

memoria  
de responsabilidad social

2008



**GRUPO FINANCIERO  
PRODUCCION**

## Información

GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN

## Coordinación

Finanzas

## Edición y Coordinación Diseño:

Mercadeo

## Diseño Gráfico

Ricardo Staël / STAËL Diseño

## Fotografía

Shutterstock

Esteban Valencia / ESVAL Producciones

## Impresión

Max Impresiones

## 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 emitido 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.

Ha sido verificado por la firma PricewaterhouseCoopers del Ecuador Cía. Ltda. y sus indicadores se encuentran especificados al final, en la tabla creada para el efecto.



Esta Memoria ha sido producida usando materiales reciclables.



Administrar nuestro  
negocio pensando  
siempre en cada  
uno de los grupos  
de interés...

**Ese es nuestro  
enfoque.**



# 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
- Apropiaada
- 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: .....

.....





Introducción del Presidente del Directorio .....	<b>8</b>
Carta del Presidente Ejecutivo .....	<b>10</b>
Acerca del Grupo .....	<b>13</b>
Grupos de Interés .....	<b>23</b>
Nuestros Accionistas .....	<b>25</b>
Nuestra Gente .....	<b>37</b>
Nuestros Clientes .....	<b>61</b>
Nuestra Comunidad .....	<b>75</b>
Nuestros Proveedores .....	<b>89</b>
Tabla de Indicadores .....	<b>101</b>
Informe de Verificación .....	<b>113</b>



## ¿Qué es Responsabilidad Social?

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.

Para el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN es el compromiso de contribuir con 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.



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.

# 1 Introducción del Presidente del Directorio

El Banco de la Producción S.A. tuvo sus orígenes hacia finales de la década de los setenta, en medio de un Ecuador que vivía un entorno de transición político – económico profundo. El petróleo había afectado intensamente las finanzas públicas del país, y la situación política se enfilaba hacia un período democrático muy esperado por la sociedad.

En este contexto, los promotores de esta gran Institución, como fruto de una serie de pasos previos relacionados con negocios inmobiliarios y financieros, decidimos crear un banco que fomente el desarrollo productivo del país. El espíritu fue establecer una institución que brinde servicios de forma adecuada a la sociedad en su conjunto, sobre una base accionarial centrada en la diversidad tanto geográfica como de actividad económica. Iniciamos con un capital de cien millones de sucres (aproximadamente cuatro millones de dólares), de los cuales el treinta y cinco por ciento provino de la región costera ecuatoriana.

Luego de un arduo proceso de planificación, arrancamos con nuestras operaciones un día miércoles 7 de noviembre de 1978, con la presencia de Monseñor Alberto Luna. El Banco contaba con cuarenta colaboradores y su matriz era en el edificio Proinco Calisto, en la Avenida Amazonas y Robles. Como es de suponer, la operación inició de manera muy modesta pero con grandes ideales y proyecciones. Nuestro primer Presidente Ejecutivo fue José Morillo Battle, gran estratega que tuvo que enfrentar no solo los retos de establecer una institución desde cero, sino además superar la crisis financiera de inicios de los años ochenta, que pusieron a prueba



no solo la solidez de nuestra Institución sino el apoyo de los clientes, accionistas y funcionarios en este tiempo. El Economista Abelardo Pachano Bertero, reconocido líder de opinión ecuatoriano, reemplazó a José Morillo Battle en 1987 y es desde entonces nuestro Presidente Ejecutivo y Gerente General.

Conforme transcurrieron los años, nuestra Institución creció no solo desde la perspectiva de tamaño, sino además amplió sus líneas de negocio. Para finales de la década de los ochenta, habíamos aperturado oficinas en algunas ciudades a nivel nacional y se había establecido PRODUBANK en Islas Caimán (1988). En los años noventa fundamos las subsidiarias Casa de Valores PRODUVALORES S.A. (1993), Administradora de Fondos y Fidei-

comisos PRODUFONDOS S.A. (1994) y Externalización de Servicios S.A. EXSERSA (1998) - más conocida por su nombre comercial, SERVIPAGOS. En el año 2006, cambiamos la sede de PRODUBANK a la República de Panamá, operando como un banco internacional con licencia general bajo la regulación y control de la Superintendencia de Bancos de Panamá.

El nombre comercial PRODUBANCO fue potenciado hacia mediados de los años noventa en línea con la estrategia de un banco más universal que sirve no solo a segmentos corporativos y empresariales sino también a personas naturales. Así mismo en esta década el capital accionario fue ampliándose para llegar a una base de cientos de accionistas, dentro de los que encontramos a empresas y personas naturales.

PRODUBANCO se proyecta como un banco moderno, innovador, enfocado en satisfacer las necesidades financieras de nuestros clientes con excelencia en el servicio. Impulsamos la eficiencia a través de soluciones tecnológicas que ofrezcan beneficios tangibles a nuestros clientes, manteniendo siempre altos estándares de seguridad. PRODUBANCO desea ser el mejor banco en el sistema financiero ecuatoriano, ofreciendo seguridad y respaldo a sus depositantes.

Cumplidos los primeros 30 años de vida institucional, creo pertinente resaltar el inmenso respaldo recibido de parte de todos nuestros colaboradores, pero muy en particular de nuestros Directores así como de nuestro Presidente Ejecutivo. El Directorio del PRODUBANCO se precia por tener hombres muy ilustres, honorables y de gran trayectoria en el país. Agradezco a todos por su respaldo incondicional reflejado en un trayecto institucional impecable.

Pongo a consideración de ustedes de esta manera, nuestra segunda Memoria de Responsabilidad Social Empresarial correspondiente al ejercicio económico entre el 1ero de enero y el 31 de diciembre de 2008. Este documento, que abarca consolidadamente los aspectos económicos, sociales y medioambientales de todas las empresas que integran el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN, ha sido desarrollado por el mismo equipo de trabajo que llevó a cabo las acciones de responsabilidad social de este periodo, y que estuvo integrado por las Vicepresidencias de Recursos Humanos y de Eficiencia y Productividad, por las Gerencias de Control Financiero, Mercado y Recursos Humanos - Desarrollo Organizacional. La estructura de este comité será formalizada en el Vademécum de la Institución durante el año 2009.

Espero que lo disfruten, así de simple,

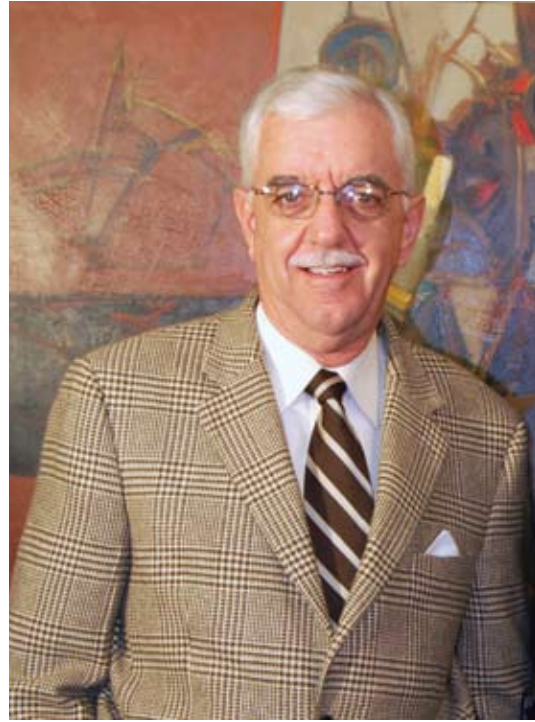


Rodrigo Paz Delgado  
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

# 2 Carta del Presidente Ejecutivo

Es motivo de gran satisfacción personal dirigirme a ustedes en estas pocas líneas para presentarles la segunda Memoria de Responsabilidad Social del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN, correspondiente al año 2008. La elaboración de este reporte anual ha generado una dinámica particularmente motivadora y es consecuencia de un proceso de aprendizaje enriquecedor para nuestra Institución. Si bien es cierto desde su inicio nuestra operación estuvo orientada a ser socialmente responsable, reportar nuestro desempeño en base al estándar GRI (Global Reporting Initiative), ha permitido la participación de muchos colaboradores del Grupo en valiosos proyectos, planes y actividades que han sido la oportunidad para descubrir talentos y fortalezas de este equipo humano que está interesado no solo en el desarrollo de la Institución, sino en el de todos sus grupos de interés.

Para la elaboración de la presente Memoria, además del análisis comparativo de otros informes de sustentabilidad tanto de origen nacional como internacional, realizamos encuentros puntuales para intercambiar ideas y experiencias con los distintos grupos de interés con los que nos relacionamos. De esta manera logramos conocer sus expectativas tanto sobre las prácticas del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN en materia de responsabilidad social como del contenido de la memoria a ser publicada. Los resultados solo pueden ser descritos como positivos y nos han permitido formalizar internamente canales de comunicación para atender adecuadamente nuestras relaciones con los



accionistas, clientes, funcionarios, proveedores y la comunidad.

En la primera edición de nuestra Memoria, correspondiente al año 2007 y publicada durante el 2008, dimos a conocer la relación que cada uno de los grupos de interés tiene con el GFP; su significado para la Institución, sus intereses, medios de contacto así como las prácticas y acciones que ejecutamos para con cada uno de ellos. En esta segunda edición correspondiente a la gestión realizada durante el año 2008, detallamos adicionalmente y con mayor amplitud, las nuevas iniciativas implementadas, tales como "un día de fútbol", "mi día libre" y el programa de optimización del uso de papel, entre otras. Presentamos además algunos esquemas de uso de tecnología a través de los cuales generamos eficiencia en la atención de las ne-

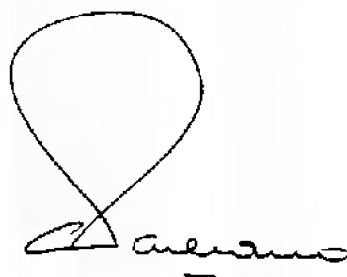
cesidades de nuestros grupos de interés, como la fábrica de crédito, el cash management y nuestra solución para atención de reclamos y requerimientos de clientes. Nuestro informe abarca todas las empresas que conforman el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN con sede en Ecuador y Panamá. Durante el periodo 2008 no existieron cambios significativos en la Institución en lo que a tamaño, estructura y propiedad se refiere.

El GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN busca en su interacción con los distintos grupos de interés generar soluciones integrales orientadas al crecimiento conjunto y al desarrollo sustentable. Hemos trabajado para presentarles un documento muy dinámico e informativo, por lo que agradecemos desde ya la retroalimentación que pudieran otorgarnos sea a través de correo electrónico a

la dirección [rse@produbanco.com](mailto:rse@produbanco.com) o con el desprendible al inicio de esta Memoria.

Esperamos continuar con paso firme en este proceso de crecimiento institucional, el cual nos compromete cada día más con nuestro entorno, produciendo servicios de calidad para satisfacer las necesidades financieras de nuestros clientes.

Atentamente,



Abelardo Pachano Bertero  
PRESIDENTE EJECUTIVO

PRODUBANCO





# 3

---

## Acerca del Grupo

## Quiénes somos

**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 para la adecuada atención de sus necesidades financieras. Todas las compañías que integran el GFP son sociedades anónimas.

### GRUPO FINANCIERO PRODUCCION

#### PRODUBANCO

##### **Banco de la Producción** *Entidad cabeza del GFP*

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

#### PRODUBANK

##### **Banco con licencia general en la República de Panamá**

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

#### PRODUFONDOS

##### **Administradora de Fondos y Fideicomisos**

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**

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



Fácilmente

##### **Exsersa**

##### **Red para procesamiento de transacciones**

Oficinas y cajeros automáticos para efectuar transacciones de cobro y pago de clientes PRODUBANCO y de terceros financieros y no financieros.

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% A DICIEMBRE DEL 2008			
Empresa	Participación	Valor Libros (miles US \$)	Actividad
Plan Automotor Ecuatoriano S.A. (Chevyplan)	40.00%	653	Promotor venta de planes de ahorro programado para la adquisición de vehículos
Medianet S.A.	33.33%	498	Administrador de red de puntos de venta (POS)
Credimatic S.A	33.33%	388	Procesador de tarjetas de crédito y débito
CTH	19.26%	1,135	Titularización hipotecaria
BANRED S.A.	11.63%	472	Servicios de cajero automático
Otros (*)		416	Varios
<b>TOTAL</b>		<b>3,562</b>	

(\*) Incluye MasterCard, Visa, Club VIP, Swift, Electroquil, Bankers y Decevale. En mayo 2008 se desinvertió en TEVCOL.

Somos privilegiados al contar con la preferencia de una amplia base de clientes, el apoyo de nuestros accionistas, el esfuerzo diario de colaboradores y una cadena de suministro especializada.

(millones de dólares)  
**ACTIVO\* 2,078.2**  
**PASIVO 1,924.3**  
**PATRIMONIO CONTABLE\*\* 154.0**

A diciembre 2008 el GFP ocupa el segundo lugar por el total de depósitos y el cuarto lugar por el tamaño de activo y patrimonio.

**Accionistas 323**  
**Empleados 2.261**  
**Clientes 317.482**  
**Proveedores calificados 410**

**OFICINAS 135**  
**CAJEROS AUTOMÁTICOS 145**  
**TARJETAS BANCA ENLÍNEA 171.947**

(\*) Rubros principales que integran el activo: Cartera de Créditos US \$809.3 millones; Fondos Disponibles e Inversiones US \$1,209.3 millones.

(\*\*) El 31 de marzo de 2009, la Junta General de Accionistas decidió capitalizar US \$17 millones de las utilidades del ejercicio 2008 alcanzando un capital suscrito y pagado de US \$124 millones.

Operamos una amplia red de oficinas y cajeros automáticos, brindamos nuestros servicios a través de diversos canales tecnológicos que nos permiten ofrecer cobertura nacional.

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

En el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN nos caracterizamos por contar con un modelo de administración dinámico y eficiente que evoluciona junto con nuestros clientes, crea valor para nuestros accionistas, garantiza nuestra solvencia a mediano y largo plazo, responde ágilmente al cambiante entorno, y cumple con

el marco regulatorio vigente. Aprovechamos las oportunidades de negocio administrando eficientemente el riesgo. Estos lineamientos se plasman en nuestros pilares estratégicos que guían nuestra acción y forman parte de la cultura organizacional.

## 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 nuestra 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



TRANSPARENCIA



PRUDENCIA



RESPONSABILIDAD



EFICIENCIA



CONFIANZA

## Riesgos y Oportunidades

El Sistema Financiero ecuatoriano enfrenta diferentes tipos de riesgos dados por el entorno en el cual realiza sus actividades y además afronta situaciones externas debido a la profunda relación que mantiene con los mercados internacionales.

Sin lugar a dudas, el evento económico que marcó el año 2008 fue la profundización de la crisis financiera que empezó en los Estados Unidos de América y se propagó aceleradamente al resto del mundo. Dado que el Ecuador es un país pequeño y muy abierto al comercio internacional, los efectos de este reverso en las condiciones externas impactaron en la economía local especialmente hacia el último trimestre del año.

Desde el punto de vista local, las Instituciones Financieras están sujetas a la regulación de tasas de interés y tarifas por servicios desde agosto del 2007 cuando entró en vigencia la

Ley de Regulación del Costo Máximo Efectivo del Crédito aprobada por el Congreso Nacional del Ecuador, teniendo un impacto directo en los ingresos y por lo tanto en el margen financiero y la rentabilidad.

Adicionalmente, el 27 de diciembre de 2008 a través de la Ley Reformativa para la Equidad Tributaria del Ecuador, se incrementa el porcentaje de impuesto a la salida de divisas y se crea el impuesto que aplica sobre los fondos disponibles e inversiones que las instituciones financieras mantienen en el exterior. A lo que posteriormente, el 31 de diciembre de 2008, se suma la expedición de la Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera en la que se crea un nuevo Fondo de Liquidez y se lo pone bajo administración pública, se modifica el fondo de garantía de depósitos y los esquemas de resolución de crisis bancaria.

Dentro de este entorno, el modelo de administración del Grupo permite cerrar el ejercicio 2008 con importantes tasas de crecimiento, comparables con el total del Sistema Grupos Financieros:

TASAS DE CRECIMIENTO 2008		
	GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN	TOTAL SISTEMA GRUPOS
<b>Activo Total</b>	<b>23%</b>	<b>17%</b>
Fondos Disponibles e Inversiones	37%	18%
Cartera Neta**	15%	19%
Cartera de Vivienda**	38%	26%
Cartera Comercial	15%	16%
Cartera de Consumo y Microcrédito	5%	20%
<b>Pasivo Total</b>	<b>25%</b>	<b>17%</b>
Depósitos del Público	31%	22%
<b>Patrimonio Total</b>	<b>10%</b>	<b>16%</b>

\*\* El cálculo de la tasa de crecimiento anual de la cartera neta y cartera de vivienda incluye US \$40 millones de cartera hipotecaria titulizada en diciembre del 2008.

Los resultados económicos alcanzados en el 2008 son satisfactorios puesto que reflejan la capacidad del Grupo para afrontar un ambiente de incertidumbre, marco regulatorio cambiante, control de tasas y tarifas y fuerte carga impositiva.

RESULTADOS ECONÓMICOS (millones de dólares)			
	2007	2008	Variación
<b>Valor Económico Generado (Ingresos)</b>	<b>174.6</b>	<b>186.3</b>	<b>7%</b>
Clientes	128.8	138.1	7%
Operación del Negocio	45.8	48.1	5%
<b>Valor Económico Distribuido (Egresos)</b>	<b>148.2</b>	<b>161.3</b>	<b>9%</b>
Empleados (sueldos y beneficios)	37.7	41.2	9%
Clientes (rendimientos pagados en captaciones)	34.7	44.6	29%
Proveedores (insumos y servicios)	29.0	30.5	5%
Operación del Negocio (gastos tangibles e intangibles)*	22.2	23.6	7%
Impuestos, Tasas y Contribuciones Legales	16.6	17.3	4%
Acreedores (obligaciones financieras)	2.3	3.0	31%
Comunidad y Medio Ambiente (donaciones y aportes)	1.0	1.1	10%
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>26.4</b>	<b>25.0</b>	<b>-5%</b>
Utilidad Neta	26.4	25.0	-5%
Aumento de Capital	15.0	17.0	13%
Reserva Legal	2.6	2.8	5%
Disponible Accionistas	9.0	5.0	-44%

(\*) En el 2007 se disminuye 4,763 de impuesto a la renta por venta ocasional de acciones.

El incremento del 29% en intereses pagados es consecuencia del importante crecimiento de los depósitos gracias a la confianza de nuestros clientes.

Los esfuerzos realizados en relación a la eficiencia en el gasto se reflejan en la moderada tasa de crecimiento de los gastos por Operación del Negocio y Proveedores.

La gestión integral de riesgos implementada por el GFP se enmarca en las mejores prácticas internacionales y se fundamenta en los principios de Independencia, Homogeneidad, Uniformidad y Globalidad; permitiendo identificar, medir, controlar, mitigar, monitorear y reportar

adecuada y oportunamente los diversos riesgos propios de la gestión financiera.

La adecuada separación de funciones entre las unidades que toman riesgos y aquellas que las gestionan y controlan contribuye al crecimiento saludable de los activos, crean valor para los accionistas y clientes y permiten una asignación eficiente del capital obteniendo retornos satisfactorios.

Los siguientes indicadores muestran el resultado de la gestión integral de riesgos como parte del modelo de administración del Grupo:

INDICADORES FINANCIEROS 2008			
		GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN	TOTAL SISTEMA GRUPOS
<b>SOLVENCIA</b>	(Patrimonio Técnico Constituido / Activos y Contingentes Ponderados por Riesgo)	<b>16%</b>	<b>14%</b>
<b>MOROSIDAD</b>	(Cartera Morosa / Cartera Total)	<b>0.9%</b>	<b>3%</b>
<b>COBERTURA</b>	(Provisiones / Cartera de Crédito Improductiva)	<b>257%</b>	<b>221%</b>
<b>LIQUIDEZ</b>	(Fondos Disponibles y Otros Activos Líquidos / Total Depósitos a Corto Plazo)	<b>55%</b>	<b>37%</b>

Los lineamientos estratégicos establecidos en nuestra planeación quinquenal, nos permiten enfrentar los riesgos y aprovechar las oportunidades con estrategias y planes de acción encaminados a: privilegiar las captaciones fomentando relaciones recíprocas y duraderas con nuestros clientes, mantener el liderazgo en colocación de cartera promoviendo el desarrollo productivo del país, defender altos niveles de liquidez ya que consideramos que constituye el mejor seguro para mantener la confianza de nuestros clientes, reducir el riesgo de crédito a través de la desconcentración y un análisis más profundo por segmento de negocios, velar por una mayor diversificación de servicios a través de canales tecnológicos, y gestionar adecua-

damente el gasto operacional para garantizar el uso eficiente de recursos.

Nuestro portafolio de inversiones y los fondos líquidos se mantienen en emisores de la mejor calidad así como en los instrumentos financieros más confiables asegurando la disponibilidad de la liquidez.

La generación de resultados nos permite fortalecer nuestra solvencia patrimonial para respaldar nuestras operaciones, es así que del ejercicio 2008 se destinaron a aumento de capital 17 millones de dólares. La relación de patrimonio técnico constituido sobre los activos y contingentes presenta un holgado excedente sobre el mínimo requerido del 9%.

## Principales asociaciones nacionales e internacionales de las que **formamos parte en el 2008**

- ✓ FEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE BANCOS – FELABAN
- ✓ ASOCIACIÓN DE BANCOS PRIVADOS DEL ECUADOR
- ✓ ASOCIACIÓN DE ADMINISTRADORAS DE FONDOS
- ✓ ASOCIACIÓN DE CASAS DE VALORES
- ✓ BANKERS CLUB
- ✓ WORLD TRADE CENTER CLUB ATHENEUM
- ✓ 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 INDUSTRIAS Y COMERCIO ECUATORIANO-AMERICANA
- ✓ CÁMARA DE COMERCIO ECUATORIANO-PERUANA
- ✓ CÁMARAS DE COMERCIO (en las diferentes regiones del país)
- ✓ CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL – COMITÉ NACIONAL DEL ECUADOR

## Reconocimientos Recibidos durante el 2008

Con orgullo y satisfacción hemos recibido las siguientes distinciones durante el año 2008.

### Calificaciones de Riesgo AAA- y AA+

Durante el 2008, PRODUBANCO mantuvo las calificaciones de riesgo otorgadas por Pacific Credit Rating y BankWatch Ratings desde los años 2006 y 2001 respectivamente.

### Primer lugar (Grupo Financiero y Banco) en la categoría "Los mejores grandes"

La Revista Gestión en su edición especial de junio del 2008 publicó el Ranking Anual de las Principales Empresas e Instituciones Financieras del Ecuador en el que el GFP y PRODUBANCO alcanzaron los primeros lugares entre los grupos financieros y bancos respectivamente.

### Ranking de las mejores empresas para trabajar en el Ecuador

El GFP nuevamente formó parte de las mejores empresas para trabajar dentro del ranking del Instituto Great Place to Work. La premiación se dio a conocer en la Revista EKOS del mes de diciembre 2008.

### Autoevaluación GFP Memoria de Responsabilidad Social: B+

La autoevaluación efectuada por el GFP a la Memoria de Responsabilidad Social 2008, 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 PricewaterhouseCoopers del Ecuador Cía. Ltda.

### Primer lugar en el CAMEL de grupos financieros a nivel nacional

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



C

**Capital** (Idoneidad de Capital): El objetivo es medir la solvencia financiera, verificando que los riesgos en que ha incurrido la empresa están equilibrados con el capital y reservas necesarios para absorber posibles pérdidas.

A

**Assets** (Calidad de Activos): Se analiza la idoneidad de los activos de acuerdo a las políticas de administración de cartera, inversiones y activos fijos.

M

**Management** (Manejo Gerencial): Determina la capacidad administrativa de recursos humanos, procesos, controles y auditoría, sistemas informáticos, planificación estratégica, y presupuestos.

E

**Earnings** (Rentabilidad): Mide el rendimiento de la empresa en relación al patrimonio y a los activos, la eficiencia operativa, y la política aplicada a la tasa de interés.

L

**Liquidity** (Administración de Liquidez): Analiza la capacidad de la institución para reaccionar ante las disminuciones en fuentes de fondos e incrementos en activos, así como para cubrir gastos a un costo razonable.



## Principales Innovaciones del 2008

### Los adelantos más importantes que realizamos en el 2008 fueron dedicados a nuestros clientes.

El enfoque fue continuar el desarrollo de soluciones a la medida de sus necesidades y expectativas.

En el capítulo "Grupos de Interés", en la sección "Clientes" se abordarán estos temas con mayor profundidad. A continuación un breve avance:

#### ✓ FÁBRICA DE CRÉDITO



Nueva metodología de aprobación del crédito = **reducción en el tiempo de respuesta a solicitudes.**

#### ✓ LÍNEA DE SOBREGIRO AUTOMÁTICO



Automatización proceso de otorgamiento sobregiros ocasionales = **reducción de carga operativa y minimización de riesgo.**

#### ✓ CASH MANAGEMENT



Tecnología especializada = **eliminación de las tareas administrativas de las empresas.**

#### ✓ ATENCIÓN AL CLIENTE



Metodologías, herramientas de servicio y tecnológicas aplicadas para manejar un **nivel especializado y eficiente de atención de requerimientos y solución de reclamos.**





# 4

## Grupos de Interés





---

# Nuestros Accionistas



# Nuestros Accionistas



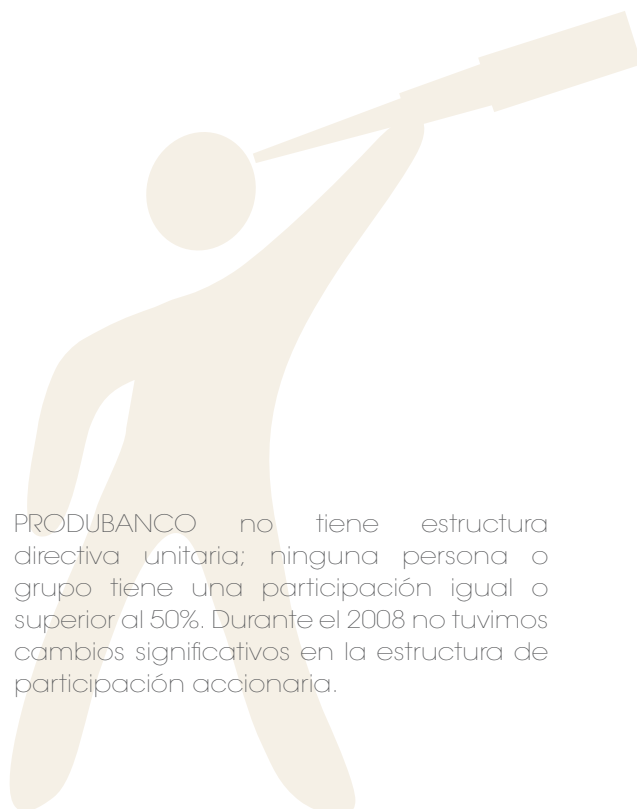
La solución integral para quienes visionaron lo que **actualmente somos** es nuestra gestión eficaz en todos los frentes.

## Composición Accionaria

El siguiente cuadro contiene la estructura accionaria de PRODUBANCO:

COMPOSICIÓN ACCIONARIA DE PRODUBANCO (entidad cabeza de Grupo) a diciembre del 2008	
NOMBRE	PORCENTAJE
GRUPO INMOHOLDINGS INC.	42.01%
GRUPO HNOS. MALO	12.09%
GRUPO BUSTAMANTE	8.07%
GRUPO SEVILLA - MARTÍNEZ	6.21%
FONDO ADMINISTRADO INVERSIÓN LEAL I	5.90%
GRUPO DELLER	5.01%
GRUPO PÁEZ	1.90%
VARIOS (MENORES DEL 2%)	18.81%
<b>TOTAL</b>	<b>100.00%</b>

PRODUBANCO no tiene estructura directiva unitaria; ninguna persona o grupo tiene una participación igual o superior al 50%. Durante el 2008 no tuvimos cambios significativos en la estructura de participación accionaria.



## Gobierno Corporativo

Una organización sustentable en el tiempo cuenta con líderes que definen su dirección, generan estrategias para obtener resultados positivos y dan permanente seguimiento a la gestión.



## Junta General de Accionistas

- **Autoridad Suprema:**

Está integrada por los accionistas del Banco de la Producción S.A.

- **Representación:**

La Junta representa a la totalidad de los accionistas.

- **Líderes:**

Está encabezada por el Presidente del Directorio, quien no ocupa cargo ejecutivo alguno en el GFP. En su ausencia, es reemplazado por el Vicepresidente del Directorio, quien en caso de falta, es substituido 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.

- **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 deben 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

### DIRECTORES PRINCIPALES



#### **Rodrigo Paz Delgado**

Presidente  
30 años

**Experiencia Sector Privado**  
Sector financiero, 30 años  
**Experiencia Sector Público**  
Ex Ministro de Finanzas  
Ex Alcalde de Quito  
Ex Presidente del CONAM



#### **Fuad Misle Zaidán**

Vicepresidente  
30 años

**Experiencia Sector Privado**  
Sector Importador, Industria Textil  
y Metalmecánica, 40 años  
Sector Financiero, 30 años



#### **Narciso Atfía Galante**

Director  
26 años

**Experiencia Sector Privado**  
Industria Inmobiliaria  
y Comercial, 40 años  
Sector Financiero, 26 años



#### **Alberto Bustamante Illingworth**

Director  
9 años

**Experiencia Sector Privado**  
Industria Comercial, 6 años  
Industria Inmobiliaria, 24 años  
Industria Metalúrgica, 33 años  
Sector Financiero, 38 años



#### **Juan González Portes**

Director  
10 años

**Experiencia Sector Privado**  
Industria Agrícola y  
Ganadera, 38 años  
Industria Comercial, 26 años  
Sector Financiero, 16 años  
Industria Camaronera, 9 años

### DIRECTORES ALTERNOS



#### **Eduardo Ortega Gómez**

Director, Presidente Consejo  
Consultivo Guayaquil, 18 años

**Experiencia Sector Privado**  
Industria Comercial, 28 años  
Sector Financiero, 18 años  
**Experiencia Sector Público**  
Ex Concejal del Cantón Guayaquil  
Ex Subsecretario de Recursos Naturales  
Ex Ministro de Recursos Naturales  
y Energéticos



#### **Miguel Barra Castells**

Director  
12 años

**Experiencia Sector Privado**  
Industria Inmobiliaria, 27 años  
Industria Comercial, 17 años  
Sector Financiero, 12 años



#### **Fernando Romo Proaño**

Director  
14 años

**Experiencia Sector Privado**  
Consultoría e Ingeniería  
Civil, 35 años  
Sector Financiero, 14 años



#### **Kurt Donath Gallus**

Director  
30 años

**Experiencia Sector Privado**  
Industria Textil, 45 años  
Sector Financiero, 30 años



#### **Fred Larreátegui Russo**

Director  
4 años

**Experiencia Sector Privado**  
Industria Comercial, 25 años  
Sector Financiero, 11 años  
**Experiencia Sector Público**  
Ex Director Nacional de  
Propiedad Industrial  
Ex Asesor Presidencial-Presidencia  
de la República del Ecuador  
Ex Subsecretario General de la  
Administración Pública

- **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 que duran dos años en sus cargos.

- **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 18 comités que se integran con miembros del Directorio y ejecutivos de la compañía

- **Comunicación**

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.

## Comités estratégicos

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; así como 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 Privada	Analizar la situación macroeconómica. Revisión de cupos y exposición de inversiones con las diferentes contrapartes financieras del GFP.

COMITÉ	INTEGRANTES	FUNCIÓN
Comité de Inversión de PRODUFONDOS	Presidente del Directorio Presidente Ejecutivo Vicepresidentes Ejecutivo, de Staff, Riesgos, Banca Privada y Mercado de Capitales 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	Miembros del Directorio 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 Ética	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 de 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 Capitales 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	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	INTEGRANTES	FUNCIÓN
Comité de Continuidad	Presidente 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 de 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, de Soporte y de 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 de Tecnología	Presidente Ejecutivo Vicepresidentes Ejecutivo, de Negocios, de Soporte y de Staff	Establecer los lineamientos estratégicos de tecnología en el Grupo en función de las necesidades del negocio.
Comité de Eficiencia	Vicepresidentes de Negocios, de Soporte y de Staff Gerentes de Eficiencia y Productividad	Revisar el avance de los proyectos de mejora de la eficiencia y productividad.
Comité Fiduciario	Presidente Ejecutivo Vicepresidentes Ejecutivo, de Riesgos y de Mercado de Capitales Gerentes y Ejecutivos de PRODUFONDOS Asesor Legal de Fiducia	Revisar y admitir la evolución del negocio fiduciario y nuevos fideicomisos acordes a las políticas pertinentes.

Durante el 2008 conformamos el grupo de trabajo responsable del proceso de elaboración del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional, el mismo que se formalizará el 2009 como un Comité que representa a todos los colaboradores del GFP. El Comité de Seguridad y Salud ocupacional estará conformado por 3 representantes del empleador y 3 representantes por parte de los trabajadores.

El equipo de trabajo que llevó a cabo las acciones y el informe de responsabilidad social de este periodo, estuvo integrado por las Vicepresidencias de Recursos Humanos y de Eficiencia y Productividad, por las Gerencias de Control Financiero, Mercadeo y Recursos Humanos-Desarrollo Organizacional. La estructura de este comité será formalizada en el Vademécum de la Institución durante el año 2009.



## Nuestra Administración

El GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN se divide en tres tipos de unidades:

**Negocio:** 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.

### Los Miembros de la Administración del GFP (a julio del 2009):



ATRÁS: de izquierda a derecha

ADELANTE: de izquierda a derecha

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> <b>Luis Pachano</b><br/>Vicepresidente Tesorería</li> <li><span style="color: red;">■</span> <b>Javier Velasco</b><br/>Vicepresidente Finanzas</li> <li><span style="color: blue;">■</span> <b>Gustavo Palacios</b><br/>Vicepresidente Banca Corporativa y Empresarial</li> <li><span style="color: green;">■</span> <b>Eduardo Paredes</b> (encargado)<br/>Vicepresidente Riesgos</li> <li><span style="color: blue;">■</span> <b>José Samaniego</b><br/>Vicepresidente Banca Patrimonial</li> <li><span style="color: green;">■</span> <b>Guillermo Moreano</b><br/>Vicepresidente Operaciones y Tecnología</li> <li><span style="color: red;">■</span> <b>Angelo de Castro</b><br/>Oficial de Cumplimiento</li> <li><span style="color: red;">■</span> <b>José Ricaurte</b><br/>Vicepresidente Eficiencia y Productividad</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">■</span> <b>Guido Orrico</b><br/>Auditor Interno</li> <li><span style="color: red;">■</span> <b>Marcela Barberis</b><br/>Vicepresidenta Asesoría Legal</li> <li><b>Abelardo Pachano</b><br/>Presidente Ejecutivo</li> <li><span style="color: green;">■</span> <b>Fernando Vivero</b><br/>Vicepresidente Ejecutivo,<br/>Administración y Recursos Humanos</li> <li><span style="color: blue;">■</span> <b>Sonia de Newell</b><br/>Vicepresidenta PRODUBANK Panamá</li> <li><span style="color: blue;">■</span> <b>Guillermo Vilac</b><br/>Vicepresidente Banca de Consumo</li> <li><span style="color: blue;">■</span> <b>Carlos Solano</b> (no aparece en la foto)<br/>Vicepresidente Banca Transaccional</li> </ul> |
|--|--|

## 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. Con este fin, en el año 2008 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 las 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.
- **Transparencia y eliminación de conflictos de intereses** a través de políticas de contratación y compra que rigen el trato con proveedores y establecen límites a las relaciones de las personas involucradas en los procesos de adquisición para evitar potenciales conflictos de interés.
- **Seguimiento periódico para identificar posibles conflictos de interés.** El área de Recursos Humanos actualiza anualmente los datos de todos nuestros miembros 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 utilizado para actos ilícitos. Consideramos que para brindar un servicio seguro y eficiente en este aspecto, todo el personal debe tener un alto sentido de conciencia y responsabilidad y por ello proporcionamos inducción y capacitación a todos nuestros colaboradores, quienes mantienen un compromiso de aceptación y conocimiento firmado luego de la recepción de la guía correspondiente. Durante el año 2008 se entre-

gó a todos los colaboradores un ejemplar del Manual de Prevención de Lavado de Activos, para actualización y recordatorio. Adicionalmente, se realizó el proceso de capacitación referente al tema en el que participaron más de 300 personas. Personal del área de Cumplimiento y Riesgos participó en cinco programas de actualización de conocimientos.

- **Normas para el comportamiento del personal** dentro del Grupo y frente a terceros, establecidas en nuestro Código de Ética y Conducta.
- **Aportar al desarrollo del gremio** acudiendo a 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. El GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN tiene normas claras de prevención de lavado de activos. Para reforzar el control, implementó sistemas de monitoreo que permiten realizar seguimiento de comportamientos inusuales; adicionalmente se siguieron realizando campañas de educación para el uso adecuado de los canales tecnológicos y se capacitó constantemente al personal para el cumplimiento irrestricto de políticas.



## Innovación – Iniciativas 2008

Alineados a nuestro propósito de desarrollar y mantener canales de comunicación más eficaces con nuestros distintos grupos de interés, llevamos a cabo reuniones de intercambio de ideas con representantes de nuestros accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, y de la comunidad.

Las sesiones tuvieron por objeto conocer las opiniones que cada grupo tiene sobre la gestión del GFP durante el 2008 en materia de

responsabilidad social y sus expectativas sobre acciones futuras. De igual manera, se analizó brevemente el contenido de la primera Memoria de Responsabilidad Social del Grupo y se recibieron recomendaciones para futuras ediciones.

A la reunión de intercambio de ideas correspondiente al grupo de interés de accionistas asistieron el Presidente del Directorio Rodrigo Paz, y los Directores Fuad Misle y Narciso Attía.



De izquierda a derecha:  
Narciso Attía, Rodrigo Paz y Fuad Misle.





---

# 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 permanentemente en contacto 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 de Intercambio de Ideas, realizadas al menos una vez al año con el grupo de interés.

### 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 de diversa índole (apoyo social, culturales, deportivos, medioambientales, etc. ) de contribución con la comunidad.

### 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.
- 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 de Intercambio de Ideas, realizadas al menos una vez al año con el grupo de interés.
- Programas de voluntariado corporativo, que en el 2008 iniciaron con la fase de planificación y estarán en ejecución en el 2009.
- Apoyo y viabilización de los proyectos de múltiple naturaleza (culturales, deportivos, sociales) surgidos en el Club de Empleados.

# Nuestra Gente

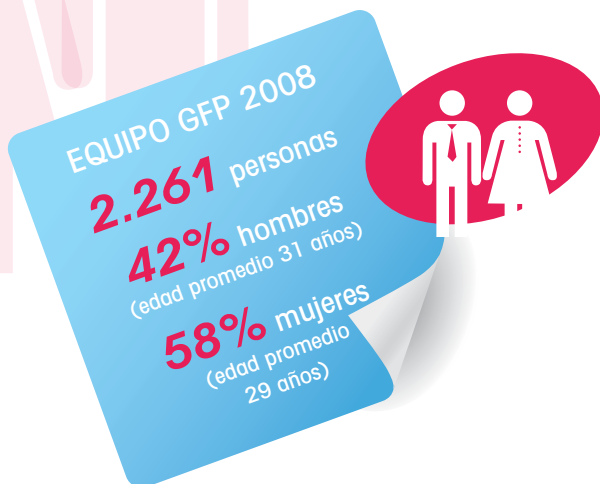


Nos debemos a nuestro equipo, a su desarrollo, bienestar y satisfacción personal. Para ello, nuestra solución integral, nuestro compromiso es administrar el "círculo de crecimiento"

Estamos convencidos de que la esencia de una organización es el talento humano.



## EL GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN en un vistazo demográfico al 2008



### DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

AMBATO	77	MANTA	30
CAYAMBE	9	PORTOVIEJO	12
CUENCA	79	QUEVEDO	21
ESMERALDAS	22	QUITO	1.332
GUAYAQUIL	514	RIOBAMBA	24
IBARRA	34	SALINAS	8
LOJA	22	SANTO DOMINGO	42
LATACUNGA	14	PANAMÁ	9
MACHALA	12	<b>TOTAL</b>	<b>2.261</b>

### DISTRIBUCIÓN POR EDAD Y GÉNERO

EDAD	H	M	TOTAL
18-25	285	462	747
26-30	278	411	689
31-35	174	221	395
36-40	81	109	190
41-45	69	50	119
46-50	33	25	58
51-55	18	17	35
56 o más	19	9	28
<b>TOTAL</b>	<b>957</b>	<b>1.304</b>	<b>2.261</b>

### NIVELES DE EDUCACIÓN

NIVEL	%
UNIVERSITARIO	73%
BACHILLER	23%
TECNÓLOGO	2%
DIPLOMADO Y MAESTRÍA	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

### DISTRIBUCIÓN JERÁRQUICA

JERARQUÍA	H	M	TOTAL
Mensajero	48	3	51
Cajero	339	539	878
Asistente	171	198	369
Ejecutivo	308	463	771
Subgerente	45	68	113
Gerente	29	30	59
Vicepresidente	17	3	20
<b>TOTAL</b>	<b>957</b>	<b>1.304</b>	<b>2.261</b>

### DISTRIBUCIÓN POR TIEMPO DE SERVICIO Y GÉNERO

SERVICIO	H	M	TOTAL
0-5	716	937	1.653
6-10	148	222	370
11-15	32	62	94
16-20	34	46	80
21-25	16	20	36
Más de 26	11	17	28
<b>TOTAL</b>	<b>957</b>	<b>1.304</b>	<b>2.261</b>



### NÚMERO DE PERSONAS CON CAPACIDADES DIFERENTES:

**39** (nuevas posiciones creadas)

### SALARIO VS SALARIO MÍNIMO VITAL:

**33%** superior

En el año 2008 la escala mínima salarial del GFP superó en un 33% al salario mínimo vital. La escala salarial del GFP se obtiene por el cálculo del promedio ponderado del sueldo bruto de las posiciones de menor responsabilidad de la estructura, que corresponden a cajero y mensajero.



### COMPARACIÓN REMUNERACIÓN PROMEDIO POR GÉNERO

La remuneración promedio del personal masculino fue superior en **12%** a la del personal femenino

### TIPOS DE CONTRATO

A diciembre 2008 se mantiene contratos indefinidos, a plazo fijo, o eventual. No se contrata personal de media jornada. Del 100% de personal del GFP, únicamente el 1.4% tiene relación de dependencia bajo contrato eventual.



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

**23.31%** (disminución frente al 24.61% del 2007).

**222** hombres y **305** mujeres.

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

**7.43%** (disminución frente al 8.61% del 2007)

**78** hombres y **90** mujeres



### TASA DE AUSENTISMO (número de días no laborados/número de días laborados)

**2.70%**

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 14.646 de los cuales el 68% (9.963 días) corresponden a maternidad y horas de lactancia.

Del total de personas que se ausentaron (664), el 64% (425) presenta como motivo principal enfermedades respiratorias y digestivas, mismas que guardan relación con las primeras causas de morbilidad del país.



### CONTRATACIÓN PASANTES Y PRACTICANTES:

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

	PRACTICANTES		PASANTES	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>35</b>	<b>45</b>	<b>83</b>

### VACANTES CUBIERTAS A TRAVÉS DE PROMOCIONES Y ASCENSOS INTERNOS

**81%**

La política "Primero los Nuestros" permitió que durante el 2008 cubriéramos el 81% de las vacantes generadas en el Grupo con personal interno.

## Políticas de contratación, selección, convivencia en respeto a los derechos humanos y satisfacción laboral

### 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 Diferentes

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

Normativa desarrollada a través de una asesoría externa y presentada en diciembre de 2008 ante el Ministerio de Trabajo para que emita su aprobación.

### Encuesta de Valoración de Ambiente Laboral (realizada por segundo 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

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

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 estos 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 Institución y en función de las responsabilidades de cada posición.



## Capacitación: Horas, inversión, beneficiarios



El valor de la inversión anual incluye ahorro generado por la financiación de programas a través del Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional y por convenios con Universidades (por donación de impuesto a la renta).

Del valor total invertido, US \$37,500 corresponden a la adquisición de la herramienta de e-learning, con la cual se trabajará a partir del segundo trimestre del 2009.



Estos programas se impartieron con mayor énfasis a nivel de mandos medios: ejecutivos y subgerentes (65%), y asistentes y cajeros (27%).

**Entre otros, los cursos impartidos este año fueron:**

#### **Escuela de Liderazgo:**

Proceso de formación integral que otorga herramientas de gestión a mandos medios para fortalecer sus competencias de dirección, relación y liderazgo, optimizando los resultados de su equipo e incentivando el desarrollo y crecimiento de los miembros. Este proceso tuvo como componente adicional la medición 360°, que provee retroalimentación al líder sobre sus comportamientos, fortalezas, y, oportunidades de mejora. Participaron 74 líderes en un proceso de 240 horas por persona.

#### **Atención al Cliente:**

Proceso en el que participaron 515 colaboradores a nivel país. Fue dictado al personal de Casas del área de Canales de SERVIPAGOS.



#### **Taller de Imagen:**

Participó el 59% del personal (en su mayoría femenino), con un enfoque que integra la actitud y valores internos, proyectados en su aspecto exterior y obteniendo tips útiles para el trabajo diario y la presentación personal.

#### **Psicología del Logro:**

Continuamos con el proceso de formación para desarrollar en el participante la conciencia de su capacidad para alcanzar el éxito integral a través de la identificación de las destrezas y metas personales. Participaron 149 colaboradores.

## Apoyo académico 2008



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

Adicionalmente, mantenemos un convenio con la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) a través del cual se han beneficiado 40 personas, entre empleados y familiares, accediendo a estudios universitarios en condiciones preferenciales.

## 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 2008, más de 400 comunicaciones fueron enviadas al Grupo.

## Clima Laboral



Por segundo año consecutivo se realizó la medición de ambiente laboral a través de Great Place To Work, misma que fue contestada por el 85% de los convocados y que nos ubica entre las mejores empresas para trabajar en el Ecuador.

Entre los resultados se destacó como fortaleza la integridad y honestidad de los líderes, valores que se reflejan en las prácticas de la Institución con sus grupos de interés.

**Nuestro enfoque para el 2009:**  
**Continuar trabajando por la satisfacción laboral del empleado, aspecto fundamental para el crecimiento del Grupo y de sus integrantes.**



## Beneficios 2008



- **Controles Médicos Preventivos.**

563 empleados participaron en este tipo de exámenes durante el 2008.



- **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 2008 fueron atendidas más de 5.900 personas.



- **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 del 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 3.686 personas entre empleados y familiares, utilizaron en el 2008 las facilidades del complejo del Grupo, cuya valoración a diciembre 31 de 2008 fue de US \$794,900. Anualmente el GFP realiza una inversión en mantenimiento mayor a US \$12,300. En el 2008 se realizó el proyecto de adecuación y seguridad por un monto aproximado de US \$60,000.



- **Colonia Vacacional**

durante la temporada de vacaciones ofrecemos jornadas de recreación para los hijos de nuestros colaboradores.



- **Ayuda Económica para Gastos de Guardería**

de los hijos de hasta 4 años del personal femenino. 75 funcionarias gozaron de este beneficio en el 2008.



Otros beneficios



• **Acceso a Estudios Universitarios**

a través del convenio con la Universidad Técnica Particular de Loja, para que los empleados que no han terminado su carrera y sus familiares, puedan hacerlo a precios preferenciales.



• **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. En el 2008, 10 personas disfrutaron de este beneficio.



• **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 que otorgamos a los colaboradores.



• **Uniformes**

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



• **Préstamos**

Durante el 2008 se otorgaron créditos a 177 empleados que solicitaron créditos hipotecarios y de consumo por un valor total de US \$1,526,146.19 .



• **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:** 953 empleados se benefician con 1.703 líneas asignadas. **Seguro de vehículos:** 299 empleados utilizan este beneficio (400 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 el personal que trabaje **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 2008 fueron 182 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 2008 benefició a 3.537 empleados y ex empleados con 4.179 cargas. Adicionalmente, los empleados de servicios complementarios que participaron en el reparto sumaron 750 personas, más 847 cargas.



#### • Descuento en Compra de Vehículos

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



#### Nota Personal Eventual

Para la entrega de beneficios relacionados con la antigüedad del colaborador en la Institución, el GFP considera el primer día que ingresó a la Institución incluyendo los casos en los que inicialmente su contrato fue de carácter eventual, de acuerdo a la política correspondiente.

## Concurso Interno PRODUIDEAS

**Cosechamos lo que cultivamos.** Nuestra preocupación en el cumplimiento del "círculo de crecimiento" de cada colaborador tiene sus frutos: personal dedicado, comprometido y participativo al punto que genera soluciones de mejora continua para el crecimiento de la Institución.

En el año 2008, se realizó el análisis y la selección de las Ideas Ganadoras de PRODUIDEAS 2007

### ENFOQUE PRODUIDEAS:

Ideas comerciales que aumenten la competitividad del GFP en el mercado bancario ecuatoriano y que creen diferenciación, mejoras o valor agregado en la línea de productos existente.

IDEAS  
INGRESADAS  
**132**



**ProduIdeas**

## IDEAS GANADORAS

### CATEGORÍA CREACIÓN DE PRODUCTOS



*Álvaro Armijos / Sebastián Jarrín*  
Banca Transaccional

#### PRIMER LUGAR:

#### Envío de remesas a través de tarjeta de crédito o débito

Consiste en el envío de remesas vía tarjeta de crédito o débito a través de un portal independiente (PRODUBANCO), en donde los migrantes de todo el mundo puedan acceder y realizar avances de efectivo, para que el dinero sea entregado a sus familiares en el Ecuador a través de ventanillas de SERVIPAGOS o acreditación en cuenta.



*Álvaro Armijos*  
Banca Transaccional

#### SEGUNDO LUGAR:

#### Avances de efectivo en diferido a través de cajeros automáticos

Consiste en implementar en cajeros automáticos el servicio de avances en diferido para los tarjetahabientes MasterCard y Visa de PRODUBANCO.

## RECONOCIMIENTO (IDEA OPERATIVA)

### CATEGORÍA MEJORA DE PRODUCTOS O SERVICIOS BANCARIOS VIGENTES



*Glenda Vizcaíno*  
Operaciones

#### Implementación voucher sin firma

Consiste en crear un proceso que no requiera de manera mandatoria la firma de clientes (personas naturales -no corporativos-) en vouchers de determinados montos, en comercios específicos, mejorando el tiempo de respuesta.





## Satisfacción Laboral

### 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.



### POLÍTICA "MI DÍA LIBRE"

**EN QUÉ CONSISTE:** Actividad a disposición de todos los funcionarios de PRODUBANCO, PRODUFONDOS, PRODUBANK PANAMÁ 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 "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.



### ACTIVIDADES CLUB DE EMPLEADOS

El Club de Empleados durante el año 2008 fue más participativo e incorporó actividades dirigidas no solo a sus miembros, sino también a la comunidad y a los clientes. Para los colaboradores hubo actividades deportivas y de integración que aportaron a la relajación de los participantes como el campeonato de fútbol, conformación del equipo masculino de básquet, cursos de baile, cocina, y fotografía, conformación del coro institucional que se presentó ante nuestros clientes en las oficinas de PRODUBANCO en centros comerciales y ante nuestro Directorio. También se realizaron actividades solidarias tales como: colecta para los damnificados de la costa por los desastres naturales a inicios del año, la campaña de recolección de ropa y la mochila escolar. A través de nuestro Dispensario Médico se realizó la campaña para donación de sangre a la Cruz Roja.



## Terapias Anti-estrés - De la voz de sus actores

### • Testimonio

**Gloria Paz**

**¿Cuál fue el interés y el pedido del GFP al acordar el servicio de terapias anti estrés para sus colaboradores?**

Inicié la relación con el Banco luego de regresar de mis estudios. Se enteraron que me especialicé en manejo de estrés y me pidieron que ofreciera los cursos para el personal. Eso fue en 1985. En 1987, surgió la idea de ofrecer adicionalmente las terapias para Manejo de Estrés en el dispensario médico, con la idea de que el valor correspondiente, sea cubierto por el seguro médico privado que mantenía el Banco, lo que no sucedió. Entonces, el Banco tomó la decisión de ofrecer el servicio a las personas que lo necesitaban, asumiendo el 80% del valor. Desde ahí, el Banco ha cubierto ese valor y el empleado cubre el 20% por cada sesión, lo que resulta actualmente en un valor de \$6 para el empleado, el que se descuenta a través del rol de pagos.

**Cuéntenos, ¿en qué consiste la terapia para el estrés que aplica a los funcionarios de PRODUBANCO?**

De acuerdo con las necesidades del empleado se utiliza diversas técnicas para ayudar a restaurar el bienestar. La herramienta más importante es el masaje terapéutico. A diferencia de un masaje relajante, el masaje terapéutico penetra en las tensiones musculares para soltar la tensión acumulada. Esto permite que circule mejor la sangre y la energía en todo el organismo. En ciertos casos, luego del primer masaje, el cuerpo queda con un poco de dolor en las áreas principales tratadas puesto que la contractura muscular, al ser manipulada, queda adolorida por la manipulación pero, al mismo tiempo, se siente alivio porque la circulación empieza a fluir. Los masajes realmente son muy importantes. Muy a menudo nos llega gente que ha tomado muchos relajantes musculares y complejo B pero aun así continúa con malestar. Si bien el paciente necesita darse el tiempo para asistir a la terapia y, muy a menudo necesita más de una sesión, el efecto que tiene el masaje es mucho más beneficioso que cualquier medicamen-



**SERENIDAD**  
salud • relajación • introspección

to cuando se trata de tensiones musculares, especialmente porque se está trabajando directamente con el cuerpo y las áreas afectadas. Otra de las terapias que uso para el tema del manejo de estrés es la orientación psicológica. Las tensiones musculares con frecuencia van acompañadas de procesos internos acumulados y parte del proceso es ayudar a que las personas suelten sus tensiones físicas, mentales y emocionales.

**¿Cuál es su opinión sobre el interés del Banco en dar estas terapias a sus funcionarios?, ¿Esta práctica es usada en otras empresas?**

La oportunidad que tienen los empleados de PRODUBANCO, PRODUBANK, PRODUFONDOS Y PRODUBALORES para hacer uso de esta alternativa de apoyo a la salud realmente me parece extraordinaria. En Ecuador, PRODUBANCO es la única institución que ofrece servicio de medicina alternativa para sus empleados. Y no hay, en general, empresas que ofrezcan terapias para manejo de estrés de la misma forma. Así que es un privilegio que los empleados tengan acceso a esta opción.

**¿En qué se enfocan los cursos para cajero?**

Los cursos para cajeros se enfocan en ofrecer técnicas para manejar el estrés. Se les enseña sobre la relación que hay entre mente y cuerpo, ejercicios de relajación, y otros ejercicios creativos para reconocer que somos 100 mil veces más sensibles a lo que sucede internamente que a lo que sucede externamente.

**Además del masaje terapéutico, ¿qué otras terapias se realizan?**

Ofrezco un par de servicios adicionales como el jin shin jyutsu, que es una terapia que uso para tratar a personas que están con una baja en el sistema inmunológico, también he tratado a personas con migrañas o dolores de cabeza recurrentes, y a mujeres embarazadas para el bienestar de la madre y el desarrollo fetal. Adicionalmente, ofrecemos la descongestión nasal que es para personas que han tenido una gripe mal curada y siguen con mucha congestión nasal, o personas con rinitis alérgica o sinusitis. Este tratamiento no es el que cura estos problemas sino que se usa de manera complementaria con otros tratamientos, sean naturales o no, para restablecer la salud. Lo que esto hace es ayudar a disminuir la congestión para quitar los dolores de cabeza, y las molestias en la cara causadas por estos procesos de salud.

**¿Cuál es la respuesta de los colaboradores que participan en esta actividad?**

Bueno, hay de todo, pero en general, la respuesta ha sido muy favorable. La mayoría de empleados

que se ha dado un masaje, ha vuelto en momentos de necesidad. He recibido muchos testimonios tanto por la parte física como por la parte psicológica que han sido muy favorables y, obviamente, ha sido muy satisfactorio para nosotros.

**Díganos los tips que usted considere más importantes para el manejo de stress.**

El más importante es aprender a respirar lenta y profundamente de forma abdominal, sea durante el trabajo o en cualquier momento. Si las personas pasan mucho tiempo sentadas, sin moverse, no solo que afectan su columna y los problemas de espalda, sino que disminuyen su capacidad respiratoria al mínimo, afectando la claridad para desempeñarse en su trabajo. Entonces, cada hora, por lo menos, es importante pararse, caminar un poco, ir al baño, a tomar agua, y respirar profundamente. La respiración profunda es la clave para manejar cualquier tipo de tensión.

## ● Testimonio

**Magdalena Sánchez**

Como funcionaria del Banco he podido beneficiarme de los masajes antiestrés. La experiencia y los resultados siempre han sido positivos. He recomendado esta terapia a mis compañeros, ¡sé que su cuerpo y mente quedarán agradecidos!

Soy una mujer cristiana, tengo la convicción que Dios nos ha entregado diferentes "talentos y dones" a cada ser humano y éstos tenemos que ponerlos al servicio de los demás.

Gloria Paz - "Goy" - quien está al frente de este servicio, ha desarrollado el talento de brindar masajes y a través de su asistencia una alternativa para descargar la tensión, nervios, ansiedad... para luego sentir bienestar, energía... ¡Cargar Baterías!, además de la gran oportunidad de compartir este espacio de tiempo, con una persona que no sólo brinda una terapia para el alivio físico, sino también espiritual.

Gracias PRODUBANCO ...Gracias Goy .



## Incorporación de Personas con Capacidades Diferentes

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.

Durante el 2008  
incorporamos **39**  
personas con  
capacidades diferentes

Se realizó la inducción grupal con la participación de 274 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 discapacidad del empleado: limitaciones, medicación, necesidades y referentes en caso de emergencia.
- Respuesta a preguntas, inquietudes y requerimientos físicos.



**Alex Lliva Paredes, 20 años**

Fecha de ingreso: 28/01/2008  
Empresa: EXSERSA S.A.-SERVIPAGOS  
Área: AGENCIA IÑAQUITO – SRI  
Cargo: ASISTENTE JUNIOR

### • Testimonio

#### *Actividades Rutinarias*

Arreglo mi cuarto, mi ropita, me gusta tender la cama, todos los días me baño, me perfumo, me visto, me pongo el anillo, cojo mi maletita azul y cuando bajo tomo agua de té, también tomo chocolate sin azúcar, tomo los remedios que necesito (ensure vitamina de vainilla, frutilla y chocolate).

Me gusta trabajar todos los días, descanso el fin de semana.

#### *¿Qué le llamó la atención de trabajar en el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN?*

Me gusta porque Sandrita, que es mi jefe dice que estoy bien, abro los sobres de los formularios, me gusta ordenar de acuerdo al tamaño y color. Busco los números en los formularios para saber de qué agencia viene y distribuyo de acuerdo a las agen-

cias, conozco el nombre de todas las agencias de PRODUBANCO y de SERVIPAGOS.

Me encanta pasarles los formularios a mis compañeros, les pongo en cada puesto para que ellos puedan digitar. Eso hago todas las mañanas ordeno los formularios y les paso. Estoy viendo que todo esté bien de acuerdo a lo que requieren mis compañeros.

#### **¿Cómo se siente al formar parte del GFP?**

Me gusta construir y por eso estoy aquí, por que con eso ayudo al progreso

#### **¿Qué lo motiva a hacer un buen trabajo?**

Me gusta hacer el trabajo como un ejecutivo.

#### **Estudios que está realizando**

Me gustó estudiar inglés, computación, y contabilidad en mi escuela " Vicente Piedrahita", extraño mucho a mi escuela especial. Ahora sé que es colegio también.

#### **Proyectos o grupos adicionales en los que participa**

Pertenezco al grupo de Olimpiadas Especiales, ahí nos llevan al aeropuerto, a varios lugares a los atletas que participan como en tenis, básquet, natación. Yo estoy en tenis y somos campeones de tenis los que estamos en mi grupo.

#### **Principales Desafíos**

Quisiera llegar a ser un buen joven con empleo, quisiera llegar a manejar bien la compu.

#### **Fortalezas - Cualidades**

Mis compañeras me hicieron una bienvenida porque soy trabajador, responsable, ellos me dicen: "¡tú si puedes!" puedes pasar bien

los formularios de cada cajón y yo soy ordenado, veo que todo este limpio y ordenado en mi mesa de trabajo. Me gusta que me llamen Sami. Dicen mis compañeros que soy buen compañero.

#### **Debilidades**

No me gusta que me empujen, me enojo cuando lo hacen.

#### **Actividades para el tiempo libre**

Me gusta salir con mi familia al parque de El Calzado por donde vivo, juego básquet, tenis, fútbol, me gusta arreglar y ayudar en la casa.

#### **Experiencia Profesional**

Este es mi primer trabajo, me gusta mucho lo que hago, porque ayudo a las personas.

#### **Objetivos a corto, mediano y largo plazo.**

Me gustaría ser ayudante del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN y seguir trabajando.

#### **Actividades que aún no ha desarrollado pero quiere hacer a futuro**

Me gusta contar el dinero, voy ir mejorando en contar. Me gusta trabajar, para poder comprarme un carro.

#### **Definición de éxito**

Es ser feliz y contento, alegre, tener amistades, estar con mi familia.

#### **Su vida en una palabra**

Mis compañeros me hacen sentir feliz todos los días en mi trabajo, que puedo ayudar y eso es vida.



## ● Testimonio

### Actividades Rutinarias

- Revisión y pasar facturas al pago.
- Contabilizar los tickets de gasto y archivarlos.
- Realizar las compras a diarias de las diferentes Agencias o Departamentos de PRODUBANCO.
- Ingresar y actualizar los datos en el Share Point y en Ultimus.
- Coordinar con los proveedores la fecha de entrega de los artículos o productos a comprar.
- Calificar proveedores y ubicar en la base de datos.
- Realizar un comparativo de las mejores ofertas a comprar.

### Qué le llamó la atención de trabajar en PRODUBANCO

Ante todo es una buena institución bancaria; me interesa actualmente ya que puedo dar lo mejor de mí y dar a conocer a los demás que nosotros sí podemos ante cualquier adversidad que nos da la vida, aparte puedo adquirir nuevo conocimiento y experiencia a la vez.

### Cómo se siente al formar parte del GFP

Me siento como en familia y más aún con las personas que me rodean ya que conozco un poquito de ellos y a la vez aprendo.

### Qué lo motiva a hacer un buen trabajo

La experiencia que tengo en el día a día.

### Estudios que está realizando

Recién terminé mi carrera universitaria en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Obtuve el título de Licenciado en Publicidad. Elegí esta carrera y profesión ya que me gusta el diseño gráfico y todo lo que tenga que ver con la publicidad.

### Proyectos o grupos adicionales en los que participa

Proyecto, si Dios lo permite, desempeñarme en el área de publicidad o marketing, otro proyecto en mente especializarme en lo que es fotografía profesional.

### Principales Desafíos

Vencer el miedo y demostrar que nosotros sí podemos y dar lo mejor de uno.



**Wilson Pauta Macías, 29 años**

**Fecha de ingreso: 28/01/2008**

**Empresa: PRODUBANCO**

**Área: EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD**

**Cargo: ASISTENTE JUNIOR**

Otro desafío es, ir escalando en el banco.

### Fortalezas - Cualidades

Fortaleza: Dios, mi familia (mis padres)

Cualidades: mente, capacidad y fe

### Debilidades

Miedo, temor, en ocasiones dejarme vencer.

### Actividades para el tiempo libre

Dialogar con la familia y escuchar música.

### Experiencia Profesional

Muy bien, hasta ahorita.

### Objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Aquí mi objetivo es ir escalando (ascendiendo) en el banco e ir teniendo nuevos conocimientos

### Actividades que aún no ha desarrollado pero quiere hacer a futuro

Desempeñarme bien a fondo en lo que es el mundo del diseño gráfico.

### Definición de éxito

Mucho empeño, ganas y valor de salir adelante.

### Su vida en una palabra

Valor.

## Incremento de Resultados con un nuevo enfoque

Creemos que la motivación y el trabajo en equipo son factores que inciden positivamente en los resultados y en la gestión diaria. Por ello "jugamos" la PRODUCOPA.

El sistema de medición PRODUCOPA consiste en trasladar 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 fomente 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 piloto realizado en las Agencias de PRODUBANCO que incluye a personal de Banca de Consumo y de Operaciones Canales, en tres temporadas y en las regiones Quito - Guayaquil y Costa - Sucursales Sierra consistió en la evaluación de logro de objetivos que abarcaban la parte comercial (cartera, obligaciones con el público, tarjeta de crédito), transaccional (transacciones en canales tecnológicos), y de atención al cliente (reclamos generados y reclamos gestionados oportunamente). Los participantes formularon estrategias por las que fueron valorados y alcanzaron resultados por los que fueron premiados. En el caso de Quito y Guayaquil jugaron únicamente agencias, no las oficinas principales.



Dentro de los resultados presentados en las diferentes temporadas, es importante considerar que en promedio los 3 meses que duró el juego las agencias participantes crecieron en un mayor porcentaje que el promedio de crecimiento total de la Banca de Consumo.



### RESULTADOS DE PRODUCTOS DE CARTERA Y DEPÓSITO (más representativos) PERIODO DE JUEGO MAYO - JULIO

#### Agencias Quito

##### OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO

Crecimiento de la Banca de Consumo	5.56%
Crecimiento de los participantes	5.61%

##### CARTERA

Crecimiento de la Banca de Consumo	1.58%
Crecimiento de los participantes	3.36%

### RESULTADOS DE PRODUCTOS DE CARTERA Y DEPÓSITO (más representativos) PERIODO DE JUEGO SEPTIEMBRE - NOVIEMBRE

#### Agencias Guayaquil y Costa

##### OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO

Crecimiento de la Banca de Consumo	1.23%
Crecimiento de los participantes	1.05%

##### CARTERA

Crecimiento de la Banca de Consumo	3.77%
Crecimiento de los participantes	6.65%

### RESULTADOS DE PRODUCTOS DE CARTERA Y DEPÓSITO (más representativos) PERIODO DE JUEGO OCTUBRE - DICIEMBRE

#### Agencias Sucursales Sierra

##### OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO

Crecimiento de la Banca de Consumo	2.76%
Crecimiento de los participantes	3.81%

##### CARTERA

Crecimiento de la Banca de Consumo	2.42%
Crecimiento de los participantes	1.73%



## Seguridad y Salud Ocupacional

### Nos interesa la salud y el bienestar de nuestra gente.

Por ello, durante el 2008 conformamos el grupo de trabajo responsable del desarrollo e implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional (en el 2009 se formalizarán los comités que representarán a los colaboradores de cada una de las empresas del GFP). Simultáneamente, en el 2008 presentamos ante el Ministerio del Trabajo y Empleo el Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional por empresa, basado en el diagnóstico/auditoría efectuado con profesionales en la materia; su revisión y aprobación será en el año 2009.

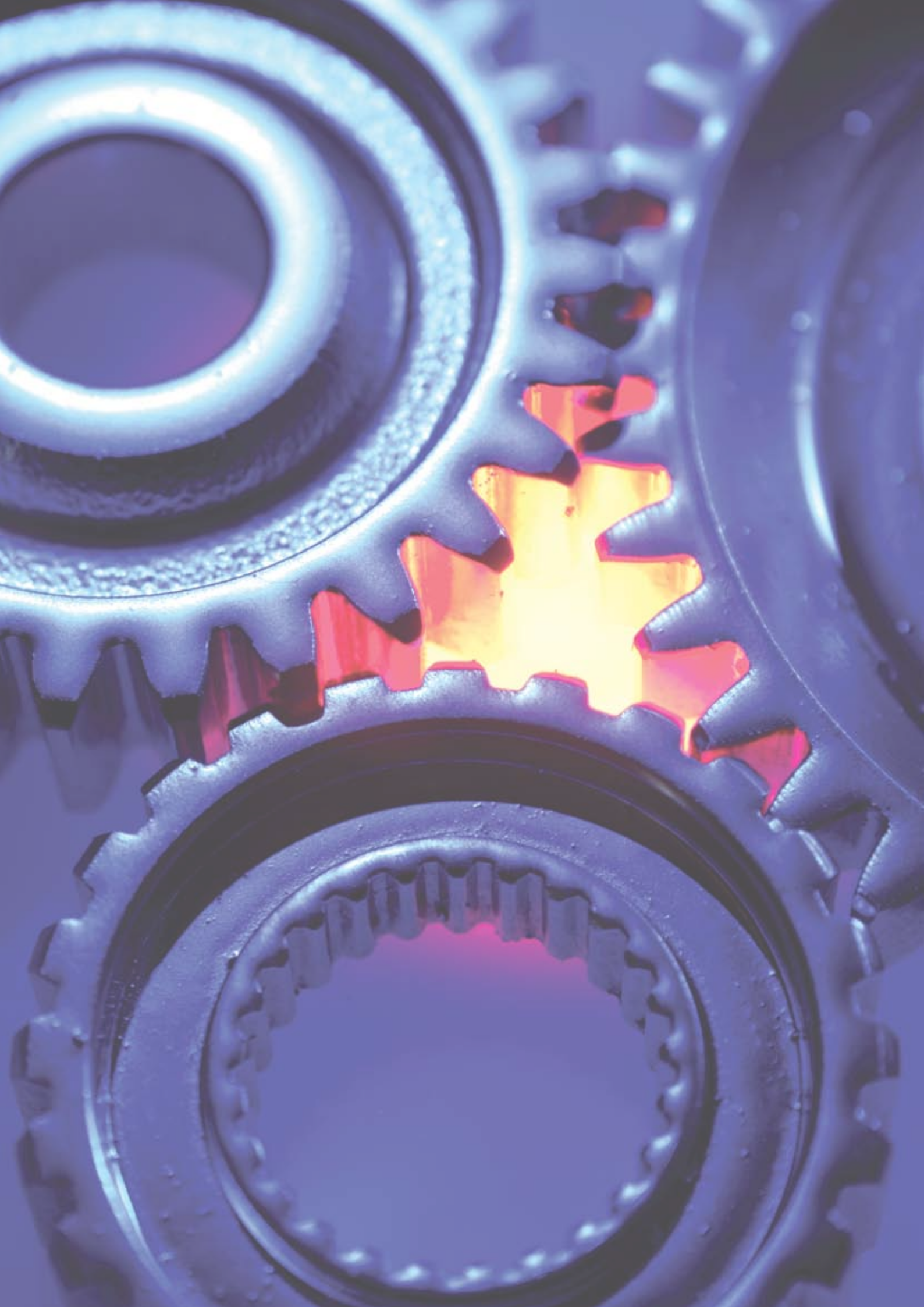
Ratificamos que las prácticas, políticas y procedimientos del GFP están enfocados en una cultura de prevención de la salud ("Derecho a la seguridad y salud en el trabajo," contemplado en el Código de Conducta - numeral 5.6) y que todos los empleados del GFP cuentan con un seguro médico privado de vida y asistencia médica, cuyo costo es asumido en un 70% por las empresas del Grupo.

Llevamos también a cabo eventos de prevención y capacitación. En cuanto a seguridad física en el caso de siniestros, efectuamos 40 simulacros de evacuación en las oficinas del GFP a nivel país en los que participaron 897 personas, previo proceso de capacitación con la Cruz Roja en el que se revisaron temas referentes a primeros auxilios, manejo de extintores y procedimientos de evacuación. En el caso de Quito, se realizaron además tres talleres de Brigadistas durante los meses de noviembre y diciembre con la participación de 42 personas, líderes de piso y de agencias.



## Participación en Responsabilidad Social

Estamos interesados en construir y mantener canales de comunicación eficaces con nuestros grupos de interés. Por esta razón, alineados a esta prioridad, en el 2009 llevaremos a cabo reuniones de intercambio de ideas con representantes de nuestros accionistas, colaboradores, clientes, proveedores y la comunidad con el fin de conocer las opiniones sobre las actividades que el GFP desarrolla en materia de responsabilidad social y las expectativas que cada grupo tiene sobre futuras acciones.





---

# Nuestros Clientes

## Nuestra razón de ser.

Trabajamos a diario en soluciones que se adapten a los requerimientos de aquellos que nos han honrado con su preferencia.

Nos interesa estar cerca de nuestros clientes.  
Estamos permanentemente en contacto a través de

- Canales tradicionales y alternativos de comunicación.
- Reuniones de Intercambio de Ideas, realizadas al menos una vez al año con el grupo de interés.

### 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 requieran y con claridad.
- Facilidad de contactarse permanente y a través de distintos medios para la atención de sus requerimientos.
- Gama completa de servicios financieros con atractivas condiciones.
- Solidez, solvencia, respaldo.

### Las iniciativas y acciones del GFP en respuesta

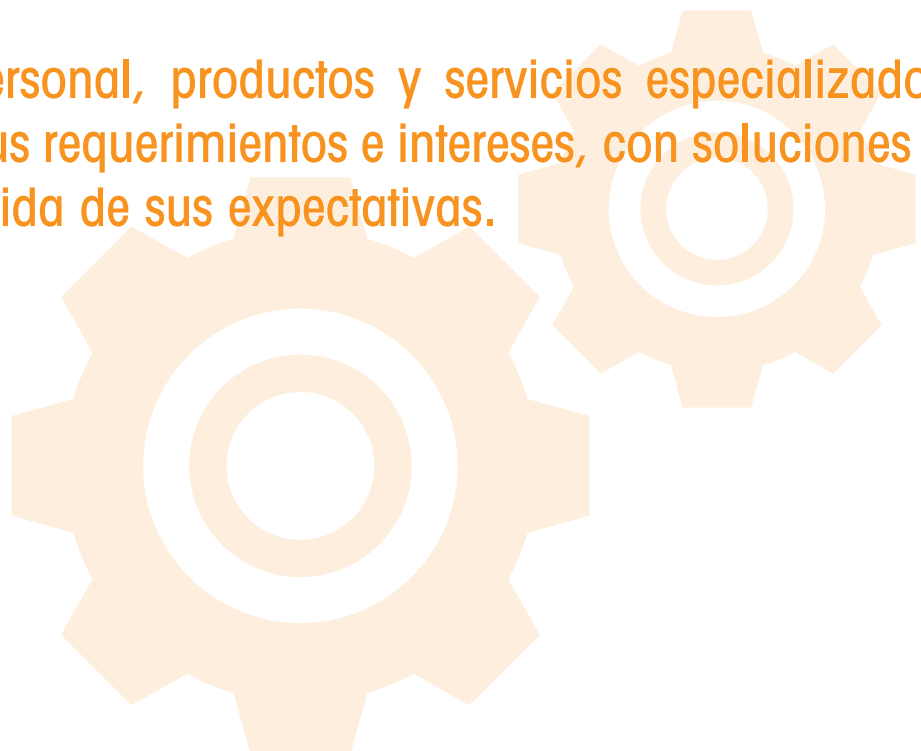
- Comité de Servicios.
- Desarrollo de nuevas alianzas para ofertar nuevos beneficios y promociones.
- Lanzamiento de nuevos productos que satisfagan las necesidades de los distintos segmentos.
- Portafolio de productos y servicios tanto para personas naturales, pequeñas y medianas empresas, y clientes corporativos.
- Bancarización a zonas rurales a través de las agencias SERVIPAGOS y PAGOÁGIL.
- Procedimientos y adecuaciones físicas en oficinas para atender a discapacitados, personas de la tercera edad y embarazadas.
- Focus groups, encuestas y mediciones de satisfacción del cliente.
- Medición de la calidad de servicio en el área de Cajas a través de Q-Matic.
- Capacitación a los colaboradores del Grupo para que puedan guiar satisfactoriamente al cliente en sus inquietudes.

# Nuestros Clientes



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.**



## Nuestro frente de generación de soluciones

### BANCA DE CONSUMO

**CLIENTES:** Personas naturales y pequeñas y medianas empresas con ventas anuales inferiores a US \$1.2 millones.

**NÚMERO CLIENTES AL CIERRE DEL 2008:** 320.890

**PARTICIPACIÓN CARTERA EN RELACIÓN CON EL GFP (2008):** 30%

**PARTICIPACIÓN DEPÓSITOS EN RELACIÓN CON EL GFP (2008):** 48%

**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.

### MERCADO DE CAPITALES\*

**CLIENTES:** Personas naturales y empresas con necesidades de banca de inversión, corretaje e intermediación de valores, negocios fiduciarios y fondos de inversión.

**NÚMERO CLIENTES AL CIERRE DEL 2008:**

- **PRODUFONDOS:** 21.230 partícipes en los Fondos de Inversión Disponible, Supremo y Bienestar, con un VAN administrado de **US \$80.2 millones**.

- 119 fideicomisos y encargos fiduciarios con un monto de **US \$134.9 millones**.

**PORTAFOLIO DE PRODUCTOS:** banca de inversión, corretaje, intermediación de valores, negocios fiduciarios, fondos de inversión.

### CRÉDITOS OTORGADOS POR LA BANCA DE CONSUMO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA (AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008)

	COMERCIAL	CONSUMO(*)	MICROEMPRESA	VIVIENDA(**)
ACTIVIDADES NO ECONÓMICAS	0.00%	1.80%	0.00%	0.10%
AGRICULTURA , CAZA, SILVICULTURA Y PESCA	4.50%	3.00%	0.20%	0.40%
COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES	13.10%	17.80%	0.40%	2.10%
CONSTRUCCIÓN	2.10%	2.90%	0.10%	0.50%
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	0.30%	0.50%	0.00%	0.10%
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS	2.70%	7.20%	0.10%	1.40%
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	0.30%	1.40%	0.00%	0.20%
INDUSTRIA MANUFACTURERA	5.40%	6.20%	0.10%	0.70%
SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	2.30%	14.00%	0.10%	1.30%
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	1.90%	4.10%	0.10%	0.60%
<b>PORCENTAJE TOTAL CRÉDITO OTORGADO</b>	<b>32.70%</b>	<b>58.90%</b>	<b>1.00%</b>	<b>7.40%</b>

(\*) Incluye el financiamiento otorgado a través de tarjetas de crédito

(\*\*) En diciembre de 2008 se realizó una titularización de cartera hipotecaria, lo que disminuye el porcentaje de cartera de vivienda.

## BANCA EMPRESARIAL Y CORPORATIVA

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

### BANCA EMPRESARIAL:

Empresas medianas y grandes con ventas anuales entre 1.2 a US \$10 millones.

**NÚMERO CLIENTES 2008: 2.222**

**PARTICIPACIÓN CARTERA EN RELACIÓN CON EL GFP (2008): 23%**

**PARTICIPACIÓN DEPÓSITOS EN RELACIÓN CON EL GFP (2008): 11%**

### BANCA CORPORATIVA:

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

**NÚMERO CLIENTES 2008: 1.242**

**PARTICIPACIÓN CARTERA EN RELACIÓN CON EL GFP (2008): 37%**

**PARTICIPACIÓN DEPÓSITOS EN RELACIÓN CON EL GFP (2008): 16%**

**PORTAFOLIO DE PRODUCTOS:** Cuentas corrientes y de ahorros, pólizas de acumulación, fondos de inversión, créditos, tarjetas de crédito MasterCard y Visa, leasing, avales, garantías, comercio exterior, cobranzas, cash management.

## 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 2008:

Cajas PRODUBANCO	<b>23%</b>
SERVIPAGOS	<b>14%</b>
Canales tecnológicos	<b>63%</b>

**TRANSACCIONES PROCESADAS POR EL GFP AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008: 57,2 millones** (a través de sus diferentes canales).

**TRANSACCIONES PROCESADAS POR SERVIPAGOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008: 11,7 millones** (para sus clientes).

## BANCA PRIVADA\*

**CLIENTES:** Personas naturales o jurídicas de alto nivel patrimonial interesados en mantener una inversión financiera estable y de largo plazo, de por lo menos 100 mil dólares.

**NÚMERO CLIENTES AL CIERRE DEL 2008: 1.652**

**PARTICIPACIÓN CARTERA EN RELACIÓN CON EL GFP (2008): 10%**

**PARTICIPACIÓN DEPÓSITOS EN RELACIÓN CON EL GFP (2008): 17%**

**PORTAFOLIO DE PRODUCTOS:** Manejo de dinero en dólares y euros, opciones de financiamiento, inversión, tarjetas de crédito, servicios a través de canales tecnológicos, servicios financieros, banca de inversión, corretaje e intermediación de valores, negocios fiduciarios y asesoría integral.

## TESORERÍA

**CLIENTES:** Instituciones que manejen un portafolio financiero de al menos 1 millón de dólares sea local o internacionalmente, que posean su propia unidad especializada de tesorería y puedan tener la necesidad de requerir otros productos de ella.

**NÚMERO CLIENTES AL CIERRE DEL 2008: 92**

**PARTICIPACIÓN CARTERA EN RELACIÓN CON EL GFP (2008): 0%**

**PARTICIPACIÓN DEPÓSITOS EN RELACIÓN CON EL GFP (2008): 8%**

**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.

\* En julio del 2009 estas unidades de negocio se unieron para conformar la Banca Patrimonial.

## Nuestros Canales

### Presenciales

#### NÚMERO DE OFICINAS PRODUBANCO

**68** en 13 provincias

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

#### NÚMERO DE AGENCIAS SERVIPAGOS

**67** en 14 provincias

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

#### NÚMERO DE AGENTES PAGOÁGIL

**374** (Quito y Guayaquil)

TRANSACCIONES PROCESADAS POR AGENTES PAGOÁGIL EN EL 2008:

**1.8** millones de transacciones

#### NÚMERO DE OFICINAS PRODUBANK

**1** (República de Panamá)

## Nuestros Clientes

### CLIENTES CON PRODUCTOS ACTIVOS DEL GFP AL CIERRE DEL AÑO 2008

DISTRIBUCIÓN DE CLIENTES CON PRODUCTOS ACTIVOS DEL GFP	2008
PRODUBANCO, PRODUBANK, PRODUFONDOS Y PRODUVALORES	317.438*
SERVIPAGOS (empresas)	44

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

## Tecnológicos Banca en línea

#### TARJETAS BANCA ENLÍNEA

(ACCESO A CANALES)  
AL CIERRE DEL 2008

**17%**  
DE CRECIMIENTO  
FRENTE AL 2007

#### CAJEROS AUTOMÁTICOS

**11.55**  
millones de  
transacciones  
(900 mil mensuales  
promedio)

**145** PRODUBANCO y SERVIPAGOS  
en el Ecuador

Más de **2.000** BANRED  
en el territorio nacional

Más de **850.000** CIRRUS  
a nivel mundial

#### www.PRODUBANCO.com

(web y autoconsultas)

**22.04** millones de transacciones

**1700-123-123 ó (02) 2996-200**  
(teleasesores y servicio automático)

Más de **900.000** llamadas.

El número de clientes  
de PRODUBANCO,  
PRODUBANK,  
PRODUFONDOS Y  
PRODUVALORES incrementó

en un **20%** con  
respecto al  
del año 2007.

# Nuestra amplia oferta de productos hechos a la medida

## "GIRO AHORRO" CUENTA DE AHORROS PARA EMIGRANTES

Cuenta que **permite recibir giros del exterior** acreditados directamente. Integramos a los emigrantes al sector financiero formal y creamos acceso a la gama de productos de la banca.

## 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.

## ASESORÍA PYMES

**Asesoría / Orientación profesional** a través de ECUSISTENCIA. Abarca los siguientes temas: revisión de contratos, derecho administrativo, derecho civil, derecho tributario, recursos humanos, entre otros.

## 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** para el mercado objetivo 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 la información permanente y actualizada de los aportes recibidos.

## 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.

**TARJETA MasterCard SUPERMAXI PRODUBANCO**

Tarjeta de crédito internacional que también permite al cliente obtener el **descuento de afiliado** en la red SUPERMAXI y MEGAMAXI, y la cadena de beneficios en otros almacenes.

**PLAN DE FIDELIDAD PRODUMillas**

Programa de bonificación por consumos de los **tarjetahabientes** MasterCard Gold, Platinum y Black, y de los Visa Gold, Premium y Signature para canjear por paquetes turísticos, viajes, dinero en efectivo, o donar en favor de la Fundación Su Cambio por el Cambio.

**PLAN DE FIDELIDAD MAXIDÓLAR**

Programa de bonificación por consumos de los tarjetahabientes MasterCard SUPERMAXI PRODUBANCO para **canjear por compras** en SUPERMAXI o MEGAMAXI.



**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 2008 este beneficio fue ejecutado por 67 tarjetahabientes, cubriendo un monto de **US \$111,051.86**.

**CLIENTES CON SEGURO DE DESGRAVAMEN**

Edad	F	M	Total
23-35	12%	18%	30%
36-50	19%	24%	43%
51-65	12%	11%	23%
Más de 65	2%	2%	4%
<b>Total</b>	<b>45%</b>	<b>55%</b>	<b>100%</b>

**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



**LÍNEA DE CRÉDITO CERRADA**

Producto que genera soluciones empresariales, a través de **líneas de crédito** otorgadas exclusivamente a las **empresas Distribuidoras** de nuestros clientes Corporativos y Empresariales.

- Provee liquidez inmediata
- Apoya en el manejo de cuentas por cobrar
- Facilita la gestión de compra y financiamiento a sus proveedores

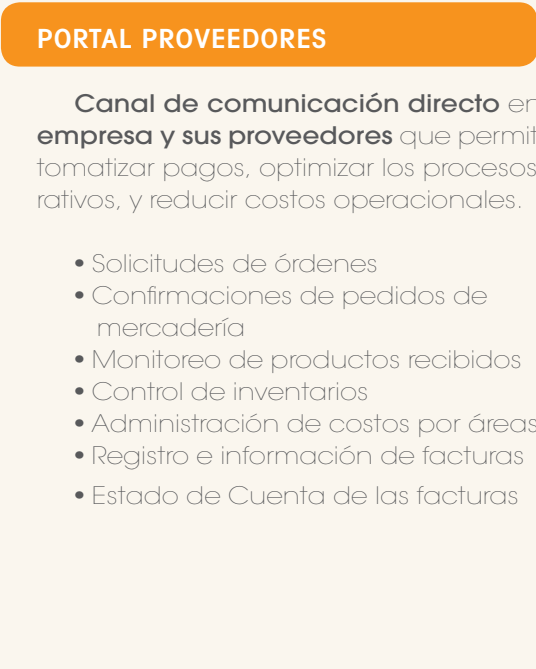
**LOCKBOX**

Nuestros clientes que tienen cuenta corriente o de ahorros en PRODUBANK, pueden **recibir depósitos en cheque en los Estados Unidos** con un plazo máximo de efectivización de 9 días (5 días menos que el tiempo normal).

**PORTAL PROVEEDORES**

Canal de comunicación **directo** entre la **empresa y sus proveedores** que permite automatizar pagos, optimizar los procesos operativos, y reducir costos operacionales.

- Solicitudes de órdenes
- Confirmaciones de pedidos de mercadería
- Monitoreo de productos recibidos
- Control de inventarios
- Administración de costos por áreas
- Registro e información de facturas
- Estado de Cuenta de las facturas



## • Testimonio

*Sr. Carlos Camacho Saa*

Cliente de PRODUBANCO desde 1998

Quito, 8/11/2008

Señor Director  
Departamento de Recursos Humanos  
Produbanco  
Presente:

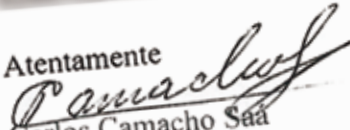
La presente tiene por objeto hacer conocer a ustedes mi agradecimiento por la nada común atención que me brindaron nuestro asesor Fernando Coronel y la Señora Patricia Prado que atiende en la ventanilla 10 de la Matriz.

El día en que se vencía la amnistía tributaria, nuestro contador me sorprendió con retenciones en la fuente que por alguna razón no se habían pagado, para cuyo pago no contaba ese momento con el dinero suficiente. El Señor Coronel me ayudó con la más adecuada solución a través de los servicios del Banco.

Llegué a la ventanilla 10 con una cantidad muy grande de retenciones en la fuente, por un monto de [REDACTED], que debía pagarlas ese día. Con toda la paciencia y con la sonrisa en los labios, la Señora Prado procedió a verificar los pagos. Encontró muchas papeletas sin las firmas requeridas y así me lo hizo saber. Me permitió ir a conseguir las firmas del contador y a mi regreso pudimos terminar los trámites. Si no se hubiera podido hacer los pagos ese día, habría tenido que pagar una multa muy fuerte y ese probablemente habría sido el caso con muchos otros funcionarios, que no van más allá de lo que estrictamente tienen que cumplir.

Hago llegar copia de esta carta a la Señora Prado y al Señor Coronel quien es el asesor de las tres cuentas que mantenemos en el Banco [REDACTED]; [REDACTED]; [REDACTED].

Atentamente

  
Carlos Camacho Saa

Recibido

Ma. Fernanda Tobar



### 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 BizAgi®**, 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.*



### LÍNEA AUTOMÁTICA DE SOBREGIROS

Nuestros clientes de Banca de Consumo pueden acceder a **sobregiros ocasionales** de manera más ágil, ya que nuestro sistema realiza un análisis estadístico del comportamiento de cada cliente, lo que **mejora el tiempo de respuesta** del proceso.

### BUZÓN DE PAGOS

Producto que facilita el **pago de salario a los empleados**, permitiendo a las empresas la **creación de cuentas a través de Internet**, lo que genera reducción de costos y tiempo.



### PLAN DE ASISTENCIA DE AHORROS

Programa de servicios de **ayuda para hogar, medicina y consultas legales** que también contempla un **seguro para robo** de la tarjeta Banca en línea.

### TARJETA REGALO VISA DE PRODUBANCO

Es el **obsequio más práctico y acertado que se puede hacer**. El comprador elige el monto y quien la recibe podrá escoger su regalo en cualquier establecimiento afiliado a Visa.

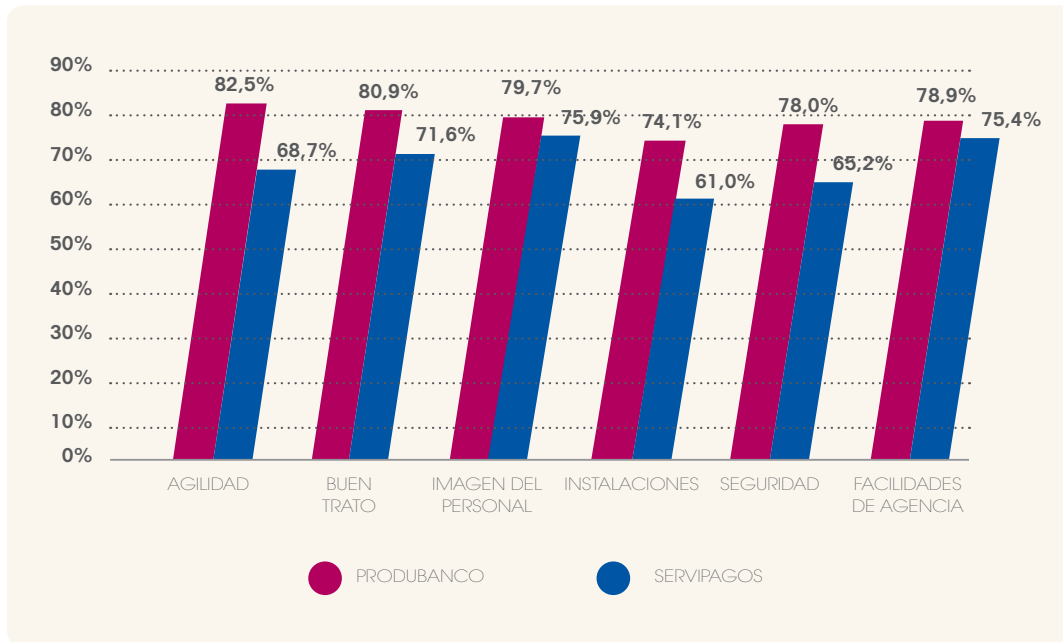


## La calidad de servicio del GFP

### Evaluación permanente

Entre las varias acciones que tomamos para evaluar y mejorar el servicio que ofrecemos, nuestras principales prácticas son:

- Medición realizada mediante encuestas a cliente en oficinas y visitas "fantasma" para evaluar la percepción en los atributos que se presentan en la siguiente gráfica



En el año 2008, mediante un proceso cualitativo y cuantitativo, se realizó una actualización del modelo en los atributos, subatributos y ponderaciones

- Estabilización del módulo "Requerimientos & Reclamos" (R&R), esquema basado en estándares internacionales de servicio. El área de Servicio al Cliente de nuestro Grupo es precursora en el mercado utilizando esta metodología que opera a través de la herramienta tecnológica HP Open View.
- Mensualmente realizamos un Comité de Calidad de Servicio encabezado por la Presidencia Ejecutiva del Grupo donde se analizan las percepciones y los procesos en los niveles de servicio, se generan propuestas, coordinación, supervisión y seguimiento de acciones para mejorar la calidad de servicio en distintas áreas.

### Servicio al Cliente

#### INDICADORES DE SERVICIO EN EL 2008

<b>TOTAL EVENTOS PROCESADOS</b>	<b>25.520</b>
<b>Requerimientos</b> (consultas y pedidos de servicios adicionales formulados por el cliente)	<b>36.9%</b>
<b>Reclamos</b> (quejas que implican respuesta del Banco por un error o un problema de servicio)	<b>63.1%</b>
<b>Casos Resueltos con soluciones de primer nivel</b> (cliente obtuvo respuesta de la primera persona con la que se contactó para atender su caso)	<b>60%</b>
<b>Casos Resueltos en tiempo menor al establecido por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador</b>	<b>91.77%</b>
<b>% Total de reclamos frente al total de las transacciones del GFP</b>	<b>0.37 por mil</b>
<b>Porcentaje de capacitación al personal invertida en Cultura de Servicio</b>	<b>10.5%</b>



### Creando una Cultura de Seguridad

Durante el año 2008, como respuesta a los incidentes en relación al robo de información en cajeros automáticos (clonación y cambio) y al robo de información a través de Internet (phishing), decidimos empezar a realizar campañas de educación dirigidas a nuestros clientes y usuarios. De esta manera, a mediados del año 2008 se colocó en los cajeros una pantalla de alerta para recordar la importancia de proteger la clave el momento de digitarla, lo cual se complementó con el escudo para teclado.

Adicionalmente, en diciembre enviamos folletos con información relevante para evitar el phishing. El material hace hincapié en recordar que las claves se requieren únicamente cuando el cliente desee ingresar a la página web del Banco y que la clave maestra se pide solo en caso de realizar transacciones monetarias previamente seleccionadas por el cliente.

### RECLAMOS REPORTADOS SOBRE SIGILO BANCARIO

7 casos

(el cliente presumía que información de su cuenta fue entregada a terceros sin su autorización)

En 3 de estos casos no se encontró evidencias de haber violado el sigilo bancario y en los otros 4 se tomaron acciones internas, se reinstuyó al personal y se otorgó respuesta al cliente, quedando el reclamante de acuerdo y conforme.

### Atención Telefónica

Nuestra Normativa Interna es: atención telefónica eficiente y oportuna (objetivo rutinario en las evaluaciones del personal).

Utilizamos la herramienta tecnológica Interaction Client que permite distribuir las llamadas entrantes a los diferentes equipos de trabajo, garantizando de esta manera que las llamadas siempre sean atendidas.

### Información y Privacidad

#### PRIORIDAD INSTITUCIONAL:

Confidencialidad en el manejo de la información del cliente.

Mantenemos políticas enmarcadas dentro de nuestro Código de Ética y Conducta: Sigilo Bancario, Servicio Confiable y Control de la Información y Confidencialidad

Buscando facilitar la decisión del público referente a establecer una relación con el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN, nos enfocamos en proveer información permanentemente y de manera transparente, dando a conocer nuestras tasas, tarifas, productos, servicios, balances generales, estados de resultados, calificaciones de riesgo, entre otros.





---

# Nuestra Comunidad

**Somos un miembro de la sociedad y estamos conscientes de la importancia de fomentar valores.**

**Aportamos al cambio con la práctica de actividades positivas.**

**Somos un agente activo de cambio dentro de la sociedad. Estamos permanentemente en contacto a través de**

- Actividades de mercadeo y relaciones públicas.
- Página Web.
- Ruedas de prensa.
- Cumplimiento de la ley.
- Cumplimiento de normativas sociales y laborales.
- Apoyo en programas sociales y educativos.
- Incorporación de discapacitados en la fuerza laboral.
- Transparencia en tasas y tarifas para socios y clientes.
- Participación activa en medidas anti-corrupción y lavado de dinero.
- Reuniones de Intercambio de Ideas, realizadas al menos una vez al año con el grupo de interés.

**Los intereses y expectativas de nuestra comunidad**

- Participar en actividades culturales y deportivas.
- Aporte de las grandes instituciones en planes sociales.
- Alianzas estratégicas 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.
- Recaudaciones para apoyar a SOLCA y a la Junta de Beneficencia de Guayaquil.
- Pago de impuesto para el Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA)
- Capacitación permanente a personal en medidas anti-corrupción y anti-lavado de dinero.
- Programas de voluntariado corporativo ejecutados por nuestros colaboradores. En el 2008 iniciaron con la fase de planificación y estarán en ejecución en el 2009.

# Nuestra Comunidad



Las iniciativas que respaldamos para la comunidad son aquellas que consideramos contribuyen a solucionar sus problemas:

**ofrecemos servicios que aportan al desarrollo comunitario; destinamos fondos para organismos especializados en un trabajo serio con grupos desprotegidos; fomentamos actividades culturales y deportivas, que enriquecen a nivel personal y familiar.**

## NUESTRO GASTO EN PUBLICIDAD RESPONSABLE EN EL 2008

TIPO	TOTAL (no incluye IVA)
EVENTOS DEPORTIVOS	\$ 180,410
PUBLICACIONES	\$ 29,384
CULTURA Y ARTE	\$ 177,312
GESTIÓN SOCIAL	\$ 29,870
<b>TOTAL</b>	<b>\$416,976</b>

## Principales Auspicios Deportivos

### LIGA DEPORTIVA UNIVERSITARIA

El Estadio de Liga Deportiva Universitaria, conocido como la "Casa Blanca", recibió nuestro apoyo desde 1994 a través de la participación que tuvimos como inversionistas, facilitando el financiamiento del proyecto, impulsando la venta directa de suites y palcos a través de tarjetas de crédito, acciones que contribuyeron con la mejora de la factibilidad del proyecto.

**US \$50,000** + IVA  
(VALLAS PUBLICITARIAS)



### CLUB SOCIAL DEPORTIVO MACARÁ

(CLUB DEPORTIVO SIN FINES DE LUCRO)

**US \$25,000** + IVA  
(VALLAS PUBLICITARIAS)



### II MARATÓN DE QUITO

22 DE JUNIO DE 2008  
3.000 ATLETAS 42 KM 195 M  
2.000 ATLETAS (21 KM)

**US \$18,000** + IVA



### EQUIPO RUMBO A CHINA 2008

XAVIER MORENO, MESÍAS ZAPATA (MARCHISTAS)  
Y FREDY VIVANCO (ENTRENADOR)

**US \$18,888.39** + IVA

### COMPETENCIA CICLÍSTICA VUELTA AL COTOPAXI

(ORGANIZADA POR CICKLA)  
28 Y 29 DE NOVIEMBRE DE 2008

**US \$7,000** + IVA





**EQUIPO PEUGEOT OBANDO-MÉNDEZ**

CAMPEONATO REGIONAL Y NACIONAL DE RALLY Y RALLY SUDAMERICANO DE HUANCAYO-PERÚ EN LA CATEGORÍA 1600 CC

**US \$5,000** + IVA

Principales **Auspicios de Publicaciones**

**QUITO GOURMET**

(SEGUNDA EDICIÓN)

**US \$20,000** + IVA



Principales **Auspicios Culturales**



**FUNDACIÓN ORQUESTA SINFÓNICA JUVENIL DEL ECUADOR**

PROYECTO INCLUSIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LA MÚSICA "SINFONÍA POR LA VIDA" (NIÑOS Y JÓVENES DE ESCASOS RECURSOS)

**US \$45,000** + IVA



**FUNDACIÓN CASPICARA**

(CALENDARIOS)

**US \$12,600** + IVA

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR (QUITO)**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES PROGRAMA "ADOpte UN AULA" PARA EL DESARROLLO MODERNO DE LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE ESTUDIANTES

**US \$5,000** + IVA (EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO)



**FUNDACIÓN SI.NA.MU.N.E**

PROYECTO SISTEMA NACIONAL DE MÚSICA  
PARA NIÑOS ESPECIALES

(100 CD's)

**US \$1,000**



## Principales Auspicios para Actividades de Gestión Social

### 2<sup>DO</sup> ENCUENTRO POR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Ecuador 2008



Hotel Hilton Colón Quito, Salón los Shyris  
Quito, 25 de Junio 2008  
MICO A MICO

### II ENCUENTRO POR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ECUADOR 2008

25 DE JUNIO DE 2008

**US \$10,000** + IVA

**FUNDACIÓN REINA DE QUITO**

FRANCISCA PAZ Y MIÑO, REINA DE QUITO,  
AGASAJO NAVIDEÑO A MÁS DE 1.000  
NIÑOS DE BARRIOS POBRES

**US \$5,000**



### FUNDACIÓN AMIGOS DEL MUNDO FRENTE AL CÁNCER (FUDIS)

11 DE JULIO DE 2008

**US \$5,000**

**III FESTIVAL DE JAZZ DE NEW ORLEANS**

(GUAYAQUIL) ORGANIZADO POR LA FEDERACIÓN INTERAMERICANA EMPRESARIAL PARA RECAUDAR FONDOS PARA RECONSTRUCCIÓN DE LAS ZONAS INUNDADAS DE LA COSTA ECUATORIANA - OBRA A CARGO DE LA CRUZ ROJA DEL GUAYAS

**US \$3,000**



## Nuestro Aporte en Inversión Social para la Comunidad en el 2008

APORTE GENERAL EN INVERSIÓN SOCIAL (en miles de dólares)	
DESCRIPCIÓN	2008
SU CAMBIO POR EL CAMBIO	180,000
ASOCIACIÓN BANCOS PRIVADOS	107,398
FUNDEPORTE	41,250
TELETON POR LA VIDA	20,000
CARITAS FELICES	13,653
CONFERENCIA EPISCOPAL ECUATORIANA - CONGRESO AMERICANO MISIONERO	10,000
CRUZ ROJA DEL GUAYAS	10,000
PARROQUIA LA INMACULADA CONCEPCIÓN DE IÑAQUITO	5,500
FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO INTEGRAL Y SOLIDARIO CON EL DISCAPACITADO - FUDIS	5,000
ACCIÓN PROVIDA	4,945
FUNDACIÓN SAN JOSÉ	4,800
OTROS	2,219
GASTO EN PUBLICIDAD RESPONSABLE	416,976
<b>TOTAL</b>	<b>821,741</b>

## Principales Obras

### FUNDACIÓN SU CAMBIO POR EL CAMBIO

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

**BENEFICIARIOS:** 500 niños y niñas entre 7 y 17 años.

**GESTIÓN:** Incentivo deporte, educación integral y talleres ocupacionales. Experiencia que tiende a mejorar su calidad de vida, trabajando en su autoestima.

#### • PROYECTO SOCIAL SOÑANDO POR EL CAMBIO SANTO DOMINGO

**BENEFICIARIOS:** 250 niños, niñas y adolescentes; 12 familias en atención particular.

**GESTIÓN:** Construcción del Centro de Prevención: luego de la entrega en comodato a Fundación Su Cambio por el Cambio de un terreno de 23 hectáreas por parte del Municipio de Santo Domingo, se comenzó la construcción de 6 aulas/talleres, una casa de guardián, y 7 baterías sanitarias.

Se logró un convenio con el INNFA, comenzando a trabajar con un equipo de 13 personas, dando atención psicológica, teniendo una trabajadora social, un técnico deportivo y un técnico ocupacional, además de 7 educadores y 3 voluntarios italianos.

#### • PROYECTO SAN SIMÓN DE GUARANDA

**BENEFICIARIOS:** 513 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.

Mantenemos un recurso asignado a tiempo completo a la Fundación Su Cambio por el Cambio. Su costo consta en el área de Recursos Humanos (160 horas mes - jornada completa).

FUNDACION

# SU CAMBIO

*por el cambio*

## • Testimonio

**Verónica Paz**  
 Presidenta Ejecutiva  
 Fundación Su Cambio por el Cambio



### *¿Cómo y cuándo se originó Su Cambio por el Cambio?*

Su Cambio por el Cambio nace en 1990 como un programa social que posteriormente, en 1996, se convirtió en una Fundación enfocada en beneficiar a los niños más pobres de las diferentes provincias del país.

El proyecto fue mentalizado por el señor Rodrigo Paz Delgado y el Padre Sereno Cosa, se ejecutó a través de la participación de PRODUBANCO, representado por el Economista Abelardo Pachano, y Supermaxi, representado por la señora Winni Wright de Peñaherrera, quien posteriormente fue reemplazada por su hija, Giselle Peñaherrera y es actualmente la Directora de la Fundación Su Cambio por el Cambio.

### *¿Qué personas han sido importantes para la Fundación?*

Dentro de nuestra Fundación existen personas que son un eje fundamental, como por ejemplo el Padre Sereno Cosa, un italiano que pertenece a la congregación de los Padres Josefinos, quien actualmente es director de la escuela de fútbol y deporte Su Cambio por el Cambio, ubicada en Chillogallo al sur de Quito, en Fundeporte. Para nosotros el Padre Sereno

es el motor que ha impulsado el crecimiento y la realización de varios proyectos, como el que iniciamos hace un par de años en Santo Domingo de los Tsáchilas donde el trabajo es similar al que realizamos en Quito, es decir nos enfocamos en rescatar a niños con problemas de drogadicción y prostitución infantil.

Considero que también es muy importante la Hermana Marina Hervas, una monja española de la Congregación del Ángel de la Guarda, que comenzó trabajando en la escuela de Quito y por su gran potencial ahora es la directora del Proyecto Social de Formación y Desarrollo Comunitario San Simón, en la Provincia de Bolívar. Así mismo, ha sido fundamental la dedicación completa de la Hermana Liliana Acurio y Ruth Rivadeneira quienes trabajan prácticamente desde el inicio de la Fundación con nosotros.

Definitivamente, las personas mencionadas, en conjunto con quienes están a la cabeza de la Fundación ayudando con ideas y luchando por conseguir fondos para rescatar a más niños, son nuestra fortaleza.



**Padre Sereno Cosa**

**Para usted, ¿cuál es el hecho más satisfactorio para la Fundación?**

En nuestra historia hemos vivido una serie de eventos y acontecimientos que en conjunto son satisfactorios para todos los que integramos la Fundación; el mismo hecho de haber empezado Su Cambio por el Cambio con 40 niños y ahora tener alrededor de 1.300, logrando además tener un equilibrio e ir creciendo paulatinamente, ha sido una satisfacción enorme.

Sabemos que no se puede rescatar a todos los niños que han pasado por la Fundación, pero sin duda, el ver que a tantos niños que han estado en la Escuela les hemos dado una puerta o una luz para una vida mejor y rescatar a un gran número de ellos, es para nosotros una victoria enorme.

Un hecho importante es haber llegado a la provincia de Bolívar, una de las zonas más pobres y abandonadas del país, viendo el desarrollo de la población y el crecimiento general, realmente para nosotros ha sido una satisfacción difícil de describir, me parece que lo más cercano es decir que empezamos plantando un pequeño arbolito y ahora tenemos un bosque, eso es maravilloso.

Todo lo hemos logrado gracias al apoyo recibido y por la administración transparente y equilibrada que nos ha caracterizado durante tantos años.



**Hermana Marina Hervas**

## 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.

**CARITAS FELICES****(Aportamos desde el año 2001)**

**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 Ñaquito desde el año 2001, recibe un aporte de aproximadamente US \$1.000 mensuales.

**PROVIDA**

**BENEFICIARIOS:** Ecuatorianos.

**GESTIÓN:** Publicación de un libro de la campaña Pro vida, cuyo mensaje es brindar testimonios de vida de diferentes ecuatorianos, con el fin de reavivar en las conciencias la dignidad del ser humano y defender principalmente el derecho a la vida del no nacido.

*Innovación – Iniciativas 2008***ACTIVIDADES VARIAS CLUB DE EMPLEADOS**

Durante el año 2008, más de 30 voluntarios del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN participaron en las actividades propuestas por el Club de Empleados de Quito y Guayaquil en coordinación con el área de Recursos Humanos: Recolección de alimentos y vituallas para damnificados de la costa y sierra centro; Mochila Escolar (Quito), el Ropero Solidario y la Planeación del Agasajo por el día de Reyes (efectuado en enero 2009) a cargo del área de Eficiencia y Productividad. Esto equivale a más de 200 horas de trabajo.

**Nuestro Aporte en Servicios a la Comunidad en 2008****OPTIMIZACIÓN DEL CANAL PAGOÁGIL**

Para ofrecer el servicio con mayor rapidez se mejoró la plataforma tecnológica a través de la inversión de

**US \$138,000** + IVA

**SERVIPAGOS**

**3' 356.865**

transacciones de carácter social

**PAGO BONO DE DESARROLLO HUMANO:**

245.000 bonos mensuales

**PAGO JUBILADOS:** 35.000 jubilados cada mes



**AGENTES PAGOÁGIL (BARRIOS PERIFÉRICOS)****1'800.000** transacciones anualesPAGO DE SERVICIOS BÁSICOS  
374 AGENTES OPERATIVOS A DICIEMBRE 2008**BONOS Y GIROS A TRAVÉS DE ALIANZAS  
CON 4 COOPERATIVAS DEL PAÍS.**

AGENCIAS SERVIPAGOS

**8.957** transacciones**FIDEICOMISO ESQUEL REASENTAMIENTO  
HUMANO DE TUNGURAHUA**

PRODUFONDOS S.A

**DESTINO:** Compra de terreno para construcción de casas para damnificados.**MONTO ADMINISTRADO:****US \$ 108,097.36****COMISIÓN SUBSIDIADA COBRADA:** US \$50**FIDEICOMISO CACAO**

PRODUFONDOS S.A

**DESTINO:** Fomento de la producción de Cacao en 8 centros de acopio de El Naranjal.**MONTO ADMINISTRADO:****US \$ 417.64****COMISIÓN SUBSIDIADA COBRADA:**  
US \$50 mensual**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 \$ 41,511,553.87****COMISIÓN SUBSIDIADA COBRADA:**

US \$1,840 mensual

**FIDEICOMISO INSTITUTO GEOFÍSICO**

PRODUFONDOS S.A

**DESTINO:** Administración de recursos para adquisición de equipos de monitoreo de actividad volcánica para el Departamento de Geofísica.**MONTO ADMINISTRADO:****US \$ 17,487.44****PRODUFONDOS NO COBRA COMISIÓN****FIDEICOMISO REHABILITACIÓN  
QUITO VIVIENDA**

PRODUFONDOS S.A

**DESTINO:** Administración de los flujos para entrega de créditos y cobro de cancelaciones a los beneficiarios del Programa "Pon a Punto Tu Casa" del Municipio de Quito.**MONTO ADMINISTRADO:****US \$184,976.63****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 \$6,228.40****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 \$ 184,960.12****PRODUFONDOS NO COBRA COMISIÓN**

## Nuestra Gestión con el Ambiente en el 2008

**CONSUMO DE ENERGÍA, PAPEL Y CARTÓN DEL GFP**

(en el 2008 se incluyó en la medición a SERVIPAGOS; obteniendo el valor completo del GFP)

DESCRIPCIÓN	2008
CONSUMO DE PAPEL ANUAL*	137,73 toneladas
TONNER ANUAL	2.282 unidades
CONSUMO ANUAL DE CARTÓN	4.213 cajas de cartón
CONSUMO ANUAL DE DIESEL	956,34 galones
CONSUMO ANUAL DE GASOLINA	21.841,33 galones
CONSUMO ANUAL ENERGÍA ELÉCTRICA	8'180.071,16 Kwh
CONSUMO ANUAL AGUA POTABLE	44.150,93 metros cúbicos
EMISIÓN INDIRECTA CO2 ANUALES**	3.218,88 toneladas métricas

\* **Sistema de cálculo 2008 mejorado pues maneja factores de conversión reales y no estimados.** Para el cálculo del consumo de papel se considera el total de pedidos mensuales de resmas de papel A4, estados de cuenta, tarjetas de firma, sobres, papeletas, cuadernos, libretas, sobres de especies numeradas, rollos térmicos, hojas membretadas.

\*\* **Sistema de cálculo 2008 mejorado pues maneja factores de conversión reales y no estimados.** Para el cálculo del CO2 emitido por combustible (diesel y gasolina) se utiliza el factor de conversión establecido por DEFRA (Department for Environment Food and Rural Affairs), mientras que para las emisiones por consumo de energía eléctrica se utilizó el factor de conversión de la Dirección de Información Académica (DIA) de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)



## Ahorro Energía Eléctrica

Sistema automático de apagado general de luces (Matriz de PRODUBANCO, en la que también se encuentran las oficinas principales de PRODUFONDOS y PRODUVALORES).

Culminación del Proyecto de iluminación eficiente del Edificio Matriz el que genera un ahorro aproximado de **164.410,84 Kwh** al año, que equivale a reducir 60,68 Toneladas métricas de CO<sub>2</sub>.

## Reciclaje de Papel y Cartón

**14,67 toneladas**, equivalentes al 11% de las toneladas de papel utilizado por el GFP (reciclaje a través de proveedores y Fundación Su Cambio por el Cambio).

## Enfoque en Canales Tecnológicos

Incentivo en el uso de canales tecnológicos que generan **ahorro de tiempo y materiales**. Durante el año 2007, el 46% de las transacciones realizadas utilizaban canales tecnológicos; para el 2008 este índice incrementó al 52%.

## Reducción del Consumo de Papel

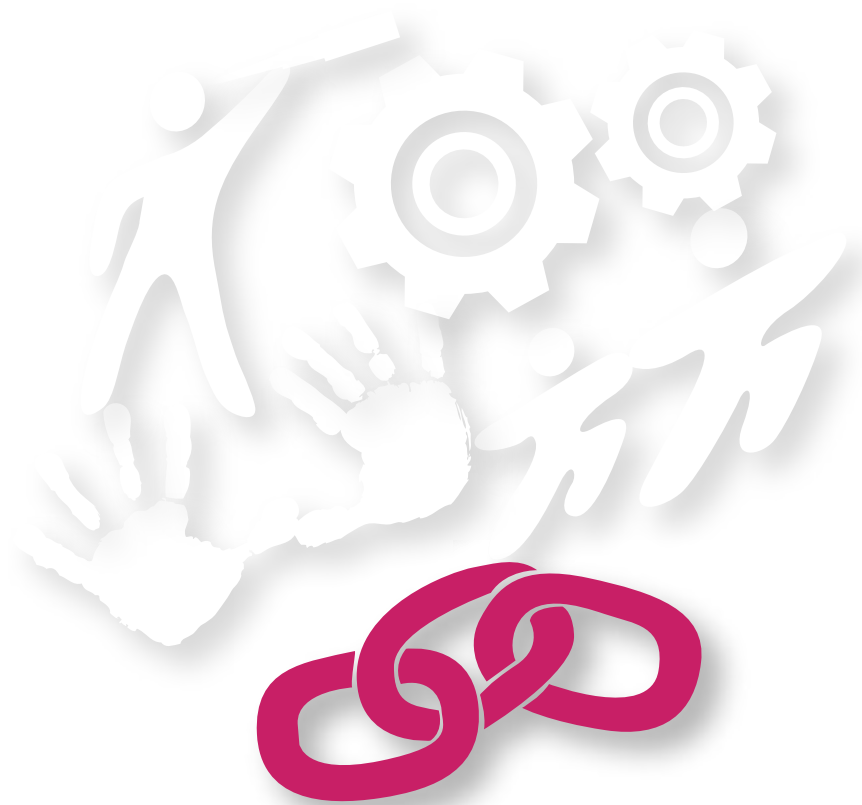
Programa Piloto para pagar con un solo cheque a los establecimientos afiliados, por el total de consumos realizados en sus diferentes locales con las tarjetas de crédito de PRODUBANCO. Anteriormente se emitía un cheque por cada consumo. Los cheques ahorrados en 2 meses fueron 369.

## Programa Interno de Reducción del Consumo de Papel

En el año 2008 realizamos una campaña interna para **reducir el consumo cotidiano de papel**, tratando de generar conciencia en nuestros colaboradores sobre la relación directa del uso innecesario de este insumo y la tala de árboles que aqueja al mundo ocasionándole serios daños.







---

# Nuestros Provedores

**Los aliados de nuestra gestión contribuyen para brindar un servicio de excelencia al cliente desde su área de especialidad.**

**Mantenemos políticas para que la relación con estos socios estratégicos sea de mutuo crecimiento.**

**Trabajamos juntos. Estamos permanentemente en contacto a través de**

- Área de Contrataciones y Compras.
- Área de Pagaduría.
- Reuniones de Intercambio de Ideas, realizadas al menos una vez al año con el grupo de interés.

**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.

# Nuestros Proveedores = Socios Estratégicos



**Empresas/Personas Naturales**  
**Ofertan bienes tangibles/intangibles diversa índole**  
**Tiempo y condiciones requeridos**  
**Precios acordes a calidad y necesidades**

Nuestros socios estratégicos nos permiten cumplir con nuestro compromiso de servicio.

**Nuestra relación es de Mutuo Crecimiento**

Mantenemos políticas y procedimientos que persiguen la equitatividad, transparencia, y respaldo a los intereses de ambas partes

Base de Proveedores  
2008 (origen)  
**92%** nacionales  
**8%** extranjeros

## La relación con nuestros socios estratégicos

- Contacto entre el GFP y socios estratégicos:

Área de Contrataciones y Compras



- Procedimiento de calificación de proveedores (anual)



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

- Evaluación de proveedores (semestral)

**EVALUACIÓN:**

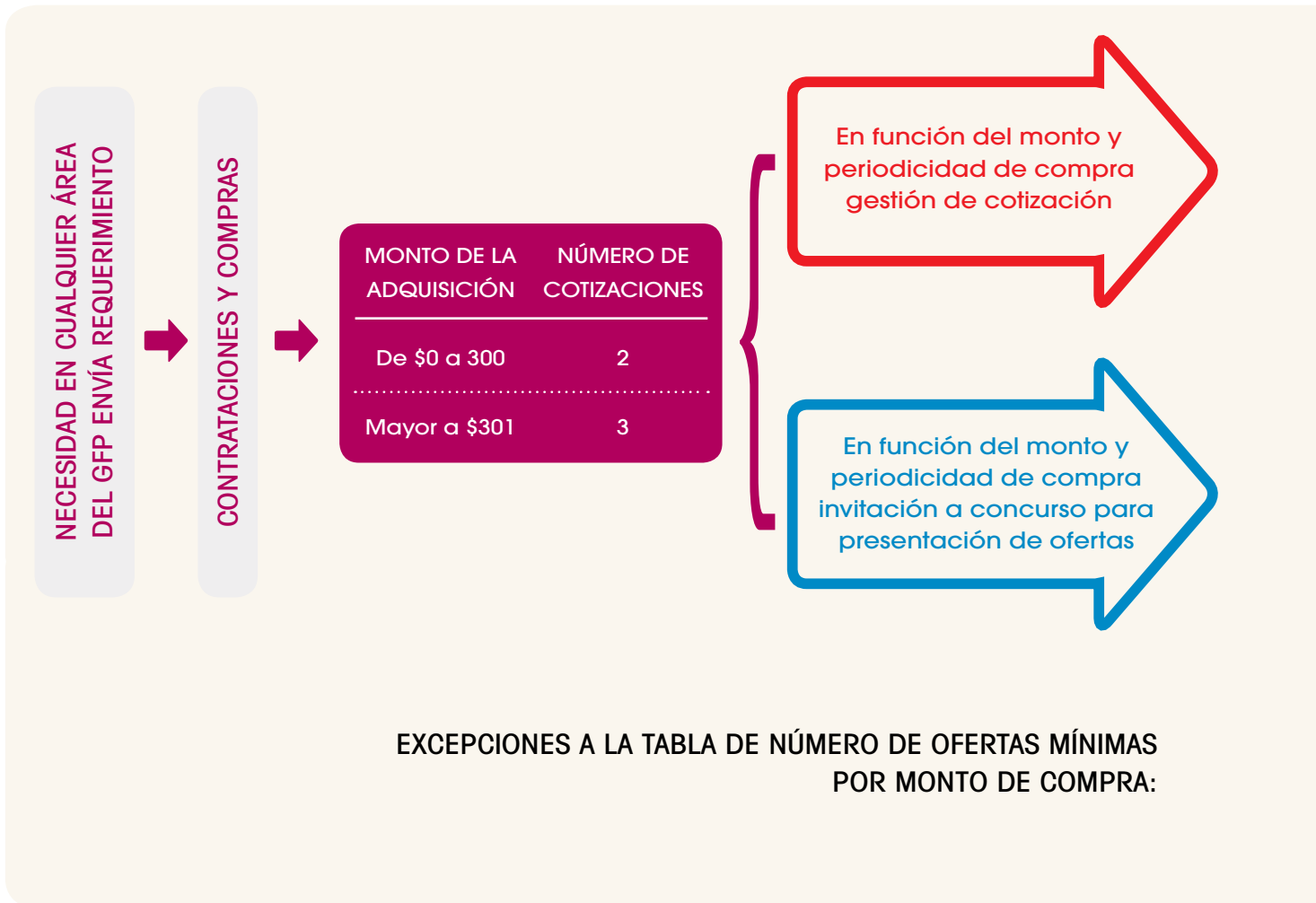
- Tipo de relación: frecuencia de la compra (periódica o esporádica)
- Variable:
  - Atención al Cliente
  - Información
  - Calidad de Productos o Servicios
  - Tiempo de Respuesta
  - Atención de dudas y reclamos
  - Cumplimiento condiciones

**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.

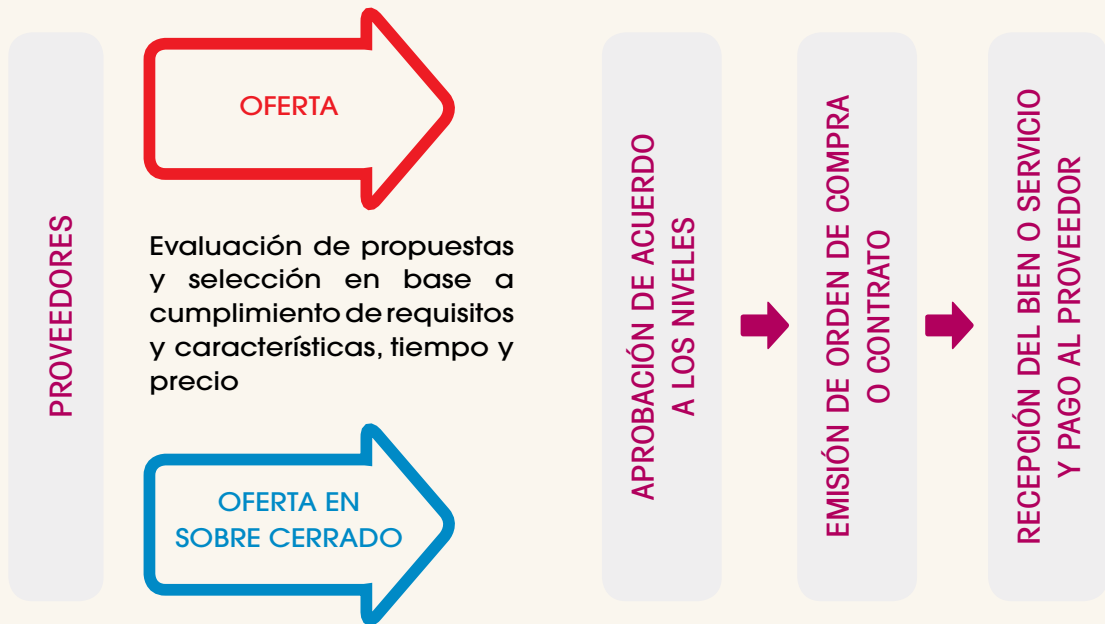
Para aquellas contrataciones importantes realizadas a través de concursos, se analiza además en el proveedor: antigüedad y experiencia anterior, cantidad y tipo de clientes, condiciones con respecto a su competencia, situación financiera, capacidad logística, nivel de endeudamiento y referencias generales.

- Flujo de trabajo GFP - Proveedor



## 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 2008 no fue necesario ejecutar ninguna garantía de fiel cumplimiento de contrato o buen uso de anticipo.



- Cuando 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.



# Contrataciones y Compras



## Departamento

### SU MISIÓN

Realizar una adecuada selección de los proveedores de acuerdo a la Política de Contrataciones y Compras del GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN.

Gestionar los procesos de negociación de contrataciones y compras con el fin de optimizar los recursos disponibles del Banco brindando una atención oportuna en un marco de armonía con nuestros colaboradores.

### RESPONSABILIDADES DE SUS MIEMBROS

- Coordinación, elaboración y ejecución de los contratos del GFP, así como de las compras que se efectúan.
- Aplicación de las políticas de contrataciones y compras.
- Comunicación de las políticas y de las decisiones del Comité de Contrataciones y Compras al GFP.

### 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 de sobre cerrado, se mantienen tal como en la oferta; en ningún caso se negocian.

## Comité

### SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Montos de aprobación bajo su responsabilidad.

### SESIONES

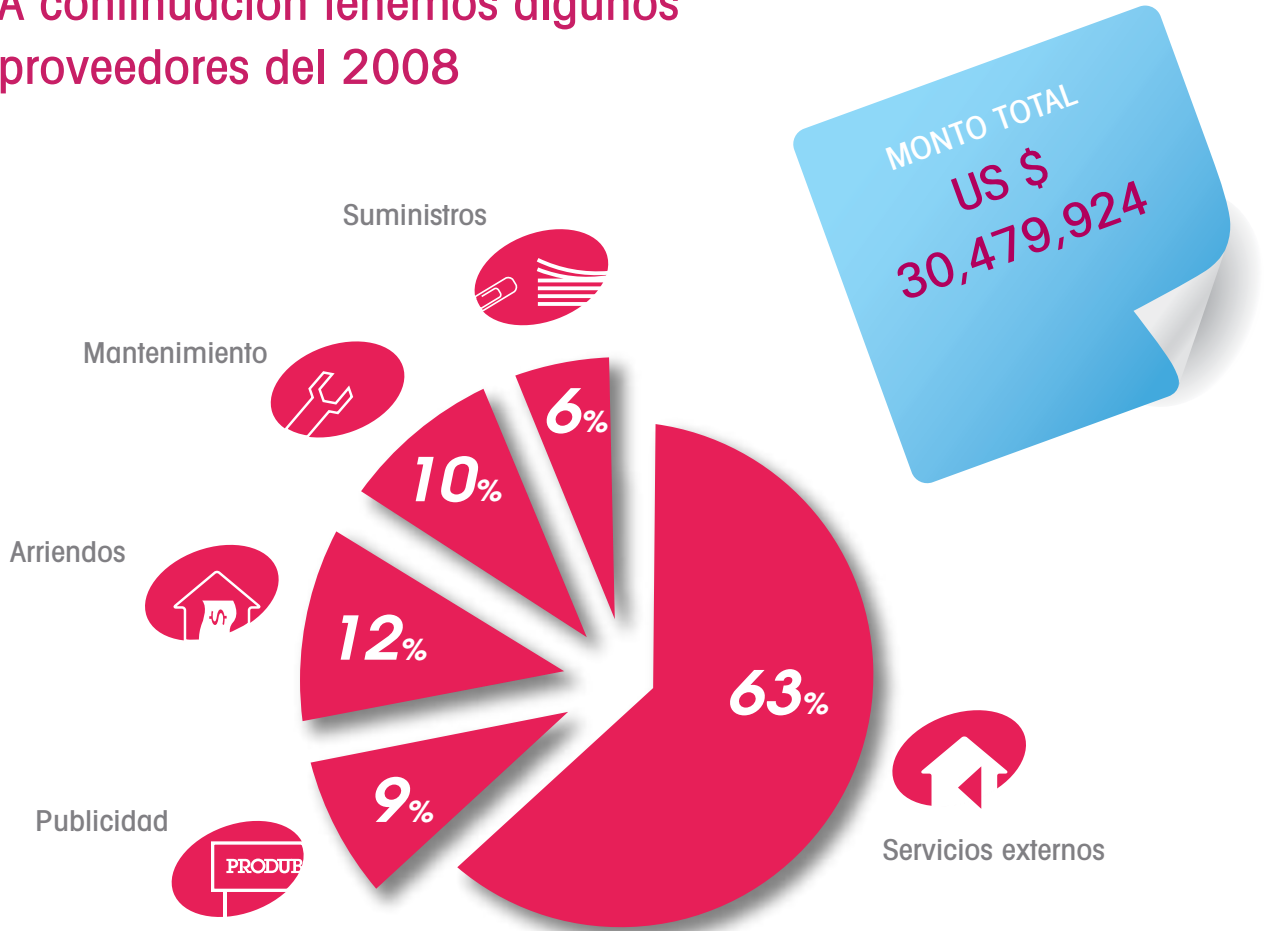
Frecuencia semanal (al menos)

### APROBACIONES URGENTES EN CASO DE AUSENCIA DE QUÓRUM

Otorgadas por el Gerente de 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.

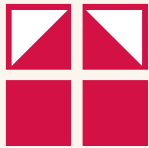
## Todos nuestros proveedores son importantes

A continuación tenemos algunos proveedores del 2008



SEPRICARGA CIA LTDA  
Courier

Monto 2008 pagado por servicios:  
alrededor de  
**US \$430,000**



**La Hipotecaria**

*Las mejores opciones para financiar Su Casa*

LA HIPOTECARIA  
Originación Cartera Hipotecaria

Monto 2008 pagado por servicios:

alrededor de

**US \$ 116,000**



**Patricio Rodríguez**  
Pintura de Oficinas

Monto 2008 pagado por servicios:

alrededor de

**US \$15,000**



## ● Testimonio

*Tenemos el gusto de trabajar con el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN desde hace 4 años.*

*LP PRODUCCIONES GRÁFICAS tiene la responsabilidad con el Grupo de realizar, crear y orientar soluciones de imprenta, ofreciendo asesoramiento continuo en los requerimientos en los que se nos solicita nuestro apoyo. Entre los productos que podemos mencionar están: folletos, afiches, flyers, dípticos, trípticos, volantes, catálogos, colgantes, habladores, entre otros.*

*Para calificarme como proveedor del GFP y empezar a trabajar, lo primero que hice fue obtener una cita con un representante del área de Eficiencia y Productividad a quien se le presentó todos nuestros servicios en detalle, y con ello tuvimos la suerte de presupuestar. A continuación nos solicitaron toda la documentación respectiva*

*de la empresa, y desde entonces ha sido un grato placer colaborar con el Grupo. La logística entre LP PRODUCCIONES GRÁFICAS y el GFP es excelente. Ser proveedor del Grupo ha permitido a la empresa crecer, mejorar en los controles de calidad y perfeccionar el cumplimiento de los servicios y productos prestados.*

*Para LP, una de las principales ventajas de trabajar con el GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN es el mencionarlo en nuestra carta de presentación. Tenemos la posibilidad de aperturar nuevas cuentas en el campo financiero, mencionando que somos sus proveedores.*









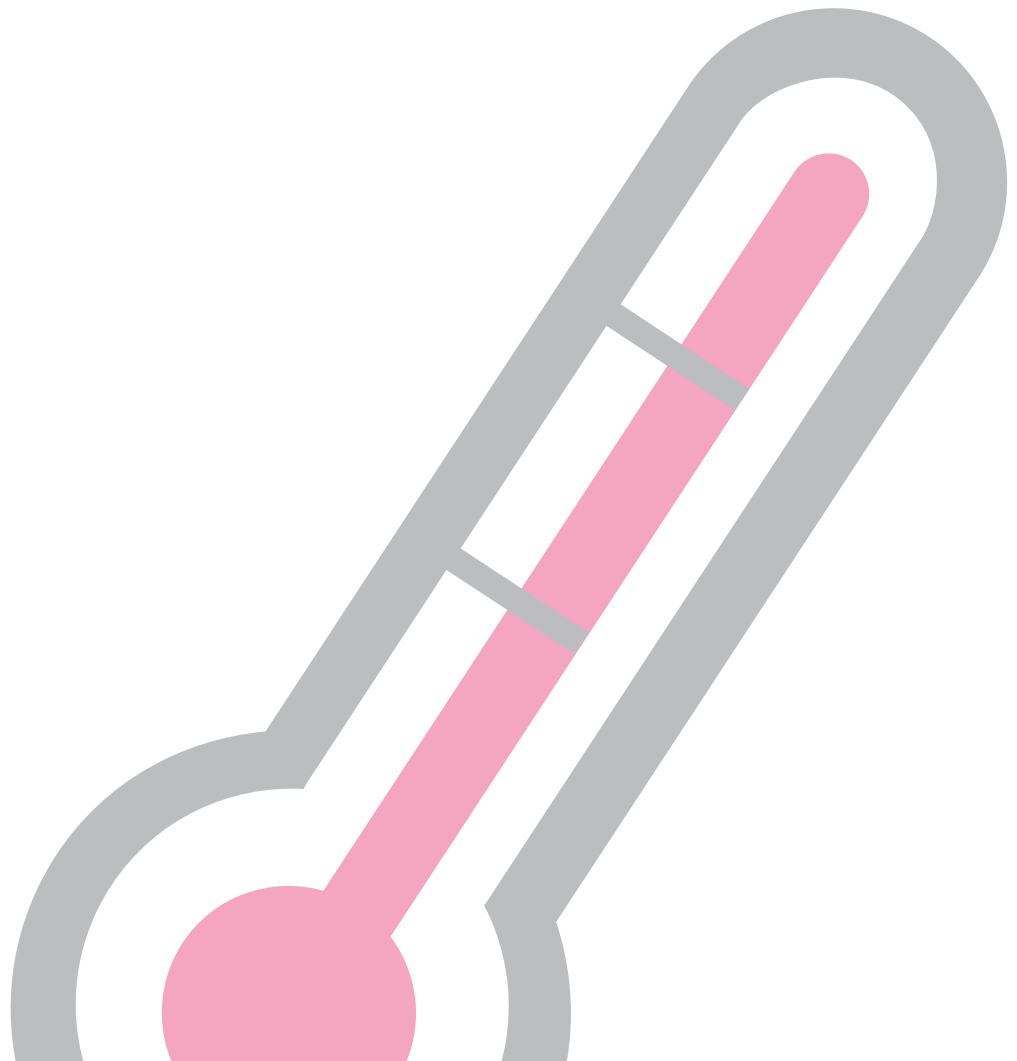
# 5 Tabla de Indicadores

---

## 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



# tabla de indicadores GRI

PERFIL					
	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	1.1	Declaración de máximo responsable de la toma 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"	10-11	
	1.2	Riesgos y oportunidades del negocio.	** Acerca del Grupo Riesgos y Oportunidades"	17	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	2.1	Nombre de la Organización.	** Introducción del Presidente del Directorio * Acerca del Grupo Quiénes somos"	8-9,14	
	2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	** Nuestros Clientes Nuestro frente de generación de soluciones Nuestros canales Nuestra amplia oferta de productos hechos a la medida Iniciativas 2008"	64-66, 67-69, 71	
	2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	** Nuestros Accionistas Nuestra Administración"	33	
	2.4	Localización de la sede principal de la organización.	** Contraportada"	contra- portada	
	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.	** Carta del Presidente Ejecutivo * Acerca del Grupo Quiénes somos"	10, 14	
	2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	** Introducción del Presidente del Directorio *Acerca del Grupo Quiénes somos"	8, 14	
	2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipo de clientes / beneficiarios).	** Acerca del Grupo Quiénes somos * Nuestros Clientes Nuestro frente de generación de soluciones Nuestros canales Nuestros Clientes"	14, 64-66	
	2.8	Dimensiones de la organización informante.	** Acerca del Grupo Quiénes somos Riesgos y Oportunidades"	15, 18	
	2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	** Carta del Presidente Ejecutivo"	10	
	2.10	Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	** Acerca del Grupo Reconocimientos recibidos durante el 2008"	20	
PARÁMETROS DE LA MEMORIA	3.1	Periodo cubierto por la memoria.	** Introducción del Presidente del Directorio"	9	
	3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	** Carta del Presidente Ejecutivo"	10	
	3.3	Ciclo de presentación de la memoria.	** Carta del Presidente Ejecutivo"	10	
	3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	** Carta del Presidente Ejecutivo * Contraportada, rse@produbanco.com"	11	

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.	
3.5	Proceso de definición del contenido.	** Carta del Presidente Ejecutivo"	10		
3.6	Cobertura de la memoria.	** Introducción del Presidente del Directorio"	9		
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	** Introducción del Presidente del Directorio"	9		
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.	**Pasta Metodología"	Pasta		
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 a la memoria.	**Nuestros Clientes Evaluación permanente *Nuestra Comunidad Nuestra gestión con el ambiente en el 2008	72, 86		
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 en el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente.	**Pasta Metodología"	Pasta		
GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES	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"	30	
	4.2	Si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	** Nuestros Accionistas Junta General de Accionistas"	28	
	4.3	Estructura directiva unitaria. Se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	** Nuestros Accionistas Composición Accionaria"	27	
	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"	28, 30, 34	
	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 del desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	** Nuestros Accionistas Nuestro Directorio"	30	
	4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	** Nuestros Accionistas Junta General de Accionistas"	28	
	4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia a miembros del máximo órgano de gobierno.	** Nuestros Accionistas Junta General de Accionistas"	28	
	4.8	Declaración de la misión y valores. Códigos de Conducta y principios relevantes.	** Acerca del Grupo Quiénes somos"	16	
	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"	34	

INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno.	** Nuestros Accionistas Prácticas fundamentales de nuestro Gobierno Corporativo"	34	
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	** Nuestros Accionistas Prácticas fundamentales de nuestro Gobierno Corporativo"	34	
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	** Nuestra Comunidad Nuestro gasto en publicidad responsable en el 2008 Nuestro aporte en inversión social para la comunidad en el 2008"	77, 81	
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 2008"	19	
4.14	Relación de los Grupos de Interés que la organización ha incluido.	** Nuestros Accionistas, *Nuestra Gente *Nuestros Clientes, *Nuestra Comunidad *Nuestros Proveedores"	26, 38, 62, 76, 90	
4.15	Base para la identificación y selección de Grupos de Interés con los que la organización se compromete.	** Nuestros Accionistas, *Nuestra Gente *Nuestros Clientes, *Nuestra Comunidad *Nuestros Proveedores"	26, 38, 62, 76, 90	
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los Grupos de Interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de Grupos de Interés.	** Nuestros Accionistas, *Nuestra Gente *Nuestros Clientes, *Nuestra Comunidad *Nuestros Proveedores"	26, 38, 62, 76, 90	
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 Descripción GRI.	** Nuestros Accionistas, *Nuestra Gente *Nuestros Clientes, *Nuestra Comunidad *Nuestros Proveedores"	26, 38, 62, 76, 90	

### DESEMPEÑO ECONÓMICO

	DMA	Enfoque de Gestión Económica.	** ¿Qué es Responsabilidad Social? * Nuestros Accionistas, *Nuestra Gente *Nuestros Clientes, *Nuestra Comunidad *Nuestros Proveedores"	6-7, 26, 38, 62, 76, 90	
DESEMPEÑO ECONÓMICO	EC1	Valor económico directo generado y distribuido incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	** Acerca del Grupo Riesgos y Oportunidades"	18	
	EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido a cambios climáticos.	En análisis	–	
	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	** Nuestra Gente Beneficios 2008"	46-48	
	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 desarrollen operaciones significativas.	** Nuestra Gente El GFP en un vistazo demográfico al 2008"	41	
	EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	** Nuestros Proveedores La relación con nuestros socios estratégicos Materialización de nuestra relación de mutuo beneficio Contrataciones y compras Todos nuestros proveedores son importantes"	92-98	
	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 El GFP en un vistazo demográfico al 2008"	42	

	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
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 2008 * Nuestra Comunidad Nuestro aporte en servicios a la comunidad en 2008 "	46, 84-86	
	EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	** Nuestra Comunidad Nuestro aporte en servicios a la comunidad en 2008 "	84-86	
<b>DESEMPEÑO AMBIENTAL</b>					
	DMA	Enfoque de Gestión Ambiental.	** ¿Qué es Responsabilidad Social? * Nuestros Accionistas, *Nuestra Gente *Nuestros Clientes, *Nuestra Comunidad *Nuestros Proveedores"	6-7, 26, 38, 62, 76, 90	
MATERIALES	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	** Nuestra Comunidad Nuestra gestión con el ambiente en el 2008"	86	
	EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reutilizados.	En análisis	—	
ENERGÍA	EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	** Nuestra Comunidad Nuestra gestión con el ambiente en el 2008"	86	
	EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	** Nuestra Comunidad Nuestra gestión con el ambiente en el 2008"	86	
	EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	** Nuestra Comunidad Iniciativas Ambientales 2008"	87	
	EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía basados en energías renovables.	No aplica	—	
	EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	** Nuestra Comunidad Iniciativas Ambientales 2008"	87	
AGUA	EN8	Captación total de agua por fuentes.	** Nuestra Comunidad Nuestra gestión con el ambiente en el 2008"	86	
	EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	En análisis	—	
	EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada.	En análisis	—	
BIO-DIVERSIDAD	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 protegida.	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 efecto invernadero en peso.	En análisis	—	
	EN17	Otras emisiones indirectas de gases efecto invernadero en peso.	** Nuestra Comunidad Nuestra gestión con el ambiente en el 2008"	86-87	
	EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases efecto invernadero y las reducciones logradas.	** Nuestra Comunidad Iniciativas Ambientales 2008"	87	
	EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	En análisis	—	

INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.	
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 Iniciativas Ambientales 2008"	87		
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No Aplica	–		
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	No Aplica	–		
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua.	En análisis	–		
PRODUCTOS Y SERVICIOS	EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	*** Nuestra Comunidad Iniciativas Ambientales 2008"	87	
	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 2008 no se registraron multas ni sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental	–	
TRANSPORTE	EN29	Impactos ambientales significativos del 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.	*** ¿Qué es Responsabilidad Social? * Nuestros Accionistas, *Nuestra Gente *Nuestros Clientes, *Nuestra Comunidad *Nuestros Proveedores"	6-7, 26, 38, 62, 76, 90	
EMPLEO	LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	*** Nuestra Gente El GFP en un vistazo demográfico al 2008"	40, 41	
	LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	*** Nuestra Gente El GFP en un vistazo demográfico al 2008"	40, 41	
	LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa.	*** Nuestra Gente El GFP en un vistazo demográfico al 2008 Beneficios 2008"	41, 46-48	
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 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 en el trabajo.	***Nuestros Accionistas Comités estratégicos *Nuestra Gente Seguridad y salud ocupacional"	32, 59	
	LA7	Tasa de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	*** Nuestra Gente El GFP en un vistazo demográfico al 2008"	41	
	LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	***Nuestra Gente Seguridad y salud ocupacional"	59	
	LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	No existe convenio colectivo	–	

	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN	LA10	Promedio de horas de formación al año por empleados.	** Nuestra Gente Capacitación Horas, inversión, beneficiarios "	43	
	LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	** Nuestra Gente apoyo académico 2008"	44	
	LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	** Nuestra Gente Administración por objetivos Incremento de resultados con un nuevo enfoque"	43, 57-58	
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	** Nuestros Accionistas Nuestro Directorio * Nuestra Gente El GFP en un vistazo demográfico al 2008"	30, 40	
	LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	* Nuestra Gente El GFP en un vistazo demográfico al 2008"	41	
<b>DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS</b>					
	DMA	Información sobre el Enfoque de la Gestión con la Sociedad.	** ¿Qué es Responsabilidad Social? * Nuestros Accionistas, *Nuestra Gente *Nuestros Clientes, *Nuestra Comunidad *Nuestros Proveedores"	6-7, 26, 38, 62, 76, 90	
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.	** Nuestra Gente Incorporación de personas con capacidades diferentes"	54	
NO DISCRIMINACIÓN	HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Durante el periodo cubierto por la memoria no existió ningún incidente de discriminación	–	
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVO	HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	No existe convenio colectivo	–	
EXPLOTACIÓN INFANTIL	HR6	Actividades identificadas que conllevan a un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir su eliminación.	* Nuestra Gente El GFP en un vistazo demográfico al 2008"	42	
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 DE LOS 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	–	
<b>DESEMPEÑO DE SOCIEDAD</b>					
	DMA	Información sobre el enfoque de gestión.	** ¿Qué es Responsabilidad Social? * Nuestros Accionistas, *Nuestra Gente *Nuestros Clientes, *Nuestra Comunidad *Nuestros Proveedores"	6-7, 26, 38, 62, 76, 90	
COMUNIDAD	SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	* Nuestra Comunidad Nuestro aporte en servicios a la comunidad en el 2008"	84-86	

INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.	
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"	34	
	SO3	Porcentaje de empleados formados en políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	* Nuestros Accionistas Prácticas fundamentales de nuestro Gobierno Corporativo"	34	
	SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Como medida adoptada ante tres incidentes de corrupción que se presentaron en la Institución, el Grupo tomo las acciones necesarias y desvinculó al personal implicado	—	
POLÍTICA PÚBLICA	SO5	Posición en 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 y de actividades de lobbying	—	
	SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie 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 leyes y regulaciones.	Durante el periodo 2008 no se registraron sanciones ni multas derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones	—	

#### DESEMPEÑO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

	DMA	Información sobre el enfoque de la dirección	**¿Qué es Responsabilidad Social? * Nuestros Accionistas, *Nuestra Gente *Nuestros Clientes, *Nuestra Comunidad *Nuestros Proveedores"	6-7, 26, 38, 62, 76, 90	
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 Nuestra amplia oferta de productos hechos a la medida Iniciativas 2008 Creando una cultura de seguridad"	34, 67-69, 71, 73	
	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 requeridos por la normativa y porcentaje de productos sujetos a tal requerimiento.	** Nuestros Clientes Información y Privacidad"	73	
	PR4	Incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	Nuestro Grupo no registra incumplimientos de la regulación y código voluntarios referente a entrega de información sobre sus productos y servicios	—	
	PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción al cliente	** Nuestros Clientes Evaluación permanente" Servicio al cliente Atención telefónica	72, 73	
COMUNICACIONES DE MARKETING	PR6	Programas de cumplimiento de 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, publicidad o marketing	—	

INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
PRIVACIDAD DEL CLIENTE	PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respecto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	** Nuestros Clientes Reclamos reportados sobre sigilo bancario"	73	
CUMPLIMIENTO NORMATIVO	PR9 Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación al suministro y 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	—	
<b>SUPLEMENTO SOBER EL SECTOR DE SERVICIOS FINANCIEROS</b>				
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 Establecimiento 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	—	
	F5 Descripción de los procesos para mejorar 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 riesgos medioambientales vinculados a las líneas de negocio básicas.	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 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 la cartera para cada línea de negocio desglosado por regiones y sectores específicos.	En análisis	—	
GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	RSC1 Política de RSC.	** ¿Qué es responsabilidad social? *Nuestros Accionistas Comités estratégicos"	6-7, 32	
	RSC2 Organización de la RSC.	** Introducción del Presidente del Directorio *Nuestros Accionistas Comités estratégicos"	9, 32	
	RSC3 Auditorías de la RSC.	PricewaterhouseCoopers realizó una auditoría de los datos presentados en la Memoria de Responsabilidad Social correspondiente al año 2007	—	
	RSC4 Gestión de los temas sensibles.	** Nuestros Accionistas Prácticas fundamentales de nuestro Gobierno Corporativo"	35	

INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.	
RSC5	Incumplimiento de leyes o códigos reguladores de conducta.	GFP no registra incidentes de incumplimiento de leyes o de códigos reguladores de conducta	–		
RSC6	Diálogo con las partes interesadas.	* Nuestros Accionistas, *Nuestra Gente *Nuestros Clientes, *Nuestra Comunidad *Nuestros Proveedores"	26, 38, 62, 76, 90		
DESEMPEÑO SOCIAL INTERNO	INT1	Política interna de temas de responsabilidad social abarcados por las políticas de recursos humanos de la Institución..	** Nuestra Gente Políticas de contratación, selección, convivencia en respeto a los derechos humanos y satisfacción laboral"	42	
	INT2	Rotación de los empleados y creación de puestos de trabajo.	** Nuestra Gente El GFP en un vistazo demográfico al 2008"	41	
	INT3	Satisfacción de los empleados.	** Nuestra Gente Círculo de crecimiento, Comunicación interna, Clima laboral, Concurso interno Produideas, Satisfacción laboral, Incremento de resultados con un nuevo enfoque"	39, 45, 49-50, 51, 57-58	
	INT4	Retribución de los altos directivos.	** Nuestros Accionistas Nuestro Directorio" * Nuestra Gente Administración por objetivos"	30-43	
	INT5	Revisión vincula a la sostenibilidad.	En análisis	–	
	INT6	Ratio salarial hombre/ mujer.	** Nuestra Gente El GFP en un vistazo demográfico al 2008"	41	
	INT7	Perfil de los empleados.	** Nuestra Gente El GFP en un vistazo demográfico al 2008"	40, 41	
DESEMPEÑO HACIA LA SOCIEDAD	SOC1	Aportaciones realizadas a obras benéficas, inversiones para la comunidad y patrocinios comerciales.	** Nuestra Comunidad Nuestro gasto en publicidad responsable en el 2008 Nuestro aporte en inversión social para la comunidad en el 2008"	77, 81	
	SOC2	Valor económico añadido.	** Acerca del Grupo Riesgos y oportunidades"	18	
PROVEEDORES	SUP1	Seguimiento de los principales proveedores.	** Nuestros Proveedores La relación con nuestros socios estratégicos, Materialización de nuestra relación de mutuo beneficio, Contrataciones y compras, Todos nuestros proveedores son importantes"	92-98	
	SUP2	Satisfacción de los proveedores.	No realizamos encuestas de medición de satisfacción de los proveedores.	–	
BANCA MINORISTA	RB1	Criterios sociales aplicados por la organización informante en la Banca Minorista.	** Nuestros Clientes Nuestra amplia oferta de productos hechos a la medida, Iniciativas 2008"	67-79, 71	
	RB2	Reparto del negocio de otorgamiento de créditos, con inclusión de un desglose por sectores industriales y tamaños de las compañías.	** Nuestros Clientes Créditos otorgados por Banca de Consumo por actividad económica"	64	
	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 Nuestra amplia oferta de productos hechos a la medida, Iniciativas 2008. En un futuro el GFP se enfocará e implementará sus políticas de crédito, liquidez y operación a un mercado sustentado en lo ambiental, económico y social"	67-69, 71	
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 el país y por ello se encuentra en una economía en vías de desarrollo	–	

	INDICADOR	DESCRIPCIÓN GRI	SECCIÓN	PÁG.	CALIF.
	IB3	Prestación de productos y servicios a la medida e innovadores, aplicando criterios éticos, de sostenibilidad especiales.	** Nuestros Clientes Nuestra amplia oferta de productos hechos a la medida Iniciativas 2008*	67-69, 71	
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 Seguro de desgravamen*	68	
	INS2	Informar sobre la base de clientes en el seguro privado y en el seguro de empresa.	**Nuestros Clientes Seguro de desgravamen*	68	
	INS3	Número de reclamaciones recibidas de los clientes.	**Nuestros Clientes Seguro de desgravamen*	68	
	INS4	Seguros con aspectos de sostenibilidad.	**Nuestros Clientes Seguro de desgravamen*	68	



---

# 6 Informe de Verificación

**INFORME DE VERIFICACIÓN LIMITADA  
SOBRE LA MEMORIA DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL**

PricewaterhouseCoopers  
del Ecuador Cía. Ltda.  
Almagro N32-48 y Whympet  
Casilla: 17-21-1915  
Quito - Ecuador  
Teléfono: (593) 2 2562288  
Fax: (593) 2 2567010

A los miembros del Directorio y accionistas del

**Banco de la Producción S.A. PRODUBANCO**

Quito, 17 de julio del 2009

Hemos efectuado una verificación limitada independiente sobre los indicadores e información presentados en la Memoria de Responsabilidad Social del año 2008 de Banco de la Producción S.A. PRODUBANCO y Subsidiarias (en adelante "Grupo Financiero Producción").

La preparación de la Memoria de Responsabilidad Social del año 2008 es responsabilidad de la Administración del Grupo Financiero Producción. Nuestra responsabilidad consiste en emitir conclusiones sobre la consistencia y fiabilidad de los datos cuantitativos e información financiera y no financiera incluidos en dicha Memoria, en función de los trabajos de verificación y el alcance que describimos en los párrafos siguientes.

Debe tenerse en cuenta que el presente informe de verificación no tiene la intención de evaluar, ni evalúa, el desempeño del Grupo Financiero Producción en relación con el desarrollo sustentable.

**Bases, objetivo y alcance de la verificación**

Nuestro trabajo fue efectuado de acuerdo con las normas de verificación establecidas por el Consejo de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) en la "Norma Internacional para Trabajos de Verificación – 3000 (ISAE 3000)" relativa a aseguramiento limitado. Dicha norma requiere que la planificación y realización de nuestro trabajo permita obtener un grado de aseguramiento limitado que la información presentada en la Memoria de Responsabilidad Social del Grupo Financiero Producción: i) es consistente con la evidencia

de respaldo presentada por la Administración; y, ii) respalda la auto evaluación de contenidos realizada por el Grupo Financiero Producción según lo establecido en la versión G3 de la Guía para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad de la Global Reporting Initiative (GRI).

Un trabajo de verificación limitada bajo el estándar ISAE 3000 contempló realizar: i) entrevistas con el personal del Grupo Financiero Producción; ii) procedimientos analíticos y pruebas con base a muestras de las fuentes de obtención de datos e indicadores; y, iii) análisis de los procesos y procedimientos utilizados para la compilación de la información.

En este marco, realizamos nuestra verificación en las oficinas principales del Grupo Financiero Producción, a través de las siguientes actividades:

- Entrevistas con el personal del Grupo Financiero Producción responsable de la generación y recopilación de la información e indicadores objeto de nuestra revisión;
- Revisión de los procedimientos y documentación relevante utilizada para recopilar y consolidar la información;
- Revisión de la coherencia de la información presentada en la Memoria de Responsabilidad Social del Grupo Financiero Producción;



A los miembros del Directorio y accionistas del  
**Banco de la Producción S.A. PRODUBANCO**  
 Quito, 17 de julio del 2009

- Revisión de las fórmulas, exactitud aritmética y representación gráfica de la información proporcionada;
- Revisión que la información financiera incluida en la Memoria de Responsabilidad Social es coherente con los estados financieros auditados al 31 de diciembre de 2008;
- Revisión de la presencia o ausencia en el Capítulo de la información e indicadores requeridos de acuerdo a los criterios definidos en la versión G3 de la Guía para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad de la Global Reporting Initiative (GRI).

#### Conclusiones

Con base en los resultados de la aplicación de los procedimientos de verificación anteriormente descritos, no ha llegado a nuestro conocimiento ningún aspecto que nos haga pensar que la Memoria de Responsabilidad Social del Grupo Financiero Producción, no cuente con documentación de respaldo suficiente sobre los datos reportados y que no haya sido preparado de acuerdo con las directrices de contenidos e indicadores de la guía G3 del Global Reporting Initiative.

#### Recomendaciones

La publicación por el Grupo Financiero Producción de esta Memoria de Responsabilidad Social según la versión G3 de la Guía para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad de la Global Reporting Initiative (GRI), así como la adopción progresiva de estas Guías constituyen un avance importante que sitúa al Grupo

Financiero Producción entre las entidades financieras pioneras en la región en emprender este camino; sin perjuicio de lo cual, formulamos a continuación ciertas recomendaciones para contribuir en el camino de mejora continua del Grupo Financiero Producción hacia el desarrollo sustentable:

- Avanzar en la formalización de la implementación del Modelo de Desarrollo Sustentable dentro de la Estrategia Corporativa del Grupo Financiero Producción.
- Convertir a la Memoria en una herramienta permanente de gestión, además de ser un vehículo de comunicación externa, interiorizando el proceso de recopilación de información y elaboración del mismo a través del desarrollo de capacidades internas.
- Continuar perfeccionando y homogenizando los actuales sistemas, procedimientos y documentación relevante utilizada para recopilar y consolidar la información, a fin de prevenir errores en la recopilación de los datos y mejorar la calidad y alcance de la información reportada.

José Aguirre Silva  
 Representante Legal



## CONTACTOS GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN

Web: [www.produbanco.com](http://www.produbanco.com)  
E-Mail: [rse@produbanco.com](mailto:rse@produbanco.com)  
Teléfono: (593-2) 2999-000, ext. 2622  
Dirección: Avenida Amazonas N35-211 y Japón  
Edificio Matriz  
Quito - Ecuador



**GRUPO FINANCIERO  
PRODUCCION**