑOLA DE COMERCIO E INDUSTRIA EN QUITO
- ✓ CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL
- ✓ ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESARIOS (ANDE)

ALGUNAS CIFRAS IMPORTANTES

NÚMERO DE REPRESENTANTES DE LOS GRUPOS DE INTERÉS A DICIEMBRE DE 2011

Accionistas	380
Empleados	2.518
Clientes	500.242
Proveedores calificados	534

PRINCIPALES RUBROS DEL BALANCE

Activo* (millones USD)	2,565.8
Pasivo (millones USD)	2,352.8
Patrimonio contable** (millones USD)	212.9

A diciembre de 2011 nos ubicamos en los primeros lugares del ranking de grupos financieros, lo que demuestra solidez en la gestión anual.

(*) Rubros principales que integran el activo: Cartera de Créditos USD 1,159.2 millones; Fondos Disponibles e Inversiones USD 1,251.9 millones.

(**) El 29 de marzo de 2012, la Junta General de Accionistas decidió capitalizar USD 20 millones de las utilidades del ejercicio 2011 alcanzando un capital suscrito y pagado de USD 168 millones.

COBERTURA

Oficinas	139
Cajeros automáticos	170
Tarjetas Banca Enlínea + VISA Debit (tarjeta de acceso a los canales tecnológicos del GFP)	266.504

Brindamos cobertura nacional a través de canales presenciales y tecnológicos.

RIESGOS Y OPORTUNIDADES 2011

Durante el año 2011, la economía ecuatoriana se caracterizó por tener altos precios del petróleo y por la expansión tanto del gasto corriente como del gasto de inversión del sector público, lo que permitió dinamizar el consumo y que la actividad económica en general presente síntomas de recuperación, pese a la debilidad de la economía a nivel mundial y en especial a la crisis que afectó a los mercados europeos en la segunda mitad del año.

Según el Banco Central del Ecuador, el crecimiento económico en el 2011 se estimó en 6,5%. No obstante, las estimaciones de la CEPAL alcanzan el 8% y las del Fondo Monetario Internacional se ubican en 5,8%. Por el lado de la demanda, el principal impulso provino del consumo privado, cuyo crecimiento anual fue del 6% en el tercer trimestre de 2011, lo que se originó por la mayor concesión de créditos, el incremento del precio promedio del petróleo (38% anual), y el incremento del salario al inicio del año.

La inflación al cierre de 2011 se ubicó en 5,4%, muy por encima del incremento de precios del 3,3% registrado en 2010. El incremento en la inflación se explica en un 47% por las fluctuaciones de los precios de los alimentos, así como el encarecimiento de la materia prima presentado durante los primeros meses del año.

De manera general, el 2011 fue positivo para el Sistema Financiero del Ecuador pues constituyó el primer año en que las entidades de control no redujeron las tarifas máximas de productos y servicios. Esto permitió que las instituciones financieras puedan planificar e incrementar sus volúmenes de intermediación e impulsar la actividad económica del país.

Sin embargo, para los Grupos Financieros las perspectivas de funcionamiento de sus estructuras societarias, sus gobiernos corporativos y de algunas de sus subsidiarias en el Ecuador son complejas debido a la expedición de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, que imposibilita a los accionistas poseer el 6% o más del paquete accionario; los directores principales y suplentes, y los administradores de los bancos o instituciones del sistema financiero ecuatoriano, no pueden tener otras actividades empresariales dentro del sector real. Adicionalmente, obliga a los bancos a desinvertir en sus negocios de Casas de Valores, Administradoras de Fondos y Fideicomisos, y Compañías de Seguros.

Finalmente, durante el último trimestre de 2011, el Gobierno Nacional impulsó una nueva reforma tributaria denominada Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Ingresos del Estado, que entre otros aspectos incrementó el Impuesto a la Salida de Divisas del 2% al 5%.

Dentro del contexto descrito, los activos totales del GFP, en el 2011, se incrementaron en 181 millones de dólares, de los cuales el 75% corresponde a cartera. El crecimiento se apalancó en la estrategia de diversificación en Banca de Personas y Banca PYMES y Empresarial, fomentando el crédito hipotecario para la vivienda, el financiamiento de camiones y el crédito automotriz en general. Los pasivos totales del GFP crecieron 152 millones de dólares, constituyendo las obligaciones con el público el 68% del mismo.

Manteniendo la política de fortalecimiento patrimonial se capitalizaron 13 millones de dólares de los resultados generados en el ejercicio 2010, permitiendo que el índice de Patrimonio Técnico sea del 13,7%, muy superior al 9% requerido por las autoridades de control.

BALANCE (millones de dólares)

	2010	2011	Variación
Activo*	2,384.5	2,565.8	8%
Pasivo	2,200.7	2,352.8	7%
Patrimonio Contable**	183.7	212.9	16%

(*) Rubros principales que integran el activo: Cartera de Créditos USD 1,159.2 millones; Fondos Disponibles e Inversiones USD 1,251.9 millones.

(**) Como hecho subsecuente el 29 de marzo de 2012, la Junta General de Accionistas decidió capitalizar USD 20 millones de las utilidades del ejercicio 2011 alcanzando un capital suscrito y pagado de USD 168 millones.

Las estrategias del GFP de crecer en cartera e incorporar nuevos clientes en el segmento de Banca de Personas y PYMES permitió que el margen financiero crezca de 3,13% hasta 3,75% del activo promedio. Adicionalmente, la profundización de los servicios transaccionales que se pueden realizar a través de diferentes canales como Produnet, ATM's, autoconsultas y Banca Celular, apalancaron el incremento de los ingresos operacionales que pasaron del 2,69% al 3,03% en relación al activo promedio. La utilidad del Grupo se incrementó un 50%, lo que permitió obtener un retorno sobre el patrimonio del 19%.

ESTADO DE RESULTADOS (millones de dólares)

	2010	2011	Variación
Valor económico generado (ingresos)	**179.9**	**217.2**	**21%**
Clientes	146.7	173.0	18%
Operación del negocio	33.2	44.3	33%
Valor económico distribuido (egresos)	**157.2**	**183.0**	**17%**
Empleados (sueldos y beneficios)	41.8	52.0	24%
Clientes (rendimientos pagados en captaciones)	34.0	29.4	-14%
Proveedores (insumos y servicios)	36.0	42.9	19%
Operación del negocio (gastos tangibles e intangibles)	20.7	32.1	55%
Impuestos, tasas y contribuciones legales	23.0	24.5	6%
Acreedores (obligaciones financieras)	1.3	1.2	-4%
Comunicad y medioambiente (donaciones y aportes)**	0.3	1.1	250%
Unidad del ejercicio	**22.7**	**34.0**	**50%**
Utilidad neta	22.7	34.0	50%
Aumento de capital	13.0	20.0	54%
Reserva legal	2.3	3.4	49%
Disponible accionistas	7.0	10.0	43%

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

El GFP adicional a los 24.5 millones de dólares de impuestos, tasas y contribuciones legales, asume aproximadamente 5.4 millones de dólares de IVA en compras (valor que no genera crédito tributario para las instituciones financieras), esto genera que sus obligaciones tributarias asciendan a cerca de 30 millones de dólares en impuestos directos. Lo que refleja la existencia de una tasa impositiva del 88% a la actividad de intermediación financiera en el Ecuador.

Una administración financiera prudente y la gestión integral de riesgos se ve reflejada en la calidad de los indicadores al cierre del ejercicio 2011, lo cual es ratificado en la calificación de riesgo AAA-.

INDICADORES FINANCIEROS	GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN	TOTAL SISTEMA GRUPOS FINANCIEROS
SOLVENCIA	12,80%	12,96%
(Patrimonio Técnico Constituido / Activos y Contingentes Ponderados por Riesgo)		
MOROSIDAD	1,20%	2,34%
(Cartera Morosa / Cartera Total)		
COBERTURA PATRIMONIAL DE ACTIVOS	468,18%	283,42%
(Patrimonio / Activos Inmovilizados)		
COBERTURA	234,07%	252,08%
(Provisiones / Cartera de Crédito Improductiva)		
LIQUIDEZ	37,67%	29,79%
(Fondos disponibles y otros activos líquidos / Total depósitos a corto plazo)		

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.

RECONOCIMIENTOS RECIBIDOS DURANTE EL 2011

BANCO DEL AÑO 2011 DEL ECUADOR

"The Banker", revista especializada en banca y finanzas, perteneciente al grupo inglés Financial Times, designó a PRODUBANCO como el "Banco del Año 2011 del Ecuador".

AÑOS ANTERIORES: "Banco del Año del Ecuador" 2010, 2009, 2007, 2002.

GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN Y PRODUBANCO, PRIMEROS ENTRE "LOS MEJORES GRANDES"

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 Grandes", y a PRODUBANCO, también en el primer lugar en la categoría de bancos "Los Mejores Grandes".

AÑOS ANTERIORES: GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN: Primer Grupo Financiero entre "Los Mejores Grandes" 2010, 2009, 2008, 2007, 2005, 2004. PRODUBANCO: Primer Banco entre "Los Mejores Grandes" 2010, 2009, 2008, 2005, 2004.

CALIFICACIONES DE RIESGO AAA- (ECU)

PRODUBANCO en el 2011 obtuvo una nueva calificación otorgada por BankWatch Ratings y mantuvo su calificación otorgada por Pacific Credit Rating.

CALIFICACIÓN DE RIESGO AA(PA)

PRODUBANK Panamá mantuvo durante el 2011 la calificación de riesgos otorgada por el Pacific Credit Rating desde el año 2007.

CERTIFICADO LA NORMA ISO 9001:2008 - SISTEMA GESTIÓN DE CALIDAD

SGS del Ecuador nos otorgó 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 para el Grupo Financiero Producción.
- Proceso de emisión de operaciones contingentes ingresadas vía Web, en las plazas de Quito y Guayaquil, para los productos de:
  - Cartas de crédito de importación
  - Garantías bancarias
  - Garantías aduaneras
- Proceso de custodia de terceros, en Quito

AÑOS ANTERIORES: el Certificado tiene validez desde el 13 de noviembre de 2010 hasta el 13 de noviembre de 2013.

PRODUVALORES EN LAS BOLSAS DE VALORES

PRODUVALORES se ubicó en la segunda casa de valores a nivel nacional en cuanto al monto negociado por el año 2011, en términos anualizados.
Por su desempeño se hizo acreedor de varios reconocimientos en la Bolsa de Valores de Guayaquil, segundo lugar en la categoría de "Mayor Transacción de Rueda de Piso" y tercer lugar en "Mayor Transacción en Rueda Electrónica".

BVQ
BVG

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL: B+ GRI REPORT 3RD PARTY CHECKED

La autoevaluación, efectuada por el GFP a la Memoria de Responsabilidad Social 2010, corresponde a un nivel B+ de acuerdo con los estándares de la versión G3 de la Guía para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad de la Global Reporting Initiative, verificado por Deloitte & Touche.

AÑOS ANTERIORES: 2009 (B+), 2008 (B+), 2007 (B+).

GB+ GRI REPORT 3rd PARTY CHECKED

PRIMER LUGAR EN EL CAMEL DE BANCOS A NIVEL NACIONAL

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.

AÑOS ANTERIORES: 2010, 2009, 2008, 2007.

CAMEL

Ver cuadro en la siguiente página.

RESUMEN CAMEL DE BANCOS A DICIEMBRE 2011

INDICADORES DE:

	dic 10	dic 11	CAPITAL	dic 10	dic 11	CALIDAD DE ACTIVOS	dic 10	dic 11	EFICIENCIA	dic 10	dic 11	RENTABILIDAD	dic 10	dic 11	LIQUIDEZ	dic 10	dic 11	CAMEL
1	9	1	DELBANK	2	1	CITIBANK	7	1	CITIBANK	1	1	DE GUAYAQUIL	N/A	1	COOPNACIONAL	1	1	**PRODUBANCO**
	N/A	2	D-MIRO	N/A	2	COOPNACIONAL	1	2	**PRODUBANCO**	2	2	LOJA	1	2	FINCA	N/A	2	COOPNACIONAL
	15	3	SUDAMERICANO	14	3	COFIEC	5	3	PICHINCHA	8	3	**PRODUBANCO**	6	3	**PRODUBANCO**	2	3	BOLIVARIANO
	16	4	FINCA	6	4	GRAL. RUMIÑAHUI	3	4	BOLIVARIANO	4	4	PROCREDIT	5	4	SUDAMERICANO	4	5	PACÍFICO
2	2	5	LITORAL	3	5	BOLIVARIANO	3	5	PACÍFICO	9	5	INTERNACIONAL	4	5	DELBANK	5	4	GRAL. RUMIÑAHUI
	9	6	UNIBANCO	5	6	PACÍFICO	11	6	DE GUAYAQUIL	5	6	BOLIVARIANO	13	6	BOLIVARIANO	9	6	LOJA
	N/A	7	COOPNACIONAL	12	7	INTERNACIONAL	2	7	INTERNACIONAL	14	7	CITIBANK	7	7	GRAL. RUMIÑAHUI	3	7	INTERNACIONAL
	12	8	COFIEC	9	8	LOJA	14	8	LOJA	2	8	PACÍFICO	16	8	MACHALA	9	8	CITIBANK
3	5	9	PACÍFICO	4	9	**PRODUBANCO**	13	9	UNIBANCO	24	9	SOLIDARIO	3	9	COMERCIAL DE MANABÍ	7	9	DE GUAYAQUIL
	5	10	PROCREDIT	6	10	PROCREDIT	9	10	GRAL. RUMIÑAHUI	10	10	AUSTRO	8	10	AUSTRO	5	10	PROCREDIT
	9	11	COMERCIAL DE MANABÍ	6	11	PICHINCHA	11	11	AUSTRO	12	11	GRAL. RUMIÑAHUI	19	11	SOLIDARIO	N/A	11	D-MIRO
	23	12	SOLIDARIO	13	12	PROMERICA	N/A	12	D-MIRO	5	12	BOLIVARIANO	2	12	COFIEC	8	12	PICHINCHA
4	20	13	CAPITAL	19	13	SUDAMERICANO	6	13	PROCREDIT	11	13	UNIBANCO	17	13	DE GUAYAQUIL	14	13	SUDAMERICANO
	16	14	INTERNACIONAL	11	14	DE GUAYAQUIL	N/A	14	COOPNACIONAL	N/A	14	COOPNACIONAL	10	14	CAPITAL	12	14	UNIBANCO
	7	15	**PRODUBANCO**	N/A	15	D-MIRO	16	15	MACHALA	N/A	15	D-MIRO	14	15	PICHINCHA	13	15	FINCA
	2	16	GRAL. RUMIÑAHUI	20	16	CAPITAL	16	16	AMAZONAS	17	16	PROMERICA	N/A	16	D-MIRO	23	16	SOLIDARIO
5	25	17	AMAZONAS	10	17	SOLIDARIO	15	17	PROMERICA	20	17	AMAZONAS	N/A	17	LITORAL	19	17	DELBANK
	13	18	DE GUAYAQUIL	15	18	AMAZONAS	16	18	FINCA	18	18	MACHALA	9	18	LOJA	16	18	COFIEC
	13	19	BOLIVARIANO	18	19	MACHALA	19	19	LITORAL	20	19	LITORAL	15	19	UNIBANCO	15	19	AUSTRO
	20	20	LOJA	16	20	UNIBANCO	20	20	DELBANK	19	20	FINCA	23	20	INTERNACIONAL	21	20	LITORAL
6	16	21	AUSTRO	16	21	COMERCIAL DE MANABÍ	22	21	SOLIDARIO	6	21	CAPITAL	21	21	PACÍFICO	19	21	MACHALA
	24	22	TERRITORIAL	25	22	FINCA	25	22	SUDAMERICANO	22	22	DELBANK	19	22	PROMERICA	11	22	CAPITAL
	16	23	MACHALA	22	23	DELBANK	10	23	CAPITAL	25	23	SUDAMERICANO	11	23	CITIBANK	24	23	AMAZONAS
	7	24	PICHINCHA	24	25	AUSTRO	24	24	COFIEC	23	24	COFIEC	25	24	AMAZONAS	22	24	COMERCIAL DE MANABÍ
	20	25	PROMERICA	21	14	LITORAL	21	25	COMERCIAL DE MANABÍ	15	25	COMERCIAL DE MANABÍ	11	25	PROCREDIT	16	25	PROMERICA
	1	26	CITIBANK	23	26	TERRITORIAL	23	26	TERRITORIAL	16	26	TERRITORIAL	22	26	TERRITORIAL	25	26	TERRITORIAL

Fuente: Multienlace

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

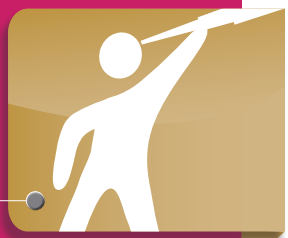
Es un modelo de administración que busca el desarrollo sustentable, integrando en sus estrategias, planes y acciones, el interés de cada uno de los grupos con los que interactúa.

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.

GRUPOS DE INTERÉS

Nuestros Accionistas



Nuestra Gente

Nuestros Clientes

Nuestra Comunidad

Nuestros Proveedores

Nuestros Accionistas

LOS VISIONARIOS – CONVENCIDOS DE LA IMPORTANCIA DE NUESTRA MISIÓN.
ESTAMOS COMPROMETIDOS EN LA GENERACIÓN DE RESULTADOS POSITIVOS.

CAMINAMOS DE LA MANO. ESTAMOS PERMANENTEMENTE EN CONTACTO A TRAVÉS DE:

- 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.
- Reunión con representantes del Grupo de Interés que se realizan al menos una vez al año.
- Informe semestral remitido a nuestros accionistas.

LOS INTERESES Y EXPECTATIVAS DE NUESTROS ACCIONISTAS

- Garantizar la solidez, rentabilidad y sustentabilidad del Grupo.

LAS INICIATIVAS Y ACCIONES DEL GFP 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.

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.

GOBIERNO CORPORATIVO

NUESTROS LÍDERES

PRODUBANCO ha trascendido en el tiempo por sus líderes quienes definen su dirección, generan estrategias para obtener resultados positivos y dan permanente seguimiento a la gestión.

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

• **AUTORIDAD SUPREMA:** Está integrada por los accionistas del Banco de la Producción S.A.

• **REPRESENTACIÓN:** La Junta representa a la totalidad de los accionistas.

• **LÍDERES:** Está encabezada por el Presidente del Directorio, quien no ocupa cargo ejecutivo en el GFP. En su ausencia es reemplazado por el Vicepresidente del Directorio, quien en caso de falta, es sustituido por un miembro del Directorio que la Junta designe.

• **SESIONES ORDINARIAS:** Obligatorias ha celebrarse 90 días después del cierre de cada ejercicio anual, en la oficina Matriz. La convocatoria la hace el Presidente del Directorio o el Presidente Ejecutivo mediante aviso público en un periódico de circulación masiva de Quito, al menos, 15 días antes de la fecha fijada, señalando el objeto, lugar, día y hora.

• **SESIONES EXTRAORDINARIAS:** Reuniones adicionales convocadas en caso de disposición del Directorio, por su Presidente o por el Presidente Ejecutivo, a iniciativa propia o cuando lo solicite uno o más accionistas que representen al menos el 25% del capital social.

• **LAS DECISIONES:** 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 posea 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 trasmitidas al Directorio por su Presidente en las sesiones ordinarias que este órgano de Gobierno Corporativo mantiene.

NUESTRO DIRECTORIO*

(*) Información actualizada a mayo 2012

De izquierda a derecha, de pie: Dr. Fred Larreátegui, Eco. Christian Silva, Dr. Carlos Gallegos, Dr. José María Gordillo.
Sentados: Sr. Eduardo Ortega, Sr. Rodrigo Paz Delgado, Eco. Abelardo Pachano, Sr. Fernando Vivero Loza.
Ausentes: Sr. Mario Costa, Sra. Verónica Paz y Ab. Alexandra Vega.

DIRECTORES PRINCIPALES

Rodrigo Paz Delgado
PRESIDENTE

Fernando Vivero Loza
VICEPRESIDENTE

Eduardo Ortega Gómez
DIRECTOR, REPRESENTANTE LEGAL DE LA SUCURSAL EN GUAYAQUIL

Fred Larreátegui Russo
DIRECTOR

Mario Costa Stracuzzi
DIRECTOR

DIRECTORES ALTERNOS

José María Gordillo Becdach
DIRECTOR

Verónica Paz Rodríguez
DIRECTOR

Christian Silva Fuseau
DIRECTOR

Carlos Gallegos Domínguez
DIRECTOR

Alexandra Vela Puga
DIRECTOR

• **DESIGNACIÓN DE INTEGRANTES:** Sus miembros son elegidos cada dos años por la Junta General de Accionistas previa calificación de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Un Directorio** incluyente es el del PRODUBANCO, 8 hombres y 2 mujeres de diversos orígenes empresariales y geográficos del país. 5 principales (independientes de la Administración) y 5 alternos.

(**) Información actualizada a mayo 2012

• **SESIONES:** Mensualmente se mantiene reuniones 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, 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 de la compañía.

COMITÉS Y COMISIONES ESTRATÉGICAS DE TRABAJO*

(*) actualizado a julio del 2012

COMITÉ	INTEGRANTES	FUNCIÓN
Auditoría ***PRODUBANCO*** ***PRODUBANK PANAMÁ***	2 Directores 1 delegado externo Vicepresidente Ejecutivo de Administración y Operaciones Auditor Interno Secretario General – Procurador General	Aprobar, coordinar y dar seguimiento al cumplimiento de la estrategia y de los controles internos.
Administración Integral de Riesgos ***PRODUBANCO*** ***PRODUBANK PANAMÁ***	2 Directores Presidente Ejecutivo Gerente Unidad de Riesgos Integrales Vicepresidente Ejecutivo de Negocios Vicepresidente Ejecutivo de Administración y Operaciones Vicepresidentes y Gerentes de Soporte, de Staff de Negocios Secretario General – Procurador General	Diseñar y proponer estrategias de los reportes de posición para cada riesgo (crédito, liquidez, mercado, operacional), su evolución temporal y someterlos a aprobación del Directorio. Sus funciones tienen alcance sobre todo el GFP.
Calificación de Cartera y Contingentes	1 Director Vicepresidentes de Negocio Gerente de Riesgos Secretario General – Procurador General Auditor Interno Gerente de Control, Seguimiento y Valuación	Conocer, diseñar y proponer estrategias de los reportes de la calificación de riesgos y contingentes, su evolución temporal y someterlos a aprobación del Directorio.
Cumplimiento ***PRODUBANCO*** ***PRODUBANK PANAMÁ***	1 Director Vicepresidente Ejecutivo de Administración y Operaciones Vicepresidente de Operaciones Gerente de Riesgo Integral Oficial de Cumplimiento Auditor Interno Gerentes de Unidades de Negocio Vicepresidente de Recursos Humanos Vicepresidente Ejecutivo PRODUBANK Panamá Gerente de Riesgos PRODUBANK Panamá Secretario General – Procurador General	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.
Comunicación e Imagen Corporativa	2 Directores Presidente Ejecutivo Vicepresidente de Banca de Personas Vicepresidente de Recursos Humanos Gerente de Mercadeo Secretario General – Procurador General	Evaluar el impacto de nuestros productos y la percepción de nuestros clientes internos y externos a través del mejoramiento de los canales de comunicación. Atraer potenciales clientes y fortalecer la relación con los clientes externos, manteniendo un ambiente adecuado de trabajo.
Estructura, compensaciones, beneficios y retribuciones	Delegado de la Junta General de Accionistas 2 Directores Presidente Ejecutivo Vicepresidente Ejecutivo de Negocios Vicepresidente Ejecutivo Administración y Operaciones Vicepresidente de Recursos Humanos Secretario General – Procurador General	Proponer a la Junta General 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.
Ética y RSE	2 Directores Vicepresidente Empresarial y Pymes Vicepresidente de Recursos Humanos Gerente de Mercadeo Gerente de Finanzas Secretario General – Procurador General	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 afecten los intereses de cualquiera de los grupos de interés con los cuales nos interrelacionamos.

COMISIONES	INTEGRANTES	FUNCIÓN
Presidencia	Presidente Ejecutivo Presidente del Consejo Consultivo de Guayaquil Vicepresidente Ejecutivo de Negocios Vicepresidente Ejecutivo de Administración y Operaciones Vicepresidentes y Gerentes de Negocio, Soporte y Staff	
Liquidez (ALCO) ***PRODUBANCO*** ***PRODUBANK PANAMÁ***	Presidente Ejecutivo Vicepresidente Ejecutivo de Negocios Vicepresidente Ejecutivo de Administración y Operaciones Gerente de Finanzas Gerente de Riesgos	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 de Negocios Vicepresidente Ejecutivo de Administración y Operaciones Vicepresidentes y Gerentes de Admisiones Vicepresidentes de Negocio	Revisar y aprobar operaciones crediticias en todos los segmentos dentro de su nivel de aprobación. Ratificación de operaciones hechas bajo excepción.
Calidad de Servicios	Presidente Ejecutivo Vicepresidente Ejecutivo de Negocios Vicepresidente Ejecutivo de Administración y Operaciones Vicepresidentes y Gerentes de Negocio, Soporte y Staff	Fortalecer la Cultura de Calidad de Servicio en el Grupo Financiero Producción mediante la consolidación de planes y acciones orientados a mejorar nuestro servicio.
Cobranzas	Vicepresidentes Ejecutivo de Negocios Vicepresidentes de Negocios, Riesgos y Legal Gerente de Recuperaciones Procurador Judicial	Definir, aprobar y dar seguimiento a las políticas de manejo de cartera vencida y daciones de pago con clientes.
Tecnología	Presidente Ejecutivo Vicepresidentes Ejecutivo de Negocios Vicepresidente Ejecutivo Administración y Operaciones Vicepresidentes y Gerentes de Negocios, Soporte y Staff	Establecer los lineamientos estratégicos de tecnología en el Grupo en función de las necesidades del negocio.
Contrataciones y Compras	Vicepresidentes y Gerentes de Soporte y Staff	Revisar, gestionar y aprobar todo proceso de contratación y compras que sea de nivel atribuido al Comité en la política de Contratación y Compras.
Continuidad Negocio	Vicepresidente Ejecutivo de Negocios Vicepresidente Ejecutivo de Administración y Operaciones Vicepresidentes de Soporte, Banca de Personas, y Productividad Auditor Interno Gerente de Seguridad Delegado de Riesgos Coordinador de Continuidad del Negocio	Diseñar, proponer, medir y analizar procesos y procedimientos, de acuerdo con el lineamiento estratégico de continuidad del negocio acorde a la estrategia del GFP.
Seguridad, Control y Reclamos	Vicepresidente Ejecutivo de Administración y Operaciones Vicepresidentes de Soporte y Staff Gerente de Seguridad Subgerente de Servicio al Cliente Auditor Interno	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.

Continúa en la siguiente página

Continuación del cuadro de Comités y comisiones estratégicas de trabajo

COMISIONES	INTEGRANTES	FUNCIÓN
Seguridad y Salud	Vicepresidente de Recursos Humanos Tres representantes del empleador Tres representantes de los colaboradores	Revisar los resultados de las investigaciones sobre prevención de riesgos y realizar inspecciones de áreas de trabajo.
Red de Agencias	Vicepresidente Ejecutivo de Administración y Operaciones Gerente de Mercadeo Vicepresidentes y Gerentes de Negocio, Soporte y Staff	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 de Negocios Vicepresidentes y Gerentes de Negocio, Soporte y Staff Gerente de Finanzas	Evaluar el desempeño de las Unidades de Negocio.
Consejos Consultivos	Presidente Comisión delegado Miembros nominados Vicepresidentes de Negocios y Riesgos Gerentes Banca de Personas y de Sucursales Gerente Comercial de Banca Pymes	Revisar la estrategia comercial y los resultados de la plaza.

RECOMENDACIONES DE LOS ACCIONISTAS

Las recomendaciones al Directorio se exponen durante las sesiones de trabajo, a través de los representantes correspondientes en los comités estratégicos.
Los temas que deben ser revisados por la Junta son comunicados mediante informes gerenciales preparados por parte de sus respectivos delegados.

COMUNICACIÓN CON LOS FUNCIONARIOS

Los informes gerenciales de los funcionarios del GFP son remitidos al Directorio a través de los principales ejecutivos que integran los comités estratégicos.

NUESTRA ADMINISTRACIÓN

Las áreas de trabajo del GFP se dividen en tres tipos de unidades:

NEGOCIO. Atienden las necesidades de los clientes de los distintos segmentos.

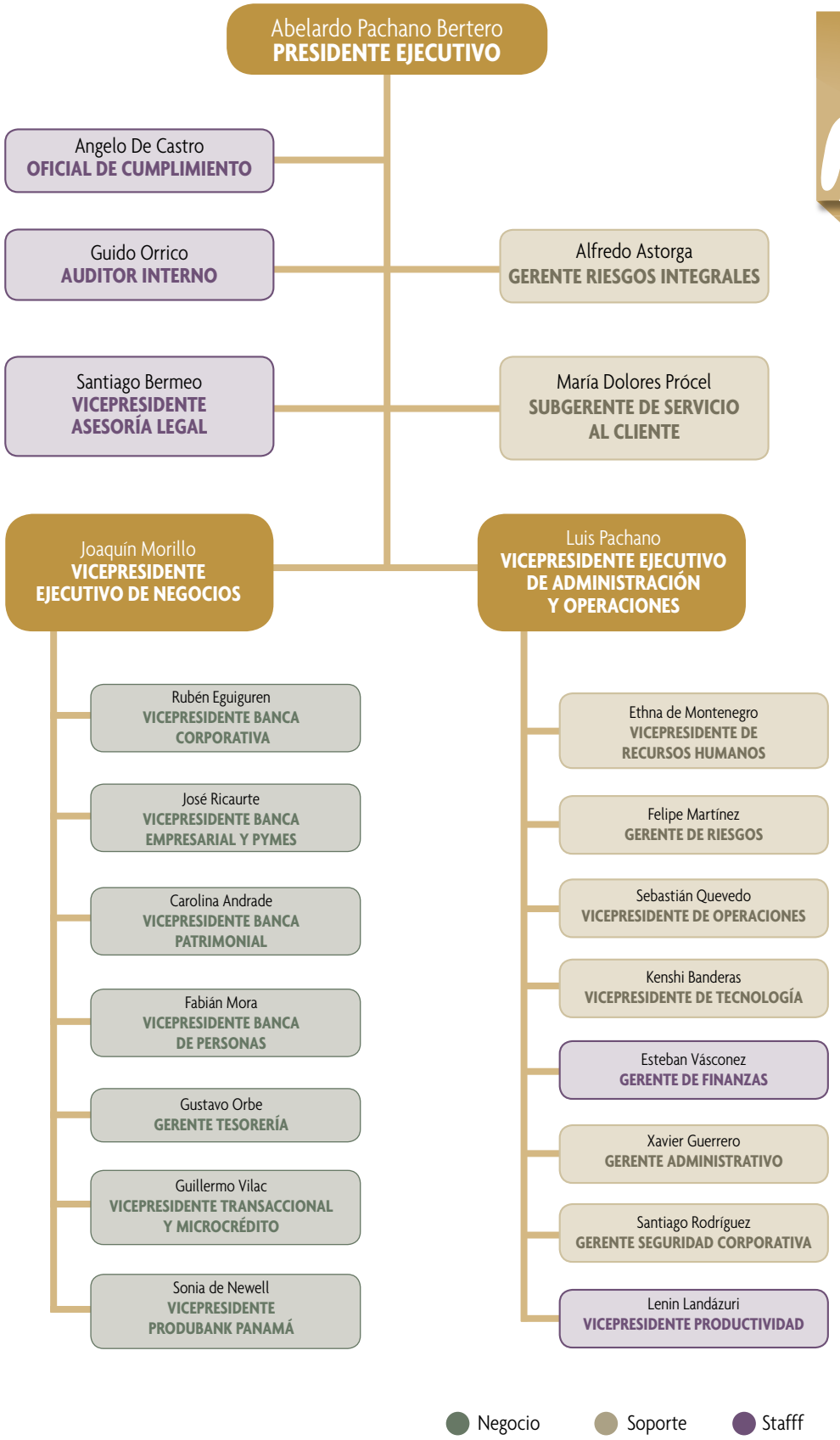
SOPORTE. Áreas que con su labor contribuyen a la operación del negocio.

STAFF. De análisis y control, realizan el seguimiento a la actividad del Grupo.

MIEMBROS DE LA ADMINISTRACIÓN DEL GFP*

(*) Información actualizada a julio 2012

De izquierda a derecha, sentados: Felipe Martínez, Lenin Landázuri, Gustavo Orbe, María Dolores Prócel, Guillermo Vilac, Esteban Vásconez.
De izquierda a derecha, de pie: Angelo De Castro, Alfredo Astorga, Guido Orrico, Santiago Bermeo, Luis Pachano, Abelardo Pachano, Fabián Mora, José Ricaurte, Xavier Guerrero, Rubén Eguiguren, Sebastián Quevedo, Santiago Rodríguez.
Ausentes: Sonia de Newel, Ethna de Montenegro, Joaquín Morillo, Carolina Andrade, Kenshi Banderas.


Abelardo Pachano Bertero
PRESIDENTE EJECUTIVO
Angelo De Castro
OFICIAL DE CUMPLIMIENTO
Guido Orrico
AUDITOR INTERNO
Santiago Bermeo
VICEPRESIDENTE ASESORÍA LEGAL
Alfredo Astorga
GERENTE RIESGOS INTEGRALES
María Dolores Prócel
SUBGERENTE DE SERVICIO AL CLIENTE
Joaquín Morillo
VICEPRESIDENTE EJECUTIVO DE NEGOCIOS
Luis Pachano
VICEPRESIDENTE EJECUTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y OPERACIONES
Rubén Eguiguren
VICEPRESIDENTE BANCA CORPORATIVA
José Ricaurte
VICEPRESIDENTE BANCA EMPRESARIAL Y PYMES
Carolina Andrade
VICEPRESIDENTE BANCA PATRIMONIAL
Fabián Mora
VICEPRESIDENTE BANCA DE PERSONAS
Gustavo Orbe
GERENTE TESORERÍA
Guillermo Vilac
VICEPRESIDENTE TRANSACCIONAL Y MICROCRÉDITO
Sonia de Newell
VICEPRESIDENTE PRODUBANK PANAMÁ
Ethna de Montenegro
VICEPRESIDENTE DE RECURSOS HUMANOS
Felipe Martínez
GERENTE DE RIESGOS
Sebastián Quevedo
VICEPRESIDENTE DE OPERACIONES
Kenshi Banderas
VICEPRESIDENTE DE TECNOLOGÍA
Esteban Vásconez
GERENTE DE FINANZAS
Xavier Guerrero
GERENTE ADMINISTRATIVO
Santiago Rodríguez
GERENTE SEGURIDAD CORPORATIVA
Lenin Landázuri
VICEPRESIDENTE PRODUCTIVIDAD
Negocio
Soporte
Stafff

GOBIERNO CORPORATIVO

Sus prácticas nos hablan de la responsabilidad, calidad y transparencia necesarias para un buen manejo empresarial.

• **LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN ES UNA PRIORIDAD INSTITUCIONAL** debe ser veraz, completa, exacta, oportuna, confiable y suficiente; base para la toma de decisiones y en consecuencia elemento estratégico esencial.

• **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.

• **TODO PROCESO SE REALIZA CON EFICIENCIA** se busca 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.

• **LA TRANSPARENCIA, OBJETIVIDAD Y COMPROMISO 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** para la consecución de los objetivos estratégicos.

• **DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ESTRUCTURANDO 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 nuestra organización no dependa de personas específicas sino de sí misma.

• **CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS ESTABLECIDAS** en 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 destaca la 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 INTERESES** a través de 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 para evitar potenciales conflictos de interés.

• **SEGUIMIENTO PERIÓDICO PARA IDENTIFICAR POSIBLES CONFLICTOS DE INTERÉS,** para ello se actualizaron los datos de todos los colaboradores del GFP, documento que se completó a través del portal de Recursos Humanos, que incluye la firma del colaborador, y 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 de este tipo 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 un canal utilizado para actos ilícitos, las políticas y procedimientos del GFP se alinean con este concepto, al igual que el Código de Ética y de Conducta del GFP como el Reglamento Interno de Trabajo. Mantenemos un enfoque para brindar un servicio seguro y eficiente. Todos los colaboradores reciben capacitación sobre este tema, una copia del Manual de Prevención de Lavado de Activos y además firman como constancia su compromiso de aceptación y conocimiento de la política.

• **NORMAS PARA EL COMPORTAMIENTO** del personal dentro del Grupo y frente a terceros, establecidas en nuestro Código de Ética y Conducta.

• **APORTAR AL DESARROLLO DEL GREMIO** acudiendo a las reuniones de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador de la que forma parte PRODUBANCO, para expresar nuestras opiniones.

• **IMPLEMENTAR MEDIDAS PREVENTIVAS Y CORRECTIVAS** para atender cualquier tema sensible. En el 2011 nuestra Unidad de Cumplimiento realizó capacitaciones a todo el personal que se incorporó, lo que permitió que el riesgo de Lavado de Activos y el Financiamiento del Terrorismo sea mitigado por la ejecución e implementación de nuevos controles, que se enmarcan en las mejores prácticas internacionales y locales del "Conozca a su Cliente". De esta manera se detecta, analiza, controla, monitorea y reporta en forma eficiente y oportuna a las autoridades competentes, las transacciones inusuales e injustificadas, lo que conlleva a que nuestra Institución sea cada vez más segura, y no se emplee para la concreción de este delito.
Mantenemos una gestión y monitoreo de los requerimientos y reclamos a través de nuestra área de Servicio al Cliente y de la Comisión de Calidad y Servicios, lo que nos genera oportunidades de mejoras continuas.

NUESTRA COMPOSICIÓN ACCIONARIA EN EL 2011

NOMBRE	PORCENTAJE
Grupo Inmoholdings Inc.	42,01%
Grupo Hnos. Malo	12,09%
Grupo Bustamante	8,05%
Grupo Sevilla - Martínez	6,08%
Fondo Administrado Inversión Leal I	5,89%
Grupo Deller	5,01%
Grupo Páez	2,56%
Varios (menores del 2%)	18,30%
TOTAL	**100,00%**

Composición accionaria de PRODUBANCO (entidad cabeza de Grupo) a diciembre de 2011, según el libro de acciones y accionistas de PRODUBANCO.

PRODUBANCO no tiene estructura directiva unitaria; ninguna persona o grupo tiene una participación igual o superior al 50%. Durante el 2011 no tuvimos cambios significativos en la estructura de participación accionaria.

Nuestra gente

UNA ORGANIZACIÓN EXITOSA ES PRODUCTO DE QUIENES INTEGRAN SU EQUIPO DE TRABAJO.
NOS DEBEMOS A TODOS QUIENES DÍA A DÍA HACEN POSIBLE EL CUMPLIMIENTO DE NUESTRA MISIÓN.

TENEMOS COMUNICACIÓN ABIERTA. ESTAMOS EN PERMANENTE CONTACTO A TRAVÉS DE:

- Equipos de trabajo en cada área y entre distintos departamentos.
- Encuesta de clima organizacional.
- 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.
- Revista interna electrónica PRODUNOVEDADES, SERVINFORMATIVO y concurso PRODUIDEAS.
- Boletines y mensajes por correo electrónico.
- Reunión con representantes del Grupos de Interés que se realizan al menos una vez al año.

LOS 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 en 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.

LAS INICIATIVAS Y ACCIONES DEL GFP EN RESPUESTA

- 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 Backup´s.
- Política y Procedimiento de Inducción Corporativa.
- 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 de los Grupos de Interés, que se realizan 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.

EL MEJOR CLIMA LABORAL

En el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN estamos convencidos de que la satisfacción del colaborador incide en su buen desempeño. Por ello los cuidamos con "El Círculo del Crecimiento".

Nuestro enfoque global contempla desde la optimización de la interacción entre colaboradores, beneficios existentes, hasta la asignación de medios físicos adecuados.

POLÍTICAS DE CONTRATACIÓN, SELECCIÓN Y CONVIVENCIA RESPETAMOS LOS DERECHOS HUMANOS

CUMPLIMOS CON LAS DISPOSICIONES LEGALES ESTABLECIDAS EN EL CÓDIGO DEL TRABAJO Y LEYES DEL IESS

✓ Nuestros reglamentos y políticas internas establecen normas de convivencia basadas en respeto y equidad. Estas normas rigen a todos: personal fijo, eventual, practicantes y pasantes.

CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA

✓ Establece normas de comportamiento con base en los valores institucionales.

POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS

✓ Establecen las funciones de los colaboradores y su ejecución. Además, garantizan la asignación de herramientas de trabajo para viabilizar el desarrollo profesional en un ambiente adecuado.

POLÍTICA DE CONCURSO INTERNO (PRIMERO LOS NUESTROS)

✓ Los miembros del GFP son los primeros en participar de los procesos de selección para cubrir vacantes. Así apoyamos el crecimiento profesional y el desarrollo de carreras dentro del Grupo.

LEVANTAMIENTO Y ANÁLISIS DE CAPACIDAD

✓ Metodología de evaluación de tareas asignadas y establecimiento de capacidad adecuada, con el objetivo de garantizar equilibrio y eficiencia entre la asignación de tareas y el desempeño de los colaboradores. Logramos un ambiente laboral sano.

ACCESOS PARA PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES

✓ Práctica incorporada tanto en remodelaciones y adecuaciones, como en proyectos de construcción de nuevas instalaciones, para eliminar barreras arquitectónicas.

REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

✓ Para completar la documentación necesaria para la aprobación de los reglamentos de SSO entregados al Ministerio de Relaciones Laborales, se trabajó en la recopilación de información de los responsables de SSO de los comités, subcomités y delegaciones por cada centro de trabajo. Para difundirlo, se incorpora el mismo en el Programa de Inducción Corporativa.

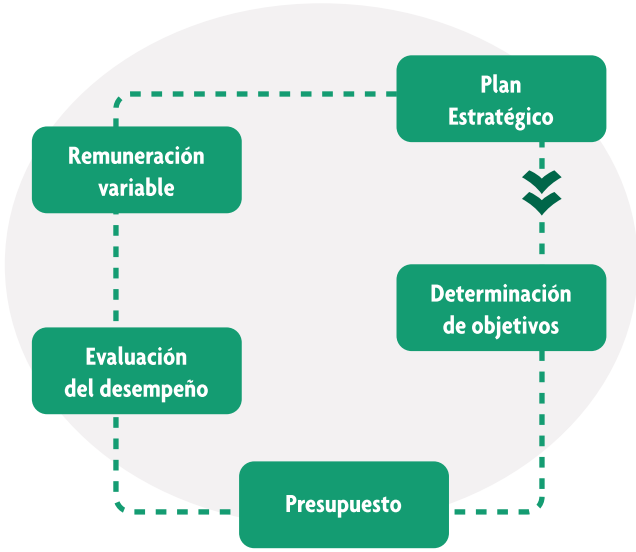
VALORACIÓN DEL AMBIENTE LABORAL

✓ Trabajamos en las necesidades específicas de las áreas con un plan personalizado que partió del diagnóstico de ambiente y la medición de la cultura. La intervención incorpora: capacitación, talleres, grupos focales, medición 360 y/o sesiones de coaching, dependiendo del caso. Los planes propuestos contribuyen a la mejora, crecimiento y satisfacción de nuestros colaboradores.

ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS

Su finalidad es traducir el Plan Estratégico Corporativo en metas anuales cuantificables que garanticen su ejecución, sincronizando todos los componentes del ciclo de planeación para garantizar coherencia.

ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS - CICLO DE PLANEACIÓN



Antes de los 90 días aplicamos una primera evaluación de desempeño, que según la legislación vigente corresponde al periodo de prueba del empleado.

Todos los colaboradores que superan el período de prueba son evaluados mensualmente, con objetivos acordados con su jefatura y establecidos de acuerdo con su ámbito de acción y responsabilidad.

Velamos porque la retribución de nuestros colaboradores sea equitativa tanto internamente como frente al mercado.

Junto al estricto seguimiento de resultados, los niveles ejecutivos del Grupo reciben una retribución variable anual con base en los resultados obtenidos por la Organización y en función de las responsabilidades de cada posición.

CAPACITACIÓN

Nos preocupamos de la capacitación de nuestros colaboradores, porque queremos su bienestar y el de la Organización.

HORAS, INVERSIÓN, BENEFICIARIOS

Inversión anual	✓ **USD 403,072.30** (Incluye el ahorro generado por la financiación de programas a través del CNCF y por convenios con universidades).
Beneficiarios	✓ **1.978 personas (81% del total de empleados)** Estos programas se impartieron con mayor énfasis a nivel de mandos medios: ejecutivos y subgerentes (51,37%), asistentes y cajeros (43,83%).
Horas de capacitación	✓ **50.522 horas** Promedio hora por persona del total de colaboradores del GFP Año 2011: 20,89 horas Año 2010: 21,55 horas Año 2009: 16,11 horas Año 2008: 23,76 horas

Enfoque en el crecimiento profesional y personal: El 84% de las capacitaciones tuvo énfasis en aspectos aptitudinales.

CURSOS IMPARTIDOS

PROGRAMA DE CULTURA DE SERVICIO:

Participantes: 335 colaboradores de 20 agencias a nivel nacional.
Horas de formación: 3.000.
Contenido: técnicas de atención y servicio al cliente, competencias de comunicación, vocación de servicio, trabajo en equipo y liderazgo.

Los jefes de agencia y ejecutivos de servicio fueron entrenados como facilitadores internos, adquiriendo la responsabilidad de entrenar a sus equipos de trabajo en agencias, y, a la vez, recibieron módulos de supervisión y liderazgo.

SESIONES DE 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, con talleres de trabajo y, específicamente, procesos de desarrollo personal a través de sesiones de coaching dirigido a varios gerentes y vicepresidentes.

DESARROLLO DE COMPETENCIAS:

Participantes: 74 colaboradores, en Servipagos.
Contenido: continuamos el programa de desarrollo de competencias a los supervisores a nivel país, que incluyó la medición y retroalimentación individual con cada uno de ellos.

APOYO ACADÉMICO

Mantenemos un convenio con la UTPL a través del cual se han beneficiado 67 personas, entre empleados y familiares, accediendo a estudios universitarios en condiciones preferenciales.

Apoyamos a nuestros colaboradores para que puedan realizar sus estudios de cuarto nivel (maestrías y diplomados) de acuerdo con políticas establecidas.

TRABAJAR EN EL GFP TRAE MÚLTIPLES BENEFICIOS

SALUD

		●	●	●	●	●
Controles médicos preventivos	2.289 empleados participaron en este tipo de exámenes durante el 2011.		✓		✓	
Seguros de asistencia médica	Cubre a nuestros empleados y sus dependientes directos desde el primer día de labores, y seguro de vida para nuestros funcionarios.	✓			✓	
Atención médica gratuita	Tanto para empleados como para su familia en los dispensarios que mantenemos en Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Santo Domingo. Durante el 2011 fueron atendidos 5.746 colaboradores y 841 familiares.	✓			✓	
Servicio de alimentación	O su equivalente monetario para todos los empleados en días laborables.	✓			✓	
Apoyo médico-psicológico	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.	✓			✓	
Bono vacacional	Para aportar a su período de vacaciones, cuando los colaboradores toman sus 15 días.		✓	✓		

● Beneficio aplica para personal eventual ● Beneficio aplica para personal no eventual
● Beneficio aplica para todo GFP excepto Servipagos ● Beneficio aplica para todo GPF ● No aplica PRODUBANK PANAMÁ

FAMILIA

		●	●	●	●	●
Complejo vacacional	En las playas de Atacames (Esmeraldas) para que nuestros empleados puedan disfrutar de su tiempo de descanso en familia. Aproximadamente 4.155 personas entre empleados y familiares utilizaron las facilidades del complejo del Grupo en el año 2011. La valoración al 31 de diciembre del 2011 en USD 797,439.12 y anualmente el Grupo realiza una inversión de USD 62,886.66 en su mantenimiento.		✓	✓		
Colonia vacacional	Durante la temporada de vacaciones ofrecemos jornadas de recreación a disposición de los hijos de nuestros colaboradores.	✓				✓
Ayuda económica para las guarderías	de los hijos de hasta 5 años del personal femenino. En el 2011, 75 funcionarios gozaron de este beneficio.		✓	✓		

OTROS BENEFICIOS

		●	●	●	●	●
Acceso a estudios universitarios	a través del convenio que mantenemos 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.		✓	✓		
Maestrías y diplomados	Se brinda apoyo de hasta un 50% a los profesionales con un excelente desempeño y nivel de contribución al Grupo, que decidan realizar maestrías o diplomados que aporten a su trabjo, de cuerdo al monto máximo establecido en nuestras políticas internas.		✓	✓		
Bono navideño	para que en las fiestas de la época, el empleado cuente con un ingreso adicional.	✓			✓	
Impuesto a la Renta y aporte personal	que asume el GFP adicional a los beneficios establecidos por la ley para los colaboradores.	✓		✓		
Uniformes	Los cajeros, personal femenino y mensajeros del GFP reciben uniformes sin costo alguno.	✓			✓	
Préstamos	Durante el 2011 se otorgaron créditos a 161 empleados que solicitaron créditos hipotecarios y de consumo por un valor total de USD 981,498.82.		✓		✓	
Tiempo compensatorio	En los casos en los cuales los ejecutivos trabajen jornadas inusualmente prolongadas por extensos períodos, les será reconocido tiempo de descanso.	✓			✓	
Tarjeta de SUPERMAXI	para acceder a los precios de afiliado.		✓		✓	
Fondo de solidaridad	Creado con un aporte simbólico mensual de cada empleado del 0,15% de su sueldo (sin exceder los USD 2), para contribuir con los colaboradores que afrontan situaciones familiares críticas que requieren ayuda económica.		✓		✓	
Acceso a paquetes corporativos	que permiten contar con el servicio a menor costo. En telefonía celular 946 empleados se benefician con 1665 líneas asignadas. Seguro de vehículos: 320 empleados utilizan este beneficio (448 vehículos asegurados).		✓		✓	
Transporte puerta a puerta	para el personal que labora después de las 20:00, incluyendo eventos de capacitación y personal que trabaja en horario nocturno.	✓		✓		
Alimentación para personal	que trabaje en jornadas inusualmente prolongadas.	✓			✓	
Reconocimiento por los años de servicio prestados	Los empleados que cumplen 5, 10, 15, 20, 25, 30 años.		✓		✓	
Servicio de terapias antiestrés	A través del Grupo Serenidad. En el año 2011 fueron 121 los usuarios de este beneficio.	✓		✓		
Actividades varias del Club de Empleados	Los funcionarios llevan a cabo distintas actividades de interés particular organizadas por el Club de Empleados.	✓		✓		
Utilidades	La participación de utilidades del ejercicio económico del año 2011 benefició a 2.944 empleados, a ex empleados con 3.656 cargas. Adicionalmente, los empleados de servicios complementarios que participaron en el reparto sumaron 760 personas más 1.311 cargas.	✓			✓	

● Beneficio aplica para personal eventual ● Beneficio aplica para personal no eventual
● Beneficio aplica para todo GFP excepto Servipagos ● Beneficio aplica para todo GPF ● No aplica PRODUBANK PANAMÁ

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 Organización, aun cuando lo haya hecho inicialmente en calidad de trabajo eventual.

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

Las prácticas, políticas y procedimientos del GFP están enfocadas en una cultura de prevención.

• **SALUD:** 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.
A partir del 2011, como parte del proceso de inducción corporativa, se incorporó una charla que contiene los conceptos básicos de seguridad y salud ocupacional, así como algunas prácticas preventivas referidas al manejo del estrés, la ergonomía y las pausas activas que eviten enfermedades profesionales de los colaboradores.

• **SEGURIDAD:** Dando continuidad a la cultura de seguridad y prevención, durante el 2011, bajo la dirección del personal del Área de Seguridad, se realizaron simulacros de evacuación en las oficinas del GFP a nivel nacional, con la participación de más de 1.400 personas.
Los reglamentos de seguridad y salud ocupacional de cada empresa del Grupo han sido presentados al Ministerio de Relaciones Laborales para su aprobación. El número total de personas directamente involucradas en este proceso fue de 790, que corresponden al 31% del total de colaboradores.

COLABORADORES CON CAPACIDADES DIFERENTES

Durante el 2011 contamos con 99 personas con discapacidad.
Se continuó con el proceso de "sensibilización" en el cual participaron todas las personas del área (más de 45) en la que se incorporó algún colaborador con capacidades diferentes. Procuramos la mejor convivencia, basada en el valor de cada miembro del equipo y no en sus diferencias o limitaciones.

COMUNICACIÓN INTERNA

Mantuvimos la revista bimensual PRODUNOVEDADES, un sitio web interno realizado por Recursos Humanos y la participación de distintas áreas, en el que se incluyen múltiples actividades realizadas por los colaboradores, así como eventos y comunicados enfocados al trabajo en equipo y mejora del ambiente laboral. Adicionalmente, se creó la revista corporativa de Servipagos SERVINFORMATIVO.

De igual manera, mantuvimos nuestras distintas categorías de correos electrónicos internos masivos, que tienen por objeto mantener al GFP al tanto de acontecimientos diarios: noticias, nuevos productos y servicios e informativos especiales. Durante el 2011, más de 100 comunicaciones fueron enviadas al Grupo.

Se difundieron más de 20 campañas a través de mensajes en las pantallas de los equipos de computación de nuestros funcionarios, los mismos que se despliegan al momento de encender los computadores.

PROGRAMAS INNOVADORES PARA NUESTROS COLABORADORES

DESAYUNO CON EL PRESIDENTE

¿En qué consiste? Se convoca a los colaboradores que no tienen contacto con el Presidente Ejecutivo en su trabajo diario, con el fin de conocer e interactuar con él o su delegado, en un desayuno en el Edificio Matriz (Presidencia) o en la oficina de la sucursal respectiva. La regla para el evento solo es una: no hablar de temas de trabajo.
Su propósito: Crear un espacio para la interacción del Grupo con su principal líder, en un ámbito que no sea el laboral.
Participantes: 36 colaboradores durante el 2011.

COMPARTIENDO CON NUESTROS DIRECTIVOS

¿En qué consiste? Se convoca a los colaboradores de SERVIPAGOS con el fin de conocer e interactuar con los directivos de la empresa. La regla para el evento es no hablar de temas de trabajo.
Su propósito: Crear un espacio para la interacción del Grupo con su principal líder, en un ámbito que no sea el laboral.
Participantes: 43 colaboradores durante el 2011.

MI DÍA LIBRE

¿En qué consiste? Actividad a disposición de todos los funcionarios de PRODUBANCO, PRODUFONDOS y PRODUVALORES para postularse por su buen desempeño para obtener un día libre en el año.
Su propósito: Brindar el debido reconocimiento a la gestión del colaborador, apoyado por su propio equipo de trabajo y paralelamente contribuir al equilibrio de la vida personal-laboral, así como a la integración de las distintas áreas.
Participantes: 337 colaboradores durante el 2011.

UN DÍA DE FÚTBOL

¿En qué consiste? Uso de las suites en los estadios de LDU y de Barcelona.
Su propósito: Facilitar al empleado un momento de diversión con familiares y amigos.
Participantes: 127 colaboradores durante el 2011.

CINEFORO

¿En qué consiste? Con el fin de fortalecer la cultura y valores institucionales se desarrolló, en todo el país, el Proyecto Cine Foro.
Su propósito: Involucra a los colaboradores de PRODUBANCO, PRODUFONDOS y PRODUVALORES.
Participantes: 2.500 personas en dos sesiones efectuadas (20% más que el año anterior).

DÍA DE LA FAMILIA

¿En qué consiste? Durante el segundo semestre del 2011 se llevó a cabo la celebración del Día de la Familia, en todas las sucursales.
Su propósito: Una jornada que involucra a los colaboradores con sus familias.
Participantes: 4.744 personas, a nivel nacional.

CLUB DE EMPLEADOS

¿En qué consiste? Apoya el campo de acción del Club de Empleados a nivel nacional con actividades varias ejecutadas por voluntarios de las directivas en coordinación con Recursos Humanos.
Su propósito: Relacionar a los empleados con actividades sociales, deportivas y otras solidarias dirigidas a la comunidad.

ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Durante el 2011 se impulsaron programas de Responsabilidad Social en los cuales interactuamos directamente con la comunidad, dentro de los principales están la campaña de reforestación, la construcción de viviendas con la Fundación Un Techo para Mi País y programas de capacitación a estudiantes de escuelas y colegios con la Fundación Junior Achievement Ecuador. Los programas se detallan en el capítulo de la comunidad.

VISTAZO DEMOGRÁFICO DE NUESTRA GENTE

EQUIPO GFP 2011

	GÉNERO
2.518	personas
42%	hombres (edad promedio 32 años)
58%	mujeres (edad promedio 30 años)

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

SUCURSAL	TOTAL
AMBATO	90
CAYAMBE	7
CUENCA	82
ESMERALDAS	23
GUAYAQUIL	535
IBARRA	36
LATACUNGA	16
LOJA	22
MACHALA	12
MANTA	32
PANAMÁ	16
PORTOVIEJO	15
QUEVEDO	25
QUITO	1.532
RIOBAMBA	23
SALINAS	3
SANTO DOMINGO	49
TOTAL	**2.518**

DISTRIBUCIÓN JERÁRQUICA

JERARQUÍA	H	M	TOTAL
MENSAJERO	54	3	57
CAJERO	337	562	899
ASISTENTE	171	130	301
EJECUTIVO	405	637	1.042
SUBGERENTE	48	77	125
GERENTE	38	36	74
VICEPRESIDENTE	17	3	20
TOTAL	**1.070**	**1.448**	**2.518**

NIVELES DE EDUCACIÓN

NIVEL	%
UNIVERSITARIO	65,81%
HASTA BACHILLERATO	25,42%
TECNÓLOGO	2,74%
POSGRADO	6,04%
TOTAL	**100,00%**

DISTRIBUCIÓN POR EDAD Y GÉNERO

EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
18-25	301	422	723
26-30	280	442	722
31-35	203	290	493
36-40	111	138	249
41-45	78	80	158
46-50	46	38	84
51-55	23	19	42
56 o más	28	19	47
TOTAL	**1.070**	**1.448**	**2.518**

DISTRIBUCIÓN POR TIEMPO DE SERVICIO Y GÉNERO

Promedio general: 6 años
Promedio general excluyendo cajeros: 7,5 años

SERVICIO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
0-5	692	883	1575
6-10	242	358	600
11-15	60	94	154
16-20	30	48	78
21-25	27	38	65
Más de 26	19	27	46
TOTAL	**1.070**	**1.448**	**2.518**

El personal que se desvinculó del GFP en el 2011 tenía en promedio 3 años de servicio.

NÚMERO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

99 personas

65,6% hombres y 34,34% mujeres

SALARIO VS. SALARIO MÍNIMO VITAL

19,44% superior

En el año 2011, la escala mínima salarial del GFP superó en un 19.44%, 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.

COMPARACIÓN REMUNERACIÓN PROMEDIO POR GÉNERO

La remuneración promedio del personal masculino fue superior en 23% a la del personal femenino.

TIPOS DE CONTRATO

A diciembre de 2011 se mantienen contratos indefinidos, a plazo fijo, o eventual. No se contrata personal de media jornada. Del 100% del personal del GFP, únicamente el 4% tiene relación de dependencia bajo contrato eventual.

ROTACIÓN MEDIA DE EMPLEADOS
(incluyendo personal de cajas)

22,12%

249 hombres y
308 mujeres

ROTACIÓN MEDIA DE EMPLEADOS
(excluyendo personal de cajas que tiene alta rotación en las instituciones financieras)

8,98%

118 hombres y
108 mujeres

CREACIÓN DE TRABAJO

169 posiciones creadas por el crecimiento de negocio y estructura.
7 ocupadas por personas con discapacidad.

TASA DE AUSENTISMO

2,38%

Porcentaje que se mantiene en relación al año anterior de 2,36%.

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 15.086 de los cuales el 48% (7.183 días) corresponden a maternidad, paternidad, lactancia y licencia por matrimonio.
Del total de personas que se ausentaron (1.199), el 49% presenta como motivo principal enfermedades respiratorias y digestivas, mismas que guardan relación con las primeras causas de morbilidad del país.

CONTRATACIÓN PASANTES Y PRACTICANTES

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

REGIÓN	PRACTICANTES		PASANTES	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
SIERRA	18	35	23	46
COSTA	14	16	14	18
TOTAL	**32**	**51**	**37**	**64**

VACANTES CUBIERTAS A TRAVÉS DE PROMOCIONES Y ASCENSOS INTERNOS

85%

La política "Primero los Nuestros" permitió que durante el 2011 cubriéramos el 85% 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.

Nuestros Clientes

NUESTRA RAZÓN DE SER.
TRABAJAMOS A DIARIO EN SOLUCIONES QUE SE ADAPTEN A LOS REQUERIMIENTOS DE AQUELLOS QUE NOS HAN HONRADO CON SU PREFERENCIA.

NOS INTERESA ESTAR CERCA DE NUESTROS CLIENTES. ESTAMOS PERMANENTEMENTE EN CONTACTO A TRAVÉS DE:

- Canales tradicionales y alternativos de comunicación.
- Reunión con representantes del Grupo de Interés que se realizan al menos una vez al año.

LOS INTERESES Y EXPECTATIVAS DE NUESTROS CLIENTES

- Contar con productos que consideren y satisfagan sus necesidades.
- Contar con un servicio ágil y eficiente.
- Atención personalizada.
- Tener fácil acceso a información de tasas, condiciones y productos cuando lo requiera y con claridad.
- Facilidad de contactarse permanente y a través de distintos medios para la atención de sus requerimientos.
- Gama completa de servicios financieros y con atractivas condiciones.
- Solidez, solvencia, respaldo.

LAS INICIATIVAS Y ACCIONES DEL GFP EN RESPUESTA

- Comisión de Calidad de Servicios.
- Desarrollo de nuevas alianzas para ofertar nuevos beneficios y promociones.
- Lanzamiento de nuevos productos que satisfagan las necesidades de los distintos segmentos.
- Portafolio de productos y servicios tanto 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 discapacitados, 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 Q-Matic.
- Capacitación a los colaboradores del Grupo para que puedan guiar satisfactoriamente al cliente en sus inquietudes.

MODELO DE SEGMENTACIÓN Y SERVICIO

En el GFP existe un proceso continuo de mejoramiento e innovación enfocado en ampliar nuestro portafolio de productos y servicios, atendiendo con excelencia a cada segmento de clientes para satisfacer sus necesidades financieras.

Dentro de este contexto existen lineamientos estratégicos que guían nuestra gestión:

- **Profundizar la atención por segmento de clientes:** a partir de septiembre 2010 y con aplicación en pleno desde Enero 2011 se separó a Banca de Consumo en Pymes y Personas, definiéndose la siguiente segmentación.

UNIDAD	SEGMENTO
BANCA DE PERSONAS	Personas naturales bajo un modelo de atención estandarizado
BANCA PYMES	Personas jurídicas con ventas de hsta USD 3 millones y personas naturales con actividad comercial con riesgos mayores a USD 60 mil
BANCA EMPRESARIAL	Personas jurídicas con ventas desde USD 3 millones hasta USD 10 millones
BANCA CORPORATIVA	Personas jurídicas con ventas superiores a USD 10 millones
BANCA PATRIMONIAL	Servicios financieros especializados para personas naturales de alto patrimonio y empresas que requieren acceso al mercado de capitales
TESORERÍA	Clientes institucionales

- **Desconcentrar y diversificar por segmento de negocio y sucursal:** en cartera se incentiva el incremento en Banca de Personas, Pymes y Empresarial manteniendo el liderazgo en el segmento Corporativo; mientras que en depósitos se privilegia al segmento minorista y plazos mayores mediante un tablero diferenciado.

- **Mantener Indicadores Financieros de Calidad:** a través de una gestión segura, eficiente e innovadora que contrarreste los decrecientes márgenes de intermediación.

- **Privilegiar la Calidad de Servicio:** nuestro reto es crear valor a través de una atención de excelencia a todos los clientes y buscar oportunidades en el mercado para ofrecer servicios innovadores con calidad y precisión.

- **Ejecutar acciones** para mantener un clima laboral adecuado que ubique al Grupo dentro de las mejores empresas para trabajar en Ecuador.

Adicionalmente, el principal proyecto estratégico para el año 2012 es profundizar la atención del segmento de personas, el mismo que se encuentra en proceso de implementación el modelo de venta y herramientas de servicio se enfocan en brindar una atención personalizada y proactiva. Esto será factible gracias a procesos eficientes desarrollados y medidos en toda la cadena de prestación de servicio.

Entre las metas planteadas al implementar el nuevo modelo de atención diferenciado se encuentran:

- Garantizar altos estándares de servicio.
- Asegurar que los atributos valorados por el cliente se plasmen en la ejecución de los servicios y en la venta de los productos.
- Crear paulatinamente mayor lealtad de los clientes hacia la institución.
- Desconcentrar y diversificar por segmento de negocio y sucursal.
- Incrementar los niveles de rentabilidad del banco.

El modelo considera el ajuste de las agencias y canales no presenciales para ofrecer una atención rápida, personalizada y proactiva de manera integral a las necesidades de los clientes, lo que facilita una gestión comercial centrada en las necesidades de cada segmento con productos y servicios que constituyan una oferta de valor integrada.

Nos enfocamos en satisfacer las necesidades de los distintos segmentos de clientes con personal, productos y servicios especializados para sus requerimientos e intereses, con soluciones a la medida de sus expectativas.

SOLUCIONES PARA NUESTROS CLIENTES: PRODUCTOS, SERVICIOS Y CANALES DE ATENCIÓN

FINANCIAMIENTO PARA CAMIONES NUEVO PRODUCTO 2011	Nuevo producto que ofrece crédito para camiones sin límite de tonelaje, destinado a empresas o personas independientes Pymes, para uso comercial o uso personal de sus ejecutivos.
CRÉDITO ADQUIRENTES INICIÓ OPERACIÓN COMERCIAL 2011	Los establecimientos que forman parte de la red de Medianet pueden acceder a créditos para capital de trabajo de plazo máximo 2 años. Los depósitos de los consumos de tarjeta de crédito MasterCard y VISA de PRODUBANCO constituyen la base para determinar la capacidad de pago mensual del establecimiento.
VISA DEBIT DE PRODUBANCO NUEVO PRODUCTO 2011	Es la llave de acceso a todos los canales tecnológicos Banca Enlínea, y además es un medio de pago aceptado en todos los establecimientos afiliados a VISA en el Ecuador y en el mundo. **Características:** - Acceso a más de 25 millones de establecimientos afiliados a VISA. - Acceso a más de 750 mil cajeros automáticos PLUS en todo el mundo. - Posibilidad de realizar sus consumos con débito directo de su cuenta bancaria. - Retiro en cajeros automáticos. - Seguridad al no desplazarse con montos en efectivo.
PRODURENTING INICIÓ OPERACIÓN COMERCIAL 2011	La empresa se dedica al arrendamiento operativo de bienes muebles, a través de productos diseñados de acuerdo con las necesidades puntuales de nuestros clientes de las diferentes bancas. Los servicios de arrendamiento que se ofrecen son: - Vehículos y/o flotas de vehículos - Hardware y software - Maquinaria - Equipos El servicio a nuestros clientes será el factor diferenciador y clave del éxito.
PRODUSEGUROS INICIÓ OPERACIÓN COMERCIAL 2011	Empresa enfocada en atender las necesidades de cobertura del GFP y sus clientes. A través de Seguros Generales y Seguros Masivos.

NUESTRO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

PERSONAS

"GIRO AHORRO" CUENTA DE AHORROS PARA EMIGRANTES	Cuenta que permite recibir giros del exterior acreditados directamente. Integramos a los emigrantes al sector financiero formal y creamos acceso a la gama de productos de la banca.
SERVICIO DE ROL DE PAGOS	Solución que facilita a la empresa el proceso de pago de nómina de acuerdo con los distintos niveles salariales, proporciona a los empleados cuentas con tarifas accesibles de acuerdo con su nivel de ingresos, y brinda a los empleados acceso a productos financieros para concretar sus proyectos personales.
CRÉDITO PARA EMPLEADOS	Modalidad de crédito inmediato, cuyo mercado objetivo es el de personas naturales que trabajan en relación de dependencia, cuyo sueldo se acredita a través de cuentas PRODUBANCO.
CRÉDITO PARA AHORRISTAS	PRODUBANCO cuenta con un nuevo beneficio adicional para los ahorristas, se quiere motivar el ahorro, con la consideración que en un momento de necesidad el banco le va a otorgar un crédito de manera ágil, en base a su ahorro.
FINANCIAMIENTO DE CONSULTORIOS HOSPITAL DE LOS VALLES	Producto que otorga operaciones de crédito a médicos de reconocida trayectoria para la adquisición de consultorios en el Hospital de los Valles.
PLAN NOVIOS	Servicio a través del cual los contrayentes ofrecen a sus invitados la facilidad de realizar los depósitos en cualquier oficina PRODUBANCO a nivel nacional sin necesidad de conocer el número de cuenta, sino únicamente los apellidos, y permite a los novios contar con la información permanente y actualizada de los aportes recibidos.
VISA DEBIT	Es la llave de acceso a todos los canales tecnológicos Banca Enlínea, y además es un medio de pago aceptado en todos los establecimientos afiliados a VISA en el Ecuador y en el mundo, con características como acceso a más de 25 millones de establecimientos afiliados a VISA, acceso a más de 750 mil cajeros automáticos PLUS en todo el mundo, posibilidad de realizar sus consumos con débito directo de su cuenta bancaria, retiro en cajeros automáticos, seguridad al no desplazarse con montos en efectivo.
CRÉDITO RECARGABLE CRÉDITO AUTOMOTRIZ	Línea de crédito preaprobado para la adquisición de vehículos de uso particular en los concesionarios Chevrolet.
LÍNEA AUTOMÁTICA DE SOBREGIROS	Nuestros clientes de Banca de Consumo pueden acceder a sobregiros ocasionales de manera más ágil, ya que nuestro sistema realiza un análisis estadístico del comportamiento de cada cliente, lo que mejora el tiempo de respuesta del proceso.
BUZÓN DE PAGOS	Producto que facilita el pago de salario a los empleados, permitiendo a las empresas la creación de cuentas a través de Internet, lo que genera reducción de costos y tiempo.
PLAN DE ASISTENCIA DE AHORROS	Programa de servicios de ayuda para el hogar, medicina y consultas legales que también contempla un seguro contra robo de la tarjeta Banca Enlínea.
LOCKBOX	Nuestros clientes que tienen cuenta corriente o de ahorros en PRODUBANK pueden recibir depósitos en cheque en los Estados Unidos en menor tiempo.

PYMES

CRÉDITO PYMES	Financiamiento para desarrollar el negocio de pequeños y medianos empresarios a través de capital de trabajo, bienes de capital, comercio exterior, exportación y leasing.
CRÉDITO ADQUIRIENTES	Los establecimientos que forman parte de la red de Medianet pueden acceder a créditos para capital de trabajo de plazo máximo 2 años.
FINANCIAMIENTO PARA CAMIONES	Ofrece crédito para camiones sin límite de tonelaje, destinado a empresas o personas independientes Pymes, para uso comercial o uso personal de sus ejecutivos.

TARJETA DE CRÉDITO

TARJETA MASTERCARD SUPERMAXI PRODUBANCO	Tarjeta de crédito internacional que también permite al cliente obtener el descuento de afiliado en la red SUPERMAXI y MEGAMAXI, y la cadena de beneficios en otros almacenes.
TARJETA REGALO	Es el obsequio más práctico y acertado que se puede hacer. Simplemente el comprador elige el monto y quien la recibe podrá escoger su regalo en cualquier establecimiento afiliado VISA.
PLAN DE FIDELIDAD PRODUMILLAS	Programa de bonificación por consumos de los tarjetahabientes MasterCard y VISA Gold, MasterCard Platinum y Black, y VISA Premium y Signature para canjear por paquetes turísticos, viajes, dinero en efectivo, o donar en favor de la Fundación Su Cambio por el Cambio.
PLAN DE FIDELIDAD MAXIDÓLAR	Programa de bonificación por consumos de los tarjetahabientes MasterCard SUPERMAXI PRODUBANCO para canjear por compras en SUPERMAXI o MEGAMAXI.
CATÁLOGO OPORTUNIDADES ESTABLECIMIENTOS	Los tarjetahabientes puede acceder al catálogo oportunidades en donde encontrará descuentos y promociones para educación, entretenimiento, servicios, salud, compras y hogar.
MASTERCARD SECURECODE Y VERIFIED BY VISA	Servicios diseñados para proteger el uso de las tarjetas de crédito al efectuar compras en línea por Internet.
SEGURO DE DESGRAVAMEN	Pensando en el bienestar del cliente y su familia, 106.215 tarjetahabientes principales cuentan en su tarjeta con este seguro cuyo monto se establece en función del cupo aprobado de la tarjeta. Durante el 2011 este beneficio fue ejecutado por 103 tarjetahabientes, cubriendo un monto de USD 147,572.31

CARACTERÍSTICAS DE LOS BENEFICIARIOS DEL SEGURO DE DESGRAVAMEN.

Edad	F	M	Total
Menor 23	0,1%	0,1%	0,2%
23-35	11,1%	16,9%	28,0%
36-50	18,1%	25,5%	43,6%
51-65	11,3%	12,1%	23,4%
Más de 65	2,5%	2,3%	4,8%
Total	**43,1%**	**56,9%**	**100,0%**

OTROS PRODUCTOS

CASH MANAGEMENT	Herramienta electrónica que abarca distintas soluciones especializadas, se enfoca en disminuir las tareas administrativas de su empresa, sin importar el tamaño de la misma, procesando operaciones de cobros y pagos en forma ágil, cómoda y segura. - Pago a proveedores - Rol de pagos - Servicio de recaudación - VTC conciliación de ventas con tarjeta de crédito
PORTAL PROVEEDORES	Canal de comunicación directo entre la empresa y sus proveedores que permite reducir costos operacionales, automatizar pagos y optimizar los procesos operativos.
CASH MANAGEMENT DE PRODUBANK	Un servicio de excelencia y la búsqueda innovadora de respuestas a las necesidades de los clientes y alternativas a la medida de sus expectativas. A disposición del público los servicios de pago de proveedores, pago a proveedores con crédito en cuentas de PRODUBANK, pago de proveedores con transferencia a otras instituciones financieras a través de ACH y pago de proveedores al exterior.
LÍNEA DE CRÉDITO CERRADA	Producto que genera soluciones empresariales de liquidez inmediata, manejo de cuentas por cobrar y gestión de compra y financiamiento de proveedores, a través de líneas de crédito otorgadas exclusivamente a las empresas distribuidoras de nuestros clientes corporativos y empresariales.
COMERCIO EXTERIOR PROCESO CERTIFICADO ISO 9001:2008	Herramienta electrónica dirigida a empresas que requieren realizar sus actividades de comercio internacional de una manera rápida, ágil y segura; permite el manejo eficiente de las siguientes operaciones de comercio exterior: cartas de crédito, importación, exportación, doméstica, cartas de crédito Stand By, garantía bancaria y aduaneras.
RECAUDACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS A TRAVÉS DEL CANAL PAGOÁGIL	PAGOÁGIL es un canal de recaudación con puntos de servicio ubicados en establecimientos comerciales, tiendas, farmacias, cadenas de supermercados, locutorios, etc., a través del cual se realiza cobros de servicios públicos y privados, de manera ágil y cómoda. A través de PAGOÁGIL los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano pueden cobrarlo con su cédula de identidad o su tarjeta MIES.
PROCESAMIENTO DE TRANSACCIONES DE CARÁCTER SOCIAL A TRAVÉS DE AGENCIAS SERVIPAGOS	Las agencias SERVIPAGOS realizan mensualmente transacciones de carácter social como son el pago de jubilados y el pago del Bono de Desarrollo Humano que ahora puede realizarse los 7 días de la semana en las agencias y cajeros automáticos SERVIPAGOS. Además, procesa bonos y giros a través de alianzas con cooperativas del país.
BANCA EXPRESS	"Tan simple como comprar". Evitamos que nuestros clientes tengan que desplazarse a nuestras oficinas, ubicándolas en la red SUPERMAXI y MEGAMAXI, con el propósito de poner al alcance de las personas naturales las transacciones financieras.

CANALES DE ATENCIÓN

CANALES DE ATENCIÓN MÁS UTILIZADOS POR LOS CLIENTES DEL GFP, AÑO 2011:

Cajas PRODUBANCO	15%
SERVIPAGOS	9%
Canales tecnológicos	76%

TRANSACCIONES PROCESADAS POR EL GPF DURANTE EL AÑO 2011:

96 millones a través de sus diferentes canales

TRANSACCIONES PROCESADAS POR SERVIPAGOS DURANTE EL AÑO 2011:

11,5 millones para sus clientes

CANALES PRESENCIALES

NÚMERO DE OFICINAS PRODUBANCO	78	Azuay, Chimborazo, Cotopaxi, Esmeraldas, Guayas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Península de Santa Elena, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas y Tungurahua.
NÚMERO DE AGENCIAS SERVIPAGOS	61	Mismas provincias que PRODUBANCO y además una en El Oro.
NÚMERO DE AGENTES PAGOÁGIL	289	Ambato, Cuenca, Guayaquil, Machala, Manta, Portoviejo, Quito, Riobamba, Santo Domingo.
NÚMERO DE AGENTES PAGOÁGIL WEB	548	En noviembre de 2010 implementamos el canal Pago Ágil Web, el mismo 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 POR AGENTES PAGOÁGIL EN EL 2011	2,8	millones
NÚMERO DE OFICINAS PRODUBANK	1	República de Panamá.

CANALES TECNOLÓGICOS

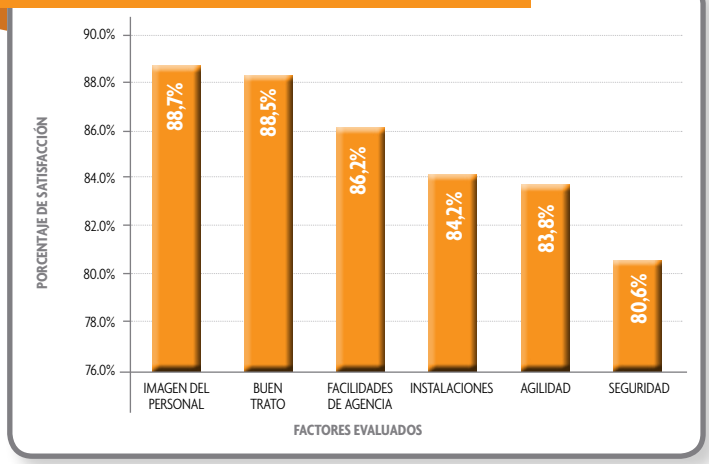
CAJEROS AUTOMÁTICOS	- 1,3 millones de transacciones promedio al mes. - 170 cajeros automáticos PRODUBANCO y SERVIPAGOS en el Ecuador. - Más de 3.000 cajeros Banred en el territorio nacional. - Más de 1 millón de cajeros Cirrus a nivel mundial, 365 días al año. - A partir de 2010 se puede realizar el pago de agua, luz, telefonía fija y móvil con débito a la cuenta para ofrecer al cliente una alternativa sencilla, de gran cobertura y fácil operación.
www.produbanco.com (web y autoconsultas)	- 4,6 millones de transacciones promedio al mes. - 1700-123-123 ó (02) 2996-200 (teleasesores y servicio automático): 143 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 la consulta de los saldos y movimientos de las cuentas y el acceso a la realización de transferencias entre cuentas propias a través del celular.

EVALUACIÓN PERMANENTE: CALIDAD DE SERVICIO

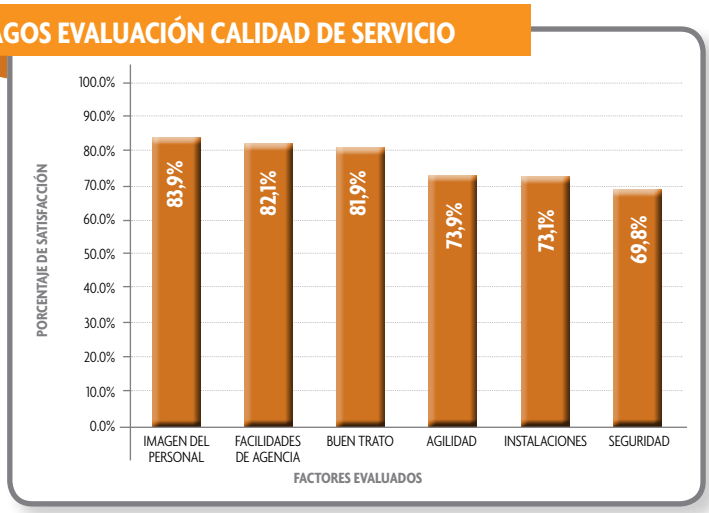
Nuestro compromiso es mantener altos niveles de calidad y satisfacción frente a los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes utilizando herramientas de monitoreo permanente; y con el patrocinio de la Comisión de Calidad de Servicio, se promueve la generación y ejecución constante de propuestas cuyo objetivo es alcanzar estándares más altos de calidad de servicio.

Los principales atributos identificados como prioritarios por nuestros clientes han sido objeto de evaluación en las agencias, a continuación se presentan los resultados de la medición efectuada en noviembre del 2011:

PRODUBANCO EVALUACIÓN CALIDAD DE SERVICIO



SERVIPAGOS EVALUACIÓN CALIDAD DE SERVICIO



GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE - ESTADÍSTICAS

TOTAL EVENTOS PROCESADOS EN EL 2011 POR LA UNIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE	46.027
Requerimientos (consultas y pedidos de servicios adicionales formulados por el cliente)	32%
Reclamos (quejas que implican respuesta del Banco por un error o un problema de servicio)	68%
Casos resueltos con soluciones de primer nivel (cliente obtuvo respuesta de la primera persona con la que se contactó para atender su caso)	35,86%
Casos resueltos en tiempo establecido por la SBS	94,26%
% Total de reclamos frente al total de las transacciones del GFP	0,048%

Cumplimos con el estándar establecido por la Superintendencia de Bancos en relación a indicadores de gestión gracias a la administración eficaz del módulo de "Requerimientos y Reclamos".

FORTALECIENDO LA CULTURA DE SEGURIDAD

Durante el 2011 mantuvimos la capacitación al cliente en normas de seguridad a través de nuestros diferentes canales. La metodología de comunicación empleada fue la publicación de los mensajes de alerta en el canal correspondiente (en las pantallas de la página web y cajeros automáticos), así como la incorporación de seguridades en los canales que los requieran, y la difusión de material informativo a través de un acceso fijo a normas de seguridad en la página principal de nuestra web e insertos en los estados de cuenta remitidos a nuestros clientes.

Entre los principales temas abordados estuvieron: el uso adecuado de información y claves en canales tecnológicos, precaución en el manejo de cheques, normas de seguridad en productos y transacciones, la clonación de tarjetas, la suplantación de empleados bancarios, el "cambiazo", el "phishing" y la prevención de lavado de activos.

En lo referente a la incorporación de seguridades, continuamos con el método de acceso a www.produbanco.com a través de la tarjeta de coordenadas Llave Enlínea. Esta innovación tecnológica brinda al cliente seguridades adicionales, tales como la selección de una imagen personalizada para identificar la validez de la sesión, la notificación permanente vía correo electrónico y/o celular de todas las transacciones que se realicen con la cuenta, y el uso de la nueva tarjeta de coordenadas o token Llave Enlínea como clave de autorización de transacciones.

Otro servicio que mantuvimos como medida adicional de seguridad y control, que brinda a nuestros clientes la posibilidad de monitorear los movimientos de su cuenta, es Banca Celular. A través de esta facilidad, el cliente recibe vía mensaje de texto en su celular, las confirmaciones de las transacciones realizadas en los canales tecnológicos y canales presenciales con su cuenta o tarjeta de crédito. Complementario a este servicio, continuamos enviando confirmaciones de transacciones en canales tecnológicos (adicionales a las que se venían notificando) y presenciales a la dirección de correo electrónico del cliente, los cuales se denominan notificaciones BANCA ENLÍNEA.

ATENCIÓN TELEFÓNICA

Entre los objetivos que tiene cada colaborador del Grupo se encuentra una eficiente y oportuna atención telefónica. Es por este motivo que la normativa interna en esta materia forma parte de la evaluación de los objetivos rutinarios del personal.

Con el propósito de garantizar que las llamadas siempre sean atendidas oportunamente, utilizamos la herramienta tecnológica Interaction Client que permite distribuir las llamadas entrantes a los diferentes equipos de trabajo.

CONFIDENCIALIDAD

Nuestra prioridad institucional en materia de información del cliente es el manejo confidencial de la misma.

Nuestros clientes pueden sentirse seguros pues en el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN nos regimos por políticas enmarcadas dentro del Código de Ética y Conducta sobre Sigilo Bancario y Control de la Información; además tenemos disponible para el público en general todos los datos que transparentan nuestra gestión.

Durante el 2011 se registraron 6 reclamos reportados sobre sigilo bancario, en los que se aplicaron las medidas correctivas internas, la respuesta entregada al cliente cubrió sus expectativas y logró su conformidad.

NUESTROS CLIENTES Y LAS ÁREAS ENCARGADAS DE CADA SEGMENTO EN EL 2011

CLIENTES CON PRODUCTOS ACTIVOS DEL GFP AL CIERRE DEL AÑO 2011

DISTRIBUCIÓN DE CLIENTES CON PRODUCTOS ACTIVOS DEL GFP	2011
PRODUBANCO, PRODUBANK, PRODUFONDOS Y PRODUVALORES	500.242*
SERVIPAGOS (empresas)	54

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

El número de clientes de PRODUBANCO, PRODUBANK, PRODUFONDOS y PRODUVALORES se incrementó en un 25% con respecto al año 2010.

BANCA DE PERSONAS

CLIENTES: Personas naturales bajo un modelo de atención estandarizado.

NÚMERO DE CLIENTES AL CIERRE DEL 2011: 461.105

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA TOTAL DEL GFP (2011): 25%

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LOS DEPÓSITOS DEL GFP (2011): 45%

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS: Cuentas corrientes y de ahorros; pólizas de acumulación; fondos de inversión; crédito hipotecario de vivienda, automotriz, de consumo; tarjetas de crédito personales y corporativas MasterCard y VISA.

BANCA PYMES

CLIENTES: Personas jurídicas con ventas de hasta USD 3 millones, y personas naturales con actividad comercial con riesgos mayores a USD 60 mil.

NÚMERO DE CLIENTES AL CIERRE DEL 2011: 12.625 Pymes y 733 personas naturales.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS: Cuentas corrientes y de ahorros; pólizas de acumulación; crédito para capital de trabajo; crédito para activos fijos; crédito adquirencias; crédito camiones; tarjeta de crédito.

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA TOTAL DEL GFP (2011): 12%

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LOS DEPÓSITOS DEL GFP (2011): 13%

CRÉDITOS OTORGADOS A PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

SECTOR ECONÓMICO	TOTAL COMERCIAL	TOTAL CONSUMO	TOTAL MICROEMPRESA	TOTAL CARTERA
Agricultura, caza, silvicultura y pesca	13,69%	0,17%	0,07%	13,92%
Comercio, restaurantes y hoteles	38,97%	0,40%	0,38%	39,75%
Construcción	6,20%	0,08%	0,14%	6,42%
Electricidad, gas y agua	0,51%	0,01%	0,00%	0,52%
Establecimientos financieros, seguros, servicios prestados a empresas	9,00%	0,05%	0,18%	9,22%
Explotación de minas y canteras	1,13%	0,01%	0,03%	1,17%
Industria manufacturera	15,89%	0,19%	0,20%	16,29%
Servicios comunales, sociales y personales	5,68%	0,04%	0,09%	5,81%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	6,67%	0,10%	0,14%	6,91%
PORCENTAJE TOTAL CRÉDITO OTORGADO	**97,75%**	**1,04%**	**1,22%**	**100,00%**

BANCA EMPRESARIAL

CLIENTES: Empresas medianas y grandes con ventas anuales entre USD 3 a 10 millones.

NÚMERO CLIENTES 2011: 1.538

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA TOTAL DEL GFP (2011): 14%

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LOS DEPÓSITOS DEL GFP (2011): 9%

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.

BANCA CORPORATIVA

CLIENTES: Compañías grandes con ventas anuales superiores a USD 10 millones.

NÚMERO CLIENTES 2011: 1.440

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA TOTAL DEL GFP (2011): 42%

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LOS DEPÓSITOS DEL GFP (2011): 16%

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.

BANCA PATRIMONIAL

CLIENTES: Personas naturales con alto patrimonio interesadas en mantener inversiones financieras estables y empresas o personas atraídas por los negocios de corretaje e intermediación de valores, negocios fiduciarios, banca y fondos de inversión.

MONTOS ADMINISTRADOS

- Banca Privada: USD 535 millones
- Fondos de Inversión: USD 64.9 millones
- Negocios Fiduciarios: USD 296.6 millones

PRODUVALORES: USD 394.6 millones en monto negociado

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, corretaje e intermediación de valores, negocios fiduciarios y asesoría integral.

TESORERÍA

CLIENTES: Instituciones que manejen un portafolio financiero de al menos USD 1 millón sea local o internacionalmente, posea su propia unidad especializada de tesorería y requiera productos de la tesorería.

NÚMERO CLIENTES AL CIERRE DEL 2011: 87

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS: Captaciones corto plazo (repos y overnights), colocaciones corto plazo (reverse, repo y crédito de tesorería), compraventa de divisas (negociaciones spot, contratos forward de divisas, órdenes de compraventa), otros productos derivados.

(*) La diferencia del porcentaje de participación en captaciones y colocaciones corresponde a tesorería y banca privada.

Nuestra Comunidad

SOMOS UN MIEMBRO DE LA SOCIEDAD Y ESTAMOS CONSCIENTES DE LA IMPORTANCIA DE FOMENTAR VALORES. APORTAMOS AL CAMBIO CON LA PRÁCTICA DE ACTIVIDADES POSITIVAS.

SOMOS UN AGENTE ACTIVO DE CAMBIO DENTRO DE LA SOCIEDAD. ESTAMOS PERMANENTEMENTE EN CONTACTO A TRAVÉS DE:

- Actividades de mercadeo y relaciones públicas.
- Página Web.
- Ruedas de prensa.
- Cumplimiento de la Ley.
- Cumplimiento de normativas sociales y laborales.
- Apoyo a 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 anticorrupción y lavado de dinero.
- Reunión con representantes del Grupo de Interés, que se realizan al menos una vez al año.

INTERESES Y EXPECTATIVAS DE NUESTRA COMUNIDAD

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

LAS INICIATIVAS Y ACCIONES DEL PRODUBANCO EN RESPUESTA

- Apoyo a la Fundación Su Cambio por el Cambio.
- Apoyo a las fundaciónes Fundeporte, Un Techo para mi País y Junior Achievement.
- 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 anticorrupción y antilavado de dinero.
- Programas de voluntariado corporativo ejecutados por nuestros colaboradores.

Buscamos el crecimiento económico de la sociedad, aportando efectivamente en las áreas relacionadas con el giro de nuestro negocio e incentivando actividades sanas y productivas para las personas y la comunidad.

SERVICIOS FINANCIEROS PARA LA COMUNIDAD

Nuestra actividad aporta al desarrollo:

SERVIPAGOS	**1.910.614** **transacciones de carácter social**
PAGO BONO DE DESARROLLO HUMANO	**160.000** bonos mensuales
PAGO JUBILADOS	**10.000** jubilados cada mes
PAGO DE SERVICIOS BÁSICOS AGENTES PAGOÁGIL (BARRIOS PERIFÉRICOS) 289 AGENTES POS y 548 AGENTES WEB DIC 2011	más de **2´800.000** transacciones anuales
BONOS Y GIROS A TRAVÉS DE ALIANZAS CON 38 COOPERATIVAS DEL PAÍS A TRAVÉS DE LAS AGENCIAS DE LA COOPERATIVAS, EN TOTAL 115 A NIVEL NACIONAL	más de **235.000** transacciones
FIDEICOMISO INSTITUTO GEOFÍSICO **PRODUFONDOS S.A** DESTINO: Administración de recursos para adquisición de equipos de monitoreo de actividad volcánica del Departamento de Geofísica.	Monto administrado: **USD 19,881.83** PRODUFONDOS NO COBRA COMISIÓN
FIDEICOMISO REHABILITACIÓN QUITO VIVIENDA **PRODUFONDOS S.A** DESTINO: Administración de los flujos para entrega de créditos y cobro de cancelaciones a los beneficiarios del Programa "Pon a Punto Tu Casa" del Municipio de Quito.	MONTO ADMINISTRADO: **USD 457,629.00** PRODUFONDOS NO COBRA COMISIÓN
FIDEICOMISO SINFONÍA POR LA VIDA **PRODUFONDOS S.A** DESTINO: Expansión y difusión del sistema de orquestas sinfónicas en el Ecuador hacia los sectores de escasos recursos de la población infantil y juvenil, promoviendo la inclusión social y equidad.	Monto administrado: **USD 12,433.61** COMISIÓN SUBSIDIADA COBRADA: USD 300
FIDEICOMISO OBRAS DE COMPENSACIÓN RELLENO SANITARIO **PRODUFONDOS S.A** DESTINO: Pago de trabajos y obras desarrolladas en zonas de influencia del proyecto y en beneficio de comunidades aledañas a manera de compensación.	Monto administrado: **USD 110,000.00** anuales PRODUFONDOS NO COBRA COMISIÓN

CULTURA

Promovemos actividades culturales enriquecedoras para la persona, la familia y el colectivo.

PRINCIPALES AUSPICIOS CULTURALES

- **FUNDACIÓN ORQUESTA SINFÓNICA JUVENIL DEL ECUADOR**

  Apoyamos económicamente a la Fundación Orquesta Sinfónica Juvenil de Ecuador en su proyecto de inclusión social de niños y jóvenes de escasos recursos "Sinfonía por la Vida".

- **FUNDACIÓN EL TRIÁNGULO DE ARTES ESCÉNICAS Y DISCAPACIDADES**

  La Fundación El Triángulo es una ONG sin fines de lucro que ayuda al desarrollo integral de niños y jóvenes con discapacidad intelectual. El proyecto que apoyamos es la obra de teatro "Sueños" realizada los días 9, 10 y 11 de junio de 2011, en el Teatro Nacional Sucre.

- **LIBRO "QUITO: VIEJAS PLACETAS Y RINCONES HISTÓRICOS"**

  PRODUBANCO contribuyó para la producción editorial de los libros del autor Nelson Falconí, que se entregan como obsequio a nuestros clientes.

- **FUNDACIÓN FIDAL**

  Aporte económico a la Fundación para la Integración y el Desarrollo de América Latina (FIDAL). Esta fundación apoya y premia a la Excelencia Educativa a profesores de todas las instituciones educativas a nivel nacional, el evento se desarrolló el 25 de octubre de 2011.

- **MÚSICA**

  PRODUBANCO, a través del auspicio de producciones musicales, contribuye al talento nacional. En el 2011 se adquirió el DVD de música (Nelson Maldonado) y CD Ecuador en Guitarra (Isabel Pachano).

DEPORTE

Impulsamos actividades deportivas. Prácticas saludables para las personas, la familia y la comunidad.

PRINCIPALES AUSPICIOS CULTURALES

- **CLUB SOCIAL Y DEPORTIVO MACARÁ**
  PRODUBANCO contribuye a la institución sin fines de lucro Club Social y Deportivo Macará a través de su presencia en el estadio con vallas publicitarias y auspicios.

- **EQUIPO DE MARCHISTAS**
  Desde el 2007, PRODUBANCO apoya al equipo de marchistas liderado por el entrenador Fredy Vivanco en el proceso de preparación para su participación en competencias nacionales e internacionales. En el 2011 el equipo estuvo conformado por 17 atletas.

- **CARRERA VUELTA AL COTOPAXI**
  PRODUBANCO contó con la presencia de marca en la carrera ciclística Vuelta al Cotopaxi que se llevó a cabo el 12 y 13 de noviembre de 2011.

- **CARRERA LIGA 10K**
  Apoyamos la segunda edición de la competencia atlética LIGA 10K, organizada por la empresa Cienpies.

- **CARRERA EL RECREO 10K**
  Auspiciamos, por segunda ocasión, la competencia atlética El Recreo 10K, organizada por el Centro Comercial El Recreo, la que se llevó a efecto el 2 de octubre de 2011.

- **CARRERA SILVIO GUERRA**
  El 2 de octubre del 2011 auspiciamos la carrera atlética Silvio Guerra, en la ciudad de San Gabriel, competencia organizada por la empresa Silvio Guerra Sports.

- **CARRERA SOLCA 10K**
  Apoyamos la segunda edición de la carrera Solca 10K, organizada por la Fundación Tercer Milenium, el 31 de julio del 2011.

- **SOCIEDAD DEPORTIVA AUCAS**
  A partir del 15 de julio del 2010, PRODUBANCO cuenta con 2 vallas publicitarias en el estadio de Sociedad Deportiva Aucas, el convenio tiene una vigencia de 2 años.

GESTIÓN SOCIAL

Destinamos fondos para organismos especializados en un trabajo serio con grupos desprotegidos.

PRINCIPALES AUSPICIOS SOCIALES

FUNDACIÓN SU CAMBIO POR EL CAMBIO	PROYECTO ESCUELA DE FÚTBOL Y DEPORTES SU CAMBIO POR EL CAMBIO EN QUITO	BENEFICIARIOS	250 niños y niñas entre 7 y 17 años.
		GESTIÓN	Incentiva el deporte, educación integral, talleres ocupacionales, apoyo psicológico, medicinas y atención médica y dental. Experiencia que tiende a mejorar su calidad de vida, trabajando en su autoestima.
	PROYECTO SAN SIMÓN DE GUARANDA	BENEFICIARIOS	455 personas
		GESTIÓN	Apoyo escolar, computación, educación de adultos, socios del banco comunitario, formación agropecuaria, adultos mayores, trabajadores, proveedores de leche, comedor comunitario, proyectos de desarrollo.
	APORTE		264,000 anual.

Tenemos un recurso asignado a tiempo completo para la gestión de la Fundación Su Cambio por el Cambio, cuyo costo está asignado al 100% al área de Recursos Humanos de PRODUBANCO (160 horas mes – jornada completa).
Una vez por semana, la Fundación su Cambio por el Cambio comercializa a los colaboradores de PRODUBANCO, en la oficina Matriz en Quito, los productos que se cultivan y elaboran en la comunidad, en Guaranda. El beneficio para los colaboradores es que el valor de compra se descuenta mensualmente a través del rol de pagos. Durante el año 2011 este valor fue mayor a USD 20,000.

FUNDEPORTE	BENEFICIARIOS	Aproximadamente 20.000 personas mensuales asisten al parque recreacional.
	GESTIÓN	Apoyo al complejo deportivo creado para incentivar, impulsar y desarrollar el deporte en los moradores del sur de Quito a través del juego, de la recreación, diversión, esparcimiento, la convivencia familiar y con el medioambiente.
	APORTE	84,996 anual.

CARITAS FELICES	BENEFICIARIOS	Diariamente acceden al servicio de comida un promedio de 85 personas previa inscripción, entre los cuales el mayor porcentaje corresponde a ancianos y niños.
	GESTIÓN	Aportamos a la parroquia Inmaculada Concepción de Iñaquito desde el año 2001.
	APORTE	12,000 anual.

FUNDACIÓN SAN JOSE	BENEFICIARIOS	Se realiza adecuaciones o arreglos en el hogar de adultos mayores para que aproximadamente 120 ancianos tengan una mejor calidad de vida.
	GESTIÓN	La Fundación San José desde hace varios años tiene un hogar de adultos mayores al sur de Quito.
	APORTE	4,800 anual.

• FUNDACIÓN UN TECHO PARA MI PAÍS

PRODUBANCO apoyó económicamente a la Fundación un Techo para mi País en su jornada de recaudación realizada el 24 de junio, en Quito, Guayaquil y Cuenca. Además, el GFP puso a disposición sus canales de atención para la recaudación de aportes del público, como apoyo a esta labor.

Nuestros 51 voluntarios, entre colaboradores y familiares, ayudaron a construir tres casas en Quito y Guayaquil, con un total de 1.020 horas de trabajo.

• PROGRAMA FORMANDO TALENTOS

Se concluyó con la primera edición del Programa Formando Talentos, con el apoyo de la Fundación Junior Achievement y el programa Bancos en Acción. Y por iniciativa de PRODUBANCO contamos con dos becarios de excelente calidad humana y potencial profesional que se unirán a nuestra empresa como colaboradores. Al inicio del año lectivo 2011 – 2012, arrancó la segunda edición del Programa con algunos ajustes. En este segundo año han sido voluntarios 8 colaboradores de nuestras empresas como profesores del último año de bachillerato, con el fin de compartir conocimientos sobre la banca. La dedicación del tiempo del voluntariado fue de 80 horas. Durante el primer trimestre del 2012 se definirán los finalistas con base en los resultados.

• TELETÓN POR LA VIDA

PRODUBANCO realizó una contribución económica a la Teletón por la Vida 2011 que se realizó en diciembre con el propósito de financiar actividades de salud a favor de niños de escasos recursos, becas y equipamiento de guarderías del sur de Guayaquil.

• FUNDACIÓN REINA DE QUITO

Apoyamos económicamente al programa de reparto navideño para los sectores más vulnerables de la ciudad de Quito, en diciembre.

• TELETÓN DE SANTO DOMINGO

A través de una contribución económica, PRODUBANCO apoyó a la Teletón de Santo Domingo 2011 "Tejiendo tu vida recuperas mi vida", que se realizó el 11 de diciembre.

• FUNDACIÓN HERMANOS MENORES

Apoyamos el concierto Concertango del 20 de octubre de 2011. Los fondos recaudados en este evento se destinaron a la Fundación que apoya a los niños de escasos recursos.

• VOLUNTARIADO

A través de los clubes de empleados en las sucursales de Quito, Cuenca, Loja y Santo Domingo, en coordinación con el área de Recursos Humanos, nuestros colaboradores participaron en eventos navideños, por el Día de Reyes y voluntariado en hospitales y hogares, entre otros. Esto sumó a más de 169 personas, entre colaboradores y familiares, lo que supera las 900 horas de trabajo.

• CORO PRODUBANCO

Durante diciembre, el Coro de PRODUBANCO, conformado por 17 colaboradores de Quito, realizó varias actuaciones, entre ellas la presentación de la Misa Criolla Ecuatoriana con el acompañamiento de la Orquesta Sinfónica Juvenil. También se presentaron por las fiestas de Quito y por Navidad en el Hogar de Ancianos "Ciudad de la Alegría" y en la oficina Matriz, para los clientes. El tiempo promedio por persona dedicado a esta actividad fue de 100 horas por colaborador.

APORTE GENERAL EN INVERSIÓN SOCIAL USD 1.182,511

DESCRIPCIÓN	CORTE DIC 31 2011
SU CAMBIO POR EL CAMBIO	USD 264,000
ASOCIACIONES GREMIALES	USD 212,311
FUNDEPORTE	USD 84,996
UN TECHO PARA MI PAÍS	USD 25,000
FUNDACIÓN TELETÓN POR LA VIDA	USD 20,000
CARITAS FELICES (PARROQUIA LA INMACULADA)	USD 12,000
AUSPICIO 75 ANIVERSARIO DE LA CÁMARA DE INDUSTRIAS Y PRODUCCIÓN	USD 11,200
CORPORACIÓN LÍDERES PARA GOBERNAR LPG	USD 10,000
COLEGIO DE ARQUITECTOS DEL ECUADOR PROVINCIA DE PICHINCHA	USD 10,000
FUNDACIÓN JUNIOR ACHIEVEMENT ECUADOR	USD 8,983
FUNDACIÓN MANANTIAL DE VIDA	USD 6,720
FUNDACIÓN PARA LA INTEGRACIÓN Y DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA-FIDAL	USD 5,600
FUNDACIÓN SAN JOSÉ	USD 4,800
FUNDACIÓN TERCER MILENIO	USD 4,144
FUNDACIÓN LUZ Y VIDA	USD 2,200
TELETÓN SANTO DOMINGO	USD 2,000
CLUB ROTARIO QUITO	USD 1,000
OTROS	USD 2,316
TOTAL	**USD 687,270**

Nuestro aporte en inversión social para la comunidad.

APORTE EN PUBLICIDAD RESPONSABLE

AUSPICIO	MONTO (sin IVA)
DEPORTES	145,433
OTROS	118,771
CULTURA	105,040
SOCIAL	74,198
PUBLICIDAD	51,800
TOTAL	**495,241**

CUIDADO AMBIENTAL

Contribuimos con el medioambiente a través del control y reducción de agentes contaminantes en nuestra operación.

CONSUMO DE ENERGÍA, PAPEL Y CARTÓN DEL GFP

	2009	2010	2011	2009	2010	2011
CONSUMO DE PAPEL ANUAL	149,11 toneladas (1.938,43 árboles medianos)	150,99 toneladas (1.962,93 árboles medianos)	162.61 toneladas (2.107,43 árboles medianos)	Equivale a un promedio de 3,81 hojas de papel diario por colaborador	Equivale a un promedio de 3,30 hojas de papel diario por colaborador	Equivale a un promedio de 3,58 hojas de papel diario por colaborador
TONNERS ANUAL	2.554 unidades	2.756 unidades	1.887 unidades	Equivale a un promedio de 1,17 tonners por colaborador al año	Equivale a un promedio de 1,17 tonners por colaborador al año	Equivale a un promedio de 0,75 tonners por colaborador al año
CONSUMO ANUAL DE CARTONES	4.822 cajas de cartón	2.763 cajas de cartón	3.023 cajas de cartón	Equivale a un promedio de 2,22 cajas por colaborador al año	Equivale a un promedio de 1,18 cajas por colaborador al año	Equivale a un promedio de 1,20 cajas por colaborador al año
CONSUMO ANUAL DE DIÉSEL	11.524,83 galones	7.230,11 galones	4.091,95 galones	No aplica	No aplica	No aplica
CONSUMO ANUAL DE GASOLINA	18.275,86 galones	17.113,49 galones	18.377,11 galones	No aplica	No aplica	No aplica
CONSUMO ANUAL ENERGÍA ELÉCTRICA	8'160.726,42 kWh	9'933.709,18 kWh	10´651.339,47 kWh	Equivale a que en promedio cada colaborador mantenga prendido 6,51 focos de 100 vatios diarios	Equivale a que en promedio cada colaborador mantenga prendido 6,78 focos de 100 vatios diarios	Equivale a que en promedio cada colaborador mantenga prendido 7,34 focos de 100 vatios diarios
CONSUMO ANUAL AGUA POTABLE	28.444,73 m^3	26.023,94 m^3	23.078 m^3	Equivale en promedio al consumo de 54,47 litros diarios por persona	Equivale en promedio al consumo de 46,16 litros diarios por persona	Equivale en promedio al consumo de 38,19 litros diarios por persona
EMISIÓN INDIRECTA CO2 ANUALES	3.285,90 toneladas métricas	3.887,43 toneladas métricas	4.132,06 toneladas métricas	No aplica	No aplica	No aplica

INICIATIVAS

• RECICLAJE DE PAPEL Y CARTÓN

21 toneladas (273 árboles medianos), equivalentes aproximadamente al 13% de las toneladas de papel utilizado por el GFP (reciclaje a través de proveedores y Fundación Su Cambio por el Cambio).

• ENFOQUE EN CANALES TECNOLÓGICOS

Incentivo en el uso de canales tecnológicos que generan ahorro de tiempo y materiales. Durante el año 2010, el 72% de las transacciones realizadas utilizaba canales tecnológicos, para el 2011 este uso se incrementó al 76%.

• CAMPAÑAS DIRIGIDAS A NUESTROS CLIENTES

La EcoRuta del ahorro, la misma que consistía en que al depósito ganador se entregaba automáticamente un kit de siembra. El total entregado fueron 5.000 kits ecológicos.

Adicionalmente, los **regalos de Navidad** entregados a nuestros clientes consistieron en cuadernos y nacimientos ecológicos, con el fin de concientizar la importación del cuidado ambiental.

• REFORESTACIÓN

Se realizó una campaña de reforestación en Quito, Ibarra y Ambato, con la participación de más de 260 colaboradores de PRODUBANCO y sus familiares. Tiempo asignado a esta actividad: 789 horas.

• CAMBIO DE LUMINARIAS

En el edificio de la Sucursal Mayor Guayaquil se efectuó un cambio de luminarias energéticamente eficientes, lo que se estima generará el ahorro del 38% del consumo actual del edificio, que equivale a 34.000 kWh.

Nuestros Proveedores

LOS ALIADOS DE NUESTRA GESTIÓN CONTRIBUYEN PARA BRINDAR UN SERVICIO DE EXCELENCIA AL CLIENTE DESDE SU ÁREA DE ESPECIALIDAD.
MANTENEMOS POLÍTICAS PARA QUE LA RELACIÓN CON ESTOS SOCIOS ESTRATÉGICOS SEA DE MUTUO CRECIMIENTO.

TRABAJAMOS JUNTOS. ESTAMOS PERMANENTEMENTE EN CONTACTO A TRAVÉS DE:

- Área de Contrataciones y Compras.
- Área de Pagaduría.
- Reunión con representantes del Grupo de Interés que se realizan al menos una vez al año.

LOS 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.

LAS INICIATIVAS Y ACCIONES DEL GFP EN RESPUESTA

- 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.

¿QUIÉNES SON NUESTROS PROVEEDORES?

Son nuestros socios estratégicos, empresas y personas naturales que ofertan bienes tangibles e intangibles de diversa índole, en los tiempos y condiciones requeridos y con precios acordes a la calidad y el presupuesto. La relación que mantenemos se basa en procesos claros y equitativos.

El contacto entre el GFP y nuestros socios estratégicos se realiza a través del Área de Contrataciones y Compras.

CALIFICACIÓN DE PROVEEDORES (ANUAL)

1 REGISTRO

Recepción de:
- Tiempo existencia
- Cliente PRODUBANCO
- Cartera clientes (certificados)
- Estados financieros
- Infraestructura de oficinas
- Cobertura
- Central de riesgos
- Documentación mínima legal

2 CALIFICACIÓN

Análisis de todas las variables

3 SELECCIÓN

Base de datos proveedores calificados

Los proveedores calificados son aquellos que se toman en cuenta para cada compra o servicio que requiere el GFP; la excepción a esta norma es cuando se presenten proveedores no calificados cuya oferta se ajuste exactamente a las necesidades del Grupo, o que sean proveedores exclusivos.

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES (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.

Para aquellas contrataciones realizadas a través de concursos también se analiza del proveedor: 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 TRABAJO GFP - PROVEEDORES

NECESIDAD EN CUALQUIER ÁREA DEL GFP ENVÍA REQUERIMIENTO

CONTRATACIONES Y COMPRAS

MONTO DE LA ADQUISICIÓN	NÚMERO DE COTIZACIONES
De USD 0 a 300	2
Mayor a USD 301	3

En función del monto y periodicidad de compra se raliza la invitación a concurso para presentación de ofertas

Gestión de cotización

PROVEEDORES

OFERTA EN SOBRE CERRADO

Evaluación de propuestas y selección en base a cumplimiento de requisitos y características, tiempo y precio.

OFERTA

APROBACIÓN DE ACUERDO A LOS NIVELES

EMISIÓN DE ORDEN DE COMPRA O CONTRATO

RECEPCIÓN DEL BIEN O SERVICIO Y PAGO AL PROVEEDOR

EXCEPCIONES A LA TABLA DE NÚMERO DE OFERTAS MÍNIMA 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.

MATERIALIZACIÓN DE NUESTRA RELACIÓN DE MUTUO BENEFICIO

- 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 2011 no fue necesario ejecutar ninguna garantía de fiel cumplimiento de contrato o buen uso de anticipo.

SISTEMA DE GESTIÓN BASADO EN ESTÁNDARES DE CALIDAD

Nuestro proceso de contratación y compras mantiene certificación ISO 9001-2008

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 para estos procesos y el seguimiento de su aplicación.
RESPONSABILIDAD DE SUS MIEMBROS	• Coordinación de elaboración y ejecución de los contratos del GFP, así como de las compras que se efectúan. • Implementación de las políticas que norman la actividad. • Comunicación de las políticas y de las decisiones del Comité de Contrataciones y Compras al GFP.
POLÍTICA PARA EVITAR CONFLICTO DE INTERESES	**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 proceso. - No pueden recibir regalos de los proveedores por un valor superior a los USD 30.00. **Propuestas en concurso 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 CONTRATACIÓN Y COMPRAS

- **SELECCIÓN PROVEEDORES:** Montos de aprobación bajo su responsabilidad.

- **SESIONES:** Frecuencia semanal (al menos).

- **APROBACIONES URGENTES EN CASO DE AUSENCIA DE QUÓRUM:** Otorgadas por el Gerente de Finanzas. Definiciones comunicadas a la Comisión en la siguiente reunión que se realice.

NUESTROS PROVEEDORES, DURANTE EL 2011

En el 2011 empleamos USD 43,427,496.53 en compras y contratos de servicios.

BASE DE PROVEEDORES CALIFICADOS 2011 100% DE ORIGEN NACIONAL

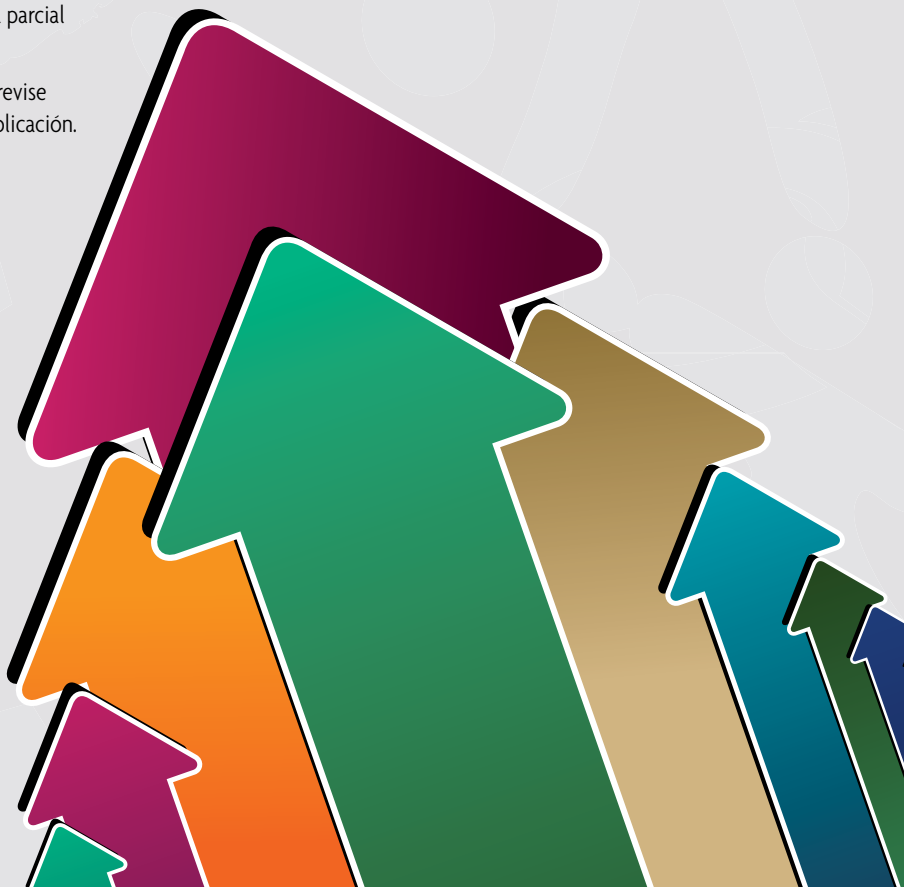
SERVICIOS EXTERNOS	71%
PUBLICIDAD	7%
ARRIENDOS	8%
MANTENIMIENTO	10%
SUMINISTROS	4%

TABLA DE INDICADORES GRI RESUMIDA

SECCIÓN DE INDICADORES	PÁGINA
Perfil de la Organización	6,7, 12-21,24-45, 48,52-53
Desempeño Económico	16-18, 39-40, 44-45, 60, 69-72
Desempeño Ambiental	65-66
Desempeño de Prácticas Laborales y Ética del Trabajo	26, 43-45, 39-41, 37-39
Desempeño de Derechos Humanos	41-45
Desempeño de Sociedad	32-33, 60
Desempeño sobre la responsabilidad sobre Productos	32, 48-56
Suplemento sobre el sector de Servicios Financieros Incluye Indicadores Ambientales, Gestión de la Responsabilidad Corporativa, Desempeño Social Interno, Desempeño a la Sociedad, entre otros	26, 33, 35-37, 41-45, 48-53, 56,61-67, 69-72

De los 170 Indicadores el 75% se encuentra parcial o totalmente implementado.

Para ver la tabla completa de Indicadores revise el disco compacto que acompaña esta publicación.



Deloitte.

Deloitte & Touche
Av. Amazonas N3517
Telf: (593 2) 381 5100
Quito - Ecuador

Tulcán 803
Telf: (593 4) 370 0100
Guayaquil - Ecuador
www.deloitte.com/ec

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DE LA MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL 2011

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

Alcance de nuestra revisión

Hemos realizado la verificación de la Memoria de Responsabilidad Social (MRS) 2011 del Grupo Financiero Producción (GFP o el grupo) Nuestro trabajo ha consistido en revisar:

- La adaptación de los contenidos de la Memorial de Responsabilidad Social - MRS a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative - GRI Versión 3.0 (G3).
- La información proporcionada en la MRS 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 MRS sobre el grado de avance de los objetivos en Responsabilidad Corporativa del ejercicio 2011.

El alcance de nuestro trabajo, se refiere a la información correspondiente al ejercicio 2011.

Responsabilidad del Grupo por la Memoria de Responsabilidad Social

La preparación de la Memoria de Responsabilidad Social, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Dirección 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 basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Conozca en www.deloitte.com/ec/conozcanos la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu limited y sus firmas miembro.

Member of Deloitte Touche Tohmatsu

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma Internacional de Trabajos para Atestiguar ISAE 3000 Trabajos para Atestiguar distintos de Auditorías o Revisiones de Información Financiera Histórica emitida por la Junta de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (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 de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas Áreas y Unidades de Negocio del Grupo Financiero Producción que han participado en la elaboración de la MRS, 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 MRS.
- 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 MRS 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 MRS.
- 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 MRS no contradice ninguna información relevante suministrada por el Grupo.
- Análisis de la adaptación de los contenidos de la MRS a los recomendados en la Guía G3 y comprobación de que los indicadores centrales correspondan con los recomendados por la Guía G3 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 incluida en la MRS y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Grupo.
- Para ciertos indicadores clave 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 Federación Internacional de Contadores.

Conclusiones

En el capítulo "Índice GRI" de la MRS 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 MRS contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo a las directrices de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative Versión 3.0 (G3).

Asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que Grupo Financiero Producción 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 MRS 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 Grupo Financiero Producción y sus grupos de interés.
- Capacidad de respuesta: Grupo Financiero Producción 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 Social para el ejercicio 2011 contenga errores significativos.

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

Observaciones y Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Dirección del Grupo Financiero Producción nuestras recomendaciones relativas a los aspectos de mejora en la gestión de la Responsabilidad Social.
Las recomendaciones más relevantes, la cuales no modifican las conclusiones expresadas en el presente informe son las siguientes:

Estudio de Materialidad

Recomendamos que se realice un Estudio de Materialidad alineado a los compromisos de Responsabilidad Corporativa del Grupo y los principios que rigen el Global Reporting Initiative - GRI. Es necesario efectuar un análisis de asuntos relevantes tanto para el GFP como para sus Grupos de Interés y las posibles medidas que potencien una mejor relación entre los mismos.

Herramientas de Medición

Es recomendable la aplicación de las guías de Indicadores GRI en sus versiones más recientes a fin de reflejar un progreso en el programa de Responsabilidad Corporativa del Grupo.

Deloitte & Touche

Quito, Junio 15, 2012

Jorge Brito
Licencia No. 21540

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PRODUBANCO 2011

Este CD contiene:

Testimonios de Representantes de Nuestros Grupos de Interés
Memoria de Responsabilidad Social 2011 (versión completa PDF)
E-book Memoria de Responsabilidad Social 2011

PRODUBANCO

PRODUBANK
PANAMA

PRODUFONDOS

PRODUVALORES

PRODUSEGUROS

PRODURENTING

servipagos
Fácilmente

www.produbanco.com

/produbanco

@produbancoec