



**Diciembre 2010**



Tenemos el agrado de dirigirnos a ustedes con el objeto de presentar la Memoria correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre del 2010.

Cuando en Setiembre de 1967, nuestros accionistas fundadores dieron nacimiento a una pequeña casa de crédito, difícilmente podían imaginarse la magnitud de la empresa que estaba surgiendo.

Difícilmente podían imaginarse que la empresa cerraría el año 2010 con 39 sucursales y con más de 200.000 clientes. El año 2010 ha sido particularmente importante para consolidar la transición a Banco y podemos decir que el proceso ha sido todo un éxito.

En un entorno altamente competitivo, con una economía en franco crecimiento y expansión y por ello muy demandante de servicios financieros ágiles y eficientes, nos ha tocado desarrollar nuevos servicios bancarios y ponerlos en funcionamiento.

Hemos encarado este proceso sin perder de vista nuestra esencia, teniendo como norte dar el mejor servicio posible a nuestros clientes, y como herramientas fundamentales la agilidad y eficiencia que siempre han caracterizado a Familiar.

Los resultados están a la vista: hoy somos un banco integral, que atiende a todos, en todas partes y brindando todos los servicios. Nuestros más de 200.000 clientes pueden acceder a créditos casi instantáneos, en cualquier sucursal del país, pueden abrir cajas de ahorro, cuentas corrientes, recibir o enviar dinero al exterior o a todo el país, pagar servicios a través de la WEB, realizar operaciones de comercio exterior, operar con sus cuentas on line con su teléfono celular, pagar a sus proveedores y a sus empleados y funcionarios con sistemas totalmente electrónicos.

Paralelamente a este despliegue de ampliación de servicios, el banco ha crecido mucho. En sólo dos años de banco, ha más que duplicado su cartera de depósitos y de créditos, superando ampliamente la tasa de crecimiento promedio del mercado. Ha sobresalido en especial el desempeño de las sucursales del interior del país, responsables de más de las dos terceras partes del crecimiento del Banco.

La tarea de adecuarnos a la nueva oferta de servicios no ha sido simple. Sólo en el 2010, ha requerido aproximadamente 21.700 Millones de Guaraníes de inversión en sucursales, equipos y software y además, se han incorporado 106 personas nuevas al Banco Familiar.

Si tuviéramos que resumir el año 2010, lo definiríamos como el año de las 3 C, consolidar, competir y crecer. Consolidar nuestros sistemas operativos y el adiestramiento de nuestra gente para ser cada vez más un banco con los mejores servicios. Competir en un mercado progresivamente más exigente, tanto en la captación como en la colocación de los recursos financieros, así como en atraer y retener a los mejores recursos humanos.

Crecer en sucursales, empleados y clientes, de manera a obtener economías de escalas, en un negocio donde el tamaño es cada vez más importante. Todo esto se hizo en el año 2010 y el balance final es ampliamente positivo, gracias a la capacidad y al esfuerzo de nuestra gente.

Vayan para todos ellos nuestras felicitaciones y nuestro sentimiento de orgullo y de agradecimiento.

También queremos agradecer a la gente que ha confiado en nosotros. A nuestros clientes, a nuestros proveedores, a nuestras autoridades y muy especialmente a ustedes nuestros accionistas.

Tenemos al final del 2010 un banco cada vez más sólido y competitivo, que tiene todas las condiciones para aprovechar las grandes oportunidades que vemos en el futuro.

El mundo cada vez más va a demandar lo que el Paraguay tiene y produce, como son los alimentos, el agua y la energía. Ahora ya no tenemos excusas para crecer y desarrollarnos.

Nosotros en el Banco Familiar queremos contribuir en la construcción de ese Paraguay que soñamos.

Muchas gracias.

**ALBERTO ACOSTA GARBARINO**  
Presidente

## CARTA DE COMPROMISO DE ADHESION A LA RED

### Señores del Pacto Global



Banco Familiar, una empresa nacional 100 % Paraguaya, fundada en el año 1967, declara su compromiso con los Principios del Pacto Global.

La declaración de los diez principios, como pilar fundamental para la erradicación de la pobreza, y los objetivos del milenio ya no sólo son un marco de referencia, sino el eje principal sobre el cual giran nuestros planes de desarrollo empresarial.

Este importante movimiento naciente de las organizaciones empresariales, principalmente del sector privado, hace de nosotros como empresa, que sintamos la extrema necesidad de participar en los negocios inclusivos.

Hemos concebido al igual que otras empresas aliadas en el Pacto Global que el éxito es una variable absolutamente dependiente del progreso de la sociedad en su conjunto, punto que consideramos fielmente trabajando constantemente en constituírnos como protagonistas del cambio siendo agentes del mismo desde las pequeñas acciones que vamos realizando y buscando realizar aportes más significativos a futuro .

La gestión responsable de la empresa constituye un fiel compromiso en contribuir al desarrollo sostenible.

Estamos construyendo el Banco Familiar que queremos ser: un Banco Popular; para ello iniciamos el camino. Sembrando mucho, regando y creciendo.

Profundizando nuestros valores: la honestidad, la transparencia, la prudencia y por sobre todo

“Cuidando a nuestra gente y a nuestros clientes”

**César Amado Barreto Otazú**  
**Director - Gerente General**

# **MIEMBROS DIRECTORIO GENERAL**

## **PRESIDENTE 2010**

Alberto Acosta Garbarino

## **VICEPRESIDENTE PRIMERO**

Hugo Fernando Camperchioli Chamorro

## **VICEPRESIDENTE SEGUNDO**

Alejandro Laufer Beissinger

## **DIRECTORES TITULARES**

Alfredo Steinmann Rosenbaum

Pedro Beissinger Baum

Jorge Camperchioli Chamorro

César Barreto Otazú

## **DIRECTORES SUPLENTE**

Roberto Daniel Amigo Marcet

Silvia Camperchioli De Martin

Héctor Fadlala Wissmann

## **SÍNDICO TITULAR**

Juan B. Fiorio

## **SÍNDICO SUPLENTE**

Diana Fadlala

# PLANA EJECUTIVA

## GERENTE GENERAL

César Barreto Otazú

## GERENTE ADMINISTRATIVO

Gladys Velázquez Franco

## GERENTE DE TECNOLOGÍA

Nancy Benet de Quintana

## GERENTE DE OPERACIONES

Sandra Hirschfeld Spicker

## GERENTE DE PERSONAS Y D.O.

Mabel Gómez de la Fuente

## GERENTE DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Luján del Castillo Cordero

## GERENTE DE ANÁLISIS DE RIESGOS

Diego Balanovsky Balbuena

## GERENTE DE BANCA MINORISTA

Fabio Najmanovich Campo

## GERENTE COMERCIAL

Hilton Giardina Varela

## GERENTE DE PYMES

Wilson Castro Burgos

## GERENTE DE BANCA PERSONAL

Nery Aguirre Valiente

## GERENTE CORPORATIVO Y AGROPECUARIO

Arsenio Vasconsellos Spezzini

## GERENTE FIDUCIARIO

Myrian Solíz de Mendoza

## GERENTE DE AUDITORÍA INTERNA

Venancio Paredes Alarcón

## GERENTE DE SUCURSALES

Victor Pedrozo Cañete

# NUESTRO COMPROMISO SOCIAL

**LA VISION** de futuro de Familiar es la de ser una entidad líder en el mercado paraguayo, que proporcione a las personas y a las micro, pequeñas y medianas empresas créditos, ahorros y servicios financieros que satisfagan sus necesidades de consumo, de negocios y de inversión.

Nuestros miembros, con alto nivel de profesionalismo, se desempeñan con honestidad, transparencia y valores éticos, buscando construir confianza en la organización.

Nuestra meta será ser considerados como el banco nacional de preferencia en el mercado, para lo cual toda la organización y los procesos de trabajo estarán orientados hacia el cliente

El trabajo en equipo, la mejora continua y la aplicación de alta tecnología en los procesos marcarán el estilo de trabajo de la organización y su compromiso con la calidad y la productividad.

Al mismo tiempo, la empresa buscará vivenciar, a nivel interno y externo, el valor de la solidaridad, consciente que al asumir un modelo de gestión que valore su participación en actividades que contribuyan al bienestar y desarrollo de la comunidad, promoverá sinergia entre la empresa, sus funcionarios, los clientes y el conjunto de la sociedad, creando un entorno favorable para su propio crecimiento.





## NUESTRA HISTORIA Y TRAYECTORIA

Hace más de 44 años, iniciamos un compromiso con el país.

La historia de Familiar se remonta al año 1967, cuando un grupo de comerciantes de reconocida trayectoria que daba créditos a sus clientes, decidió formar una empresa, a la que denominaron Crédito Familiar. El emprendimiento fue creciendo y, en el año 1992, se convirtió en Financiera Familiar.

Pionera al llegar al interior del país, el actual Banco Familiar cuenta hoy con una Red Nacional de 39 Sucursales que operan en Asunción y en 17 localidades del interior del país, y a través de la cual atiende a clientes y al público en general



Los productos tanto activos como pasivos se fueron diversificando, y del original crédito de consumo en cuotas, la oferta se extendió a la emisión de tarjetas de crédito y a los créditos para micro, pequeñas y medianas empresas. Asimismo, en la actualidad presta servicios de cuenta de ahorro a la vista y a plazo fijo, la emisión de Certificados de Depósitos de Ahorro a Plazo, tanto en moneda local como en moneda extranjera; el envío y recepción de giros y remesas, cambios de monedas, etc.

En el año 1.997, para insertarse en el negocio de emisión de tarjetas de crédito, ingresó como accionista de Bancard, empresa líder en el rubro de procesamiento y miembro de Visa y MasterCard Internacional; participando desde entonces activamente en el Directorio de la organización

En abril de 2003, se concretó la fusión con Finansud y General de Finanzas S.A. - FIGESA, con lo cual se conformó la Nueva Financiera Familiar que combina la alta especialización y larga trayectoria en negocios minoristas de Financiera Familiar con la estructura e importante experiencia en segmentos corporativos y agro negocios de FIGESA, ampliándose de esta manera la gama de productos y segmentos de mercado y le permitió incrementar su fortaleza y posición en el mercado financiero.





Luego de años respaldando los sueños de miles de familias paraguayas, estamos dando el paso más firme en nuestra historia institucional, para llegar más lejos y estar más cerca de todos, brindando más y mejores servicios financieros.

El 2 de enero de 2009, el **BANCO FAMILIAR** abre sus puertas al pequeño, al mediano y al grande, como lo hizo ayer, hoy y lo seguirá haciendo siempre, con la misma rapidez y facilidad a la que están acostumbrados nuestros clientes

El tamaño actual de la empresa y las mayores necesidades de nuestros clientes nos han conducido naturalmente a iniciar una nueva etapa de crecimiento y expansión, luego de que el Banco Central del Paraguay, concediera la autorización para que Financiera Familiar S.A.E.C.A. se transforme en Banco Familiar S.A.E.C.A., conforme a la Resolución N° 2, Acta N° 95 del 17 de noviembre de 2008.



## Creciendo en un entorno favorable pero muy competitivo.

El 2010 ha sido un año totalmente atípico para la economía paraguaya en lo que a crecimiento económico se respecta. Luego de un año 2009 afectado por una prolongada y fuerte sequía y al mismo tiempo por la crisis internacional, el 2010 sorprendió a todos con el mayor crecimiento económico en décadas. El incremento del PIB fue de un 14,5%, y si bien fue el año de recuperación de la producción agrícola (creció aproximadamente un 47%), se dio también una gran dinámica en los demás sectores económicos, en especial el del comercio y los servicios.

La actividad financiera no se sustrajo a esta situación, y fue también un factor importante de dinamización económica, con un crecimiento del crédito que actuó como propulsor importante de las ventas al por mayor y al por menor a lo largo y ancho de todo el país.

La mayoría de las instituciones financieras crecieron de manera importante y acompañaron esta mayor dinámica con inversiones y apertura de nuevas sucursales, llevando la bancarización a nuevos niveles, hasta ahora desconocidos para la economía paraguaya. La razón crédito sobre Producto, llegó a 35%, en tanto que la de los depósitos a un 43%.

El sistema Financiero creció en 58 nuevas sucursales de atención al público, un 14% en sólo un año. En cantidad de funcionarios el crecimiento también fue espectacular: 1.273 nuevas personas, un 17% más.

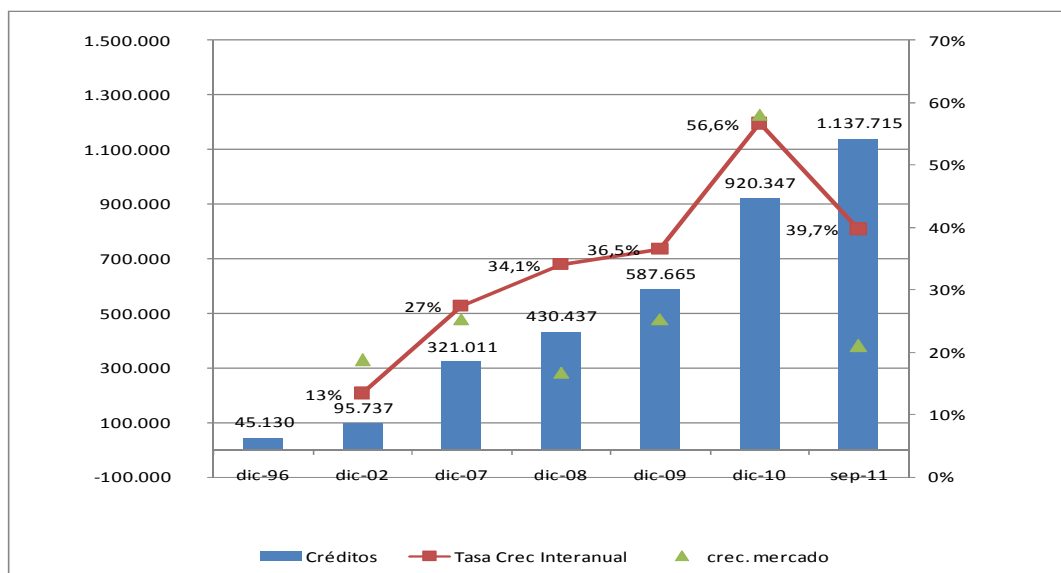
La competencia entre instituciones financieras permitió mayores opciones y mejores condiciones para los clientes. Los Bancos en general apuntaron a los segmentos tradicionales, con agresivas campañas en medios de comunicación, campañas de descuentos en comercios y tasas muy bajas para el segmento corporativo y el de mediana empresa. Obviamente la mayor competencia redujo los márgenes financieros del sistema.

El segmento minorista, que constituye la esencia del negocio de Banco Familiar, ha sido particularmente competitivo, especialmente en el área metropolitana. A la oferta de productos cruzados con el pago de salarios y proveedores, que ofrece la mayoría de las instituciones, se le ha agregado mayor agresividad de las empresas comerciales en la financiación directa a sus clientes.

Los créditos de consumo del sistema financiero crecieron un 59%, cifra record que refleja el dinamismo del sector comercial y de servicios y al mismo tiempo la mayor oferta de Créditos por parte del sector financiero. Parte de los créditos de consumo es el negocio de las tarjetas de crédito que en términos de facturación ha crecido aproximadamente un 27%.

Banco Familiar ha logrado enfrentar esta coyuntura competitiva creciendo más que el promedio del mercado en prácticamente todas las líneas de negocios. Ello es producto de una adecuada combinación de las fuerzas comerciales, de marketing y operativas, que trabajando al unísono, han logrado además de crecer, desarrollar nuevos productos y completar la oferta de servicios del Banco Familiar.

#### Grafico comparativo de crecimiento con el mercado



La cartera de créditos del Banco creció en el 2010 un 55%, y el sistema financiero lo hizo en un 38%. Por su parte los depósitos del Banco Familiar se incrementaron en un 48%, en tanto que el mercado creció un 17%. El crecimiento de la cartera se dio de manera equilibrada entre todas las

áreas de negocio del banco, pero teniendo como objetivo prioritario el área de consumo minorista.

## Nuestra esencia: SOLUCIONES RÁPIDAS Y FÁCILES.

Al momento de convertirnos a Banco, en Diciembre del 2008, Financiera Familiar tenía aproximadamente 110.000 clientes. En los dos años siguientes dicho número trepó a 210.000 clientes. El 90% de ellos son atendidos en el segmento de consumo minorista.

Nuestra experiencia de 44 años en este segmento nos permite llegar a nuestros clientes con el crédito más rápido y accesible del mercado. Detrás de nuestros servicios hay toda una estructura operativa y humana que lo hace posible: un esquema de trabajo basado en plataformas tecnológicas especialmente concebidas al efecto, una nutrida base de datos de casi un millón de personas que de una u otra forma pasaron por Familiar desde que la tecnología de recopilación de datos está disponible en nuestro país, la amplia y calificada plataforma de atención al público, la extensa red de sucursales en todo el país, la comunicación, y por sobre todo el profesionalismo y amor al trabajo de nuestra gente.

La cartera de préstamos del Banco en este negocio creció en el 2010 un 44%, y este crecimiento se distribuyó equitativamente en casi todo el país, pero sobresaliendo claramente el área metropolitana de Asunción y Ciudad del Este. El crédito, si bien es nuestro principal producto para este segmento, es complementado eficientemente por otros productos apropiados para el cliente minorista, tales como la “Alcancía Familiar” que es una caja de ahorro especialmente diseñada para ser abierta con mínima documentación y en forma casi inmediata, el pago de remesas, el envío de dinero, entre otros.

Como muestra del alcance del pago de remesas, en el 2010 se procesaron 261.795 operaciones, un 9% más que el año anterior. Además, en el 2010 se lanzó el producto que permite acreditar las remesas directamente en una caja de ahorro y extraer el dinero en cualquier cajero de la Red Infonet. Mediante este sistema se abrieron 3.124 cuentas, y la receptividad y utilización de las mismas ha sido notoria.

Asimismo el 2010, nos ha permitido poner a punto los sistemas de financiación en comercios, que facilitan la aprobación y gestión de operaciones de crédito en los locales comerciales adheridos con los mismos tiempos de respuesta que en las sucursales del Banco. En el 2011, este producto será comercializado masivamente y nos permitirá llegar aún más lejos y más directamente tanto a antiguos como nuevos clientes.

Las tarjetas de crédito tuvieron en el 2010 un despegue importante. Mediante campañas adecuadamente dirigidas el número de plásticos emitidos trepó de 35.400 a 48.400 en un solo año, y la cartera de créditos en Gs. aumentó un 29%. Un canal importante de llegada y captación de nuevos clientes es el servicio de pago de salarios. Si bien el mismo está disponible desde hace ya varios años, en el 2010 se le dio un empuje muy especial. Nuestro servicio tiene diferencias fundamentales con el ofrecido por otras instituciones que lo hacen altamente valorado tanto por las empresas como por los empleados: los mismos reciben una atención personalizada y no únicamente limitada a medios impersonales como los cajeros automáticos y la banca telefónica automatizada. Además, tenemos especial cuidado en evitar el sobreendeudamiento de los

clientes, que a la larga se convierte en un verdadero problema para las empresas. En el 2010, este servicio creció un 81% y fueron incorporadas 50 nuevas empresas y 4.958 nuevos clientes.

**Con satisfacción cerramos el año totalizando 250.000. clientes**

## **Tortu y Tapití: Una comunicación fresca y descontraída que acerca el Banco a la gente.**

Hasta hace pocos años visitar un banco era un paseo reservado para grupos muy selectos de la sociedad. Si bien hemos avanzado mucho en la bancarización, en los segmentos populares los bancos siguen siendo difíciles de acceder. Banco Familiar ha roto estos paradigmas y acercó el banco a la gente, de maneras antes difíciles de concebir.



Ante la necesidad de comunicar de un modo innovador al segmento tradicional y atendiendo la identidad de un Banco, cercano, amable, ágil, flexible, rápido y popular, nacieron en el 2010, Tortu y Tapití. Nuestros nuevos amigos fueron un suceso nacional. Su imagen alegre y estilo coloquial, fue comentada y aceptada entre clientes y no

clientes, habiendo cumplido cabalmente el objetivo trazado.

En este contexto, la Campaña de Crédito para Todo con Tortu y Tapití ha superado las expectativas con una excelente receptividad de parte del público objetivo logrando hitos de colocaciones en todos los canales de venta.

Además de la presencia masiva en medios tradicionales y con el objetivo de compartir con las comunidades del mundo virtual, Tortu y Tapití hicieron su incursión en el nuevo mundo de las redes sociales, adquiriendo numerosos fans y amigos. La era digital es ya una realidad en Paraguay, y Banco Familiar es una de las primeras instituciones bancarias del país en ingresar a ella.

## Cumpliendo a nuestros clientes el sueño de la casa propia.



Cuando en Banco Familiar concretamos una operación de crédito para vivienda, sentimos una satisfacción especial y es porque nos damos cuenta lo importante que es para una familia acceder a su casa propia. En el 2010, hemos afianzado nuestro posicionamiento en este producto en el segmento de préstamos de porte mediano o pequeño, en el que somos líderes actualmente. Se han concretado un total de 144 nuevas operaciones, por un equivalente de Gs. 23.497 Millones.

Lo importante de este producto es que, además de satisfacer una necesidad especial e importante del cliente, nos permite estar cerca por mucho tiempo. Se trata por lo general de personas y matrimonios jóvenes, que confiaron en Banco Familiar y a los que podemos ofrecerle otros servicios, acompañándolos en su crecimiento familiar, laboral y profesional.

## Una cuenta corriente con verdadero valor agregado para la gente.



La principal diferencia entre un banco y una financiera es la posibilidad que tienen los Bancos de ofrecer cuentas corrientes a sus clientes. Los principales usuarios de la cuenta corriente en nuestro país son el comerciante y el profesional independiente. Con una base de casi 20.000 micros y pequeños empresarios, Banco Familiar se encuentra en este segmento desde casi sus inicios. Es lógico imaginar que al momento de convertirnos a Banco, nuestros clientes empresarios y profesionales recibieran con amplia aceptación el servicio de cuenta corrientes. Pero el éxito del nuevo producto fue mucho más allá de nuestros clientes preexistentes, habiéndose sumado en los últimos dos años, casi 5.000 nuevos clientes atraídos por la posibilidad de contar con la chequera de Banco Familiar.

¿Qué hace a la cuenta corriente de Banco Familiar tan requerida? En primer lugar, hicimos el producto accesible, rápido y con mínimos requisitos, pues consideramos que se trata de un

servicio fundamental para el adecuado funcionamiento del circuito económico. En segundo lugar, nuestro horario extendido marca una ventaja estratégica para nuestros clientes. El comerciante en nuestro país trabaja los sábados y también por las tardes y por tanto, espera que su Banco esté con él, acompañándolo en esos momentos en que el resto de los bancos ya están cerrados.

Un punto adicional que marca diferencias estratégicas es la cercanía: 38 sucursales bancarias completas, distribuidas estratégicamente en todo el territorio nacional, hacen honor a nuestro slogan: “el Banco para vos”.

Al término del 2010, contamos con un total de 12.496 cuenta correntistas, un total de aproximadamente Gs. 192 Mil Millones en depósitos en cuenta corriente, significando ya esta cifra un 20% del total de depósitos del Banco a apenas dos años de vigencia del servicio.

## Un nuevo servicio para conectarse al mundo

Desde mediados del año pasado, los clientes de Banco Familiar pueden acceder a todos los productos bancarios relacionados al comercio exterior.

Con un equipo humano compuesto por técnicos de primer nivel, ofrecemos la posibilidad de realizar transferencias en varias monedas a cualquier país del mundo, así como de recibirlas; abrir cartas de crédito de importación o exportación, Stand-by y realizar cobranzas documentarias, entre otros productos.

Los pequeños y medianos empresarios, así como los clientes en general pueden acceder a estos servicios a precios realmente competitivos y con un asesoramiento integral.

### El Banco para vos A Toda Hora.



La simplicidad y cercanía son valores requeridos por la sociedad actual, hoy más que nunca.

El acceso digital nos da una mano fantástica para hacer nuestra vida más simple y sencilla.

Banco Familiar así lo entiende y pone a disposición de sus clientes herramientas de punta para acceder a los servicios bancarios con seguridad, eficiencia y rapidez. Los clientes valoran los servicios y los utilizan

masivamente. Al cierre del 2010 teníamos un total de 10.383 clientes habilitados para utilizar la Banca WEB. En el mes diciembre del 2010 se realizaron aproximadamente 61.000 visitas a nuestro sitio, mientras que al cierre del año anterior las visitas alcanzaban 10.000 por mes. Las plataformas tecnológicas ofrecen soluciones para transferencias entre cuentas, consultas, extractos, pago de tarjetas, solicitud de chequeras, pago de servicios públicos y privados, entre otros.



## Nos renovamos y seguimos creciendo.

Dando continuidad al proceso de crecimiento iniciado por la transición de Financiera a Banco, el 2010 estuvo marcado por la apertura de nuevas sucursales, refacciones y mudanzas nuevos locales de tal manera a adecuar la infraestructura a la Identidad Corporativa de Banco y sobre todo brindar un mejor servicio a nuestros clientes de cada comunidad.

Las ciudades de Villa Hayes, Santa Rita, Katueté, Ciudad del Este, Hernandarias, Pilar y Zona Terminal cuentan con una nueva casa de Banco Familiar en donde pueden acceder a todos los servicios y productos con la atención y el horario diferencial que nos caracteriza.

Además se realizaron mudanzas de las sucursales de Encarnación, Pinozá, Curuguaty, y Mariano Roque Alonso a nuevas instalaciones que permiten mayor agilidad y mejor distribución del área de asesores, oficiales y cajas.

Las sucursales de Concepción, Caaguazú, San Lorenzo II, Acceso Sur, Villa Hayes, Luque y Ciudad del Este I, fueron ampliadas para brindar mayor comodidad a los clientes, facilitar las transacciones y ofrecer una mejor atención.



Esta expansión en cobertura geográfica también implicó el crecimiento en la nómina de funcionarios. En el 2010 se incorporaron 106 colaboradores. Además, a lo largo del año se realizaron importantes jornadas de capacitación e inducción en diferentes áreas que posibilitaron acercar importantes herramientas de gestión a los puntos estratégicos y sobre todo focalizándonos en elevar el nivel de profesionalización de nuestra gente.

El proceso de crecimiento en sucursales implicó una exigente administración con proveedores claves para lograr tiempos récords de apertura y ampliación edilicia; además, el trabajo coordinado que involucra el proceso de búsqueda, selección y contratación de talentos, principalmente si nuestra Responsabilidad es tan clara como la de potenciar el crecimiento

y dar nuevas fuentes de trabajo a personas pertenecientes de cada comunidad.

Es así, que el crecimiento del Banco tanto en estructura física como de personas constituyó un importante desafío de tal manera a canalizar los esfuerzos en un propósito común manteniendo vivo en todo el proceso los valores y la esencia de Familiar.



## La esencia de nuestro crecimiento.

El crecimiento y la consolidación del proceso de transición experimentado en el 2010 es el resultado de varios factores; pero sin duda el aporte más importante y la ardua tarea fue llevada a cabo por los colaboradores que forman parte de Banco Familiar.

El alto sentido de pertenencia y compromiso demostrado ha hecho posible fortalecernos como Banco y sobre esa base ampliar la propuesta de servicios y productos a nuestros clientes.

El mensaje principal de la marca Familiar ha sido consistente y se ha reflejado en toda la plataforma de atención y puntos de contacto con el público de interés como la de un Banco cercano, rápido y accesible.

Así también la innovación en la manera de hacer negocios que se traduce en acciones concretas a favor de los clientes, la flexibilidad en la toma de decisiones por ser un banco íntegramente paraguayo y el relacionamiento cercano con los colaboradores, clientes y la comunidad han impulsado los diferenciadores clave que contribuyen significativamente al éxito en su conjunto.

## Preparados para el futuro.

La altura de un edificio es proporcional a sus cimientos, y en Banco Familiar hemos trabajado estos últimos dos años en construir sólidos cimientos para un Banco pujante y dinámico.

El trabajo realizado para adecuar la estructura edilicia, humana y de servicios, genera al comienzo mayores gastos que no se traducen inmediatamente en una mayor generación de utilidades o en un crecimiento proporcional de los negocios. Obviamente es una apuesta importante al futuro, que vemos promisorio y alentador. Las utilidades del Banco en el 2010 deben ser evaluadas en este contexto, un contexto dinámico en el que las inversiones toman un tiempo de maduración hasta generar el apropiado retorno. A pesar de ello y de que la aguda competencia redujo los márgenes financieros en general, las utilidades de Banco Familiar crecieron un 12,5% en relación al año anterior.

Con una estructura de sucursales y atención al público mucho más amplia y completamente renovada, con servicios bancarios integrales y diseñados para cubrir todas las necesidades financieras de personas y empresas, estamos listos para enfrentar un futuro de pleno oportunidades y desafíos. Un futuro en el que queremos ser decisivos protagonistas del desarrollo y despegue de nuestro querido Paraguay.

## SUCURSALES EN TODO EL PAÍS.

### CASA MATRIZ

Chile 1080 esq. Jejuí  
(021) 414 2000 (R.A.)

### LIDER IV

Estrella 692 c/ O`Leary  
(021) 496 634 (R.A.)

### CENTRO

25 de Mayo esq. Iturbe  
(021) 446 414 (R.A.)

**GUAIRÁ Vista desde el Cerro Acatí**



### VILLA MORRA

Mariscal López y Cruz del Chaco  
(021) 611 614 (R.A.)

### PETTIROSSI

Av. Pettirossi esq. Mayor Fleitas  
(021) 200 031 (R.A.)

### PINOZÁ

Av. Eusebio Ayala y Bomberos Voluntarios  
(021) 202 123 (R.A.)

### TERMINAL

Avda. Fdo. de la Mora esq. Tarumá  
(021) 551 801/4

### FDO. DE LA MORA

Ruta Mcal. Estigarribia 1112 esq. Pitiantuta  
(021) 503 034 (R.A.)

### ACCESO SUR

Avda. Acceso Sur 1.795 esq. calle 3  
(021) 524 747 (R.A.)

### SAN LORENZO 1

Ruta Mcal. Estigarribia y Sgto. Silva  
(021) 583 269 (R.A.)

### SAN LORENZO 2

Julia Miranda Cueto y Saturio Ríos  
(021) 583 660

### ITAUGUÁ

Ruta Mcal. Estigarribia esq. Caballero  
(0294) 220 337 / 220 995

### MARIANO ROQUE ALONSO

Ruta Transchaco y Capitán Alliana  
(021) 753 963 (R.A.)



**Monte Sinaí - Paraguari**



**Amambay – Salto Piray**

**VILLA HAYES**

Avda. Elvio de Felice (Ruta Transchaco) esq.  
Avda. Laudo Hayes  
(0226) 263 680/3

**LUQUE**

Cerro Corá c/ C. A. López  
(021) 643 780 (R.A.)

**CAACUPÉ**

Mcal. Estigarribia esq. Venancio Pino  
(05112) 43 502/3

**CARAPEGUÁ**

Ruta 1 Mcal. Francisco Solano López esq.  
Avda. Fdo. de la Mora (Ramal Acahay)  
(0532) 213 001/4

**CNEL. OVIEDO**

Tuyutí 165 c/ Blas Garay  
(0521) 201 670  
202 300 (R.A.)

**CAAGUAZÚ**

Bernardino Caballero esq. Juan E. O'Leary  
(0522) 41 663 (R.A.)

**VILLARRICA**

Gral. Díaz esq. Ruy Díaz de Melgarejo  
(0541) 43 607/8

**CAMPO 9**

José Asunción Flores 478 esq. Enfermeras del Chaco  
(0528) 222 940

**SANTANI**

Cnel. Zoilo e/ Mcal. López y Adolfo Mello  
(03434) 20100 / 20416

**CONCEPCIÓN**

Pte. Franco y Gral. Garay  
(03312) 42 229 / 40 473/4

**HORQUETA**

Pte. Franco N°1626 e/ Curupaty y Mcal. López  
(032) 222 835 / 222 935

**PEDRO JUAN CABALLERO**

Curupaty c/ Mcal. López  
(0336) 271 862/4

**CURUGUATY**

14 de Mayo 1016 c/  
Julia Miranda Cueto de Estigarribia  
(048) 210 709/10

**SALTO DEL GUAIRÁ**

Avda Paraguay 1184 esq. Mcal. López  
(046) 242 906



**Misiones – Ruinas Jesuíticas**



**Concepción – Caverna Kambá Hopo**

**KATUETÉ**

Las Residentas esq. Capellán Arzamendia  
(0471) 234 441/3

**HERNANDARIAS**

Mcal. López c/ Chaco Boreal  
(0631) 23537/8

**CIUDAD DEL ESTE 1**

Avda. Bernardino Caballero c/ San Fernando  
(061) 501 608 (R.A.)

**CIUDAD DEL ESTE 2**

Calle Super Carretera esq. Las Tórtolas Km. 4  
(061) 579 350/2

**CIUDAD DEL ESTE 3**

Avda. Julio César Riquelme esq. R.I. 3 Corrales  
(061) 578 501/3

**SANTA RITA**

Ruta VI Avda. Carlos A. López c/ Eusebio Ayala  
(0673) 221 596/7

**MARÍA AUXILIADORA**

Avda. Ma. Auxiliadora 37 esq. Ñasaindy  
(0764) 20444

**ENCARNACIÓN**

Mcal. Estigarribia esq. 14 de Mayo  
(071) 203 888 (R.A.)

**SAN IGNACIO**

Mcal. Estigarribia esq. Iturbe  
(0782) 233 057/9

**SAN JUAN**

Monseñor Bogarín c/ Raúl Villalba  
(081) 213 021 213 018 (R.A.)

**PILAR**

Avda. Irala 1292 esq. Alberzoni  
(0786) 230 900/3



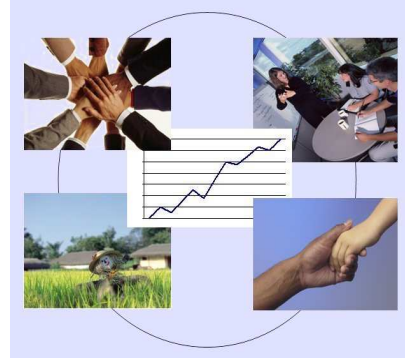
**Pte. Hayes - Laguna Salada**



**Itapúa – Puente San Roque**

**González**

# COMUNICACIÓN DE PROGRESO



## PRINCIPIOS

# Derechos Humanos

**Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos humanos proclamados a nivel internacional**

**Principio 2: Las empresas deben asegurarse de no ser Cómplice en abusos de los derechos humanos.**

**COMPROMISO:** Banco Familiar afirma su apoyo como empresa Nacional a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, ha sido y será parte importante de nuestro compromiso, con nuestros empleados y sus familias, las comunidades donde operamos, la sociedad paraguaya en general, y por ende a la comunidad internacional.

**SISTEMAS:** Como una de las principales instancias de relación con los miembros de la empresa es salvaguardar la seguridad física, las instalaciones edilicias cuentan con todas las necesidades básicas para brindar seguridad a empleados y clientes del banco.

Textual política de seguridad “ Orientada a la prevención y relacionada a los casos de asalto y robo, como también a los procedimientos a ser utilizados para salvaguardar la seguridad y la integridad de los empleados y clientes de la empresa, Con la clara instrucción de anteponer en todo momento la vida de los mismos antes que los bienes materiales.

La empresa asume la responsabilidad de proteger a sus empleados y clientes y de dotar a sus establecimientos de las adecuadas medidas edilicias de seguridad.

**ACTIVIDADES y RESULTADOS:** Apoyar permanentemente el desarrollo integral de todos los miembros de Banco Familiar a través de Programas de Entrenamiento, Capacitación y Reuniones de Trabajo de manera a lograr una organización profesional y altamente competitiva, es uno de los pilares fundamentales de la empresa.

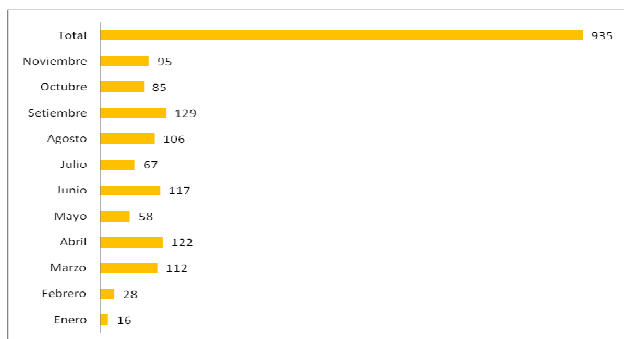
En el año 2010 se han desarrollado

- 144 eventos de Capacitación que equivalen a
- una inversión de 935 horas hombres,
- movilizandando a más de 2282 participantes y en lo que va del año 2011
- se han desarrollado 351 eventos de capacitación que equivalen a
- una inversión de 1321 horas hombres donde
- asistieron 1448 colaboradores.

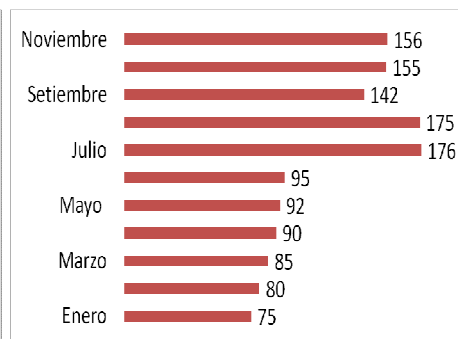


Además de otros programas integrales para diversos cargos a ser desarrollados. Considerando la distancia con las sucursales que se encuentran en el interior del país, desde hace dos años la organización se encuentra invirtiendo en Capacitaciones a distancia a través del e learning, (foto) de esta manera llegando a todos los colaboradores en tiempo y forma-

### Algunos Datos Estadísticos



Inversión en Horas Hombres 2010



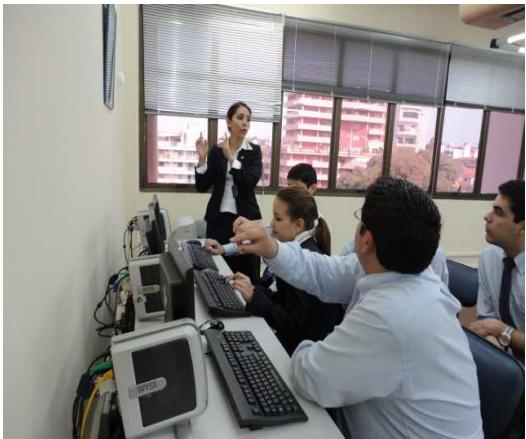
Inversión en Horas Hombres 2011

### El Banco cuenta con programas de

- Ayuda escolar sin intereses para comienzos de clases para hijos de empleados,
- Programa de Becas universitarias para empleados meritorios y de escasos recursos, potenciando, de esa manera sin discriminación alguna el crecimiento profesional y educativo de los miembros de la empresa y su familia directa.
- Programa de pasantías. Como apoyo a la comunidad de jóvenes. El banco cuenta con un programa institucional de pasantías laborales para estudiantes de las distintas localidades del país. En el año 2010, 52 jóvenes realizaron la mencionada pasantía y este año nos encontramos en el reclutamiento de quienes la realizaran en este periodo.
- El 100 % de los funcionarios cuentan con Seguros médicos de alta complejidad para los titulares y familia directa (conyuge, padres, hijos) en Cobertura del 70 % por parte de la empresa, negociaciones constante para mejora de los contratos y acompañamiento personalizado en casos graves de salud, son algunas de las acciones constantes en el ámbito de la cobertura sanitaria.
- Contamos con un fondo social económico destinado a empleados y familiares que pasan por necesidades monetarias en casos de salud. El principal objetivo de esta acción es brindar seguridad y tranquilidad en aquel difícil momento, y, que la falta de dinero no sea el principal problema.

Banco Familiar, cuenta actualmente con 39 sucursales en todo el país, brindando de esa manera una red de crecimiento y desarrollo en las localidades donde brinda sus servicios generando riqueza y movimiento en la economía de las comunidades. A diciembre del año 2010 la organización estaba conformada por 592 colaboradores 319 mujeres y 273 hombres. Los diversos cargos de liderazgo están representados por el 63 % de población femenina.





## Condiciones Laborales

**Principio 3: Las empresas deben apoyar los principios de la Libertad de asociación y sindical y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”.**

**Principio 4: La empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de Trabajo forzoso u obligatorio.**

**COMPROMISO:** Banco Familiar se adhiere al 3ª principio respetando así el derecho de asociación de los empleados.

Cabe resaltar que se trata de una empresa nacional 100 % paraguaya con más de 44 años de antigüedad en el mercado. Banco Familiar ratifica y se compromete reafirmando su compromiso de no recurrir a ningún tipo de trabajo forzoso ni obligatorio.

**SISTEMAS:** Desde el inicio de la relación laboral, Banco familiar busca integrar adecuadamente al nuevo miembro de la empresa, propiciando un clima de adaptación laboral, haciendo que se sienta parte del equipo y reciba la información básica y necesaria que posibilite niveles excelentes de desempeño laboral.

**ACTIVIDADES y RESULTADOS:** Todas las personas vinculadas laboralmente firman un contrato de trabajo en cuyas clausulas se describe con detalle el cargo, las tareas, las responsabilidades, el perfil requerido, las condiciones de trabajo expuestas, horarios, y toda información necesaria para que los miembros de la empresa cuenten con la claridad de sus responsabilidades.

Como proceso de inducción todas las políticas institucionales deben ser leídas, comprendidas y firmadas por los nuevos integrantes de la empresa. Cada líder velará por el cumplimiento cabal de las mismas. El departamento de auditoría interna es un sistema independiente, interno y confidencial diseñado para captar, analizar e investigar fallas de cumplimiento de las políticas y procedimientos. Todas las políticas institucionales están disponibles en intranet para el público interno de modo a que fluya todo tipo de información.

Cada cargo de cualquier nivel jerárquico dentro del Banco, cuenta con su descripción y valoración. Las condiciones salariales, son analizadas y revisadas de forma anual, con la contratación de Consultoras de alto prestigio, quienes trabajan en brindar información para que los salarios estén dentro del mercado competitivo.

La legislación Paraguay, no excede las 48 horas laborales semanales, Banco Familiar, reafirmando su compromiso, no excede en ninguno de sus cargos los horarios requeridos.

La empresa no exige, a empleados, ni a clientes, ni a proveedores, y a ninguna otra entidad de relación a realizar negocios, o depósitos financieros obligatorios.

En la plana de cargos de diversas jerarquías no contamos con trabajadores en estado de servidumbre ni por deuda. El personal de limpieza y de servicio básico es personal en carácter tercerizado, para cuya contratación, la empresa proveedora debe cumplir estándares mínimos de condiciones laborales y de seguridad tanto social para sus empleados, como la inscripción a las Cajas Jubilatorias, servicios de salud, y pago de salarios acordes al mercado.

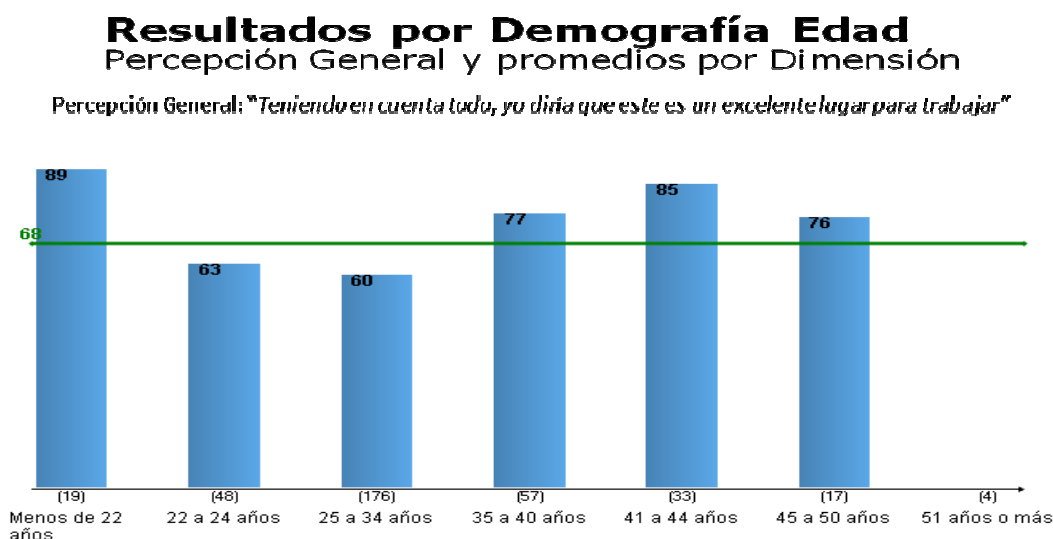
Como parte de la liberación de la comunicación, la empresa cuenta con programas internos denominados “**Conversando la empresa**”, donde en reuniones de diferentes niveles y participantes se exponen, tanto en plenaria, como en anonimato situaciones de consulta, inquietudes, quejas y reclamos pertinentes de cualquier tipo.



Hasta la fecha Banco Familiar no ha recibido ninguna queja, reclamo, o denuncia acabada por abuso en trabajo forzoso u obligatorio. Como una de las forma de comunicación, escucha y recepción de información anónima,

Satisfacción laboral; desde hace 5 años la empresa viene realizando ininterrumpidamente programas de Encuesta de medición del Clima organizacional, las cuales tienen la característica de ser totalmente anónimas. Y a partir del 2010 se ha incorporado el modelo de medición vía internet , la cual rankea a las mejores empresas para trabajar en el mercado de toda Latinoamérica.

Algunos Resultados globales de la Encuesta realizada el año 2010.



Mediante esta encuesta anual, conocemos las percepciones, consultas, inquietudes de la gente, además de conocerlos mejor mediante la posibilidad de ubicarlos por demografías, en la cual se denota el valor de la diversidad, tanto en edades, como intergeneracionales.

## Condiciones Laborales

**Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación efectiva del trabajo infantil.**

**Principio 6: Las empresas deben apoyar la eliminación De la discriminación en materia de empleo y ocupación.**

**COMPROMISO:** Banco Familiar se declara en contra del trabajo infantil, la explotación del trabajo de niños y cualquier otra forma inaceptable de tratamiento hacia los trabajadores.

**SISTEMAS:** Nuestra política es no trabajar con proveedores ni contratistas cuyas prácticas laborales sean reprochables, tales como el uso de trabajo infantil, castigos corporales, abuso femenino y trabajo forzoso ni cualquier otro tipo de abuso.

**ACTIVIDADES y RESULTADOS:** Banco Familiar no cuenta en su plantel con ningún niño menor a los 18 años de edad. Según la legislación Paraguaya la mayoría de edad se establece cumplido los 18 años, tanto para mujeres como para varones.

**Como apoyo y reivindicación para la protección de los derechos del niño. Banco Familiar trabaja en alianza estratégica con Instituciones gubernamentales y no gubernamentales,** en pos de conocer, afianzar y difundir los derechos de niños y niñas compatriotas. Desde el año 2004 Banco Familiar ha desarrollado su programa de Voluntariado corporativo, cuya línea de trabajo y enfoque de acción es la niñez, en su amplia necesidad: Salud, educación, Vivienda, Alimentación.

Cada programa es liderado 100% por miembros de la empresa, recibiendo de la misma la solvencia necesaria para llevar a cabo los objetivos propuestos. Cooperar con Centros comunitarios, Instituciones educativas, fundaciones, que colaboren en disminuir el trabajo y la mendicidad infantil, son los focos de interés de nuestra organización. Por ejemplo desde el año 2004, y hasta la fecha se ha solventado un Centro Comunitario de refuerzo escolar en el barrio “El Triunfo” de la ciudad de Caaguazú, llegando a mas de 180 niños y sus familias con un programa integral de mejoramiento de la calidad de vida y potenciamiento del auto sustento para los padres con el fin de erradicar el trabajo infantil en la comunidad. En el año 2010 se realizaron aproximadamente 5 proyectos de Voluntariado Corporativo además del apoyo a importantes campañas e Instituciones como Operación Sonrisa, Teletón, Fundación Visión. Dentro del presente trabajo fueron beneficiados aproximadamente 600 niños y niñas de las diferentes comunidades.

Desde el 2010, y hasta la fecha, colaboramos con los nativos de la comunidad Vy’a renda en el departamento de Concepción en conjunto con la Asociación Rural del Paraguay(ARP), la Unión de Gremios de la Producción, el organismo internacional ACDI VOCA, la Gobernación de Concepción en pos del proyecto de activación y seguridad alimentaria que consiste en capacitar a los integrantes de la comunidad para que se conviertan en pequeños productores y puedan autoabastecerse en su colectividad y más adelante se llevara a cabo la asistencia en el área comercial con vista a la salida del mercado interno.

Otras acciones que consideramos de alto impacto son las donaciones de bibliotecas a escuelas rurales carencia, este año formamos parte de un Proyecto considerado de interés nacional por el año del Bicentenario Patrio denominado “ 200 años 200 bibliotecas” , donde entregamos dos bibliotecas una en la Escuela Básica 3587 Mcal. José Félix Estigarribia del distrito de Cerritos en

Ciudad del Este y otra en la Escuela Básica 854 Profesor Delfín Chamorro de la ciudad de Caaguazú donde son beneficiados 500 niños aproximadamente.

Somos parte activa desde hace 5 años de la Fundación Operación Sonrisa, organización internacional que somete a operaciones gratuitas a niños y adolescentes que padecen de Labio leporino y paladar hendido. Nuestro trabajo es encontrar estos niños en lo más recóndito de las localidades rurales, trasladarlos hasta el lugar de la cirugía y acompañarlos en sus necesidades hasta que sanen. Hasta la fecha hemos ayudado a cambiar aproximadamente 125 vidas de niños destinados a la total marginación y discriminación.

Apostamos al programa una Computadora por niño y por maestro de la ciudad de Caacupe, entre otras muchas acciones puntuales hacia la niñez de nuestro país.

Banco Familiar tiene la preocupación permanente de respetar y promover el principio de no discriminación en todos los niveles de nuestros Recursos Humanos, con énfasis especial en: reclutamiento, desarrollo de la carrera y capacitación.

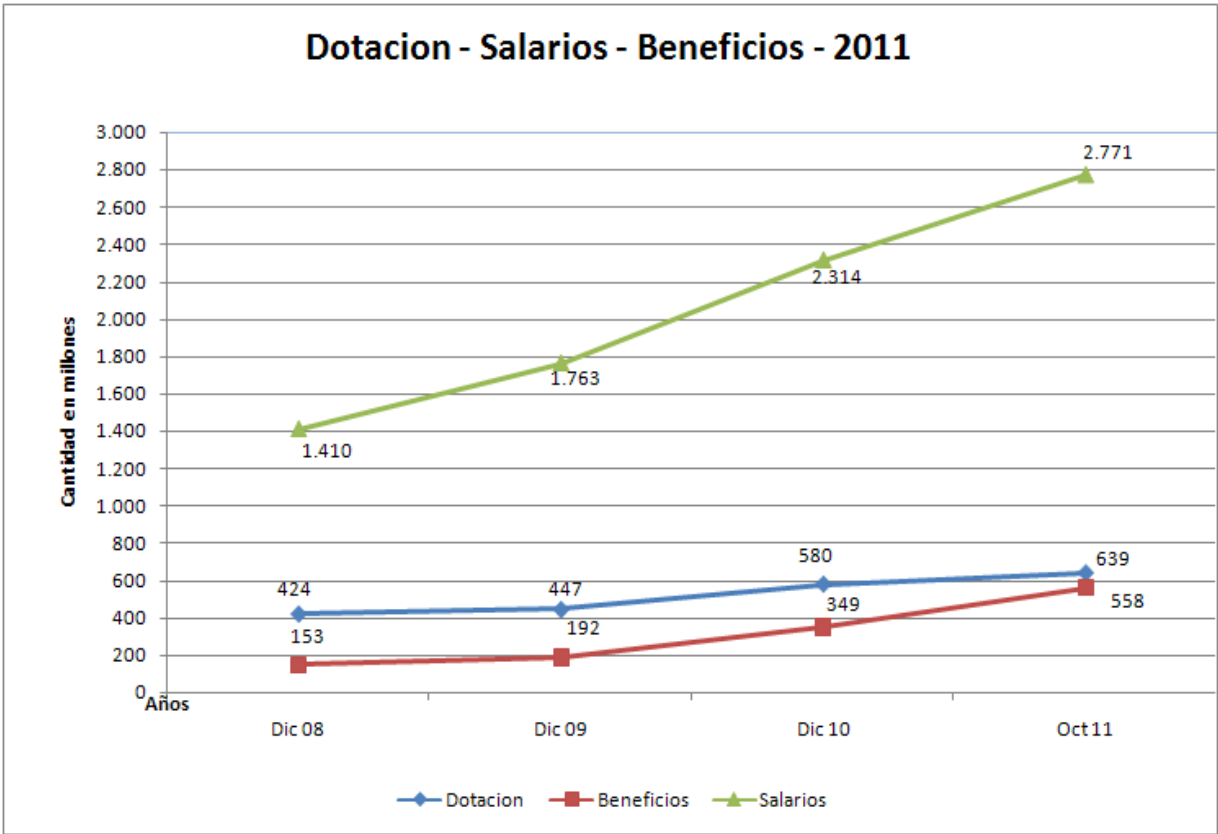
Con esta intención Banco Familiar se compromete a no practicar ninguna forma de Discriminación ya fuera fundada sobre la edad, el sexo, la religión, el origen (social o étnico).

Como parte del respeto integral a todos los miembros de la empresa, Banco Familiar cumple a cabalidad todas las disposiciones legales con respecto a las franjas salariales, manteniendo así salarios dignos y acordes a cada responsabilidad, afín de que nuestros trabajadores brinden condiciones y calidad de vida positiva y sana para toda su familia.

Incorporar a la empresa los mejores personas través de un proceso profesional, transparente, objetivo y de oportunidades para la mayoría es la principal premisa en la Política interna de selección de personal. Para cada cargo se desarrolla el perfil que se necesita con la experiencia necesaria requerida, con habilidades humanas para la comunicación y el trabajo en equipo, el liderazgo y la autogestión; que convivan y promulguen nuestros valores : Transparencia y Honestidad, principalmente que orienten la calidad de sus servicios y gestiones a la excelencia en la atención al cliente. En nuestra política se da principal prioridad a los miembros de la empresa, permitiendo de esa manera generar un plan de carrera y oportunidades de crecimiento personal y profesional, este apartado esta descrito en el POI (programas de oportunidades internas).

Cuando así se requiere el proceso externo de contratación es basado en un proceso libre y transparente para todos los postulantes. En los casos en los cuales se requiere cubrir puestos en zonas rurales, se da prioridad a la gente de la propia localidad, invirtiendo y apostando de esa manera al crecimiento y prosperidad de cada zona en la cual nos habilitamos a operar.

Algunos Datos Estadísticos de ajustes en beneficios y salarios



## Medioambiente

**Principio 7: Las empresas deben apoyar un enfoque preventivo frente a los desafíos medioambientales**

**Principio 8: Las empresas deben adoptar iniciativas para Promover una mayor responsabilidad ambiental.**

**Principio 9: Las empresas deben alentar el desarrollo y la Difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente.**

**COMPROMISO:** Banco Familiar apoya la Declaración de Río sobre el Medioambiente y el Desarrollo que define los conceptos del enfoque preventivo a los desafíos medioambientales, la promoción de una mayor responsabilidad medioambiental y el desarrollo y la difusión de Tecnologías respetuosas del medioambiente.

**SISTEMAS:** En el programa integral de Responsabilidad Social, Banco Familiar, en el indicador Medio Ambiente, se encuentra desarrollando y actualizando las prácticas en el denominado “Decálogo ambiental”.

En la actualidad se cuenta con un programa de reciclaje de papel y uso racional de la energía. Aún no contamos con un sistema de medición que nos permita evaluar nuestro impacto en estos temas. Acciones, motivadoras se están llevando a cabo, a fin de fomentar una mentalidad y conciencia social más involucrada y preocupada por el ambiente y las generaciones futuras.

**ACTIVIDADES y RESULTADOS:** Banco Familiar se compromete a adoptar una estrategia de crecimiento que se base en la no depredación del medioambiente y el ahorro de recursos, eliminando los desechos en la mayor medida posible y apoyando y participando de manera activa en la protección ecológica para lograr un desarrollo armónico entre los seres humanos y la naturaleza. Cuidar sus propias instalaciones de modo a que éstas no atenten contra los intereses y la seguridad pública, es una de las premisas fundamentales.

Uno de los diversos compromisos que Banco Familiar asume con respecto al Control medioambiental es el uso de tecnologías innovadoras para reducir el impacto en el medioambiente de todas las operaciones de la empresa. En el proceso de concesión del crédito se ha desarrollado un sistema integral en cual solo se llega a la impresión del papel una vez finalizado el mismo. Todo el proceso del otorgamiento crediticio se reduce en no más de 4 hojas, impresas solamente al momento de desembolsar el crédito. De esta forma se hace un ahorro en papel en una cantidad de más de 3.000 transacciones mensuales. Utilizar tecnología limpia que no produzca o que elimine partículas o componentes gaseosos contaminantes. Potenciar el reciclaje de residuos que lo permitan y eliminar los no reciclables en vertederos idóneos, son parte de nuestras prácticas ambientales, las cuales las estamos desarrollando y potenciando.



# Anticorrupción

## Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo el soborno y la extorsión.

**COMPROMISO:** Banco Familiar asume el compromiso de operar bajo la sombra de lo que ha decidido en llamar “Ética de Negocios”, porque ella contiene los principales valores morales y éticos que nos caracterizan y sintetizan nuestra manera de pensar y de actuar.

**SISTEMAS:** Banco Familiar no consentirá infracción alguna de la ley, deshonestidad o tratos comerciales no éticos por parte de ningún empleado, clientes, ni proveedores, incluso mediante cualquier pago o cualquier otra participación en actos ilegales tales como soborno, fraude, robo, lavado de dinero, etc.

**ACTIVIDADES y RESULTADOS:** Asume el compromiso de operar bajo la sombra de lo que ha decidido en llamar “Ética de Negocios”, porque ella contiene los principales valores morales y éticos que nos caracterizan y sintetizan nuestra manera de pensar y de actuar.

Los valores que pregona la empresa son los siguientes:

Calidad en el Servicio, Transparencia, Participación, Trabajo en equipo, Negociación, Profesionalismo.

Se desea que todos los miembros hagan suya y trabajen bajo la inspiración de los valores de los fundadores y así lograr el crecimiento continuo, la consolidación, la preeminencia y el liderazgo en el mercado, estos estándares se basan en la política institucional de “Ética en los negocios”.

Se cita algunos conceptos:

### DE LOS MIEMBROS

- a) Honestidad: El empleado del Banco deberá mantener en todo momento la mayor transparencia en cuanto al manejo de datos, bienes o valores que estén bajo su responsabilidad. Asimismo, es de su responsabilidad informar a las autoridades del Banco actos de deshonestidad que observe en el desempeño de otros empleados. La lealtad con el Banco es una de las principales normas de convivencia armónica.
- b) Una entrega generosa y honesta, donde la conducta sea transparente e irreprochable
- c) Evitar comentarios negativos hacia los compañeros, subordinados, superiores, accionistas o la empresa misma, que dañen la imagen o la integridad de las personas y/o la empresa

### DE LOS CLIENTES

El cliente es la razón de ser del Banco y fuente generadora de riqueza vital para el crecimiento y el futuro de la empresa, nuestro objetivo es mantener una relación a largo plazo sobre la base de la honestidad y la calidad, por ello debemos todos los miembros “Brindar la máxima satisfacción, ofreciendo la mejor atención” y ofrecer una línea de conducta modelo.

\*Orientar adecuadamente en los beneficios que el producto puede ofrecer, sin ocasionarle deliberadamente, desinformación, confusión o inducirlo a tomar una decisión abiertamente perjudicial para sus intereses y en consecuencia ponga en peligro, la relación a largo plazo con la empresa.

\*Solicitar adecuadamente todos los recaudos necesarios, respetando su confidencialidad y autenticidad. No inducir al cliente a presentar documentos que no respondan a la verdad, sean adulterados, falsificados o fraguados.

\*Presentar al cliente clara y únicamente los gastos establecidos por el Banco, cuando en el proceso de ventas sea considerado hacerlo. Queda absolutamente prohibido, solicitar pagos o reembolsos de gastos personales o bajo cualquier concepto, sean estos para beneficios de la empresa o personal, y que no se encuentren dentro de las políticas o prácticas comerciales aprobadas por el Banco, así como la recepción de fondos bajo cualquier concepto, sin la emisión del recibo oficial o comprobante legal.

\*Abstenerse de ofrecer, dar o prometer a clientes, beneficios que no están aprobados, no sean prácticas comerciales normales, riñan contra la moral o la ética y/o atenten contra los intereses del Banco.

\*Nuestra conducta en cuanto al manejo interno, debe buscar siempre cumplir con uno de los valores fundamentales del Banco, la transparencia. Que la transparencia se refleje en nuestras actitudes, rechazando conductas impropias tales como.

- Proveer información deliberadamente falsa, adulterada o fraguada de clientes. Ej. Certificados de trabajo, Patentes Comerciales, Documentos, Referencias, etc
- Proveer información deliberadamente exagerada en los criterios de calificación o medición. Ej. Sobrevalorar o tasar bienes sobre los usos normales, comunes o estándares del mercado
- Subcontratar a vendedores, promotores, preventistas y/o en cualquiera de sus formas, sin conocimiento y aprobación escrita del Banco.
- Ofrecer datos de potenciales clientes a competidores. Se presume la onerosidad de la cesión de información.
- Ofrecer, sugerir o abonar comisiones aunque éstas sean personales, a terceras partes interesadas, para facilitar u obtener negocios que puedan despertar o generar situaciones comprometidas para el personal o la imagen del Banco.
- Ceder información considerada de uso restrictivo o confidencial a la prensa, competidores y o terceros que puedan utilizarlas en contra de los intereses del Banco.
- Utilizar canales impropios personalmente o por interpósita persona, para generar datos y negocios con miras a beneficiarse, aprovechándose deliberadamente de una eventual debilidad del sistema o los controles internos.
- Compartir abierta o solapadamente o utilizar sus horas/hombre contratados, su cartera de clientes, su base de datos, sus bienes o recursos, para beneficio de competidores formales o informales.
- Manipular deliberadamente los datos del cliente, presentados al Banco, con argucias o con datos no demostrables claramente, con el fin de adecuar o ajustar al cliente, a los requerimientos o exigencias mínimas o para beneficiarse con alguna eventual debilidad de control.

La selección del proveedor debe basarse en la capacidad técnica, profesional y moral, que tiene para ofrecer un producto o servicio que garantice regularmente un servicio de calidad. Los

proveedores deben competir en igualdad de condiciones. Nuestra conducta con relación a los proveedores debe ser transparente:

- No privilegiar al proveedor por razones amistosas, de parentesco y o cualquiera otra razón que no sea el alto grado de profesionalismo y antecedentes de eficiencia en servicios ofrecidos
- No recibir regalos o incentivos que puedan interpretarse como una búsqueda de atención especial o trato privilegiado.
- Las ventajas obtenidas en la negociación como consecuencia de las cantidades o valores en juego, tales como descuentos o bonificaciones, deben ser trasladadas en beneficio de la empresa
- Esforzarse para dar una mayor transparencia, cuando deba negociarse con empresas relacionadas con miembros del Banco.

La posición que asume la empresa con relación al gobierno es nuestra conducta ciudadana, clara e intachable: “Cumplir con todas las obligaciones de carácter legal, sin excepciones”

Así mismo, aceptamos y reconocemos la importancia de las instituciones gubernamentales, con las la empresa busca siempre mantener una línea de respeto y buen relacionamiento. Con relación a cuestiones de política, el Banco mantendrá una línea de no participación o involucramiento con ningún partido político partidario.

### **Lavado de Dinero.**

El 2010 fue de importantes avances a nivel legislativo y de normativas en materia de prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo, lo que trajo consigo una actualización y adecuación del Programa de Prevención de Lavado de Dinero aplicado por el Banco.

En tal sentido, fue aprobada la Ley 4024/2010 “Que Castiga Los Hechos Punibles de Terrorismo, Asociación Terrorista y Financiamiento del Terrorismo”, como así también la Resolución 172/2010 de la Secretaria de Prevención de Lavado de Dinero (SEPRELAD) y la Resolución 2/2010 del Banco Central del Paraguay (BCP) entre otras. Esto significó que los principales responsables del Área de Prevención de Lavado de Dinero de Banco Familiar hayan asistido a varias reuniones organizadas por los organismos de aplicación y supervisión para tener un acompañamiento activo en los cambios y modificaciones que se dieron los puntos señalados.

En lo que respecta a capacitación para funcionarios y en especial para nuevos integrantes del Banco, se organizaron charlas y reuniones informativas durante todo el año en las distintas zonas geográficas de influencia que estuvieron a cargo de instructores internos y externos expertos en la materia.

Así mismo, integrantes del Área de Cumplimiento asistieron a varios Seminarios Internacionales dictados en el país como en el extranjero, con el afán de estar capacitados y contar con herramientas actualizadas que permitan cumplir efectivamente el programa de prevención de los delitos de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo.

Para concluir, cabe destacar que Banco Familiar se mantiene siempre firme y alerta en la lucha contra el Lavado de Dinero y el Financiamiento del Terrorismo, renovando este Compromiso día a día a través del trabajo mediante la observación de las normas legales y la capacitación constante de todo su personal.

# Estamos Construyendo el Banco para todos con esfuerzo y dedicación

DIARIO DIGITAL | **DIARIO IMPRESO** | Iniciar sesión | Registrarse

Fernando de la Mora - Paraguay | Viernes, 14 de Octubre de 2011

Archivo Diario Digital | Diario Impreso

**LA NACION**.com.py  
*Indispensable para decidir*

En la ☒ La Nación ☐ En Google

T: 24°C H: 73% - Ampliar |   

INICIO **NEGOCIOS** POLITICA DEPORTES TENDENCIAS ESPECTACULOS MUNDO PAIS SOCIALES NOTICIAS DEL DIA

**DIARIO IMPRESO | NEGOCIOS**

A NIVEL DE LATINOAMÉRICA EN EL 2010

## Banco Familiar está entre los 20 mejores para microfinanzas

**RANKING DEL IMPRESO**

+ Leídas + Votadas + Comentadas

1. LA PRECISA
2. Axl Rose arriba al país el sábado

<http://www.lanacion.com.py/articulo/42906-banco-familiar-esta-entre-los-20-mejores-para-microfinanzas.html>

## COMPARTIMOS ALGUNAS FOTOS DE NUESTROS PROGRAMAS DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO

