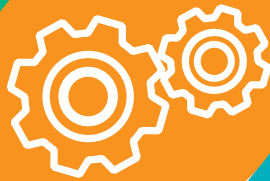


GRUPO FINANCIERO PRODUCCION



memoria2009

Responsabilidad Social

Información

GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN

Coordinación

Finanzas

Edición y Coordinación Diseño

Mercadeo

Diseño Gráfico

Ricardo Stael / STAËL Diseño

Fotografía

Alexis Zurita
Christoph Hirtz
Mimmo Privitera
Shutterstock

Impresión

Artes Gráficas Señal

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 de CO2 emitidos por combustible se utiliza el factor de conversión establecido por 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 DIA (Dirección de Información Académica) de la Pontificia Universidad Católica del 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: Avenida Amazonas N35-211 y Japón,
Edificio Matriz, Quito-Ecuador



El interior de esta Memoria ha sido producido usando papel 100% reciclado.



memoria2009
Responsabilidad Social



Autoevaluación GFP Memoria de Responsabilidad Social: B+

La autoevaluación efectuada por el GFP a la Memoria de Responsabilidad Social 2009, 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.

Nos interesa su opinión sobre esta publicación.

Luego de revisar el contenido de su interés, por favor complete esta encuesta y háganosla llegar.

Envíenos las observaciones y comentarios que esta edición de nuestra Memoria de Responsabilidad Social le merezca por el medio de su preferencia: vía e-mail a la dirección rse@produbanco.com; al fax (593-2) 299-9000 opción 9, extensión 2622, o por correo a la casilla 17-03-38A.

1. ¿A qué grupo de los que a continuación se detalla pertenece usted?

- Accionistas
- Empleados / Colaboradores
- Proveedores
- Clientes
- Instituciones reguladoras
- Empresas del sector
- Medio de comunicación
- Público en general
- Otro, por favor especificar

2. Escoja las tres secciones de la Memoria de Responsabilidad Social que le parecieron más relevantes. A esas tres asígneles una prioridad siendo 1 la más importante.

- Introducción del Presidente del Directorio
- Carta del Presidente del GFP
- Acerca del Grupo
- Nuestros Accionistas
- Nuestra Gente
- Nuestros Clientes
- Nuestra Comunidad
- Nuestros Proveedores

3. Califique las siguientes características del informe (marcar solo una preferencia en cada caso).

Extensión (cantidad de información presentada)

- Excesiva
- Apropia
- Insuficiente

Utilidad (satisfacción de expectativas en cuanto al contenido presentado)

- Satisfactorio
- Insatisfactorio

Presentación/diseño (en relación al formato, infografía, fotografías, estructura, etc.)

- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

Claridad (la información se presenta ordenada y entendible)

- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

4. Si considera que algún dato o información de su interés no ha sido proporcionado, o ha sido insuficiente, indique cuál es y el motivo de su interés. Puede incluir también cualquier comentario o sugerencia adicional.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Si lo desea, puede proporcionarnos sus datos personales:

Nombre:

Empresa a la que representa:

.....

Cargo:

E-Mail:

Teléfono de contacto:

.....



Índice

Introducción del Presidente del Directorio	6
Carta del Presidente Ejecutivo	7
Acerca del Grupo	8
Grupos de Interés	18
Nuestros Accionistas	20
Nuestra Gente	34
Nuestros Clientes	52
Nuestra Comunidad	68
Nuestros Proveedores	84
Tabla de Indicadores	92
Informe de Verificación	105

Introducción del Presidente del Directorio



Han pasado más de 31 años desde que el PRODUBANCO procesó su primera transacción de recepción de depósitos de clientes. Aquel ideal de crear una nueva institución financiera que vaya más allá de la simple prestación de servicios a sus clientes se ha materializado exitosamente. Para aquellos que formamos parte de esta noble institución desde sus orígenes, es un orgullo pertenecer a una entidad que cumple una serie de propósitos loables, todos basados en la vocación de servicio hacia los demás.

Las empresas que forman parte del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN, con el PRODUBANCO a la cabeza, tienen como objetivo generar un nivel de utilidad razonable para sus más de 345 accionistas a través de productos y servicios que satisfagan a nuestros clientes, procesos internos que sean eficientes pero a la vez convenientes para nuestros funcionarios, con relaciones productivas con nuestros proveedores y participando en la comunidad que nos vio nacer y de la cual somos un miembro destacado. Nos interesa que todos aquellos con quienes nos relacionamos conozcan cada día más sobre nuestra institución, no solamente desde la perspectiva de los productos y servicios que brindamos, sino como parte de un entorno más global en el cual nos desenvolvemos activamente.

En los últimos años nos hemos enfocado en intercambiar información frecuentemente con nuestros grupos de interés, tal es así que he tenido el gusto de participar en algunas de estas reuniones donde hemos logrado compartir historias, experiencias y expectativas abiertamente con quienes forman parte del entorno en el que nos desenvolvemos, y los resultados han sido muy enriquecedores. Así mismo la administración del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN ha puesto un énfasis muy particular en un clima laboral positivo al interior de nuestra organización, ya que nuestros funcionarios son la base sobre la cual construimos nuestras relaciones diarias con nuestro entorno.

Nuestros pasos siguen siendo muy firmes y el futuro se presenta lleno de retos muy interesantes. Continuaremos el contacto y reporte de nuestras actividades de manera periódica para lograr el gran objetivo de compenetrarnos cada día más en nuestra comunidad. Les solicitamos muy encarecidamente nos hagan conocer sus comentarios sea en el desprendible al inicio de la memoria o vía email a la dirección rse@produbanco.com, para de esta manera optimizar nuestras interacciones.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, flowing letters that appear to be 'RP'.

Rodrigo Paz Delgado
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

Carta del Presidente Ejecutivo

Para mí es un gusto presentar la tercera memoria de responsabilidad corporativa a todos nuestros accionistas, funcionarios, clientes, proveedores y a la comunidad en general. Esta memoria de responsabilidad social es el vehículo a través del cual el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN demuestra su modelo de administración, el cumplimiento de las obligaciones que tiene para con la sociedad, y la aplicación de los principios básicos que gobiernan a las empresas modernas que se precian de contribuir en la solución de los problemas de nuestras colectividades. El modelo de Administración que impulsamos es abierto, responsable, profesional, y además eficiente en todos los campos en los que interactúa con los diferentes grupos de interés.



El GFP en sus ya más de 30 años de atención ha dado muestras reiteradas del cumplimiento de sus obligaciones tanto con sus funcionarios, con sus accionistas, como con la colectividad; es un pagador puntual de obligaciones tributarias, un cumplidor de sus responsabilidades en los distintos campos de la sociedad y un gran promotor de negocios, y a través de ello un gran generador de empleo. Más allá de lo mencionado, el GFP se ha convertido en un líder indiscutible en el sistema financiero ecuatoriano no solo por sus resultados sino por su constante innovación.

La memoria de responsabilidad es la oportunidad que tienen todos aquellos vinculados a nuestras instituciones para poder comprobar que las distintas facetas de nuestra gestión, sean puramente financieras, vinculadas con nuestros proveedores, en nuestros programas sociales como Su Cambio por el Cambio y FUNDEPORTE, en los apoyos que hacemos a distintas instituciones, en la promoción de la capacitación, en la búsqueda de la excelencia académica de nuestros jóvenes para que se puedan integrar a la actividad productiva del país, son los instrumentos que utilizamos para cumplir precisamente con este precepto básico de la inclusión del GFP en la sociedad ecuatoriana y en las colectividades con las que ésta tiene distintos tipo de relaciones.

El papel de la banca en la sociedad es un papel delicado, es un papel que debe ser jugado con una responsabilidad singular, y en ese sentido el informe que presentamos a continuación se reviste también de particular importancia porque en los distintos campos a través de los cuales se mide la forma cómo la banca conduce sus negocios, el PRODUBANCO y las empresas que forman parte del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN, han demostrado siempre seriedad, seguridad, y fundamentalmente ha recíprocado la confianza que los depositantes han brindado entregándole los recursos para su administración. Este Grupo es un gran promotor de oportunidades, es un promotor del conocimiento, es un promotor del desarrollo de sus funcionarios tanto en su formación como en las diferentes opciones de vida para que mejoren sus metas tanto personales como familiares, siempre con un especial enfoque en un clima laboral favorable.

Espero que esta tercera memoria de responsabilidad social empresarial que abarca consolidadamente los aspectos económicos, sociales y mediambientales de todas las empresas que integran el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN y corresponde a la gestión realizada durante el año 2009, sea del agrado de todos ustedes, la puedan disfrutar igual que lo hemos hecho nosotros al mirar su desarrollo y trabajar en su contenido.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Abelardo Pachano Bertero'. The signature is stylized and fluid.

Abelardo Pachano Bertero
PRESIDENTE EJECUTIVO

Acerca del Grupo

PRODU



A low-angle, upward-looking photograph of a modern building's facade. The building is constructed from light-colored, rectangular panels. A large window with a metal grid is visible on the left side. The sky is a clear, vibrant blue. In the foreground, large, white, three-dimensional letters spell out 'BANCO' on a dark horizontal ledge. The letters are bold and sans-serif, with a slight shadow cast behind them. The overall composition is clean and architectural.

BANCO

QUIÉNES SOMOS

VISIÓN - MISIÓN

El GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN 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 GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN 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



PROBIDAD



PERTENENCIA



PRUDENCIA



RESPONSABILIDAD



CONFIANZA



TRANSPARENCIA



EFICIENCIA

NUESTRAS EMPRESAS

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). Banco ecuatoriano constituido al amparo de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

PRODUBANK PANAMÁ:

Banco con licencia general en la República de Panamá. Constituido bajo las leyes panameñas con el fin de participar en actividades financieras en la República de Panamá y otros países.

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.

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, reporto bursátil y actuar como market-maker.

SERVIPAGOS:

Externalización de Servicios Exsersa S.A. es la red de procesamiento de transacciones. Oficinas y cajeros automáticos para efectuar transacciones de cobro y pago de clientes PRODUBANCO y de terceros financieros y no financieros.

**GRUPO FINANCIERO
PRODUCCION**

PRODUBANCO

PRODUBANK

PRODUFONDOS

PRODUVALORES



OTRAS EMPRESAS EN LAS QUE PARTICIPAMOS

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

EMPRESAS EN LAS QUE PRODUBANCO MANTIENE PARTICIPACIONES MENORES AL 50%

Empresa	Participación	Valor Libros (miles US \$)	Actividad
Plan Automotor Ecuatoriano S.A. (Chevyplan)	40.00%	777	Promotor venta de planes de ahorro programado para la adquisición de vehículos
Medianet S.A.	33.33%	496	Administrador de red de puntos de venta (POS)
Credimatic S.A.	33.33%	408	Procesador de tarjetas de crédito y débito
CTH	19.26%	1,165	Titularización hipotecaria
BANRED S.A.	11.63%	410	Servicios de cajero automático
Otros (*)		433	Varios
TOTAL		3,688	

A DICIEMBRE DEL 2009

PRINCIPALES ASOCIACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES DE LAS QUE FORMAMOS PARTE

FEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE BANCOS – FELABAN
 ASOCIACIÓN DE BANCOS PRIVADOS DEL ECUADOR
 ASOCIACIÓN ADMINISTRADORA DE FONDOS
 ASOCIACIÓN CASAS DE VALORES
 BANKERS CLUB
 INSTITUTO ECUATORIANO PARA EL FINANCIAMIENTO DE LA VIVIENDA “COMPROMISO”
 CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS ECUATORIANO-COLOMBIANA CAMECOL
 CÁMARA DE COMERCIO E INTEGRACIÓN ECUATORIANO-VENEZOLANA
 CÁMARA DE COMERCIO ECUATORIANO-AMERICANA
 CÁMARA DE COMERCIO ECUATORIANO-PERUANA
 CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL

A DICIEMBRE DEL 2009

ALGUNAS CIFRAS IMPORTANTES

NÚMERO DE REPRESENTANTES DE LOS GRUPOS DE INTERÉS A DICIEMBRE 2009

Accionistas	346
Empleados	2.176
Clientes	361.175
Proveedores calificados	206

PRINCIPALES RUBROS DEL BALANCE

A diciembre 2009 nos ubicamos en los primeros lugares del ranking de grupos financieros, lo que demuestra solidez en la gestión anual.

Activo*(millones US\$)	2,149.8
Pasivo(millones US\$)	1,980.9
Patrimonio Contable** (millones US\$)	168.9

(*) Rubros principales que integran el activo: Cartera de Créditos US\$ 835.3 millones; Fondos Disponibles e Inversiones US\$ 1,220.4 millones

(**) Al 29 de marzo de 2010, la Junta General de Accionistas decidió capitalizar US\$ 11 millones de las utilidades del ejercicio 2009 alcanzando un capital suscrito y pagado de US\$ 135 millones.

COBERTURA

Brindamos cobertura nacional a través de canales presenciales y tecnológicos.

Oficinas	127
Cajeros Automáticos	149
Tarjetas Banca en línea (tarjeta de acceso a los canales tecnológicos del GFP)	198.801

RIESGOS Y OPORTUNIDADES

En Ecuador el año 2009 experimentó una desaceleración económica que afectó principalmente a los sectores real y externo de la economía, lo que sumado a la adversidad en la que opera el sector productivo y la rigidez del mercado laboral, generaron el deterioro de las condiciones del empleo en el país.

Adicionalmente, se expidieron varias regulaciones que incrementaron la intervención del Estado en el sistema financiero a través de los organismos de control: el Servicio de Rentas Internas (SRI) aplicó un nuevo impuesto sobre los fondos disponibles e inversiones que las instituciones financieras mantienen en el exterior e incrementó el Impuesto a la Salida de Divisas. El Banco Central del Ecuador (BCE) determinó nuevos indicadores para el manejo de liquidez entre los cuales se estableció la obligatoriedad de que parte de los recursos líquidos sean invertidos en diferentes tipos de instrumentos y en entidades del sector público locales; por otro lado, persistió en la fijación de niveles máximos de tasas de interés. La Superintendencia de Bancos definió servicios sin costo, aprobó tarifas máximas y conjuntamente implementó un cambio normativo en el que todo nuevo producto o servicio financiero debe contar con la aprobación de la Junta Bancaria.

En un entorno político y económico complejo, el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN (GFP) demostró altos niveles de eficiencia en el manejo del negocio financiero lo que se plasma en la mejor relación de gastos de personal y operativos sobre el total de activos pasando del 4.6% al 4.3%. Sin embargo, los eventos ya mencionados disminuyeron los ingresos (financieros y operacionales) en mayor medida, por lo que la utilidad neta del GFP se redujo en un 25% frente a la del año precedente.

ESTADO DE RESULTADOS (millones de dólares)

	2008	2009	Variación
Valor Económico Generado (Ingresos)	186.3	163.6	-12%
Clientes	138.1	135.3	-2%
Operación del Negocio	48.1	28.2	-41%
Valor Económico Distribuido (Egresos)	161.3	144.8	-10%
Empleados (sueldos y beneficios)	41.2	39.2	-5%
Clientes (rendimientos pagados en captaciones)	44.6	34.5	-23%
Proveedores (insumos y servicios)	30.5	31.7	4%
Operación del Negocio (gastos tangibles e intangibles)	23.6	17.2	-27%
Impuestos, Tasas y Contribuciones Legales	17.9	20.0	12%
Acreedores (obligaciones financieras)	3.0	2.0	-32%
Comunidad y Medio Ambiente (donaciones y aportes)*	0.5	0.3	-41%
Utilidad del Ejercicio	25.0	18.8	-25%
Utilidad Neta	25.0	18.8	-25%
Aumento de Capital	17.0	11.0	-35%
Reserva Legal	2.8	2.1	-25%
Disponible Accionistas	5.0	7.0	40%

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

Los activos totales crecieron manteniendo sus índices de calidad; esta expansión se financió principalmente por el incremento de captaciones del público lo que refleja la confianza de nuestros clientes. Adicionalmente, se fortaleció la solvencia patrimonial mediante la capitalización de 11 millones de dólares, llegando a registrar un patrimonio técnico constituido sobre los activos y contingentes ponderados por riesgo de 15.3%, valor significativamente superior al requerido del 9%.

BALANCE (millones de dólares)

	2008	2009	Variación
Activo*	2,078.2	2,149.8	3%
Pasivo	1,924.3	1,980.9	3%
Patrimonio Contable**	154.0	168.9	10%

(*) Rubros principales que integran el activo: Cartera de Créditos US\$ 835.3 millones; Fondos Disponibles e Inversiones US\$ 1,220.4 millones

(**) El 29 de marzo de 2010, la Junta General de Accionistas decidió capitalizar US\$ 11 millones de las utilidades del ejercicio 2009 alcanzando un capital suscrito y pagado de US\$ 124 millones.

Al igual que en años anteriores y con base en la opinión de nuestros auditores, el GFP cumple la legislación vigente y los lineamientos previstos por los organismos de control y que se han tomado las medidas para prevenir el lavado de dinero proveniente de actividades ilícitas y del narcotráfico; paralelamente la Unidad de Cumplimiento estableció nuevas políticas y mejoras en los procesos de control de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo.

Durante el 2009, el Comité de Administración Integral de Riesgos supervisó que las estrategias, políticas y procesos adoptados por la Institución estén orientados a una eficiente gestión del riesgo en todos sus ámbitos. Los siguientes indicadores muestran el resultado de la gestión integral de riesgos como parte del modelo de administración del Grupo:

	GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN	TOTAL SISTEMA GRUPOS
SOLVENCIA (Patrimonio Técnico Constituido / Activos y Contingentes Ponderados por Riesgo)	15.33%	13.28%
MOROSIDAD (Cartera Morosa / Cartera Total)	0.81%	3.08%
COBERTURA (Provisiones / Cartera de Crédito Improductiva)	275.83%	212.87%
LIQUIDEZ (Fondos Disponibles y Otros Activos Líquidos / Total Depósitos a Corto Plazo)	55.22%	41.37%

Es importante destacar que la calidad en la gestión del riesgo crediticio se ve reflejada en el índice de morosidad de cartera, el cual alcanzó el 0.81% y constituye el mejor indicador de Grupos Financieros en el sistema financiero nacional. Adicionalmente, la acertada administración se refleja al obtener el primer lugar en el CAMEL(*) de grupos financieros a nivel nacional por tercer año consecutivo.

(*) 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. C(CAPITAL), A (ACTIVOS), M (MANEJO GERENCIAL), E (RENTABILIDAD), L(LIQUIDEZ).

RECONOCIMIENTOS RECIBIDOS DURANTE EL 2009



Banco del Año 2009 del Ecuador

“The Banker”, revista especializada en banca y finanzas, perteneciente al grupo inglés Financial Times, designó a PRODUBANCO como el “Banco del Año 2009 del Ecuador”.



Ekos de Oro 2009, PRODUBANCO el primero entre los Bancos Grandes

PRODUBANCO recibió el primer lugar del sector financiero en la categoría de Bancos Grandes en esta premiación de Revista Ekos, Economía y Negocios. El Premio Ekos de Oro es el reconocimiento a la visión excepcional, persistencia y liderazgo empresarial, a las compañías con mejores resultados financieros en sus respectivos sectores.



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 GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN 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”.



PRODUBANCO entre las Mejores Empresas en Calidad de Servicio

En el Ranking de las Mejores Empresas en Calidad de Servicio de Revista Ekos, PRODUBANCO recibió el primer lugar en la categoría Bancos y el Tercer lugar en la categoría de Servicios Bajo Contrato.

Global Award for Excellence in BPM & Workflow 2008 – América del Sur

Este reconocimiento nos fue conferido por BPM Focus, organización que desde hace 15 años recoge al gremio de empresas bancarias y no bancarias a nivel mundial que manejan el concepto BPM, por la implementación de la “Fábrica de Crédito”, metodología de aprobación de crédito que se apoya en la plataforma tecnológica BPM Bizagi® con el fin de optimizar el proceso de otorgamiento de crédito, desde su evaluación hasta la concesión del financiamiento y su desembolso.



Calificaciones de Riesgo AAA-(ecu) y AA+(ecu)

PRODUBANCO mantuvo durante el 2009 las calificaciones de riesgo otorgadas por Pacific Credit Rating y BankWatch Ratings desde los años 2006 y 2001 respectivamente.

AA+
BankWatch Ratings

AAA-
PCR Pacific Credit Rating

Calificaciones de Riesgo AA(pa)

PRODUBANK Panamá mantuvo durante el 2009 las calificaciones de riesgo otorgadas por Pacific Credit Rating desde el año 2007.

AApa

PRODUVALORES, “Tercer Lugar en la Categoría de Mayor Transacción” y “Tercer Lugar en la Categoría de Mayor Número de Transacciones”

PRODUVALORES, la Casa de Valores del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN recibió estas dos condecoraciones de la Bolsa de Valores de Guayaquil.



Grupos de Interés

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.

LOS GRUPOS DE INTERÉS DEL GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN



**NUESTROS
ACCIONISTAS**



**NUESTRA
GENTE**



**NUESTROS
CLIENTES**



**NUESTRA
COMUNIDAD**



**NUESTROS
PROVEEDORES**

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.





**Nuestros
Accionistas**

**Nuestros accionistas son los visionarios,
convencidos de la importancia de nuestra misión.
Estamos comprometidos en la generación de resultados
positivos.**

**Caminamos
de la mano.
Estamos en
contacto
permanente
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.
- Reuniones 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, 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 toma de decisiones.
- Administración considerando los intereses de los diferentes grupos de interés.

Concentramos nuestros esfuerzos
para el crecimiento y bienestar de este
grupo de interés en

CONSTRUIR UN FUTURO SUSTENTABLE



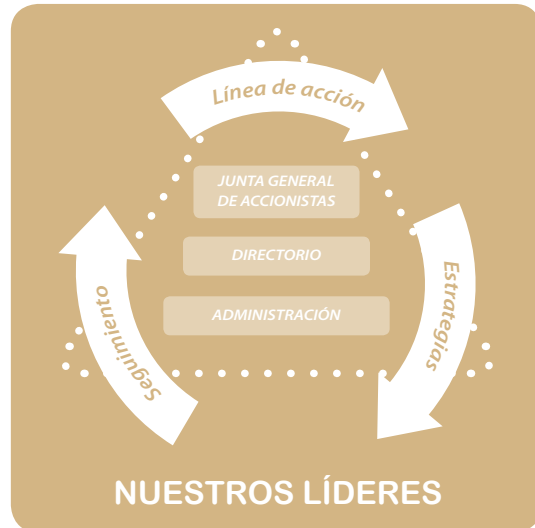
GOBIERNO
CORPORATIVO

PRÁCTICAS
FUNDAMENTALES

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

GOBIERNO CORPORATIVO

Una organización sustentable en el tiempo cuenta con líderes que definen su dirección, que generan estrategias para obtener resultados positivos y dan permanentemente 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 alguno en el GFP. En su ausencia, es reemplazado por el Vicepresidente del Directorio, quien en caso de falta, es sustituido por el miembro del Directorio que la Junta designe.
- **Sesiones Ordinarias:** Reuniones obligatorias celebradas dentro de los 90 días siguientes al cierre de cada ejercicio anual en la oficina Matriz. La convocatoria es efectuada por el Presidente del Directorio o por el Presidente Ejecutivo mediante aviso publicado en uno de los periódicos de mayor circulación de la ciudad de Quito con anticipación de por lo menos 15 días del fijado para la reunión, 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 cuando menos el veinte y cinco por ciento del capital social.

- **Las decisiones:** Son obligatorias incluso para los accionistas que no hayan concurrido. Son tomadas 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, para lo cual la Junta adopta el sistema de elección denominado del factor, que consiste en que cada accionista tendrá el derecho al 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 de ellos. Se consideran elegidos los que reciban el más alto número de votos. Este sistema se aplicará cuando no exista unanimidad en la designación de los Directores.
- **Comunicación:** Las decisiones de la Junta General de Accionistas son transmitidas al Directorio por su Presidente en las sesiones ordinarias que este órgano de Gobierno Corporativo mantiene.

NUESTRO DIRECTORIO



De izquierda a derecha: Fernando Romo, Miguel Barra, Juan González, Eduardo Ortega, Fred Larreátegui, Abelardo Pachano, Rodrigo Paz, Fuad Misle, Narciso Attía, Kurt Donath, Alberto Bustamante.

El señor Rodrigo Paz Delgado es nuestro mentalizador, quien conformó en 1978 un grupo de accionistas pertenecientes a diversos sectores productivos y geográficos del país para crear PRODUBANCO con un capital equivalente a 4 millones de dólares a esa fecha. La experiencia del señor Paz abarca el sector público y privado, y su acertada visión en varios campos le ha llevado a ser reconocido a nivel internacional como el mejor empresario del Ecuador.

DIRECTORES PRINCIPALES

(corte a abril 2010)

Rodrigo Paz Delgado (*Presidente*)
Fuad Misle Zaidán (*Vicepresidente*)
Narciso Attía Galante
Alberto Bustamante Chalela
Juan González Portes

DIRECTORES ALTERNOS

(corte a abril 2010)

Eduardo Ortega Gómez (*Director, Presidente Consejo Consultivo Guayaquil*)
Miguel Barra Castells
Fernando Romo Proaño
Kurt Donath Gallus
Fred Larreátegui Russo

• Designación Integrantes:

Sus miembros son elegidos por la Junta General de Accionistas previa calificación de la Superintendencia de Bancos y Seguros. Su designación dura 2 años.

• Perfil Directorio:

Está conformado por diez hombres de diversos orígenes empresariales y geográficos del país: 5 directores principales (independientes de la Administración) y 5 directores alternos.

• Sesiones:

Mensualmente 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 del GFP:

El Directorio designa delegados que forman parte de comités estratégicos que se involucran en la gestión del GFP. Existen actualmente 20 comités que se integran con miembros del Directorio y ejecutivos de la compañía:

COMITÉ	INTEGRANTES	FUNCIÓN
Comité de Presidencia	Presidente Ejecutivo Presidente del Consejo Consultivo de Guayaquil Vicepresidentes Ejecutivo, de Negocio, Soporte y Staff	Revisar periódicamente la evolución de los temas administrativos y de negocio. Comunicación de las decisiones estratégicas a las diferentes áreas del GFP.
Comité de Liquidez (ALCO)	Presidente Ejecutivo Vicepresidentes Ejecutivo, de Negocio y Staff	Definir y dar seguimiento a la ejecución de políticas de liquidez; determinar tasas y realizar análisis de situación y perspectiva de activos y pasivos.
Comité de Administración Integral de Riesgos	Miembro del Directorio Presidente Ejecutivo Vicepresidentes Ejecutivo, de Soporte, de Staff y PRODUBANK Panamá Gerente de la Unidad Integral de Riesgos	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.
Comité de Inversión de PRODUBANCO y PRODUBANK	Presidente del Directorio Presidente Ejecutivo Vicepresidentes Ejecutivo, de Riesgos, de Staff y Banca Patrimonial	Analizar la situación macroeconómica. Revisión de cupos y exposición de inversiones con las diferentes contrapartes financieras del GFP.
Comité de inversiones PRODUFONDOS	Presidente del Directorio Presidente Ejecutivo Vicepresidentes Ejecutivo, de Staff, Riesgos, Banca Privada y Banca Patrimonial Funcionarios de PRODUFONDOS	Revisar y aprobar cupos y la composición de fondos y fideicomisos con las atribuciones y obligaciones de la norma.
Comité de Auditoría	2 Miembros del Directorio 1 Delegado Externo Vicepresidente Ejecutivo Auditor Interno Gerente de Auditoría	Aprobar, coordinar y dar seguimiento al cumplimiento de la estrategia y de los controles internos.
Comité de Cumplimiento	Director del Banco Vicepresidentes Ejecutivo, de Soporte y de Legal Auditor Interno Oficial de Cumplimiento Funcionarios Unidad de Cumplimiento	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.

COMITÉ	INTEGRANTES	FUNCIÓN
Calificación de Cartera y Contingentes	Vicepresidente del Directorio Vicepresidente Ejecutivo Vicepresidentes de Riesgos, Banca Corporativa y Empresarial, Operaciones y Tecnología Auditor Interno Gerente de Control, Seguimiento y Evaluación	Conocer, diseñar y proponer estrategias de los reportes de la calificación de riesgos y contingentes, su evolución temporal y someterlos a aprobación del Directorio.
Comité de Crédito Corporativo / Empresarial	Presidente Ejecutivo Presidente Consejo Consultivo de Guayaquil Vicepresidentes Ejecutivo, Corporativo y Empresarial, y de Riesgos Gerentes y Ejecutivos de Banca Corporativa y Empresarial Gerentes de Riesgos Delegado Mercado de Banca Patrimonial Delegado Departamento Legal	Definir, revisar y aprobar créditos corporativos y empresariales de acuerdo a las políticas de crédito para el segmento corporativo y empresarial dentro de su nivel de aprobación.
Comité de Crédito de Consumo	Vicepresidentes de Riesgos y Banca de Consumo Gerentes de Riesgos Quito y Guayaquil Gerentes de Zona y Ejecutivos de Banca de Consumo	Definir, revisar y aprobar créditos de consumo de acuerdo a las políticas de crédito para el segmento de consumo dentro de su nivel de aprobación.
Comité de Cobranzas	1 Miembro del Directorio Vicepresidentes Ejecutivo, 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.
Comité de Consejos Consultivos	Presidente Comisión delegado Miembros Nominados Vicepresidentes de Negocios y Riesgos Gerentes Banca de Consumo y de Sucursales	Revisar la estrategia comercial y los resultados de la plaza.
Comité de Continuidad	Vicepresidente Ejecutivo Vicepresidentes de Soporte, de Banca de Consumo y de Eficiencia y Productividad Auditor Interno Delegado de Riesgos Coordinadora	Diseñar, proponer, medir y analizar procesos y procedimientos, de acuerdo con el lineamiento estratégico de continuidad del negocio acorde a la estrategia del GFP.
Comité de Contratación 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.
Comité de Calidad de Servicios	Presidente Ejecutivo Vicepresidentes Ejecutivo, de Negocio, Soporte y Staff Gerente de Mercadeo	Analizar el nivel y percepción de servicio del GFP y de los clientes internos y las acciones correctivas a adoptar.

COMITÉ	INTEGRANTES	FUNCIÓN
Comité de Tecnología	Presidente Ejecutivo Vicepresidentes Ejecutivo, de Negocios, Soporte y Staff	Establecer los lineamientos estratégicos de tecnología en el Grupo en función de las necesidades del negocio.
Comité de Eficiencia	Vicepresidentes de Negocios, Soporte y Staff Gerentes de Eficiencia y Productividad	Revisar el avance de los proyectos de la mejora de la eficiencia y productividad.
Comité Fiduciario	Presidente Ejecutivo Vicepresidentes Ejecutivo, de Riesgos y Banca Patrimonial Gerentes y Ejecutivos de PRODUFONDOS Asesor Legal de Fiducia	Revisar y admitir la evolución del negocio fiduciario y nuevos fideicomisos acorde a las políticas pertinentes.
Comité de Seguridad y Salud	3 representantes del empleador 3 representantes de los colaboradores	Revisar los resultados de las investigaciones sobre prevención de riesgos y realizar inspecciones de áreas de trabajo.
Comité de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	Vicepresidente de Eficiencia y Productividad Vicepresidente y Gerente Recursos Humanos Gerente y Ejecutivo de Control Financiero Gerente y Subgerente de Mercadeo	Impulsar y coordinar estrategias relativas a la difusión de la cultura de responsabilidad social en la organización.

Las recomendaciones e indicaciones que el Directorio requiera proporcionar a la Administración se exponen durante la sesión para que les sean transmitidas por los representantes correspondientes en los comités estratégicos. De igual manera, los temas que deben ser revisados por la Junta, son comunicados mediante informes gerenciales preparados por parte de sus respectivos delegados.

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

El GFP se divide en tres tipos de unidades:

Negocio. Aquellas conformadas para atender las necesidades de los clientes de los distintos segmentos.

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

Staff. Áreas de análisis y control que ejecutan seguimiento a la actividad del Grupo.

MIEMBROS DE LA ADMINISTRACIÓN DEL GFP (corte a abril 2010)



Abelardo Pachano Bertero
Presidente Ejecutivo

Experiencia Sector Privado
Sector Financiero, 23 años

Experiencia Sector Público
Sector Petrolero, 2 años
Sector Comunicación, 13 años
Sector Financiero, 17 años

Experiencia ONGS
ODNA - UNICEF, 8 años
OPF, 10 años
FECD, 20 años



Fernando Vivero Loza
Vicepresidente Ejecutivo,
Administrativo y
de Recursos Humanos
Unidad de Soporte

Experiencia Sector Privado
Sector Comercial, 2 años
Sector Industrial, 2 años
Sector Financiero, 40 años

Experiencia Sector Público
Junta Monetaria, 4 años



Joaquín Morillo Paimann
Vicepresidente de Riesgos
Unidad de Soporte

Experiencia Sector Privado
Sector Seguros, 2 años
Consultor, 3 años
Sector Educativo, 5 años
Sector Financiero, 13 años

Experiencia Sector Público
Director CONAM, 1 año



María Dolores Prócel Intriago
Subgerente Servicio al Cliente
Unidad de Soporte

Experiencia Sector Privado
Sector Financiero, 16 años



Guillermo Moreano Guerra
Vicepresidente de Operaciones
y Tecnología
Unidad de Soporte

Experiencia Sector Privado
Industria Automotriz, 1 año
Sector Financiero, 15 años



Luis Pachano Estupiñán
Vicepresidente Tesorería
Unidad de Negocio - Soporte

Experiencia Sector Privado
 Sector Educativo, 2 años
 Sector Financiero, 19 años



Gustavo Palacios Vega
Vicepresidente de Banca
Corporativa y Empresarial
Unidad de Negocio

Experiencia Sector Privado
 Sector Educativo, 1 año
 Auditoría, 2 años
 Sector Comercial, 4 años
 Sector Financiero, 19 años



Carlos Solano de la Sala
Vicepresidente de Banca
Transaccional
Unidad de Negocio

Experiencia Sector Privado
 Industria de Alimentos y Bebidas, 5 años
 Sector Comercial, 9 años
 Sector Financiero, 12 años



Guillermo Vilac Ramírez
Vicepresidente Banca de
Consumo
Unidad de Negocio

Experiencia Sector Privado
 Sector Financiero, 29 años



Guido Orrico Real
Auditor Interno
Unidad de Staff

Experiencia Sector Privado
 Sector Financiero, 28 años



José Samaniego Ponce
Vicepresidente de Banca
Patrimonial
Unidad de Negocio

Experiencia Sector Privado
 Sector Educativo, 10 años
 Sector Financiero, 20 años



Angelo de Castro Vallejo
Oficial de Cumplimiento
Unidad de Staff

Experiencia Sector Privado
 Sector Financiero, 20 años



Marcela Barberis Passoni
Vicepresidenta Asesoría Legal
Unidad de Staff

Experiencia Sector Privado
 Sector Educativo, 10 años
 Sector Financiero, 30 años

Experiencia Sector Público
 Ilustre Municipio de Quito, 4 años



José Ricaurte Vela
Vicepresidente de Eficiencia
y Productividad
Unidad de Staff

Experiencia Sector Privado
 Sector Educativo, 6 años
 Sector Comercial, 6 años
 Sector Financiero, 12 años



Javier Velasco Pimentel
Vicepresidente de Finanzas
Unidad de Staff

Experiencia Sector Privado
 Sector Comercial, 2 años
 Sector Educativo, 6 años
 Sector Financiero, 19 años

PRÁCTICAS FUNDAMENTALES DE NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO

- **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**, ya que 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 las 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. Un gran avance presentó el desarrollo de productos financieros específicos al mercado automotriz del país. Con este fin, en el año 2009 continuamos utilizando la metodología de control de cambios que permite evaluar las prioridades institucionales, mitigar el riesgo inherente a cualquier cambio y mantener un registro histórico de las modificaciones. El control sobre los cambios en la organización minimiza el riesgo y además permite

mantener una base documental de las diferentes iniciativas para tener un registro histórico y una organización no dependiente de personas específicas sino de sí misma.

- **Cumplimiento de las normas establecidas** en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, Resoluciones de 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 destacan 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 interés** 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.

- **Seguimiento periódico para identificar posibles conflictos de interés.** Durante el último trimestre del 2009 se realizó el proceso de actualización de datos de todos los colaboradores del GFP, documento que se ha completado a través del portal de Recursos Humanos, que incluye tanto la firma del colaborador como la de su jefatura inmediata y 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**

a 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 Grupo como el Reglamento Interno de Trabajo. Durante el año 2009 se ha mantenido el enfoque para brindar un servicio seguro y eficiente. Desde su incorporación, todos los colaboradores reciben capacitación del 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 sector económico-financiero**

acudiendo a 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 2009, nuestra Unidad de Cumplimiento ejecutó eficazmente su plan de trabajo y de capacitación aprobado por el Comité de Cumplimiento, 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”, con el fin de detectar, analizar, controlar, monitorear y reportar de ser el caso, 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 sea objeto de utilización para la concreción de este delito.

Adicionalmente mantenemos una gestión y monitoreo de los requerimientos y reclamos a través de nuestra área de Servicio al Cliente y el Comité de Calidad y Servicios, lo que nos genera oportunidades de mejora continua.





UN VISTAZO A NUESTRA COMPOSICIÓN ACCIONARIA 2009

La estructura accionaria de PRODUBANCO se refleja en el siguiente cuadro:

COMPOSICIÓN ACCIONARIA DE PRODUBANCO (Entidad cabeza de Grupo) a diciembre del 2009

NOMBRE	PORCENTAJE
<i>Grupo Inmoholdings Inc.</i>	42.01%
<i>Grupo Hnos. Malo</i>	12.09%
<i>Grupo Bustamante</i>	8.07%
<i>Grupo Sevilla - Martínez</i>	6.08%
<i>Fondo Administrado Inversión Leal I</i>	5.90%
<i>Grupo Deller</i>	5.01%
<i>Grupo Páez</i>	2.56%
<i>Varios (menores del 2%)</i>	18.27%
TOTAL	100.00%

PRODUBANCO no tiene estructura directiva unitaria; ninguna persona o grupo tiene una participación igual o superior al 50%. Durante el 2009 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 contacto permanente a través de

- Equipos de trabajo de 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 y concurso PRODUIDEAS.
- Boletines y mensajes por correo electrónico.
- Reuniones con representantes del Grupo de Interés que se realizan al menos una vez al año.

Los intereses y expectativas de nuestra gente

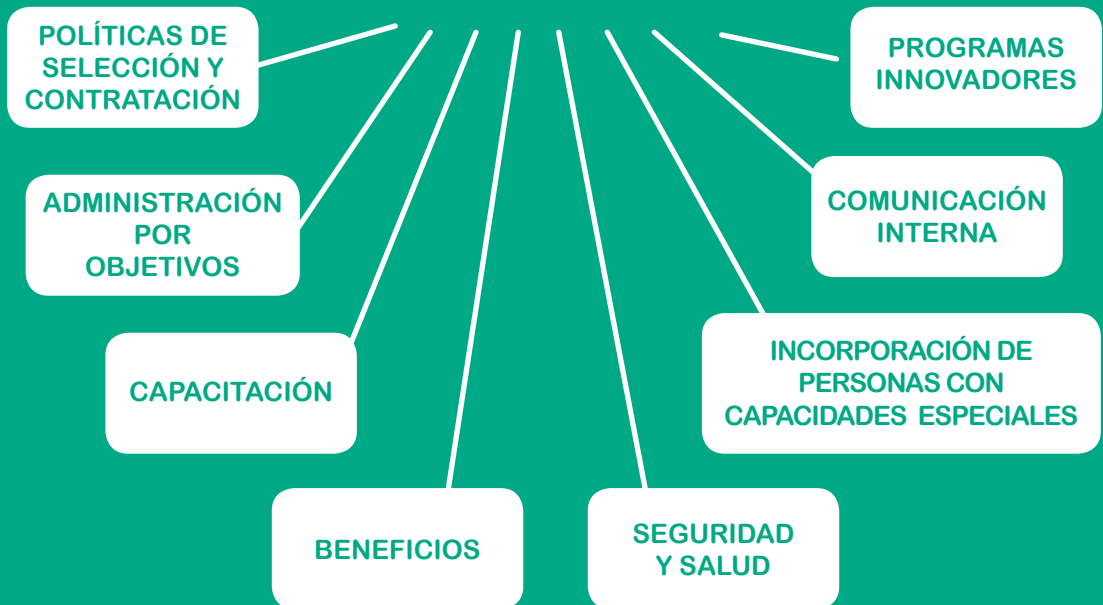
- Mejorar condiciones de vida (equilibrio vida - trabajo).
- Bienestar y desarrollo.
- Pertenecer a una empresa de buena reputación en el mercado.
- Desarrollo de carrera y capacitación.
- Salarios equitativos y competitivos con el mercado.
- Condiciones e instalaciones físicas adecuadas.
- Seguridad y salud laboral.
- Comunicación de puertas abiertas.
- Participación directa en programas con la comunidad de índole social, cultural, deportivo, medioambiental, 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 Back up'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 del Grupo 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.

Concentramos nuestros esfuerzos
para el crecimiento y bienestar de este
grupo de interés en el

CLIMA LABORAL



CLIMA LABORAL – SU FUNDAMENTO

El clima laboral es un factor clave dentro la Institución. Estamos convencidos de que este incide directamente en la satisfacción del colaborador y consecuentemente en su buen desempeño y resultados.

El GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN maneja este tema en forma integral, realizando gestión en todos los ámbitos que se encuentran plasmados en lo que denominamos “El Círculo del Crecimiento”.



Con el propósito de mantener una mejora continua en todos los aspectos involucrados, por tercer año consecutivo se realizó la medición de ambiente laboral a través de Great Place to Work para de acuerdo a los resultados, desarrollar planes concretos de aplicación.

POLÍTICAS DE CONTRATACIÓN, SELECCIÓN, CONVIVENCIA EN RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS

Cumplimos con las disposiciones legales establecidas en el Código del Trabajo y Leyes del IESS

Mantenemos reglamentos y políticas internas que establecen reglas de convivencia basadas en respeto y equidad. Nuestras políticas son aplicadas tanto en personal fijo como en personal 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)

Establece que los miembros del GFP son los primeros en participar de los procesos de selección para cubrir vacantes en las diferentes áreas, apoyando de esta manera su crecimiento profesional y el desarrollo de su carrera 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, y lograr un ambiente laboral sano.

Fácil Acceso para Personas con Capacidades Especiales

Práctica incorporada tanto en remodelaciones y adecuaciones como en proyectos de construcción de nuevas instalaciones para la eliminación de barreras arquitectónicas.

Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional

Se realizó una revisión de la primera propuesta, la misma que nuevamente se presentará en conjunto con los listados de los miembros al Ministerio de Trabajo para que emita su aprobación.

Encuesta de Valoración de Ambiente Laboral (realizada por tercer año consecutivo)

La metodología empleada en esta medición garantiza absoluta confidencialidad y por lo tanto, libertad para comentar sobre fortalezas y oportunidades de mejora.

ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS

Este sistema tiene como fin 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 base en objetivos acordados con su jefatura y establecidos de acuerdo a su ámbito de acción y responsabilidad.

Velamos porque nuestros beneficios sean equitativos tanto internamente como frente al mercado.

Atado 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: UN PILAR QUE GENERA BIENESTAR PARA EL PERSONAL Y LA ORGANIZACIÓN

HORAS, INVERSIÓN, BENEFICIARIOS

Inversión Anual:
US \$303,842.13

Valor incluye ahorro generado por la financiación de programas a través del CNCF y por convenios con Universidades (por donación de impuesto a la renta).

Beneficiarios:
1.729 personas

(79% del total de empleados) Estos programas se impartieron con mayor énfasis a nivel de mandos medios: ejecutivos y subgerentes (49%), y asistentes y cajeros (45%).

Horas de Capacitación:
35.061 horas

Promedio hora por persona de los participantes:

20.28 horas

Promedio hora por persona (del total de colaboradores del GFP) : **16.11 horas**

Enfoque en Crecimiento Profesional y Personal:

El **97%** de las capacitaciones tuvieron énfasis en aspectos aptitudinales.

CURSOS IMPARTIDOS

Escuela de Liderazgo:

Proceso de formación integral enfocado en los mandos medios del área de tecnología que otorga herramientas para fortalecer sus competencias de dirección, relación y liderazgo, optimizando los resultados de su equipo e incentivando el desarrollo y crecimiento de los miembros. Participaron 24 líderes en un proceso de 72 horas por persona.

Desarrollo de Habilidades:

Proceso de formación integral enfocado en el área de tecnología que complementa su formación técnica con el desarrollo de competencias claves como el trabajo en equipo y comunicación. Participaron 95 personas con una duración de 46 horas por cada una.

Atención al Cliente:

Proceso en el que participaron 144 colaboradores a nivel país. Fue dictado al personal de Cajas del área de Canales de SERVIPAGOS.

Escuela de Ventas:

Proceso en el que participaron 127 colaboradores de Banca de Consumo y Banca Transaccional con el objetivo

de desarrollar competencias que les permita potenciar su gestión.

Taller de Lenguaje de Señas:

Con el objetivo de sensibilizar y brindar un mejor servicio a las personas con capacidades diferentes se capacitó a una persona de cada agencia. Participaron 19 personas en Quito.

APOYO ACADÉMICO 2009

Se realizó un convenio con la UDLA para realizar un Certificado de Evaluación de Mercados Financieros y Estrategias de Inversión en el que participaron 30 funcionarios del Banco de diferentes áreas.

Mantenemos un convenio con la UTPL a través del cual se han beneficiado 51 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 a políticas establecidas.

BENEFICIOS



Controles Médicos Preventivos. 1.829 empleados participaron en este tipo de exámenes durante el 2009. ■



Seguro de Asistencia Médica que 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 2009 fueron atendidos 6.290 colaboradores y 801 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. ▲■



Complejo vacacional en las playas de Atacames (Esmeraldas) para que nuestros empleados puedan disfrutar de su tiempo de descanso en familia. Aproximadamente 4.040 personas entre empleados y familiares utilizaron las facilidades del complejo del Grupo en el año 2009. La valoración al 31 de diciembre del 2009 es US\$ 740,893 y anualmente el Grupo realiza una inversión superior a los US\$ 18,000 en su mantenimiento. ▲■



Colonia Vacacional. Durante la temporada de vacaciones ofrecemos jornadas de recreación a disposición de los hijos de nuestros colaboradores. ●

● NO APLICA PARA PRODUBANK, ▲ NO APLICA PARA SERVIPAGOS, ■ NO APLICA PARA PERSONAL EVENTUAL



Ayuda Económica para las Guarderías de los hijos de hasta 5 años del personal femenino. En el 2009 gozaron de este beneficio 63 funcionarias. ▲■



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 trabajo, de acuerdo 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. ▲



Uniformes. Los cajeros, personal femenino y mensajeros del GFP reciben uniformes sin costo alguno.



Préstamos. Durante el 2009 se otorgaron créditos a 204 empleados que solicitaron créditos hipotecarios y de consumo por un valor total de US\$ 1,495,585.50. ■



Tiempo Compensatorio. En los casos en los que los ejecutivos trabajen jornadas inusualmente prolongadas por extensos periodos, 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 \$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: *Telefonía Celular:* 906 empleados se benefician con 1.593 líneas asignadas. *Seguro de Vehículos:* 330 empleados utilizan este beneficio (418 vehículos asegurados). ■



Transporte Puerta a Puerta para el personal que labora después de las 20h00, 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 a los empleados que cumplen 5, 10, 15, 20, 25, 30 años. ■



Servicio de Terapias Anti Estrés a través de Grupo Serenidad. En el año 2009, fueron 93 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 2009 benefició a 2.747 empleados y ex-empleados con 3.400 cargas. Adicionalmente, los empleados de servicios complementarios que participaron en el reparto sumaron 662 personas más 1.082 cargas.



Descuento en compra de vehículos. A través de un contrato firmado con ECUA-AUTO a partir de septiembre del 2008, los funcionarios y sus familiares hasta 1er. grado de consanguinidad se beneficiaron de un descuento de entre el 1% al 5% en la compra de vehículos Chevrolet.

● NO APLICA PARA PRODUBANK, ▲ NO APLICA PARA SERVIPAGOS, ■ NO APLICA PARA PERSONAL EVENTUAL

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

Nos interesa la salud y el bienestar de nuestra gente. Por ello, durante el 2009 formalizamos el Comité de Seguridad y Salud Ocupacional conformado por el grupo de trabajo responsable del desarrollo e implementación del Sistema de Gestión.

Ratificamos que las prácticas, políticas y procedimientos del GFP están enfocados en una cultura de prevención de la salud, por lo que todos nuestros empleados cuentan con un seguro médico privado de vida y asistencia médica cuyo costo es asumido en un 70% por las empresas del Grupo.

En cuanto a seguridad física ejecutamos 12 simulacros de evacuación en las oficinas de Quito y Guayaquil, con la finalidad de continuar formando la cultura de seguridad y prevención. Además se realizaron 3 talleres para brigadistas, dos en la ciudad de Quito y uno en Guayaquil, con la participación de 70 personas.

INCORPORACIÓN DE PERSONAS CON CAPACIDADES DIFERENTES

Durante el 2009 incorporamos 18 personas con capacidades diferentes, llegando a un total de 52 colaboradores. Definimos políticas y procedimientos encaminados a facilitar su integración.

Llevamos a cabo un proceso de sensibilización en el cual participaron todas las personas del área a la que se incorporó el colaborador, en el que se transmitieron los elementos importantes para la convivencia basados en el valor de cada miembro del equipo y no en sus diferencias o limitaciones. Se realizó la inducción grupal con la participación de 100 personas. Los temas abordados fueron:

- Información general sobre el proceso de inclusión de personas con capacidades diferentes.
- Perfil del nuevo colaborador que ingresa, incluyendo explicación sobre la capacidad diferente del empleado: limitaciones, medicación, necesidades y referentes en caso de emergencia.
- Respuesta a preguntas, inquietudes y requerimientos físicos.

COMUNICACIÓN INTERNA

Con el fin de compartir información continuamos con la emisión bimensual de la revista PRODUNOVEDADES, un sitio web interno realizado por Recursos Humanos y la participación de distintas áreas, en el que se incluyen diversos temas del negocio, artículos de interés, notas de actualidad y crecimiento personal, eventos con los colaboradores, entre otros.

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 año 2009, alrededor de 300 comunicaciones fueron enviadas al Grupo.

Adicionalmente, en el 2009 se difundieron 8 mensajes a través de las pantallas de los equipos de computación de nuestros funcionarios, los mismos que se despliegan el momento de encenderlos.

PROGRAMAS INNOVADORES PARA NUESTROS COLABORADORES



Política “Desayuno con el Presidente”

EN QUÉ CONSISTE: Son convocados a esta actividad 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 de 7h00 a 8h15 en el Edificio Matriz (Presidencia) o en la oficina de la sucursal respectiva. La regla para el evento: no hablar de temas de trabajo.

EL PROPÓSITO: Crear un espacio para la interacción del Grupo con su principal líder, en un ámbito que no sea el laboral.



Política “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.

EL 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.



Política Un Día de Fútbol

EN QUÉ CONSISTE: Uso de las suites en los estadios de la LDU en Quito y de Barcelona en Guayaquil.

EL PROPÓSITO: Facilitar al empleado un momento de diversión con familia y amigos.



Actividades Club de Empleados

El campo de acción del Club de Empleados se consolidó durante el 2009 con la ejecución de una agenda propuesta a nivel local en cada una de las sucursales. Las actividades son variadas y atienden a las inquietudes planteadas por los colaboradores, no solo con actividades sociales y deportivas, sino también solidarias dirigidas a la comunidad. Estas se detallan con mayor profundidad en el capítulo de la Comunidad.



Actividades con impacto en la comunidad

Durante el año 2009 se impulsaron programas de Responsabilidad Social en los cuales interactuamos directamente con la comunidad. Dentro de los principales están la campaña de reforestación en el Parque Las Cuadras y la construcción de viviendas con la Fundación Un Techo para Mi País. Los dos programas se detallan en el capítulo de la Comunidad.



Copa Produbanco

Enfocados en incentivar la motivación y el trabajo en equipo realizamos una nueva edición de la COPA PRODUBANCO, sistema que traslada la emoción y reglas del juego de fútbol a la realidad del Banco, homologándolo a un campeonato deportivo, para lo cual se conformaron equipos (los miembros de cada agencia), un reglamento que fomenta la competencia basada en valores (el “fair play”), metas claramente establecidas y un tablero que recoge los goles y posiciones alcanzadas. En la conformación de equipos tuvo importancia y se valoró la gestión del DT - el jefe de la Agencia - y del corresponsal. El campeonato se jugó durante tres meses a nivel nacional incluyendo a todos los colaboradores pertenecientes a Banca de Consumo y de Operaciones Canales. En busca de generar un ambiente competitivo homogéneo, se realizaron dos campeonatos simultáneos.

- La primera competencia consistió en conformar tres ligas independientes de acuerdo al tamaño de la agencia con una premiación mensual y trimestral acumulada.
- La segunda premiación denominada “La Gran Final” consistía en un esquema que involucre a todas las agencias participantes (sin distinguir ligas), que jueguen en igualdad de condiciones y que ayude a incentivar aún más el trabajo en equipo y la habilidad de la gente para definir estrategias ganadoras.

UN VISTAZO DEMOGRÁFICO A NUESTRA GENTE EN EL 2009

DISTRIBUCIÓN JERÁRQUICA

JERARQUÍA	H	M	TOTAL	EDAD PROMEDIO
EJECUTIVO	306	496	802	33
CAJERO	303	490	793	26
ASISTENTE	176	165	341	33
SUBGERENTE	45	66	111	41
GERENTE	26	31	57	45
MENSAJERO	49	3	52	43
VICEPRESIDENTE	17	3	20	57
TOTAL	922	1.254	2.176	

DISTRIBUCIÓN POR TIEMPO DE SERVICIO Y GÉNERO

SERVICIO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
0-5	659	834	1493
6-10	161	259	420
11-15	34	66	100
16-20	34	47	81
21-25	19	29	48
Más de 26	15	19	34
TOTAL	922	1.254	2.176

El personal que se desvinculó del GFP en el año 2009 tenía en promedio 2,4 años de servicio.

DISTRIBUCIÓN POR EDAD Y GÉNERO

EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
18-25	256	385	641
26-30	251	407	658
31-35	168	227	395
36-40	105	117	222
41-45	70	58	128
46-50	36	29	65
51-55	16	19	35
56 o más	20	12	32
TOTAL	922	1.254	2.176

Promedio general:

5,16 años

Promedio general
excluyendo cajeros:

6,99 años

NIVELES DE EDUCACIÓN

NIVEL	%
UNIVERSITARIO	64%
BACHILLER	3%
TECNÓLOGO	31%
DIPLOMADO Y MAESTRÍA	2%
TOTAL	100%

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	23	35	29	40
COSTA	8	23	7	5
TOTAL	31	58	36	45

**EQUIPO GFP
2009 (GÉNERO)**
2.176 personas

42% hombres
(edad promedio 31 años)

58% mujeres
(edad promedio 30 años)

**SALARIO VS
SALARIO MÍNIMO
VITAL**

25,91%

En el año 2009 la escala mínima salarial del GFP superó en un 25,91% 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.

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

9,15%

108 hombres
y 91 mujeres

**PERSONAS
CON CAPACIDADES
DIFERENTES:**
52 personas

75% hombres
25% mujeres

(18 nuevas posiciones creadas)

**COMPARACIÓN
REMUNERACIÓN
PROMEDIO POR
GÉNERO:**

La remuneración promedio del personal masculino fue superior en

16%

a la del personal femenino.

**VACANTES
CUBIERTAS A TRAVÉS
DE PROMOCIONES Y
ASCENSOS INTERNOS:**

81%

La política "Primero los Nuestros" permitió que durante el 2009 cubriéramos el 81% de las vacantes generadas en el Grupo con personal interno.

TIPOS DE CONTRATO

A diciembre 2009 se mantienen contratos de tipo indefinido, a plazo fijo, o eventual. No se contrata personal de media jornada. Del 100% de personal del GFP, únicamente el 2% tiene relación de dependencia bajo contrato eventual.

**DISTRIBUCIÓN
GEOGRÁFICA**

CIUDAD	TOTAL
AMBATO	72
CAYAMBE	8
CUENCA	75
ESMERALDAS	20
GUAYAQUIL	464
IBARRA	30
LATACUNGA	14
LOJA	20
MACHALA	11
MANTA	28
PANAMÁ	9
PORTOVIEJO	12
QUEVEDO	20
QUITO	1322
RIOBAMBA	21
SALINAS	8
SANTO DOMINGO	42
TOTAL	2.176

**ROTACIÓN
MEDIA
DE EMPLEADOS
(incluyendo personal
de cajas)**

24,22%

240 hombres y 287 mujeres.

TASA DE AUSENTISMO:

2,81%

El aumento en relación al 2,70% del año anterior se genera debido a los días de licencia de paternidad. 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 14.670 de los cuales el 58% (8.518 días) corresponden a maternidad, paternidad, lactancia y licencia por matrimonio.

Del total de personas que se ausentaron (1.134), el 70% (799) presenta como motivo principal enfermedades respiratorias y digestivas, mismas que guardan relación con las primeras causas de morbilidad del país.







**Nuestros
Clientes**

Los clientes son 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 en contacto permanente a través de

- Canales tradicionales y alternativos de comunicación.
- Reuniones 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

- Comité 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.
- Brindar acceso transaccional a zonas rurales a través de las agencias SERVIPAGOS y PAGOÁGIL.
- Procedimientos y adecuaciones físicas en oficinas para atender a personas con capacidades especiales, personas de la tercera edad y embarazadas.
- Focus groups, encuestas y mediciones de satisfacción del cliente.
- Medición de la calidad de servicio en el área de Cajas a través de Q-Matic.
- Capacitación a los colaboradores del Grupo para que puedan guiar satisfactoriamente al cliente en sus inquietudes.

Concentramos nuestros esfuerzos
para el crecimiento y bienestar de este
grupo de interés en el

DESARROLLO DE SOLUCIONES CON EXCELENCIA



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

PRODUCTOS - SERVICIOS

NUEVOS PRODUCTOS 2009

COMERCIO EXTERIOR

Nueva **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.

CASH MANAGEMENT DE PRODUBANK

Solución tecnológica al proceso operativo de Pago de Proveedores que permite realizarlo en efectivo, con crédito en cuenta de PRODUBANK y por medio de transferencia a otras instituciones financieras a través de ACH y al exterior.

CRÉDITO PARA AHORRISTAS

Beneficio adicional para los ahorristas, que brinda al cliente la facilidad de acceder a un **crédito con base en su ahorro**.

FINANCIAMIENTO DE CONSULTORIOS – HOSPITAL DE LOS VALLES

Crédito a médicos de reconocida trayectoria para la adquisición de consultorios en el **Hospital de los Valles**.

CRÉDITO RECARGABLE EN OPERACIONES DE CONSUMO

Crédito que se otorga a **clientes de la Banca de Consumo** que cumplen con condiciones previamente establecidas.

CRÉDITO AUTOMOTRIZ USO PARTICULAR

Financiamiento para la **adquisición de vehículos** de uso particular, en concesionarios seleccionados.

CONSUMO

“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 brindamos acceso a la gama de productos de la banca.

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.

SERVICIO DE ROL DE PAGOS

Solución que **facilita a la empresa el proceso de pago de nómina** de acuerdo a los distintos niveles salariales, proporciona a los empleados cuentas con tarifas accesibles de acuerdo a 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 de PRODUBANCO**.

PLAN NOVIOS

Servicio a través del cual los contrayentes ofrecen a sus invitados la facilidad de realizar los **depósitos en cualquier oficina** del Grupo a nivel nacional sin necesidad de conocer el número de cuenta sino únicamente los apellidos, y permite a los novios contar con información permanente y actualizada de los aportes recibidos.

FÁBRICA DE CRÉDITO

La “Fábrica de Crédito” es un cambio en la **metodología de aprobación de crédito** que se apoya en la plataforma tecnológica Business Process Management de BizAgj®, cuyo objetivo es aumentar la satisfacción de nuestros clientes por la considerable reducción en el tiempo de respuesta a su solicitud de crédito. La herramienta permite gestionar sistemáticamente los procesos de negocio, a través del monitoreo, medición y optimización continua.

Este trabajo fue galardonado con el Global Excellence in Workflow and BPM Award 2008 de América del Sur, la distinción de mayor prestigio a nivel internacional en BPM.

CONSUMO

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 salarios 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 para robo** de la tarjeta Banca en línea.

LOCKBOX

Nuestros clientes que tienen cuenta corriente o de ahorros en PRODUBANK, pueden **recibir depósitos en cheque en los Estados Unidos** en menor tiempo.



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 en algunos de los **locales de la Corporación Favorita**.

TARJETA REGALO VISA DE PRODUBANCO

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 PRODU *Millas*

Programa de bonificación por consumos de los tarjetahabientes MasterCard Gold, Platinum y Black, y de las VISA Gold, Platinum 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.

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, 62.097 tarjetahabientes principales cuentan en su tarjeta con este **seguro cuyo monto se establece en función del cupo** aprobado de la tarjeta. Durante el año 2009 este beneficio fue ejecutado por 70 tarjetahabientes, cubriendo un monto de US \$97,613.08.

CARACTERÍSTICAS DE LOS BENEFICIARIOS DEL SEGURO DE DESGRAVAMEN

Edad	F	M	Total
23-35	12%	19%	31%
36-50	19%	24%	43%
51-65	11%	11%	22%
Más de 65	2%	2%	4%
Total	44%	56%	100%

SOLUCIONES EMPRESARIALES

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 operaciones, automatizar pagos y optimizar los procesos operativos.

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.

SOLUCIONES DIFERENCIADAS

RECAUDACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS A TRAVÉS DE PAGOÁGIL Y PAGOÁGIL EXPRESS

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 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 PRESENCIALES

NÚMERO DE OFICINAS PRODUBANCO: 71

Azuay, Chimborazo, Cotopaxi, Esmeraldas, Guayas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Península de Santa Elena, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas y Tungurahua

NÚMERO DE OFICINAS PRODUBANK: 1

República de Panamá.

NÚMERO DE AGENCIAS SERVIPAGOS: 56

Mismas provincias que PRODUBANCO y además una en El Oro.

NÚMERO DE AGENTES PAGOÁGIL: 31

Quito y Guayaquil.

TRANSACCIONES
PROCESADAS
POR AGENTES
PAGOÁGIL EN EL
2009:

1,5 millones



CANALES TECNOLÓGICOS BANCA ENLÍNEA

CAJEROS AUTOMÁTICOS



1 millón de transacciones promedio al mes.

149 Cajeros Automáticos **PRODUBANCO** y **SERVIPAGOS** en el Ecuador.

Más de 2.900 cajeros **Banred** en el territorio nacional.

Más de 1 millón de cajeros **Cirrus** a nivel mundial 365 días al año.



www.produbanco.com

(web y autoconsultas)

2,2 millones de transacciones promedio al mes.



1700-123-123 ó
(02) 2996-200

(teleasesores y servicio automático)

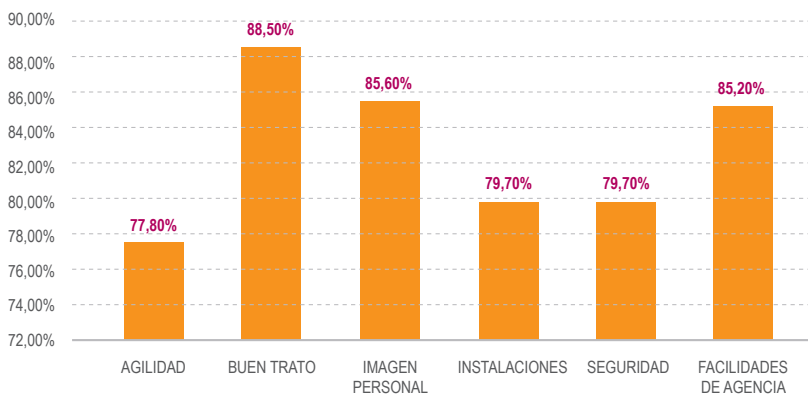
96 mil transacciones promedio al mes.

GESTIÓN DE CALIDAD

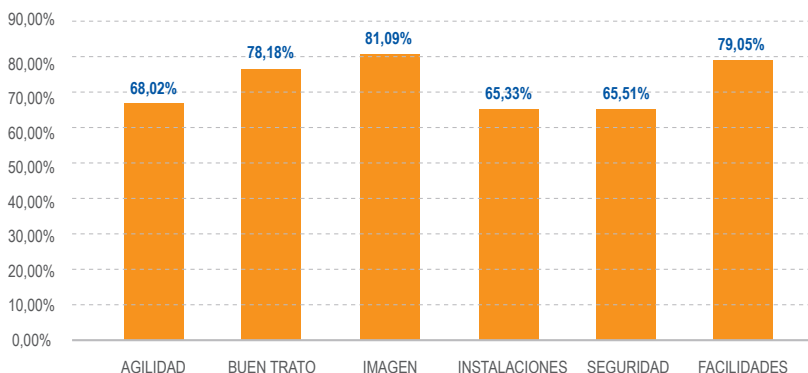
EVALUACIÓN PERMANENTE: CALIDAD DE SERVICIO

Fortalecemos permanentemente las herramientas que nos permiten monitorear la satisfacción de nuestros clientes frente a los productos y servicios que ofrecemos. La encuesta realizada a nivel nacional al cierre de octubre 2009 presenta en el siguiente gráfico los niveles de satisfacción alcanzados:

PRODUBANCO



SERVIPAGOS



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". En el Comité de Calidad de Servicio liderado por la Presidencia Ejecutiva del Grupo continuamos generando propuestas con el firme objetivo de mejorar la calidad del servicio.

GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE - ESTADÍSTICAS

Total de eventos procesados en el 2009 por la unidad de Servicio al Cliente **31.821**

Requerimientos

(consultas y pedidos de servicios adicionales formulados por el cliente)

36%

Reclamos

(quejas que implican respuesta del Banco por un error o un problema de servicio)

64%

Casos Resueltos con soluciones de primer nivel

(cliente obtuvo respuesta de la primera persona con la que se contactó para atender su caso)

62%

Casos Resueltos en tiempo menor al establecido por la SBS

92,20%

% Total de reclamos frente al total de las transacciones del GFP

0,042%

Porcentaje de capacitación al personal invertida en Cultura de Servicio

7,59% hrs.

FORTALECIENDO LA CULTURA DE SEGURIDAD

Durante el 2009 mantuvimos la capacitación al cliente en normas de seguridad para el procesamiento de transacciones. Entre otros, los principales temas abordados fueron la clonación de tarjetas, el cambiazo y el phishing. La metodología de comunicación empleada fue la publicación de los mensajes de alerta en el canal correspondiente (en las pantallas de página web y cajeros automáticos), así como la distribución de material informativo y la incorporación de seguridades en los canales que los requieran, como por ejemplo el protector del teclado en los cajeros automáticos.

En lo referente a Lavado de Dinero y Financiamiento de Terrorismo se lanzó una campaña informativa incluyendo en los estados de cuenta dípticos explicativos sobre las consecuencias de la trasgresión de las normas que rigen estos temas.

Estamos convencidos de que la capacitación es un puntal en el que se cimientan nuestras prácticas de seguridad, es por ello que durante el 2009 se dedicaron ingentes recursos para preparar en este tema al 19,76% de los colaboradores del Grupo.

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 2009 se registraron 4 reclamos reportados sobre sigilo bancario. En 3 casos favorables a los clientes, se aplicó medidas correctivas internas, la respuesta entregada al cliente cubrió sus expectativas y logró su conformidad. En el caso restante no se identificó ninguna violación al sigilo bancario.

NUESTROS CLIENTES Y LAS ÁREAS ENCARGADAS DE CADA SEGMENTO EN EL 2009

CLIENTES CON PRODUCTOS ACTIVOS DEL GFP AL CIERRE DEL AÑO 2009

PRODUBANCO, PRODUBANK, PRODUFONDOS Y PRODUVALORES	361.123*
SERVIPAGOS (empresas)	52

* 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 incrementó en un 14% con respecto al del año 2008.

BANCA DE CONSUMO

CLIENTES: Personas naturales, pequeñas y medianas empresas (ventas anuales inferiores a USD \$1.2 millones)

NÚMERO CLIENTES AL CIERRE DEL 2009: **353.801**

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA TOTAL DEL GFP (2009): **28%**

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LOS DEPÓSITOS DEL GFP (2009): **49%**

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS: Cuentas corrientes y de ahorros; pólizas de acumulación; fondos de inversión; créditos productivos, de consumo, automotriz y vivienda; tarjetas de crédito personales y corporativas MasterCard y Visa

TESORERÍA

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

NÚMERO CLIENTES AL CIERRE DEL 2009: **102**

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS: Captaciones corto plazo (repos y overnights), Colocaciones corto plazo (reverse, repo y crédito de Tesorería), Compra – Venta de Divisas (Negociaciones spot, contratos forward de divisas, órdenes de compra y venta), Otros Productos Derivados.

CRÉDITOS OTORGADOS POR BANCA DE CONSUMO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA (al 31 de diciembre de 2009) (%)

	TOTAL COMERCIAL	TOTAL CONSUMO*	TOTAL MICROEMPRESA	TOTAL VIVIENDA	TOTAL CARTERA
ACTIVIDADES NO ECONÓMICAS	0.0%	1.8%	0.0%	0.1%	1.9%
AGRICULTURA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA	5.0%	2.0%	0.2%	0.5%	7.7%
COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES	15.2%	15.1%	0.5%	4.3%	35.1%
CONSTRUCCIÓN	2.5%	2.4%	0.1%	0.7%	5.7%
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	0.3%	0.5%	0.0%	0.2%	1.0%
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS	2.6%	6.4%	0.1%	2.4%	11.5%
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	0.6%	1.0%	0.0%	0.6%	2.2%
INDUSTRIA MANUFACTURERA	5.5%	5.6%	0.1%	1.6%	12.8%
SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	2.5%	10.2%	0.1%	2.6%	15.4%
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	2.0%	3.5%	0.2%	1.1%	6.7%
% TOTAL CRÉDITO OTORGADO	36.2%	48.4%	1.4%	14.1%	100.0%

* Incluye el financiamiento otorgado a través de tarjetas de crédito. En agosto de 2009 se realizó una titularización de cartera automotriz por US\$25 millones.

BANCA EMPRESARIAL Y CORPORATIVA

CLIENTES que requieren productos y soluciones financieras para la optimización del manejo de sus negocios.

BANCA EMPRESARIAL: Empresas medianas y grandes con ventas anuales entre US\$ 1.2 a US\$ 10 millones

NÚMERO CLIENTES 2009: **2.343**

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA TOTAL DEL GFP (2009): **18%**

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LOS DEPÓSITOS DEL GFP (2009): **10%**

BANCA CORPORATIVA: Compañías grandes con ventas anuales superiores a US\$ 10 millones

NÚMERO CLIENTES 2009: **1.236**

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LA CARTERA TOTAL DEL GFP (2009): **46%**

PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO EN LOS DEPÓSITOS DEL GFP (2009): **25%**

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS: Cuentas corrientes y de ahorros, pólizas de acumulación, fondos de inversión, créditos, tarjetas de crédito MasterCard y Visa, Leasing, Aavales, Garantías, Comercio Exterior, Cobranzas, Cash Management.

BANCA PATRIMONIAL

Nació en el 2009 fruto de la unión de Banca Privada y Mercado de Capitales.

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: **\$ 540 millones**

Fondos de Inversión: **\$86 millones**

Negocios Fiduciarios: **\$302 millones**

Produvalores: **\$528 millones** en transacciones de corretaje

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.

BANCA TRANSACCIONAL

CLIENTES: Empresas y personas, clientes y no clientes del GFP, que requieren puntos de atención presenciales y tecnológicos para el procesamiento de transacciones.

CANALES DE ATENCIÓN MÁS UTILIZADOS POR LOS CLIENTES DEL GFP AÑO 2009:

Cajas PRODUBANCO **20%**

SERVIPAGOS **12%**

Canales tecnológicos **68%**

TRANSACCIONES PROCESADAS POR EL GFP DURANTE EL AÑO 2009:

64,9 millones

(a través de sus diferentes canales)

TRANSACCIONES PROCESADAS POR SERVIPAGOS DURANTE EL AÑO 2009:

10,7 millones

(para sus clientes)





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.

Estamos en contacto permanente 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 en programas sociales y educativos.
- Incorporación de personas con capacidades especiales en la fuerza laboral.
- Transparencia en tasas y tarifas para socios y clientes.
- Participación activa en medidas anti-corrupción y lavado de dinero.
- Reuniones con representantes del Grupo de Interés que se realizan al menos una vez al año.

Los intereses y expectativas de nuestra comunidad

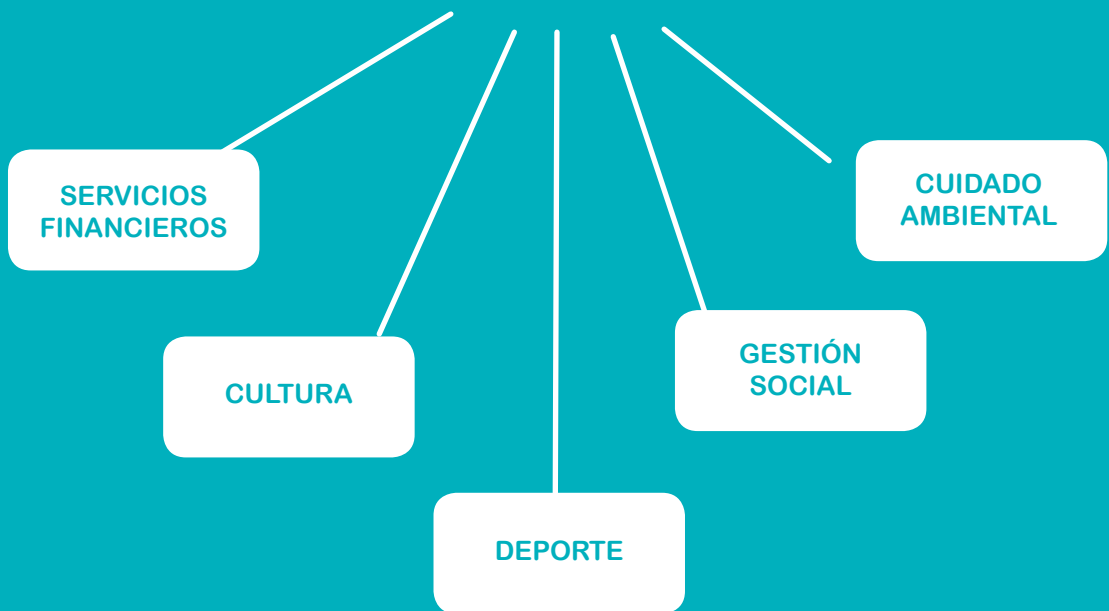
- Participar en actividades culturales y deportivas.
- Aporte de las grandes instituciones en planes sociales.
- Alianzas estratégicas de la Institución con otras empresas para que le proporcione más beneficios.

Las iniciativas y acciones del GFP en respuesta

- Apoyo a la Fundación Su Cambio por el Cambio.
- Apoyo a la Fundación Fundeporte.
- Programa de reciclaje de papel y cartón a través de Su Cambio por el Cambio.
- Venta de productos elaborados y cultivados por las comunidades con las que trabaja la Fundación Su Cambio por el Cambio para su autogestión.
- 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 a personal en medidas anti-corrupción y anti-lavado de dinero.
- Programas de voluntariado corporativo ejecutados por nuestros colaboradores.

Concentramos nuestros esfuerzos
para el crecimiento y bienestar de este
grupo de interés en

FOMENTAR EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL



Nuestro propósito es ser un agente activo de cambio a través de acciones relacionadas directamente con el giro de nuestra actividad que generen el crecimiento económico de la comunidad y a través de actividades sanas que permitan el enriquecimiento de la persona, el bienestar colectivo.

SERVICIOS FINANCIEROS A LA COMUNIDAD

Con nuestra actividad, aportamos al desarrollo:

SERVIPAGOS

PAGO BONO DE DESARROLLO HUMANO:

205.000 bonos mensuales

PAGO JUBILADOS: 32.000 jubilados cada mes

2'770.847

transacciones
de carácter social

PAGO DE SERVICIOS BÁSICOS

AGENTES PAGOÁGIL

(BARRIOS PERIFÉRICOS)

317 AGENTES OPERATIVOS A DICIEMBRE 2009

1'500.000

transacciones anuales

BONOS Y GIROS A TRAVÉS DE ALIANZAS CON 10 COOPERATIVAS DEL PAÍS

(EN TOTAL 67 A NIVEL NACIONAL)

73.574

transacciones

FIDEICOMISO PROYECTO PAUTE INTEGRAL - PRODUFONDOS S.A.

DESTINO: Recaudación de cuentas por cobrar generadas hasta la constitución y de las que se generen en el futuro a favor de Hidropaute por ventas de energía eléctrica o servicios.

MONTO ADMINISTRADO:

US \$ 34,179,904.27

COMISIÓN SUBSIDIADA COBRADA:

US \$2,194 mensual

**FIDEICOMISO INSTITUTO
GEOFÍSICO - PRODUFONDOS S.A.**

DESTINO: Administración de recursos para adquisición equipos de monitoreo de actividad volcánica del Departamento de Geofísica.

**MONTO ADMINISTRADO:
US \$ 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 cancelaciones a los beneficiarios del Programa "Pon de Punto Tu Casa" del Municipio de Quito.

**MONTO ADMINISTRADO:
US \$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:
US \$12,433.61**

**COMISIÓN SUBSIDIADA COBRADA:
US \$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:
US \$ 110,000.00**

PRODUFONDOS NO COBRA COMISIÓN

CULTURA

Promovemos actividades culturales, enriquecedoras a nivel personal, familiar y colectivo.

PRINCIPALES AUSPICIOS CULTURALES

- **FUNDACIÓN ORQUESTA SINFÓNICA JUVENIL DE ECUADOR**

Apoyo económico de US\$ 30,000 más IVA para la Fundación Orquesta Sinfónica Juvenil de Ecuador en su proyecto de inclusión social de niños y jóvenes de escasos recursos “Sinfonía por la Vida”.



- **200 AÑOS DE PERSONAJES QUITEÑOS**

PRODUBANCO contribuyó con US\$ 30,000 más IVA para la producción editorial de los libros “200 Años de Personajes Quiteños” Tomo I y Tomo II del autor Vladimir Serrano Pérez que se entregan como obsequio a nuestros clientes.



- **PATRIOTISMO**

Financiamiento para la producción de la obra “Patriotismo” del Dr. Luis Zarrazín Dávila a través del aporte económico de US\$ 9,044.70.



- **FUNDACIÓN CASPICARA**

Adquisición de calendarios de la Fundación Caspicara para el año 2010 con la entrega de US\$ 12,600 más IVA.



- **MÚSICA**

PRODUBANCO, a través del auspicio de producciones musicales, contribuye al talento nacional. En el 2009 se adquirieron los discos compactos: Latinos De Ande (Luis Eduardo Erazo), Canta Cuando me Ausente (Luis Rameix), Big Nelson Band (Nelson Maldonado), Corazoncito (Margarita Laso) y Quinteto de Cámara "Quito Cuerdas" (Gerardo Cilveti).



DEPORTE

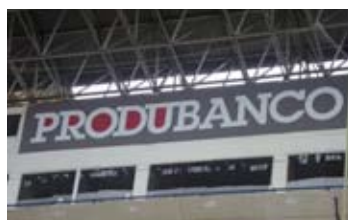
Impulsamos actividades deportivas, práctica saludable a nivel personal, familiar y colectivo.

PRINCIPALES AUSPICIOS DEPORTIVOS

- **LIGA DEPORTIVA UNIVERSITARIA**



El equipo de Liga Deportiva Universitaria recibió la contribución económica de US\$ 51,000 más IVA en el año 2009, permitiendo el apoyo permanente recibido desde 1994 cuando inició la construcción de su estadio. PRODUBANCO cuenta con vallas publicitarias y espacios para comunicación de sus servicios.



- **CLUB SOCIAL Y DEPORTIVO MACARÁ**

PRODUBANCO mantiene su presencia en el estadio con vallas publicitarias y auspició al Club Social y Deportivo Macará con US\$ 25,000 más IVA, contribuyendo a esta institución sin fines de lucro.



- **EQUIPO MARCHISTAS**

Desde el año 2007 PRODUBANCO apoya al equipo de machistas liderado por el entrenador Fredy Vivanco en el proceso de preparación para su participación en competencias nacionales e internacionales. En el 2009 el equipo conformado por Xavier Moreno, Mesías Zapata y David Guevara, recibió la contribución económica de US\$ 21,600 más IVA.



- **MARATÓN DE QUITO**

El 21 de junio de 2009 se llevó a cabo la tercera edición de la Maratón Vida para Quito organizada por la Fundación Zero Límites. Esta competencia internacional de 42 Km. fue auspiciada por PRODUBANCO con la contribución de US\$ 7,000 más IVA.



- **CARRERA VUELTA AL COTOPAXI**

PRODUBANCO auspició la carrera ciclista Vuelta al Cotopaxi que se llevó a cabo los días 28 y 29 de noviembre de 2009 con US\$ 4,300 más IVA.



GESTIÓN SOCIAL

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

PRINCIPALES AUSPICIOS PARA ACTIVIDADES DE GESTIÓN SOCIAL

• FUNDACIÓN SU CAMBIO POR EL CAMBIO

PROYECTO ESCUELA DE FÚTBOL Y DEPORTES SU CAMBIO POR EL CAMBIO EN QUITO

BENEFICIARIOS:

450 niños y niñas entre 7 y 17 años.

GESTIÓN: Incentivo 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:

761 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.

Tenemos un recurso asignado a tiempo completo a 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).

APORTE ANUAL: US\$ 210,000

• 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 medio ambiente.

APORTE ANUAL: US\$ 25,000



• 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: La Parroquia Inmaculada Concepción de Iñaquito desde el año 2001, recibe un aporte de US \$1,000 mensuales.



• FUNDACIÓN SAN JOSÉ

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 ANUAL: US\$ 4,800



• FUNDACIÓN UN TECHO PARA MI PAÍS

El GRUPO FINANCIERO PRODUCCION puso a disposición sus canales de atención para la recaudación de aportes del público como apoyo a esta labor.

PRODUBANCO realizó un aporte económico de US\$ 10,000 a la Fundación un Techo para mi País en su jornada de recaudación realizada el 9 de julio en la ciudad de Quito para la construcción de 200 viviendas de emergencia por el Bicentenario.

En convenio con la Fundación, en el mes de julio, 23 personas del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN (entre colaboradores y sus familias) participaron en la construcción de tres casas para familias ubicadas en el sector de las faldas del Pichincha.



• TELETÓN POR LA VIDA

Contribución económica de US\$ 20,000 con la Teletón por la Vida 2009 que se realizó el 5 de diciembre con el propósito de financiar actividades de salud a favor de niños de escasos recursos, becas y equipamiento de guardería del sur de la ciudad de Guayaquil.



• FUNDACIÓN REINA DE QUITO

La Fundación Reina de Quito recibió la contribución económica de US\$ 5,000. Estos fondos fueron destinados al reparto navideño a los sectores más vulnerables de la ciudad de Quito en el mes de diciembre.



• ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO EN APOYO A LA COMUNIDAD

Un equipo de más de 276 personas conformado por representantes de los Clubes de Empleados de las sucursales de Guayaquil, Quevedo, Ibarra, Latacunga, Ambato, Cuenca, Loja y Matriz Quito, en coordinación con el área de Recursos Humanos, participó en actividades de recolección de alimentos y vituallas, eventos navideños y por el Día de Reyes, donación de sangre, entre otros.



Las actividades de voluntariado llevadas a cabo por colaboradores del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN y sus familias, tales como las actividades descritas en el punto anterior y la participación en construcción de viviendas en el Programa Un Techo para Mi País y Reforestación descritas en las secciones correspondientes de este capítulo, contaron con más de 500 participantes que efectuaron aproximadamente 2.000 horas de trabajo.



OTRAS ACTIVIDADES

• III ENCUENTRO POR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ECUADOR 2009

El GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN fue parte del III Encuentro por la Responsabilidad Social y Empresarial Ecuador 2009 organizado por EKOS el 2 de abril de 2009. Este evento, cuyo tema central era el análisis de las necesidades de los grupos de interés, contó con el auspicio de US\$ 4,000 más IVA.



NUESTRO APORTE EN INVERSIÓN SOCIAL 2009

DESCRIPCIÓN	MONTO
SU CAMBIO POR EL CAMBIO	210,000.00
ASOCIACIÓN BANCOS PRIVADOS	86,967.81
FUNDEPORTE	25,000.00
TELETÓN POR LA VIDA	20,000.00
CARITAS FELICES - PARROQUIA LA INMACULADA - FUNDACIÓN SAN JOSÉ	12,474.00
FUNDACIÓN SANTA ANA Y SAN JOAQUÍN	4,800.00
FUNDACIÓN SANTA ANA Y SAN JOAQUÍN	720.00
AUSPICIO MUNICIPIO DEL CANTÓN MEJÍA	600.00
CLUB ROTARIO	500.00
FUNDACIÓN BOTÁNICA DE LOS ANDES	500.00
DONACIÓN A CRUZ ROJA DE COTOPAXI	400.96
CONGREGACIÓN DE LAS HERMANITAS DE LOS ANCIANOS DESAMPARADOS Y ASILO CORAZÓN DE MARÍA	360.00
DONACIÓN DE VARIOS EQUIPOS DE COMPUTO	325.07
FUNDACIÓN APRENDIENDO A VIVIR	231.15
CLUB KIWANIS CHUQUIRAGUA	180.00
SUBTOTAL	363,058.99

NUESTRO APORTE EN PUBLICIDAD RESPONSABLE 2009

AUSPICIO	MONTO (Sin IVA)
CULTURALES	162,174.70
DEPORTIVOS	116,100.00
ACTIVIDADES DE GESTIÓN SOCIAL	27,965.00
PUBLICACIONES	16,584.00
OTROS	5,000.00
SUBTOTAL	337,823.70
TOTAL APORTE 2009	700, 882.69

CUIDADO AMBIENTAL

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

CONSUMO ANUAL DE ENERGÍA, PAPEL Y CARTÓN DEL GFP DURANTE EL 2009



PAPEL

149,11

toneladas
(1.938,43 árboles medianos)

Equivalente a un promedio de 3,81 hojas de papel diario por colaborador.



AGUA POTABLE

28.444,73 m³

Equivalente en promedio al consumo de 54,47 litros diarios por persona.



CARTÓN

4.822 cajas

Equivalente a un promedio de 2,22 cajas por colaborador al año.



TONNERS

2.554 unidades

Equivalente a un promedio de 1,17 tonners por colaborador al año.



DIESEL

11.524,83 galones



EMISIÓN INDIRECTA DE CO₂

3.285,90 toneladas métricas



GASOLINA

18.275,86 galones



ENERGÍA ELÉCTRICA

8'160.726,42 Kwh

Equivalente a que en promedio cada colaborador mantenga prendido 6,51 focos de 100 Watts diarios.

GESTIÓN 2009



REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE PAPEL

Programa desarrollado para pagar a través de transferencias a los establecimientos afiliados por el total de consumos realizados en sus diferentes locales con las tarjetas de crédito de PRODUBANCO. Anteriormente se emitían cheques para cada pago.

**Los cheques
ahorrados en
2 meses fueron
6.959.**



ENFOQUE EN CANALES TECNOLÓGICOS

Incentivo en el uso de canales tecnológicos que generan ahorro de tiempo y materiales. Durante el año 2008, el 52% de las transacciones realizadas utilizaban canales tecnológicos, para el 2009 este uso se

**incrementó
al 58%.**



RECICLAJE DE PAPEL Y CARTÓN

**58,94 toneladas
(766,22 árboles medianos)**

equivalentes aproximadamente al 38,59% de las toneladas de papel utilizado por el GFP (reciclaje a través de proveedores y Fundación Su Cambio por el Cambio).

I JORNADA DE REFORESTACIÓN

En el mes de mayo de 2009, con la acogida y participación de más de 240 personas (empleados y miembros de su familia)

PRODUBANCO contribuyó a la siembra de más de 300 árboles nativos en el parque Las Cuadras, ubicado al sur de Quito.





PRODUBANCO





Nuestros
Proveedores

Nuestros proveedores son 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 en contacto permanente a través de

- Área de Contrataciones y Compras.
- Área de Pagaduría.
- Reuniones 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, Selección y Evaluación de Proveedores.
- Comité 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 – 2000.

Concentramos nuestros esfuerzos
para el crecimiento y bienestar de este
grupo de interés en

TRANSPARENCIA



Nuestros proveedores son nuestros socios estratégicos. Empresas o personas naturales que ofertan bienes tangibles o intangibles de diversa índole, en los tiempos y condiciones requeridos y con precios acordes a calidad y presupuesto.

La relación que mantenemos se basa en procesos claros y equitativos.

CALIFICACIÓN DE PROVEEDORES (ANUAL)

1.



REGISTRO

RECEPCIÓN DE:

Tiempo Existencia
Cliente PRODUBANCO
Cartera Clientes (certificados)
Estados Financieros
Infraestructura 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 que 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 condiciones

2.

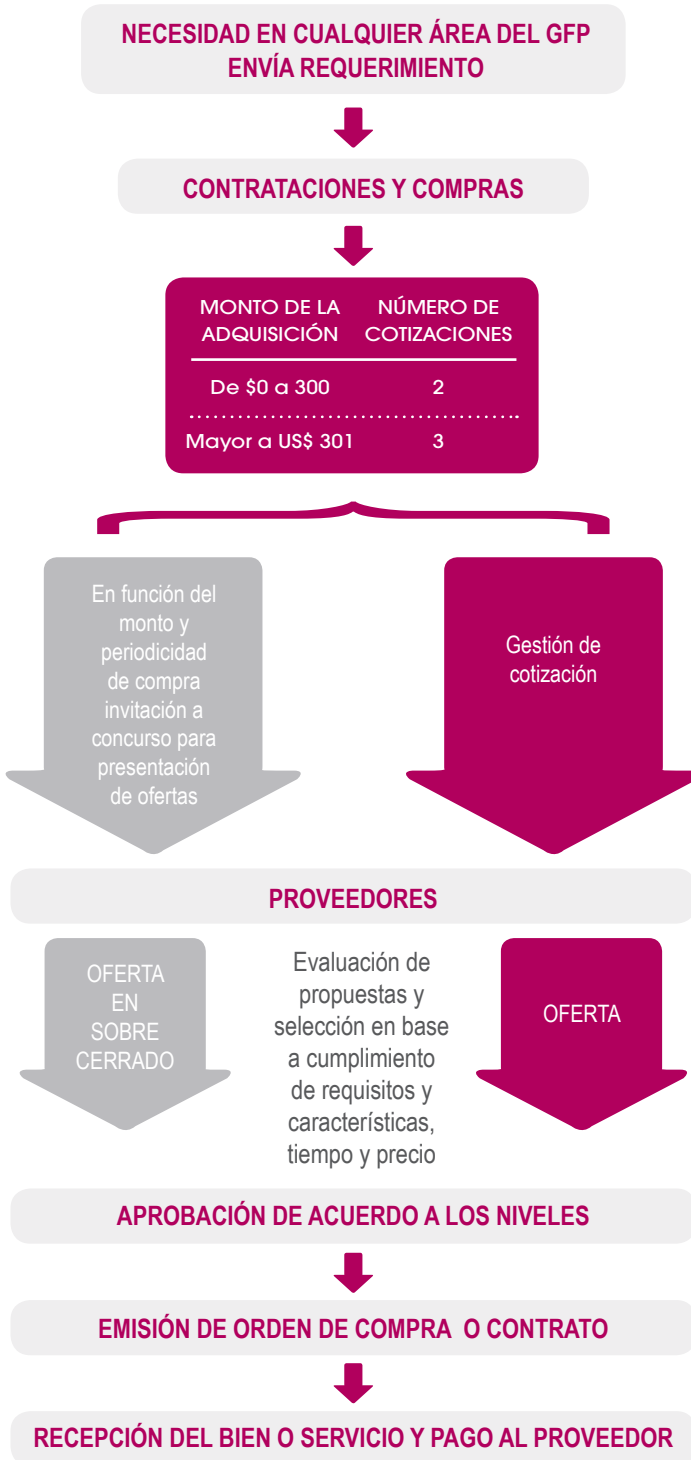


BASE DE DATOS PROVEEDORES EVALUADOS – RELACIÓN LARGO PLAZO

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, se analiza además en el 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 - PROVEEDOR



EXCEPCIONES A LA TABLA DE NÚMERO DE OFERTAS MÍNIMAS 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 2009 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 CONTRATACIONES Y COMPRAS MANTIENE CERTIFICACIÓN ISO 9001-2000



Nuestro Departamento de Contrataciones y Compras



POLÍTICA PARA EVITAR CONFLICTOS 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 una letra con el fin de guardar la confidencialidad durante el proceso.
- No pueden recibir regalos de los proveedores por un valor superior a los US\$30.

Propuestas en Concurso

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

SU 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.

RESPONSABILIDADES 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.

Selección Proveedores:
montos de aprobación bajo su responsabilidad.

Sesiones : frecuencia semanal (al menos)

Aprobaciones urgentes en caso ausencia quórum:
Otorgadas por el Gerente de Eficiencia o del Vicepresidente de Eficiencia y Productividad (de acuerdo al monto de la adquisición). Definiciones comunicadas al Comité en la siguiente reunión que se realice.

Nuestro Comité de Contrataciones y Compras

NUESTROS PROVEEDORES DURANTE EL 2009

Número de Proveedores
2009 (origen)

nacionales	99%
extranjeros	1%



Los proveedores por servicios del 2009

COMPRAS Y CONTRATOS DE SERVICIOS
US \$ 32,662,884

71%
SERVICIOS
EXTERNOS

7%
PUBLICIDAD

8%
ARRIENDOS

9%
MANTENI-
MIENTO

5%
SUMINIS-
TROS

Tabla de Indicadores GRI

Como calificación de nuestra gestión en cuanto a Responsabilidad Social, se ha creado un sistema de medición de la implementación de actividades de sostenibilidad en la estrategia del Grupo:



Completamente implementado



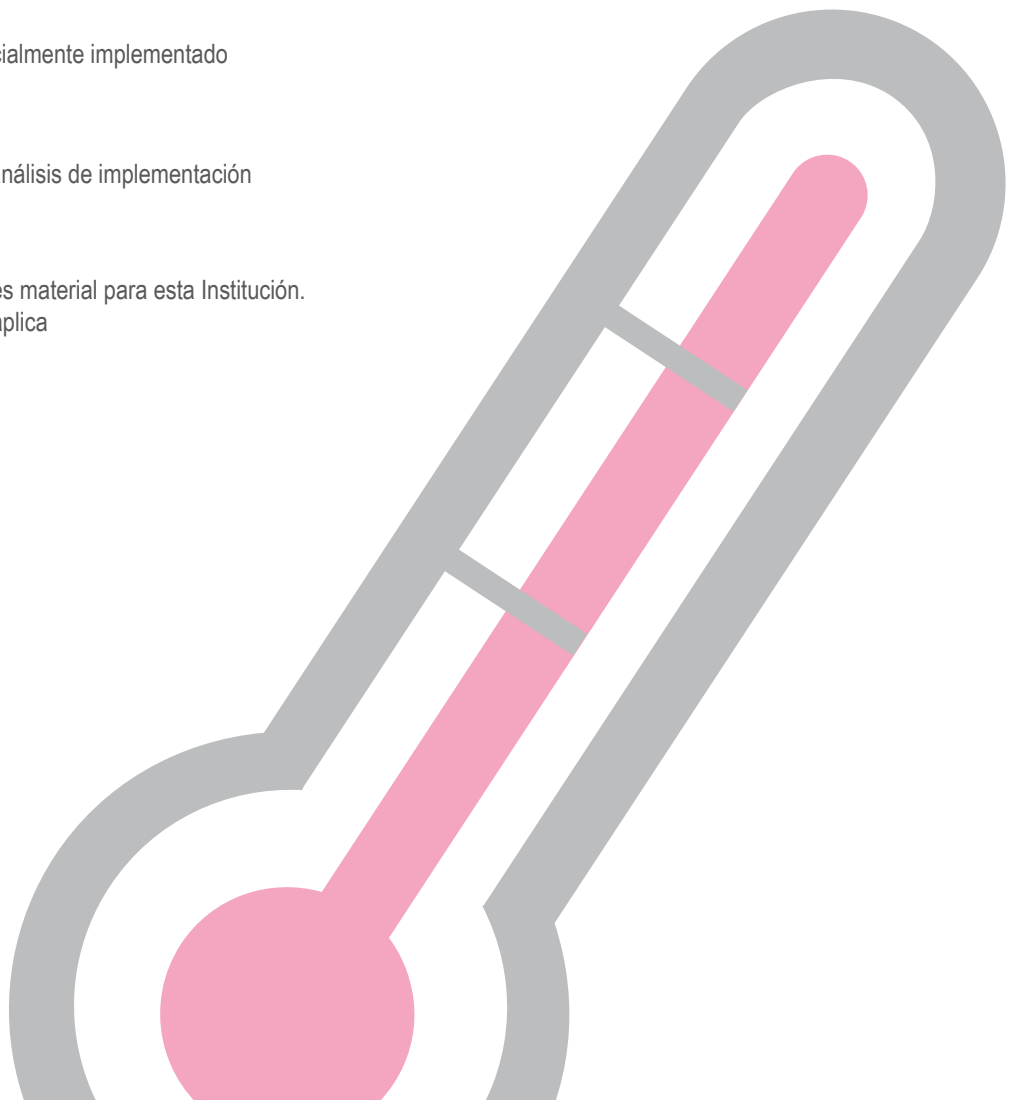
Parcialmente implementado



En análisis de implementación



No es material para esta Institución.
No aplica



	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	1.1	Declaración de máximo responsable de decisiones de la organización (Director General, Presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	Carta del Presidente Ejecutivo	7	
	1.2	Riesgos y oportunidades del negocio.	Acerca del Grupo: Algunas Cifras Importantes	13-15	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	2.1	Nombre de la Organización.	Acerca del Grupo: Nuestras Empresas	11	
	2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Nuestros Clientes: Productos y Servicios, Nuestros Clientes y las Áreas Encargadas de Cada Segmento en el 2009	56-62, 66-67	
	2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	Nuestros Accionistas: Nuestra Administración	29-30	
	2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Portada Interior	-	
	2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	Acerca del Grupo: Nuestras Empresas	11	
	2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Acerca del Grupo: Nuestras Empresas; Otras Empresas en las que Participamos	11, 12	
	2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes / beneficiarios).	Nuestros Clientes: Nuestros Clientes y las Áreas Encargadas de Cada Segmento en el 2009	61-62, 66-67	
	2.8	Dimensiones de la organización informante.	Acerca del Grupo: Algunas Cifras Importantes Nuestros Clientes: Evaluación Permanente: Gestión de Servicio al Cliente - Estadísticas	13 - 15, 64	
	2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Nuestros Accionistas: Un Vistazo a Nuestra Composición Accionaria 2009 Nuestros Clientes: Nuestros Clientes y las Áreas Encargadas de Cada Segmento en el 2009 En Septiembre 2009 Joaquín Morillo asume la Vicepresidencia de Riesgos.	33, 67	
	2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Acerca del Grupo: Reconocimientos Recibidos Durante el 2009	16-17	
PARÁMETROS DE LA MEMORIA	3.1	Periodo cubierto por la memoria.	Carta del Presidente Ejecutivo	7	
	3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si hubiere).	La memoria anterior se publicó en el año 2009, abarcó el periodo 2008	-	
	3.3	Ciclo de presentación de la memoria.	Anual		
	3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	Portada Interior Introducción del Presidente del Directorio	6	

	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
PARÁMETROS DE LA MEMORIA	3.5	Proceso de definición del contenido.	Introducción del Presidente del Directorio	6	
	3.6	Cobertura de la memoria.	Carta del Presidente Ejecutivo	7	
	3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	Carta del Presidente Ejecutivo	7	
	3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	No se tienen negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones	-	
	3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	Portada Interior		
	3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	No aplica	-	
	3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	A partir del año 2010 el valor Económico de Comunidad y Medio Ambiente reportado en Acerca del Grupo no incluye el impuesto para el INNFA	-	
	3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	Índice	5	
	3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente.	Portada Interior		
	GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	Nuestros Accionistas: Nuestro Directorio	26-28
4.2		Si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	Nuestros Accionistas: Junta General de Accionistas	24	
4.3		Estructura directiva unitaria. Se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Nuestros Accionistas: Un Vistazo a Nuestra Composición Accionaria 2009	33	
4.4		Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Nuestros Accionistas: Junta General de Accionistas, Nuestro Directorio, Prácticas Fundamentales de Nuestro Gobierno Corporativo	24, 26-28, 31-32, 33	
4.5		Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	Nuestros Accionistas: Nuestro Directorio	25	

PERFIL

	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Nuestros Accionistas: Junta General de Accionistas	24	
	4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia a miembros del máximo órgano de gobierno.	Nuestros Accionistas: Junta General de Accionistas	24	
	4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes.	Acerca del Grupo: Quiénes Somos	10	
	4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión de la organización.	Nuestros Accionistas: Prácticas Fundamentales de Nuestro Gobierno Corporativo	31-32	
	4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno.	Nuestros Accionistas: Prácticas Fundamentales de Nuestro Gobierno Corporativo	31-32	
	4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Nuestros Accionistas: Prácticas Fundamentales de Nuestro Gobierno Corporativo	31-32	
	4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	Nuestra Comunidad: Cultura, Deporte, Gestión Social, Otras Actividades, Aporte General	74-80	
	4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	Acerca del Grupo: Principales asociaciones nacionales e internacionales de las que formamos parte en el 2009	12	
	4.14	Relación de los Grupos de Interés que la organización ha incluido.	Nuestros Accionistas Nuestros Clientes Nuestra Gente Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	22-23, 36-37, 54-55, 70-71, 86-87	
	4.15	Base para la identificación y selección de Grupos de Interés con los que la organización se compromete.	Nuestros Accionistas Nuestros Clientes Nuestra Gente Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	22-23, 36-37, 54-55, 70-71, 86-87	
	4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los Grupos de Interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de Grupos de Interés.	Nuestros Accionistas Nuestros Clientes Nuestra Gente Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	22-23, 36-37, 54-55, 70-71, 86-87	
	4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los Grupos de Interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	Nuestros Accionistas Nuestros Clientes Nuestra Gente Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	22-23, 36-37, 54-55, 70-71, 86-87	

DESEMPEÑO ECONÓMICO

DMA	Enfoque de gestión económica.	Grupos de Interés Nuestros Accionistas Nuestros Clientes Nuestra Gente Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18-19; 22-23, 36-37, 54-55, 70-71, 86-87	
-----	-------------------------------	--	--	--

PERFIL

	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
DESEMPEÑO ECONÓMICO	EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Acerca del Grupo: Algunas Cifras Importantes	13-15	
	EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	En análisis	-	
	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Nuestra Gente: Beneficios	42-44	
	EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN no recibe ayudas financieras del gobierno	-	
PRESENCIA EN EL MERCADO	EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Nuestra Gente: Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	48-50	
	EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	Nuestros Accionistas: Prácticas Fundamentales de Nuestro Gobierno Corporativo Nuestros Proveedores: La relación con nuestros socios estratégicos, Procedimiento de calificación de proveedores (anual), Flujo de Trabajo, Nuestro Comité de Contrataciones y Compras, Nuestros Proveedores Durante el 2009	31-32, 88-91	
	EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Nuestra Gente: Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	48-50	
IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO	EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales.	Nuestra Gente: Beneficios Nuestra Comunidad: Servicios Financieros a la Comunidad	42-44, 72-73	
	EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dicho impacto.	Nuestra Comunidad: Servicios Financieros a la Comunidad	72-73	
DESEMPEÑO AMBIENTAL					
	DMA	Enfoque de gestión ambiental.	Grupos de Interés Nuestros Accionistas Nuestros Clientes Nuestra Gente Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18-19; 22-23, 36-37, 54-55, 70-71, 86-87	
MATERIALES	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Nuestra Comunidad: Cuidado Ambiental	81-83	
	EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reutilizados.	En análisis	-	
ENERGÍA	EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Nuestra Comunidad: Cuidado Ambiental	81-83	
	EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Nuestra Comunidad: Cuidado Ambiental	81-83	

INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.	
ENERGÍA	EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	No se desarrollaron nuevos proyectos que impliquen ahorro de energía en el 2009	-	
	EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía basado en energías renovables.	No aplica	-	
	EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	No se desarrollaron nuevos proyectos que impliquen reducción del consumo indirecto de energía en el 2009	-	
AGUA	EN8	Captación total de agua por fuentes.	Nuestra Comunidad: Cuidado Ambiental	81-83	
	EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas por la captación de agua.	En análisis	-	
	EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada.	En análisis	-	
BIODIVERSIDAD	EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No aplica	-	
	EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No aplica	-	
	EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No aplica	-	
	EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	No aplica	-	
	EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	No aplica	-	
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS	EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero en peso.	En análisis	-	
	EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso.	Nuestra Comunidad: Cuidado Ambiental	81-83	
	EN18	Iniciativas para reducir la emisión de gases efecto invernadero y las reducciones logradas.	No se desarrollaron nuevos proyectos que impliquen reducción de la emisión de gases efecto invernadero en el 2009	-	
	EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono en peso.	En análisis	-	
	EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	En análisis	-	
	EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza.	En análisis	-	
	EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Nuestra Comunidad: Cuidado Ambiental	81-83	
	EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No aplica	-	

PERFIL

	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS	EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	No aplica	-	
	EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua.	En análisis	-	
PRODUCTOS Y SERVICIOS	EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Nuestra Comunidad: Cuidado Ambiental	81-83	
	EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	En análisis	-	
CUMPLIMIENTO NORMATIVO	EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Durante el año 2009 no se registraron multas ni sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental	-	
TRANSPORTE	EN29	Impactos ambientales significativos por el transporte de productos y otros bienes.	En análisis	-	
GENERAL	EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	En análisis	-	

DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO

	DMA	Información sobre el Enfoque de Gestión de prácticas laborales y ética del trabajo.	Grupos de Interés Nuestros Accionistas Nuestros Clientes Nuestra Gente Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18-19; 22-23, 36-37, 54-55, 70-71, 86-87	
EMPLEO	LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Nuestra Gente: Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	48-50	
	LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Nuestra Gente: Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	48-50	
	LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa.	Nuestra Gente: Beneficios, Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	42-44, 48-50	
RELACIÓN EMPRESA TRABAJADORES	LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	No existe convenio colectivo	-	
	LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	No existe convenio colectivo	-	
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad del trabajo.	Nuestros Colaboradores: Seguridad y Salud Ocupacional	45	
	LA7	Tasa de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Nuestros Colaboradores: Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	48-50	

PERFIL

	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Nuestros Colaboradores: Seguridad y Salud Ocupacional	45	
	LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	No existe convenio colectivo	-	
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN	LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado.	Nuestros Colaboradores: Capacitación	41	
	LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Nuestros Colaboradores: Capacitación	41	
	LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Nuestros Colaboradores: Administración Por Objetivos, Programas Innovadores para Nuestros Colaboradores	40, 46-47	
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Nuestros Accionistas: Nuestro Directorio Nuestros Colaboradores: Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	25, 48-50	
	LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Nuestros Colaboradores: Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	48-50	
DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS					
	DMA	Información sobre el Enfoque de la Gestión con la Sociedad.	Grupos de Interés Nuestros Accionistas Nuestros Clientes Nuestros Colaboradores Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18-19; 22-23, 36-37, 54-55, 70-71, 86-87	
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO	HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	En análisis	-	
	HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	En análisis	-	
	HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Nuestros Colaboradores: Capacitación, Incorporación de Personas con capacidades diferentes	41, 45	
NO DISCRIMINACIÓN	HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Se registró 1 evento de reclamo en el cual no se otorgó una operación de crédito al cliente debido a un examen médico previo.	-	
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIO COLECTIVO	HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	No existe convenio colectivo	-	

PERFIL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
EXPLOTACIÓN INFANTIL	HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Nuestros Colaboradores: Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	48-50	
TRABAJOS FORZADOS	HR7 Operaciones identificadas como de riesgo de ser episodios de trabajo forzado.	En análisis	-	
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD	HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas y procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para estas actividades.	En análisis	-	
DERECHOS INDÍGENAS	HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No existen incidentes de tal naturaleza en la organización durante el año 2009.	-	

DESEMPEÑO DE SOCIEDAD

	DMA Información sobre el Enfoque de Gestión.	Grupos de Interés Nuestros Accionistas Nuestros Clientes Nuestros Colaboradores Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18-19; 22-23, 36-37, 54-55, 70-71, 86-87	
COMUNIDAD	SO1 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	Nuestra Comunidad: Servicios Financieros a la Comunidad	72-73	
CORRUPCIÓN	SO2 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Nuestros Accionistas: Prácticas Fundamentales de Nuestro Gobierno Corporativo	31-32	
	SO3 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Nuestros Accionistas: Prácticas Fundamentales de Nuestro Gobierno Corporativo	31-32	
	SO4 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	No existen incidentes de tal naturaleza en la organización durante el año 2009.	-	
POLÍTICA PÚBLICA	SO5 Posición en las políticas públicas y participación en las mismas y de actividades de lobbying.	Como Grupo no contamos con ninguna posición en política pública y/o participación en las mismas actividades de lobbying	-	
	SO6 Valor total de las aportaciones financieras y en especies a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Como Grupo no generamos ningún tipo de aportaciones financieras o en especies a partidos o instituciones políticas	-	
COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL	SO7 Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia y sus resultados.	No se registraron acciones de esta naturaleza durante el periodo cubierto por la memoria	-	
CUMPLIMIENTO NORMATIVO	SO8 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	No se registraron sanciones y multas de esta naturaleza durante el periodo cubierto por la memoria	-	

DESEMPEÑO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

	DMA Información sobre el Enfoque de la Dirección.	Grupos de Interés Nuestros Accionistas Nuestros Clientes Nuestros Colaboradores Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	18-19; 22-23, 36-37, 54-55, 70-71, 86-87	
--	--	---	--	--

PERFIL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.	
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE	PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Nuestros Accionistas: Prácticas Fundamentales de Nuestro Gobierno Corporativo Nuestros Clientes: Productos y Servicios, Fortaleciendo la Cultura de Seguridad	31-32, 56-60, 65	
	PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Nuestro Grupo no presenta incidentes referentes a impactos en la seguridad y salud de nuestros clientes durante el periodo cubierto por la Memoria de Responsabilidad Social	-	
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por la normativa y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos.	Nuestros Clientes: Evaluación Permanente: Confidencialidad	65	
	PR4	Incumplimiento relativo a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	Se registró 1 evento de reclamo en relación a la información de la tarjeta Priority Pass	-	
	PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción al cliente.	Nuestros Clientes: Evaluación Permanente: Calidad de Servicio, Gestión de Servicio al Cliente - Estadísticas, Atención Telefónica	63, 64, 65	
COMUNICACIONES DE MARKETING	PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Nuestro Grupo no se encuentra adherido a estándares y códigos voluntarios referentes a entrega de información sobre productos y servicios	-	
	PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de regulaciones relativas a comunicaciones de marketing incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	GFP no ha recibido sanciones legales, multas o amonestaciones por parte de ningún grupo de interés por incumplimiento de las regulaciones, publicaciones o marketing.	-	
PRIVACIDAD DEL CLIENTE	PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Nuestros Clientes: Evaluación Permanente: Confidencialidad	65	
CUMPLIMIENTO NORMATIVO	PR9	Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación al suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	GFP no registra multas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y uso de productos y servicios.	-	

SUPLEMENTO SOBRE EL SECTOR DE SERVICIOS FINANCIEROS

INDICADORES AMBIENTALES	F1	Descripción de políticas medioambientales aplicadas a las líneas de negocio básicas.	En análisis	-	
	F2	Descripción de los procesos para evaluar y controlar los riesgos medioambientales en las líneas de negocio básicas.	En análisis	-	
	F3	Establecimientos de los umbrales a partir de los cuales se aplican los procedimientos de evaluación de riesgos medioambientales a cada línea de negocio básica.	En análisis	-	
	F4	Descripción de los procesos de implementación y cumplimiento por parte de los clientes de los aspectos medioambientales detectados en los procesos de evaluación de riesgos.	En análisis	-	

INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.		
INDICADORES AMBIENTALES	F5	Descripción de los procesos para la mejora de la competencia de los empleados a la hora de abordar los riesgos y oportunidades medioambientales.	En análisis	-		
	F6	Número y frecuencia de las auditorías que incluyen el examen de los sistemas y procedimientos de riesgo medioambiental vinculados a las líneas de negocio.	En análisis	-		
	F7	Descripción de las interacciones con clientes/ sociedades participadas/ socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades medioambientales.	Existen algunas iniciativas para concienciar a nuestros clientes de la importancia de las relaciones medioambientales, las mismas que están siendo analizadas para su implementación en los próximos años	-		
	F8	Porcentaje y número de compañías mantenidas dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha intervenido en cuestiones medioambientales.	En análisis	-		
	F9	Porcentaje de activos sujetos a un control medioambiental positivo, negativo, y de excelencia.	En análisis	-		
	F10	Descripción de la política de voto en materias medioambientales aplicable a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	En análisis	-		
	F11	Porcentaje de activos bajo gestión sobre los que la organización informante dispone de acciones con derecho a voto y a recomendación de voto.	En análisis	-		
	F12	Valor monetario total de productos y servicios específicos medioambientales desglosados por líneas de negocio básicas.	En análisis	-		
	F13	Valor de cartera para cada línea de negocio desglosado por regiones y sectores específicos.	En análisis	-		
	GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	RSC1	Políticas de RSC.	Grupos de Interés	18-19	
		RSC2	Organización de la RSC.	Nuestros Accionistas: Nuestro Directorio	-	
		RSC3	Auditorías de RSC.	Deloitte & Touche realizó una auditoría de los datos presentados en la Memoria de Responsabilidad Social correspondiente al año 2009	-	
		RSC4	Gestión de los temas sensibles.	Nuestros Accionistas: Prácticas Fundamentales de Nuestro Gobierno Corporativo	31-32	
RSC5		Incumplimiento de las leyes o códigos reguladores de conducta.	GFP no registra incidentes de incumplimiento de leyes o códigos reguladores de conducta.	-		

PERFIL

	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	RSC6	Diálogo con las partes interesadas.	Nuestros Accionistas Nuestros Clientes Nuestros Colaboradores Nuestra Comunidad Nuestros Proveedores	22-23, 36-37, 54-55, 70-71	
DESEMPEÑO SOCIAL INTERNO	INT1	Política interna de temas de responsabilidad social abarcados por las políticas de recursos humanos de la institución.	Nuestros Colaboradores: Políticas de Contratación, Selección, Convivencia en Respeto a los Derechos Humanos	39	
	INT2	Rotación de los empleados y creación de puestos de trabajo.	Nuestros Colaboradores: Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	48-50	
	INT3	Satisfacción de los empleados.	Nuestros Colaboradores: Clima laboral - Nuestro Fundamento, Comunicación Interna, Programas Innovadores para Nuestros Colaboradores	37-38, 46-47	
	INT4	Retribución de los altos directivos.	Nuestros Accionistas: Nuestro Directorio Nuestros Colaboradores: Administración Por Objetivos	25, 40	
	INT5	Revisión vinculada a la sostenibilidad.	En análisis	-	
	INT6	Ratio salarial hombre/mujer.	Nuestros Colaboradores: Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	48-50	
	INT7	Perfil de los empleados.	Nuestros Colaboradores: Un vistazo Demográfico a Nuestra Gente en el 2009	48-50	
DESEMPEÑO DE LA SOCIEDAD	SOC1	Aportaciones realizadas a obras benéficas, inversiones para la comunidad y patrocinios comerciales.	Nuestra Comunidad: Cultura, Deporte, Gestión Social, Otras Actividades, Aporte General, Cuidado Ambiental	74-80, 81-83	
	SOC2	Valor económico añadido.	Acerca del Grupo: Algunas Cifras Importantes	13-15	
PROVEEDORES	SUP1	Seguimiento de los principales proveedores.	Nuestros Proveedores: La relación con nuestros socios estratégicos, Procedimiento de calificación de proveedores (anual), Flujo de Trabajo, Nuestro Comité de Contrataciones y Compras, Nuestros Proveedores Durante el 2009	88-91	
	SUP2	Satisfacción de los proveedores.	No realizamos encuestas de medición de satisfacción de los proveedores	-	
BANCA MINORISTA	RB1	Criterios sociales aplicados para la organización informante en la Banca Minorista.	Nuestros Clientes: Productos y Servicios	56-60	
	RB2	Reparto del negocio de otorgamiento de créditos, con inclusión de un desglose por sectores industriales y tamaños de las compañías.	Nuestros Clientes: Nuestros Clientes y las Áreas Encargadas de Cada Segmento en el 2009	66-67	
	RB3	Prestación de productos y servicios a la medida e innovadores, aplicando criterios éticos, de sostenibilidad especiales, incluyendo la financiación a comunidades necesitadas y el tipo de interés aplicado.	Nuestros Clientes: Productos y Servicios	56-60	

PERFIL

	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
BANCA DE INVERSIÓN	IB1	Aspectos sociales y medioambientales de la política de inversión.	En análisis	-	
	IB2	Identificar la estructura de las operaciones de acuerdo con la clasificación de las economías del Banco Mundial.	Las principales operaciones del GFP están en Ecuador y por ello se encuentra en una economía en vías de desarrollo	-	
	IB3	Prestación de productos y servicios a la medida e innovadores, aplicando criterios éticos, de sostenibilidad especiales.	Nuestros Clientes: Productos y Servicios	56-60	
GESTIÓN DE ACTIVOS	AM1	Aspectos sociales de la política de Gestión de Activos.	En análisis	-	
	AM2	Activos bajo gestión con aspectos de sostenibilidad.	En análisis	-	
	AM3	Actividad del accionista orientada a la inversión socialmente responsable (ISR).	En análisis	-	
SEGUROS	INS1	Aspectos sociales de la política de seguros.	Nuestros Clientes: Productos y Servicios	56-60	
	INS2	Informar sobre la base de clientes en el seguro privado y en el seguro de empresa.	Nuestros Clientes: Productos y Servicios	56-60	
	INS3	Número de reclamaciones recibidas de los clientes.	Nuestros Clientes: Productos y Servicios	56-60	
	INS4	Seguros con aspectos de sostenibilidad.	Nuestros Clientes: Productos y Servicios	56-60	

Informe de Verificación

El Informe de revisión de la Memoria de Responsabilidad Social (MRS) 2009 del Grupo Financiero Producción - GFP incluido a continuación, es una copia para efectos de publicación.

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2009

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

Alcance de nuestra revisión

Hemos realizado la revisión de la Memoria de Responsabilidad Social (MRS) 2009 del Grupo Financiero Producción - GFP. Nuestro trabajo ha consistido en revisar:

- La adaptación de los contenidos de la MRS a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative - GRI versión 3.0 (G3).
- 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 2009.

El alcance de nuestro trabajo, se refiere a la información correspondiente al ejercicio 2009. El informe de Responsabilidad Corporativa del ejercicio 2008 y la información relacionada con dicho informe incluida en la MRS del año 2009 fueron revisados por otros auditores, quienes emitieron su informe de verificación con fecha 17 de julio del 2009.

Responsabilidad del Grupo por la Memoria de Responsabilidad Social

La preparación de la Memoria Anual de Responsabilidad Social, así como el contenido de la misma, 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.

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma ISAE 3000 Assurance Engagement Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC).

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.

Independencia

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

Conclusiones

En el capítulo “Tabla de Indicadores” 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 aspecto que nos haga creer que la MRS contiene errores significativos o no ha sido preparada de acuerdo a las directrices de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).

Finalmente, no hemos detectado ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada al inicio de cada capítulo sobre el grado de avance de los objetivos en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2009 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 (G3).

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 Corporativa. La recomendación más relevante, la cual no modifica las conclusiones expresadas en el presente informe es la siguiente:

Estudio de Materialidad

La Dirección del GFP ha realizado un estudio de materialidad, sin embargo debido a las constantes acciones desarrolladas hacia los Grupos de Interés, es necesario efectuar un análisis de la relevancia que considere las implicaciones de los asuntos identificados y un análisis de la evolución de las iniciativas y acciones del Grupo Financiero Producción.



Quito, Junio 11, 2010

