

Informe **Económico**



## Gestión 2008 Convocatoria a Asamblea General Ordinaria

De conformidad con lo dispuesto en el Art. 14 de los Estatutos Sociales se convoca a los señores accionistas de VISION BANCO SAECA, a la Asamblea General Ordinaria, en primera convocatoria que tendrá lugar el día viernes 17 de Abril de 2009, a las 16:00 horas en su local de Palma esquina Nuestra Señora de la Asunción, y en segunda convocatoria en caso de no haberse reunido el quórum suficiente para la primera, para la misma fecha y en el mismo lugar, una hora después, conforme a lo dispuesto en el Artículo 1083 y 1090 del Código Civil y a la disposición pertinente de los Estatutos Sociales, a fin de tratar el siguiente:

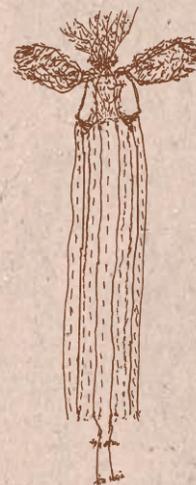
### Orden del día

1. Designación de Presidente y Secretario de Asambleas.
2. Lectura y consideración de la memoria, balance general, cuadro demostrativo de pérdidas y ganancias, Informe de Auditoria Externa e Informe del Síndico, correspondiente al décimo séptimo ejercicio cerrado al 31 de Diciembre de 2008.
3. Determinación del número de directores para la composición del Directorio y elección del Presidente, Vicepresidente y Directores Titulares, conforme a lo dispuesto en los artículos 16° y 17° del Estatuto Social.
4. Elección del Síndico Titular y Suplente, de acuerdo con lo dispuesto en el Artículo 28° del Estatuto Social.
5. Consideración de la propuesta del Directorio sobre la distribución de las utilidades y remuneración de Directores y Síndicos.
6. Designación de Auditores Externos
7. Designación de dos accionistas para suscribir el acta de la Asamblea juntamente con el Presidente y el Secretario.

NOTA: Se recuerda a los señores accionistas lo establecido en los Artículos 1084 y 1085 del Código Civil que establece el depósito de las acciones o los certificados bancarios de depósito de las mismas, por lo menos con tres días de anticipación a la fecha fijada para la asamblea.

Asunción, 27 de febrero de 2009.

El directorio



## Estado de Situación Patrimonial

ACTIVO	31 de diciembre de		PASIVO	31 de diciembre de	
	2008 G.	2007 G.		2008 G.	2007 G.
<b>DISPONIBLE</b>			<b>OBLIG. POR INTERM. FIN. – SECT. FIN.</b>		
Caja	89.823.325.177	15.463.870.411	Banco Central del Paraguay - Fondo de Garantía	806.916.544	503.498.353
Banco Central del Paraguay	75.097.913.796	39.809.397.059	Depósitos - Otras instituciones financieras	6.182.333.934	836.311.118
Otras instituciones financieras	22.615.467.517	26.303.247.756	Préstamos de organismos y entidades financieras	103.395.177.966	55.389.976.584
Deudores por productos financieros devengados (Previsiones)	83.850.507 (37.397.620)	45.321.901 (34.700.557)	Acreeedores por cargos financieros devengados	<b>1.844.544.772</b>	<b>593.521.312</b>
	<b>187.583.159.377</b>	<b>81.587.136.570</b>		<b>112.228.973.216</b>	<b>57.323.307.367</b>
<b>VALORES PUBLICOS Y PRIVADOS</b>	-	<b>3.207.817.206</b>	<b>OBLIG. POR INTERM. FIN. – SECT. NO FIN.</b>		
<b>CRÉDITOS VIG. INTERM. FINAN. SECT. FIN.</b>			Depósitos - Sector privado	624.261.661.846	420.667.602.369
Otras Instituciones Financieras	<b>8.740.356.713</b>	<b>8.355.614.898</b>	Otras oblig. por interme. financiera	-	-
<b>CRÉDITOS VIG. INTERM. FINAN. SECT. NO FIN.</b>			Oblig. o debentures y bonos emitidos en circulación	73.160.000.000	38.800.000.000
Préstamos	662.148.849.699	449.961.146.510	Acreeedores por cargos financieros devengados	<b>8.374.441.541</b>	<b>6.597.768.591</b>
Deudores por productos financieros devengados (Previsiones)	20.789.384.341 (4.959.655.951)	12.951.303.256 (4.282.286.157)		<b>705.796.103.387</b>	<b>466.065.370.960</b>
	<b>677.978.578.089</b>	<b>458.630.163.609</b>	<b>OBLIGACIONES DIVERSAS</b>		
<b>CREDITOS DIVERSOS</b>	<b>19.989.548.756</b>	<b>14.403.981.094</b>	Acreeedores fiscales y sociales	1.825.572.470	1.646.836.152
<b>CRÉDITOS VENCIDOS POR INTERM. FIN.</b>			Ingresos percibidos no devengados	-	2.864.798
Sector no financiero - sector no público	8.356.009.977	7.647.530.167	Otras obligaciones diversas	15.932.414.180	5.145.139.107
Deudores por productos financieros devengados (Ganancia por Valuación a Realizar) (Previsiones)	517.337.555 (46.700.027) (8.595.482.691)	430.452.001 (5.086.795) (7.676.078.910)		<b>17.757.986.650</b>	<b>6.794.840.057</b>
	<b>231.164.814</b>	<b>396.816.463</b>	<b>PROVISIONES</b>	<b>1.908.408.317</b>	<b>1.479.228.003</b>
<b>INVERSIONES</b>			<b>Total del pasivo</b>	<b>837.691.471.570</b>	<b>531.662.746.387</b>
Bienes recibidos en recuperación de créditos	640.131.532	857.207.999	<b>PATRIMONIO</b>		
Inversiones en títulos valores emitidos por sector privado - Renta fija	-	400.000.000	<b>CAPITAL INTEGRADO</b>	<b>38.696.955.298</b>	<b>27.421.955.298</b>
Inversiones en títulos valores emitidos por sector privado - Renta variable	4.042.323.265	335.000.000	<b>CAPITAL SEGUNDARIO</b>	<b>928.044.702</b>	<b>928.044.702</b>
(Previsiones)	(3.734.597.101)	(333.667.555)	<b>APORT. NO CAPIT. - PRIMA DE EMISION</b>	<b>840.501.759</b>	<b>840.501.759</b>
	<b>947.857.696</b>	<b>1.258.540.444</b>	<b>AJUSTES AL PATRIMONIO</b>	<b>7.809.959.542</b>	<b>6.254.853.182</b>
<b>BIENES DE USO</b>			<b>RESERVAS</b>	<b>13.840.584.889</b>	<b>10.182.418.684</b>
Propios	<b>29.328.341.975</b>	<b>21.482.029.548</b>	<b>RESULTADOS ACUMULADOS</b>	-	-
<b>CARGOS DIFERIDOS</b>	<b>6.440.676.486</b>	<b>3.988.972.692</b>	<b>RESULTADOS DEL EJERCICIO</b>		
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>	<b>931.239.683.906</b>	<b>593.311.072.524</b>	Para reserva legal	7.010.776.970	3.658.166.205
			Neto a distribuir - acciones preferidas "A"	1.089.000.000	1.089.000.000
			Neto a distribuir - acciones preferidas "B"	198.000.000	92.018.493
			Neto a distribuir - acciones preferidas "C"	396.000.000	29.265.479
			Neto a distribuir - acciones preferidas "D"	809.027.397	-
			Neto a distribuir - acciones preferidas "F"	123.288	-
			Neto a distribuir - acciones ordinarias	21.929.238.491	11.152.102.335
			<b>TOTAL DEL PATRIMONIO</b>	<b>31.432.166.146</b>	<b>16.020.552.512</b>
			<b>TOTAL DEL PASIVO Y DEL PATRIMONIO</b>	<b>931.239.683.906</b>	<b>593.311.072.524</b>



31 de diciembre de

Cuentas de Contingencias y de Orden	2008 G.	2007 G.
Créditos a utilizar mediante uso de tarjetas	54.423.866.229	39.421.727.708
Otras líneas acordadas	3.546.103.517	
<b>Total de cuentas de contingencias</b>	<b>57.969.969.746</b>	<b>39.421.727.708</b>
<b>Total de cuentas de orden</b>	<b>298.998.985.900</b>	<b>219.624.302.618</b>

Las notas A a M que se acompañan forman parte integrante de estos estados financieros.

## Estado de Resultados

Año que terminó el 31 de diciembre de

	2008 G.	2007 G.
<b>GANANCIAS FINANCIERAS</b>		
Por Créd. vigentes por interm. fin. - Sec. fin.	932.019.780	820.207.999
Por Créd. vigentes por interm. fin. - Sec. no fin.	149.520.955.240	105.527.686.554
Por Créd. vencidos por interm. fin.	599.776.715	854.210.810
Por Rentas y diferencia de cotiz. de Valores Públicos	1.587.131.515	1.199.011.287
	<b>152.639.883.250</b>	<b>108.401.116.650</b>
<b>PERDIDAS FINANCIERAS</b>		
Por Obligaciones - Sector financiero	(4.799.738.569)	(2.233.956.485)
Por Obligaciones - Sector no financiero	(46.848.728.592)	(38.401.314.794)
Por Valuación de activos y pasivos fin. en moneda extranjera-neto	(1.088.409.093)	(2.432.459.292)
	<b>(52.736.876.254)</b>	<b>(43.067.730.571)</b>
	<b>99.903.006.996</b>	<b>65.333.386.079</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO ANTES DE PREVISIONES</b>		
<b>PREVISIONES</b>		
Constitución de previsiones	(23.937.600.169)	(23.200.146.499)
Constitución de prev. por bonificaciones y quitas	12.411.120.244	12.037.578.986
Desafectación de previsiones	(11.526.479.925)	(11.162.567.513)
	<b>88.376.572.071</b>	<b>54.170.818.566</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO DESPUES DE PREVISIONES</b>		
<b>RESULTADO POR SERVICIOS</b>		
Ganancias por servicios	27.126.671.812	21.567.839.647
Pérdidas por servicios	(5.083.120.793)	(4.092.057.998)
	<b>22.043.551.019</b>	<b>17.475.781.649</b>
	<b>110.420.078.090</b>	<b>71.646.600.215</b>
<b>RESULTADO BRUTO</b>		
<b>OTRAS GANANCIAS OPERATIVAS</b>		
Ganancias por créditos diversos	7.643.596.453	5.045.718.475
Otras	3.260.594.307	2.234.826.183
Por valuación de otros activos y pasivos en moneda extranjera	1.059.329.446	2.056.484.033
	<b>11.963.520.206</b>	<b>9.337.028.691</b>
<b>OTRAS PERDIDAS OPERATIVAS</b>		
Retribución al personal y cargas sociales	(50.817.139.906)	(33.710.933.127)
Gastos generales	(32.268.222.975)	(21.159.935.249)
Depreciaciones de bienes de uso	(5.254.453.755)	(4.838.122.006)
Amortizaciones de cargos diferidos	(1.668.718.433)	(1.296.153.279)
Otras	(1.768.053.745)	(1.535.361.085)
	<b>(91.776.588.814)</b>	<b>(62.540.504.746)</b>
	<b>30.607.009.482</b>	<b>18.443.124.160</b>
<b>RESULTADO OPERATIVO NETO</b>		
<b>RESULTADOS EXTRAORDINARIOS</b>		
Ganancias extraordinarias	5.170.142.504	557.807.403
Pérdidas extraordinarias	(844.379.475)	(692.033.932)
	<b>4.325.763.029</b>	<b>(134.226.529)</b>
<b>AJUSTES DE RESULTADOS DE EJERCICIOS ANTERIORES</b>		
Ganancias de ejercicios anteriores	122.737.300	
Pérdidas de ejercicios anteriores	(1.624.963)	(18.066.608)
	<b>(121.112.337)</b>	<b>(18.066.608)</b>
	<b>35.053.884.848</b>	<b>18.290.831.023</b>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA</b>		
	<b>(3.621.718.702)</b>	<b>(2.270.278.511)</b>
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>		
	<b>31.432.166.146</b>	<b>16.020.552.512</b>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		
<b>RESULTADO POR ACCION</b>		
Preferida Clase "A"	18.000	0
Preferida Clase "B"	12.000	0
Preferida Clase "C"	12.000	0
Preferida Clase "D"	7.355	-
Preferida Clase "E"	439	-
Preferida Clase "F"	124.598	0
Ordinaria		

Las notas A a M que se acompañan forman parte integrante de estos estados financieros.



## Estado de Evolución del Patrimonio

	Aportes no capitalizados		Ajustes al patrimonio		Resultados		Utilidad	Total G.
	Capital integrado G.	Capital Secundario G.	Prima de emisión G.	Reserva de revalúo G.	Reserva Legal G.	Acumulados G.	del Ejercicio G.	
Saldos al 31 de diciembre de 2006	20.521.955.298	928.044.702	840.501.759	5.133.320.942	7.214.195.935	-	13.003.509.888	47.641.528.524
Más (Menos):								
- Transferencia de utilidades	-	-	-	-	-	13.003.509.888	(13.003.509.888)	-
- Incremento neto por integración de capital (1) y (2)	6.900.000.000	-	-	-	-	(2.200.000.000)	-	4.700.000.000
- Constitución de reserva legal (1)	-	-	-	-	2.968.222.749	(2.968.222.749)	-	0
- Distribución de dividendos en efectivo (1)	-	-	-	-	-	(7.835.287.139)	-	(7.835.287.139)
- Incremento neto de la reserva de revalúo del año	-	-	-	1.121.532.240	-	-	-	1.121.532.240
- Utilidad neta del ejercicio	-	-	-	-	-	-	16.020.552.512	16.020.552.512
Saldos al 31 de diciembre de 2007	27.421.955.298	928.044.702	840.501.759	6.254.853.182	10.182.418.684	0	16.020.552.512	61.648.326.137
Más (Menos):								
- Transferencia de utilidades	-	-	-	-	-	16.020.552.512	(16.020.552.512)	-
- Incremento neto por integración de capital (3)	11.275.000.000	-	-	-	-	-	-	11.275.000.000
- Constitución de reserva legal (3)	-	-	-	-	3.658.166.205	(3.658.166.205)	-	-
- Distribución de dividendos en efectivo (3)	-	-	-	-	-	(12.362.386.307)	-	(12.362.386.307)
- Incremento neto de la reserva de revalúo del año	-	-	-	1.555.106.360	-	-	-	1.555.106.360
- Utilidad neta del ejercicio	-	-	-	-	-	-	31.432.166.146	31.432.166.146
Saldos al 31 de diciembre de 2008	38.696.955.298	928.044.702	840.501.759	7.809.959.542	13.840.584.889	-	31.432.166.146	93.548.212.336

(1) Aprobado por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de la Sociedad de fecha 19 de marzo de 2007.

(2) Incluye G. 2.200.000.000 provenientes de la capitalización de utilidades del ejercicio 2006 (pago de dividendos en acciones ordinarias) aprobada por la Asamblea Ordinaria de Accionistas de fecha 19 de marzo de 2007, y G. 4.700.000.000 de aportes en efectivo recibidos a través de la oferta pública de acciones efectuada a través de la Bolsa de Valores y Productos de Asunción.

(3) Aprobado por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de la Sociedad de fecha 11 de abril de 2008.

Las notas A a M que se acompañan forman parte integrante de estos estados financieros.



## Estado de flujos de caja

	31 de diciembre de	
	2008 G.	2007 G.
<b>I) FLUJO DE CAJA DE ACTIVIDADES OPERATIVAS*</b>		
Intereses cobrados	144.801.802.165	104.944.715.655
Intereses pagados	(49.871.794.211)	(38.669.238.047)
Ingresos por servicios varios	22.043.551.019	17.475.781.649
Ingresos por créditos diversos	11.026.928.060	7.280.544.658
Pagos efectuados a proveedores y empleados	(73.700.456.345)	(51.821.674.847)
Pagos de impuesto a la renta	(1.998.158.603)	(2.824.667.414)
Variación de préstamos a clientes y colocaciones en el sector financiero	(206.398.046.028)	(163.482.702.640)
Variación de depósitos recibidos de clientes	194.311.329.152	106.221.424.581
Variación neta de valores públicos e inversiones de renta fija del sector privado	3.237.965.708	60.781.141
Flujo neto de caja de actividades operativas	43.453.120.917	(20.815.035.264)
<b>II) FLUJO DE CAJA DE ACTIVIDADES DE INVERSION</b>		
Adquisición de bienes de uso - neto de ventas y/o bajas	(19.817.784.789)	(9.090.140.821)
Flujo neto de caja de actividades de inversión	(19.817.784.789)	(9.090.140.821)
<b>III) FLUJO DE CAJA DE ACTIVIDADES FINANCIERAS</b>		
Incremento de préstamos con entidades financieras	46.225.966.817	29.151.665.825
Integración de capital en efectivo	11.275.000.000	4.700.000.000
Emisión de bonos subordinados	34.360.000.000	28.460.000.000
Pago de dividendos	(12.362.386.307)	(7.835.287.139)
Flujo neto de caja de actividades financieras	79.498.580.510	54.476.378.686
Incremento neto de caja	103.133.916.638	24.571.202.601
Ganancia (Pérdida) por valuación de disponibilidades	2.862.106.169	(3.724.378.266)
Caja al principio del año	81.587.136.570	60.740.312.235
Caja al final del año	187.583.159.377	81.587.136.570

Las notas A a M que se acompañan forman parte integrante de estos estados financieros.

# Informe del Síndico sobre los Estados Contables al 31 de diciembre de 2008

Asunción, 27 de febrero de 2009.

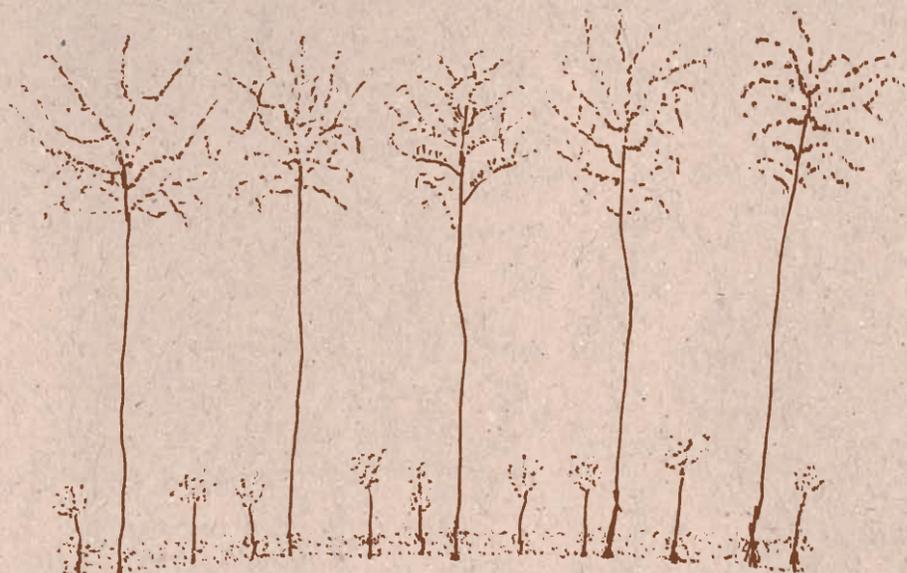
Señores Accionistas:

En cumplimiento de normas legales vigentes, cumplo en informar a los Señores Accionistas, reunidos en Asamblea General Ordinaria, que he procedido a la revisión de la Memoria, el Balance General de Inventario; Cuadro Demostrativo de Pérdidas y Ganancias correspondiente al Décimo Séptimo ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2008 cuyos documentos reflejan razonablemente la situación patrimonial, económica y financiera de VISION BANCO S.A.E.C.A., de conformidad con los libros y registros llevados, conforme a las prescripciones legales y normas establecidas por la Superintendencia de Bancos.

En consecuencia, me permito aconsejar a los Señores Accionistas, la aprobación de los mismos y de la Memoria presentada por el Directorio.

Atentamente,

Lic. Pablo Darío Colmán Barúa  
Síndico Titular



PRICEWATERHOUSECOOPERS

PricewaterhouseCoopers  
General Díaz 521 - 6° Piso  
Edificio Internacional Faro  
Teléfono: 595-21-445003  
Telecopier: 595-21-444893  
Casilla de Correo 975  
Asunción - Paragvay

## INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

2 de marzo de 2009

A los Señores Presidente y Directores de  
Visión Banco S.A.E.C.A.

Hemos examinado los estados financieros adjuntos de Visión Banco S.A.E.C.A. (la Entidad), los cuales incluyen los estados de situación patrimonial al 31 de diciembre de 2008 y 2007 y los correspondientes estados de resultados, de evolución del patrimonio y de flujos de caja por los años que terminaron en esas fechas.

### Responsabilidad de la gerencia sobre los estados financieros

La gerencia de la Entidad es responsable de la preparación y presentación adecuada de los mencionados estados financieros de acuerdo con normas contables vigentes en Paraguay. Esta responsabilidad incluye: i) el diseño, implementación y mantenimiento de controles internos relevantes relativos a la preparación y presentación adecuada de los estados financieros, tal que los mismos estén exentos de errores materiales debido a fraude o error; ii) la selección y aplicación de las políticas contables apropiadas y; iii) la realización de estimaciones contables razonables de acuerdo con las circunstancias.

### Responsabilidad del auditor

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mencionados estados financieros basados en nuestras auditorías.

### Alcance

Realizamos nuestras auditorías de acuerdo con normas de auditoría vigentes en Paraguay emitidas por el Consejo de Contadores Públicos del Paraguay y con lo requerido por los estándares de auditoría independiente establecidos por la Superintendencia de Bancos del Banco Central del Paraguay y por las normas básicas de auditoría de estados financieros estipuladas por la Comisión Nacional de Valores. Tales normas requieren que cumplamos con requerimientos éticos y planifiquemos y ejecutemos la auditoría con el objeto de obtener seguridad razonable de que los estados financieros estén exentos de errores materiales. Una auditoría comprende la realización de procedimientos con el fin de obtener evidencia de auditoría sobre las cifras y exposiciones en los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de errores materiales en los estados financieros, debido a fraude o error. En la realización de estas evaluaciones de riesgo, el auditor considera los controles internos relevantes relativos a la preparación y presentación adecuada de los estados financieros de la Entidad a fin de diseñar procedimientos de auditoría que son apropiados en las circunstancias, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Entidad. Una auditoría también incluye la evaluación de la adecuación de las políticas contables utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables realizadas por la gerencia de la Entidad, así como la evaluación de la presentación general de los estados financieros. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para fundamentar nuestras opiniones de auditoría.



PRICEWATERHOUSECOOPERS

2

### Opinión

En nuestra opinión, los estados financieros adjuntos presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación patrimonial y financiera de la Entidad al 31 de diciembre de 2008 y 2007, los resultados de sus operaciones, las variaciones del patrimonio y los flujos de caja por los años que terminaron en esas fechas, de conformidad con normas establecidas por el Banco Central del Paraguay y con normas contables generalmente aceptadas en Paraguay.

### Informe sobre otros requisitos legales y reguladores

En cumplimiento de disposiciones legales vigentes informamos lo siguiente:

- Visión Banco S.A.E.C.A. mantiene sus registros de acuerdo con lo establecido en la Ley 125/91, Ley 2421/04 y sus reglamentaciones;
- A la fecha del presente informe y considerando los límites de materialidad establecidos, la Entidad ha cumplido con los pagos y/o ha provisionado sus obligaciones impositivas relacionadas con el año finalizado el 31 de diciembre de 2008;
- Se ha dado cumplimiento a lo establecido en la Resolución General N° 20 que reglamenta el artículo 33 de la Ley 2421/04, no habiendo aspectos materiales impositivos que mencionar.

### PricewaterhouseCoopers

E. Rubén Taboada R. (Socio)  
Consejo de Contadores Públicos del Paraguay  
Matrícula de contador público Tipo "A" N° 8  
Registro de firmas profesionales N° 2

Asunción, 18 de diciembre de 2009

Señores

PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Presente

Ref.: Comunicación de Progreso de los Principio del Pacto Global

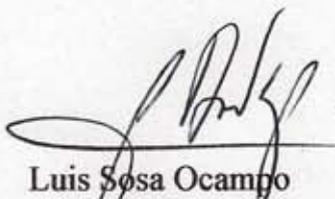
Visión Banco SAECA suscribió en Diciembre del año 2006, su compromiso con los diez principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, asumiendo el desafío de revisar y determinar mejoras en toda su gestión, con el enfoque de la responsabilidad social empresarial, que contribuyan al desarrollo humano sostenible.

En tal sentido, elevamos a consideración del Pacto Global, la segunda Comunicación de Progreso de nuestra entidad para compartir con los demás asociados nuestra experiencia, desafíos y logros referidos al cumplimiento de los 10 principios del Pacto.

Finalmente, reafirmamos nuestra adhesión a esta iniciativa, dejando expreso el interés por una mejora continua en los diez principios del Pacto Global.

  
Lic. Pablo Dario Colmán  
Gerente de Calidad y RSE



  
Luis Sosa Ocampo  
Presidente Ejecutivo



Informe **Social y Ambiental**

## Presentación del informe social y ambiental



*“Nuestro compromiso es con la sociedad,  
con las comunidades y con las generaciones futuras”*

En Visión Banco hacemos de la responsabilidad social, ambiental y cultural, una forma de vida laboral. Actuamos en base de valores y principios éticos y esta forma de gestionar nuestro negocio ha generado un efecto positivo en como nos sentimos y en nuestros resultados económico-financieros, sociales, culturales y ambientales”

“Formular, declarar y comunicar nuestros valores y principios para el público interno y externo reafirma el compromiso de toda la organización con el propósito y fines últimos de Visión; éste es nuestro Modelo de Gestión de Negocios.

## Misión de la Empresa

“Contribuir positivamente al desarrollo económico, la generación de empleos y el alivio de la pobreza ofreciendo en cada mercado, en cada región del país, soluciones sostenibles diseñadas para dar respuestas adecuadas a la mayoría”.

## Visión

“Ser el mejor banco de microfinanzas de América Latina”.

Visión es una empresa microfinanciera regulada, con fines de lucro, que realiza su actividad de intermediación enfocada preferentemente al segmento de clientes microempresarios, quienes componen un mercado de requerimientos financieros con gran potencial de desarrollo para nuestras economías latinoamericanas.

Creemos que los productos y servicios microfinancieros serán de excelente calidad siempre y cuando estén ajustados a las características, intereses y estilos de vida del segmento al cual van dirigidos. Buscamos cercanía al microcliente, agilidad, cortesía, exactitud y responsabilidad social. Solo así lograremos contribuir en forma efectiva al desarrollo.

Tendremos el mejor perfil de riesgo al aplicar las metodologías apropiadas para el tratamiento de los requerimientos de los clientes. Nuestros riesgos están razonablemente atomizados y calzados para minimizar la exposición de las inversiones de la empresa.

Desarrollaremos en el segmento ahorrador la consciencia y el interés por depositar en la empresa, así como en la comunidad de inversionistas institucionales, las que serán retribuidas con el mejor beneficio: seguridad, rentabilidad, liquidez.

El recurso humano de la empresa desarrollará sus competencias en un ambiente profesional y favorecedor de la iniciativa y creatividad, ubicando en el centro de gravedad al cliente, trabajando consustanciado con los objetivos organizacionales, con alto grado de motivación, espíritu de equipo, participación y reconocimiento. Además, todas las personas de la organización mantendrán una actitud de cuidado por el medio ambiente.

Buscaremos consolidarnos como la empresa microfinanciera más rentable, con los menores costes relativos de la industria microfinanciera y las tecnologías de información construidas sobre las características particulares del segmento microempresarial. Marcaremos los estándares de la

industria en términos de eficacia, eficiencia, mezcla de productos, alcance y penetración, satisfacción de los microclientes y presencia activa en los foros de decisión del Paraguay y de la región latinoamericana, interesados por facilitar su acceso a oportunidades de desarrollo a través del sistema financiero formal

## Mega Objetivo

Triplicar el tamaño de las carteras de créditos y depósitos, prestando servicios bancarios de alta calidad a más de 200.000 clientes.

## Visión de servicio al cliente:

“Visitar, escuchar, atender, conocer, satisfacer... uno por uno a nuestros clientes”.

## Filosofía del negocio

Basados en su capital humano, los procesos de negocios y la mejor tecnología disponible, Visión crea una atmósfera de trabajo responsable que le permite atender en forma eficiente, ágil y amigable a todos sus clientes, proveedores y demás grupos de interés.

Para generar alta rentabilidad, beneficio mutuo y relaciones de largo plazo, el centro neurálgico de la estrategia es “conocer al cliente”. Alrededor de este conocimiento dinámico, nuestra organización existe y evoluciona.

## Fundamentos de nuestra gestión de negocios

**Orientación al cliente:** estamos convencidos de que el conocimiento de nuestros clientes, el trato amigable y personalizado así como la rapidez en las respuestas a sus requerimientos, son nuestras principales fortalezas competitivas.

**Creatividad e innovación:** desarrollamos mecanismos de alerta temprana que son llevados a los procesos de negocios para evolucionar y adaptarnos continuamente

**Calidad:** Mejoramos continuamente nuestra actuación y procesos de negocios. La satisfacción de nuestros clientes es nuestro compromiso.

**Empowerment:** nuestra gestión descentralizada requiere que el capital humano en cada centro de atención gestione las relaciones y negocios con responsabilidad hacia los clientes, el capital a su cargo, los objetivos y la estrategia.

**Trato amigable:** este es un elemento que nos hace “inigualables” frente a los competidores, porque las personas merecen ser tratadas con respeto, cortesía y... una amplia sonrisa, que les energice el día al relacionarse con nuestra organización.

**Microfinanzas:** todas las personas de la organización deben tener un profundo conocimiento de los mercados donde trabajamos, a fin de orientar los procesos a la satisfacción de los clientes.

**Diversificación de los riesgos:** la gestión diaria debe incluir responsablemente un análisis de los riesgos organizacionales en todas sus dimensiones: incobrabilidad; calce; operaciones de cambios; tecnologías; concentración.

**Relaciones de largo plazo:** nos proponemos visualizar en todo momento la contribución a largo plazo de las relaciones con nuestros clientes, proveedores y grupos de interés, como elemento clave en el sostenibilidad de nuestra organización.

**Buen ambiente de trabajo:** nuestra organización cuenta con un ambiente de trabajo donde se estimula la responsabilidad, la honestidad, la discreción, la diversidad, el compromiso, la alegría, la creatividad e innovación, la buena comunicación y los equipos de trabajo.

**Seguridad; Rentabilidad; Liquidez:** estos elementos son piedras basales de la existencia de nuestra organización, por lo que las estrategias deben asegurarlos en todo momento.

**Organización flexible:** trabajamos con una estructura organizacional flexible y eficiente, construyendo procesos de negocios apropiados. Somos capaces de responder ágilmente frente a los cambios del entorno y a los requerimientos estratégicos.

**Responsabilidad social y ambiental:** creemos que el desarrollo de

nuestra organización será sustentable siempre y cuando las comunidades donde trabajamos progresen y sepan mantener las riquezas de la naturaleza.

**Rapidez:** en Visión somos conscientes que el tiempo es un bien escaso y muy apreciado por nuestros clientes. Por ello, nuestros procesos son eficientes y los clientes felices.

**Orientación estratégica:** para enfocarnos a nuestra visión y objetivos, la gestión diaria de la organización está orientada por la estrategia.

**Resiliencia:** ante la adversidad, nuestra organización es capaz de resistir y de utilizar el conocimiento como base para construir nuevas habilidades y comportamientos logrando así sostenerse y cumplir sus objetivos. No solo estar en el lugar y momento adecuados, sino que anticiparse a los cambios que se vendrán.





## La responsabilidad social y el desarrollo sustentable



*Para Visión banco, ser socialmente responsable va más allá de obtener certificaciones, cumplir regulaciones y normas y operar con estándares elevados de calidad. Es, en primer lugar, obtener éxito en los mercados y ser sustentable. Es asumir responsabilidad total por los impactos de sus acciones sobre el ambiente natural, las comunidades donde opera, su público interno, accionistas, funcionarios, clientes, proveedores, gobierno y sobre la sociedad en general. Es en definitiva, “generar valor agregado para todos”*



Visión ha decidido adoptar la Responsabilidad Social Empresarial como una herramienta que le permita crear valor para todos los grupos de interés.

Este compromiso va más allá del cumplimiento de regulaciones normas o estándares. El compromiso es actuar sobre una base de principios y valores éticos y transmitir e inculcar esto a los diversos públicos con los que actuamos a diario.

Es además, el compromiso de ser exitosos para que el valor creado por la operación sea sostenible en el tiempo.

Es asumir el compromiso de cuidar el impacto de nuestras acciones sobre el medio ambiente, y aún más, es educar en la responsabilidad ambiental a los diversos públicos con que actuamos.

Es respetar los derechos de los colaboradores, y preocuparnos por su seguridad, bienestar, salud física, mental y espiritual y dotarle de las condiciones de trabajo adecuadas y de la capacitación necesaria para el desarrollo eficiente y eficaz de su trabajo, preocupándonos por el desarrollo integral y por el equilibrio necesario entre trabajo y familia.

Es darle una remuneración, que le permita llevar una vida digna y darle participación en la gestión de su tarea y en los resultados de la organización.

Es respetar los derechos de nuestros clientes, cuidando la comunicación de los atributos de nuestros productos y servicios, ofreciendo solo aquello que podemos cumplir, creando las condiciones para que podamos atender sus necesidades, quejas y reclamos dándoles la seguridad de que sus derechos como consumidor son respetados por la organización.

Es darles a todos nuestros clientes una experiencia de compra inigualable, con un trato amigable que sea gratificante para él como persona, cumpliendo en cada oportunidad la promesa de valor de nuestra oferta.

Es compartir con ellos, el compromiso con la responsabilidad social y darles la oportunidad de ser parte del mismo.

Es ser exigentes con nuestros proveedores en cuanto a la calidad de sus productos y servicios, ayudándoles en el desarrollo de los mismos al nivel de los estándares requeridos. Es crear una relación de ganar-ganar con ellos y hacerles partícipes de los beneficios de la responsabilidad social empresarial como herramienta de gestión.

Es actuar en todos los ámbitos de la actividad gremial y de la sociedad civil participando activamente y promoviendo la construcción de ciudadanía, opinando, proponiendo e incidiendo en las grandes decisiones nacionales o sectoriales que se toman desde el Estado, y fundamental-

mente desde la autoridad regulatoria.

Es en síntesis, influir con otros colegas para que el clima de negocios sea favorable en Paraguay y, hoy concretamente es incidir para la modernización del Estado y el combate a la corrupción e impunidad imperante.

Es dar a las comunidades donde operamos, un apoyo en términos de tiempo, recursos y conocimiento, para el desarrollo de las mismas y, en especial, para la solución de sus problemas más acuciantes.

***¡ Es generar valor sostenible para todos !***





26/6/2008 11:04

## Creación de valor para los grupos de interés

Visión banco buscar ser un actor clave en el desarrollo económico y social del país, convirtiéndose en agente fundamental de la creación de valor, siendo esta una de sus funciones principales y la aportación más importante a la sociedad en general. No se trata de generar valor solo para los accionistas, sino de crear valor también para los colaboradores, clientes, proveedores y la sociedad.

### Valor Económico añadido (EVA) (1) Detalle por grupos de interés

		2007	(millones de Gs.)	2008
Accionistas	Dividendos	12.362		24.421
Empleados	Gastos de personal	33.711		50.817
Clientes	Intereses y cargas asimiladas	78.928		123.035
Proveedores	Otros gastos generales de administración (2)	19.482		30.210
Sociedad	Impuesto sobre beneficios	3.451		5.231
	Contribuciones a la comunidad: Recursos destinados	498		449
	Valor económico añadido (EVA) (1)	<b>148.432</b>		<b>234.163</b>

ER= Estado de Resultado

(1) Calculado siguiendo el model SPI de GRI.Ver [www.spifinance.com](http://www.spifinance.com)

(2) Aproximación adecuada a los pagos realizados a terceros en concepto de compras y servicios prestados.

### Valor económico generado y distribuido

	2007	(millones de Gs.)	2008
<b>Valor económico generado (VEG)</b>	<b>91.994</b>		<b>138.357</b>
Margen de Intermediación	67.766		100.991
Comisiones netas	17.476		22.044
Actividades de seguros	0		0
Otros ingresos ordinarios (1)	7.281		10.904
Otras ganancias y pérdidas netas	-528		4.418
Valor económico añadido (EVA) (1)	<b>77.173</b>		<b>119.820</b>
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>	<b>12.362</b>		<b>24.421</b>
Accionistas: dividendos	0		0
Resultado atribuido a la minoría	27.649		39.350
Proveedores y otros gastos de administración (excluidos sueldos y salarios)	3.451		5.231
Sociedad: Impuestos	33.711		50.817
Empleados: gastos de personal			
	<b>14.821</b>		<b>18.537</b>
<b>Valor económico retenido (VER= VEG-VED)</b>	<b>11.163</b>		<b>11.526</b>
Provisiones y Amortizaciones (2)	3.658		7.011
Reservas			

(1) Incluye resultados netos por puesta en equivalencia + resultados de operaciones financieras + ventas netas de servicios no financieros + diferencias de cambio

(2) Incluye amortizaciones + saneamiento crediticio y otros saneamientos netos y dotación a provisiones netas.



### La acción social desde nuestros inicios

Desde un inicio, el compromiso social de los fundadores se manifiesta en las decisiones y acciones. El foco puesto en las microfinanzas ha sido sin lugar a dudas uno de los hitos fundamentales de impacto social, con lo cual se favorece el acceso a servicios financieros a la mayoría.

La solidaridad ha sido desde el principio, un valor relevante en la organización, consolidada e internalizada de la mano de organizaciones como DEQUENI, de quienes se ha aprendido su espíritu solidario y su compromiso con la niñez y las comunidades

## La estructura organizacional y la implementación de la RSE

La gestión de RSE en la entidad se desarrolla de manera sistemática y planificada a partir de la existencia de una gerencia de RSE responsable de proponer políticas, elaborar planes y presupuestos e implementar programas y acciones para que cada decisión se tome con criterios económicos, sociales y ambientales.

**Definición de Políticas de RSE Estrategia:** Estas políticas son definidas por la alta dirección del Banco, con lo cual éste estamento está absolutamente involucrado.

**Gerenciamiento y liderazgo:** La implementación de las políticas definidas y la elaboración e implementación de los planes de responsabilidad social están a cargo de la Gerencia de Calidad y RSE, con el compromiso de incentivar y liderar los mismos, para movilizar a toda la organización y que las decisiones que se tomen se den en el marco de la RSE.

**Desarrollo de actividades:** La realización de las distintas actividades de RSE en todos sus aspectos involucra a toda la organización, formando parte de las responsabilidades de los encargados de áreas afectados y aquellas definidas en el plan, por lo que la RSE está transversalmente incorporada en la organización

**Voluntariado:** El equipo de voluntarios del banco, convenientemente entrenados y organizados, colaboran en llevar adelante todos los programas de orden social, cultural, deportivo y ambiental, con el concepto claro de que la solidaridad en nuestra organización es de carácter activo.

**Co-responsabilidad de los aliados:** A través de los numerosos convenios de cooperación con fundaciones y organizaciones aliadas, llevamos adelante numerosos programas donde la responsabilidad es compartida con las organizaciones que tienen oficio en cada área de acción elegida.

## El sistema documental

El área responsable de liderar las acciones de RSE se organiza y se documenta adecuadamente considerando especialmente:

**El plan anual:** Todas las acciones de responsabilidad social, ambiental y cultural se encuentran programadas en un plan anual general y están incorporadas a los planes de áreas.

**Programas:** Cada emprendimiento de RSE en el ámbito interno y externo son documentados en programas y resoluciones del comité ejecutivo, donde se especifican las características de los mismos. Los informes finales sobre convenios con fundaciones también forman parte de esta documentación.

**Registración:** Todas las inversiones de RSE son imputadas a cuentas especialmente habilitadas para el efecto y se llevan registros cronológicos para evaluarlo en el tiempo.

**Medición:** Se implementan indicadores que nos permitan medir y visualizar los avances en un determinado periodo y su proyección en el tiempo.**Presupuesto económico de RSE:** Donde se detalla cuantitativamente la inversión que la entidad asigna para las acciones de orden social, ambiental y cultural, sobre el cual se ejerce un estricto control presupuestario.

**Reporte anual:** Material de comunicación para todas las partes interesadas con el cual rendimos cuenta de nuestras actuaciones y demostramos nuestra triple línea de resultados: El económico, el Social y el Ambiental.

## Política de Comunicación

La comunicación de los resultados de RSE se realiza principalmente a través de un Reporte de sostenibilidad anual, con el propósito de hacer conocer el grado de alcance de los objetivos establecidos y específicamente la contribución de los programas implementados en beneficio de las partes interesadas y de toda la sociedad.

Con periodicidad mensual, el Directorio de la entidad recibe información sobre los avances de lo planeado en responsabilidad social y como ésta se va insertando en las acciones de cada área.

El público interno también es informado detalladamente sobre las acciones de RSE, de manera a lograr su adhesión y es capacitado para que sus decisiones cotidianas se den en el marco de la RSE.



### **La comunicación interna está estructurada en base a:**

- La participación activa en la preparación del plan de RSE y de la estrategia
- La información permanente sobre avances de los planes, novedades, proyectos y actividades de la organización, a través de correos electrónicos, reuniones, calendario de actividades y publicaciones en el portal electrónico y la participación efectiva de los colaboradores y voluntarios en las acciones.

**La comunicación externa** se realiza por medio de la presentación del plan anual de RSE, los programas, notas de prensa y la memoria anuales de sostenibilidad, además de las Campañas institucionales.

### **La iniciativa de un reporte con formato global (GRI)**

Visión ha sido la primera empresa paraguaya en emitir un reporte de sostenibilidad al cierre del año 2006 y hacerlo público, elaborada en base a los planes, programas y acciones llevadas a cabo durante el año, para todas las partes interesadas.

El objetivo es poner a conocimiento del público local e internacional, el compromiso de la entidad con la RSE, incorporada en la misma estrategia y en las acciones cotidianas, difundiendo las buenas prácticas y motivando a que otros colegas del sector empresarial las lleven adelante.

Recoge las declaraciones fundamentales que enmarcan nuestro accionar y nos dan el sentido de propósito único, que nos permite desarrollar una estrategia competitiva, integrando lo económico, lo social y lo ambiental

El marco **GRI (Global Reporting Initiative)** pone énfasis en la transparencia como componente fundamental en la información del impacto económico, social y ambiental de las organizaciones, con todos los grupos de interés.

Esta metodología Global de Reporte proporciona un marco fiable y creíble para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

### **Nuestro compromiso de liderar y apoyar la difusión de la RSE**

#### **a) Primer Congreso de Responsabilidad Social Empresarial.**

Presentamos nuestra experiencia acumulada en la inserción de la Responsabilidad Social Empresarial en nuestro accionar cotidiano en el mar-

co del Noveno Congreso Latinoamericano de UNIAPAC y Primer congreso de RSE de la ADEC y tuvimos el honor de apoyar la organización y realización del mismo, en calidad de presentadores oficiales.

Hemos propiciado la participación de los actores claves de la sociedad a este congreso, como ser la de los últimos Egresados de la Maestría de administración de Empresas de la Universidad Católica, entre otros actores, cubriendo los costos de inscripción y participación.

#### **b) XI Foro Interamericano de la Microempresa del BID**

Como el primer Banco de Microfinanzas del Paraguay tuvimos ocasión de ofrecer a los participantes un evento cultural en el Banco Central del Paraguay que transmitió a los mismos nuestra esencia cultural. Nuestra presencia fue además significativa en todo el Foro y presentamos nuestra experiencia en Microfinanzas compartiendo lecciones aprendidas en nuestros 16 años de vida institucional.

#### **c) Participación en “Comunidad construyendo Nación”**

Nuestra entidad fue invitada como entidad bancaria de buenas prácticas al evento de RSE emprendido por AVINA que consistió en una muestra práctica de las contribuciones específicas de cada uno de los estamentos de la comunicad/Nación.

En la misma se identificaron potenciales cooperaciones entre los participantes y se realizaron intercambios de información sobre iniciativas de la sociedad civil y el sector empresarial que contribuyen al desarrollo social.

### **Comunicación de nuestras buenas prácticas**

#### **a) Exposiciones en foros y gremios**

En las ocasiones en que hemos sido invitados a exponer sobre nuestro modelo de gestión basado en la estrategia de RSE, lo hemos hecho con todo gusto y con la convicción de que las buenas prácticas deben ser difundidas por todos los medios posibles, para lograr que más organizaciones se sumen en esta línea.

Así, hemos realizado presentaciones de estas buenas prácticas de RSE en foros empresariales organizadas por la ADEC (Asociación de Empresarios Cristianos) El Club de ejecutivos del Paraguay, en la Red del Pacto Global del Paraguay y Cooperativas, además de los foros de capacitación y formación de varias Universidades.

## **b) Material audiovisual de RSE**

Hemos elaborado un material audiovisual corporativo donde exponemos nuestras políticas de RSE e informamos las buenas prácticas corporativas, para ser difundidas en congresos, foros y exposiciones donde le toque participar a la organización

## **Diálogo con las partes interesadas**

Hemos avanzado en el diálogo con las partes interesadas de la entidad de manera a cuidar y respetar los derechos de todos.

En cuanto a los Clientes, hemos propiciado espacios de consultas con los mismos de tal manera a conocer sus expectativas a cerca de nuestros servicios y atendemos sus sugerencias y reclamos en base a procesos definidos.

Los proveedores trabajan con la Entidad en programas de fortalecimiento de la cadena de valor, siendo un ámbito propicio para escuchar sus sugerencias.

Todos los integrantes del capital humano evalúan anualmente el clima organizacional y aportan opiniones significativas para el mantenimiento de un buen ambiente de trabajo, como también para mejorar los programas de desarrollo humano

Con las comunidades donde operamos tenemos un acercamiento permanente y una afinidad ganada gracias a que nuestros colaboradores de nuestros Centros de Atención, son naturales de esas comunidades.

Por medio de los gremios y organizaciones de las que formamos parte, cooperamos con el gobierno para implementar regulaciones y normativas que contribuyan al desarrollo de la sociedad.

## **Participación en Congresos y foros internacionales de RSE**

La organización no ha escatimado esfuerzos para la capacitación y desarrollo de su Capital Humano en el concepto de la Gestión Empresarial Responsable, por lo que sus ejecutivos han asistido regularmente a foros y congresos internacionales de RSE, organizados por importantes entidades y organizaciones propulsoras del modelo de gestión. En el año 2008, se ha participado en:

### **a) La Conferencia anual de Ethos – Brasil**

Anualmente y por cuarto año consecutivo, participamos de la Conferencia de RSE de Ethos – Brasil, organización que lidera el esfuerzo de la difusión y promoción de la RSE en la región latinoamericana.

### **b) El Foro anual de Redes locales del Pacto Global – Alemania**

Como miembros de la Junta Directiva de la Red paraguaya del Pacto Global, hemos realizado el esfuerzo de participar del foro de Redes Locales del Pacto Global llevado a cabo en Bonn – Alemania.

### **c) VI Congreso latinoamericano de RSE del BID/FOMIN – Colombia**

Participamos anualmente del Congreso anual de BID de RSE, considerado uno de los eventos anuales más importantes del BID, y uno de los foros de RSE más importantes del año

## **Nuestra primera evaluación social – Oikocredit**

La gestión de nuestra entidad ha sido sometida a una primera evaluación de carácter social encargada por OIKOCREDIT, un fondo de financiación de origen Holandés, quienes han llevado adelante un estudio de gestión social de nuestra entidad en base a una herramienta creada por CERISE (Comité d'Échange, de Reflexión et d'Information sur les Systèmes d'Épargne-credit), que es una red que agrupa a organizaciones francesas para el apoyo al sector de las microfinanzas, con el objetivo de capitalizar y compartir información y mejorar las prácticas en este sector.

### **Esta evaluación incluyó cuatro (4) dimensiones de análisis:**

- 1) Alcance a sectores menos favorecidos
- 2) Adaptación de productos al segmento meta
- 3) Mejoramiento del capital social de los clientes
- 4) La gestión de Responsabilidad Social.

### **Nuestros resultados de la Evaluación social**

#### **1) Primera Dimensión: Alcance a sectores menos favorecidos**

**Criterio de evaluación:** Una entidad de microfinanzas originalmente creada para asistir a la población excluida del sistema financiero tradicional. Por lo tanto, es importante verificar que la institución conserve la fidelidad hacia su misión social original y grupo meta.



**Las estrategias principales para alcanzar al grupo meta tradicional, según esta evaluación son:**

- Enfoque geográfico.
- Enfoque individual.
- Enfoque metodológico
- Resultado de la estrategia de enfoque.
  - a) Alcance geográfico de los clientes meta.
  - b) Alcance individual

**2) Segunda Dimensión:** Adaptación de servicios y productos a la población meta

**Criterio de evaluación:** La hipótesis detrás de esta dimensión sostiene que tener impacto social no es solamente que la entidad decida alcanzar una población meta con ciertas características. Si la misma realmente desea tener impacto social en sus clientes, es conveniente aprender sobre las características de la población meta y diseñar los servicios financieros teniendo en cuenta las necesidades y posibilidades de sus clientes.

**Esta sección evalúa la operativa de la entidad con respecto a:**

- Gama de Servicios
- Calidad de Servicios. Esta sección contiene evaluación con relación a tópicos tales como la descentralización, rapidez, transparencia de los servicios y adaptación a las necesidades del cliente.
- Servicios no financieros accesibles a los clientes.

**3) Tercera Dimensión:** Mejorando el capital social de los clientes

**Criterio de evaluación:** El capital social puede ser definido como la capacidad de la gente para cooperar y actuar en forma conjunta, utilizando o creando los vínculos sociales necesarios para avanzar hacia metas sostenibles que sean compartidas y basadas en la solidaridad

La hipótesis detrás de esta dimensión radica en que la confianza entre la entidad y sus clientes puede reducir los costos de transacción y mejorar las tasas de pago, reduciendo, en consecuencia, el comportamiento especulativo y oportunista.

Los indicadores de gestión social deben medir la confianza, el grado de solidaridad y los esfuerzos de la IMF (Instituciones de Microfinanzas) hacia los clientes, brindándoles la organización servicios sólidos, seguros y responsables.

**4) Cuarta Dimensión:** Responsabilidad social de la institución

**Criterio de evaluación:** La conciencia social es un requisito necesario para un comportamiento corporativo socialmente responsable. Requiere una adecuada política de recursos humanos, adaptación de la cultura corporativa de la entidad a su contexto laboral y una constante preocupación hacia sus clientes y la comunidad en donde opera.

**Interpretación de resultados:**

Analizando los resultados de la evaluación podemos observar que la entidad ha logrado un impacto social significativo a través de su actividad. Visión obtuvo 71 puntos, demostrando que la institución tiene un perfil social importante.

Considerando que el máximo puntaje de la evaluación fue de 100 puntos, se puede concluir que la entidad tiene una clara misión social y que están teniendo buenos resultados en esta área.

Dimensiones de evaluación	Entidad: Visión
Enfoque/alcance	19
Adaptación de los servicios	17
Capital social de los Clientes	13
Responsabilidad Social	22
	71



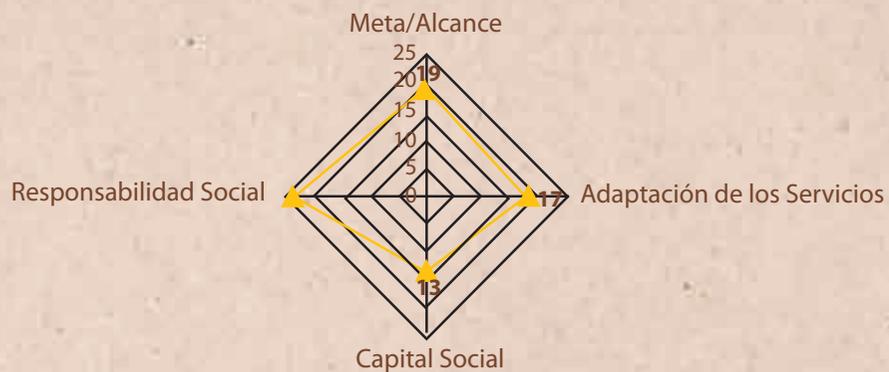
Al examinar cada dimensión por separado, se puede observar que la entidad se ha concentrado en alcanzar a su clientela meta (76%).

Visión demostró un muy buen rendimiento también en la adaptación de los servicios y productos para su segmento meta (80%) y un resultado bueno pero más moderado en la dimensión de mejoramiento del capital social de los clientes (64%).

Y en la cuarta dimensión, la que mide la responsabilidad social de la institución hacia el personal, clientes y comunidad local, Visión obtuvo 88% del total de puntos.

Comparando estos resultados con los obtenidos en las experiencias previas de Cerise en Argentina, Bolivia y Brasil, puede concluirse, que Visión tiene un importante impacto social en sus clientes, y que ha dedicado sus esfuerzos básicamente a la consolidación de sus grupos meta, a la adaptación de sus servicios a las necesidades de sus clientes y al logro de una buena gestión socialmente responsable.

### Resultado de la Gestión Social de Visión por dimensiones



### Resultado de la Gestión Social de Visión por sub dimensiones



## ➤ Valores, cumplimiento y gobierno corporativo



### Valores del Banco

**Humanidad:** respeto a la dignidad y a los derechos de la persona; a la igualdad y a su diversidad.

**Respeto:** tenemos una actitud prudente, tolerante y de aceptación hacia toda persona, que nos orienta al crecimiento con espíritu de autocrítica y conciencia de nuestras virtudes y debilidades.

**Confianza:** desarrollamos relaciones basadas en la consideración personal y profesional, brindando respaldo y seguridad a todos aquellos con quienes nos vinculamos.

**Compromiso:** construimos una gestión basada en el progreso continuo, estimulando la interacción, el esfuerzo y la contribución de toda nuestra gente hacia el logro de resultados.

**Integridad:** asumimos una conducta honesta, racional, transparente, coherente, austera y responsable en la gestión diaria.



## Ética y transparencia

Consideramos que la actuación ética y transparente de las empresas es posible, es un buen negocio y sobre todo es la forma correcta de hacerlo.

En Visión banco, es vital la rendición de cuentas de sus actuaciones a los diversos públicos interesados.

## Principios éticos del Banco

Nuestro actuar en base a valores y principios, genera un efecto positivo en como nos sentimos y en nuestros resultados económico-financieros, sociales, culturales, y ambientales.

### A partir de esto definimos nuestros principios fundamentales:

- a. **La Ética** del capital humano, a través de una conducta profesional recta, imparcial y honesta, dentro y fuera de la entidad, participando en el compromiso social que ésta tiene como miembro de la comunidad en la que se inserta.
- b. **Profesionalidad** de los colaboradores, a través de la prudencia y el cuidado debido, fundamentando sus opiniones y recomendaciones en datos suficientes, contrastados y confiables.
- c. Absoluta **confidencialidad**, respecto a todos los datos e informes de clientes y de la organización, que no hayan sido publicados previamente por la entidad.
- d. Trabajar con **transparencia y respeto** por los acuerdos establecidos, con los diferentes públicos con los que la empresa se vincula.
- e. Buscar satisfacer a nuestros clientes y consumidores, a través de la mejor calidad en el servicio.
- f. Generar acciones **innovadoras** para el crecimiento, y desarrollo que agreguen valor a la empresa, la sociedad y a sus accionistas.
- g. Promover, una comunicación basada en la **veracidad** de las informaciones, y de los hechos.
- h. Contar con un ambiente de trabajo seguro y saludable, que estimule la **iniciativa, la creatividad y el desarrollo continuo** del capital humano de la empresa.
- i. Contribuir al desarrollo integral de las comunidades en donde actuamos, y de la sociedad en general, respetando a su gente, sus culturas y costumbres.
- j. Desarrollar una **gestión sostenible**, buscando resultados en las tres

dimensiones: económico, social y ambiental.

k. **Respetar las leyes** y convenciones nacionales e internacionales, integrando nuestra cadena de valor en este compromiso, y promoviendo un contexto comercial sustentable y competitivo.



## Cumplimiento del compromiso asumido

### Compromiso con la transparencia

Como organización que trabaja sobre la base de la confianza de los distintos actores con los cuales interactúa; Visión desarrolla un esfuerzo extraordinario en los procesos de auditoría, revisión, evaluación, calificación y certificación de su gestión, tanto por su propia estructura de control, la del regulador, analistas y calificadoros externos.

### a) Concurso de Transparencia y provisión de informaciones para publicaciones de indicadores de microfinanzas

Nuestra organización participa anualmente del concurso de transparencia financiera propiciado por **CGAP** (Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Pobre) y provee datos para las publicaciones de indicadores de microfinanzas de **Mix Market** (Iniciativa para la estandarización y transparencia del sector de las microfinanzas en América latina y el Caribe) para la divulgación de información financiera, con lo cual, la misma ha mejorado considerablemente en los últimos tiempos, conforme al número creciente de entidades que han sido reconocidas.

El Premio a la Transparencia Financiera premia el cumplimiento de las normas internacionales sobre divulgación de información financiera y las directrices microfinancieras. Los participantes reciben observaciones detalladas sobre su desempeño y apoyo continuo en la preparación de sus estados financieros.



### b) Auditoría independiente

Como contribución a la transparencia y a la seguridad de nuestros clientes, de los entes de regulación y demás partes interesadas, seleccionamos las más prestigiosas y reconocidas empresas de auditoría independiente a nivel global



Actualmente tenemos contrato de prestación de servicios con la Price-WaterhouseCoopers desde el ejercicio 2006 y con proyección hasta el 2008

### c) Calificación crediticia en escala Global y Clasificación crediticia en escala Local



Desde hace 6 años, Visión es sometida a **calificación crediticia en escala Global** a cargo de Standard and Poors y desde el año 2006 se suma una clasificación crediticia en escala local de Feller-Rate de Chile.

**Estas evaluaciones y sus resultados son emitidas y comunicadas anualmente, y ambas se hallan programadas y presupuestadas para el año 2009**



Calificación Crediticia  
en Escala Global  
**B/Estable/**  
Fecha: 20/09/2008



Clasificación Crediticia  
en Escala Local  
**Solvencia: Py A-**  
**Perspectivas: Positivas**  
Fecha: 30/09/2008

### Compromiso con la Calidad

Visión es una empresa microfinanciera regulada que declara su compromiso por desarrollar e implementar un Sistema de Gestión de la Calidad a fin de satisfacer plenamente los requerimientos de sus clientes. En este sentido, cada miembro de la organización enfocará todos sus esfuerzos a mantener y mejorar continuamente la calidad de nuestros productos, servicios y procesos desarrollados para satisfacer las necesidades, expec-

tativas e intereses de todos los clientes... uno por uno.

La generación de valor añadido para nuestros clientes y colaboradores se basa en la mejora continua de la calidad. El establecimiento de prioridades, los planes de mejora interna y la actividad de los centros de atención al cliente reciben toda la atención y el servicio que estamos comprometidos a prestar bajo los estándares de actuación para adaptar nuestras actividades a la normativa internacional ISO 9001:2000.

A través de esta metodología de trabajo queremos ser percibidos como la mejor empresa financiera en cada barrio, ciudad y localidad, basándonos siempre en la relación más estable, frecuente y cordial con cada uno de nuestros clientes o amigos que decidan depositar su confianza en nosotros.

### a) Certificación de la gestión de la calidad

La organización cuenta con procesos normalizados bajo las Normas ISO 9001:2000 que le ha permitido fortalecer sus ventajas competitivas. Estas certificaciones han identificado **oportunidades de mejora** importantes en la organización. El sistema de gestión de la calidad tiene 6 años de vigencia.

En el año 2006 se ha logrado la primera renovación de la certificación y en el año 2008 se logró la adecuación de la certificación a la condición bancaria, que nos permite garantizar la calidad de todos los productos y servicios a favor de los clientes.

Las auditorias de revisión y certificación están a cargo de la **Tuv Rheinland - Argentina**



**ISO 9001: 2000**  
**Certificado. 01 100 062583**



### **b) Auditorias internas de la Calidad**

Las auditorias de la Gestión de la Calidad son realizadas en forma continua y se cuenta con un Plan Anual de Auditorias de la Calidad aprobado por la Dirección para 2007.

Estas auditorias contribuyen al fortalecimiento del proceso de mejora continua en la organización.

### **Compromiso con los consumidores**

Nuestro compromiso es respetar los derechos de nuestros clientes y consumidores y aportarles valor

Garantizamos los derechos de elegir, de la seguridad de los productos, del acceso a la información abundante, de reclamar y recibir respuesta, de recibir servicios eficientes, de asociarse y del cumplimiento de lo ofertado.

### **Compromiso con los colaboradores**

La Responsabilidad de la organización en cuanto a sus colaboradores, está orientada a mantener competitivas a cada una de las personas, como la estrategia apropiada para asegurar la empleabilidad en el tiempo. Para ello, la organización cuenta con un Plan de desarrollo integral de las personas que tiene como objetivo contar con colaboradores saludables, física, mental y espiritualmente.

### **Compromiso con los gremios**

Visión banco entiende su compromiso con todos los gremios y se constituye en miembro activo de cada uno de ellos, por medio de sus representantes de la línea ejecutiva.

#### **a) Miembro de ADEFI y ASOBANC**

En este sentido tiene un fuerte compromiso con el gremio de las entidades financieras y Bancarias ADEFI (Asociación de Entidades Financieras) del cual es miembro activo y a través del cual se canalizan y se difunden los valores y principios de la organización en busca de reprisar las buenas practicas dentro del mismo y ser generadores activos de cambios positivos.

Ya en la condición bancaria, Visión banco se adhirió a la ASOBANC (Asociación de Bancos del Paraguay) con el firme propósito de sumar esfuerzos para logro de los objetivos afines.

La participación activa en estos gremios constituyen el vínculo valido y efectivo para las contribuciones con el Estado y los organismos de regulación. Esto es extensivo a todo el sector empresarial, a la Cámara de Comercio, a la FEPRINCO, y demás gremios.

#### **b) Miembro de la Red del Pacto Global en Paraguay**

Visión ha suscripto su adhesión al Pacto Global en el año 2006 y formó parte activa del grupo impulsor en Paraguay.

Hoy día, Visión banco integra la Red del Pacto Global en Paraguay, conjuntamente con mas de 30 empresas y organizaciones de la sociedad civil, suscriptoras de esta iniciativa, formando parte del consejo Directivo, y presentó recientemente su Primera Comunicación de Progreso en los principios del Pacto (COP).

El Pacto Global es un foro internacional lanzado en 1999 por el Secretario General de Naciones Unidas, puesto en marcha oficialmente en la sede de las Naciones Unidas en el año 2000. El pacto llama a las compañías a adoptar diez principios relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, ambiente y anticorrupción.

Esta iniciativa aspira contribuir a la emergencia "de valores y principios de la humanidad, de cara al mercado global". Para esto, a través de las compañías, organizaciones de las Naciones Unidas, organizaciones no gubernamentales (ONG's) y otros sectores, se pretende un mercado global más inclusivo y más equitativo.

#### **c) Miembro del Pacto Ético Comercial (PEC)**

Visión ha suscripto el Pacto Etico Comercial (PEC) y es miembro activo de esta iniciativa privada nacional, impulsada desde la Cámara de Comercio Paraguay Americana y la Cámara de Anunciantes, con el auspicio del Departamento de Estado de la Embajada Americana, que propugna la conducta ética del empresariado paraguayo.

Esta organización ha requerido de cada entidad suscriptora del pacto, proveer documentaciones legales, impositivas y declarativas como evidencia documental de la responsabilidad ética corporativa. Visión Banco S.A.E.C.A. ha cumplido con el 100 % de los requerimientos a la fecha.

El PEC ha contribuido en la actualización del Código de Conducta Ética de la organización, y con este respaldo nos encaminamos a certificar como "empresa ética", con programas de integridad funcionando a todos los niveles.

## Vision Banco acompañando los objetivos de desarrollo del milenio.



### d) Miembro de la Red de Microfinanzas

El programa de las Naciones Unidas en el Paraguay también ha propiciado la formación de la Red de microfinanzas en nuestro país, conformada por bancos, financieras y cooperativas orientadas al segmento de microclientes para la oferta de servicios financieros. Visión está comprometida con este desafío desde el inicio y espera contribuir en su afianzamiento, esperando llevar adelante programas que contribuyan con los sectores menos desarrollados de la economía nacional

Visión banco es también miembro de la Red de Microfinanzas de América Latina y el Caribe.

### Compromiso de compartir Información

Visión comparte la información en general, con instituciones y organismos locales y del exterior, a los efectos del análisis comparativo con otras entidades de la Región, con el objetivo de incorporar las mejores prácticas e indicadores de gestión.

La información es compartida también con los diversos actores involucrados y están disponibles para las consultas del tipo que sean. Elaboramos una memoria de sostenibilidad a los efectos de comunicar nuestras acciones de responsabilidad social empresarial. Contamos con un Código de Conducta Ética en la organización que contemplan nuestros principios y valores humanos y rigen nuestras relaciones, nuestros derechos y obligaciones.

## El compromiso de comunicar que hacemos y como lo hacemos

Basados en principios de transparencia y rendición de cuentas a todas las partes interesadas, Visión banco emite reportes institucionales denominados “Memorias” desde su primer ejercicio fiscal y desde el año 2006, emite un reporte de sostenibilidad, siendo la primera empresa paraguaya en hacerlo publico.

Esta memoria actual referente al Ejercicio 2008, es la Tercera edición de la “Memoria de sostenibilidad” de la organización, en la cual se informa sobre una triple línea de resultados

### Control Interno e Informático

En una organización caracterizada por su descentralización y su empoderamiento, la gestión de la unidad de control interno y la de la auditoría informática son de fundamental importancia en el sistema de control interno, como complemento al control ejercido por el Síndico de la sociedad.

### Prevención del lavado de dinero y bienes

Un fuerte impulso a la transparencia y a la seguridad de nuestro actuar es la gestión de nuestro Oficial de Cumplimiento de la Prevención del lavado de dinero y bienes, cuidando la aplicación de las disposiciones legales y políticas internas que a su vez permite generar mejor información de clientes que redundará finalmente en mejores servicios para los mismos. Este año hemos trabajado con apoyo externo especializado con el objeto de lograr afianzamiento en esta gestión y en el 2009 nos prepararemos para certificar nuestro sistema de prevención.

### Calificación CADEF (de la Superintendencia de Bancos SIB – BCP)

La calificación Cadef de la SIB del Banco Central del Paraguay (BCP) al 31.12. 2008, sobre nuestra Entidad, refleja una buena calificación a nuestra gestión, considerando que la misma ha sido afectada por nuestro ingreso a la categoría bancaria.

### Calificación CADEF al 31 de diciembre de 2008

Publicada en cumplimiento del Art. 106° de la Ley 861/96 y elaborada con datos de Estados Contables de la Entidad con dictamen de los Auditores externos independientes. Esta calificación corresponde a la situación de

la Entidad a la fecha de corte indicada, siendo por tanto de carácter estático y esencialmente cuantitativo.

Entidad	Capital 15 %	Activo 40%	Utilidad 10%	Liquidez 20%	Gestión 15%	General	Observac. y/o hechos posteriores
Visión Banco S.A.E.C.A.	100	110	150	100	360	148	Ninguna

Máxima Calificación: 100  
Mínima Calificación: 400

## Gobierno Corporativo

El modelo de gerenciamiento abierto es el modelo escogido para nuestra gestión de dirección donde todos los miembros de la organización tienen la oportunidad de brindar sus opiniones sin perder el respeto a los niveles jerárquicos de la compañía

Planificamos el futuro de la organización con la participación de todos, trabajamos fuerte para su concreción y participamos de la recompensa generada por los resultados

## Organización flexible

La estructura organizacional es flexible y eficiente, donde se diseñan e implementan procesos de negocios apropiados para que seamos capaces de adecuarnos con agilidad frente a los cambios del entorno y a los requerimientos estratégicos

## Proceso de planificación estratégica

Todos los niveles de la organización participan del proceso de planificación estratégica, aportando sus conocimientos, experiencias, puntos de vistas e información con respecto al mercado y los clientes, sean de áreas comerciales o de áreas de apoyo.

Los resultados del análisis estratégico, volcados en los planes anuales y de largo plazo son comunicados convenientemente a todos los miembros de la organización, en forma directa, en sus respectivos puestos de trabajo y éste punto es evaluado por todos los colaboradores en la evaluación del clima organizacional.

## La RSE y la Estrategia

La Responsabilidad social forma parte de la misma estrategia, siendo la sostenibilidad uno de los desafíos estratégicos más importantes. Por ello, todos los esfuerzos están orientados al logro de los objetivos estratégi-

cos de la organización, alineados a la Visión, Misión, y fundamentalmente a las estrategias competitivas y la reputación

A través de cada uno de nuestros programas y actividades de Responsabilidad social, ambiental y cultural, contribuimos al desarrollo de la sociedad, considerando a todas las partes interesadas en la organización.

## Pilares estratégicos de la organización:

- 1. Sostenibilidad**, manteniendo e incrementando el valor a largo plazo de la organización; creando valor económico, social, ambiental y cultural para todos los grupos de interés.
- 2. Crecimiento**, incrementando la dimensión actual de los volúmenes de negocios a fin de alcanzar una economía de escala.
- 3. Rentabilidad**, maximizando la eficiencia y eficacia, dentro de la filosofía de ganar-ganar con los grupos de interés

## Estrategia competitiva

El banco busca posicionarse como una empresa financiera que genera la mejor oferta de servicios financieros como: depósitos a la vista y a plazo en las mejores condiciones de liquidez, seguridad y rentabilidad, otorga créditos más rápidos, a mejores tasas, con la mejor atención al cliente, con mayores facilidades y menor burocracia en la solicitud y el otorgamiento de los mismos y servicios varios de ventanilla, proveyendo un servicio de caja muy valorado por los clientes y los habitantes de las comunidades donde opera, resumiendo todo esto en el slogan "Líder en Microfinanzas".

La creatividad es la principal arma competitiva de la organización, basada en la actitud, motivación e iniciativa de las personas que desarrollan sus competencias en la organización y en la mejor tecnología disponible. Para generar alta rentabilidad, beneficio mutuo y relaciones de largo plazo, el centro neurálgico de la estrategia es "conocer al cliente". Alrededor de este conocimiento dinámico, la organización existe y evoluciona. La empresa desarrolla acciones para lograr que los microempresarios, cuentapropistas y las pymes, perciban que los servicios financieros de alta complejidad están a su alcance sí operan con el banco.

## Objetivos presupuestarios participativos y acordados

La organización ha creado y desarrollado una cultura de constantes desafíos en base a la fijación de metas presupuestarias ambiciosas para todos los productos, distribuidos detalladamente por Centros de atención



a clientes (CACs), con la activa participación de sus Gerentes y la orientación de los supervisores regionales.

Este involucramiento en la elaboración de las metas presupuestarias contribuye a la apropiación de tales objetivos por parte de la fuerza de ventas.

### **El premio de la remuneración variable de gestión**

El logro de los alcances presupuestarios en cada uno de los productos y servicios, es retribuido por medio de incentivos económicos para los gestores directos e indirectos.

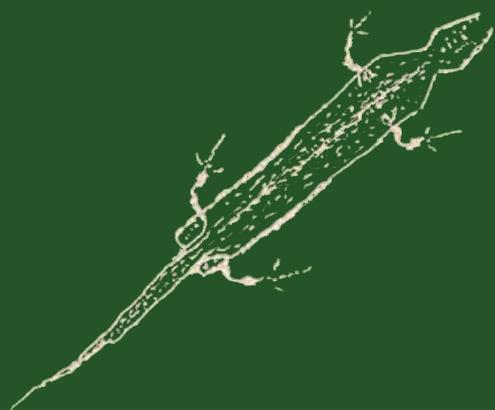
Esta remuneración variable, denominada así por la variedad de metas de productos que involucra, se calcula en base a una formulación que incorpora pesos relativos a cada presupuesto, y el resultado final es el porcentaje de ejecución presupuestaria consolidada, que es multiplicada por una bonificación económica referencial.

Con este sistema de remuneración variable, la organización premia a todos los colaboradores de la organización, por su contribución directa e indirecta en el logro de los resultados comerciales.





## Nuestra gestión de RSE con las partes interesadas



### Todas nuestras partes interesadas

#### Público Interno

Buscamos la Identificación plena de nuestra gente con la misión, visión, valores y objetivos de la organización, construyendo un ambiente confiable, armónico, propiciador del desarrollo, manteniendo un espíritu de superación constante y de respeto a la individualidad, creando un clima de participación en todos los procesos de negocios.

Ayudamos a la gente a lograr su felicidad, a través de la realización personal; a lograr la armonía entre vida, familia y trabajo; **“ayudarles a que sean lo mejor que pueden ser”**, cuidando la salud física, mental y espiritual.



### **Medio Ambiente**

Asumimos el compromiso de cuidar el impacto de nuestras acciones sobre el medio ambiente e incluso educar en la responsabilidad ambiental a los diversos públicos con quienes interactuamos, concientes de nuestra responsabilidad para con las generaciones futuras.

### **Consumidores y Clientes**

Consideramos al cliente como la razón de ser de la empresa, por lo que será determinante en los procesos de negocios, que cada integrante de la familia Visión busque su satisfacción, conocer sus gustos y preferencias, como base para la investigación y el desarrollo de productos y servicios eficientes, para satisfacer y superar sus expectativas. A los consumidores en general le garantizamos sus genuinos derechos

### **Accionistas**

Buscamos la motivación e interés de todos los accionistas en la misión de la empresa; gestionando la organización con total transparencia; lograr su participación en los objetivos organizacionales e interesarles en la triple línea de resultados: el económico, el social y el ambiental.

### **Proveedores y la cadena de valor**

Incentivamos y propiciamos el relacionamiento participativo de los proveedores en los procesos de negocios, orientado al beneficio mutuo (Ganar-Ganar); buscar y contratar empresas y profesionales proveedores que sean responsables, previsibles y organizados, orientados al desarrollo sostenible y con objetivos de relacionamiento de largo plazo.

### **Los gremios, los competidores y el ámbito empresarial**

Buscamos liderar en los gremios y en el ámbito empresarial en general, participando en la construcción de un mejor clima de negocios en el país, siendo agentes multiplicadores y espejo de buenas prácticas. Contribuimos a mejorar el entorno competitivo, con implementación de buenas prácticas que motiven a la industria, procurando en lo posible la Coopetencia, como estrategia donde todos aprendemos y mejoramos los estándares y atributos competitivos para dar más valor a los Clientes

### **Comunidad**

Contribuimos a la generación de mejores condiciones de vida en las comunidades donde la empresa desarrolla su misión.

Creemos que el desarrollo de nuestra organización será sustentable siempre y cuando las comunidades donde trabajamos progresen y cuiden de la naturaleza.



### **Gobierno y Sociedad**

Estamos comprometidos a cuidar el impacto de las normas y regulaciones con respecto a la sostenibilidad del negocio, promoviendo, contribuyendo y participando del diseño del sistema y propiciar mejores regulaciones donde se conjuguen intereses de todas las partes.

La sociedad que confía en nosotros y nos provee de todos nuestros requerimientos para operar tiene nuestro compromiso y nuestra contribución positiva para el desarrollo.



Nuestra Tierra es madre  
de nuestra vida.  
Cuidémosla, cuidémosnos.

**VISION** Banco

## Público Interno

### Competitividad y Empleabilidad

La Responsabilidad de la organización en cuanto a sus **colaboradores**, está orientada a mantener competitivas a cada una de las personas, como la estrategia apropiada para **asegurar la empleabilidad** en el tiempo. Para ello, la organización cuenta con un Plan de desarrollo integral de las personas que forman parte de la organización.

### Capacitación estratégica, operativa y humana

Se fomenta el desarrollo y la capacitación continua para lo cual la organización cuenta con un plan anual que tiene como objetivo central, preparar al capital humano para enfrentar los desafíos estratégicos y mantenerlos actualizados en los diferentes ejes temáticos del quehacer empresarial.

### Asistencia social y escolar

En el plano social, otorga una **ayuda económica** a mitad de año a todos los colaboradores, equivalente a un salario mensual, con el objeto de **sobrellevar el gasto económico que implica la adquisición de útiles y uniformes de inicio de clases**.

### Clima organizacional

Mediante un proceso anual definido y sistematizado, se realiza una evaluación organizacional, con el objeto medir la satisfacción del capital humano e identificar oportunidades de mejoras. Se registran resultados de los 5 últimos años, en cada categoría o línea de consultas a los colaboradores y estas mediciones ayudan a tomar medidas de mejora en beneficio de todo el capital humano. La escala de calificación es de 1 a 5 y sigue el criterio utilizado por el modelo de la Fundación Malcolm Balbrige.

### Infraestructura y Seguridad

Todas las dependencias y sucursales del Banco cuentan con el equipamiento y espacio físico necesario para la realización de la tarea de los colaboradores y la concurrencia de clientes u otros visitantes, así como los elementos para la prevención y eventual reacción ante accidentes, y siniestros. Los elementos detectores de incendios, alarmas, sistemas de

monitoreo permanente y equipos de reacción para incendios, salidas de emergencia, escaleras externas, y bocas de provisión adicional de agua para bomberos, forman parte de la estructura de prevención y reacción para caso de siniestros.

Especialistas en seguridad del Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Paraguay (CBVP), realiza una evaluación de nuestras instalaciones principales y nos informan sobre el estado de nuestros sistemas de seguridad y su adecuación a las normas.

El personal del banco recibió este año capacitación especializada en prevención de accidentes, de sobre planes de reacción ante siniestros y asaltos y otras organizaciones especializadas en el tema y se ha constituido **una brigada especial con 33 miembros de la organización**, para liderar eventuales acciones en caso de producirse eventos.

El diseño y habilitación de nuevas dependencias del banco considera con importancia superlativa, la seguridad y comodidad de nuestros clientes; y el ambiente agradable, cómodo y seguro para nuestros colaboradores. Todas las dependencias del banco cuentan con **custodia** de una empresa de seguridad privada y **seguros contratados** para seguridad del personal, clientes y bienes de la Entidad.

Las licencias municipales, que son exigencias para los locales de la Capital, están en trámite y se espera concluirlos en el 2009

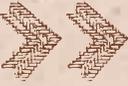
### Tratamiento de la insalubridad

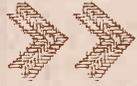
La manipulación del dinero en efectivo y el trabajo en los archivos y bóveda de documentos son considerados procesos nocivos para la salud, por lo que, la organización provee diariamente de leche fluida en sus puestos de trabajo a cada colaborador destinado a estos procesos, con el fin de complementar la alimentación diaria de los mismos y prevenir posibles daños a la salud.

### La solidaridad en la organización

Se promueve el espíritu solidario entre los colaboradores y los mismos pueden manifestar libremente su solidaridad en ocasiones en que crean necesario. También se promueve la participación activa de los colaboradores en los eventos solidarios liderados por la Entidad donde el aporte de los mismos es clave para el éxito del emprendimiento.

De esta manera se pretende sensibilizar a cada miembro del capital humano, sobre las necesidades fundamentales de la sociedad y el compromiso de todos para con los sectores más vulnerables.





### **Programa de Voluntariado**

La organización impulsa y apoya un programa de voluntariado en el cual se identifican a los colaboradores que tienen la voluntad y el tiempo disponible para cooperar en programas de responsabilidad social, ambiental y cultural de la Entidad. Actualmente se cuenta con más de 200 voluntarios, debidamente identificados e inscriptos, con la especificación de los eventos sociales, culturales, deportivos y ambientales en los que desea participar.

### **Seguro para la atención de la salud, pruebas anuales y alta complejidad**

Los miembros de la organización cuentan con un seguro médico de primer nivel para la atención de la salud, con cobertura en la Capital e Interior del país.

Este servicio es extensivo a los cónyuges y demás familiares del beneficiario e incluye el servicio de ambulancia y la asistencia médica de alta complejidad para todos.

Por 3 periodos anuales consecutivos se realiza el Control o chequeo médico anual a los colaboradores de la Entidad que incluye análisis clínico, rayos X de tórax, papanicolau, electrocardiogramas y pruebas de esfuerzo, con el valor agregado de las conclusiones y recomendaciones clínicas sobre los resultados. Estos estudios se realizan actualmente a toda la población laboral.

### **Registro interno de donantes de Sangre**

Hemos implementado en la organización, un registro interno de los donantes habituales de sangre y los eventuales, de tal modo a contar con los mismos en ocasiones en que algún miembro de la organización o familiares de los mismos lo requieran, que en la mayoría de los casos se presentan como casos urgentes.

El espíritu solidario de la organización hizo posible esta base de datos y la misma está disponible para los casos mencionados, administrado por las áreas de Dirección de personas y el área de RSE.

### **El beneficio de los recursos financieros**

Como beneficio a los colaboradores se implementan planes de préstamos ordinarios y tarjetas de créditos para los mismos, en condiciones favorables, con trámites ágiles y disponibilidad inmediata, dada las necesidades de cada uno. Estos recursos financieros facilitan las compras

habituales y el acceso a bienes con mayor comodidad.

### **Seguros de vida y de accidentes personales**

Los traslados de los colaboradores que en el cumplimiento de sus funciones se desplazan de un punto a otro dentro del territorio nacional están totalmente asegurados, especialmente los traslados hacia el Interior del país, con seguro de vida y el seguro de accidentes personales.

### **Bonificación alimenticia**

El costo de alimentación de cada colaborador es cubierto por la organización, a través de una bonificación por almuerzo durante su permanencia en la organización, facilitando el espacio físico adecuado y las comodidades necesarias para garantizar una adecuada alimentación durante las horas de trabajo. Se otorga intervalos de descanso adecuado para la alimentación correcta y saludable

### **Donación de computadoras a colaboradores**

Hemos implementado una campaña de donación de computadoras reacondicionadas para los colaboradores jóvenes que se encuentren cursando estudios universitarios.

Estos equipos han sido retirados de la red del banco considerando las exigencias de nuestras operaciones actuales. Sin embargo los mismos se han reacondicionado adecuadamente y puestas en perfectas condiciones para ser destinados al uso como computadora personal

Los criterios de selección de los potenciales beneficiarios fueron: Ser estudiante universitario cuya carrera dure como mínimo 4 años, estar por lo menos en el segundo año de la carrera, formar parte de la escala salarial mas baja y no contar con computador a la fecha del concurso.

Entre todos los que reunían estas condiciones, que finalmente sumaron la cantidad de 80 colaboradores, se realizó el sorteo pertinente y se entregaron a los ganadores, 20 computadores personales en excelente estado.

### **Beneficios que contribuyen al bienestar físico**

El plan individual de asistencia deportiva implementado tiene la finalidad de prevenir los estados de estrés y mejorar la calidad de vida de los colaboradores. La organización reembolsa el 50 % del costo mensual de gimnasio a los colaboradores que realizan actividades físicas en estos centros deportivos u otros similares. Además se promueven el uso de



los **masajes terapéuticos** de relajación para los colaboradores, de 10 sesiones como mínimo y el costo es cubierto también en un 50 % por la organización, a pedido del colaborador.

También se **incentiva la actividad deportiva grupal**, para lo cual se organizan torneos internos, y dentro del gremio de las entidades financieras y bancarias, involucrando a todos los colaboradores de la organización. La integración de todo el capital humano y sus familias son los objetivos de las **festividades y las celebraciones** en la organización, con las fiestas conmemorativas en días especiales como fin de año, día del niño, día del padre, día de la madre, día de la juventud y el día del trabajador.

### **El espacio cultural en la organización**

Cada año en el mes de noviembre y como aporte del capital humano en recordación de cada aniversario de la organización, los voluntarios llevan adelante el Evento cultural “Descubrí a la Gente de Visión, descubrí sus talentos” en el que funcionarios de Visión demostraron sus talentos en las distintas disciplinas como: canto, baile, actuación, y declamación.

### **Desarrollo personal y familiar**

En el plan de calidad de vida para los colaboradores, la entidad organiza y lleva adelante, charlas, cursos y seminarios sobre como lograr una vida sana, a través de capacitación en nutrición, orientación para las actividades físicas, Conocer los efectos nocivos del tabaquismo, drogas y el alcoholismo, y su prevención.

### **Incentivando y premiando los logros en altos estudios**

A modo de incentivo y reconocimiento por culminación de estudios universitarios cuya duración sea mayor a 4 años, la Entidad entrega una suma fija de dinero a cada egresado para cubrir gastos de tramitación de títulos, certificados y otros gastos propios en la etapa de culminación de la carrera.

### **Alta gerencia, pos-grados, y maestrías**

Los colaboradores del nivel gerencial pueden lograr beneficios económicos para realizar cursos de especialización y actualización tales como Maestrías, pos-grados y cursos diplomados, siempre que guarden relación con la gestión y fines de la Entidad. Este apoyo económico cubre el 50 % del costo de dichos estudios y se financia sin costo el otro 50 % al beneficiario.

## **Medio ambiente**

Asumimos el compromiso de cuidar el impacto de nuestras acciones sobre el medio ambiente e incluso educar en la responsabilidad ambiental a los diversos públicos con quienes interactuamos, concientes de nuestra responsabilidad para con las generaciones futuras.

### **Manejo sustentable de papeles**

Contamos con un convenio con el Programa PROCICLA de la GEAM (Gestión Ambiental) para llevar adelante una campaña de manejo sustentable del papel, a quienes entregamos los papeles y cartones reciclados, permitiendo que mas de 30 familias salgan de los vertederos públicos y trabajen en condiciones dignas en centros de acopio para el reciclado contribuyendo así al desarrollo de los mismos. En la Entidad, contamos con un miembro de esta organización de recicladores que nos ayuda a llevar adelante esta campaña de manejo sustentable de papeles.

En esta campaña comprende la reducción, la reutilización y el reciclado dado que el uso del papel en la organización es importante, por lo que se realiza una campaña de ahorro de mismo, considerando la preservación de los recursos naturales que son insumo para la producción del mismo. En este sentido se promueve el uso del papel impreso **en su anverso**, utilizándolo **en ambos lados**, para los casos de **uso interno**. El papel que ya no se puede utilizar es destinado al reciclado, al igual que los cartones y son entregados a organizaciones de recicladores.

### **Control de emisión de gases tóxicos de vehículos**

Se realiza un control anual de **emisión de gases** a los vehículos de la entidad con el propósito de evitar la polución ambiental, como así también, la realización del mantenimiento mecánico preventivo de los mismos, para evitar una emisión de gas por encima de lo permitido según las normas vigentes

El resultado de dicho control puede ser positivo de (0 a 4 % de emisión) o negativo (mayor a 4 % de emisión de gases) . En el caso de que el control resulte negativo, el vehículo es sometido a mantenimientos mecánicos de rigor para minimizar la emisión y solucionar el inconveniente referido en el informe.

Aquellos casos de vehículos o unidades considerados críticos por los



años de uso y por la emisión de gases por encima de lo permitido, son **renovados**.

### La política de créditos y el cuidado del medio ambiente

Se halla incorporado en el manual de créditos, políticas y procedimientos, las siguientes restricciones de otorgamiento, en relación al cuidado del medio ambiente:

- No financiamiento de actividades prohibidas por las leyes y normas ambientales y sociales de la República del Paraguay, como así también las financiaciones no recomendadas por los organismos internacionales.
- Se ha incorporado como requisito para la aprobación de solicitudes de créditos, la exigencia de la Declaración del Impacto Ambiental, expedido por la SEAM (Secretaría del Ambiente), a solicitantes de créditos que se encuentren dentro de las características y actividades definidas en la Ley 294/93 sobre evaluación del Impacto Ambiental (EIA).

### Campaña ambiental de los Municipios

Anualmente nuestra organización apoya las campañas de la Municipalidad de Asunción del control de emisión de gases de vehículos y las acciones tendientes a concienciar a la ciudadanía sobre este problema de la polución en la capital.

Dentro de este contexto apoyamos en lo económico y en logística, la feria ambiental que se lleva a cabo en uno de los centros comerciales más importantes de la ciudad, tratando todos los temas del cuidado del Ambiente.

### Programa ambiental "Plantemos nuestro futuro"

A través de un convenio con la Fundación Moisés Bertoni, se lleva adelante una campaña de arborización y difusión de la preservación ambiental en las escuelas. Este convenio de cooperación se implementa a través del programa: "Plantemos nuestro futuro" que consiste en organizar jornadas de plantación y arborización donde participan miembros de la organización, técnicos de la Fundación Moisés Bertoni, docentes y niños de las escuelas seleccionadas de la capital y el interior del país.

Se trabaja con niños de los primeros grados de las escuelas y sus maestros, con quienes se realizan charlas de capacitación sobre preparación de suelo, tratamiento de semillas, macetas, riego y cuidados culturales de plantas. También se distribuyen materiales didácticos sobre el tema, a los efectos de que los niños puedan llevar estos instructivos a sus familias.

Cada una de estas jornadas culmina con la plantación de 50 arbolitos, que constituyen la garantía de oxígeno en el futuro y los niños se convierten en guardianes de los mismos.

### Arborizaciones en espacios públicos

La organización lleva adelante con sus voluntarios y el apoyo de la Fundación Moisés Bertoni, arborizaciones especiales en espacios públicos (plazas, parques, áreas verdes) de las comunidades donde tiene presencia, donde la gente concurre para realizar caminatas y esparcimiento al aire libre.

Se contribuye en el mejoramiento de estos espacios verdes enriqueciendo la arborización del lugar y dotándole de cestos para basura, carteles indicadores y mensajes para la preservación del medio.

Se llevaron a cabo **5 arborizaciones especiales** en el año, en la ciudades de San Lorenzo, Tobatí, San Ignacio – Misiones, Caacupé y Villarrica, donde se han plantado mas de 600 árboles de especies nativas .

### Reforestación del bosque atlántico del Alto Paraná

Apoyamos en la difusión y promoción de la campaña impulsada por la organización ambientalista mundial WWF en la región y la Fundación Moisés Bertoni, denominada "**Reforestemos el bosque atlántico del Alto Paraná**".

Promotores ambientalistas de la campaña, apostados en nuestros Centros de Atención, han informado a los clientes sobre la campaña y han adherido a muchos de ellos para el apoyo de campaña.

La información mencionada fue enviada igualmente en los extractos de cuentas, con lo que más usuarios del banco se han sumado como colaboradores de esta iniciativa.

### Concierto "Simbiosis"

Conjuntamente con la Fundación Moisés Bertoni, en su vigésimo aniversario y en coincidencia con el aniversario 16 de nuestra Entidad, hemos realizado un concierto de carácter ambientalista denominado "Simbiosis" con el afamado pianista costarricense Manuel Obregón, donde la música y la naturaleza se han unido en perfecta simbiosis, con lo cual los mas de 800 asistentes, clientes y amigos de ambas organizaciones, han apreciado la riqueza artística del hombre y la riqueza que nos regala la naturaleza, tomando conciencia de la importancia de conservarlo.

El evento constituyó un claro ejemplo del compromiso que tienen, tanto el banco como la Fundación Moisés Bertoni, en preservar el medio natural, especialmente a través de los esfuerzos conjuntos que vienen realizando por las de 6 años .

## ➤ **Consumidores y clientes**

Consideramos a nuestros clientes como la razón de ser de la empresa. Por ello, estamos comprometidos a visitar, escuchar, atender, conocer y satisfacer uno por uno a nuestros clientes.

### **Declaración de derechos de los consumidores**

***Nuestro compromiso...respetar los derechos de nuestros clientes!! Y aportarles valor!!***

#### **El derecho a elegir**

En Visión nos gusta escuchar, atender, conocer y satisfacer uno por uno a nuestros clientes.  
¡Gracias por elegirnos!

#### **El derecho a la seguridad**

En Visión tenemos los mejores productos y servicios para nuestros clientes, garantizándoles la confiabilidad de los mismos. La seguridad física en nuestros locales y de las finanzas de nuestros clientes son nuestra prioridad.

#### **El derecho a la información**

En Visión encontrará toda la información que necesita sobre cada uno de nuestros servicios y sobre el desempeño de la institución.  
Tenemos un compromiso con la transparencia y la rendición de cuentas.

#### **El derecho a reclamar**

Visión le garantiza el respeto y el cumplimiento de las leyes establecidas para proteger sus intereses como cliente, así como la respuesta a sus reclamos cuando se sienta afectado por alguna deficiencia en la prestación de nuestros servicios.

#### **El derecho a asociarse**

Usted tiene derecho a asociarse con los demás clientes para defender sus

derechos; en Visión creamos las condiciones para que podamos atender sus necesidades, quejas y reclamos dándole la seguridad de que sus derechos como clientes son importantes para nosotros.

#### **El derecho a recibir servicios eficientes**

En Visión le brindamos calidad certificada en todos nuestros productos, servicios y procesos, los que han sido desarrollados para satisfacer las necesidades, expectativas e intereses de todos los clientes... uno por uno.

#### **El derecho al cumplimiento de lo ofertado**

En Visión cuidamos la comunicación de los atributos de nuestros productos y servicios, no ofreciendo lo que no podemos cumplir.

*Si cumplimos contigo, COMÉNTALO AFUERA !!  
si NO recibiste el servicio que esperabas,  
POR FAVOR, habla con nosotros!!*

#### **Los productos ofertados son de calidad certificada**

Todos nuestros productos y procesos sin excepción se hallan certificados por las normas de calidad ISO 9001:2000 y ello contribuye a la satisfacción de nuestros clientes.

#### **Información abundante y responsable de los productos**

Comunicamos objetivamente los atributos de nuestros productos y servicios de tal modo a que los clientes y el público en general interesado en los mismos, tomen la oferta con conocimiento acabado de lo que ello implica. Tenemos como lema: No ofrecer lo que no podemos cumplir.

#### **Encuestas de satisfacción de clientes**

Llevamos adelante, encuestas periódicas a nuestros clientes y no clientes de los segmentos meta, para conocer detalladamente sus requerimientos actuales, del tal modo a lograr su satisfacción.

### Consultas a clientes sobre planes de negocios a implementar

Nuestros planes de negocios son puestos a consideración de nuestros clientes y potenciales clientes de los segmentos meta, antes de que sean comercializados, para que los mismos validen con su aceptación, los atributos de los productos y servicios a ofrecer.

### Proceso de quejas y reclamos

Garantizamos un proceso simple y seguro para la atención de sus quejas o reclamos, brindándoles en todos los casos, una respuesta rápida y dándole la oportunidad de que si no queda conforme con la respuesta o no recibe respuesta en el plazo de 15 días, puede el cliente recurrir a la Defensoría del Cliente Financiero de la ADEFI y eventualmente a una etapa de Mediación

### Defensoría del Cliente Financiero de la ADEFI

Nuestra entidad ha liderado la creación de este organismo en el seno de la ADEFI, para garantizar que los derechos de los clientes de las entidades sean atendidos y considerados convenientemente, en especial aquellos referidos a la provisión de información, el cumplimiento de lo ofertado y la atención de quejas. La DCF (Defensoría del Cliente Financiero) es un organismo autónomo y especializado ofrecido por la ADEFI (Asociación de Entidades Financieras), donde los clientes de las entidades adheridas pueden recurrir, en una segunda etapa, de no recibir respuestas a sus reclamos por parte de su entidad financiera, con el objeto de recabar mayor información y propiciar la negociación y la conciliación.

### Servicio de Mediación

Nuestra Entidad y el Centro de Arbitraje y Mediación del Paraguay (CAMP, dependiente de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Paraguay - CNCSP) han acordado la prestación del servicio de Mediación, para que en caso de controversias con los clientes, contemos con otras alternativas de resolución de conflictos.

### Buzón de sugerencias en todos los Centros de atención a clientes

Habilitamos buzones de sugerencias en todos los centros de atención a clientes de la Empresa, a disposición de los clientes, de tal modo a que opinen sobre nuestros servicios, que nos cuenten como les atendemos, si están satisfechos o no con nuestra gestión y esto nos permite mejorar cada día

### Estructura pensada para satisfacer al cliente

Los Centros de Atención a Clientes están diseñados para ofrecer todos los servicios bancarios tradicionales con un fuerte enfoque a las transacciones de caja. Vision considera que las comunidades requieren soluciones crediticias de depósito y de ventanillas que puedan facilitar el desarrollo de los mismos.

Los clientes del segmento meta requieren atención con agilidad para aprovechar las oportunidades del mercado y no cuentan con tiempo para las formalidades propias del crédito. Por ello, nuestra organización se halla estructurada para recoger la información y completar los documentos in situ por medio de los ASMs. (Administradores de servicios financieros).

También nuestros Centros de Atención a Clientes (CACs.) se hallan distribuidos en las zonas urbanas y rurales donde están localizados los clientes del segmento meta, donde contamos con colaboradores que tienen la misión de recibirles con amabilidad y abundante información.

### Día del Cliente

Le dedicamos a todos nuestros clientes, un día especial denominado “**Día del cliente**”. Este día especial lo llevamos a cabo un día de cada mes en todos los centros de atención a clientes como señal clara de lo importante que son para nosotros y que son nuestra razón de ser.

### Captación de Depósitos y otros servicios de microfinanzas

Visión ha consolidado una muy buena posición como captador en el sistema financiero con un fuerte crecimiento en los depósitos a la vista y a plazos, en guaraníes. La preferencia del público viene de la buena atención en todos nuestros centros de atención, la definición de productos considerando las necesidades del cliente, la extensa red de centros de atención y cajeros automáticos y por supuesto, tasas competitivas que ofrece bajo la solidez de la marca.

El diseño de los productos y servicios financieros que ofrece está centrado en las microfinanzas. Visión busca contribuir a una mayor bancarización a través de la oferta de otros productos y servicios de acceso más flexible, principal obstáculo que se encuentra en el sistema financiero formal.

En la población ahorradora se busca generar la conciencia y el interés de depositar sus ahorros y disponibilidades en una organización supervisada, así como la canalización de sus transacciones de pago de servicios

públicos, privados y tributos, transferencias de fondos, remesas, compra venta de divisas, utilización de cajeros automáticos, POS, tarjetas de crédito y débito, a los efectos de minimizar sus costes de transacción, aumentar la rentabilidad de sus negocios, dar satisfacción a sus decisiones financieras y por ende, salir de la informalidad a través de una bancarización accesible y provechosa.

### **Distribución de carácter social de la cartera de créditos**

Definimos como **público objetivo principal** a los microempresarios y trabajadores por cuenta propia del sector formal e informal, que trabajan en las áreas urbana y rural del Paraguay. Este público realiza sus actividades preferentemente en los sectores servicios, comercio, agricultura, ganadería e industria.

Se establecen relaciones de confianza, a partir de la transparencia de las informaciones a los clientes y políticas de la entidad y de la coherencia de éstas en la práctica. Los representantes de la organización realizan un acompañamiento permanente de manera a conocer, mantener y ampliar la clientela, crear una cultura de pago puntual, evitar la pérdida de recursos y adecuar los servicios a las necesidades del público objetivo.

### **La cartera de créditos a la microempresa, urbana y rural**

Los sujetos de crédito de los microcréditos son pequeños comerciantes, productores rurales y asalariados. Su pago se efectúa normalmente en cuotas periódicas, pudiendo ser semanales, quincenales, mensuales, etc., adecuándose al flujo de ingreso normal del cliente. Los microcréditos rurales están dirigidos a pequeños productores del interior del país, establecidos en zonas de influencia de los diferentes centros de atención a clientes (CACs).

### **La cartera de créditos a la Microempresa, por género**

Se favorecen también a los emprendimientos productivos y comerciales liderados por mujeres, quienes aportan en forma importante al ingreso familiar

### **Cercanía y el asesoramiento**

La empresa llega a sus clientes a través de Centros de Atención a Clientes (CACs.) ubicados estratégicamente en los principales barrios de Asunción, las ciudades del Gran Asunción y ciudades del interior del Paraguay, siendo lugares de venta de una amplia gama de servicios financieros en

forma directa. Cada uno de los CAC cuenta con varios Oficiales de cuentas, los que llegan a los clientes utilizando la mercadotecnia de relaciones uno x uno, estableciendo una relación personalizada. Conjuntamente con los sistemas de información y el seguimiento, el Oficial de cuentas parte de la columna vertebral de la tecnología crediticia.

Con los datos que maneja la empresa, se ha podido identificar que uno de los aspectos más importantes al momento de decidir sobre la obtención de créditos, es la ubicación de las oficinas de atención al cliente. La estrategia es establecer CACs en zonas con mayoría de población microempresaria, a fin de permitir la captación de nuevos micro clientes y otorgar mayores facilidades de acceso a los clientes actuales y potenciales.



## **Proveedores y la cadena de valor**

Buscamos establecer relaciones de largo plazo con los proveedores, siempre que sean responsables y previsibles, orientados al beneficio mutuo y al desarrollo sostenible.

### **Compromiso con los Proveedores**

Hemos aprendido y seguimos aprendiendo día a día de esta relación con los proveedores, logrando un desarrollo conjunto. Nuestro compromiso con los proveedores a quienes consideramos nuestros aliados estratégicos es firme y buscamos establecer con ellos, relaciones de largo plazo.

### **Evaluación de los proveedores**

Aquellos proveedores del banco considerados críticos, son evaluados periódicamente y reciben la retroalimentación necesaria para mejorar y fortalecer la cadena de valor.

El Comité de Evaluación de Proveedores es el órgano responsable de la evaluación periódica de los proveedores conforme a sus categorías de modo a que estén debidamente habilitados para la provisión de materiales y servicios.

Los tipos de proveedores de productos y servicios definidos por la organización son 3 (tres) y son las siguientes:

**Proveedores tipo 1:** Aquellos proveedores de productos y servicios considerados críticos para la Entidad, sin los cuales se puede ver afectado

VISION BANCO

**VISION** Banco  
*Lider en Microfinanzas*



VISION BANCO



el servicio al cliente o la continuidad de los servicios de la organización. Estos son evaluados semestralmente.

**Proveedores tipo 2:** Aquellos proveedores importantes cuyos servicios y productos requieren una erogación económica importante y que la calidad de los mismos es de suma importancia para nuestros procesos. Estos son evaluados anualmente.

**Proveedores tipo 3:** Aquellos proveedores de productos y servicios secundarios o proveedores de materiales y servicios varios que se requieren en la organización en forma eventual u ocasional por lo que se requiere de mayor libertad para su adquisición o contratación atendiendo a cuestiones de disponibilidad, conveniencia y rapidez. Estos proveedores no requieren evaluación.

El evaluador deberá calificar con un puntaje del 1 (uno) al 5 (cinco) cada uno de los criterios expuestos en un formulario preestablecido.

Los proveedores con puntajes bajos deben entrar en un plan de mejora, para lo cual son informados en detalle de los resultados de sus evaluaciones.

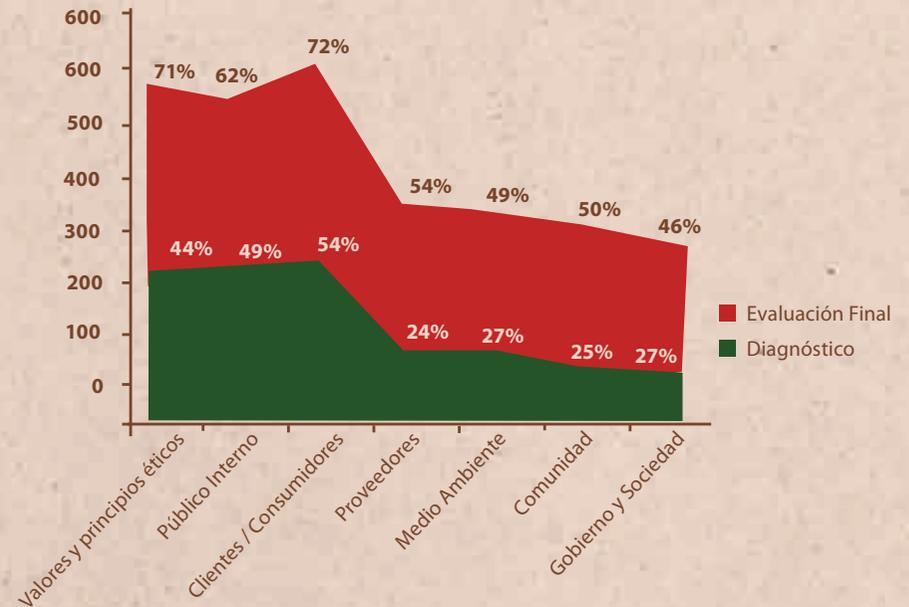
### Fortalecimiento de la cadena de valor con incorporación de prácticas de RSE

Estamos en etapa de culminación del programa de fortalecimiento de la cadena de valor, propiciado por la Asociación de Empresarios Cristianos ADEC, con financiación del BID y nuestra Entidad, que tiene fundamental importancia para el banco por lo que significan los proveedores en la gestión. Este programa permite el fortalecimiento de los proveedores claves o críticos y esta experiencia será beneficiosa para todos los proveedores del banco, especialmente para las Pymes que son la mayoría, haciéndolas más previsibles y eficientes, fortaleciendo las relaciones y la cadena de valor.

Como resultado se puede destacar el mejoramiento de la competitividad y la adecuada adopción de políticas y prácticas de RSE en los 7 proveedores críticos de la cadena proveedora del Banco que participaron del proyecto en un periodo de duración de un año y medio.

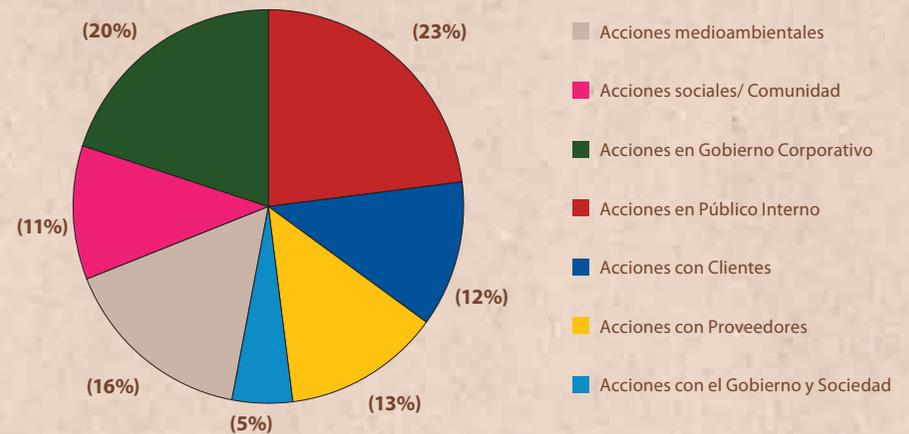
Los representantes de las empresas proveedoras han manifestado que las acciones implementadas contribuyeron en mejorar la imagen empresarial, la relación con los clientes, la productividad, el ambiente laboral y a conciencia en la preservación del medio ambiente.

### Cuadro comparativo de mejoras de indicadores de RSE en la cadena - Por ejes

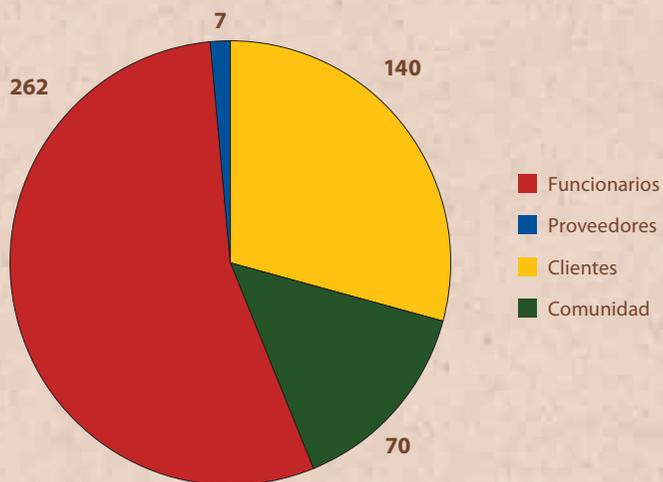


	Valores y Principios Éticos	Público Interno	Clientes/ Consumidores	Proveedores	Medio Ambiente	Comunidad	Gobierno y Sociedad
Evaluación Final	71%	62%	72%	54%	49%	50%	46%
Diagnóstico	44%	49%	54%	24%	27%	25%	27%

### Total acciones de RSE implementadas en las PyMEs: 104



### Personas sensibilizadas en RSE a través de las acciones implementadas en las PYMEs



#### Procesos de compras participativos

El proceso de compras de la organización prevé el análisis de diferentes ofertas de los proveedores antes de la decisión de compra, dando oportunidades de participación a los proveedores habilitados por la organización en el proceso de evaluación previa, en igualdad de condiciones. Este análisis contempla criterios de calidad de los productos o servicios ofertados, cumplimiento legal, compromiso social, entrega, servicios adicionales, disponibilidad en el tiempo y precio.



### Comunidad

Tenemos un firme compromiso con las comunidades donde operamos porque nos interesa su desarrollo sostenible. Queremos ser parte de las comunidades y nuestro éxito en las mismas tiene directa relación con el bienestar de sus pobladores

#### Apoyo de eventos comunitarios

Nuestra entidad apoya y tiene presencia institucional en eventos y festividades de las comunidades donde opera, concientes del compromiso que debemos asumir activamente como miembros de una comunidad.

### Actividades deportivas y culturales

Patrocinamos en este año, varias actividades deportivas y culturales de interés comunitario, donde se destacan 3 programas que se detallan a continuación:

#### Apoyo al Atletismo Nacional

Este año apoyamos de nuevo la Asociación Misionera de Atletismo, particularmente en la organización del Campeonato Nacional de Atletismo, organizada este año por la citada asociación. Acompañamos el esfuerzo de dotar de equipos informáticos y de comunicación a la Asociación, de atuendos deportivos para los atletas y las mejoras en el previo de la pista de atletismo.

#### Feria internacional del Deporte y la Vida sana – Sport Show

Apoyamos la Primera feria internacional del deporte y la vida sana desarrollada en la ciudad capital, donde diferentes estamentos del deporte se han hecho presentes.

En la ocasión, nuestra organización tuvo la oportunidad de difundir sus buenas prácticas y su campaña de vida saludable, realizando charlas sobre el tema y prestando servicios de control de talla, peso, entrega de materiales informativos sobre prevención del riesgo cardiovascular y sobre nutrición, desde un stand implementado para el efecto.

#### Patrocinador de Wellness Paraguay 2008

Nuestra entidad, comprometido con su campaña de vida saludable, apoyó en calidad de banco patrocinador oficial, el evento deportivo denominado Wellness Paraguay 2008, donde deportistas y maestros especializados en deporte, participaron de un ciclo de entrenamiento y capacitación con altos exponentes de la materia venidos del exterior, para un adecuado desarrollo del deporte y lograr mejores beneficios para el cuerpo.

#### Promoción de exposiciones regionales y ferias artesanales

Apoyamos y promocionamos las ferias de artesanos, exposiciones y ferias regionales del comercio y la producción. En apoyo a la iniciativa de los empresarios productores y comerciantes del interior del país, nuestro banco tuvo presencia activa ofreciendo soluciones financieras en las exposiciones regionales de Santa Rita, Expo Norte de Concepción, Expo Canindeyú, Expo Itapúa y la Expo de Pilar.



### **Expoferia de Artesanía paraguaya**

Anualmente nuestra entidad coopera con la Asociación Nacional de Artesanos del Paraguay, (ANAPAR) para la gran muestra de la producción artesanal denominada Expoferia de la Artesanía Paraguaya, donde artesanos de todo el país se nuclean para hacer conocer su trabajo, su creatividad y su ingenio. Además, es propicia la ocasión para poner a disposición de los artesanos, soluciones financieras adaptadas a sus posibilidades, siendo estos emprendedores, parte de nuestro segmento meta.

### **Promoción de la vida sana**

La organización realiza esfuerzos en la promoción de la vida sana a través de la orientación para la lucha contra el sedentarismo, el Tabaquismo, drogadicción y el alcoholismo y promueve la práctica de ejercicios físicos y la buena nutrición, tanto para el público interno como para los miembros de las comunidades donde opera.

### **Cooperación con la Organización Desarrollo en Democracia (DENDE)**

El banco coopera con Desarrollo en Democracia, organización técnica de la sociedad civil que tiene como misión el desarrollo de estudios de investigación en el ámbito social, político y económico con el objeto de aportar tanto al sector privado como al público, información sobre oportunidades de mejoras de las condiciones de vida de los Paraguayos logrando un desarrollo sostenible, respetando la libertad, la democracia y considerando el rol subsidiario y complementario del Estado.

### **Provisión de libros de la reforma educativa a escolares**

A través de un convenio de cooperación con la **“Fundación en Alianza”**, nuestra entidad coopera con donación de libros de la reforma educativa desde el Primero al sexto grado, a niños de escuelas del interior y de la capital, situados en zonas de escasos recursos.- El convenio anual para esta campaña denominada **“Un libro, una Esperanza”**, equivale a entregas programadas a 12 (doce) escuelas, y el criterio básico es entregar a todos los escolares de cada grado y que ninguno quede sin su material básico. Estudios técnicos mencionan que la carencia de textos para la lectura en las escuelas de escasos recursos es acuciante y notoria. Nuestros colaboradores acompañan estas visitas a las escuelas en sus zonas respectivas y participan del proceso de entrega de libros.

### **Promoviendo el emprendedurismo en los Jóvenes**

A través de un convenio de cooperación con el programa Junior Achievement, nuestra entidad promueve la iniciativa, la creatividad y el emprendedurismo en los jóvenes estudiantes del ciclo secundario con el programa **“La Compañía”** que consiste en planificar, desarrollar, constituir y operar una empresa real con los compañeros del colegio, por un periodo de 14 semanas, viviendo la experiencia práctica de los negocios.

Con esto los jóvenes estudiantes adquieren conocimientos de la complejidad y de las ventajas de un sistema económico de mercado, desarrollando sus capacidades creativas y emprendedoras.

Nuestra organización y Junior Achievement seleccionan los colegios con los cuales se implementa el programa, y los mismos deben ser de las áreas de influencia de nuestros CACs, cuyos gerentes y colaboradores son los asesores empresariales durante el tiempo que dure el programa, y asisten a las reuniones semanales de las compañías constituidas.

El programa provee a los jóvenes y asesores, los materiales técnicos necesarios y entrenamiento correspondiente.

En la **“Feria de Emprendedores”**, concursan los líderes de cada una de las compañías constituidas y se premian a las mejores dirigentes, según los criterios definidos en el programa.

Como culminación del programa, se organiza la **“Noche de los héroes”** donde las compañías con mejores resultados, con mejor organización y con mejor acompañamiento, reciben sus justificados premios.

**Excelente año:** Este año, de las 8 compañías auspiciadas por el banco, 5 de ellas han salido premiadas como: Mejor Compañía, por el servicio destacado, por presentación de informes, por el entusiasmo demostrado, y por el asesoramiento.

Finalmente nuestra entidad logró el premio más importante de la noche, **El premio por el compromiso social.**

### **Campaña Socios por un día, de Junior Achievement**

Con una cifra record de 30 alumnos visitantes de distintos colegios de la Capital y el interior, nuestra entidad participó de la campaña anual denominada **“Socios por un Día”** de Junior Achievement, donde estos jóvenes acompañan a los ejecutivos del banco en su jornada laboral, experimentando la labor gerencial de los mismos y de quienes lo alumnos van recibiendo información sobre todo lo actuado en la jornada.



### **Apoyo integral a la Fundación Dequení -Trabajo con Niños, jóvenes y sus familias**

Como cada año, el banco se constituyó como presentador oficial de todos los eventos de la Fundación Dequení durante el año 2008 y el apoyo económico es destinado principalmente a que los niños de la fundación cuenten con un complemento nutricional y la provisión de vacunas de fortificación, con el objeto de favorecer su presencia activa en las escuelas.

**Dequení** es una Fundación sin fines de lucro, que trabaja con niños y con sus familias y sus tutores, para lo cual cuentan con Centros comunitarios en la Capital e interior del país. Esta Fundación brinda una atención integral a niños y niñas de familias humildes, con el objeto de que se conviertan en ciudadanos útiles a la sociedad.- El apoyo de nuestra organización es económico y de voluntariado para todos los programas concretos que tiene la Fundación y es especial a tres actividades tradicionales de la fundación:

Apoyo para el programa denominado **Cena del pan y el vino**, en la capital y en el interior del país, siendo esta una actividad de recaudación de fondos para la Fundación.

Apoyo del banco y de los colaboradores voluntarios en la **Caminata de la Solidaridad**, que es un evento de que busca la concienciación de la ciudadanía sobre las carencias de muchos niños y niñas pobres en nuestro país, y la reivindicación de sus legítimos derechos.

Cooperación con la Campaña de **Becas escolares** para los niños, niñas y jóvenes con quienes trabaja la Fundación, con el lema específico de este año denominado **“Educación costo cero”** que busca concienciar a las autoridades publicas sobre el compromiso de una educación básica gratuita que garantice el desarrollo de toda la población, disminuyendo las desigualdades

Con esta alianza estratégica, cooperamos con el sector de la niñez, brindando una asistencia integral a los más carenciados y además, se logra que los padres experimenten una solución efectiva a los problemas de sus familias, a través de un proceso participativo y autogestionado.

### **Programa de Becas Escolares de la Fundación Dequení**

El capital humano del banco, la dirección y la misma entidad han contribuido especialmente en esta campaña para que **60 niños y niñas** tengan las condiciones necesarias para el año lectivo escolar, como contribución a la disminución de la deserción escolar

### **Oportunidades para jóvenes con capacidades diferentes**

#### **a) Apoyo a las olimpiadas especiales**

Nuestra entidad apoya a las olimpiadas de atletas especiales regionales que se desarrollan en varios departamentos en su etapa clasificatoria para las olimpiadas especiales a nivel nacional. Como compromiso con las comunidades donde operamos, apoyamos este emprendimiento que busca demostrar lo lejos que pueden llegar nuestros conciudadanos con capacidades diferentes

#### **b) Inserción laboral**

Venimos trabajando con apoyo de organismos especializados, preparándonos para dar oportunidades laborales a jóvenes con capacidades diferentes en nuestra organización.

Hemos empezado a incorporar algunos casos y la experiencia es bastante alentadora para la organización, atendiendo a la adaptación de los incorporados, como la positiva acogida del capital humano.

El año próximo trabajaremos en programas de formación, capacitación e inserción de más personas con capacidades diferentes en la organización.

#### **Cooperación con Teletón**

Hemos apoyado decididamente el esfuerzo de la nueva organización de la fundación Teletón – Paraguay en su compromiso con las personas con discapacidades físicas. Participamos activamente del Maratón de solidaridad emprendido por esta organización, donde hemos realizado un aporte importante para las obras sociales de Teletón, producto de una campaña solidaria interna donde se involucraron decididamente los miembros del capital humano del Banco y la misma Entidad.

#### **Pasantías laborales de estudiantes secundarios y Universitarios**

Apoyamos el programa de pasantías laborales de estudiantes secundarios y universitarios del Ministerio de Educación, dándole la posibilidad de la experiencia del primer empleo, ayudándoles a adquirir conocimientos prácticos en la gestión empresarial.

Los estudiantes secundarios, con pasantías laborales de 240 horas mínimas, y para los estudiantes universitarios, 320 horas como mínimo.

Estos estudiantes son registrados como potenciales postulantes a incorporarse al capital humano de Visión, con la ventaja de que ya conocen el trabajo en la organización y ésta conoce la actitud de los mismos.

### Primer empleo

Las pasantías laborales de los jóvenes de la secundaria y los universitarios, establece una importante relación entre los mismos y el banco, al igual que los beneficios del programa “la compañía” de Junior Achievement, con los que se posibilita el primer empleo de estos jóvenes tanto en nuestra entidad como en el resto del mercado.

### Colecta anual de la Fundación Banco de Alimentos

Por cuarto año consecutivo apoyamos a la Fundación Banco de Alimentos y hace dos años en calidad de presentadores oficiales del evento, con la provisión de materiales, medio de transporte, y con el voluntariado del capital humano de Visión para la colecta anual de la fundación, cuya finalidad es la recolección de alimentos a ser destinados a hogares de niños, mujeres y ancianos, gracias al aporte de las personas, industrias, comerciantes y clientes de los principales supermercados y comercios.

### Cooperación con la Cruz Roja Paraguaya

Hemos participado activamente de la fiesta de la banderita de la Cruz Roja Paraguaya, evento que permite a esta organización con 89 años en nuestro país, recaudar fondos para el logro de su misión social. Hemos habilitado una mesa receptora en ocasión del evento, hemos habilitado una cuenta de ahorro en la cual hemos depositado nuestro aporte voluntario y hemos involucrado a nuestros colaboradores y clientes en esta campaña solidaria.

### Cooperación con las Aldeas infantiles S.O.S. del Paraguay.

Hemos comprometido nuestro apoyo a la campaña de recaudación de aportes de las Aldeas S.O.S. del Paraguay a través de un convenio de cooperación firmado. En cumplimiento a este compromiso hemos enviado materiales informativos de la campaña por medio de los extractos de cuentas y hemos invitado a los clientes del banco a cooperar en los programas educativos de Aldeas S.O.S.

### Cooperación con Fundación Corazones por la Infancia

Nuestra organización apoya a esta fundación que tiene como objetivo principal, la lucha por los legítimos derechos del niño y los jóvenes, a través de la ayuda a hogares de niños, jóvenes y mujeres y con programas especiales que buscan disminuir los niños y adolescentes en las instituciones u hogares, buscándoles familias acogedoras, la vuelta de los

mismos a sus familias biológicas y la búsqueda de padres adoptivos. Nuestro apoyo específico para sus programas de **Familias Acogedoras** (programa “Nido”) para niños de la primera infancia, su **Cena de Recaudación de fondos y la Caravana Navideña.**

### Cooperación con la Fundación ASOLEU y KUÑA ATY

Con nuestra participación como auspiciante del evento “**Todo bicho que camina va a parar en el asador**” hemos cooperado con la Fundación para niños y niñas con leucemia llamada ASOLEU y con la Fundación Kuñá atý, organización líder en la lucha por los derechos de la Mujer. El evento de referencia movilizó a todos los sectores de la sociedad a través de una campaña mediática muy importante, con lo que logró una importante contribución para ambas organizaciones sociales.



## Gobierno y sociedad

Nuestra organización opera dentro de una Sociedad con la cual se siente comprometida, y nuestros colaboradores, proveedores, clientes, y competidores forman parte de esta sociedad.

Dentro de este concepto de relación directa, nuestra organización entiende su compromiso con el desarrollo sostenible de la Sociedad, la sociedad de donde nos proveemos, la sociedad donde nos relacionamos, la sociedad a la cual servimos y la Sociedad que nos Regula.

### Contribución impositiva al Estado

Conforme a la Clasificación de la Subsecretaría de Estado de Tributación, nuestra Entidad forma parte de la categoría de Grandes Contribuyentes y figura entre las veinte (20) empresas de mayor contribución impositiva al Fisco.

• Impuesto a la renta sobre Ejercicio 2007	2.270.278.511 G.
• Impuesto a la renta sobre Ejercicio 2008	3.625.894.464 G.

### Contribución impositiva a los Municipios

Todos los centros de atención a clientes, que son las unidades productivas de la organización, incluidas la Casa Matriz, contribuyen impositivamente con los Municipios donde operan conforme al volumen de las operaciones, en concepto de Patente Municipal Comercial

• Patente Municipal en la ciudad de Asunción	148.421.000 G.
--	----------------



- Patente Municipal en las ciudades de Gran Asunción 98.754.732 G.
- Patente Municipal en las ciudades del Interior 171.682.432 G.

### Ocupación laboral en la Organización

Al cierre del ejercicio 2008, la población laboral en la Entidad asciende a **725** colaboradores, caracterizado por un buen equilibrio de género, alto porcentaje de jóvenes e importante cantidad de casos de primer empleo.

• Total de colaboradores al cierre de 2008	100%	725
• Funcionarias Mujeres al cierre año 2008	51%	370
• Mujeres en Cargos Gerenciales año 2008	12%	44

### Contribución a la Salud de la Ciudadanía

Cooperamos con las respectivas regiones sanitarias del país, dependientes del Ministerio de Salud Pública, para la difusión e implementación de sus respectivos programas, principalmente en las siguientes

#### Apoyo a campañas de vacunación

La organización apoya la **campana anual de vacunación de carácter nacional**, organizando visitas de los funcionarios del ministerio, para realizar las vacunaciones a los miembros de la organización y dispone de sus instalaciones para que los clientes que llegan a las oficinas, puedan acceder a este beneficio.

#### Difusión y promoción de las campañas preventivas de salud

Apoyando en la **campana de difusión de los programas de prevención de enfermedades y epidemias**, con la provisión de materiales varios e información de salud por medio de materiales de difusión.

Este año se implementaron materiales informativos para:

- Campaña de lucha contra el Dengue
- Campaña del cuidado del Corazón
- Campaña de control de la Hipertensión arterial
- Campaña de control de la glicemia
- Campaña de promoción de vida saludable
- Campaña de vacunación anual

#### Programa de control del Tabaquismo

Nuestra cooperación se extiende a la **campana anti-tabaco** denomi-

nada "Déjalo y gana" del Programa de control del tabaquismo, difundido por todo el país, poniendo foco en los colegios, universidades, empresas y centros comerciales en esta campaña.

Nuestro aporte consiste en la provisión de afiches informativos para la campaña y la donación de los premios para los ganadores del concurso nacional (ex fumadores premiados) y a los padrinos de los concursantes.

#### Programa de control de la hipertensión arterial

Apoyamos también a la **Campana Preventiva de Control de la Hipertensión Arterial**, del Instituto de Prevención Cardiovascular del Ministerio de Salud, que tiene como misión concienciar a la ciudadanía sobre el cuidado y control de la presión arterial. El apoyo consiste en aportar materiales informativos y los eventos organizados a favor de campaña, facilitar los locales del banco para el control de presión a los clientes que acuden a nuestras oficinas y el control de los miembros de nuestra Organización.

#### Contribución al empleo joven

Apostamos a la gente joven de nuestro país, dándoles la oportunidad de aprender y trabajar en la organización, en la capital e interior, siendo para muchos de ellos, su primer empleo. La curva de aprendizaje de estos nuevos empleados es más extensa, por lo que se registra el costo medio de capacitación de los mismos en ese plazo.

#### Contribución a la inserción laboral de la mujer

La mujer tiene igual oportunidad de desarrollo profesional en nuestra organización y muchas de ellas se destacan en puestos superiores.

#### Contribución a la oferta laboral en el interior del país

Brindamos oportunidades de trabajo a jóvenes de las comunidades del interior donde operamos; para muchos de ellos constituye el primer empleo.





ision Banco



**CII**

Corporación Interamericana de Inversiones  
Miembro del Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

## Gremios y organizaciones

Programa: Compromiso con los gremios	Horas anuales	Valor
Participación de Ejecutivos en la ADEFI y ASOBANC	288	28.800.000
Participación de Ejecutivos en la FEPRINCO	156	15.600.000
Participación en convocatoria del gobierno y organiz. internacionales	60	6.000.000
Participación de Ejecutivos en la Red de Microfinanzas	140	14.000.000
Participación de Ejecutivos en la ADEC (Asoc. de Empresarios crist.)	124	12.400.000
Participación de Ejecutivos en la Cámara de Comercio	220	22.000.000
Participación de Ejecutivos en el Pacto Global - PNUD - Py	150	15.000.000
Participación de Ejecutivos en el PEC (Pacto ético comercial)	86	8.600.000
Participación de Ejecutivos en DENDE (desarrollo en Democracia)	48	4.800.000
Participación de Ejecutivos - Otros Gremios	120	12.000.000
<b>Total de horas laborales de ejecutivos invertidas en gremios</b>	<b>1392</b>	<b>139.200.000</b>
Valor estimado en guaraníes de cada hora de nuestros Ejecutivos		100.000
Total de aportes y pago de cuotas sociales a gremios		67.462.000
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaraníes:</b>	<b>206.662.000</b>

## Público Interno

Capacitación y asistencia social al Capital Humano	Beneficiarios	Valor
Cantidad de cursos para el desarrollo profesional, laboral y personal		113
Horas totales de capacitación año 2008		7.220
Inversión total en Capacitación		356.611.413
Asistencia Social y Escolar	629	1.301.098.595
Asistencia para cursos de Pos grados y Maestrías	8	25.684.296
Incentivo por culminación de estudios terciarios	8	6.976.000
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaraníes:</b>	<b>1.690.370.304</b>

Seguro Médico Privado para el Capital Humano	Beneficiarios	Valor
Cantidad de colaboradores beneficiados	621	
Cantidad de Familiares beneficiados	1.444	
Aporte de la Entidad sobre costo Total ( 75 %)		2.260.246.184
Chequeo médico integral a colaboradores - año 2008	235	
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaraníes:</b>	<b>2.260.246.184</b>

Asistencia financiera a colaboradores	Beneficiarios	Valor
Saldo de Cartera de préstamos a funcionarios	345	3.337.965.077
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaraníes:</b>	<b>3.337.965.077</b>

<b>Seguro de vida y de accidentes a colaboradores</b>	<b>Beneficiarios</b>	<b>Valor</b>
Cantidad de colaboradores viajeros beneficiados	31	87.830.040
Valor asegurado		1.030.000.000
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaranies:</b>	<b>87.830.040</b>

<b>Actividades recreativas y deportivas</b>	<b>Beneficiarios</b>	<b>Valor</b>
Cantidad de Eventos deportivos colectivos organizados		4
Cantidad promedio de participantes en eventos colectivos	500	
Inversión anual en actividades deportivas colectivas		40.000.000
Total reembolso de cuotas-actividades deportivas individuales	63	
Inversión anual en actividades deportivas individuales		2.962.500
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaranies:</b>	<b>42.962.500</b>

<b>Festividades, celebraciones, esparcimiento e integración</b>	<b>Beneficiarios</b>	<b>Valor</b>
Eventos que involucran al 100 % del Capital Humano	2	312.432.549
Eventos día de la madre y del padre	2	14.701.500
Obsequios por casamiento de colaboradores	16	4.481.877
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaranies:</b>	<b>331.618.926</b>

<b>Programa: Asistencia alimenticia a colaboradores</b>	<b>Beneficiarios</b>	<b>Valor</b>
Cantidad de colaboradores beneficiados	551	1.231.940.000
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaranies:</b>	<b>1.231.940.000</b>

<b>Provisión de leche a colaboradores c/ trabajo insalubre</b>	<b>Beneficiarios</b>	<b>Valor</b>
Cantidad de litros de leche proveídos		12.516
Inversión social interna	147	42.399.840
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaranies:</b>	<b>42.399.840</b>

## Medio Ambiente



Materiales entregados a PROCICLA (para reciclaje)	Kilos
Papel Blanco impreso	12.354
Papel Mezcla/colores	7.410
Cartón	2.130
<b>Total entregado Año 2008</b>	<b>21.894</b>

Control Emisión de gases de vehículos - año 3	Cantidades	Resultado	OBS.
Total vehículos controlados - Periodo 3- 2008	12	Promedio 2,46	Ninguna
Vehículos dentro del rango permitido	10	Emisión < a 4	Ninguna
<b>Vehículos fuera del Rango permitido</b>	2	Emisión > a 4	Vehículos a renovar

Programa: Plantemos nuestro futuro - año 6	Por Escuela	Total año 2008	Acum. 6 años
Escuelas participantes de capital e interior	1	6	460
Número de Alumnos orientados y capacitados	50	300	2.000
Número de profesores líderes	5	30	230
Número de funcionarios participantes	6	36	276
Horas de capacitación	3	18	138
Cantidad de árboles plantados	50	300	2.300
Población capacitada en forma indirecta con materiales	240	1.320	8.800
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaraníes:</b>	<b>12.000.000</b>	<b>52.000.000</b>

Programa de arborización en espacios públicos	Por Evento	Totales
Escuelas participantes en arborizaciones especiales	6	6
Número de promedios de especies nativas plantadas	180	720
Número de Alumnos orientados y capacitados	50	200
Número de profesores líderes	5	25
Número de colaboradores participantes	6	30
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaraníes:</b>	<b>15.300.000</b>

## Comunidad



Programa: Un Libro, una esperanza - año 6	Por Escuela	Total año 2008	Acum. 5 años
Escuelas beneficiadas de capital e interior	1	25	79
Número de Alumnos beneficiados con la Entrega	193	5.204	13.908
Número de profesores líderes	7	175	553
Número de colaboradores participantes	8	125	557
Total de libros entregados	193	5.204	13.906
Comunidades o ciudades beneficiadas	1	14	44
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaraníes:</b>	<b>12.000.000</b>	<b>62.000.000</b>

Programa de Junior Achievement "LA COMPAÑIA - año 5	Por CACs	Total año 2008	Total acumul.
Número de Compañías empresariales creadas y dirigidas	1	8	40
Número de Jóvenes estudiantes emprendedores	25	200	1.068
Número de Colaboradores Gerentes - Asesores empresariales	2	16	56
Carga horaria - Talleres de planif., producción y control - Estudiantes		61	305
Carga horaria - Talleres de planif., producción y control - Asesores Emp.		32	128
Ciudades en que se implementaron las compañías		8	40
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaraníes:</b>	<b>37.500.000</b>	<b>163.966.000</b>

Programa de Pasantías Laborales	Estudiantes	Total horas
Número de pasantías de Estudiantes Secundarios - 240 horas	182	43.680
Número de pasantías de Estudiantes Universitarios - 320 horas	10	3.200
Total de estudiantes y horas de pasantías laborales	192	46.880
<b>Inversión social corporativa</b>		<b>173.339.151</b>

Programa: Apoyo a la Fundación Banco de Alimentos - año 4	Cantidades	Porcentaje
Cantidad de voluntarios adheridos a la Campaña anual de recolección	1.100	
Cantidad de voluntarios de nuestra Entidad	181	16%
Total de Kilos de alimentos recolectados en la Campaña anual 2007	43.000	
Kilos de alimentos recolectados por los Voluntarios de la Entidad	8.275	19%
Número de hogares de niños, mujeres y ancianos beneficiados	60	
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaraníes</b>	<b>6.000.000</b>

Programa de ayuda a Niños . Fundac. DEQUENÍ - año 6	Total año 2008
Número de Niños y Niñas con complemento nutricional con aporte de Visión	1.200
Localidades o ciudades en las cuales la fundación opera	10
Número total de Niños y Niñas, beneficiados por la Fundación	4.434
Número total de familias beneficiadas por la Fundación	2.160
Número total de adolescentes beneficiados por la Fundación	2.240
Número de concurrentes en caminata de la solidaridad - Concienciación	26.000
<b>Inversión social corporativa</b>	<b>Guaraníes: 54.445.000</b>



## Gobierno y Sociedad

### Contribución impositiva al Estado

Impuesto a la renta sobre Ejercicio 2007	2.270.278.511 G.
Impuesto a la renta sobre Ejercicio 2008	3.625.894.464 G.

### Contribución impositiva a los Municipios

Patente Municipal en la Ciudad de Asunción	148.421.000 G.
Patente Municipal en las Ciudades de Gran Asunción	98.754.732 G.
Patente Municipal en las Ciudades del Interior	171.682.432 G.

Contribución al primer empleo y empleo joven	%	Cantidades	Inversión
Total de colaboradores	100%	725	725
Cantidad de mujeres con promoción del primer empleo		67	
Cantidad de varones con promoción del primer empleo		38	
Total promoción del primer empleo	14%	105	
Oportunidad laboral para jóvenes de entre 18 y 25 años	35%	254	
Promociones del año para el primer empleo e inversión (*)		25	52.875.000
<b>Inversión social corporativa</b>		<b>Guaraníes:</b>	<b>52.875.000</b>

(\*) (Costo Curva de Aprendizaje: Salario mínimo X 50 % X 3 meses)

Contribución a la inserción laboral de la mujer	Porcentaje	Total
Total de colaboradores		725
Cantidad de colaboradoras Mujeres	51%	370
<b>Cantidad de colaboradoras mujeres en Cargos Gerenciales</b>	12%	44

Generación de empleo en Capital e Interior	Porcentaje	Total
Total de colaboradores		725
Cantidad de colaboradores de la Capital	42%	304
Cantidad de colaboradores de Gran Asunción	17%	123
<b>Cantidad de colaboradores del Interior</b>	41%	298

## Indicadores Global Reporting Initiative



*Es la metodología Global de Reporte que proporciona un marco fiable y creíble para la elaboración de memorias de sostenibilidad.*

*Es un conjunto de principios con la finalidad de definir el contenido y garantizar la calidad de la información divulgada y que sirva de estudio comparativo y valoración del desempeño de las organizaciones a lo largo del tiempo.*

*El marco GRI pone énfasis en la transparencia como componente fundamental en la información del impacto económico, social y ambiental de las organizaciones informantes con todos los grupos de interés.*



## Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)

	Comentario	Páginas
<b>Visión y Estrategia, Perfil, Estructura de Gobierno y Sistemas de Gestión</b>		
<b>1. Visión y Estrategia</b>		
1.1. Exposición de la Visión y la estrategia de la organización con respecto a su contribución al desarrollo sustentable.	Incluido en Visión y Estrategia Corporativa	138 al 142 y 157
1.2. Declaración del presidente (o de un directivo equivalente) que describe los elementos principales del Reporte de Sostenibilidad.	Carta del Presidente y la R.S.E. y el Desarrollo Sustentable, la Gestión de R.S.E.	26 y 27 141 y 147
<b>2. Perfil</b>		
<b>Perfil de la organización</b>		
2.1. Nombre de la organización.	Visión Banco S.A.E.C.A.	2 y 14 al 16
2.2. Principales productos y/o servicios, incluyendo marcas, si procede.		12, 18 y 19
2.3. Estructura operativa de la organización.		72 al 75
2.4. Descripción de los principales departamentos, compañías operadoras, filiales y empresas conjuntas.		75
2.5. Países en los que opera la organización.	Alcance Nacional	10 y 11, 197 al 199
2.6. Naturaleza de la propiedad; forma jurídica	Documentación Legal	82 al 88, del 91 al 136 en CD
2.7. Naturaleza de los mercados a los que sirve.	Operaciones activas y pasivas. Diversificación de la Cartera. Clientes y Consumidores.	55 al 63 67 al 69 166 al 168
2.8. Magnitud de la organización informante.	Datos comparativos y evolución histórica.	14 y 16
2.9. Lista de partes interesadas, características principales de cada una y relación con la organización informante.	Informe Social y Ambiental	159 y 160
<b>Alcance de la Memoria</b>		
2.10. Persona/s de contacto para temas relacionados con el reporte, con sus respectivas direcciones de web y de e-mail.	www.visionbanco.com Gerencia de Calidad y R.S.E.	2
2.11. Período cubierto por este Reporte para la información proporcionada.	Ejercicio 2008	N/A
2.12. Fecha del Reporte previo más reciente (si existe).	Ejercicio 2007	N/A
2.13. Cobertura del Reporte.	Económico, Social y Ambiental	N/A
2.14. Cambios significativos en el tamaño, la estructura, la propiedad o los productos/ servicios.		18 al 23







## Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)

	Comentario	Páginas
2.15. Bases para elaborar memorias de empresas conjuntas, filiales compartidas, instalaciones arrendadas, operaciones de servicios externos, y otras situaciones que puedan afectar considerablemente la posibilidad de comparación entre períodos y entre entidades informantes.		N/A
2.16 Descripción de la naturaleza y efecto de cualquier reformulación de información ya presentada en memorias anteriores, y los motivos de tal reformulación		N/A
<b>Perfil de la Memoria</b>		
2.17 Decisiones de no aplicar los principios o protocolos del GRI en la elaboración de la memoria.	GRI como guía de revisión	N/A
2.18 Criterios y/o definiciones utilizados en la contabilidad de los costos y beneficios económicos, ambientales y sociales.	Normas de Contabilidad , Documentación Legal y Valor Económico Añadido (EVA)-Model SPI del GRI	82 al 88 91 al 136 en CD y 144
2.19 Cambios significativos con respecto a años anteriores en los métodos de cálculo aplicados a la información clave, ya sea económica, ambiental o social.		N/A
2.20 Políticas y medidas internas para garantizar la previsión, la exhaustividad y la veracidad de la información presentada en la memoria de sostenibilidad.	Indicadores Ethos como guía de elaboración, Clasificadoras de Riesgos y Auditorías de Gestión	138 al 181 17
2.21 Políticas y medidas actuales orientadas a proporcionar mecanismos independientes para la verificación de la memoria en su conjunto.	Clasificadoras de Riesgos y Auditorías de Gestión	17
2.22. Medios a través de los cuales los usuarios pueden encontrar información adicional o memorias sobre los aspectos económicos, ambientales y sociales.	Página web	2
<b>3. Estructura de Gobierno y Sistemas de Gestión</b>		
<b>Estructura de Gobierno</b>		
3.1 Estructura de gobierno de la organización, con los principales comités dependientes de la junta directiva responsables del diseño de las estrategias y de la supervisión de la organización incluidos.	Organización, Gobierno Corporativo	71 al 75 157 y 158
3.2 Porcentaje de la junta directiva formado por consejeros independientes sin cargo ejecutivo.		N/A





## Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)

	Comentario	Páginas
3.3. Proceso para determinar la necesidad de los miembros del grupo de expertos de guiar las estrategias de la organización en temas como las oportunidades y los riesgos ambientales y sociales.	Gobierno Corporativo, Planificación Estratégica	157 y 158
3.4. Procesos directivos para supervisar la identificación y la gestión de las oportunidades y los riesgos económicos, ambientales y sociales de la organización.	Metas Anuales, Planificación Estratégica y Plan de R.S.E.	79, 157 y 158, 146 al 150
3.5 Relación entre la remuneración directiva y la consecución de los objetivos financieros y no financieros de la organización.	Objetivos presupuestarios participativos y acordados Remuneración variable de Gestión	157 y 158
3.6 Estructura de la organización y miembros fundamentales responsables de la supervisión, puesta en práctica y auditoría de políticas económicas, ambientales y sociales.	Organización, organigrama y funciones	71 al 75
3.7 Declaraciones de la misión y valores, principios o códigos de conducta internos, y políticas referentes al desempeño económico, ambiental y social, así como de su nivel de implementación.		138 al 142 151 al 158
3.8 Mecanismos que permiten a los accionistas comunicar sus recomendaciones a la junta directiva.	Asamblea de Accionistas Documentación Legal	82 al 88, 91 al 136 en CD y 144
<b>Compromiso con las partes interesadas</b>		
3.9 Bases para la identificación y la selección de las principales partes interesadas.	Valor Económico Añadido (EVA), Todas nuestras partes interesadas	144, 159 y 160
3.10 Métodos de consulta a las partes interesadas expresados en términos de frecuencia de las consultas según el tipo y el grupo de partes interesadas.	Buzón de Sugerencias, Quejas y Reclamos, Encuestas de Satisfacción, Cliente Misterioso, Declaración de Derechos de los Consumidores y Evaluación Social	166 al 168, 148 al 150
3.11 Tipo de información generada por las consultas de las partes interesadas.	Resultados de Focus Group, de Encuestas, del Buzón de Sugerencias, Defensoría de la ADEFI, programas de proveedores, Cliente Misterioso y Evaluación Social	166 al 168, 170 y 171 148 al 150
3.12 Empleo de la información obtenida como resultado de los compromisos con las partes interesadas.	Definición de Estrategias y Elaboración del Plan Anual de R.S.E.	157 146 al 148
<b>Políticas globales y sistemas de gestión</b>		
3.13 Explicación sobre si el principio o enfoque de precaución es tenido en cuenta por la organización y de que modo.	Gestión de Riesgo Infraestructura y Seguridad	64 al 70 162
3.14 Compromisos, series de principios u otras iniciativas voluntarias de tipo económico, ambiental o social desarrolladas fuera de la organización que ésta suscribe o apoya.	Programas de R.S.E. documentados en convenios con ONGs	138 al 175



## Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)

Primer Año de Aplicación	Comentario	Páginas
3.15 Pertenencia a asociaciones empresariales e industriales, y/o organizaciones asesoras nacionales e internacionales.	Gremios y Organizaciones, Relaciones Institucionales	177 en CD
3.16 Políticas y/o sistemas para la gestión de los impactos ocasionados por los procesos anteriores y posteriores a los de la organización.	Estrategia Corporativa, la R.S.E. y el Desarrollo Sustentable	157 y 141
3.17 Enfoque de la organización acerca de la gestión de los impactos económicos, ambientales y sociales indirectos producidos como resultado de sus actividades.	Definición de Políticas de Créditos y Código de Conducta Ética	164 y 165 en CD
3.18 Principales decisiones tomadas durante el período de elaboración de la memoria en relación con la ubicación o la modificación de las operaciones.	Un año operando en la categoría bancaria, Hitos 2008, Desafíos y Campaña Comunicacional	18 al 23
3.19 Programas y procedimientos relativos al desempeño económico, ambiental y social.	Políticas de Créditos, Evaluación de Proveedores, Planificación Estratégica y Gestión de la Calidad	164 al 165 168 al 170 157 154
3.20 Estado de la certificación de sistemas de gestión económica, ambiental y social.	Certificación Normas ISO 9001:2000 Clasificadoras de Riesgos Global y Local Auditorías Independientes	17 154
<b>Indicadores de Desempeño Económico</b>		
<b>Impactos Económicos Directos</b>		
<b>Clientes</b>		
EC1 Ventas Netas	Información General Organización Resultados Operaciones Activas y Pasivas	14 y 16 71 al 75 52 al 63
EC2 Desglose geográfico de los mercados	Sucursales y Agencias Distribución Geográfica	10 y 11 197 al 199
<b>Proveedores</b>		
EC 3 Costos de todas las materias primas y mercancías adquiridas, y de todos los servicios contratados.	Valor Económico Añadido (EVA)	144
EC 4 Porcentaje de contratos pagados en conformidad con los términos acordados.	100%	

## Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)

Primer Año de Aplicación	Comentario	Páginas
<b>Empleados</b>		
EC 5 Gastos salariales totales desglosados por países.	Valor Económico Añadido (EVA)	144
<b>Proveedores de Capital</b>		
EC 6 Distribución entre los proveedores de capital	Estado de Flujos de Caja, Composición del Capital y características de las acciones	87 94 y 95 en CD
EC 7 Aumento/disminución de las ganancias retenidas a final del período.	Información General Datos Comparativos	14 y 16
<b>Sector Público</b>		
EC 8 Suma total de todo tipo de impuestos pagados, desglosados por países	Valor Económico Añadido (EVA), Gobierno y Sociedad Contribución impositiva al Estado y Municipios	144 174,175 y 181
EC 9 Subsidios recibidos, desglosados por países o regiones.		N/A
EC 10 Donaciones a comunidad, sociedad civil u otros grupos, en metálico y en especie desglosadas por tipos de grupos.	Inversión social corporativa, Valor Económico Añadido (EVA)	177 al 181, 144
EC 12 Gasto total en desarrollo de infraestructura empresarial externa ajena a la actividad.		N/A
<b>Indicadores de Desempeño Medioambiental</b>		
<b>Materias primas</b>		
EN 1 Consumo total de materias primas aparte del agua, por tipos.	Empresa de Servicios	N/A
EN 2 Porcentaje de materias primas utilizadas que son residuos (procesados o no)	Manejo Sustentable de Papeles, Materiales Reciclados	164 179
<b>Energía</b>		
EN 3 Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias	Energía Eléctrica y Combustible	N/D
EN 4 Consumo indirecto de energía		N/A
EN 17 Iniciativas para emplear fuentes de energía renovables y para incrementar el rendimiento energético	Programa de renovación del Parque Automotor y Control de Emisión de Gases de vehículos	164
EN 18 Huella del consumo de energía		N/A
EN 19 Otros usos indirectos de la energía		N/A
<b>Agua</b>		
EN 5 Consumo total de agua		N/D
EN 20 Fuentes de agua y ecosistemas		N/A

**Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)**

Primer Año de Aplicación	Comentario	Páginas
EN 21 Extracción anual de aguas subterráneas y superficiales como porcentaje de la cantidad anual renovable de agua		N/A
EN 22 Cómputo total de reciclaje y re utilización de agua.		N/A
<b>Biodiversidad</b>		
EN 6 Ubicación y extensión del suelo en propiedad, arrendado o administrado en los hábitat ricos en biodiversidad		N/A
EN 7 Análisis de los principales impactos en la biodiversidad derivados de las actividades y/o productos y servicios en los entornos terrestre, marino y de agua dulce,		N/A
EN 23 Extensión total de suelo en propiedad, arrendado o administrado, dedicado a actividades de producción o a la extracción.		N/A
EN 24 Porcentaje de superficie impermeable en relación con el suelo adquirido o arrendado.		N/A
EN 25 Impactos causados por las actividades u operaciones en las áreas protegidas y sensibles.		N/A
EN 26 Cambios ocasionados en los hábitats naturales como consecuencia de las actividades y operaciones, y porcentaje de hábitat protegido o restaurado.		N/A
EN 27 Objetivos, programas y objetivos para proteger y restaurar ecosistemas y especies autóctonas en las zonas degradadas.	Reforestación del Bosque Atlántico del Alto Paraná	165
EN 28 Números de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN cuyos hábitat se encuentran en las zonas afectadas por las operaciones.		N/A
EN 29 Unidades empresariales que están operando o tienen previsto operar dentro o en los alrededores de áreas protegidas o sensibles.		N/A
<b>Emisiones, vertidos y residuos</b>		
EN 8 Emisiones de gases efecto invernadero	Programa de renovación del Parque Automotor y Control de Emisión de Gases de vehículos	164
EN 9 Utilización y emisiones de sustancias reductoras del ozono.	Idem anterior	164
EN 10 NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas de importancia desglosadas por tipo.		N/A
EN 11 Cantidad total de residuos, desglosados por tipo y destinos.	Manejo Sustentable de papeles	164



## Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)

Primer Año de Aplicación	Comentario	Páginas
EN 12 Vertidos al agua de importancia, por tipo.		N/A
EN 13 Vertidos de sustancias químicas, aceites y combustibles de importancia, expresados en cifras y volumen totales.		N/A
EN 30 Otras emisiones indirectas relevantes de gases de efecto invernadero.		N/A
EN 31 Cualquier producción, transporte, importación o exportación de aquellos residuos considerados como <peligrosos> de acuerdo con lo estipulado en los Anexos I, II, III y VII del Convenio de Basilea.		N/A
EN 32 Fuentes de agua y ecosistemas/hábitats afectados de manera significativa por los vertidos de agua y residuos líquidos.		N/A
<b>Proveedores</b>		N/A
EN 33 Actuación de los proveedores con relación a los aspectos ambientales de los programas y procedimientos elaborados en respuesta al apartado Estructura de gobierno y sistemas de gestión (Apartado 3.16)	Cuadro Comparativo de Mejoras de Indicadores de R.S.E. en la Cadena	170
<b>Productos y Servicios</b>		
EN 14 Impactos ambientales significativos de los principales productos y servicios.		N/A
EN 15 Porcentaje del peso de los productos vendidos susceptible de ser recuperado al final de la vida útil de éstos y porcentaje recuperado en la realidad.		N/A
<b>Cumplimiento</b>		
EN 16 Episodios y multas asociados al incumplimiento de los convenios/tratados/ declaraciones de aplicación internacional, así como de las normativas locales, regionales, sub nacionales y nacionales asociadas a los temas ambientales.	No se registran datos de la ocurrencia de estos hechos	N/A
<b>Transporte</b>		
EN 34 Impactos ambientales significativos vinculados al transporte con fines logísticos.	Programa de renovación del Parque Automotor y Control de Emisión de Gases de vehículos	164
<b>General</b>		
EN 35 Gastos totales en materia de medio ambiente, por tipo.	Inversión Social Corporativa (Medio Ambiente)	179

**Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)**  
**Primer Año de Aplicación**



Indicadores de Desempeño Social	Comentario	Páginas
<b>Prácticas Laborales de Trabajo Decente</b>		
<b>Empleo</b>		
LA 1 Desglose del colectivo de trabajadores	Ocupación laboral en la organización	175 y 177
LA 2 Creación de empleo neta y promedio de facturación desglosados por regiones/ países.	Empleo de mano de obra en capital e interior	175 y 181
LA 12 Prestaciones sociales a los empleados no exigidas por ley.	Público interno	162 al 164
<b>Relaciones empresa/ trabajadores</b>		
LA 3 Porcentaje de empleados representados por organizaciones sindicales independientes.		N/A
LA 4 Políticas y procedimientos de información, consulta y negociación con los empleados sobre los cambios en las operaciones de las organizaciones	Clima Organizacional	162
LA 13 Disposiciones sobre la representación formal de los trabajadores en la toma de decisiones o la gestión, incluido el gobierno corporativo.	Organización flexible Planificación estratégica Objetivos presupuestarios, Remuneración Variable	157 y 158
<b>Salud y Seguridad</b>		
LA 5 Métodos de registro y notificación de los accidentes en el trabajo y las enfermedades profesionales en referencia al Repertorio de recomendaciones prácticas de la OIT sobre registro y notificación de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.	Empresa de Servicio	N/A
LA 6 Descripción de las comisiones conjuntas sobre salud y seguridad compuestas por la dirección y los representantes de los trabajadores, y proporción de la plantilla al amparo de dichas comisiones.		N/A
LA 7 Tasas de absentismo, accidentes y daños laborales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo (incluidos los trabajadores subcontratados)		N/A
LA 8 Descripción de políticas o programas (en el lugar de trabajo y otros ámbitos) sobre el VIH/SIDA.	Programa de Vida Sana y Concienciación MSP y BS	172
LA 14 Datos evidentes que certifiquen el cumplimiento de las recomendaciones de la OIT en sus directrices relativas a los sistemas de gestión de la salud en el trabajo.		N/D



**Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)**

	<b>Comentario</b>	<b>Páginas</b>
LA 15 Descripción de los acuerdos formales con sindicatos u otros representantes laborales responsables sobre seguridad y salud en el trabajo, y proporción del colectivo de trabajadores amparados por ellos.	Prevención de accidentes y planes de reacción, Seguro de vida y Accidentes personales	162 y 163
<b>Formación y Educación</b>		
LA 9 Promedio de horas de formación por año.	Empleabilidad, Capacitación Estratégica y Humana	162 y 177
LA 16 Descripción de los procedimientos que fomentan la contratación continua de empleados y gestionan los programas de jubilación.	Empleabilidad Asistencia Médica y Social	162, 163, y 177
LA 17 Políticas específicas enfocadas a la gestión de los conocimientos prácticos o la formación continuada.	Capacitación Etratégica y Humana	177
<b>Diversidad y Oportunidad</b>		
LA 10 Descripción de políticas y programas de igualdad de oportunidades y de los sistemas de revisión para asegurar el cumplimiento de los resultados de las revisiones.	Oportunidad para Jóvenes con capacidades diferentes, Valores y Cumplimiento	173, 151 al 156
LA 11 Composición de los departamentos superiores de gestión y gobierno corporativo (incluida la junta directiva), atendiendo a la proporción entre sexos u otros indicadores de diversidad, si se consideran culturalmente apropiados.	Empleo Joven Primer Empleo Empleo de la Mujer	175 y 181
<b>Indicadores de Desempeño Social</b>		
<b>Derechos Humanos</b>		
<b>Estrategia y Gestión</b>		
HR 1 Relación pormenorizada de políticas, directrices, estructura corporativa y procedimientos en torno a los derechos humanos vinculados a las operaciones, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados.	Compromiso con los colaboradores, Organigrama Corporativo Clima organizacional	155 71 al 75 162
HR 2 Muestras de que se tienen en consideración los impactos en los derechos humanos a la hora de tomar decisiones sobre los procedimientos, inversiones o elección de proveedores/contratistas.	Público Interno, Proveedores y la Cadena de Valor, Código de Conducta Ética	162 al 164, 168 al 171 en CD
HR 3 Relación pormenorizada de las políticas y procedimientos necesarios para valorar la actuación sobre los derechos humanos con respecto a la cadena de suministro y los contratistas, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados.	Programa de R.S.E. "Incorporando prácticas de R.S.E. en la cadena de valor"	170 y 171

Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)	Comentario	Páginas
HR 8 Formación de los empleados en cuanto a las prácticas relativas a los derechos humanos, importantes para el desarrollo de las operaciones, incluir tipo de formación, número de empleados formados y duración media del período de formación.	Compromiso con los colaboradores Adhesión al Pacto Global en Paraguay Capacitación Estratégica y Humana	155 al 156 162
<b>No Discriminación</b>		
HR 4 Relación pormenorizada de las políticas y procedimientos/programas globales dedicados a evitar todo tipo de discriminación en las operaciones, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados.	Compromiso con los colaboradores, Adhesión al Pacto Global en Paraguay, Promoción de empleo joven, primer empleo, empleo de la mujer y en zonas del interior del país, Código de Conducta Ética	155 al 156 175 y 181  156 en CD
<b>Libertad de Asociación y Negociación Colectiva</b>		
HR 5 Análisis de la política de libertad asociación y su grado de aplicación.	Los empleados conforman una Asociación de Empleados	N/D
<b>Trabajo Infantil</b>		
HR 6 Exposición de la política de rechazo del trabajo infantil tal y como se define en el Convenio 138 de la OIT, grado de información y aplicación, y relación de los procedimientos/programas relacionados a este tema, así como de los sistemas de seguimiento y sus resultados.	Ajustado en un 100% al Código Laboral Vigente	N/D
<b>Trabajo forzoso y obligatorio</b>		
HR 7 Exposición de la política de rechazo del trabajo forzoso y obligatorio, grado de información y aplicación, y relación de los procedimientos/ programas relacionados con este tema, así como de los sistemas de seguimiento y sus resultados.	Ajustado en un 100% al Código Laboral Vigente	N/D
<b>Medidas disciplinarias</b>		
HR 9 Descripción de prácticas de apelación relacionadas (no exclusivamente) a los derechos humanos.	Información Compartida Código de Conducta Ética Guía de Comportamiento Principios y Valores	152 156 en CD 155 151 y 152
HR 10 Análisis de las políticas de no represalia y de los sistemas confidenciales de queja (incluyendo pero limitándose a su impacto en los derechos humanos).		N/D
<b>Medidas de Seguridad</b>		
HR 11 Formación del personal de seguridad en derechos humanos	Incorporando prácticas de R.S.E. en los proveedores	170

Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)	Comentario	Páginas
<b>La Sociedad</b>		
<b>Comunidad</b>		
SO1 Descripción de las políticas de gestión de los impactos causados a las comunidades de las regiones afectadas por las actividades.	Todas nuestras partes interesadas, Comunidad	159 y 160 171 al 174
SO 4 Distinciones recibidas en relación con la actuación social, ambiental y ética.	Premio por Compromiso Social de Junior Achievement	172
<b>Corrupción</b>		
SO 2 Descripción de políticas, sistemas de gestión/procedimientos y mecanismos de cumplimiento en torno a la corrupción y al soborno, dirigidos tanto a las organizaciones como a los empleados.	Código de Conducta Ética Pacto Global, Pacto Ético Comercial, Objetivos del Milenio	en CD 155 156
<b>Contribuciones Políticas</b>		
SO 3 Descripción de política y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento dedicado a las contribuciones y los instrumentos de presión política.	Código de Conducta Ética	en CD
SO 5 Cantidad de dinero donado a instituciones y partidos políticos cuya función principal es la de financiar a los partidos o a sus candidatos.	No se realizan donaciones a instituciones y/o partidos políticos	N/A
<b>Competencia y precios</b>		
SO 6 Resoluciones relativas a causas judiciales sobre las normativas, antimonopolio.		N/A
SO 7 Descripción de políticas y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento enfocado a prevenir las conductas contrarias a la libre competencia.	Los gremios, los competidores y el ámbito empresarial	160
<b>Salud y seguridad del cliente</b>		
PR 1 Descripción de política sobre la salud y seguridad del cliente durante la utilización de productos y servicios, grado de información y aplicación, y relación de procedimiento/programas relacionados con este tema, así como de los sistemas de seguimiento de resultados.	Consumidores y Clientes	166 al 168
PR 4 Número y tipo de incumplimientos de las normativas referentes a la salud y seguridad del cliente, así como sanciones y multas impuestas a estas infracciones.	No se tienen antecedentes de incumplimiento	N/A

## Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)



Primer Año de Aplicación	Comentario	Páginas
PR 5 Número de demandas ratificadas por salubridad de los productos y servicios.	No se tienen antecedentes de incumplimiento	N/A
PR 6 Etiquetado de productos y cumplimiento de códigos no obligatorios o distinciones relacionadas con la responsabilidad social y/o ambiental recibidas por la organización.	No se tienen antecedentes al respecto	N/A
<b>Productos y Servicios</b>		
PR 2 Descripción de políticas y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento referentes al etiquetado y a la información sobre los productos.	Declaración de Derechos de los Consumidores El Derecho a la información	166
PR 7 Número y tipo de incumplimientos de las normativas sobre información y etiquetado de productos, así como las sanciones y multas impuestas como consecuencia de estas infracciones.		N/A
PR 8 Análisis de políticas y sistemas de gestión/procedimientos, así como de los mecanismos de cumplimiento relativos a la satisfacción del cliente, así como los resultados de los estudios que evalúen esa satisfacción. Señalar las áreas geográficas amparadas por tales políticas.	Encuestas de Satisfacción de Clientes, Cliente Misterioso, Focus Group sobre diseño de productos, Buzón de Sugerencias, En toda la estructura corporativa	166 y 167
<b>Publicidad</b>		
PR 9 Descripción de políticas y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento de las normativas legales y códigos no obligatorios referentes a la publicidad. Señalar las áreas geográficas amparadas por tales políticas.	Ajustado a las disposiciones legales vigentes, el Derecho al Cumplimiento de lo Ofertado, Información abundante y Responsable de los productos	166
PR 10 Número y tipos de infracciones cometidas en el marco de las normativas sobre el marketing y la publicidad.	Ninguno	N/A
<b>Respeto a la intimidad</b>		
PR 3 Descripción de políticas y sistemas de gestión/procedimientos así como de mecanismos de cumplimiento concernientes a la intimidad del cliente,	Regulado por la Ley de Bancos de confidencialidad del cliente Derecho a la Seguridad	166
PR 11 Número de demandas probadas con respecto a las violaciones de la intimidad del cliente.	Ninguna	N/A

## Centros de Atención Clientes •



### **ASUNCIÓN**

#### **Casa Matriz**

EE.UU. 780 c/ Fulgencio R. Moreno  
Telefax: 444-002 (R.A.)

### **Palma**

Palma esq. Ntra. Sra. de la Asunción  
Telefax: 414-3000 (R.A.)

### **General Santos**

Av.Gral. Santos esq. Av. Fernando de la Mora  
Telefax: 214-893/226-878/207-040

### **Villa Morra**

Charles de Gaulle c/ Mcal. López  
Telefax: 612-286/8

### **Oliva**

Oliva esq. Oleary  
Telefax: 444-899 444-668 494-401

### **Pinozá**

Av. Eusebio Ayala esq. Bruno Guggiari  
Telefax: 550-405 / 555-273 / 225-632

### **Multiplaza**

Local 4, Bloque A,Planta Baja  
Telefax: 515.290/1

### **Denis Roa**

Denis Roa esq. Moisés Bertoni  
Telef: 4143341

### **Trinidad**

Sacramento esq. Stma. Trinidad  
Telef.: 4143000

### **GRAN ASUNCIÓN.**

#### **San Lorenzo I**

Ruta Mcal.Estigarribia esq. Cnel. Romero  
Telefax: 584-821/584-811/571-228

#### **San Lorenzo II**

10 de Agosto esq. Hernandarias  
Telefax: 582.983

### **Luque**

Gral. Aquino esq. Tte. Herrero Bueno  
Telefax: 643-711 / 644-380 / 649-900

### **Supermercado Los Jardines**

Avda. Gral. Aquino esq. Tte. Rivas - Supermercado Los Jardines

### **Ñemby**

9 de Agosto esq. Ytororó  
Telefax: 960-556 / 963-299 / 965-095

### **Limpio**

Av. Colón c/ Mcal.Estigarribia  
Telefax: 781-768 / 781-432

### **Lambaré**

Av. Cacique Lambaré c/ San Vicente  
Telefax: 901-127/9 905-476

### **Mariano R. Alonso**

Ruta Transchaco Km. 15.5  
Telefax: 752-800 / 753-385/6

### **La Rural**

Shopping La Rural- Local A113  
Ruta Transchaco Km. 10 - Mariano Roque Alonso  
Telef. 760861 – 760862





### **Fernando de la Mora:**

Ruta Mcal.Estigarribia esq. 10 de Julio  
Telefax: 505-091 / 515-285/6

### **INTERIOR**

#### **Encarnación**

Juan L. Mallorquín esq. Monseñor Wiessen  
Telefax: (071) 202-077 / 203-979 / 205-348

#### **Caacupé**

Eligio Ayala esq. Juan O'leary  
Telefax: (071) 42-050 / 43-060 / 43-602

#### **Capiatá**

Ruta Mcal. Estigarribia esq. Mcal. López  
Telefax: (028) 30-645 / 35-133

#### **Ciudad del Este I**

Gral. Bernardino Caballero esq. Paso de Patria  
Telefax: (061) 510-818 / 512-039 / 511-192

#### **Ciudad del Este II**

Av. Julio César Riquelme,Km.7 - Monday  
Telefax: (061) 572-132/3

#### **Ciudad del Este III**

10 de Agosto esq. Hernandarias  
Telefax: (0673) 511.970/2

### **Coronel Oviedo**

Tuyutí esq. Guairá  
Telefax: (0521) 203-845 / 203-859 / 203-230

### **Caaguazú**

Av.Gral. Bernardino Caballero esq. San Lorenzo  
Telefax: (0522) 40-203 / 41-695/6

### **Concepción**

Pdte. Franco e/ Gral.Garay y 14 de Mayo  
Telefax: (031)42-943 / 43-200 / 41-414

### **Katueté**

La Residenta esq. Capellán Arzamendia  
Telefax: (0471) 234-363/4 234-369

### **Carapeguá**

Cristóbal Colón esq. Mcal.López  
Telefax: (053221) 212-995/6 212-787

### **Pilar**

Albersoni y Antequera B° 12 de octubre  
Telefax: (086) 32-259/6 30-831 30-753

### **Villarrica**

Av.Carlos A. López esq. Mcal.Estigarribia  
Telefax: (0541) 42-286 / 43-675

### **San Estanislao**

Av. Mcal. López esq. Cnel. Zoilo González  
Telefax: (043)20-252 / 20-878 / 21-005

## Centros de Atención Clientes •



### **Pedro Juan Caballero**

Carlos A. López esq. Perpetuo Socorro  
Telefax: (036) 71-560 71-796/7

### **Obligado**

Avda. Rodríguez de Francia esq. Colonias Unidas  
Telefax: (0717) 20.431 / 20.432 / 20.422

### **Santa Rita**

Avda. Carlos A. López esq. Eusebio Ayala  
Tel / Fax: (0673) 20386 / 21457 / 21458

### **San Ignacio - Misiones**

Mcal. Estigarribia esq. Fulgencio Yegros  
Telefax: (082) 232083

### **Itauguá**

Ruta Mcal. Estigarribia esq. Juan C. Centurión  
Telef.: (0294) 221441 / 221442 / 221443

### **Salto del Guairá**

Avda. Paraguay esq. Ricardo Méndez Gonzalves  
Telef. : (046) 243181 /243182 / 243183

### **Curuguaty**

Avda. 14 de mayo y Julia Miranda Cueto  
Telef. : (048) 210504 /210531 / 210539

### **San Juan Nepomuceno**

Paí Fariña N° 360 c/ Ruta Mcal. Estigarribia  
Telef. : (0544) 20973/20974/20975

### **Santa Rosa del Aguaray**

Ruta N° 3 Gral. Elizardo Aquino c/ Prof. Pedro González  
Telef.: 414 - 3000





## DESCRIPCIÓN DE PINTURAS Y DIBUJOS DE

Ogwa Flores B.

Mahara Dohorāta Wylky

Salmi López

Basybüky

*Colección cosmografía chamacoco*

*Investigación y colecta etnográfica*

*Guillermo Sequera 1989 - 1995*

### PINTURAS

*Pág. 15. Konsaha teichu ostyrbyte*

*Canto chamánico apelando al espíritu de los muertos.*

*Pág. 21 Ahnapsýro orra*

*Puesta en escena de los seres míticos originarios.*

*Pág. 47 Konsaho pemuhnta*

*Los chamanes reproducen gigantes artes plumarios.*

*Pág. 66 Pykyhnnin jewo*

*Niños jugueteando*

*Pág. 74 Konsaha Chyperme*

*Chamán apelando el poder de los pájaros*

### DIBUJOS

*Pág. 6. Kuxi kuxo chykerä*

*Relato sueño sobre pájaros caracoleros*

*Pág. 24 Konsehet chii yre tsabytyta*

*El chamán que se transforma en un pájaro mítico*

*Pág. 31 Ahnert pabok*

*Relato del chamán con culturas extrañas*

*Pág. 33. Poiho Wys*

*Teyú negro (Tupinambis Teguixin)*

*Pág. 36 Nehmurt*

*Ser mítico originario*

*Pág. 39. Osäsero*

*Espíritus de las tormentas*

*Pág. 43 Orhía berzta*

*El cazador secuestrado por los pecaris (chanchos del monte)*

*Pág. 51 Nehmurt hn Pfaujat*

*Seres míticos: Nehmurt y Pfaujat*

*Pág. 56 Ketiwi owich (orn wecha)*

*Lugar de origen de los ancestros ketiwi*

*Pág. 62 Oho Owägycho*

*Perdices*

*Pág. 70 Hopupora wysta hn Hohúta  
Seres míticos originarios*

*Pág. 77 Wechuwo  
Seres míticos wechuwo*

*Pág. 80 Pěeta  
Sobre el fin del mundo, extinción de la humanidad primigenia*

*Pág. 82 Nehmurt  
Ser mítico originario*

*Pág 84. Ahnapsýro nethylá  
Seres míticos nethylá*

*Pág 88. Porhe wyse  
Árboles frutales*

*Pág. 90. Hnypy (Konsaha wecha)  
Tifón en el monte, originado por los dihipuk ahanak, por desconocidos chamanes*

*Pág 138 Porhe wyse  
Árboles frutales*

*Pág 141 Ihla orra  
Sueño sobre la mujer ventarrón*

*Pág. 145 Ahnapsýro nethylá  
Seres míticos nethylá*

*Pág. 146 Konsaha iaha tsyky namyrhwa (konsaha orra)  
El relato sobre el chamán llevado por un torbellino*

*Pág. 159 Poiho Wys  
Teyú negro (Tupinambis Teguixin)*

*Pág. 182 Tserrzym pemmyt chera porhykyta (os porowo wecha)  
Relato sobre el uso del porhykyta vestido ornamentado de hojarasca para la casa del ñandu*

*Pág. 202 De donde surgen los seres míticos.*



