

RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL

Memoria de *Sostenibilidad* 2010

 **PACIFICARD**
BANCO DEL PACÍFICO

**30 años que contar.*



✿ Con Pacificard tienes siempre historias que contar.

Contenido

INTRODUCCIÓN Pag. 4

- Mensaje del Gerente General de Pacificard
- Marco para el Reporte de Sostenibilidad
- Proceso de definición del contenido del Reporte
- Principios para definir el contenido de la Memoria
- Principios para garantizar la calidad del reporte

CAPÍTULO 1 Pag. 11

Perfil institucional

- Trayectoria de la empresa
- Productos Pacificard
- Estructura operativa de la Organización
- Dimensiones de la Organización en cifras
- Oficinas y Centros de Atención
- Reconocimientos

CAPÍTULO 2 Pag. 23

Gobierno Corporativo, compromisos y grupos de interés

- Estructura organizacional
- Junta General de Accionista
- Mensaje de la Presidencia del Directorio
- Manejo del Buen Gobierno Corporativo
- Compromiso con la sociedad
- Stakeholders de la organización

CAPÍTULO 3 Pag. 43

Resultados económicos

- Desempeño económico
- Valor económico generado y distribuido
- Riesgos y oportunidades

CAPÍTULO 4 Pag. 49

Colaboradores

- Gestión del Recurso Humano
- Composición de la fuerza laboral
- Obligaciones y beneficios sociales
- Manejo laboral y políticas salariales
- Salud y seguridad ocupacional
- Formación y capacitación
- Equidad Laboral

CAPÍTULO 5 Pag. 61

Clientes y productos

- Productos y Servicios
- Clientes y Mercados atendidos
- Satisfacción al Cliente
- Comunicación y mercado

CAPÍTULO 6 Pag. 73

Manejo de Proveedores

- Políticas y buenas prácticas

CAPÍTULO 7 Pag. 77

Compromiso con la Sociedad y el Medio ambiente

- Comunidad Pacificard
- Respeto por los Derechos Humanos
- Compromiso con el Medio Ambiente

ANEXOS Pag. 87

- Indicadores GRI
- Indicadores Suplementarios del Sector Financiero
- Declaración del Control del Nivel de Aplicación GRI

Introducción

Propósito de una *Memoria de Sostenibilidad*

El principal objetivo de este documento es dar a conocer a todos los grupos de interés de la organización en forma oportuna y transparente, los resultados de sus operaciones financieras, comerciales y de servicios; y el permanente compromiso que tiene con sus accionistas, empleados, clientes, proveedores, el medio ambiente y la sociedad en general, quedando claramente demostrada su contribución con cada uno de ellos y su búsqueda continua de un desarrollo sostenible.

¿Qué es el GRI?

El Global Reporting Initiative (GRI) es una institución independiente en la que participan diversas partes interesadas o grupos de interés (stakeholders) y cuya misión es elaborar y difundir la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, un informe contable opcional sobre sostenibilidad. Es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

Desde su creación en 1997 hasta el 2002, el GRI era un proyecto conjunto entre el PNUMA y la organización CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies). Fue concebido con el fin de aumentar la calidad de la elaboración de las memorias de sostenibilidad, hasta equipararlas con los informes financieros en cuanto a comparabilidad, rigor, credibilidad, periodicidad y verificabilidad. Actualmente es una institución independiente, con su propia Junta Directiva y que tiene su base en Ámsterdam. El GRI cuenta con la participación activa de representantes de organizaciones de derechos humanos, derechos

laborales, investigación, medioambientales, corporaciones, inversionistas y organizaciones contables.

¿Por qué reportar bajo la Guía G3 del GRI?

El informe detalla los diferentes programas y acciones que la compañía emprende con sus grupos de interés (clientes, empleados, proveedores y comunidad). Incluye información de su desempeño social, ambiental y económico. Existen algunos modelos de reportes de memorias de sostenibilidad, la Guía del GRI es lo más óptimo en el campo para medir los reportes de Memorias de sostenibilidad, sus análisis se basan en:

Confiability	Integridad
Exigencia	Seriedad
Concisión	Precisión
Amplitud	Versatilidad
Reconocimiento	Aceptación Mundial

Además está alineada a la iniciativa más importante en el Mundo en temas de Responsabilidad Social como: ISO 26000, los Principios del Pacto Global y otras.

Mensaje del *Gerente General de Pacificard*

1.1;1.2

MEMORIA de Sostenibilidad 2010
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



■ Ricardo Intriago López / Gerente General

Durante el 2010, la mayoría de los sectores que participan dentro de la economía ecuatoriana dejaron atrás los impactos negativos de la crisis internacional del 2009. La industria de medios de pago fue uno de ellos y Pacificard, como actor preponderante de este sector, aportó significativamente para esta recuperación.

Dedicamos algunos meses de este año a realizar una planificación sistemática de nuestras estrategias para los próximos 5 años, enfocados en acciones que agregarán más valor a nuestros grupos de interés.

Este año, invitamos a 70,000 nuevos clientes a formar parte de nuestro portafolio de servicios, entregándoles un medio de pago con aceptación mundial en más de 30 millones de establecimientos comerciales. Estos tarjetahabientes dinamizaron nuestros indicadores claves, anticipándonos el cumplimiento de una meta que estuvo prevista para el 2011, esto fue, haber canalizado más de 1,080 millones de dólares en compras y avances de efectivo. Esto sin duda dinamizó el comercio formal del Ecuador, iniciativa con la que Pacificard está comprometido desde hace 30 años.

El crecimiento en nuevos clientes, facturación y cartera fueron impulsados por una dinámica comercial renovada que en ningún momento descuidó el manejo prudente de los riesgos. Es así que se logró cerrar el año con indicadores de cartera vencida por debajo del promedio del sistema.

El comercio electrónico dio sus primeros síntomas de actividad, sobre todo ecuatorianos comprando en línea a establecimientos del exterior.

En este caso, nuestros clientes tomaron con excelente acogida el servicio de Pacificard Box como el canal de envío de esas compras. Para aquellos comercios ecuatorianos que ya identificaron ese canal como una oportunidad de negocios, nos convertimos en su apoyo logístico y de asesoría para que puedan recibir pagos seguros en sus páginas web.

Nuestro Programa de Responsabilidad Social "Futuro que contar" cumplió su primer aniversario con cifras interesantes que destacar. Más de 5,000 niños fueron beneficiados a través de diferentes campañas en las que constaron colaciones escolares durante todo el año lectivo, entrega de kits con útiles para estudio y quizás el programa más visible, la tarjeta de afinidad Pacificard Aldeas SOS, misma que generó un apoyo económico a la loable causa de esta institución. Junto con esto, se capacitaron a cerca de 500 alumnos de diferentes colegios en Guayaquil y Quito sobre el correcto manejo del crédito y se reciclaron miles de kilos de papel y desechos electrónicos.

Pacificard seguirá enfocado en la creación de valor para sus clientes, proponiendo productos que busquen la sustitución del efectivo en nuestra economía. Seguiremos enfatizando la inclusión financiera de nuevas personas a través de productos de débito y prepago. Insistiremos en la búsqueda de fidelidad a través de excelencia en el servicio y trabajaremos en ofrecer canales de atención que no requieran presencia física de los tarjetahabientes.

La visión sobre la sostenibilidad de nuestro negocio en el largo plazo sigue siendo muy optimista. Si bien el entorno regulador y algunos riesgos inherentes se tornan muy desafiantes, estamos convencidos que con el profesionalismo de nuestro talento humano y con un enfoque basado en la excelencia en el servicio y mejora continua, sortaremos exitosos esos retos durante los años venideros.

Marco para el Reporte de Sostenibilidad

Período cubierto y Ciclos de Presentación

3.1; 3.2; 3.3; 3.4; 3.6; 3.7; 3.8; 3.9; 3.10; 3.11; 3.13; RSC3

Esta memoria tiene como objetivo transparentar las políticas, estructura, avances, desafíos que se ha planteado Pacificard. El contenido de este informe muestra el desempeño de Pacificard S.A. en las diferentes dimensiones como son: Económica, Productos y Servicios, Derechos Humanos, Laboral, Sociedad y Medio Ambiente, así como información relevante respecto al mercado de tarjeta de crédito en general. El reporte ha sido elaborado bajo los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI)1 de acuerdo a la Guía G3, a estos indicadores se han sumado los indicadores adicionales establecidos como mandatorios para el sector financiero.

El presente informe de Responsabilidad Social Empresarial corresponde al período 2010 de Pacificard S.A., y representa el tercer documento público informativo que emite la organización. Cabe indicar que no ha existido cambios significativos con relación a las Memorias de períodos anteriores

El alcance de esta Memoria es de enero a diciembre del 2010. Todas las cifras económicas presentadas corresponden a las reportadas en los estados financieros auditados al 31 de diciembre del 2010. Este documento fue efectuado con una validación interna de sus datos, no existiendo limitaciones al alcance de la presente memoria.

La Gerencia de Proyectos y Gobierno Corporativo, representada por María del Carmen Calderón, es el punto de contacto, para todos los Grupos de Interés, a través del correo electrónico MCaldero@Pacificard.com.ec así como el teléfono, en Guayaquil- Ecuador, (593 4) 2561730, extensión 5513.

A continuación se detalla las pautas para la recopilación de la información:

Uso de protocolos:

Se ha utilizado los protocolos del GRI. Indicando si son principales y adicionales.

Agregación de datos:

Es el tercer Reporte de Sostenibilidad.

Sistemas de medida:

US. Dólares de EE.UU.

Los resultados de los indicadores se presentan de acuerdo a las siguientes dimensiones:

Dimensión económica.

Estos indicadores reflejan el impacto de la organización sobre las condiciones económicas de sus grupos de interés, fundamental para comprender a la organización y su propia sostenibilidad. Su relevancia está dada pues ilustra el flujo de capital entre stakeholders y los impactos económicos de la organización en la sociedad.

Dimensión ambiental.

Estos indicadores reflejan el impacto de la organización sobre los sistemas naturales vivos e inertes, incluidos ecosistemas, el suelo, el aire y el agua.

Dimensión social.

Estos indicadores incluyen las prácticas laborales y éticas en el trabajo, derechos humanos, responsabilidad sobre los productos, servicios y la sociedad.

Reporte sobre Joint Ventures y Subsidiarias:

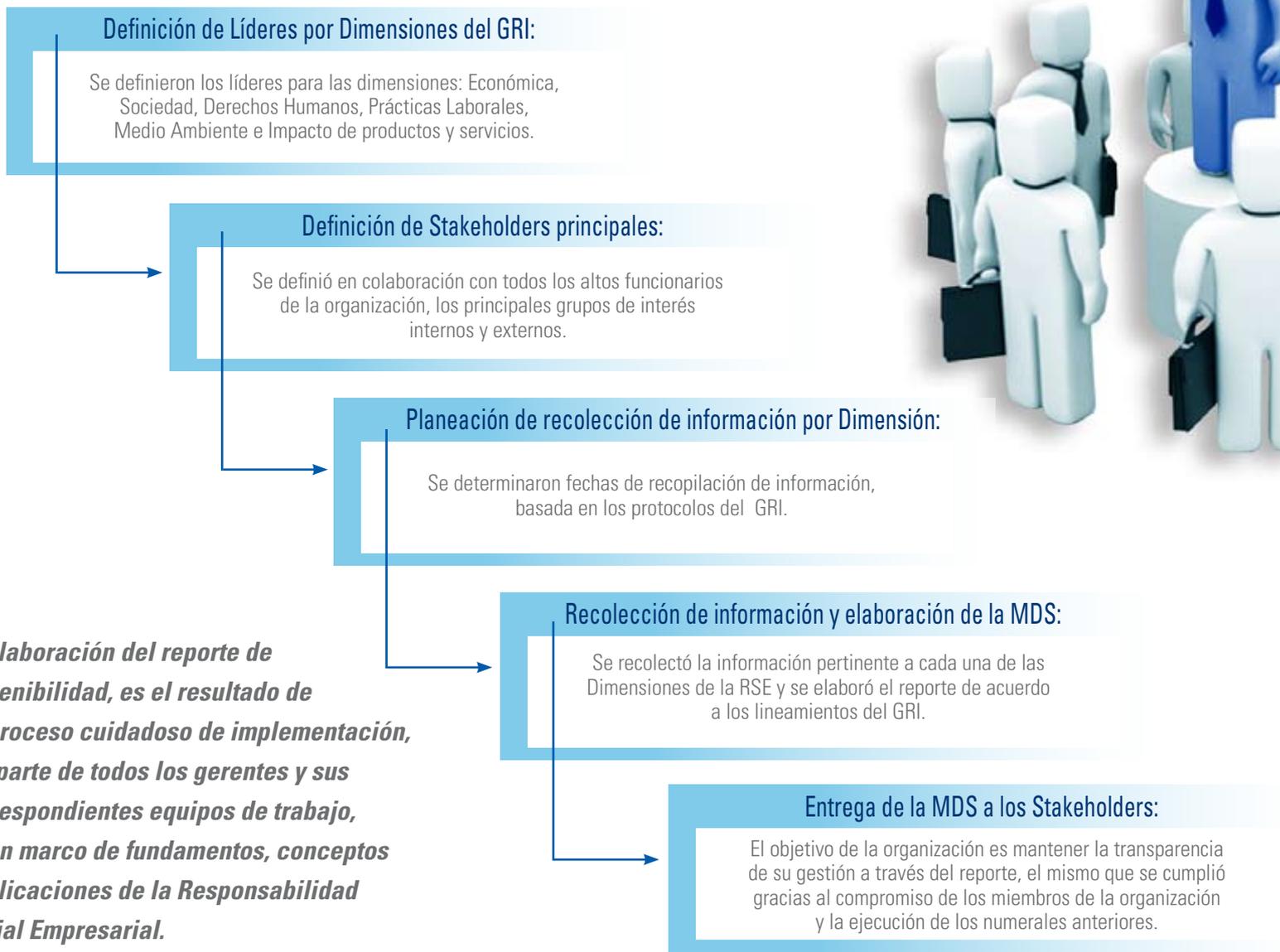
Pacificard S.A., tiene sus operaciones en Ecuador y no cuenta con Joint Ventures ni subsidiarias.

Verificación externa:

La presente Memoria de Sostenibilidad no cuenta con una revisión externa para verificar la puntuación de este reporte.

Proceso de Definición del Contenido del Reporte

3.5



Principios para Definir el *Contenido de la Memoria*

Inclusividad:

Pacificard desea reflejar en este Reporte de Sostenibilidad su interés en la participación de nuestros stakeholders, que les permita valorar responsablemente el impacto de sus actividades y decisiones sobre sus empleados, accionistas, clientes, proveedores, comunidad, gobiernos locales y nacionales, medios de comunicación y medio ambiente.

Relevancia y materialidad:

Los indicadores conseguidos en este Reporte se han elaborado con base en la gestión cotidiana de los líderes de cada una de las dimensiones de la RSE.

Principios para Garantizar la *Calidad del Reporte*

Equilibrio:

Se ha considerado para la elaboración de este reporte las cifras de los resultados obtenidos por Pacificard los avances de los proyectos y planes con los que la organización está comprometida y están en fase de desarrollo y de implementación en algunos casos.

Comparabilidad:

Se ha aplicado la Guía G3 del GRI en la elaboración de este Reporte, para que los datos puedan ser comparados, tanto con otras empresas y con los próximos reportes de Pacificard.

Precisión:

La información reportada tiene alto grado de confianza, puesto que se ha utilizado técnicas adecuadas de medición de datos y se exponen declaraciones cualitativas para validar la información expuesta.

Transparencia:

Pacificard está comprometida a reportar su desempeño con hechos y resultados de las mediciones realizadas, de manera integral y equilibrada.

Contexto de sostenibilidad:

Pacificard ha incluido las actividades de responsabilidad social dentro de su Planeación Estratégica de tal manera que forme parte de su seguimiento permanente y periódico.

Exhaustividad:

Este Reporte presenta resultados acerca de todos los indicadores del GRI G3, enfatizando en aquellos que aplican de manera directa y concreta, a su giro de negocio.

Periodicidad:

Se definió para el Reporte de Sostenibilidad de Pacificard una periodicidad anual.

Claridad:

Se utilizó dentro de lo posible, un estilo de redacción claramente entendible para todos sus grupos de interés.

Verificación:

Para el proceso de levantamiento, recolección de datos y el diseño de este Reporte se utilizó las Guías y los protocolos técnicos específicos del Global Reporting Initiative. Este Reporte de Sostenibilidad no fue verificado por una institución externa, sin embargo, toda la información y los procedimientos pueden revisarse y verificarse pues están a entera disposición de quien lo requiera.

Capítulo

1

1

Perfil *Institucional*

- Trayectoria de la empresa
- Productos Pacificard
- Estructura operativa de la Organización
- Dimensiones de la Organización en cifras
- Oficinas y Centros de Atención
- Reconocimientos

Trayectoria de la Empresa

2.1; 2.6

Pacificard es una empresa de servicios financieros de emisión y administración de tarjetas de crédito y de medios de pago, que fue creada en 1980 bajo la razón social Unicredit S.A, y tiene 30 años prestando sus servicios a la sociedad.

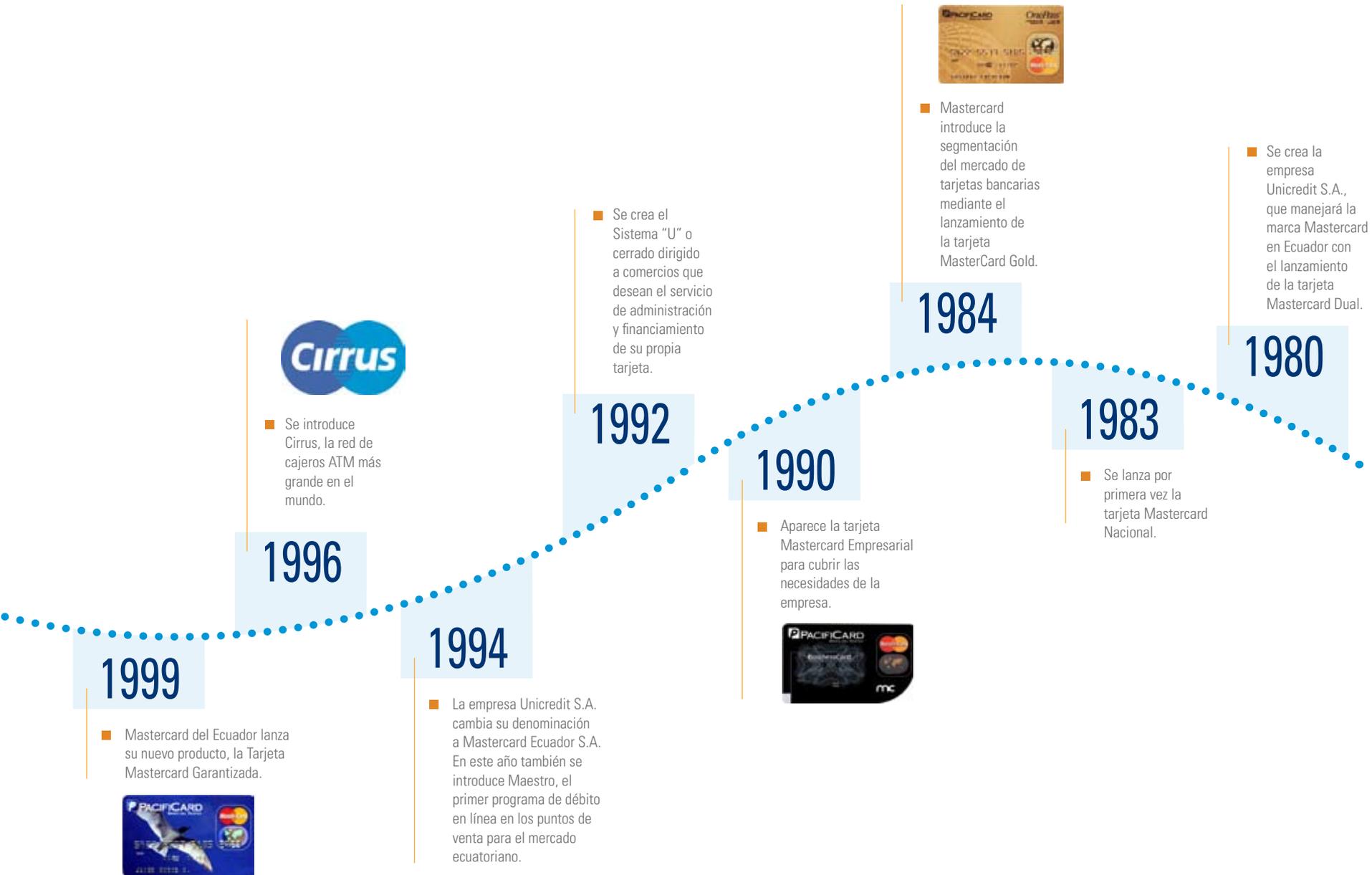
Está certificada como emisor, adquirente y procesador por las franquicias internacionales de medios de pago Mastercard Worldwide y Visa Internacional. Para el cumplimiento de su rol mantiene una alianza permanente para el desarrollo de productos, canales y servicios de vanguardia que atienden las necesidades financieras de sus diferentes segmentos de clientes.

2010

- Pacificard efectúa una alianza con la Fundación SOS Aldea de Niños y se emite la tarjeta afinidad Mastercard Aldeas SOS.
- Se implementa un nuevo servicio "Tarjeta Segura"
- Pacificard en Línea, donde se pueden realizar pagos a través de la página web.
- Pacificard Box: Casilla de compras en el exterior







Tarjetas



Black

Platinum

Gold

Clásica

Cash



P-Smart



Empresarial



Para Ti (regalo)



Para Ti plus
(Prepago recargable)

Afinidades *Mastercard*:

- One Pass ■
- Mi Comisariato ■
- Activa Wester Union (Prepago) ■
- Eléctrica Internacional ■
- Eléctrica nacional ■
- Eléctrica (Prepago) ■
- Cinemark ■
- Aldeas SOS ■



- Colegio Los Pinos
- Colegio Intisana
- Colegio Rudolf Steiner
- Zamorano
- Asia Javier
- Colegio Alemán Humbolt Cuenca
- Club Rotario
- Continental Mall

Tarjetas **VISA**



Infinite

Platinum

Gold

Clásica



Cash



Corporativa



Para Ti (preago)

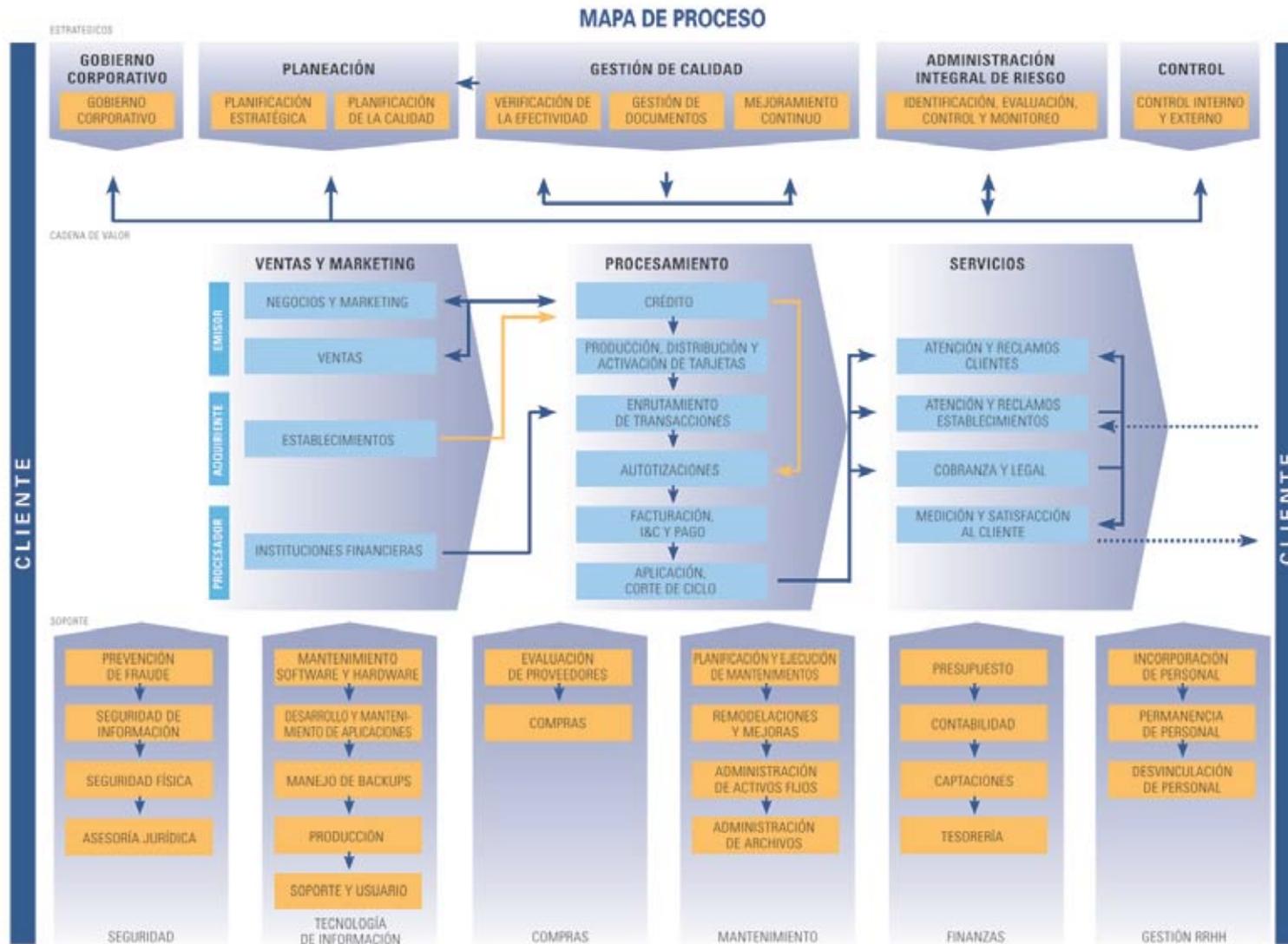
Afinidades *Visa*:



- One Pass
- Mi Comisariato Ilimitada
- Colegio Alemán Humboldt (GYE)
- Cámara de comercio americana
- Crieel Internacional.

Estructura Operativa de la Organización

2.3



VERSIÓN 7.0 - ACTUALIZADO AL 3 DE DICIEMBRE DEL 2010 - ELABORADO POR DPTO. PROYECTOS Y PROCESOS - REGGSGC013

Dimensiones de la Organización en Cifras

2.8; 2.9

■ Colaboradores que dependen de Pacificard S.A.	520
■ Facturación (en miles de dólares)	\$ 1.067.993
■ Cartera (en miles de dólares)	\$ 676.478
■ Activos Totales (en miles de dólares)	\$ 173.636
■ Patrimonio (en miles de dólares)	\$ 68.582
■ Composición de Accionistas:	99,999% Banco del Pacífico 0,001% Otros
■ Cuentas	326.177
■ Tarjetas (principales y adicionales)	379.797
■ Establecimientos afiliados en el Ecuador	24.800
■ Establecimientos a nivel internacional	27 millones en más de 210 países
■ Ventas: Ingresos por países o regiones que constituyan un 5% o más de los ingresos totales:	No existe
■ Costos por países: Ingresos por países, regiones que constituyan un 5% o más de los ingresos totales	No existe
■ Número de niños apoyados en los programas de RSE	4.850
■ Cobertura de programas de RSE	Guayaquil, Quito, Ibarra, Portoviejo, Esmeraldas y Cuenca
■ Cantidad de Papel reciclado	674 Kg.
■ Cantidad de papel ahorrado	402.661 hojas= 1.830 Kg.

Cambios significativos

Para el período 2010 no han existido cambios significativos acerca del tamaño, estructura o dueños de la organización.

Oficinas y Centros de Atención

2.4; 2.5

Pacificard es una empresa ecuatoriana que tiene sus operaciones únicamente en el Ecuador y posee una red de oficinas a nivel nacional, para brindar sus servicios de pagos, cobros y reclamos tanto a los tarjetahabientes como a los establecimientos de cada región.

Su oficina principal está ubicada en la ciudad de Guayaquil, en la dirección de P. Icaza 200 entre Pichincha y Pedro Carbo 6to. piso Edificio Banco del Pacífico. Además cuenta con 3 oficinas ubicadas en las ciudades de Quito, Cuenca y Ambato y 13 centros de atención distribuidos a nivel nacional.



COSTA-AUSTRO

Guayaquil

■ Oficina Matriz

Dirección: Víctor Manuel Rendón # 415 y Córdova.

Teléfonos: 042-511500

Horario de Atención:

de lunes a viernes 8:30 - 17:00 / sábados 9:00 - 13:00

■ Mall del Sol

Dirección: CC. Mall del Sol Planta Alta

Teléfonos: 042-082696

Horario de Atención: de lunes a sábados 10:00 - 21:00 / domingos 11:00 a 20:00

■ CIN Alborada (Banco del Pacífico)

Dirección: Av. Guillermo Rolando P. C.C. Plaza Mayor

Teléfonos: 042-248851 -042-246810 Ext. 227

Horario de Atención: de lunes a viernes 8:30 - 16:00

■ CIN Urdesa (Banco del Pacífico)

Dirección: Víctor Emilio Estrada# 510 y Av. las Monjas

Teléfonos: 042-880045 - 042-880049 - 042-882351 - Ext. 5385

Horario de Atención: de lunes a viernes 8:30 - 16:00

■ Oficina Manta (Banco del Pacífico)

Dirección: Av. 2da y Malecón Banco del Pacífico

Teléfono: 052-623212 - Ext. 219

Horario de Atención: de lunes a viernes 8:30 -17:00

■ Oficina Portoviejo (Banco del Pacífico)

Dirección: América y Av. Manabí, esquina Banco del Pacífico

Teléfono: 052-639300 - Ext.: 207

Horario de Atención: de lunes a viernes 8:30 - 17:00

■ Oficina Machala (Banco del Pacífico)

Dirección: Guayas # 2120 E/ Bolívar y Pichincha.

Teléfono: 072-930700 - Ext.319

Horario de Atención: de lunes a viernes 8:30 - 16:00

■ Oficina Galápagos (Banco del Pacífico)

Dirección: Isla Santa Cruz - Av. Charles Darwin

Teléfono: 052-526282 - Ext. 216

Horario de Atención: de lunes a viernes 8:00 - 16:00

■ Oficina Cuenca

Dirección: Presidente Córdova 906 y Benigno Malo esquina, primer piso alto

Teléfono: 072 -845666

Horario de Atención: de lunes a viernes 08h30 a 17h00

SIERRA

Quito

■ Oficina Principal

Dirección: Av. Naciones Unidas E7-95 y Av. Los Shyris, Edif. Banco del Pacífico 2do. Piso. Planta Baja Servicio al cliente y Cajas.

Teléfonos: 022-262770, 022-262782

Horario de Atención: de lunes a viernes 8:30 - 17:00 / sábados 9:00 - 13:00

■ Mall el Jardín

Dirección: Av. Amazonas N6-114 y República 2do. Piso Stand Pacificard

Teléfono: 022-980182

Horario de Atención: de lunes a sábado 10:00 - 20:30 / domingos y feriados 10:00 - 19:30

■ CIN Amazonas (Banco del Pacífico)

Dirección: Amazonas 720 y Veintimilla Edif. Banco del Pacífico 1er piso

Teléfono: 022-500988

Horario de Atención: de lunes a viernes 8:30 - 16:00

■ CIN Bosque (Banco del Pacífico)

Dirección: Av. El parque y Alonso Torres Centro Comercial el Bosque 2do piso local 237 Banco del Pacífico

Teléfono: 022-441566

Horario de Atención: de lunes a viernes 10:00 - 17:00

■ Oficina Ambato

Dirección: Bolívar # 17-66 y Montalvo

Teléfonos: 032-829114; 032-828626; 032-421295; 032-827868; 032-820167 Fax: 032-827315

Horario de Atención: de lunes a viernes 8h30 - 17h00

■ Agencia Santo Domingo (Banco del Pacífico)

Dirección: Av. 29 de Mayo e Ibarra .Banco del Pacífico

Teléfono: 022-762007

Horario de Atención: de lunes a viernes 8:30 - 16:00

■ Agencia Ibarra (Banco del Pacífico)

Dirección: José Joaquín Olmedo 908 y Pedro Moncayo esquina Edif. Banco del Pacífico 2do piso

Teléfono: 062-957714 Ext. 227

Horario de Atención: de lunes a viernes 8:30 - 16:00.

■ Agencia Riobamba (Banco del Pacífico)

Dirección: CIN La Dolorosa

Av. De La Policía Nacional 723 y Eloy Alfaro

Teléfono: 032-628298

Horario de Atención: de lunes a viernes 10:00 - 17:00



Reconocimientos

2.10

*En el año 2010 Pacificard ha sido acreedor
a los siguientes reconocimientos:*

Renovación del Certificado de Calidad *ISO 9001:2008.*

Premio *EFFIE AWARD* de *ORO* en categoría Internet



Capítulo

2

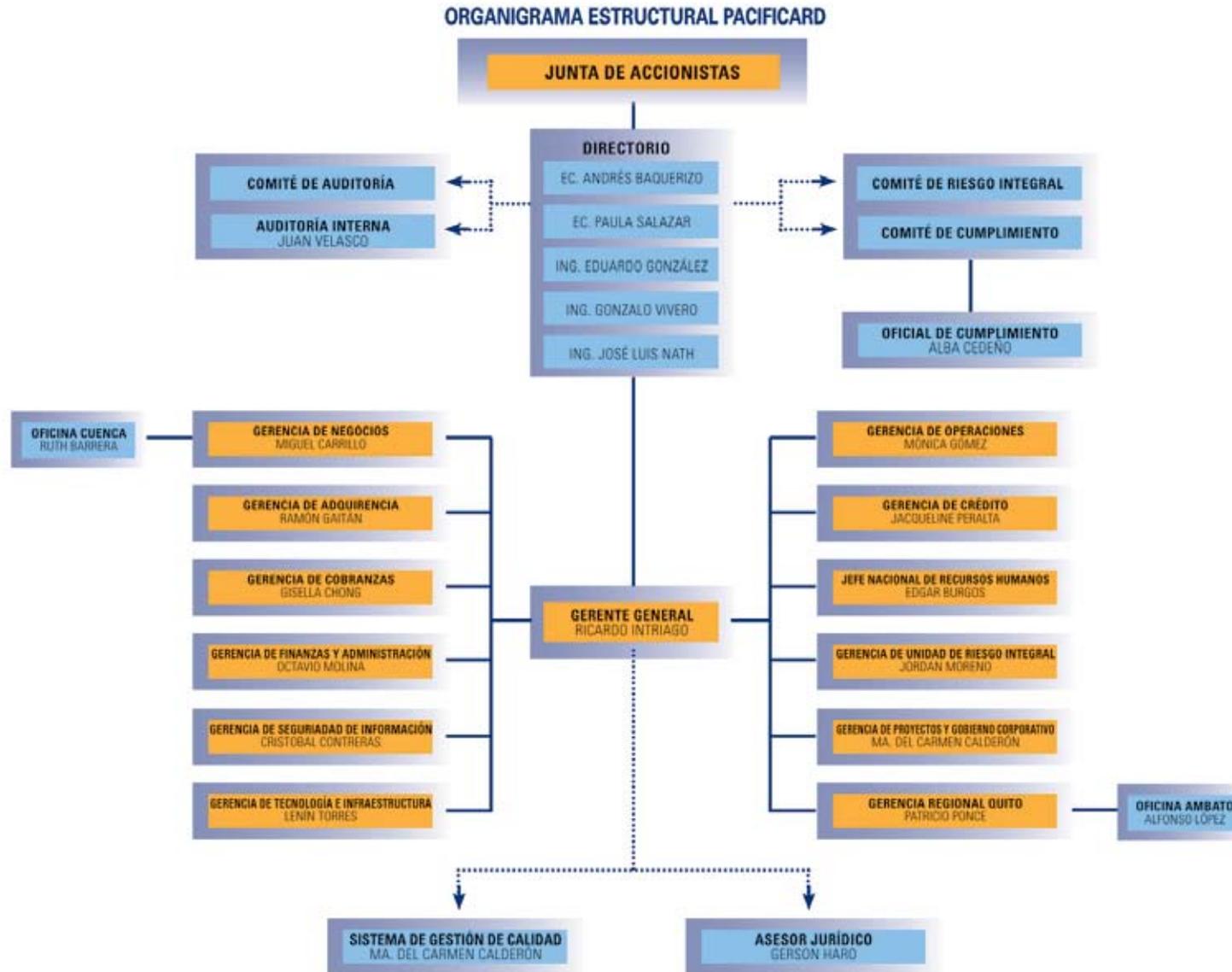
2

Gobierno Corporativo, *compromisos y grupos de interés*

- Estructura organizacional
- Manejo del Buen Gobierno Corporativo
- Compromiso con la sociedad
- Stakeholders de la organización

Estructura Organizacional

4.1



Junta General de Accionistas

La Junta General de Accionista es el órgano máximo de la compañía y se reúne ordinariamente los primeros meses de cada año, en caso de existir asuntos puntuales que requieran su revisión y aprobación se con-

voca a una Junta General Extraordinaria que se puede reunir en cualquier época del año.



■ Ec. Andrés Baquerizo Barriga / Presidente del Directorio

Mensaje de la Presidencia del Directorio

Pacificard a través de su Memoria de Sostenibilidad presenta en forma veraz y transparente las actividades realizadas durante cada período de trabajo. Las acciones que se recogen en este informe han sido emprendidas pensando siempre en favorecer a sus grupos de interés.

El esfuerzo y compromiso de sus funcionarios y empleados ha permitido que Pacificard destaque no solamente dentro del Ecuador, sino que por su volumen de negocio ser protagonista del mercado de pagos en América Latina. Ese logro se ha conseguido gracias al amplio portafolio de productos y su preocupación permanente por brindar el mejor servicio a sus tarjetahabientes y comercios, manejando políticas claras y transparentes con sus proveedores, capacitando a su talento humano y preocupándose constantemente por la comunidad.

Es grato ser parte del cuerpo directivo de esta organización y como representante de los accionistas participar nuevamente de este reporte de sostenibilidad. El dinamismo que hoy presenta el mercado de medios de pago y el protagonismo que tiene Pacificard dentro del mismo, asegura que los grupos de interés seguiremos recibiendo importantes beneficios por su gestión.

Directorio

4.1; 4.2; 4.3; 4.5; 4.6; 4.7; 4.9; 4.10; INT4

El Directorio es el órgano máximo administrativo de la organización y está conformado por cinco miembros principales y tres suplentes, actualmente dentro de sus miembros consta un director independiente que no es ejecutivo del Banco del Pacífico.

El nombramiento de los directores es efectuado por la Junta de Accionistas y las competencias de los miembros de este gobierno corporativo, son calificadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

A continuación el detalle de sus integrantes:

Principales:

- Economista Andrés Baquerizo Barriga (Presidente del Directorio).
- Economista Paula Salazar Macías.
- Ingeniero Eduardo González Loo.
- Ingeniero Gonzalo Vivero Loayza.
- Ingeniero José Luis Nath Nieto.

Suplentes:

- Economista Jorge Villagómez Viteri.
- Máster Alexandra Dávila Toro.
- Máster David Cobo Barcia.

El Directorio se reúne por lo menos una vez al mes. Para poder sesionar, aprobar y tomar decisiones debe ser por mayoría y en caso de existir un empate el voto del presidente del mismo es dirimente. Existe un reconocimiento económico para los Directores de la Organización, el cual se lo conoce como dietas a directores, esta es retribuida por cada sesión efectuada y ha sido aprobada por la Junta General de Accionistas.

El desempeño del Directorio, se evalúa en base al cumplimiento de sus directrices ejecutadas por la administración. Estas directrices se recogen en la planificación estratégica, la que incluye la medición de la ejecutoria del programa de responsabilidad social "Futuro que contar". En este último se despliegan iniciativas para minimizar el impacto ambiental y los apoyos que brinda Pacificard en el ámbito social.

Los miembros del directorio y el representante legal, deberán comunicar a los cuerpos colegiados cualquier situación de conflicto, directo o indirecto, que pudieran tener frente al interés general de la organización. En caso de existir conflicto de intereses en algún tema que se presente al directorio en los comités en que participe, el director deberá abstenerse de votar.

Representante Legal

A continuación está el representante legal quien es el que dirige la compañía, transmite y pone en marcha las decisiones de la Junta General de Accionistas y del Directorio, el cual está representado por el Gerente General Ing. Ricardo Intriago López.



Miembros del Directorio (de izquierda a derecha)

- Ingeniero Jorge Villagómez Viteri
- Ingeniero José Luis Nath Nieto
- Ingeniero Eduardo González Loor
- Economista Andrés Baquerizo Barriga (Presidente del Directorio)
- Ingeniero Gonzalo Vivero Loayza
- Economista Paula Salazar Macías

Equipo Gerencial



Miembros del Equipo Gerencial, de izquierda a derecha (de pie)

- Edgar Burgos Guerrero ■ Patricio Ponce Pérez ■ Manuel Icaza Hidalgo ■ Miguel Carrillo Bastidas
- Octavio Molina Vera ■ Ricardo Intriago López ■ Alfonso López Santamaría ■ Ramón Gaitán Tamayo
- Cristóbal Contreras Pucó ■ Jordan Moreno Jaramillo ■ Gerson Haro Merino

Miembros del Equipo Gerencial, de izquierda a derecha (sentados)

- Jacqueline Peralta Jiménez ■ Gisella Chong Sánchez ■ Mónica Gómez Zuñiga
- Alba Cedeño Torres ■ Ruth Barrera Vega ■ Ma. del Carmen Calderón Moreno

Comites de la Organización

4.4

Pacificard tiene conformado 11 Comités ejecutivos en los que se planifica, revisa y se hace seguimiento a los diferentes procesos y estrategias más relevantes de la organización.

A través de estos comités, se tratan y aprueban las políticas así como cambios en los procesos y revisión de los indicadores estratégicos.

Estos comités sirven además para que sus integrantes transmitan a la gerencia sus recomendaciones y mejoras en beneficio de los procesos. A continuación constan su detalle, con las principales funciones, miembros integrantes y sus responsables.



■ NOMBRE DEL COMITE

Comité de Seguimiento Planeación Estratégica (COSPE)

■ FUNCIÓN:

Revisar y hacer seguimiento a la planeación estratégica de la organización y sus correspondientes indicadores.
Efectuar la planeación de los proyectos estratégicos para cada trimestre.

■ INTEGRANTES:

Gerente General
Gerentes de división
Asesor Jurídico
Gerentes de oficina

■ RESPONSABLE/PERIODICIDAD: Gerente General - Periodicidad: Trimestral

■ NOMBRE DEL COMITE

Comité Estratégico Mensual (CEM)

■ FUNCIÓN:

Revisar, las cifras mensuales de los resultados del negocio
Revisar el avance de los proyectos estratégicos de la organización.
Revisar cifras mensuales del mercado.

■ INTEGRANTES:

Gerente General
Gerentes de división
Asesor Jurídico
Gerentes de oficina

■ RESPONSABLE/PERIODICIDAD: Gerente General - Periodicidad: Mensual

■ NOMBRE DEL COMITE

Comité Operativo Semanal (COS)

■ **FUNCIÓN:**

Revisar, evaluar y hacer seguimiento a los diferentes proyectos, procesos y productos de la organización.
Análisis del entorno y requerimientos de los organismos de control.
Monitoreo de las cifras relevantes relacionadas con el negocio.

■ **INTEGRANTES:**

Gerente General
Gerentes de división
Asesor Jurídico
Gerentes de oficina

➔ ■ **RESPONSABLE/PERIODICIDAD:** Gerente General - Periodicidad: Semanal

■ NOMBRE DEL COMITE

Comité de Administración Integral de Riesgos (CAIR)

■ **FUNCIÓN:**

Revisar y analizar los resultados de los indicadores de riesgos de liquidez, crédito, mercado, operativo y legal.
Aprobar la documentación formal de la organización.
Establecer políticas y controles para el manejo de los diferentes riesgos.

■ **INTEGRANTES:**

Director de la empresa (Eduardo González)
Gerente General
Gerente de la Unidad de Riesgo Integral
Gerente de Crédito
Gerente de Cobranzas
Gerente de Seguridad de la Información
Gerente de Proyectos y Gobierno Corporativo
Gerente de Tecnología e Infraestructura
Gerente Financiero Administrativo
Gerente de Auditoría Interna
Oficial de Cumplimiento
Asesor Jurídico
Contador

➔ ■ **RESPONSABLE/PERIODICIDAD:** Gerente de la Unidad de Riesgo Integral - Periodicidad: Mensual

■ NOMBRE DEL COMITE

Comité de Servicios

■ **FUNCIÓN:**

Revisar los indicadores y cifras de servicios otorgado a los tarjetahabientes y establecimientos.
Revisar las sugerencias presentadas por los clientes en los diferentes canales.

■ **INTEGRANTES:**

Gerente General
Gerencia de Negocios
Gerente de Adquirencia
Gerente de Operaciones
Jefe de Contact Center
Jefe de Servicios al Cliente
Gerente de Proyectos y Gobierno Corporativo
Un representante de la Unidad de Calidad, Servicios al Cliente y Contact Center

➔ ■ **RESPONSABLE/PERIODICIDAD:** Gerente de Negocios - Periodicidad: Mensual

■ NOMBRE DEL COMITE

Comité de Cumplimiento

■ FUNCIÓN:

Revisar las actividades de control relacionados con la prevención de lavado de activos.

■ INTEGRANTES:

Director de la empresa (José Luis Nath)
Gerente General
Oficial de Cumplimiento
Gerente de Auditoría Interna
Asesor Jurídico
Gerente de Crédito
Gerente de Operaciones

■ RESPONSABLE/PERIODICIDAD: Oficial de Cumplimiento - Periodicidad: Mensual

■ NOMBRE DEL COMITE

Comité de Prevención de Fraudes

■ FUNCIÓN:

Establecer políticas de control y prevención de fraudes
Monitorear el comportamiento irregular en las transacciones de los tarjetahabientes y establecimientos

■ INTEGRANTES:

Gerente General
Gerente de Operaciones
Gerente de Crédito
Gerente de Negocios
Gerente de Tecnología e Infraestructura
Gerente Financiero Administrativo
Gerente de Auditoría Interna
Gerente de Proyectos y Gobierno Corporativo
Jefe de Control y Prevención de Fraudes

■ RESPONSABLE/PERIODICIDAD: Gerente de Crédito - Periodicidad: Bimensual

■ NOMBRE DEL COMITE

Comité de Auditoría

■ FUNCIÓN:

Revisar los cumplimientos del plan anual de auditoría

■ INTEGRANTES:

Gerente General
Gerente de Auditoría Interna
Cecilia Guzmán
Alfredo Santoro
Ángel Cedeño
Paola Román

■ RESPONSABLE/PERIODICIDAD: Gerente de Auditoría Interna - Periodicidad: Mensual

■ NOMBRE DEL COMITE

Comité de Sistemas

■ **FUNCIÓN:**

Preservar que la tecnología e infraestructura de la organización garantice la captura, procesamiento, almacenamiento y transmisión de la información, acorde a las operaciones del negocio y al volumen de transacciones.

■ **INTEGRANTES:**

Gerente General
Gerente de Tecnología e Infraestructura
Gerente de Seguridad de la Información
Gerente de Negocios
Gerente Financiero Administrativo
Gerente de Auditoría Interna
Gerente de la Unidad de Riesgo Integral
Gerente de Proyectos y Gobierno Corporativo

■ **RESPONSABLE/PERIODICIDAD:** Gerente de Tecnología e Infraestructura - Periodicidad: Semestral

■ NOMBRE DEL COMITE

Comité de Calidad

■ **FUNCIÓN:**

Revisar las política y objetivos de Calidad, revisión de los proyectos de los círculos de calidad, revisión por la dirección del Sistema de Gestión de Calidad.

■ **INTEGRANTES:**

Gerente General
Gerentes de división
Gerentes de oficina

■ **RESPONSABLE/PERIODICIDAD:** Representante de la Dirección - Periodicidad: Anual

■ NOMBRE DEL COMITE

Comité de Compras

■ **FUNCIÓN:**

Evaluar las propuestas y autorizar las adquisiciones de mayor importancia para la organización.

■ **INTEGRANTES:**

Gerente General
Gerente de Tecnología e Infraestructura
Gerente Financiero Administrativo
Gerente de Operaciones
Gerente de Negocios
Gerente de Proyectos y Gobierno Corporativo
Gerente de Auditoría Interna

■ **RESPONSABLE/PERIODICIDAD:** Gerente Financiero Administrativo - Periodicidad: Bajo requerimiento

Manejo del buen Gobierno Corporativo

Plan Estratégico

4.8; RSC1; RSC2

Pacificard S.A. considera que la Responsabilidad Social Empresarial es fundamental dentro de una organización, por lo que se debe estar consciente del impacto que sus acciones tiene en la sociedad. Por ello como filosofía corporativa toma decisiones que vayan en beneficio de sus accionistas, clientes, empleados, proveedores, la comunidad y el medio ambiente y ha sido incluida dentro de la misión corporativa, la Política de Calidad y los valores de la organización.

Misión

“En Pacificard nuestra misión es ofrecer los mejores servicios financieros de medios de pago. Gracias a nuestro talento humano e infraestructura tecnológica tenemos la capacidad de operar eficientemente y brindar el mejor servicio para nuestros clientes, optimizando la rentabilidad y beneficiando a empleados, accionistas y la sociedad.”

Valores:

- Respeto por las personas.
- Calidad de servicio.
- Responsabilidad social.
- Profesionalismo.
- Honestidad.
- Compromiso.

Visión

Todo ecuatoriano sujeto de crédito usando una Pacificard.

Objetivos

- Duplicar la Rentabilidad del Negocio.
- Ser el líder del mercado en cartera.
- Número uno del Ecuador en calidad del servicio al cliente.
- Ser reconocidos como uno de los diez mejores lugares para trabajar.
- Mejorar continuamente el Sistema de Gestión de Calidad

Reglamentos y Códigos Internos

EC4; HR5; S05; S06; S07

- La organización cuenta con un código de ética estipulado por el Grupo Financiero Banco del Pacífico, donde se ha establecido los principios de conducta y mejores prácticas, que deben de cumplir todos los colaboradores y miembros de los Directorios de las empresas del Grupo Financiero Banco del Pacífico y sus normas constituirán las directrices sobre las que se instauren los reglamentos internos de trabajo de cada una de las empresas filiales. Este documento fue actualizado, aprobado y publicado en septiembre del 2010.
- Pacificard S.A. cuenta con el Reglamento Interno, el mismo que dicta las políticas, procedimientos, derechos, prohibiciones y sanciones, a seguir en caso de que existan no cumplimientos de lo estipulado en el código de ética y en el reglamento interno. Este documento fue actualizado y aprobado y publicado a los colaboradores en noviembre del 2010.
- Se ha elaborado el Reglamento de Seguridad y Salud ocupacional para la organización, considerando las leyes y reglamentos de las entidades reguladoras, el mismo que se encuentra en proceso de revisión y aprobación por el Ministerio de Trabajo.
- La Organización ha elaborado el manual de Políticas de Derechos Humanos, el mismo que contienen las políticas y directrices que en materia de DDHH Pacificard se compromete a cumplir.

Libertad de Asociación:

PacifiCard reconoce el derecho de sindicación y negociación colectiva para promover la democracia, una buena gobernación del mercado de trabajo y unas condiciones laborales respetables.

Neutralidad política:

El Grupo Financiero Banco del Pacífico desarrolla su actividad financiera y comercial sin interferir, actuar, condicionar o intervenir en la vida política de la sociedad a la que pertenece. Por consiguiente, las relaciones con las entidades gubernamentales, partidos políticos, organizaciones sindicales y demás actores de la vida política se regirán por el principio de legalidad, respetando y aplicando el ordenamiento jurídico, y carente de presiones e influencias de cualquier naturaleza. El GFBP se abstiene de realizar contribuciones, pagos, o cualquier tipo de respaldo, a partidos políticos o representaciones políticas independientes.

PacifiCard no recibe ayudas financieras por parte del gobierno.

Nota: En el año 2010 no se presentaron casos de incumplimientos de estos documentos.

Políticas Antimonopolio

Durante la operación de PacifiCard no se ha tenido ninguna acción legal en contra por competencia desleal y violaciones de la legislación sobre prácticas contrarias a la libre competencia.

Compromiso con la Sociedad

S01; S02; 4.11; 4.12; 4.13

PacifiCard S.A. no tiene un programa para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, ya que por la naturaleza de su negocio

(emisor y procesador de medios de pagos/tarjetas de crédito) no tiene un impacto directo o indirecto en las comunidades.

Políticas de Integridad.- El código de ética del grupo financiero Banco del Pacífico se compromete a proteger los bienes y recursos, materiales e intangibles, que son de propiedad de sus clientes, y de todas las empresas que forman parte del grupo financiero, entre estas PacifiCard S.A.

La organización hace extensiva estas políticas para todas las unidades del negocio, las cuales se basan principalmente en:

- La protección de valores
- El uso adecuado de los bienes y recursos
- La apropiación indebida de bienes y recursos
- Protección de la información corporativa
- Información y datos de los colaboradores
- Acceso a la información
- Garantizar la seguridad de la información
- Uso indebido de la jerarquía
- Beneficios injustificados
- Pagos indebidos
- Finanzas personales
- Inversiones personales
- Aceptación de regalos o beneficios

Asociaciones a las que pertenece PacifiCard: La organización actualmente pertenece a las siguientes asociaciones:

- Cámara de Comercio de Guayaquil
- Consejo Empresarial para el desarrollo sustentable del Ecuador (CEMDES)
- Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE)
- Cámara Ecuatoriana Americana de Guayaquil

A continuación se detallan las iniciativas económicas, sociales y medio ambientales, desarrolladas internamente y externamente:



ComunidadPacificard

■ Fundación Acción Solidaria

1.- Programa "Enseñando a Vivir"

- Beneficiados: 15 becas auspiciadas
- Fecha de Suscripción: Noviembre 2009 a noviembre 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%

2.- Campaña "Aprendiendo Juntos"

- Beneficiados: 80 niños y jóvenes recibieron kits escolares
- Fecha de Suscripción: Abril 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%

3.- Campaña "Armando tu Biblioteca"

- Beneficiados: 80 jóvenes del Centro de estudios "Santiago Apostol"
- Fecha de Suscripción: Julio 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%



■ Fundación Hogar de Cristo

1.- Programa "Pan para aprender" (Colación diaria Escuela Ciudad de Cataluña)

- Beneficiados: 170 Niños
- Fecha de Suscripción: Junio 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%

2.- Campaña "Aprendiendo Juntos"

- Beneficiados: 270 niños que recibieron kits escolares
- Fecha de Suscripción: Abril 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%

3.- Campaña "Armando tu Biblioteca"

- Beneficiados: Niños de las Escuelas de Hogar de Cristo
- Fecha de Suscripción: Julio 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%



■ Fundación Aldeas Infantiles S.O.S.

1.- Tarjeta de Afinidad Pacificard Aldeas SOS

- Beneficiados: 4.300 Niños
- Fecha de Suscripción: Octubre 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%

2.- Campaña "Aprendiendo Juntos"

- Beneficiados: 64 niños recibieron kits escolares
- Fecha de Suscripción: Agosto 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%

3.- Campaña "Armando tu Biblioteca"

- Beneficiados: Niños de las Guarderías
- Fecha de Suscripción: Julio 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%



EspacioVerde
CONSERVACIÓN PARA EL MEDIO AMBIENTE

■ Pacificard

1.- Campaña "Reciclamiento"

(320 kilogramos de tarjetas trituradas y cintas magnéticas catalogados como desechos no peligroso).

- Beneficiados: Medio Ambiente y la Organización
- Fecha de Suscripción: Septiembre 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%

2.- Campaña Ahorro de Papel "Tu papel es importante"

- Beneficiados: Medio Ambiente y la Organización
- Fecha de Suscripción: Trimestral
- Indicador de Cumplimiento: 100%

3.- Campaña "Reciclamiento de papel"

(326 mil kilogramos de papel de oficina reciclado).

- Beneficiados: Medio Ambiente y la Organización
- Fecha de Suscripción: Diciembre 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%



PACIFICARD
BANCO DEL PACÍFICO



Consumo Responsable

PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA A CLIENTES

Pacificard

1.- Contador de pagos al día de los colaboradores de Pacificard

- Beneficiados: Los colaboradores al cuidar su crédito
- Fecha de Suscripción: Mensual
- Indicador de Cumplimiento: 100%

2.- Capacitación a empleados de PC sobre tips para manejar su presupuesto y niveles de endeudamiento

- Beneficiados: Colaboradores
- Fecha de Suscripción: Octubre 2010
- Indicador de Cumplimiento: 100%



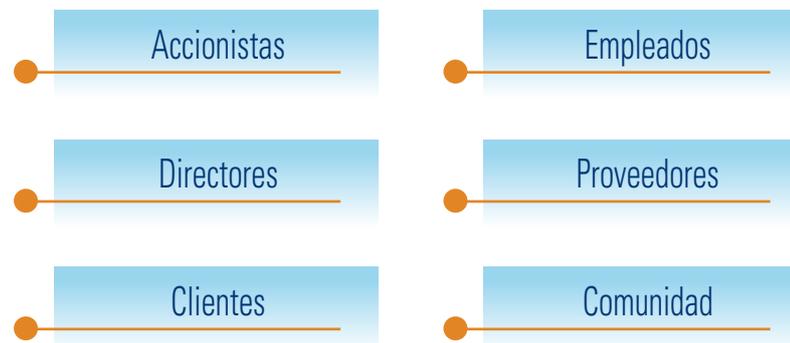
Stakeholders de la Organización

4.14; 4.15; 4.16; 4.17; RCS6

Pacificard ha tomado en consideración a los grupos de personas que tienen directa o indirectamente participación en su organización y que pueden afectar o ser afectados por acciones, objetivos, políticas y factores externos del entorno.

Al reconocer a los grupos de interés como elementos importantes que afectan a su organización, sigue manejando mecanismos para identificarlos y conocerlos.

Los grupos de interés que ha identificado Pacificard son:



Accionistas

- **¿QUIENES SON?**
 - * 2 Accionistas

- **MEDIOS:**
 - * Junta General de Accionistas
 - * Directorio
 - * Informes
 - * Página web

- **ACCIONES Y PROYECTOS:**
 - * Presentación de los resultados de gestión al directorio
 - * Nuevo código de ética para el Grupo Financiero
 - * Actualización del Reglamento Interno

Colaboradores y sus Familias

- **¿QUIENES SON?**
 - * 520 colaboradores a nivel nacional y 644 dependientes

- **MEDIOS:**
 - * Encuesta de Great Place to work
 - * Balance Score Card
 - * Eventos de integración social y deportiva
 - * ITP
 - * Cursos y capacitaciones
 - * Correos electrónicos
 - * Intranet
 - * InformaT (boletín interno mensual)
 - * Carteleras
 - * Wallpapers

- **ACCIONES Y PROYECTOS:**
 - * Actividades de integración
 - * Programas de capacitación
 - * Gestión de desempeño (BSC)
 - * Great Place to work
 - * Política de administración salarial
 - * Departamento de Seguridad y Salud Ocupacional
 - * ITP (Cursos internos)
 - * Capacitaciones externas
 - * Convenciones
 - * Actividades de reciclaje
 - * Programa de Consumo Responsable

Clientes Tarjetahabientes

- **¿QUIENES SON?**
 - * Tarjetahabientes Naturales
MC: 213.551 / VS: 111.638
 - * Tarjetahabientes Corporativos
MC: 662 / VS: 326
 - * 250 inversionistas
 - * Tarjetahabientes Prepago
MC: 20.370 / VS: 21.948

- **MEDIOS:**
 - * Agencias, oficinas y centros de atención
 - * Contact Center
 - * Página Web
 - * Facebook
 - * Twitter
 - * Revista Estilo Pacificard
 - * Multicanalidad
 - * Estados de cuenta

- **ACCIONES Y PROYECTOS:**
 - * Productos de afinidad que permitan ofertar mayores beneficios
 - * Nuevos Servicios que brinden comodidad a los clientes
 - * Lanzamiento de nuevos productos
 - * Puntos de atención estratégicos
 - * Productos socialmente responsables como la tarjeta Pacificard - Aldeas SOS
 - * Alianzas para ofertar nuevas y mejores promociones

Clientes Establecimientos

■ ¿QUIENES SON?

- * Más de 24,800 establecimientos a nivel nacional

■ MEDIOS:

- * Centro de autorización telefónica
- * Estados de cuenta
- * Página web
- * Supervisores
- * Atención personalizada en nuestras oficinas y centros de atención
- * Revista Estilo Pacificard

■ ACCIONES Y PROYECTOS:

- * Convenios promocionales temporales y permanentes
- * Capacitaciones
- * Artículos auspiciantes

Proveedores

■ ¿QUIENES SON?

- * 311 Proveedores

■ MEDIOS:

- * Teléfono, vía mail, contacto directo con los ejecutivos de las diferentes áreas

■ ACCIONES Y PROYECTOS:

- * Sistema de calificación de Proveedores
- * Políticas de contratación de Proveedores
- * Procedimiento de Contratación transparente

Organismo Reguladores y del Estado

■ ¿QUIENES SON?

- * Superintendencia de bancos y Seguros
- * Servicio de Rentas Internas
- * Banco Central del Ecuador
- * CONSEP
- * Unidad de Análisis Financiero
- * IESS
- * Municipios y Consejos Provinciales
- * Consejo Nacional de Valores
- * Calificadoras de Riesgo
- * Auditores Externos
- * Franquicias.

■ MEDIOS:

- * Área de Riesgo Integral
- * Área Financiera
- * RRHH
- * Unidad de Cumplimiento
- * Unidad de Gestión de Calidad
- * Servicios
- * Auditoría Interna

■ ACCIONES Y PROYECTOS:

- * Capacitación permanente a los colaboradores contra el lavado de activos
- * Impuestos al día
- * Información oportuna a Organismos Reguladores

Comunidad Pacificard

■ ¿QUIENES SON?

- * Apoyo a los niños a través de ONG's (aproximadamente 4850 niños beneficiados con alimentación, educación y un hogar)
- * Alumnos de colegios y Universidades.
- * Medio Ambiente

■ MEDIOS:

- * Área de Gobierno Corporativo
- * Alianza Pacificard -Aldeas SOS
- * Convenios con Estudiantes 2000
- * Actividades con la Comunidad

■ ACCIONES Y PROYECTOS:

- * Alianza con la Fundación Aldeas Infantiles SOS a través de la tarjeta Pacificard -Aldeas SOS
- * Actividades con la comunidad por medio de las Fundaciones: Hogar de Cristo, Acción Solidaria y Aldeas SOS
- * Donaciones de kits escolares y libros
- * Programa "Pan para Aprender" con la fundación Hogar de Cristo para el desayuno escolar
- * Programas de reciclaje de papel
- * Programas de ahorro de papel
- * Programas de reciclaje de equipos electrónicos, cintas magnéticas y plásticos de tarjetas de crédito
- * Campañas de reciclaje y reducción de consumo de papel, luz y agua

Comunidad Empresarial

■ ¿QUIENES SON?

- * Empresas privadas como:
Cámara de Comercio de Guayaquil
- * IRSE
- * CEMDES

■ MEDIOS:

- * Gobierno Corporativo
- * Gerencias

■ ACCIONES Y PROYECTOS:

- * Participación en eventos de RSE

Opinión Pública

■ ¿QUIENES SON?

- * Medios de comunicación masiva
- * Comunidad en general

■ MEDIOS:

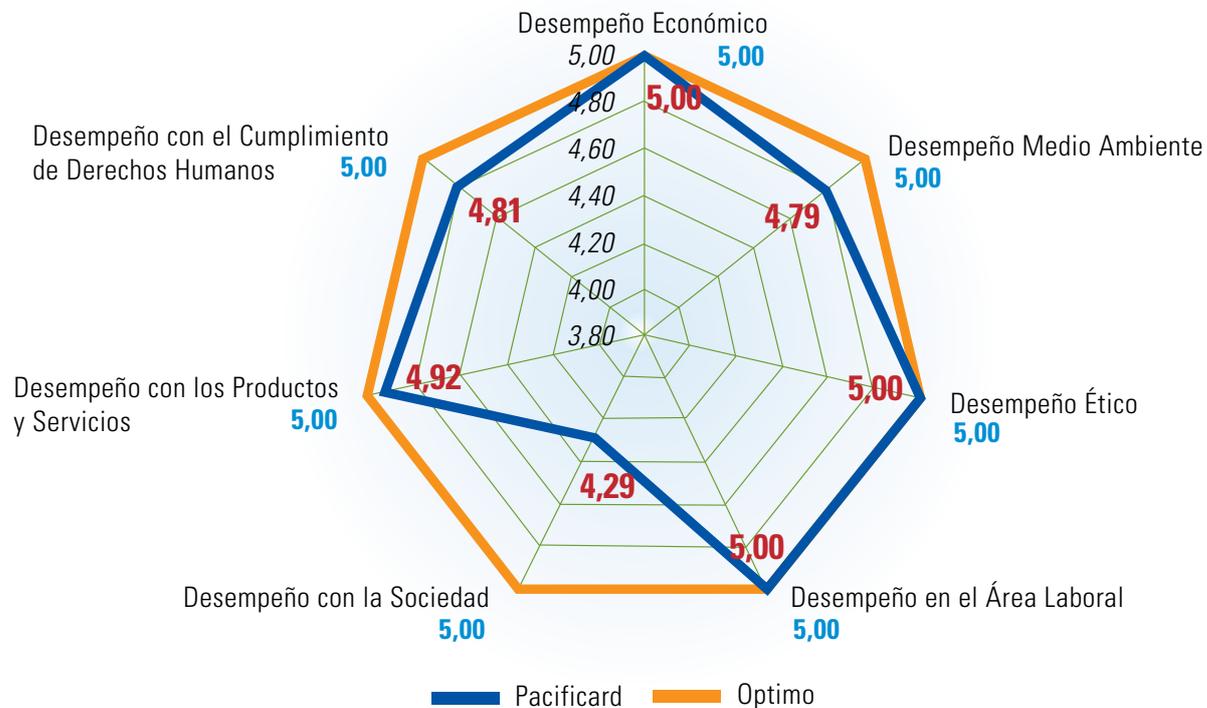
- * Actividades de mercadeo
- * Ruedas de prensa
- * Página Web
- * Facebook
- * Memoria de Sostenibilidad
- * Revista Estilo Pacificard

■ ACCIONES Y PROYECTOS:

- * Publicación de la Memoria de Sostenibilidad
- * Boletines de prensa
- * Publicidad responsable
- * Eventos

Encuesta de Percepción

Se ha realizado una segunda encuesta de percepción sobre las prácticas de responsabilidad social empresarial, abarcando los ámbitos económicos, sociales, ambientales, derechos humanos, laborales y éticos.



De acuerdo a estos resultados se ha acortado las brechas en relación de la percepción de los stakeholders frente al accionar de la organización, considerando una evaluación sobre 5, vemos que los resultados son positivos en cada uno de los desempeños.

A continuación se presenta un cuadro comparativo con los resultados de las encuestas de los años 2010 versus 2009.

	2009	2010	Variación
■ Desempeño económico	4,61	5	0,39
■ Desempeño medioambiental	4,29	4,79	0,50
■ Desempeño ético	4,84	5	0,16
■ Desempeño en el área laboral	4,69	5	0,31
■ Desempeño con la sociedad	4,02	4,29	0,27
■ Desempeño de los productos y servicios	4,88	4,92	0,04
■ Desempeño con el cumplimiento de DDHH.	4,37	4,81	0,44

Capítulo

3

3 Resultados *Económicos*

- Desempeño económico
- Valor económico generado y distribuido
- Riesgos y oportunidades

Desempeño Económico

DEG EC

Pacificard posee el objetivo constante de obtener una óptima rentabilidad, la cual es alcanzada mediante la consecución de resultados claves, tales como la facturación, los saldos de cartera, tarjetas emitidas y el control de riesgo. Estas actividades, se desarrollan con una visión de beneficio mutuo y equitativo con la sociedad.

La empresa ha logrado mantenerse de forma sostenida como líder indiscutible en la marca Mastercard, con un 58% de participación de mercado en cuanto a facturación se refiere, mientras que Visa ha logrado mantener el segundo puesto con un

18%. Esto es posible gracias al compromiso de todos nuestros colaboradores en brindar un destacado servicio a nuestros clientes para mantener nuestra posición de liderazgo.

La industria de tarjetas de crédito posee cuatro variables claves para evaluar su desempeño operativo. Montos de facturación, saldos de cartera, cantidad de tarjetas, e indicador de cartera vencida.

El desempeño de Pacificard fue el siguiente durante este período:

■ Facturación Total

	2009		2010		Variación	
	En Miles de US. \$	%	En Miles de US. \$	%	En Miles de US. \$	%
Facturación Total (compras y avances)	884.467		1.067.993		183.526	20,7%
Saldo de Cartera	524.360		676.478		152.118	29,0%
Por Región :						
Guayaquil	239.288	45,6%	315.909	46,7%	76.621	
Quito	239.646	45,7%	303.434	44,9%	63.788	
Cuenca	23.330	4,4%	28.671	4,2%	5.341	
Ambato	22.096	4,2%	28.464	4,2%	6.368	
Indicador de Cartera Vencida	5,47%		4,42%			

Como se observa, la compañía logró crecimientos récord en todas las variables, destacando la de saldos de cartera, en donde generaron más de \$150 millones incrementales, siendo así la institución del sistema financiero que más contribuyó al crecimiento de la industria, misma que creció en \$611 millones, llegando a un total de \$3.008 millones. Se evidencia que la calidad de cartera generada a lo largo del tiempo, contribuyó a sostener indicadores de cartera vencida controlados, por

debajo de los estándares nacionales.

En el año 2010, la publicación Nilson Report, la cual se especializa en temas de medios de pago a nivel mundial, colocó a Pacificard en el puesto número 38 de entre todos los 50 principales bancos emisores de tarjetas de crédito en América Latina, superando a grandes bancos de la región.

Número de Tarjetas

	2009		2010		Variación	
	Cantidades	%	Cantidades	%	Cantidades	%
Número de Tarjetas:	323.066		379.797		56.731	17,6%
Por Región						
Guayaquil	150.297	46,5%	182.580	48,1%	32.283	
Quito	138.052	42,7%	157.552	41,5%	19.500	
Cuenca	17.564	5,4%	19.769	5,2%	2.205	
Ambato	17.153	5,3%	19.896	5,2%	2.743	
Número de cuentas:	279.862		326.177		46.315	16,5%
Número de Estableci. afiliados en el país:	21.000		24.874		3.874	18,4%

(*) Cifras comprenden datos de Mastercard y de Visa.

Valor Económico Generado y Distribuido

EC1; EC3; EN30; SOC2; SUP1

A continuación se presenta los principales indicadores económicos, donde se puede observar la distribución de los ingresos generados por la organización, hacia sus principales grupos de interés.

Indicadores detalle por Grupo de Interés

	2009		2010		Variación Anual	
	En US. \$	%	En US. \$	%	En US. \$	%
Accionistas / Dividendos	6.026.160	15%	12.140.685	21%	6.114.526	101,47%
Empleados / Gastos de personal	8.883.777	22%	10.765.569	19%	1.881.792	21,18%
Clientes / Programas fidelización, intereses	5.055.074	12%	6.196.546	11%	1.141.472	22,58%
Proveedores / Gastos Operativos	17.119.076	42%	21.156.849	36%	4.037.773	23,59%
Gobierno / Impuestos a la renta, tasas y otros	3.657.396	9%	7.717.174	13%	4.059.778	111,00%
Sociedad / Asesorías, Inversiones ambientales, contribuciones y otros	27.505		51.212		23.707	
Total Grupos de Interés	40.741.483		57.976.823		13.199.270	

■ Valor Económico Directo Creado (VEC)

		2009		2010		Variación Anual	
		En Miles de US. \$	%	En Miles de US. \$	%	En Miles de US. \$	%
Ingresos	Ingresos financieros	121.859		137.748		15.889	13%
	Comisiones por facturación	27.057	22%	30.001	22%	2.944	11%
	Ingresos por servicios	25.872	21%	30.536	22%	4.664	18%
	Intereses Ganados	68.930	57%	77.211	56%	8.281	12%

■ Valor Económico Distribuido (VED)

		2009		2010		Variación Anual	
		En US. \$	%	En US. \$	%	En US. \$	%
Costos Operativos		99.706		114.789		15.083	15%
	Gastos de Operación	20.208	20%	25.597	22%	5.389	27%
	Gastos de personal	8.884	9%	10.766	9%	1.882	21%
	Proveedores de fondos	70.615	71%	78.426	68%	7.811	11%
Impuestos, Tasas y Contribuciones		3.657		7.717		4.060	111%
	Impuestos y Contribuciones	969	26%	2.273	29%	1.304	135%
	Impuesto a la renta	2.689	74%	5.444	71%	2.755	102%

■ Valor Económico Retenido (VER)

		2009		2010		Variación Anual	
		En Miles de US. \$	%	En Miles de US. \$	%	En Miles de US. \$	%
	Provisiones	17.416		14.301		(3.115)	-18%
	Amortizaciones y Depreciaciones	1.037		1.179		142	14%

■ Otro Datos:

		2009		2010		Variación Anual	
		En US. \$		En US. \$		En US. \$	%
Jubilación	Formación ahorro para jubilaciones	640.071		814.145		174.074	27%
Proveedores	Total proveedores	404		323		-81	-20%

Riesgos y Oportunidades

EC2; S03; S04; RSC2; RSC4; RCS5; SUP1

El trabajo de la gestión corporativa de un negocio genera repercusiones en cifras e indicadores y en su propia viabilidad por las diferentes particularidades. La estrategia, procesos, personas, los sistemas, el control, entre otros, buscan en conjunto la consecución de un mismo fin, donde se destaca a la Gestión de la Administración de Riesgos como un proceso que genera valor agregado a todas las Unidades de Negocio cumpliendo con la misión y objetivos institucionales.

PacifiCard S.A. en su constante preocupación por la mejora continua, característica demostrada al obtener la renovación de la certificación ISO 9001-2008, en conjunto con los cambios orientados a las mejores prácticas basadas en las regulaciones de organismos nacionales e internacionales, ha implementado acorde a nuestro modelo de Negocio, procesos, políticas, procedimientos, metodologías, herramientas, que permiten a todo nivel gestionar en forma responsable los riesgos en cada proceso hasta su mitigación, para incrementar la transparencia en las operaciones, reducir las pérdidas y demostrar eficiencia y calidad en todos nuestros productos y servicios.

La Unidad de Riesgos ha desarrollado internamente mecanismos de medición para prevenir mediante sistemas de alerta temprana los riesgos de Liquidez y Mercado que afectan a nuestros activos y pasivos. El manejo prudente de la Liquidez permite enfrentar los requerimientos del giro del negocio ante cualquier situación inesperada asegurando nuestro portafolio de inversiones y las inversiones de nuestros clientes.

En Riesgo de crédito se fomenta el buen manejo de una cartera sana, favoreciendo a nuestros grupos de interés cuidando el comportamiento de los clientes en el mercado y su endeudamiento responsable. Las estrategias de crédito son analizadas previamente por diferentes fuentes que permiten, al ser aplicadas, realizar el seguimiento constante de la efectividad de los resultados.

El riesgo operativo es un proceso integral y continuo en donde se implementó una herramienta de medición cualitativa, que permite identificar, evaluar, medir y controlar los riesgos más significativos de forma inmediata. El monitoreo de este riesgo reafirma una mayor conciencia sobre la importancia de esta gestión e intensifica los esquemas administrativos de control manteniendo una relación continua entre la Unidad de Riesgos y Auditoría, con el objeto de monitorear la existencia y eficacia de las acciones de mitigación y control.

En este ámbito de administración de riesgos, se incluyen los planes de contingen-

cia, los cuales evalúan cambios climatológicos que puedan tener una incidencia negativa tanto financiera como operativamente. En este contexto, la contingencia más relevante se relaciona con el nivel de lluvia que afectan las principales presas hidroeléctricas del país, y por tanto el suministro de energía, para lo cual la compañía ha realizado inversiones que permitan operar de forma regular a pesar de prolongados periodos de estiaje.

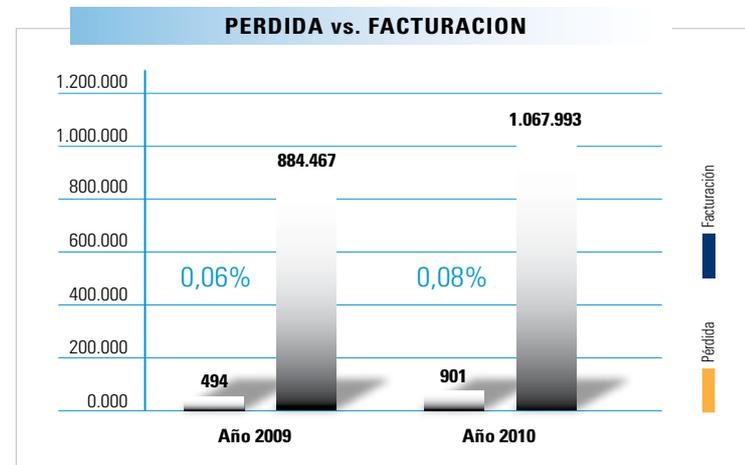
Prevención de Fraudes

El año 2010 fue probablemente el de mayores retos en los últimos años respecto a la prevención de fraudes, ya que a diferencia del año 2009, los ataques con tarjetas falsificadas se realizaron en su mayoría en Estados Unidos, probablemente el país de mayor afluencia de clientes Pacificard. Esto implicó una mayor agilidad y precisión para adecuar y revisar alertas de consumos sospechosos.

La pérdida por fraudes es un costo hundido del negocio (todos los medios de pago lo tienen) ya que los delincuentes siempre buscan nuevos métodos para falsificar las tarjetas. Estos valores cuando son detectados por el Área de Control y Prevención de Fraudes son reintegrados en su totalidad a los clientes afectados. Aquí radica la importancia de un monitoreo en tiempo real de las transacciones, ya que si se detecta tempranamente una transacción inusual, los delincuentes no podrán consumir el remanente (disponible) en la tarjeta.

El año 2010 Pacificard tuvo como Pérdida Neta \$901,448, pero potencialmente las pérdidas pudieron haber sido de hasta 8 M.M.

Los puntos base de pérdida por fraude se incrementaron respecto al 2009, llegando a 0.08%. Sin embargo de este evento, si nos comparamos con el índice regional, el ratio de Pacificard es muy competitivo.



Capítulo

4

4

Colaboradores

- Gestión del Recurso Humano
- Composición de la fuerza laboral
- Obligaciones y beneficios sociales
- Manejo laboral y políticas salariales
- Salud y seguridad ocupacional
- Formación y capacitación
- Equidad Laboral

Testimonio

Con mis años de servicio en la organización, considero que tengo una visión clara de lo que ha sido la evolución de Pacificard S.A. a través de estos 30 años.

Ha sido una empresa ganadora que siempre se ha caracterizado por su tecnología de punta y de estar siempre a la vanguardia de todos los cambios que se presenten en el mercado. Siempre nos encontramos listos a emprender cualquier proyecto que lleve al progreso y fortalecimiento de la institución, dejando como garantía nuestro compromiso, profesionalismo y experiencia.

La Responsabilidad Social que PacifiCard S.A. brinda a la comunidad ha sido dirigida hacia la niñez del país, a través de programas de colación escolar, becas de estudios y además ha brindado ayuda para conseguir hogares a niños huérfanos. Todo este esfuerzo se ha conseguido gracias a nuestra empresa y a los pilares de la misma que somos todos nosotros los "COLABORADORES".

Gestión del Recurso Humano

DEG LA

La gestión del talento humano, es uno de los procesos claves de cualquier organización para elevar el nivel de productividad y eficiencia. Por eso PacifiCard se compromete con el desarrollo de los colaboradores, tanto en sus competencias como asegurarse de que cuenten con un clima laboral agradable sustentado en el respeto y la confianza.

El modelo de gestión se basa en tres macro procesos que son: Incorporación, Permanencia y Desvinculación, cada uno con sus subprocesos buscan asegurar que la organización cuente con un grupo de personas talentosas y comprometidas.



Julio Huiracocha / Jefe de Operaciones Monetarias

1. Proceso de incorporación:

Pre selección de personal.-

Este subproceso contempla la evaluación de acuerdo al perfil del cargo, efectuando los filtros y procedimientos establecidos en la organización.

Selección de personal.-

Este sub-proceso se basa en el modelo de gestión por competencias, asegurándose que la selección en curso sea la adecuada para el cargo, disminuyendo su rotación significativamente.

En su mayoría las vacantes que se han presentado en la organización, fueron cubiertas por concursos internos, ya que la política en esta materia es la promoción, desarrollo y crecimiento del personal.

Contratación.-

Previa selección de los aspirantes que cumplen con el perfil solicitado, se efectúa el proceso de contratación e inserción en la organización, de acuerdo a los procedimientos establecidos.

2. Proceso de permanencia:

Planificación del capital humano.-

Este sub-proceso evalúa las necesidades de cada división en cuanto al crecimiento de personal o necesidades de capacitación, todo basado en los proyectos estratégicos de la empresa y las necesidades de cada área.

Manejo salarial.-

Cada cargo tiene su valoración, que es de acuerdo a los requerimientos mínimos para cumplir cada función, cancelando un sueldo justo y competitivo con el mercado, sin discriminación de ningún tipo.

Capacitación permanente.-

Una vez que se selecciona al personal se les informa cuáles son las normas de conductas y procedimientos. Para el efecto se realiza una inducción general de la organización, así como de sus tareas específicas, enfatizando en la importancia que tendrá su trabajo dentro del engranaje de la organización.

La capacitación y desarrollo en todos los niveles jerárquicos, es uno de los factores de éxito, ya que genera un gran compromiso en el personal, mismo que se refleja en el clima organizacional.



3. Proceso de desvinculación:

Desvinculación y reinserción de empleados.-

Este proceso contempla la separación de los colaboradores de la empresa, o el tratamiento de reubicación en otras áreas.

Desvinculación en referencia a la nómina.-

Este proceso trata puntualmente sobre la forma de terminación de las relaciones laborales, el cual se efectúa en base al reglamento interno y al régimen laboral ecuatoriano.



Composición de la Fuerza Laboral

LA1; LA2; INT1; INT2; INT7

Cada uno de los colaboradores tiene un contrato en relación de dependencia por lo que gozan de todos los beneficios sin distinción de ningún tipo. Al cierre del año 2010 Pacificard cuenta con una fuerza laboral de 520 empleados, de los cuales el 67.5% pertenece a la Regional Costa, Insular y Austro (Guayaquil, Cuenca, Machala, Manta, Portoviejo y Galápagos) y el 32.5% corresponden a la región Sierra (Quito, Ambato, Ibarra, Santo Domingo y Riobamba). A continuación se adjunta el cuadro con la descomposición por ciudad.

Descomposición por Ciudad:

	2009	2010	Variación # Empleados
Ambato	12	14	2
Cuenca	15	13	-2
Galápagos	0	1	1
Guayaquil	294	349	55
Manta	1	1	0
Portoviejo	1	1	0
Machala	1	1	0
Ibarra	1	1	0
Santo Domingo	1	1	0
Quito	121	137	16
Riobamba	0	1	1
	447	520	73

■ Participación por nivel jerárquico y sexo:

Cargo	Femenino	Masculino	Total General
Gerentes	5	10	15
Jefes	24	21	45
Supervisor	20	23	43
Auxiliares/Analistas/Otros	270	147	417
Total general	319	201	520

El crecimiento que se refleja en el año 2010 en comparación al 2009 de 73 empleados que representan el 16.33% de la nómina, está dado al crecimiento del negocio que va en relación directa a la aplicación del plan estratégico de la organización.

■ Crecimiento de empleados:

	2009	2010	Variación %
Trabajadores	447	520	16.33%

Esta variación está descompuesta en los siguientes rangos de edades, sexo y ciudad:

■ Rango por Edad:

	Entrada	Salida	Rotación
18 a 20	14	2	1,54%
21 a 25	59	18	7,40%
26 a 30	32	16	4,62%
31 a 35	4	5	0,87%
35 a 40	3	0	0,29%
mayor a 41	4	2	0,58%
	116	43	15,29%

■ Rango de Sexo:

	Entrada	Salida	Rotación
Masculino	75	28	9,90%
Femenino	41	15	5,38%
	116	43	15%

■ Rango por Ciudad:

	Entrada	Salida	Rotación
Ambato	2		0,19%
Cuenca	2	4	0,58%
Galápagos	1		0,10%
Guayaquil	80	25	10,10%
Manta	1	1	0,19%
Quito	29	13	4,04%
Riobamba	1		0,10%
	116	43	15%



Obligaciones y Beneficios Sociales

EC3; LA3; INT3; INT5

Uno de los principios institucionales de Pacificard es el fiel cumplimiento de la legislación laboral. Es por eso que se cancelan los haberes y derechos de los colaboradores en las fechas estipuladas en la legislación ecuatoriana, como son: Décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, fondo de reserva y aportes al IESS.

En su totalidad, los colaboradores de la organización son empleados a tiempo completo por lo que gozan de todos los beneficios que se mencionan a continuación:

Beneficios:

Descripción	Temporada
Remuneración variable	Semestral
Fondo de Reserva	Mensual
Décimo Tercer sueldo	Anual
Décimo cuarto sueldo	Anual
Bono vacacional	Anual
Aporte personal al IESS	Mensual
Impuesto a Renta	Mensual
Seguro Médico privado	Mensual
Cafetería	Mensual
Tarjetas ilimitada supermercado	Mensual
Tarjeta crédito farmacia	Mensual
Plan Celular	Mensual

Pacificard utiliza para el cálculo de las reservas matemáticas de la Jubilación patronal, el método "PROSPECTIVO" o método de crédito unitario proyectado, el mismo que le permite cuantificar el valor presente de la obligación futura.

El cálculo de la reserva matemática se lo hace en forma individual para cada trabajador, ya que este sistema no es un seguro de grupo, sino un seguro personal que se financia con el depósito de la prima única individual o reserva

matemática, determinada de acuerdo a las disposiciones legales pertinentes y valorada financieramente al momento en que se acoja el trabajador a la jubilación patronal.

Estas obligaciones dependen además del valor de la renta que está determinado por el artículo 216 del Código de Trabajo, según resolución 2005-017 publicado en el suplemento del Registro Oficial 167, del 16 de diciembre del 2005.

Cualquier aumento por Ley a la cuantía de estas pensiones, obliga necesariamente a realizar nuevos cálculos de la reserva matemática, únicamente por el valor del incremento de la pensión patronal.

Manejo Laboral y Políticas Salariales

LA4; LA5; EC5; EC7; INT6

La organización tiene un esquema de evaluación de resultados y competencias implementado. El mismo recoge indicadores que reflejan el cumplimiento de metas estratégicas y de los respectivos cargos a través de un Balance Scorecard. Junto a esto se despliega anualmente una evaluación de competencias que incluye una sesión de retroalimentación jefe-subalterno. Los resultados de este programa se vinculan al sistema de remuneración variable que compensa de acuerdo al cumplimiento de objetivos de manera semestral.

Los colaboradores de Pacificard no están cubiertos por un convenio colectivo ni sindicado de trabajadores, por lo que ellos están protegidos por el código de trabajo, el Reglamento Interno de la institución y el Código de Ética.

Los procesos de la organización y sus correspondientes cambios y mejoras son efectuados en forma coordinada y organizada, de tal forma que el impacto a los usuarios sea mínimo, por lo que se ha contemplado que estos cambios sean aprobados y certificados por los responsables de los procesos operativos, y una vez que hayan culminado estas dos fases se procede a la comunicación formal a toda la organización y su implementación inmediata. Cabe indicar que si estos cambios son de alto impacto, se efectúa un proceso de capacitación a los colaboradores previo a los cambios e implementaciones.

Pacificard mantiene dentro de sus buenas prácticas una amplia y efectiva comunicación con sus colaboradores. Por ello se informa por medio de reuniones

de comunicación departamental, vía mail, carteleras, wallpapers, boletines internos, entre otros; los principales cambios operacionales.

Todos los sueldos están por sobre el salario mínimo vital. El cargo de menor valoración está por sobre el 53.13%. En todas las oficinas los salarios están basados en una valoración de cargo, así como comparados con estudios de mercado.

Como política institucional todos los mandos altos y medios son colaboradores propios de la zona, esta política de contratación se alinea con los gustos, preferencias propias de cada región y sus tendencias de consumo. Se puede confirmar que el 100% de sus colaboradores son de origen local, en cada oficina.

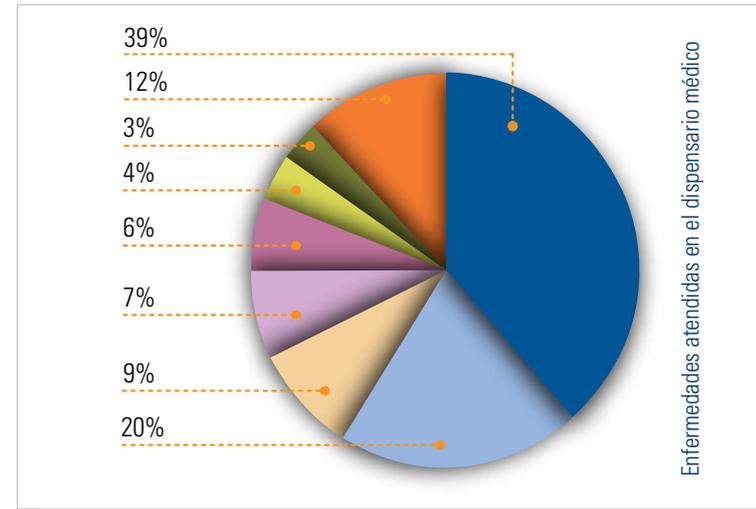
Salud y Seguridad Ocupacional

LA6; LA7; LA8; LA9

En el año 2010 no se registraron fallecimientos, enfermedades profesionales ni accidentes de trabajo, más bien las enfermedades reportadas son propias de la región. Durante este período se atendieron 160 casos en el dispensario médico. A continuación se reporta el detalle de los casos atendidos:

■ Enfermedades atendidas en el dispensario médico:

	Número de Eventos	PORCENTUAL
RESPIRATORIO ALTO	61	39%
GASTRO-INTESTINAL	32	20%
ÓSEO-MUSCULARES	14	9%
PARASITOSIS	11	7%
HEMATOLÓGICAS, PSICOLÓGICAS, EMBARAZOS.	9	6%
GENITO-URINARIO	6	4%
TRAUMATOLÓGICAS	5	3%
OTROS	19	12%
TOTAL	158	100%

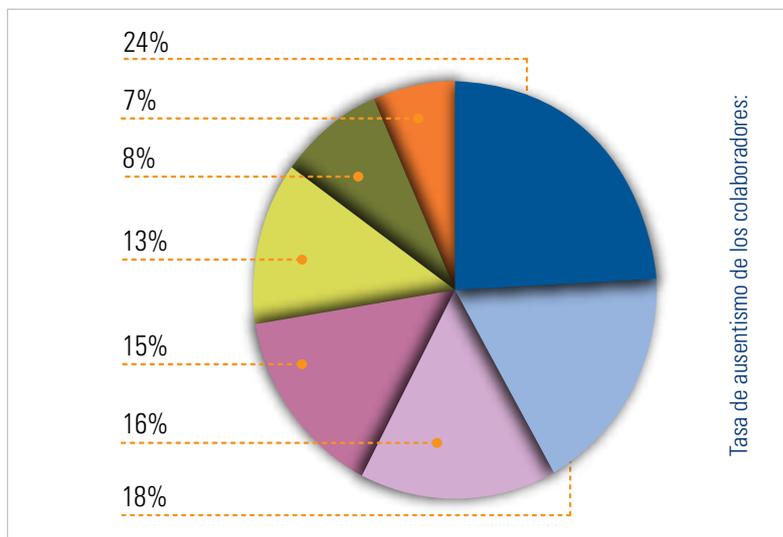


Pacificard en su Reglamento Interno estipula que la falta de justificación de una ausencia puede ser sancionada con amonestación escrita o multa en caso de ser reincidente. La tasa de ausentismo justificado de los colaboradores de Pacificard al año 2010 por enfermedad fue del 0,10% a nivel nacional.

Así mismo podemos mencionar que no se han registrado casos de fallecimiento, ni accidentes de trabajo de contratistas o sub-contratistas. Pacificard en las cláusulas de los contratos exige que para el desarrollo de sus labores, los contratistas y sub-contratistas deben tener las seguridades necesarias para evitar incidentes.

■ Tasa de ausentismo de los colaboradores:

	Número de Días	PORCENTUAL
EMBARAZO	40	24%
QUIRÚRGICAS	30	18%
TRAUMATOLÓGICAS	26	16%
RESPIRATORIO ALTO	25	15%
FÍSTULA AMNIÓTICA	21	13%
GASTRO-INTESTINAL	14	8%
OTROS	11	7%
TOTAL	166	100%



La organización contrató profesionales especializados en programas de prevención y control de riesgos para los trabajadores y sus familiares, que guardan relación con la seguridad en el trabajo y enfermedades graves. Así mismo se puso en funcionamiento el dispensario médico para la atención de los mismos.

Actualmente la organización está en el proceso de creación y estructuración del sistema de Seguridad e Higiene Ocupacional, con lo que se espera reforzar y mejorar todos los aspectos relacionados a este tema. Así mismo se ha previsto la conformación de un Comité de Seguridad y Salud Ocupacional en el que participarán representantes del empleador y de los colaboradores.

Formación y Capacitación

LA10; LA11; LA12;

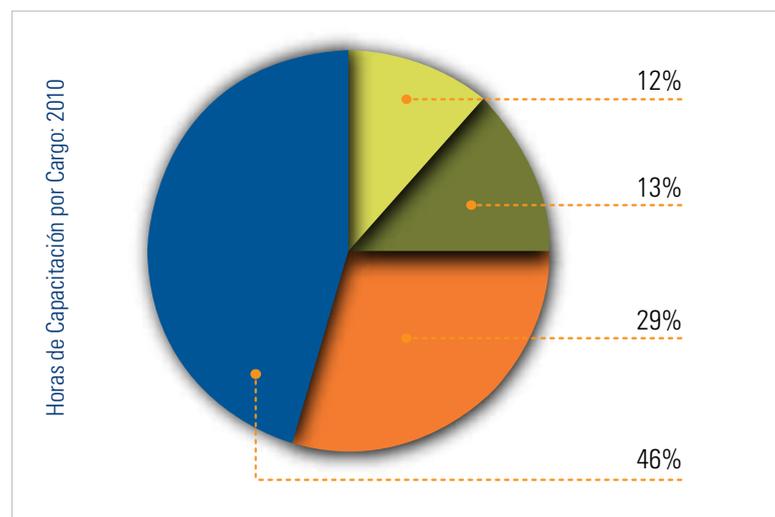
El giro del negocio de tarjetas de crédito y medios de pagos es muy dinámico, por lo que es imprescindible tener al personal capacitado y atento a las tendencias del mercado.

Pacificard al 31 de diciembre del 2010 ha invertido en Capacitación \$154.802.62 que representan 15.385 horas de capacitación, las mismas que corresponden a 1.132 capacitaciones impartidas al personal de la organización a nivel nacional. Dentro de las capacitaciones que se realizaron están los programas, cursos y seminarios que contribuyen al desarrollo de las habilidades del personal, tales como:

- **Taller de habilidades Gerenciales** dirigido a los directivos a nivel nacional;
- **Equipos de alto rendimiento** enfocado a fortalecer el trabajo en equipo, comunicación y factores que son importantes en el desarrollo de sus labores,
- **Talleres de Excel e Inglés** que son dictados en el Instituto Tecnológico Pacificard (ITP).

■ Horas de Capacitación por Cargo:

Cargos	2009 Horas	2010 Horas	Variación Anual	
			Horas	Porcentual
Gerentes	474	1.829	1.355	74%
Jefes Nacionales / Jefes	2.492	2.026	-466	-23%
Supervisores / Analistas	3.334	4.451	1.117	25%
Auxiliares / Otros	7.015	7.079	64	1%
Total General	13.315	15.385	2.070	



■ Número de Capacitaciones Impartidas:

Tipología		Por Sexo		Total
Nombre	Descripción	F	M	
Administración	Técnicas a ser aplicadas en sus funciones.	153	81	234
Desarrollo de Habilidades	Mejoras en la actitud y competencias del empleado	496	331	827
Servicio al Cliente	Aplicado a mejorar la cultura de servicio al cliente	16	15	31
Técnico	Aplicados a mejorar, actualizar la tecnología de nuestros sistemas	16	24	40
Total General		681	451	1132



Instituto Tecnológico Pacificard

Pacificard cuenta con el Instituto Tecnológico (ITP) conformado por los mismos empleados de la organización, en el cual se dictan clases sin costo a todo el personal interesado sobre el manejo de los utilitarios de Microsoft Office, inglés en todos los niveles, multimedia Adobe Illustrator. Cada uno de estos módulos son evaluados mediante pruebas de conocimientos, asistencias y participación.

■ Horas dictadas en el Período 2010:

Capacitaciones	Horas	Porcentual
Adobe - Illustrator	1.096	45%
Inglés	1.053	43%
Excel	110	5%
Seminario Acl	180	7%
Total General	2.439	100%

Programas de Tercer y Cuarto nivel

Pacificard en el año 2010 financió mediante un convenio con la UTPL a 7 de sus colaboradores para que efectúen sus estudios de Pregrado en las carreras de Administración en Banca y Finanzas, Administración de Empresas y Gestión Ambiental. El total de la inversión fue de \$6.917 en programas de Tercer Nivel.

Evaluación de desempeño

Balance Scorecard (BSC):

La evaluación del Desempeño del Personal de Pacificard se realiza mediante la medición de indicadores de gestión para evaluar productividad y eficiencia según los propósitos estratégicos planteados con proyección al 2015.

El 100% de los colaboradores poseen una "libreta", conformada por: indicadores estratégicos, indicadores de área e indicadores de cargo. Esta información es ingresada mes a mes mediante la herramienta denominada Balanced Score Card (BSC). La ponderación de estos indicadores es aplicado de la siguiente manera:

Indicadores Estratégicos:	30%
Indicadores de Área:	20%
Indicadores de Cargo:	50%

La comparación de los resultados obtenidos versus las metas trazadas por cada gestión, permite evaluar el cumplimiento de actividades y funciones según su desempeño.

Evaluación por Competencias:

La evaluación por Competencias se realiza mediante evaluaciones semestrales, en las que se mide al colaborador en cuanto a las características de su personalidad que son reflejadas en niveles de eficiencia y desempeño. El análisis de esta información permite identificar que competencias están en proceso de potencializar, cuáles adolece y puede adquirir y así, plantear un plan de acción para cubrir las brechas.



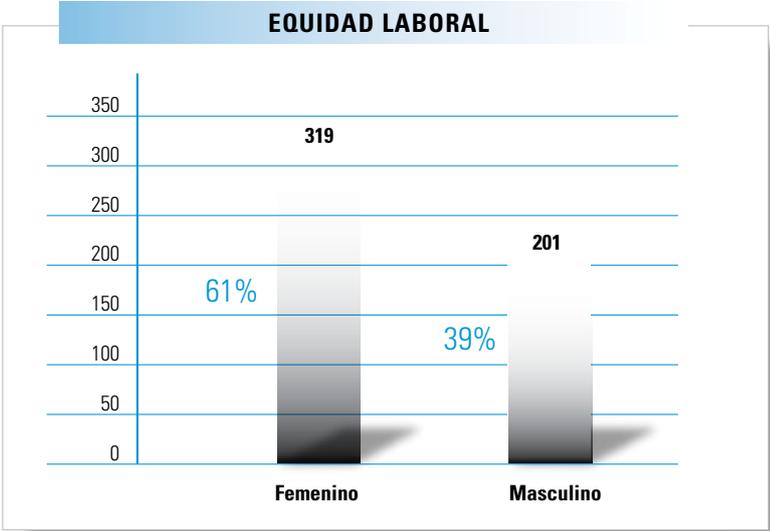
Equidad Laboral

LA13; LA14; INT6

La estructura obedece a las normas universales de igualdad y equidad. El personal de la organización está compuesto por el 61% de personal femenino y un 39% de personal masculino.

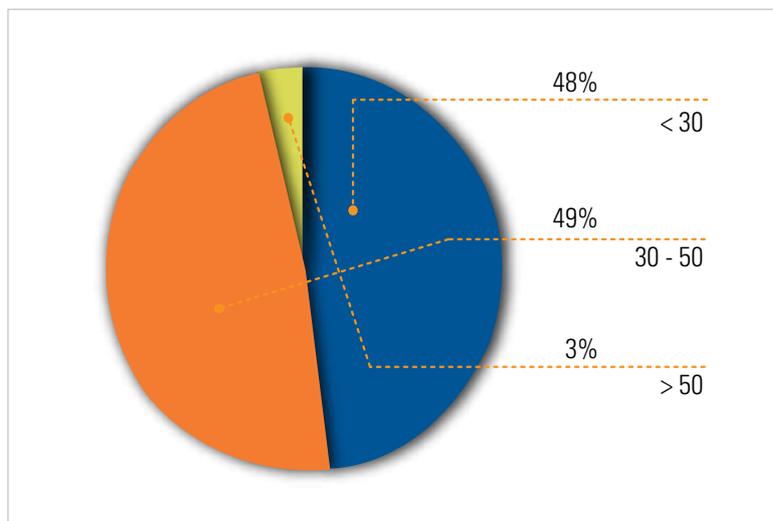
■ **Equidad Laboral:**

Sexo	2009	2010	Variación
Femenino	272	319	47
Masculino	175	201	26
Total	447	520	73



Pacificard cuenta entre sus colaboradores, con un balance entre experiencia y juventud, apuntando a desarrollar el potencial de su personal más joven.

Descomposición de la Nómina por Edad



La estructura organizacional refleja la proclamación de los derechos humanos en temas de igualdad de oportunidad, no discriminación por género, credo o religión, basándose en el profesionalismo y el mantener a sus colaboradores comprometidos y capacitados para el desarrollo de sus funciones. El 4% de la nómina corresponde a personal con algún tipo de discapacidad.

Ha contemplado dentro de su política salarial, pagar remuneraciones de acuerdo a la valoración del cargo, indistinto del género, credo o raza que tenga el colaborador.

A continuación podemos ver la relación porcentual de los ingresos en función al sexo y cargo:

Ingreso de Personal:

Cargo	Femenino	Masculino	Total por Cargo	Variación % de Ingresos Masc./Feme.
Gerentes	5	10	15	9%
Jefes	19	19	38	11%
Supervisor	20	23	43	-15%
Auxiliares/				
Analistas/Otros	275	149	424	9%
	319	201	520	6%

Capítulo

5

5 Clientes y *Productos*

- Productos y Servicios
- Clientes y Mercados atendidos
- Satisfacción al Cliente
- Comunicación y mercado

Testimonio

Considero que Pacificard tiene buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. He observado que la organización participa en algunos programas de servicio a la comunidad y mantiene una excelente publicación mensual, en apoyo del sector turístico nacional, que contribuye al desarrollo económico de un importante sector poblacional del país, así como una magnífica promoción de las bellezas geográficas del Ecuador.

La finalidad de toda empresa es la de ganar y repartir utilidades entre sus socios o accionistas; pero ello no significa que el accionar de una empresa no posee un contenido social; pues, lo hace al generar empleo, pagar impuestos, repartir utilidades y en general, prestar un servicio importante a la comunidad. Pacificard, a mi entender, cumple con estos objetivos.

Considero que Pacificard se distingue de sus competidores, al punto que lidera en la colocación de sus tarjetas de crédito en el país; y, sus tarjetahabientes participan de algunos beneficios como el de millajes para vuelos.

Productos y Servicios

PR1; PR2; PR4; FS15; FS16

La organización y el Grupo Financiero Banco del Pacífico han considerado dentro de su código de ética las siguientes políticas y normas de actuación para las relaciones con los clientes (tarjetahabientes y establecimientos afiliados).

■ Los clientes son su principal activo, por lo que es su aspiración la de establecer relaciones perdurables, sobre la base de una recíproca interrelación y confianza mutua.



Francisco Aurelio Guzmán Minervini /
Gerente de Ventas Nirsa S.A.

- Aportar valor mediante la prestación eficiente y oportuna de productos y servicios adecuados a las necesidades de sus clientes, así como la revisión permanente de sus procesos operativos.
- Demanda de sus clientes un comportamiento y una gestión ceñidas al irrestricto cumplimiento de las normas legales, esperando su apoyo en el cumplimiento eficaz de todas ellas, y de manera especial las relativas al lavado de activos y financiamiento de actividades terroristas.



■ Proceso para el Desarrollo de los Productos:

	SI	NO
Desarrollo de concepto del producto	X	
I+D	X	
Certificación	X	
Fabricación y Producción	*No aplica	
Marketing y Producción	X	
Almacenaje, distribución y suministro	X	
Utilización y Servicio	X	
Eliminación, reutilización y reciclaje	X	

*no aplica pues es un servicio intangible

Pacifcard ni sus colaboradores durante el período del presente informe, han tenido sanciones administrativas o judiciales impuestas por incumplimiento de leyes o regulaciones como consecuencia de los productos y servicios ofrecido, así como tampoco ha tenido multas significativas ni sanciones no monetarias

PR3

Pacifcard ofrece servicios y beneficios a sus tarjetahabientes Mastercard y Visa, los mismos que están a su disposición dependiendo del tipo de producto que poseen los clientes. Estos se encuentran regulados bajo las normativas dictadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, por lo que la organización reporta a este ente regulador información como: Cuentas vigentes, Facturación, Cartera y Estados Financieros.



Servicios y beneficios ofrecidos:

MasterCard Secure Code.-

Ventas seguras en Internet para clientes Mastercard.

Verified by Visa.-

Ventas seguras en Internet para clientes Visa.

Seguro Gratuito de Vuelo.-

Al adquirir boletos aéreos con MasterCard o Visa el cliente queda automáticamente asegurado. Las coberturas dependen del tipo de tarjeta.

Seguro contra fraude y robo.-

Cubre los consumos no reconocidos desde que una tarjeta es reportada como perdida o robada.

Seguros de autos.-

Al alquilar un auto con MasterCard o Visa Gold en adelante, el cliente Pacificard obtiene un seguro sin costo adicional. Este seguro es válido sólo en Estados Unidos y Canadá y cubre hasta el valor real del auto, para ello hay que pagar la totalidad del alquiler con su tarjeta Mastercard o Visa (no cubre daños a terceros, ni responsabilidad civil).

Asistencia Mecánica.-

Se ofrece a los clientes asistencia de grúas y otros servicios inherentes a daños o problemas en el vehículo.

Asistencia al viajero.-

Protección integral durante los viajes al exterior

Asistencia al Hogar.-

Brinda ayuda oportuna al titular y a su familia en casos de emergencias en su hogar. Cubre servicios de plomería, cerrajería, electricista y de vidriería.

Programa de Auxilio Inmediato 24 Horas Conmigo.-

Este programa de asistencia proporciona los servicios de remolque, traslado médico terrestre, asistencia al hogar, asistencia legal y asistencia al extranjero, al titular y a su familia con cobertura en todo el país, los 365 días del año.

Programa de Acumulación de Millas.-

El programa de fidelidad permite a los clientes Gold, Platinum, Infinite y Black acumular millas que podrá canjearlas por pasajes aéreos en Ecuador y alrededor del mundo, estadías en hoteles, paquetes turísticos y alquiler de vehículos.

Programa de Acumulación de Millas One Pass.-

Pacificard y el más exitoso sistema de viajeros frecuentes, OnePass, se unen para ofrecer los más altos beneficios de Continental Airlines y Copa Airlines, a los clientes Mastercard y Visa Gold y Platinum Pacificard One Pass.

Pacificard Box.-

Pacificard otorga una casilla sin costo para que los cliente realicen sus compras en internet y las reciban en la comodidad de su hogar u oficina.

Pacificard en línea.-

Con este servicio los clientes pueden realizar pagos de servicios en línea a través de la página web. www.pacificard.com.ec.

PacifiCard Efectivo.-

Los clientes pueden realizar avances de efectivo hasta 100% de su cupo disponible y pagarlo hasta 24 meses con intereses

Visa Concierge.-

Aplica solo para clientes Visa Infinite, es un servicio de asistencia personal disponible las 24 horas del día para atender los pedidos más especiales en cualquier situación, como reservaciones en restaurantes, eventos, transportes, compra de regalos, compra de entradas para espectáculos y reservaciones en hoteles.

MasterCard Personal Assistant.-

Aplica sólo para clientes Mastercard Black, es un servicio de élite para ayudarlos a hacer sus reservaciones en restaurantes, compra de entradas para eventos, preparar las vacaciones soñadas, concertar lo necesario para sus actividades empresariales en el mundo entero, así como comprar y entregar regalos especiales.

Diferido Flex.-

PacifiCard les ofrece a los clientes la facilidad de diferir sus consumos en el exterior, el saldo actual de su tarjeta y los consumos en Ecuador que deseen diferir hasta 24 meses en cuotas fijas; exceptuando los consumos en supermercados.

Priority Pass - Visa Infinite.-

Sin importar en cual aerolínea viaje el cliente o qué clase de boleto tenga, con su tarjeta Priority Pass, un exclusivo servicio de su tarjeta Visa Infinite, tiene acceso a un oasis de paz y serenidad en más de 600 amplias y cómodas salas VIP en aeropuertos alrededor del mundo.

Pagos Recurrentes.-

Por medio de este sistema, los clientes podrán solicitar los débitos mensuales de sus servicios a través de su tarjeta de crédito.



Tarjeta Segura.-

Es un servicio de asistencia con protección para los tarjetahabientes, el cual aplica para: Cajero seguro, protección en compras y seguro de desgravamen.

Cajero Seguro: En caso de que el cliente efectúe un avance de efectivo en un cajero automático con su tarjeta PacifiCard y sea víctima de un asalto se gestionará la restitución del importe sustraído. Cobertura hasta US\$1,000 por evento, 2 eventos al año.

Protección en compras: Si los bienes comprados en un establecimiento de retail con su tarjeta PacifiCard sean objetos de asalto, se gestionará la restitución del monto o del bien comprado. Cobertura hasta US\$1,000 por evento, 2 eventos al año.

Seguro de desgravamen: En caso de muerte o incapacidad total y permanente del cliente PacifiCard, se cubrirá hasta el saldo insoluto al día de su fallecimiento o incapacidad total. Cobertura máxima de US\$20,000 hasta 69 años, 11 meses y 29 días. Cobertura máxima de US\$10,000 de 70 años en adelante.

Cientes y Mercados atendidos

DEG PR

2.7

Conscientes de su responsabilidad con la sociedad, en PacifiCard se busca ofrecer los mejores servicios financieros de crédito y pago; para ello está comprometida en trabajar en el desarrollo de varias alianzas estratégicas y de nuevos productos que estén acordes a las necesidades de los cliente; del mismo modo trabajar constantemente para mejorar los beneficios de sus tarjetahabientes y establecimientos afiliados y poder dar una mayor difusión de los mismos; además se preocupa por capacitar de forma continua al talento humano, tanto en actitud de servicio como en lo referente a los productos y beneficios que ofrece.

■ Clientes:

PacifiCard busca ser el medio de pago por excelencia, acorde con las necesidades de sus clientes y soportados por la mejor tecnología y servicio. Dentro del portafolio de clientes se encuentran los tarjetahabientes, comercios afiliados y bancos encargados de emitir los productos que ofrece la organización.

Los clientes son personas naturales y jurídicas que requieren una tarjeta de crédito o pre-pagada para realizar sus compras, pagos y transacciones electrónicas. A ellos se les ofrece un amplio portafolio de productos de la marca Mastercard y Visa como son Cash, Inter, Gold, Corporativos, Platinum, Black, Infinite, los diversos sistemas de afinidad y las tarjetas Para Ti Regalo y Para Ti Plus.

También forman parte de sus clientes, los establecimientos comerciales que desean afiliarse al sistema de pagos, para realizar sus ventas de manera más segura y eficiente.

PR8; PR9

PacifiCard como empresa subsidiaria del GFBP, vela porque cada uno de sus colaboradores cumplan con las siguientes políticas establecidas en su código

de ética, ya que la confianza y el prestigio constituyen pilares fundamentales para su operación, y están significativamente condicionados al grado de confidencialidad que el Banco del Pacífico S.A. y sus empresas filiales ofrecen a sus clientes y al público en general en sus operaciones, por lo que se compromete en:

- *Establecer las relaciones con sus clientes fundamentándose en la confianza, al brindar un buen manejo y una apropiada protección de la información y la efectiva limitación de su uso, conforme a lo establecido en las disposiciones legales que, en cada caso, resulten de aplicación.*
- *Seguir las políticas y procedimientos estrictos antes de poder revelar información de un cliente, que incluyen citaciones, órdenes judiciales o autorizaciones expresas del cliente, excepto en ciertas situaciones que se deben manejar con base a razones de orden legal debidamente administradas por el área de Asesoría Jurídica.*

Durante el período reportado no ha existido multas significativas producto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la Organización.

FS6

El giro del negocio de PacifiCard es de emisión, procesamiento de tarjetas de crédito y medios de pagos, por lo que los créditos otorgados no corresponden a cuentas de bancas minoristas, créditos productivos, inmobiliarios y otros.

Satisfacción al Cliente

PR5; PR6

Los servicios más solicitados por los clientes PacifiCard son: Entrega de tarjeta, avances de efectivo, consulta de movimientos, estados de cuenta y diferidos, los mismos que han tenido un tiempo de resolución máximo de 48 horas.

Atención telefónica (Contact Center)

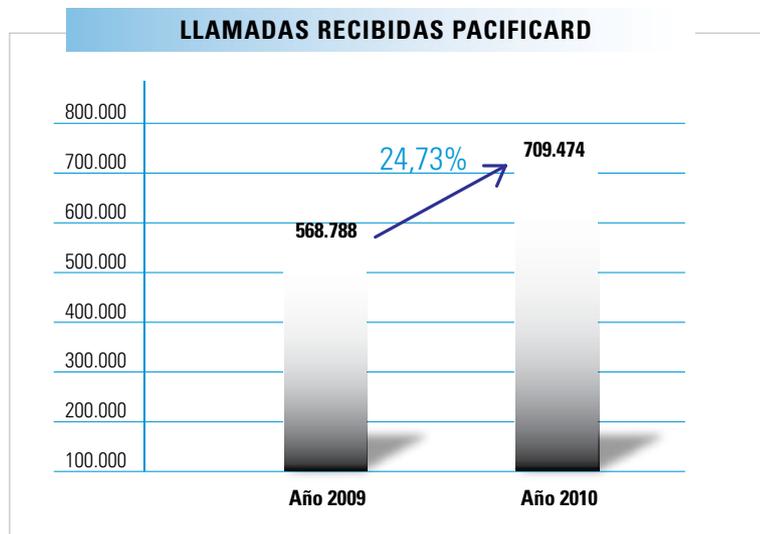
El Contact Center de Pacificard está conformado por 63 agentes, quienes atendieron un total de 709,474 llamadas durante el año 2010, lo que representó un promedio de 59,123 llamadas mensuales. Esta cifra en comparación con el año 2009 que tuvo un total de 568,788 llamadas, tuvo un incremento del 24.73% debido a la nueva cartera de clientes.

Servicios Atendidos Contact Center

Los principales servicios que se atienden a través del centro de atención telefónica son: Solicitudes de claves, uso del audio respuesta (IVR), consultas generales de cuentas y tarjetas, consultas de pagos, consultas varias entre otros.

En el año 2010 Pacificard tuvo indicadores en su nivel de servicios a los clientes VIP del 91.58% y para los clientes del 79,98%.

LLAMADAS RECIBIDAS PACIFICARD



■ Servicio atendidos Contact Center

SERVICIOS	PROMEDIO DE LLAMADAS MENSUALES					
	2009		2010		Variación Anual	
	# de Llamadas	%	# de Llamadas	%	# de Llamadas	%
Solicitud de Claves	5.225	13%	8.178	17%	2.953	57%
Audiorespuesta (IVR)	4.024	10%	3.876	8%	-148	-4%
Consulta general de Cuentas y Tarjetas	3.938	10%	2.633	5%	-1.305	-33%
Consulta de Pagos	2.327	6%	2.794	6%	467	20%
Consulta Varias	1.860	5%	2.382	5%	522	28%
Consulta Estados de Cuenta	1.655	4%	1.316	3%	-339	-20%
Otros	21.118	53%	28.026	57%	6.908	33%
TOTAL	40.147	100%	49.204	100%	9.057	

El indicador de abandonos en el Contact Center fue del 2.34% para los clientes Pacificard VIP superando el estándar internacional y del 9,21% para los clientes Pacificard, esto se debió al incremento de clientes de acuerdo al objetivo

estratégico de colocación de tarjetas.

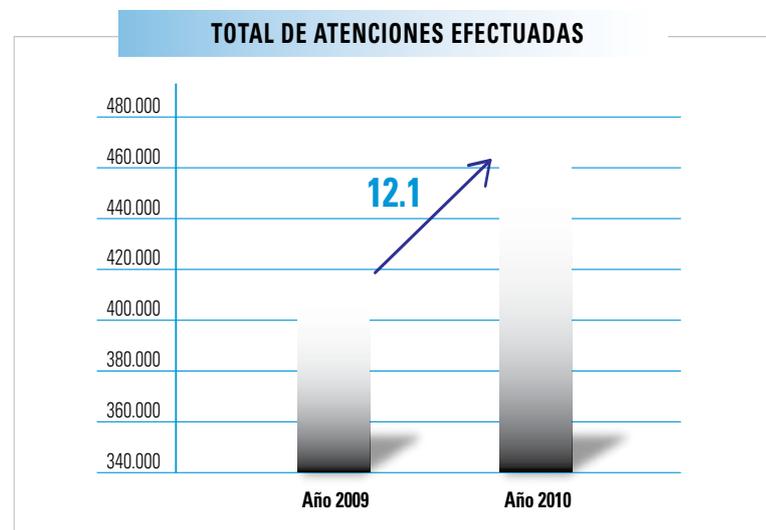
En el cuadro adjunto se presenta el detalle de esta información:

Detalle	Estádar Internacional	PAC		VIP	
		2009	2010	2009	2010
Llamadas ofrecidas		568.787	709.474	27.379	28.798
Abandonos		28.284	65.312	548	675
Porcentaje de Abandonos	6.00%	4.97%	9.21%	2.00%	2.34%
Nivel de Servicio	80.00%	90.01%	79.98%	92.81%	91.58%
Ocupancia	60.00%	71.17%	79.59%	27.44%	32.77%
Velocidad Promedio de Respuesta (ASA)	0:00:20	0:00:06	0:00:12	0:00:07	0:00:08
Tiempo promedio de llamada	0:02:00	0:02:00	0:02:39	0:02:33	0:02:45
Tiempo promedio de espera antes de abandono		0:00:47	0:00:53	0:00:36	0:00:47
Tiempo máximo de espera antes de abandono		0:07:43	0:06:58	0:02:15	0:02:45

Atención Personal Tarjetahabientes

En el año 2010 a nivel nacional en los centros de servicios personales y puntos de atención se realizaron un total de 464.753 atenciones, que representa un promedio mensual de 38.729.

Esto presentó un incremento del 12,1% en el total de atenciones efectuadas.



■ Clientes Atendidos

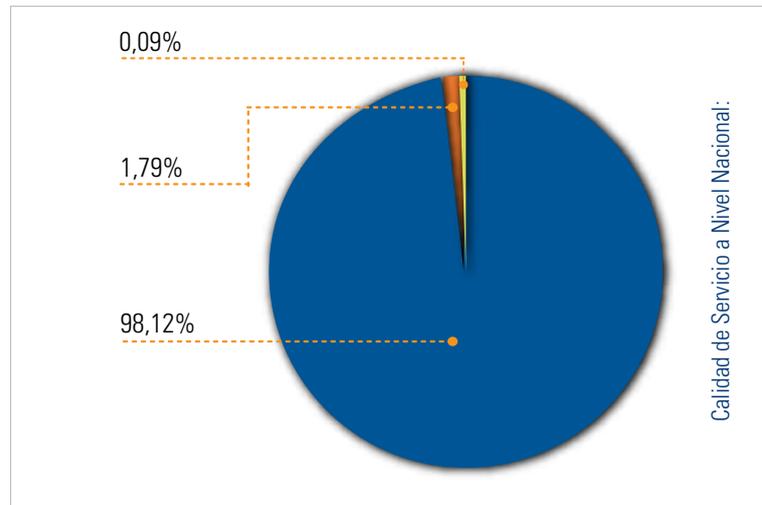
Centro de Servicio Pacificard	2009		2010		Variación	
	# de Clientes	%	# de Clientes	%	# de Clientes	%
Guayaquil	93.612	23%	92.698	20%	-914	
Quito	98.047	24%	97.494	21%	-553	
Cuenca	24.339	6%	26.127	6%	1.788	
Ambato	22.861	6%	25.847	6%	2.986	
SUB-TOTAL	238.859	58%	242.166	52%	3.307	
Puntos de atención						
(Agencias de banco y centros comerciales)						
Agencia Machala	27.585	7%	43.794	9%	16.209	
Agencia Manta	25.903	6%	28.320	6%	2.417	
Agencia Sto. Domingo	14.112	3%	20.578	4%	6.466	
Agencia Portoviejo	17.520	4%	20.030	4%	2.510	
Agencia Ibarra	17.466	4%	19.176	4%	1.710	
C.C. Mall Del Sol	12.254	3%	18.826	4%	6.572	
CIN El Jardín	18.614	4%	18.644	4%	30	
CIN El Bosque	13.732	3%	14.960	3%	1.228	
CIN Amazonas	14.560	4%	14.852	3%	292	
CIN Alborada	10.262	2%	13.548	3%	3.286	
CIN Urdesa	3.798	1%	9.859	2%	6.061	
SUB-TOTAL	175.806	42%	222.587	48%	46.781	
TOTAL	414.665	100%	464.753	100%	50.088	12%



La eficiencia en la resolución de reclamos en el año 2010 fue del 99.93%. La medición de la calidad del servicio en la atención personalizada, se la efectúa a través de una breve encuesta a cada cliente. Los resultados obtenidos a nivel nacional fueron el 98.12% del total de las atenciones fueron muy buenas, el 1.79% fueron buenas y el 0,09% regular, lo que representa una mejoría en la atención del servicio en relación al año 2009, tal como se lo puede revisar en el cuadro adjunto.

■ Calidad de Servicio a Nivel Nacional:

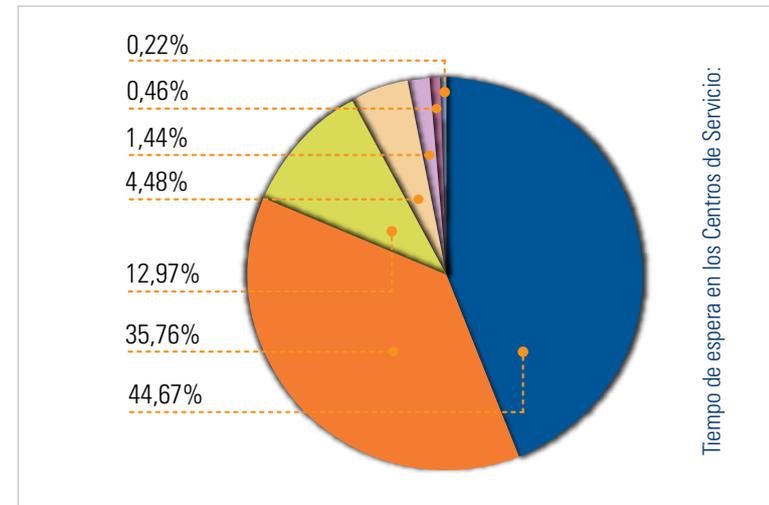
	2009	2010	Variación
Muy Buena	97,85%	98,12%	0,27% ■
Buena	2,04%	1,79%	-0,25% ■
Regular	0,11%	0,09%	-0,02% ■
	100,00%	100,00%	



Adicionalmente se mide el tiempo de espera de los clientes, en los centros de servicios, obteniendo resultados que a continuación detallamos:

■ Tiempo de espera en los Centros de Servicio:

Rangos de Tiempo	%
Hasta 5 Minutos	44,67% ■
De 6 a 10 Minutos	35,76% ■
De 11 a 15 Minutos	12,97% ■
De 16 a 20 Minutos	4,48% ■
De 21 a 25 Minutos	1,44% ■
De 26 a 30 Minutos	0,46% ■
De 31 a 35 Minutos	0,22% ■



Atención a Establecimientos Afiliados

Pacificard es una empresa que permanentemente desarrolla nuevos proyectos enfocados en el mejoramiento continuo de la educación, cuidado de la salud y conservación del medio ambiente. Se preocupa por realizar campañas de comunicación por medios impresos y electrónicos para motivar a empresas y a la comunidad en general a ser parte activa de los mismos.

Considero que durante los años de trabajo conjunto entre Unipark y Pacificard, hemos contado con el apoyo permanente y la apertura para cubrir los requerimientos tanto como establecimientos afiliados como los requerimientos y beneficios para nuestros clientes. Los resultados obtenidos han sido siempre en beneficio mutuo.

Así mismo el apoyo y comunicación constante de sus ejecutivos, la apertura para participar en nuevos proyectos, ofrecer nuevas herramientas tecnológicas que permitan mejorar los procesos financieros de los establecimientos afiliados.

Puntos de atención a establecimientos

Pacificard a través de su red de oficinas a nivel nacional, da servicio a sus establecimientos afiliados.

Durante el 2010 se atendió un total de 12.552 consultas y servicios a través de sus canales telefónicos y presenciales, el cual representa una reducción del 45,52% en número de atenciones efectuadas en relación al año 2009.

■ Puntos de Atención a Establecimientos:

	2009	2010	Variación	
			Número de Atenciones	%
Atención personal				
Guayaquil	3.882	3.398	-484	-12,47%
Quito	5.805	2.801	-3.004	-51,75%
Total	9.687	6.199	-3.488	
Atención telefónica				
Guayaquil	6.241	3.281	-2.960	-47,43%
Quito	7.991	3.072	-4.919	-61,56%
Total	14.232	6.353	-7.879	
Total General	23.919	12.552	-11.367	



Carlos Fernando Cruz Carchi /
Gerente General -UniPark Hotel

Comunicación y Mercado

PR7; F15

Todas las promociones son debidamente registradas y notariadas. Durante el año 2010 se realizaron las siguientes promociones:

- Vacaciones que contar Costa / Sierra
- Regreso a clases Costa/Sierra
- San Valentín
- Día de la madre
- Historias que contar
- Navidad

Pacificard S.A. declara que no ha incumplido en ninguna de las regulaciones relativas a las comunicaciones del marketing en cuanto a publicidad, promoción o patrocinio, ni ha tenido ninguna acusación por promociones o publicidades engañosas.

Capítulo

6



Manejo de *Proveedores*

- Políticas y buenas prácticas

Testimonio

Pacificard de varias maneras tiene prácticas de responsabilidad social empresarial, pero principalmente buscan desde su actividad comercial la orientación a la ayuda social a través de diferentes programas como las “Aldeas SOS” y los “niños limpiadores a través de la Fundación Acción Solidaria”, apoyando y colaborando con el desarrollo de sus actividades de inserción social.

Llevamos más de 5 años en una relación comercial en la que siempre hemos sentido que Pacificard ha sido un socio nuestro con el que hablamos el mismo idioma, tenemos objetivos comunes y siempre estamos preocupados por generar resultados en ambas vías. Nuestra orientación para hacer campañas exitosas es reconocida como una búsqueda del crecimiento de su negocio, por lo que la demanda de nuestro servicio ha venido creciendo y de la misma manera su compensación. Definitivamente la relación es ganar-ganar.

Pacificard es única. Es el único emisor de tarjetas de crédito que realmente es una MARCA. Ningún competidor ha logrado construir una MARCA con la diferenciación que Pacificard lo ha hecho. Los activos de marca y sus valores son

Políticas y buenas prácticas

EC6; HR2; HR8; SUP1, SUP2

Pacificard busca mantener las mejores prácticas en su relación y manejo con uno de sus principales grupo de interés como son los proveedores, fomentan-



Mario Benavente / Presidente
McCann Worldgroup Ecuador

reconocidos ampliamente y con gran relevancia por todo el mercado. Esto va mucho más allá de los servicios o beneficios que otorga a sus tarjeta-habientes, tiene que ver con lo que significa la Marca tanto para sus clientes como para los que no lo son.

do principios de respeto, equidad y transparencia en el manejo de todas sus operaciones.

En el año 2010 cuenta con una base diversificada de 697 proveedores, dentro de los cuales el 98% de ellos son nacionales y el 2% son del exterior, siendo consistentes con su política de dar preferencia a proveedores nacionales para la adquisición de productos, bienes o servicios y en el caso de que no se ofer-

ten localmente se buscará proveedores del exterior.

A continuación se presenta el análisis comparativo de los proveedores locales y del exterior con los que trabaja la organización y los montos facturados con estos segmentos.

■ Análisis Comparativo:

	2009		2010	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Proveedores locales	404	97%	685	98%
Proveedores del exterior	11	3%	12	2%
Total proveedores	415	100%	697	100%
	En miles (US \$)	%	En miles (US \$)	%
Proveedores locales	18.826	86%	23,817	84%
Proveedores del exterior	3.020	14%	4,478	16%
Total	21.846	100%	28,295	100%

La organización cuenta con un proceso de calificación y evaluación para todos sus proveedores sean estos críticos o no críticos, y sólo se trabaja con aquellos que tienen calificaciones A ó B, garantizando de esta forma a través de un proceso veraz y oportuno que los mismos cumplan con los estándares de calidad requeridos y en los tiempos determinados. Para los proveedores de servicios de redes y comunicaciones, adicionalmente se requiere que los mismos estén certificados en la norma PCI-DSS (Paycard Industry Data Security Standard) para cumplir con los estándares de seguridad exigidos por las franquicias Mastercard y Visa.

Pacificard está trabajando a través del área de Seguridad y Salud ocupacional en establecer políticas dirigidas a los contratistas, subcontratistas y terceros para que conozcan y cumplan con los requerimientos y obligaciones que en materia de Prevención de Riesgos Laborales deben tener durante el desarrollo de actividades y/o servicios contratados por la organización.

La organización para garantizar que sus proveedores de servicios y productos cumplan con políticas de derechos humanos, ha planificado incluir en sus contratos una cláusula donde se especifica lo siguiente: "Declaro y manifiesto que dentro de todos los procesos que se realizan en la empresa se respetan y cumplen todas las normas de Derechos Humanos". En caso de incumplimiento de ésta cláusula, la Gerencia General analizará el caso correspondiente.

Así mismo la empresa efectúa visitas a los proveedores de servicio, con el fin de garantizar el cumplimiento de los estándares de seguridad física y lógica, manejo de infraestructura y el cumplimiento de las políticas de los derechos humanos.

Pacificard está planificando para el próximo período realizar una encuesta de satisfacción a sus proveedores, los resultados de la misma se los presentará en el informe del período 2011.

Capítulo

7

7 Compromiso con la Sociedad *y el Medio ambiente*

- Comunidad Pacificard
- Respeto por los Derechos Humanos
- Compromiso con el Medio Ambiente

Pacificard está consciente del compromiso y responsabilidad que tiene con la sociedad y de la aportación e impacto que tienen sus operaciones en el país, pues es una compañía de servicios financieros que ofrece medios de pagos que permiten a más de 380 mil clientes y 25 mil establecimientos afiliados localmente efectuar transacciones de compra y venta de bienes y servicios.

Con un alto compromiso con la comunidad, trabaja en forma comprometida y voluntaria con algunas Fundaciones a nivel nacional, teniendo como objetivo principal aportar con su esfuerzo y el de sus colaboradores en la alimentación y educación de aproximadamente 4.850 niños en el Ecuador, a través de su programa de Responsabilidad Social Empresarial "Futuro que Contar", así como fomentar la educación sobre el buen manejo del crédito.

Comunidad Pacificard

Programa de Educación Financiera

EC8; FS16

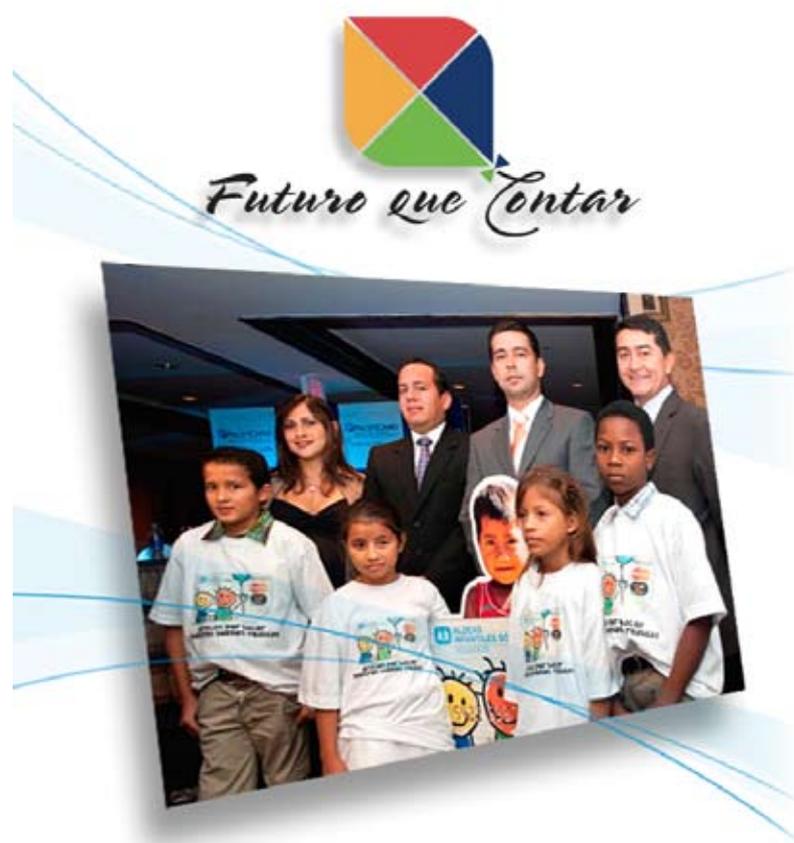
Pacificard ha identificado a sus tarjetahabientes como uno de sus principales grupo de interés. Durante los últimos 30 años, ha estado presente en el día a día de las compras que realizan los ecuatorianos y conscientes de su rol como institución de medios de pago que entre sus servicios otorga una línea de crédito, se sugiere a los clientes diferentes alternativas mediante las cuales pueden administrar eficientemente el crédito.

Educación Financiera

Pacificard imparte recomendaciones que van dirigidas no sólo a sus clientes, sino a sus colaboradores, a la niñez y juventud de la sociedad, a través de su

revista mensual, la página web y charlas o medios directos de enseñanza. Campañas tales como "Endeudamiento responsable", han sido impartidas a los colaboradores de Pacificard y del Banco del Pacífico, con el objetivo de contribuir con información que les permitirá, manejar sus presupuestos y niveles de endeudamiento con mayor responsabilidad.

La organización ha elaborado un plan de capacitaciones de la campaña "Mi primer crédito", que está dirigida a los alumnos de los 5tos. y 6tos. cursos de los colegios y los primeros años de Universidad, con el objetivo de contribuir con información que permitirá a estos futuros miembros del sector productivo del país, manejar sus créditos con mayor responsabilidad.



Aporte con la Sociedad

EC3; EC9; FS1; FS2; FS3; FS4; FS5; FS7; FS10; SOC1

Pacificard efectuó una alianza con la Fundación SOS Aldea de Niños y presentaron al mercado la nueva tarjeta Internacional MasterCard Pacificard Aldeas SOS que forma parte del portafolio de productos de la organización, el cual permite fortalecer su programa de Responsabilidad Social Empresarial "Futuro que Contar". Con esta nueva tarjeta se contribuye para cumplir el sueño de tener una nueva familia a 4.300 niños que están en situación de orfandad, abandono o en peligro de perder la protección de sus padres.



Así mismo la organización permite a todas las instituciones con fines benéficos utilizar la tarjeta de crédito como medio de recaudación periódico de las aportaciones que sus benefactores deseen realizar, a través de débitos automáticos o de cargos directos a su tarjeta MasterCard o Visa.

Durante el año 2010 la plataforma permitió recaudar \$508 mil dólares lo cual representa un incremento del 16,51% versus lo recaudado en el 2009, esto se logró fomentando en los clientes el apoyo a los grupos menos favorecidos, contribuyendo a hacer frente a los desafíos de la sociedad.

Se adjunta el listado de las fundaciones y organizaciones a las cuales se les ha facilitado la oportunidad de recibir ayuda a través de débitos en sus tarjetas de crédito.

Fundaciones que han recibido ayuda a través de débitos en las Tarjetas :

BENÉFICA ACCIÓN SOLIDARIA	FUNDACIÓN MAQUIPUCUNA
CASA DEL HOMBRE DOLIENTE	FUNDACIÓN NATURA
CDI FUNDACIÓN CRISTO MIRAVALLE	FUNDACIÓN PADRE AMADOR
FASINARM	FUNDACIÓN PROCARE
FÉ Y ALEGRIA	FUNDACIÓN PROFESIONAL CONTABLE
FUNDACIÓN ACADEMIA ALIANZA INT	FUNDACIÓN RADIO MARIA
FUNDACIÓN AZUL ROJO	FUNDACIÓN SINCHI SACHA
FUNDACIÓN CARIÑO	FUNDACIÓN SINFÓNICA
FUNDACIÓN CASA DE LA VIDA	FUNDACIÓN SRY SATHYA SAIBABA
FUNDACIÓN CULTURAL DIANETICA	FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROA
FUNDACIÓN ECUADOR LIBRE	FUNDACIÓN VISTA PARA TODOS
FUNDACIÓN ECUATORIANA DE LA PS	FUNDACIÓN VISUAL PROFESIONALES
FUNDACIÓN ECUATORIANA VISTA PA	FUNDEPIM
FUNDACIÓN EDUCATIVA GLOBAL KID	MISIÓN ALIANZA
FUNDACIÓN EL CONTADOR	S.O.S. ALDEA DE NIÑOS
FUNDACIÓN GALO PLAZA LASSO	SAN ANTONIO MARÍA CLARET
FUNDACIÓN GUAYASAMÍN POLICENT	SOCIEDAD PROTECTORA DE LA INFANCIA
FUNDACIÓN I.P.C.	SU CAMBIO POR EL CAMBIO
FUNDACIÓN KIDDY HOUSE	UNICEF QUITO
FUNDACIÓN LOS ANDES DE ESTUDIO	

■ **Campaña “Cobijando Alegría”**.- A través de la tarjeta afinidad Mastercard SOS Aldeas de Niños -Pacifcard, los clientes contribuyen a través de sus consumos para que un porcentaje de estos sean destinados a la Fundación para la ayuda a más de 4.500 niños a nivel nacional.

■ **Campaña “Aprendiendo Juntos”**.- Los colaboradores de Pacifcard a nivel nacional donaron 414 kits escolares para los niños de las Fundaciones: Hogar de Cristo (Escuelas Ciudad de Cataluña y El Futuro de Carlitos), Acción Solidaria y SOS Aldea de Niños.

■ **Campaña “Pan para Aprender”**.- Este programa de colación diaria, fue desarrollado con la fundación Hogar de Cristo, en el que a través de las aportaciones voluntarias de los colaboradores, se contribuyó con el desayuno escolar de 170 niños de la Escuela Ciudad de Cataluña ubicada en el sector de Monte

Sinaí (Perimetral Norte de la ciudad de Guayaquil). Esta campaña se lleva a cabo a través del proyecto de la “Vaca mecánica” que consiste en una micro-empresa de la misma fundación que se encarga de la elaboración de leche de soya, que es entregada en el desayuno escolar.

■ **Campaña “Enseñando a Vivir”**.- La organización participó en el programa de “Solución Integral para la niñez y adolescencia”, con la fundación Acción Solidaria, a través del cual se becó a 15 niños trabajadores para que estos puedan recibir educación y alimentación.

■ **Campaña “Armando tu Biblioteca”**.- A través de esta campaña los colaboradores de la organización donaron libros para armar la biblioteca de la Escuela “Ciudad de Cataluña” y colaboraron también con las bibliotecas de las fundaciones Acción Solidaria y SOS Aldea de Niños.



FS12; FS13; FS14

Pacificard no pertenece a ninguna organización en la cual tenga derecho o recomendación del voto en asuntos medio ambientales o sociales. Pacificard no cuenta con programas de inclusión. Se proyecta para el año 2013 efectuar programas de inclusión.

Manejo de Políticas y Cumplimientos Normativos

S08; F15

Pacificard siempre se acoge al cumplimiento de las leyes y regulaciones de los organismos de control y las franquicias, como son la Ley General de Instituciones Financieras, Ley Orgánica de Régimen Tributario, las políticas de las franquicias internacionales Mastercard y Visa, entre otras leyes mercantiles e institucionales. El incumplimiento de estas leyes y regulaciones ocasionaría multas y sanciones a la organización y podría afectar las actividades normales del negocio.

Respeto por los Derechos Humanos

DEG HR

Los Indicadores de desempeño de Derechos Humanos exigen que la organización informe acerca de la medida en la que el respeto a los principios fundamentales de los derechos humanos, el impacto de las actividades de la empresa en relación a la implementación de las obligaciones internacionales de los derechos humanos y el impacto en los derechos humanos a la hora de realizar inversiones y seleccionar proveedores/contratistas --Lo que se conoce internacionalmente como "Inversión Social Responsable"-- se tienen en consideración en el diario accionar de la empresa.

En este sentido, es importante subrayar que Pacificard se inscribe en el mandato constitucional contenido particularmente en el artículo 3 y el artículo 417 de la Constitución de la República, en cuanto a la aplicación de los principios generales de los derechos humanos, su aplicación e implementación. De allí que, una vez identificados los Indicadores de desempeño, la empresa se en-

cuentra actualmente adaptando estos principios universales a la realidad social y económica presente en su diaria interacción con la sociedad ecuatoriana que es con la que se inter-relaciona y en la que trabaja. Así pues, los indicadores de desempeño, que fueron identificados dentro de un ejercicio de señalización y mapeo, se encuentran en proceso de implementación. Dentro de este proceso, Pacificard, ha iniciado la REVISION DE GUIAS DE CUMPLIMIENTO G3, recomendaciones todas contenidas en el del marco de trabajo común a nivel mundial establecido por el Global Reporting Initiative (GRI), paso necesario para acceder a las actividades de implementación.

HR1; HR3

La presente política se aplica a todas las actividades de Pacificard, el compromiso de la empresa con la protección y el respeto a los derechos humanos se extiende a sus profesionales, a sus clientes y proveedores y a las comunidades en las que ejerce su actividad.

La empresa incentivará y promoverá a lo largo de su cadena de aprovisionamiento el respeto a los derechos humanos, siempre en línea con la normativa de Pacificard en todo tipo de materia y desde el respeto a la autonomía de gestión de sus proveedores.

Pacificard dispondrá de sistemas de control interno que le permiten minimizar la posibilidad de que, en el marco de sus actividades, se produzcan quebrantos de los derechos humanos. No obstante, cuando las circunstancias lo recomienden, Pacificard implantará procedimientos que le permitan valorar el riesgo de incumplimiento así como la detección y corrección de las malas prácticas que, en su caso, pudieran aparecer en cuanto al ámbito de los Derechos Humanos.

Pacificard publicará permanentemente información en cuanto al manejo, leyes y regulaciones de los Derechos Humanos, tanto para clientes externos, clientes internos, proveedores y la sociedad. Además realizará campañas internas sobre normativas de los Derechos Humanos. Esto se efectuará a través de los medios existentes de comunicación como son: Wall paper, carteleras, informa-T y página Web. La organización periódicamente elaborará campañas preventivas para evitar el incumplimiento de los Principios Generales de los Derechos Humanos.

A continuación se detallan los objetivos y metas para establecer los procedimientos de Derechos Humanos.

■ Se está implementando una matriz donde se detalla los principios generales de los Derechos Humanos, en los cuales está basado Pacificard para hacer la evaluación de su desempeño dentro de la organización.

■ La calificación del indicador se obtiene del cumplimiento de los parámetros: comunicación y seguimiento del plan de acción.

■ La frecuencia de evaluación de los indicadores para los principios generales de los Derechos Humanos es de forma anual.

■ Se presentará a la gerencia general un reporte donde se detalla el cumplimiento de los resultados de los indicadores en comparación con las metas propuestas para su respectivo análisis.

HR4

Pacificard reconoce expresamente que no realiza ningún tipo de discriminación en cuanto a temas organizacionales tales como: administración salarial, admisión de personal, promoción, entrenamiento y despido de personal. Por lo que exponemos que todas las personas tienen los derechos y libertades proclamados en los instrumentos internacionales y en la Constitución de la República, en los que se garantiza que los mismos serán reconocidos sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otro índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición.

No se ha registrado ningún incidente de discriminación, se ha adaptado una política de no discriminación de acuerdo al Manual de Políticas de Derechos Humanos.

HR6; HR7; HR9

Pacificard no realiza ningún tipo de actividades que podría conducir a la organización a enfrentar incidentes de explotación infantil. La razón de ser de Pacificard, la esencia de su trabajo y acciones no se relacionan con menores de edad. Como una de las organizaciones líderes en el país y alineados con el cumplimiento de los Derechos Humanos rechaza y condena el trabajo forzoso, sea este: esclavitud, servidumbre por deudas, participación obligatoria en obras públicas, abuso hacia los trabajadores domésticos y el tráfico de personas.

La organización respeta los Derechos Humanos y el carácter multiétnico, pluricultural y multilingüe de la nación, así como la participación social, la conciliación de intereses y el fortalecimiento de la institucionalidad democrática.

En caso de existir incidentes que afecten a este principio se utilizará el formato de Registros de incidentes en los Derechos Humanos, el cual será la base para establecer un plan de acción.

Compromiso con el Medio Ambiente

DEG EN

EN1; EN2; EN3, EN4; EN5; EN6; EN7; EN8; EN16; EN17; EN18;
EN22; EN24; FS1; FS2; FS3; FS4; FS5; FS10; FS11

Por su compromiso con la responsabilidad social Pacificard sigue buscando un desarrollo sano, sostenible y equitativo; para ello está comprometida a controlar y/o mejorar la eficacia de la utilización de los recursos, reducir los riesgos y peligros, controlar y reducir al mínimo los desechos y preservar las características del medio ambiente.

Pacificard comprometida con el medio ambiente ha optado por implementar en el año 2010 un procedimiento que le permita cuantificar los materiales más utilizados.

a. Identificación de los materiales más utilizados en su gestión:

- Papel
- Toners
- Plástico de tarjetas
- Equipos electrónicos
- Cintas Magnéticas

b. Categorización de los materiales identificados, para este efecto se los clasificó en:

- Materiales renovables: Papel
- Materiales no renovables: Plásticos de la tarjeta, tóner, equipos electrónicos y cintas magnéticas.
- Materiales peligrosos: Insecticidas y elementos de limpieza.

Los toners manejan un tratamiento especial, ya que son altamente contaminantes.

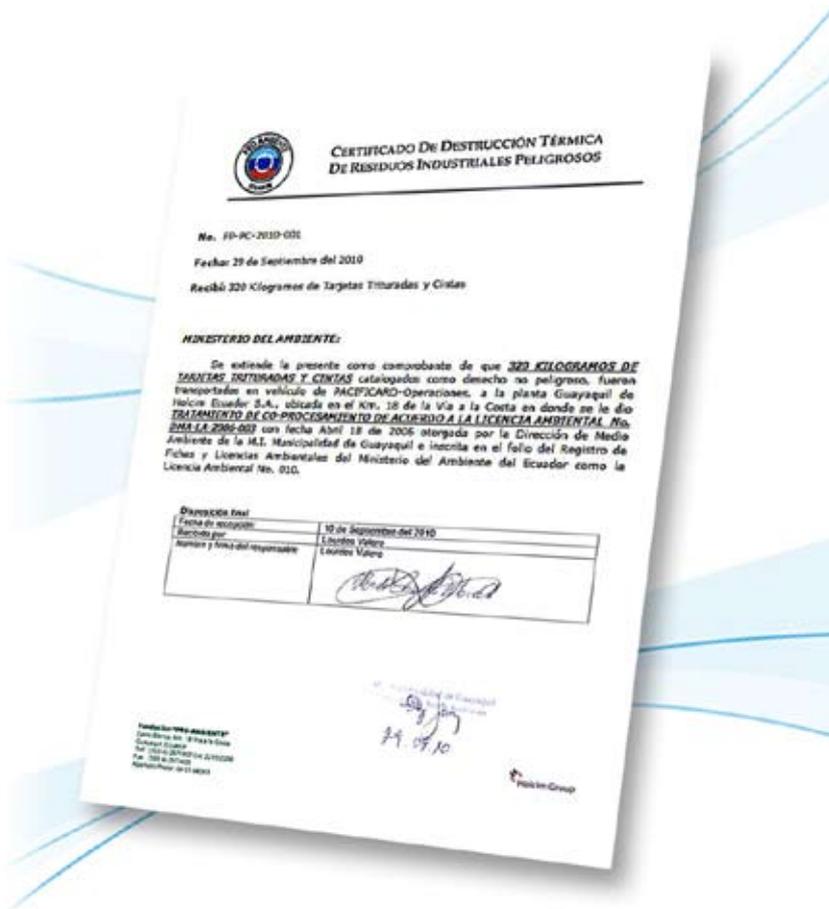
c. Se cuantificó utilizando unidades comparables, para este efecto la fuente de información fue el aérea de compras y su registro de facturas.

En el año 2010 Pacificard efectuó a través de un proveedor calificado la destrucción de 320 kilogramos de tarjetas trituradas y cintas magnéticas.

Adicional a este procedimiento de cuantificación se está trabajando en la implementación de un procedimiento para reciclaje y reutilización de materiales:

- **a.** Identificación de los residuos más significativos de la organización.
- **b.** Categorización de los residuos en reciclables y no reutilizables, se cuantificó usando unidades comparables.
- **c.** Se identificará y dispondrá la entrega de los desechos a través de los sistemas de recolección de basura de cada cantón
- **d.** Se hizo las gestiones para garantizar una disposición final adecuada.
- **e.** Se diseñó un procedimiento para la disposición de los desechos clasificados por papel, plásticos y desechos varios.

Se identificó que en Pacificard el material reciclado más importante es el papel. Se cuantificará el porcentaje de Papel reciclado usado en Pacificard, relacionando



el peso del papel que se obtenga en el programa de reciclaje de papel “Tu papel reciclado también vale”, el peso de una resma de papel nuevo y el costo de cada resma de papel.

Energía

En el 2010 se cuantificó el nivel de energía eléctrica directa, por usuario, en unidades comparables (kilovatios hora/ usuarios; dólares/usuarios), definiendo la línea base de la organización.

Se diseñó un procedimiento para cuantificar el consumo indirecto de energía, considerando los costos de alquileres de taxi, transporte aéreo y motorizado de Courier que trabajan en Pacificard. Este proceso nos permitirá para el próximo reporte presentaran las cifras en julios.

Ahorro de Recursos

La organización para el período 2010, presenta un ahorro en energía del 2,09% en el consumo de energía eléctrica por persona, a pesar de que por disposiciones y regulaciones de los Organismos de control, debe existir un centro de cómputo alterno y oficinas virtuales de contingencia que equivalen al consumo de 94 empleados adicionales. Considerando este incremento en el consumo por las contingencias mencionadas más el incremento de 73 empleados nuevos en las diversas oficinas de la organización, se logró una reducción en el consumo de energía eléctrica por empleado, tal como se lo muestra en el cuadro adjunto.

Consumo de Energía Eléctrica:

	2009	2010	Variación	
	En US \$	En US \$	En US \$	%
Consumo por Persona (Consumo total / # empleados)	14,23	13,94	-0,30	-2,09%

Se diseñó e implementó el plan de ahorro de energía, para reducir el consumo de energía (KWH/usuarios; facturación\$/usuarios). Iniciándose la instalación de luminarias con detector de movimientos, se inició el reemplazo progresivo a luminarias eco-eficientes y se mantiene la campaña "Apagar las luces". El resultado de estas iniciativas se podrá verificar en julio, en el próximo reporte.

a. Calefacción y refrigeración

- Conectar la refrigeración de las oficinas únicamente en horas laborables.
- Utilizar temporizadores y sensores de control de temperatura para controlar el rendimiento.
- Verificar los ventiladores, bombas y las instalaciones centrales como torres de refrigeración y calderas funcionen en los períodos en que las oficinas están ocupadas.
- Comprobar que los sistemas de aislamientos y los sistemas de supresión de corrientes de aire, son los adecuados para evitar pérdidas de calor.
- Controlar que dispositivos como las neveras disponen de una calificación energética de A o B.

b. Iluminación

- Sustituir las bombillas de tungsteno por lámparas fluorescentes compactas de bajo consumo y tubos fluorescentes finos.
- Utilizar la luz natural en la medida de lo posible. Exigimos a los proveedores diseñarnos oficinas eco-eficientes.
- Se decide comprar equipos de oficina eco-eficiente que cumplan con la normativa "Energy Star" de la USEPA (Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos) o similares.
- Inspección mensual de los generadores de energía eléctrica.

c. Equipo de oficina

- Analizar la posibilidad de comprar equipos que cumplan con la normativa "Energy Star" de la USEPA (Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos) o alguna similar.
- Solicitar a los proveedores o fabricantes de equipos que se facilite la información sobre el consumo de energía medio, en condiciones normales de funcionamiento y de consumo en estado de espera o de bajo consumo.

d. Agua

- Inspección semestral de las instalaciones de las tuberías de agua, para identificar posibles fugas.
- Se inicia cambio progresivo a grifería eco-eficiente.
- Se elabora un formato para el registro mensual de consumo de energía y agua que contenga la siguiente información básica:
 1. Persona responsable de levantar la información.
 2. Localidad u oficina.
 3. Volumen o costo usual consumido por usuario.
 4. Costo mensual total.
- Se diseñó un tablero de control para el seguimiento mensual.

Se compró equipos de teleconferencias para reducir los viajes aéreos de nuestros funcionarios, y se controla el uso de taxis amigos para evaluar la reducción de su uso. A través de las siguientes acciones:

- Se busca herramientas para hacer el cálculo de CO2 que generamos.
- Se reduce viajes aéreos de los funcionarios.
- Se inicia el control del uso de taxis amigos, con el objeto de reducirlos al mínimo necesario.

- Se inicia el control del uso de insecticidas, gasolina, diesel y materiales de limpieza, con el objeto de reducirlos al mínimo.

Con estas acciones, en el próximo reporte podremos mostrar cifras que la empresa genera de emisiones de CO2 en toneladas por fuente directa.

Manejo de Residuos

Pacificard a partir del segundo trimestre del 2010, implementó la campaña interna de reciclaje de papel "Tu papel reciclado también vale", logrando un reciclaje de 674 kilogramos de papel a diciembre del 2010.

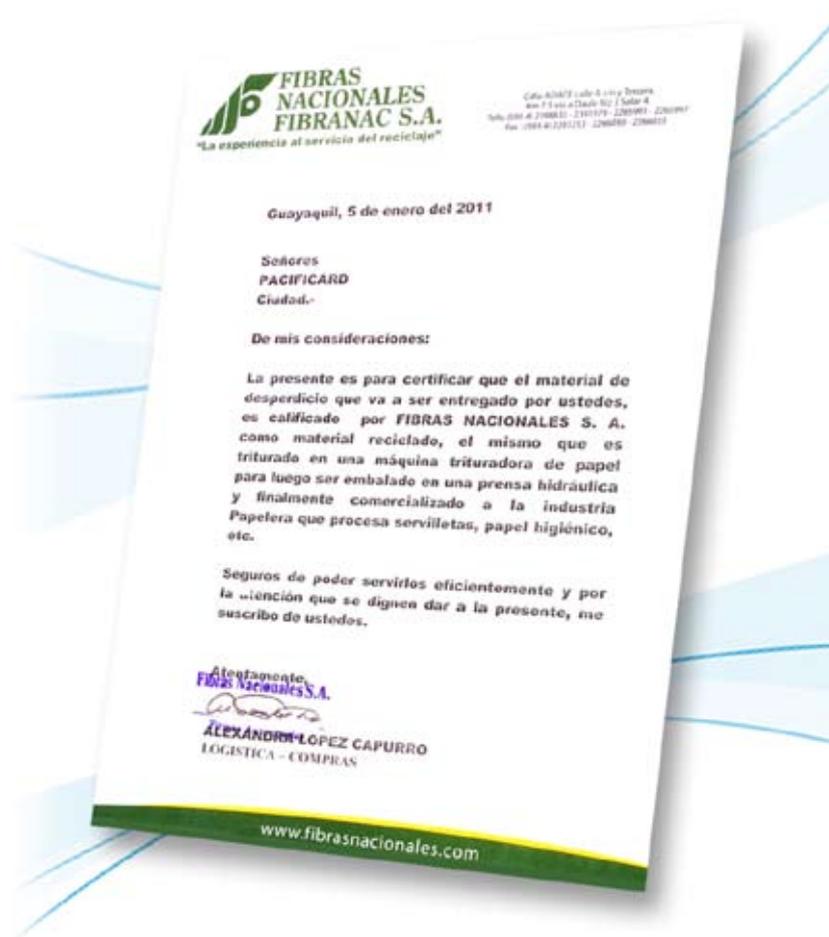
Se mantiene la campaña interna de ahorro en el consumo de papel "Tu papel es importante", logrando una reducción de 402.661 hojas que equivale al 13% en comparación con el año 2009.

Consumo de Hojas:

Año 2009	Año 2010	Variación	
		# de Hojas	%
3.096.459	2.693.798	-402.661	-13%

La organización diseñó un procedimiento para el manejo de residuos el cual permite identificar los desechos sólidos generados en la organización para que puedan ser separados en tachos independientes para cuantificarlos utilizando unidades comparables en libras y kilogramos. Esta clasificación se la hace considerando:

- Papel y cartón
- Plástico
- Desechos varios.



FS8; FS9

Pacificard por su giro del negocio que es emisor y administrador de tarjetas de crédito y medios de pago, no tiene productos enfocados en generar un beneficio ambiental, así mismo no se ha realizado una profundización en el desarrollo de los indicadores medio ambientales para el crédito de consumo y medios de pago.

AneXOS

AneXOS

Anexos

- ESTRATÉGIA Y ANÁLISIS
- PERFIL ORGANIZACIONAL
- PARÁMETROS DE REPORTE
- GOBIERNO, COMPROMISOS Y STAKEHOLDERS
- DECLARACIÓN DEL ENFOQUE GERENCIAL (DEG)
- DIMENSIÓN ECONÓMICA
- DIMENSIÓN AMBIENTAL
- SOCIAL: LABORAL
- SOCIAL: DERECHOS HUMANOS
- SOCIAL: SOCIEDAD
- SOCIAL: RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO O SERVICIO
- SECTOR SUPLEMENTARIO: SERVICIOS FINANCIEROS
- DECLARACIÓN DEL CONTROL DEL NIVEL DE APLICACIÓN GRI



1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1.1	Declaración del máximo personero, quien toma las decisiones en la Organización.	Introducción		6, 7
1.2	Descripción de los impactos, riesgos y oportunidades claves, acerca de la sostenibilidad.	Introducción		6, 7

2. PERFIL ORGANIZACIONAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
2.1	Nombre de la Organización.	1		13
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	1		16, 17
2.3	Estructura operacional de la Organización.	1		18
2.4	Localización de la Sede Principal de la Organización.	1		20
2.5	Número de países en los que opera la Organización.	1		20
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	1		13
2.7	Mercados atendidos (incluyendo desglose por regiones, sectores atendidos, y tipos de clientes o beneficiarios).	5		67
2.8	Tamaño de la Organización.	1		19
2.9	Cambios organizacionales significativos, acerca de tamaño, estructura o dueños, durante el período de reporte.	1		19
2.10	Premios recibidos en el período de reporte.	1		22

3. PARÁMETROS DE REPORTE

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
3.1	Período cubierto (e.j.: fiscal/año calendario) de la información provista.	Introducción		8
3.2	Fecha de la más reciente memoria.	Introducción		8
3.3	Ciclo de reporte de la Memoria.	Introducción		8

3.4	Punto de contacto.	Introducción	8
3.5	Proceso de definición del contenido de la Memoria.	Introducción	9
3.6	Cobertura de la Memoria.	Introducción	8
3.7	Indicar la existencia de limitaciones al alcance de la Memoria.	Introducción	8
3.8	Reporte sobre Joint Ventures, subsidiarias, etc.	Introducción	8
3.9	Técnicas de medición y cálculos de los datos.	Introducción	8
3.10	Explicación sobre los efectos de alguna redeclaración de información de Memorias anteriores y las razones para dichas redeclaraciones.	Introducción	8
3.11	Cambios significativos con relación a Memorias de períodos anteriores.	Introducción	8
3.12	Localización del Índice de Contenidos.	Anexos	89
3.13	Política y práctica actual acerca de la búsqueda de verificación externa de la Memoria.	Introducción	8

4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y STAKEHOLDERS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
4.1	Estructura del Gobierno Corporativo, sus comisiones y su funcionamiento.	2	Estructura Organizacional/ Junta de Accionistas	25, 26, 27
4.2	Indicar si el máximo del Directorio del Gobierno Coporativo tiene también un cargo Ejecutivo.	2		27
4.3	Número de Directores Independientes y/o no Ejecutivos.	2		27
4.4	Mecanismos establecidos a través de los cuales los accionistas y/o empleados transmiten sus recomendaciones al Directorio.	2		30
4.5	Enlace entre la remuneración de miembros del máximo cuerpo de gobierno, gerentes seniors y ejecutivos (incluyendo arreglos de partidas), y el desempeño de la Organización (incluyendo desempeño social y ambiental).	2		27
4.6	Procesos establecidos para los máximos miembros del gobierno corporativo para evitar conflictos de intereses.	2		27
4.7	Proceso para determinar las calificaciones y expertise de los máximos miembros del gobierno corporativo para guiar la estrategia de la Organización en tópicos medio ambientales y sociales.	2		27
4.8	Declaraciones internamente desarrolladas de visión, misión, valores, códigos de conducta y principios relevantes al desempeño económico, social y medio ambiental y/o el avance de su implementación.	2		34
4.9	Procedimientos de los más altos miembros del gobierno para supervisar la identificación y gestión del desempeño económico, social y medio ambiental, incluyendo importantes riesgos y oportunidades, y adherencias y cumplimientos de tratados o estándares internacionales, códigos de conducta y principios.	2		27
4.10	Procesos para evaluación del más alto cuerpo de gobierno sobre su desempeño, particularmente respecto a los ámbitos económico, social y medio ambiental.	2		27

4.11	Explicación de si es que o como el enfoque preventivo o principio de prevención es direccionado en la Organización.	2		35
4.12	Documentos, principios u otras iniciativas económicas, sociales o medio ambientales desarrolladas externamente y a las cuales la Organización se suscribe o adhiere.	2		35
4.13	Membresías de la Organización en asociaciones o grupos colegiados.	2		35
4.14	Listado de los stakeholders de la Organización.	2	Mapeo de los stakeholders	38, 39, 40, 41
4.15	Bases para la identificación y selección de los stakeholders.	2		38
4.16	Enfoque adoptado para la inclusión de stakeholders.	2	Mapeo de los stakeholders	38, 39, 40, 41
4.17	Principales aspectos y preocupaciones de los stakeholders.	2	Mapeo de los stakeholders	38, 39, 40, 41, 42

■ DECLARACIÓN DEL ENFOQUE GERENCIAL (DEG)

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
DEG EC	Declaración del Enfoque Gerencial Dimensión Económica.	3		45
DEG EN	Declaración del Enfoque Gerencial Dimensión Ambiental.	7		83
DEG LA	Declaración del Enfoque Gerencial Dimensión Social Laboral.	4		51
DEG HR	Declaración del Enfoque Gerencial Dimensión Social Derechos Humanos.	7		82
DEG SO	Declaración del Enfoque Gerencial Dimensión Social Sociedad.	7		79
DEG PR	Declaración del Enfoque Gerencial Dimensión Responsabilidad sobre el Producto o servicio.	5		67

■ STANDARD DISCLOSURES PART II: Disclosures on Management Approach (DMAs)

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
DMA EC	Información sobre el enfoque de gestión CE			
Aspectos	Desempeño económico	3		45
	Presencia en el mercado	3		46
	Impacto económico indirecto	3		48
DMA EN	Disclosure on Management Approach EN			
Aspectos	Materiales	7		84
	Energía	7		84

	Agua	7		85
	Biodiversidad	7		83
	Emisiones, efluentes, basura	7		84
	Productos y Servicios	7		85
	Cumplimiento	2		37
	Transporte	7		85
	Generalidades	7		84
DMA LA	Disclosure on Management Approach LA			
Aspectos	Empleados	4		53
	Relaciones empresa/trabajador	4		55
	Seguridad y salud ocupacional COMM	4		56
	Entrenamiento y capacitacion	4		57
	Diversidad e igualdad de oportunidades	4		59
DMA HR	Disclosure on Management Approach HR			
Aspectos	Prácticas de inversión y contratación	7		83
	No discriminación	4		51
	Libertad sindical y negociación colectiva	2		35
	Trabajo infantil	7		83
	Trabajo forzoso	7		83
	Práctica de seguridad	3		48
	Derechos Indígenas	7		83
DMA SO	Disclosure on Management Approach SO			
Aspectos	Comunidad	2 - 7	Lineamientos del Código de Ética/ Comunidad	35/80
	Corrupción	2		34
	Políticas públicas	2		35
	Competencia leal	2		35
	Cumplimiento	2		35
DMA PR	Disclosure on Management Approach PR			
Aspectos	Seguridad y salud del consumidor	2	Políticas de confidencialidad	35

Etiquetado de productos y servicios.	1/5	Productos y servicios/ Políticas en relación a los productos y servicios	13/63
--------------------------------------	-----	--	-------

DIMENSIÓN ECONÓMICA

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
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.	3		46
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	3		48
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	3/7	Valor económico generado y distribuido/Inversión Social	46/80, 81
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	2		34
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	4		55
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	6		75
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	4		55
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.	7		79
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	7		80

DIMENSIÓN AMBIENTAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	7		83
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	7		83

EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	7		83
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	7		83
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	7		83
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	7		83
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	7		83
EN8	Captación total de agua por fuentes.	7		83
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	N/A	No aplica porque no captamos agua de fuentes	N/A
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	N/A	No aplica porque no captamos agua reciclada	N/A
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	N/A	No aplica porque nuestras oficinas no se encuentran en áreas protegidas	N/A
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	N/A	No aplica porque nuestras oficinas no se encuentran en áreas protegidas	N/A
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	N/A	No aplica porque nuestras oficinas no se encuentran en áreas protegidas	N/A
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	N/A	No aplica ya que la naturaleza de nuestro negocio no genera un impacto sobre la biodiversidad	N/A
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	N/A	No aplica ya que la naturaleza de nuestro negocio no genera un impacto sobre la biodiversidad	N/A
EN16	Emissiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	7		83, 84, 85
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	7		83, 84, 85
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	7		83
EN19	Emissiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	N/A	No aplica ya que por la naturaleza de nuestro negocio no emitimos sustancias que reduzcan el ozono	N/A
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N/A	No aplica por la naturaleza de nuestro negocio	N/A

EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	N/A	No aplica por la naturaleza de nuestro negocio	N/A
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	7		83, 84
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	N/A	No aplica por la naturaleza de nuestro negocio	N/A
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	7		83
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	N/A	Debido a la naturaleza de nuestro negocio, no tenemos residuos tóxicos	N/A
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	N/A	Por la naturaleza del negocio nuestros productos y servicios no generan un impacto ambiental	N/A
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	N/A	Por la naturaleza de nuestro negocio el único material de embalaje son los sobres para la entrega de tarjetas y estados de cuenta	N/A
EN28	Coste de multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	N/A	No se han registrado multas o sanciones no monetarias por el incumplimiento de regulaciones ambientales	N/A
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	N/A	Por la naturaleza de nuestro negocio no contamos con transporte para el traslado de mercancías ni del personal	N/A
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	3		46

SOCIAL: LABORAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	4		53, 54
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	4		53, 54

LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	4		55
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	4		55
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	4		55
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.	4		56
LA7	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	4		56
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.	4		56
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	4		56
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	4		57
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.	4		57
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	4		57
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	4		59
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	4		59

■ SOCIAL: DERECHOS HUMANOS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
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.	7		82
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	6		75
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.	7		82
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	7		83
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.	2		34

HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	7		83
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	7		83
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	6		75
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	7		83

■ SOCIAL: SOCIEDAD

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
S01	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	2		35
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	2		35
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	3		48
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	3		48
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	2		34, 35
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	2		34
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia y sus resultados.	2		34
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones .	7		82

■ SOCIAL: RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO O SERVICIO

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
PRI	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.	5		63
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento 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.	5		63

PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	5		64
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	5		63
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	5		67
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	5		67
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	5		72
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes .	5		67
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	5		67

SECTOR SUPLEMENTARIO: SERVICIOS FINANCIEROS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
FS1	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas del negocio.	7		80, 81, 82, 83
FS2	Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio.	7		80, 81, 82, 83
FS3	Procesos para monitorear la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones.	7		80, 81, 82, 83
FS4	Procesos para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas del negocio.	7		80, 81, 82, 83
FS5	Interacciones con clientes/sociedades participadas/socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales.	7		80, 81, 82, 83
FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.) Microempresas/PYMEs/grandes y el sector de actividad.	5		67
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	7		80
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	7		86
FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	7		86

FS10	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	7		80, 81, 82, 83
FS11	Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	7		83
FS12	Políticas de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	7		82
FS13	Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente.	7		82
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.	7		82
FS15	Políticas para el correcto diseño y venta de productos y servicios financieros.	5/7	Propuestas adoptadas a cada cliente/Políticas en relación a los clientes	63, 72/82
	Comunicaciones de mercadeo	5		72
	Privacidad del cliente	5		67
	Cumplimiento	5		64
FS16	Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	5/7	Productos y Servicios/Educación Financiera	63/79
RSC1	Descripción de los elementos sociales de la política de RSE, incluyendo la definición corporativa.	2		34
RSC2	Descripción de la estructura y responsabilidades correspondientes de RSE.	2/3	Gobierno Corporativo/Riesgos y Oportunidades	34/48
RSC3	Informe sobre el número y horas de auditorías del cumplimiento de la política de RSE.	Introducción		8
RSC4	Descripción de los procedimientos para el tratamiento de temas sensibles para las partes interesadas y su sensibilidad a los mismos.	3		48
RSC5	Número de incidentes de incumplimiento de leyes o de códigos reguladores de conducta.	3		48
RSC6	Descripción de los procedimientos de diálogo y participación de las partes interesadas.	2		38
INT1	Descripción de los temas de responsabilidad social abarcados por las políticas de recursos humanos de la compañía.	4		53
INT2	Rotación de empleados.	4		53
INT3	Satisfacción de los empleados en base a los resultados de encuestas realizadas.	4		55
INT4	Retribución de los altos directivos y del consejo de administración.	2		27
INT5	Información sobre los incentivos no están orientados exclusivamente hacia los resultados financieros a corto plazo, sino que contienen elementos adicionales de sostenibilidad.	4		55
INT6	Información sobre el coeficiente de los salarios de las mujeres con respecto a los hombres.	4		55/59
INT7	Información sobre el perfil de los empleados por nivel jerárquico y por país.	4		53
SOC1	Aportaciones realizadas a obras benéficas, inversiones para la comunidad y patrocinios comerciales.	7		80
SOC2	Valor económico creado por actividades de la compañía.	3		46
SUP1	Políticas y procedimientos para controlar el desempeño social de los proveedores.	3 - 6	Valor económico generado y distribuido/Políticas a los proveedores	46, 47, 48/75
SUP2	Satisfacción de los proveedores.	6		75

Declaración del Control del Nivel de Aplicación GRI



 **PACIFICARD**
BANCO DEL PACÍFICO

 *Con PacifiCard tienes siempre historias que contar.*