

Índice de Contenidos



Diners Club del Ecuador en cifras 2013

Mensaje del Presidente Ejecutivo
Acerca de Diners Club del Ecuador

5

Capítulos

1



Buen gobierno corporativo como garantía de solidez

7

2



Generando valor económico para el Ecuador

23

3



Trabajando en Diners Club una gran familia

29

4



Calidad de productos y servicios para nuestros Socios

43

5



Aliados en el crecimiento comercial de nuestra red de establecimientos

63

6



Filosofía en la cadena de valor: Proveedores

69

7



Construyendo futuro con la comunidad

77

8



Disminuyendo la huella ambiental

89



El VII Informe de Sustentabilidad Corporativa 2013 de Diners Club del Ecuador

El VII Informe de Sustentabilidad Corporativa 2013 de Diners Club del Ecuador S.A. S.F. (en adelante Diners Club o Diners Club del Ecuador) es el séptimo documento público de esta índole que emite la Compañía. Al igual que los anteriores, los objetivos son presentar y transparentar las políticas, la estructura, los avances y los desafíos en relación con nuestros socios, con nuestros colaboradores, a nivel medio ambiental y social de Diners Club del Ecuador. Este informe se ha realizado bajo los lineamientos del Pacto Global de las Naciones Unidas al cual estamos adheridos desde hace siete años y del Global Reporting Initiative (GRI 4), en su cuarta versión por primera vez al cual se está respondiendo de manera exhaustiva, se ha añadido los indicadores sectoriales establecidos como mandatorios para el sector financiero. Cabe mencionar que es la primera empresa en el Ecuador en incorporar esta nueva versión de indicadores y además la convierte en pionera en América Latina, sin embargo debemos destacar que consideramos a este un Informe de transición entre las normas G3 y G4 debido a que el proceso de transición requiere que se consoliden los lineamientos de esta norma en nuestro ejercicio de transparencia. Los cinco años anteriores realizamos una certificación con GRI 3, obteniendo la calificación GRI A+. El contenido de este Informe es conocido y aprobado por todas las Gerencias Nacionales y aprobado en su totalidad por el Presidente Ejecutivo. Con este informe se envía además el sexto reporte de Comunicación en progreso al Pacto Global de NNUU.

Este año, se procedió a realizar un diálogo con los grupos de interés con la finalidad de identificar y

validar la materialidad de los principales aspectos más relevantes. Por otra parte los contenidos de este reporte han sido validados y contrastados con las Gerencias Nacionales y Gerencias de la organización con la finalidad de establecer su importancia organizacional.

En este año, hemos reforzado los indicadores de Gobierno Corporativo y hemos incluido alrededor de 30 indicadores solicitados por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador quienes son el organismo regulatorio ecuatoriano, respondiendo así también a los intereses de este importante stakeholder. Estos indicadores se podrán identificar en el texto con las siglas SBS seguidos por la numeración correspondiente cuya significación se encuentra en la parte posterior.

El Informe de Sustentabilidad Corporativa del año anterior tuvo una difusión de 2.000 ejemplares impresos por el interés manifestado por nuestros stakeholders, que también se vio reflejado en las consultas vía internet. En el 2013 también se difundió un díptico de resumen en todos los estados de cuenta de los más de 400.000 socios de Diners Club y se formuló un documento resumen del cual se difundieron 1.000 ejemplares. Además se publicó este informe en la web de la Organización.

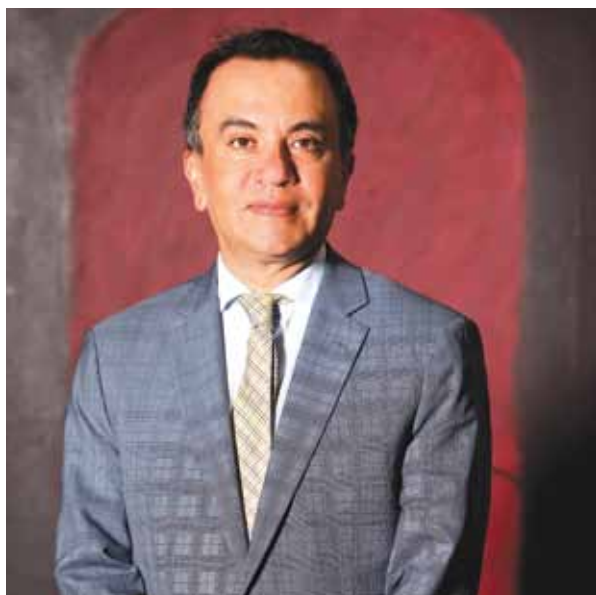
El alcance del reporte contempla las operaciones de Diners Club del Ecuador en el territorio nacional para el año 2013 (enero a diciembre), incorpora cifras 2012 a efectos de hacerlo comparable y algunos casos, por requisito de la Superintendencia de Bancos y Seguros hasta 4 años. El informe incluye las cifras

y datos tanto de Diners Club del Ecuador como de INTERDIN S.A., por ser una empresa del mismo grupo económico y cuya administración financiera y de personal se realiza de manera conjunta. Las cifras han sido elaboradas en base a los estados financieros auditados al 31 de diciembre de 2013.

A nivel de estructura, el Informe ha seguido los criterios previamente establecidos con los ejecutivos de Diners Club y en este año se realizaron diálogos con los grupos de interés que nos permitieron definir la materialidad del mismo. Se realizó una validación interna de los datos, un benchmark del sector y una revisión de alineamiento con los postulados del Pacto Global. El informe ha sido sometido a la verificación externa de la auditora Price Waterhouse Coopers de probada competencia en la materia quien lo realizó en base a la materialidad establecida, con el apoyo de una consultora internacional de la misma firma especializada en G4. El resultado de la revisión limitada realizada ha sido incluido en el informe publicado en la página 99.

Por último, el informe ha sido enviado a GRI para su revisión internacional. Es nuestro anhelo que este informe sea capaz de dar cuenta de nuestra filosofía de transparencia y de diálogo con los diferentes grupos con los que nos relacionamos de manera clara y precisa. Estaremos contentos de recibir cualquier comentario o sugerencia de ustedes, nuestros lectores para lo cual se podrán comunicar con nosotros vía mail a rsocial@dinersclub.com.ec

¹www.globalreportinginitiative.org



G4-1

Mensaje del Presidente Ejecutivo

A nivel de contexto, en el año 2013 se continuó con un importante cambio en el marco regulatorio de las entidades financieras ecuatorianas, que nos impulsó a realizar innovaciones en nuestras propuestas de valor, así como en la gestión interna de la organización, con el fin de mantener nuestro liderazgo. Sin duda alguna esto ha puesto a prueba nuestra capacidad profesional para dar respuestas oportunas y servir cada día con mayor calidad, claridad y agilidad a nuestros clientes, cada vez más exigentes.

A nivel de nuestra oferta comercial, este año lanzamos al mercado una nueva marca innovadora, Discover y varias propuestas de valor nuevas para nuestros socios. Hoy al cabo de un año podemos decir que el lanzamiento de esta nueva marca en el mercado contó con la masiva aceptación de nuevos segmentos, que tan sólo pueden explicarse por el prestigio alcanzado por la organización en sus 46 años de existencia. Este desempeño se demuestra en el crecimiento en tarjetas Diners y Discover logrando más de 55.000 tarjetahabientes en esta última.

El crecimiento de la propuesta de Diners Miles, también fue satisfactorio y la aceptación en el mercado amplia por garantizar a los socios experiencias únicas y memorables.

El volumen de ventas personales creció en un 12,45% y tuvimos importante incremento en nuevos socios llegando a tener 96.396 nuevos tarjetahabientes (entre principales y adicionales). De igual forma alcanzamos un significativo aumento en la cantidad de socios tanto para Diners Club como para Interdin con un crecimiento del 14.55% en tarjetahabientes.

En el 2013 se obtuvo altos niveles de permanencia de los socios con nuestros productos lo que refleja su gran lealtad hacia la marca y una amplia satisfacción con los servicios que entregamos. Los resultados de facturación lo corroboran al haber alcanzado la cifra de \$3.317 millones, teniendo un buen desempeño en cuanto a los principales indicadores del negocio: Crecimiento, calidad de activos y rentabilidad. Así por ejemplo, la calidad de la cartera de Diners Club del Ecuador es excelente reflejada a Diciembre del 2013 con un porcentaje promedio de recuperación de cartera del 97,83%.

Alcanzar estas metas ha sido posible gracias a la participación activa de cada uno de nuestros colaboradores que han contribuido con trabajo tesonero y creativo, y con la alianza de los 36.755 establecimientos comerciales que conforman la red nacional.

El camino del mejoramiento continuo con un modelo de gestión sostenible sigue adelante y estamos concientes que debemos profundizar nuestro compromiso con la excelencia en el servicio, con ofrecer productos destinados a nuestros socios personales y corporativos de calidad, basados en la solidez e innovación que nos caracteriza.

De igual manera ratificamos nuestra vocación por ser una organización que crea y aporta valor al desarrollo de nuestro país y en este ámbito nuestros programas de turismo inclusivo como “Sabor a Ecuador” han sido muy importantes este año. De igual forma hemos mantenido nuestro aporte a

la cultura y la educación por medio de la Alianza Diners Unicef. En el aspecto ambiental hemos crecido sustancialmente en lo que a estados de cuenta virtuales se refiere reduciendo así uno de los principales impactos ambientales. Hemos participado activamente en la conformación de la Red Nacional del Pacto Global de las Naciones Unidas y apoyado la difusión de la filosofía de la Responsabilidad Social en nuestro país ejerciendo la Presidencia del Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social.

Presentamos el séptimo Informe de Sustentabilidad que busca informar sobre los distintos ámbitos de la organización y sus operaciones haciendo un ejercicio de transparencia con cada uno de nuestros grupos de interés y con cada uno de ustedes.

Ing. Pablo Salazar

Presidente Ejecutivo



CAPÍTULO



BUEN GOBIERNO CORPORATIVO, GARANTÍA DE SOLIDEZ.

A. LA ORGANIZACIÓN

TIPO DE ORGANIZACIÓN

DINERS CLUB DEL ECUADOR S.A.S.F es una sociedad financiera anónima ecuatoriana que opera en el territorio ecuatoriano y cuenta con las franquicias de Diners Club Internacional y de Discover, 99.95% propiedad privada.

VISIÓN

Socios para toda la vida cada día.

MISIÓN

Facilitar la vida de nuestros clientes de manera responsable, excediendo sus expectativas a través del conocimiento y la innovación.

VALORES

Liderazgo, flexibilidad, innovación, conocimiento.

OBJETIVOS EMPRESARIALES 2013

- Diners Club posicionada como Excepcional es la garantía de la lealtad y liderazgo.
- Capturar mercado con ofertas de valor excepcionales.
- Diversificar el Canal de distribución.
- Optimizar la eficiencia y eficacia.
- Fortalecer capacidades.

ACCIONISTAS

132 Accionistas.

ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECE

- AEIFE: Asociación de Instituciones Financieras del Ecuador.
- CERES: Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social.
- Observatorio de los Derechos de la Niñez.
- Red de Empresas para la Erradicación del trabajo Infantil.
- Pacto Global de las Naciones Unidas.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2013

- Reconocimiento a la Excelencia y mayor monto en emisión de la Bolsa de Valores de Guayaquil 2012-2013.
- Reconocimiento a las mejores prácticas en Responsabilidad Social con la comunidad proyecto Capacidades Ciudadanas CEMEFI- FORUM-ALIARSE. 2013.

G4-6/G4-7/G4-9/G4-16/ G4-56/ 4.8/2.1/ 2.5/2.6/2.10/4.3/4.13

B. GOBIERNO CORPORATIVO.

G4-6/ G4-4

Diners Club del Ecuador S.A. S.F. es una sociedad constituida en la República del Ecuador, la cual emite las tarjetas Diners Club y Discover en el territorio ecuatoriano, por franquicia otorgada por Diners Club Internacional. Esto significa que la empresa en Ecuador está sujeta a las políticas y normas internacionales, las que garantizan la calidad de los productos y servicios amparados bajo su marca.

G4-7

La figura societaria de Diners Club del Ecuador S.A., por mandato de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y Ley de Compañías, es la de "Sociedad Anónima". La composición accionaria de Diners Club del Ecuador es en un 99,95% Propiedad Privada (personas naturales o jurídicas privadas).

b.1 Estructura del Capital y Accionistas

Diners Club del Ecuador cuenta con 132 accionistas al 31 de diciembre de 2013 incrementándose 19 en relación al año anterior.

SBSA.1.1

Composición del capital

Año	Personas Naturales	Personas Jurídicas	Total Accionistas
2011	93	14	107
2012	95	18	113
2013	99	33	132

SBSA.1.2

Distribución del capital de los accionistas

Rango en US\$	No. de Accionistas	Porcentaje de participación
0-1.000	12	9.09%
1.001-5.000	18	13.64%
5.001-10.000	16	12.12%
10.001-50.000	40	30.30%
50.001-100.000	17	12.88%
100.001-Adelante	29	21.97%
Total Accionistas	132	100%

SBSA.1.3

Calificación de los accionistas por tiempo de permanencia.

Rango de Permanencia Accionistas	No. de Accionistas
Menos de 1 año	22
Más de 1 hasta 3 años	14
Más de 3 hasta 5 años	16
Más de 5 años	80
Total Accionistas	132

b.2 Estructura Organizacional

Junta de Accionistas y Directorio.

Durante el año, se realizan Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias formadas por los accionistas legalmente convocados. Previa convocatoria, la Junta General Ordinaria se reúne por lo menos una vez al año, dentro de los noventa días siguientes al cierre de cada ejercicio anual. Por su parte, las Juntas Generales Extraordinarias se reúnen en cualquier época del año, para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

SBSA.2.1/SBSA.2.2/SBSA.2.3

Número de Juntas de Accionistas, Gastos y Asistencia

Fecha de Junta	Tipo	Porcentaje del capital presente en la Junta	Registraron su voto	Número Total de Acciones a la Fecha de celebración de la Junta	Total de Gastos Aproximados	Gastos por Accionista	Porcentaje de Asistencia	Número de votos con los que fueron elegidos los Directores
18/03/2013	Ordinaria	90.04%	11	116	1.100,00	100	90.94%	2.995,726

El máximo órgano de administración de la Compañía es el Directorio. Sus miembros son elegidos por la Junta General de Accionistas y posteriormente son calificados por la Superintendencia de Bancos y Seguros. Todos los miembros del Directorio son independientes de la Administración de Diners Club del Ecuador. Según el estatuto social de la Sociedad, el Presidente de la Compañía que hace las veces de Presidente del Directorio es elegido cada 2 años. El resto de miembros del Directorio que son 4 miembros principales y 5 miembros suplentes son elegidos anualmente. Todos los miembros del Directorio son de sexo masculino. El directorio de la compañía es el responsable de aprobar las políticas.

Los 10 miembros del Directorio (principales y suplentes) cuentan con estudios en administración, economía, finanzas y leyes. En su mayoría los miembros del Directorio tienen un amplio conocimiento sobre las operaciones y características de la Sociedad Financiera, pues en promedio han sido directores por más de 5 años.

El Presidente de la Compañía preside las sesiones de la Junta General de Accionistas y del Directorio.

G4-34/ G4-38
Composición del Directorio

Nombre	Función	Nombre	Función
Fidel Egas Grijalva	Presidente del Directorio	Fidel Esteban Egas Sosa	Director Suplente
Juan Pablo Egas Sosa	Director Principal	Simón Acosta Espinosa	Director Suplente
Fernando Vivero Loza	Director Principal	Abel Castillo Echeverría	Director Suplente
Antonio Acosta Espinosa	Director Principal	Ulises Bowen Barreto	Director Suplente
Rodrigo Sánchez	Director Principal	Carlos Suárez Bucheli	Director Suplente

G4-47/G4-51

El Directorio se reúne al menos una vez por mes. Para sesionar y tomar decisiones, debe contar con la mitad más uno de sus miembros. El funcionamiento y estructura de este órgano de gobierno se encuentra descrito en los Estatutos Sociales de la Compañía. Existe una retribución económica por sesión para los integrantes del máximo órgano del gobierno, conocido como dietas a directores, la cual es aprobada por la Junta General de Accionistas.

G4-45/ G4-46

La transparencia, objetividad y compromiso rigen la conducta de los miembros del Directorio, tanto en la asignación como en la administración de recursos, buscando maximizar el valor de la Compañía, a través de un buen manejo financiero y del cumplimiento de las obligaciones legales y contractuales, tratando de equilibrar los intereses de los diferentes grupos como son los inversionistas, administradores, accionistas, propietarios y terceros.

G4-42

Es parte de las funciones del Directorio las de aprobar la definición de la Visión, Misión, Estrategia, Políticas, Objetivos Estratégicos, así como la creación de Comités, y velar por la marcha financiera, social y ambiental de la organización.

G4-44;G4-45;G4-46; G4-47

Es el Directorio de la organización el que conoce y aprueba la matriz de riesgos anualmente que es proporcionada por el Comité Ejecutivo quienes se reúnen mensualmente. De igual manera es el Directorio quien realiza mensualmente la revisión y el monitoreo y control del manejo de los riesgos económicos, sociales y ambientales de Diners Club del Ecuador reportados por su Presidente Ejecutivo en base a las reuniones del Comité Ejecutivo que se mantienen semanalmente.

En la medida de que el Directorio es el máximo órgano de gobierno de la organización por lo que no tienen una entidad superior que la evalúe en su gestión no se realizan evaluaciones de Directorio.

G4-34/G4-38/G4-39/ G4-44/SBS.B.2.1
Comités del Directorio

Existen actualmente cinco comités que se integran con miembros del Directorio y ejecutivos de la Compañía. El Comité Ejecutivo, que es de carácter interno, presidido por el Presidente Ejecutivo, solicita reportes regulares a estos comités de manera tal que se mantiene informado de la marcha de cada uno de ellos de manera semanal. Adicionalmente se han creado comités para la administración de la organización y la ejecución de su operatividad recae sobre las gerencias nacionales. Los integrantes de los Comités son seleccionados considerando el conocimiento que tienen sobre el tema, las funciones específicas en sus áreas, la búsqueda de ampliar la mayor

B.1.2

Comité	Función	#Comités 2013	No. Asistencias X sesión
Comité de Administración Integral de Riesgos	Diseñar y proponer estrategias, políticas, procesos y procedimientos de administración integral de riesgos y someterlos a la aprobación del Directorio.	12	3 miembros con voz y voto y 4 con voz
Comité de Auditoría	Unidad de asesoría y consulta del Directorio de apoyo al área de auditoría, que asegura el cumplimiento de la estrategia y de los controles internos.	12	4 con voz y voto y 3 invitados con voz
Comité de Retribución	Encargado de diseñar y determinar las políticas de retribuciones y dar seguimiento a su implementación adecuada.	2	5 miembros con voz y voto
Comité de Cumplimiento	El Comité de Cumplimiento tiene la responsabilidad de proponer al Directorio para su aprobación la política de prevención de lavado de activos, así, como aprobar los procedimientos relacionados con el tema. Además debe conocer y resolver sobre transacciones inusuales o injustificadas.	12	7 con voz y voto y 2 con voz
Comité de Ética	El Comité de Ética depende de la Presidencia de la Organización y se reúne en caso de existir denuncias de eventos fuera del código de ética. En este año no se ha reportado ningún evento de este tipo.	3	4 con voz y voto y 1 invitado con voz

cantidad de perspectivas, mediante un trabajo inter-área que garantice las mejores decisiones en cada uno de ellos.

Durante el año 2013 los miembros del Directorio participaron en una capacitación específica sobre prevención de lavado de activos y en la cual no se incurrió en gastos significativos.

SBS C.1.1/SBS C.1.2/SBS C.1.3

El Directorio durante el año 2013 se reunió en 13 ocasiones, una en cada mes y una reunión extraordinaria en el mes de marzo. Durante el 2013 no se reportaron casos desde el Comité de Ética al Directorio.

G4-51/SBS.C.1.4

En cuanto a la definición del sistema de remuneraciones y compensaciones, tanto para los miembros del Directorio como para los diferentes niveles jerárquicos, la política ha sido aplicada en estricto cumplimiento y apego a lo aprobado por el Comité de retribuciones sin presentarse aspectos relevantes a ser reportados al Directorio, de igual forma las sesiones no han incurrido en gastos relevantes.

G4-43 SBS B.3.1/SBS B.3.2/SBS C.2.3

Para el 2014 está planeado dentro de las mejoras del modelo de buen gobierno crear un micrositio para que los mismos tengan acceso a la información con respecto a educación y transparencia.

Año	Descripción	Participantes	Porcentaje
2013	Programa de Prevención de Lavado de Activos	10	100%

Fecha de Directorio	No. De miembros que asistieron	Gasto promedio causado por los miembros del Directorio
Sesión 9 de enero	5	\$750,00
Sesión 20 de febrero	5	\$750,00
Sesión 8 de marzo	4	\$750,00
Sesión 20 de marzo	6	\$750,00
Sesión 17 de abril	6	\$800,00
Sesión 21 de mayo	5	\$800,00
Sesión 17 de junio	6	\$800,00
Sesión 8 de julio	6	\$800,00
Sesión 26 de agosto	5	\$800,00
Sesión 18 de septiembre	4	\$800,00
Sesión 7 de octubre	6	\$800,00
Sesión 26 de noviembre	7	\$800,00
Sesión 18 de diciembre	7	\$800,00

G4-37/G4-49/G4-50

Existen varias maneras y como el Directorio puede conocer las inquietudes de los diferentes grupos de interés entre las cuales podemos mencionar:

Accionistas: Se realiza una Asamblea Anual donde estos pueden expresar sus inquietudes o consultas sobre la marcha de la organización. Sus principales inquietudes se refieren a los rendimientos y utilidades.

Clientes Socios e Inversionistas: Se cuenta con la Web institucional mediante la cual se nos puede hacer llegar cualquier opinión o consulta. De igual forma se realiza de manera anual una encuesta de calidad de servicio y de forma permanente en oficinas. En tercer lugar contamos con un procedimiento de atención de reclamos que permite conocer las inquietudes de los socios. Las principales inquietudes se refieren a tiempos de servicios o calidad de los mismos.

Colaboradores: Existen dos mecanismos por medio de los cuales los colaboradores pueden expresar sus inquietudes que son la encuesta de clima laboral y el recientemente creado canal de confianza el cual permite expresar los temas relacionados con la marcha interna de la organización. Las principales inquietudes en este ámbito se han referido a las posibilidades de desarrollo de carrera, balance vida laboral-familia y clima laboral.



b.3. Organigrama y principales Ejecutivos

Los cargos directivos y las Gerencias Nacionales son nombrados directamente por parte de la Presidencia Ejecutiva quien a su vez informa y rinde cuentas de sus actividades en lo económico, social y ambiental al Directorio. Estas Gerencias receptan las inquietudes y aportes de cada área semanalmente las que son llevadas a su vez al Comité Ejecutivo donde se toman las respectivas decisiones ya sea proactivas o correctivas. De igual forma existe la filosofía de puertas abiertas a nivel gerencial para captar las inquietudes de cualquier colaborador cuando existan inquietudes que combinado con las reuniones semanales de área garantizan un permanente flujo de información, inquietudes o preocupaciones hacia los órganos de gobierno.

SBS C.1.1/SBS C1.3/SBS C.1.4/SBS C1.2

El tiempo de permanencia del equipo gerencial en promedio es de 16 años. Está conformado por el 33% de personal femenino y 67% de personal masculino, todos cuentan con formación superior y el 67% del equipo cuentan con postgrados.

SBS C.2.1/SBS C.2.2

El 3.78% del gastos de personal anual, corresponde a las remuneraciones invertidas en el equipo gerencial por la entidad en el año 2013. La relación de los gastos de remuneraciones anuales invertidas en el equipo gerencial sobre el total de utilidades antes de impuestos y participación a trabajadores, registrados por la entidad en el año 2013, representa el 2.47%.

Principales Ejecutivos	
Nombre	Función
Pablo Salazar	Presidente Ejecutivo
Jorge Moyano	Gerente Nacional de Planeación y Finanzas
Mónica Carrión	Gerente Nacional de Centro de Servicios
Ignacio Maldonado	Gerente Nacional de Negocios
Daniel Montalvo	Gerente de Recursos Humanos
Patricio Vivero	Gerente Nacional de Riesgos
Alexander Zederbauer	Gerente Regional de Negocios
Augusta Bustamante	Gerente de Responsabilidad Social
Jorge Coba	Auditor General
Tania Gerka	Gerente de Cumplimiento



Pablo Salazar
Presidente Ejecutivo



Ignacio Maldonado
Gerente Nacional
de Negocios



Mónica Carrión
Gerente Nacional
Centro de Servicios



Jorge Moyano
Gerente Nacional
Planeación y Finanzas



Jorge Coba
Auditor Interno



Alexander Zederbauer
Gerente Regional
de Negocios



Augusta Bustamante
Gerente de
Responsabilidad Social



Patricio Vivero
Gerente Nacional de
Riesgos



Daniel Montalvo
Gerente de Desarrollo
Organizacional



G4-13

Durante el 2013 no se realizó ningún cambio significativo en la estructura, tamaño o propiedad accionaria en la organización.

G4-57

En el 2013 se ha trabajado en el desarrollo de Modelo de Gobierno, alineándolo a los requerimientos normativos, en este sentido los principales avances fueron:

- Modificaciones al Código de Ética
- Capacitación al personal en el nuevo Código de ética al 80% de los colaboradores.
- Creación y lanzamiento del Canal de Confianza y divulgación.
- Creación del Código de Buen Gobierno Corporativo.

G4-56

Todos estos códigos y normativas han sido conocidos por las Gerencias Nacionales, la Presidencia, el área Legal, la Contraloría, la Gerencia de Responsabilidad Social y el Auditor Interno y fueron aprobados por el Directorio de la organización.

G4-48

Los contenidos de la Memoria de Sustentabilidad son definidos por los miembros del Comité Ejecutivo en conjunto con la Presidencia y la Gerencia de Responsabilidad Social y conocidos por todos ellos. En el 2013 se realizó un mapeo del grupos de interés cuyos resultados de materialidad se presentan en este reporte.

b.4 Lineamientos internos de conducta

Código de Ética

Expresa los principios de conducta que deben cumplir y observar los colaboradores de la organización, independientemente de su cargo o posición con los diferentes grupos de interés, garantizando un Gobierno corporativo y los mecanismos adecuados para evitar conflictos de interés. El Comité de ética es un ente de control independiente, cuya finalidad y objetivos son los de velar por el adecuado conocimiento y correcta aplicación del Código de ética del Grupo Financiero.

G4-S04/G4-S05

Durante el 2013 todo el personal que ingresó a la compañía firmó su declaración de compromiso de comportamiento ético, adicional a esto también conoce y firma los siguientes documentos que buscan alinear y normar su comportamiento institucional, de seguridad, nepotismo, lavado de dinero, declaración de impuestos y Código de Ética,

En el 2013 se capacitó a 1.118 colaboradores en el nuevo Código de Ética que representó el 83.37% del público interno mediante una herramienta On-line.

G4-HR5/G4-HR9/G4-HR12/GC1/GC 2/GC4/GC6

Derechos Humanos

La organización mantiene como política el respeto a los Derechos Humanos consagrados en el Código de Ética. No acepta ninguna manera de trabajo forzado, física y/o psíquicamente, como consecuencia de sus labores, ni mano de obra infantil de acuerdo a lo establecido en el Código del Trabajo.

Durante el 2013 no se recibieron denuncias por violación a derechos humanos de ninguna índole.

GC 1

Desde el 2007 Diners Club del Ecuador asume su compromiso con la transparencia, el combate a la corrupción y por preservar el cumplimiento de los derechos humanos y sociales, al ser ratificada como la primera entidad financiera del país adherida al Pacto Global de las Naciones Unidas (UNGlobal Compact). La Organización ha sido una de las cinco impulsoras de la creación de la red local del Pacto Global que en la actualidad tiene 3 años de creación con su Secretaría en CERES.

G4-HR4/ GC 3

Libertad de asociación

Se permite a todos los empleados y funcionarios para crear o entrar a formar parte de asociaciones pacíficas y legales existe en Diners Club del Ecuador la Asociación de Empleados.



G4-S06

No afiliación política

Se mantiene como práctica el no realizar contribuciones o pagos, ni respaldar de ninguna otra forma, a partidos políticos, comités o políticos individuales. El Código de Ética establece que no se puede emitir ninguna opinión política, financiera, religiosa o económica a nombre de Diners Club del Ecuador sin previa autorización.

Medidas anticorrupción

En el Código de Ética y el Código de Buen Gobierno se establece que se debe evitar cualquier situación en la que el interés personal pueda estar o esté sobre los intereses del Grupo y sobre las normativas relacionadas con la prevención del lavado de dinero. Para prevenir los conflictos de interés se tienen procedimientos y políticas específicas tales como:

- Cumplimiento de las políticas, procesos y normas establecidas.
- Control del uso adecuado de la información privilegiada.
- Actualización de datos personales y declaración anual de cualquier situación o transacción que pudiese provocar un conflicto de interés, por parte de un colaborador.
- Prohibición de ofrecer o aceptar regalos y/o beneficios que constituyan una infracción de leyes o que pudieran incidir en el juicio y relación profesional con los diferentes grupos de interés.
- Procesos de control del cumplimiento de las medidas preventivas para el Lavado de Activos (capacitaciones a nivel nacional y actualizaciones constantes del Manual de Control Interno para la Prevención de Lavado de Activos).
- No se permite mantener operaciones de crédito con los accionistas principales, directores y funcionarios con atribuciones crediticias.

Durante 2013 se continuó con la aplicación del Reglamento para la Instrumentación de Inversiones a Plazo, donde se señalan claramente los procesos y controles para el lavado de dinero, recepción de efectivo de los socios, niveles de atribuciones y autorizaciones de funcionarios y formularios actualizados, según disposiciones externas e internas. Además, constantemente los socios inversionistas son analizados con bases internacionales, en materia de lavado de dinero. No se presentó ningún caso de corrupción.

La totalidad del personal es capacitado anualmente con el fin de prevenir el lavado de activos y la corrupción. En el 2013 se realizó una evaluación a comprensión, alcanzando los 1.118 colaboradores que corresponden al 83% del total de la Organización.

Tanto el Código de Ética como el Reglamento Interno de Trabajo se encuentran a disposición de todos los empleados en la intranet de la Organización. El Código de Ética también ha sido incluido en el proceso de inducción al cargo de los nuevos colaboradores.

Canal de confianza: En 2013 se lanzó el canal de confianza para el personal de la organización, el cual tiene el objetivo de recoger quejas con respecto a actos que transgredan el cumplimiento del Código de Ética, mediante este canal se presentaron 11 incidencias calificadas de leves y de carácter administrativo. No se han presentado casos de discriminación.

Competencia Leal: El Código de Ética que los empleados de Diners Club del Ecuador deben cumplir las normas de transparencia de información financiera y se define que los colaboradores no podrán emitir comentarios sobre la actuación de la competencia, así como, sobre la calidad o desempeño de sus productos. No se ha tenido ninguna demanda por prácticas monopólicas.

Adecuado Manejo de los Conflictos

Manejo del Riesgo en la toma de decisiones: En base al criterio del manejo del principio de precaución, Diners Club del Ecuador cuenta con una serie de políticas e instrumento ministración y gestión de riesgos en un entorno económico cambiante, con una dinámica regulatoria alta, en los que la simulación de escenarios permite resguardarnos de impactos en la operación del crédito. La planificación rigurosa marca los parámetros de permisividad de riesgo para alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

El riesgo de liquidez se administra sobre la base de la estrategia de colocación e incorpora los escenarios para los cuales se evalúan los diversos componentes de riesgo relativos a las capacidades de captación de recursos.

El modelo para el manejo de riesgos que utiliza Diners Club del Ecuador discrimina claramente dos aspectos: La medición y determinación de límites y la administración de cada uno de los riesgos.

El riesgo operativo inherente a la actividad de intermediación financiera se enfoca en el manejo de la administración por procesos, basados en políticas y procedimientos ajustados a la realidad de la organización que se actualizan continuamente. El Comité de Administración Integral de Riesgos (CAIR) es quien define los niveles de criticidad y las medidas de mitigación en cada caso analizado de riesgo y este comité es uno de aquellos de mayor incidencia en la continuidad del negocio.

Matriz de principales riesgos y medidas de mitigación

TIPOS DE RIESGO/PÉRDIDA	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	TIPOS DE RIESGO/PÉRDIDA	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
Daño de los activos materiales	Política de Seguridad y Protección de Instalaciones.	Disminución en el valor activos financieros	Política de Inversiones y su reglamento de instrumentación.
	Plan de Continuidad del Negocio.		Índice de Solvencia (Patrimonio Técnico).
	Contratación de pólizas de seguros.		Implementación de modelos matemáticos para monitorear el riesgo de crédito.
	Manual de Procedimientos de Residuos Peligrosos.		
Pérdida de información	Capacitación en Código de Ética.	Responsabilidad Legal, multas y sanciones	Actualización permanente de reformas y disposiciones reglamentarias de los Organismos de Control.
	Política de Seguridad de Información y sus Reglamentos.		Aplicación de las Normativas Internas Institucionales.
	Campañas de concientización al personal de manejo de la información confidencial y restringida.		Cumplimiento de los términos de la Franquicia.
Lavado de Activos	Aplicación de Estándar de Seguridad de Datos (Payment Card Industry).		Aseroría Legal Interna y Externa.
	Manual de Control Interno de Prevención de Lavado de Activos	Reputacional	Reglamento de uso de marcas Diners, Visa y Discover.
	Aplicación de Políticas conozca a su cliente, colaborador, accionista, proveedor.		Aplicación de los términos establecidos por la Franquicia.
	Capacitaciones anuales en temas de prevención de lavado de activos.		Código de Buen Gobierno Corporativo Grupo Financiero Diners Club.
	Implementación de herramienta Risk Control Service para verificar listas denegadas.		Estrategia de Responsabilidad Social y Código de Comunicaciones Responsables.

El riesgo de liquidez se administra sobre la base de la estrategia de colocación e incorpora los escenarios para los cuales se evalúan los diversos componentes de riesgo relativos a las capacidades de captación de recursos.

El modelo para el manejo de riesgos que utiliza Diners Club del Ecuador discrimina claramente dos aspectos: La medición y determinación de límites y la administración de cada uno de los riesgos.

El riesgo operativo inherente a la actividad de intermediación financiera se enfoca en el manejo de la administración por procesos, basados en políticas y procedimientos ajustados a la realidad de la organización que se actualizan continuamente. El Comité de Administración Integral de Riesgos (CAIR) es quien define los niveles de criticidad y las medidas de mitigación en cada caso analizado de riesgo y este comité es uno de aquellos de mayor incidencia en la continuidad del negocio.

Permanentes Auditorías internas y externas

El Área de Auditoría Interna, que es independiente reporta directamente del Directorio y a la Junta General de Accionistas. Está encargada de brindar aseguramiento razonable sobre la gestión integral de riesgos, el cumplimiento de las políticas y de los objetivos de control interno, el vigilar por el cumplimiento de la misión y de los objetivos estratégicos de la Compañía, contribuir a identificar eventos de riesgo de manera oportuna y minimizar su impacto en la organización, monitorear el cumplimiento de leyes, regulaciones locales e internacionales. El Área reporta de manera trimestral a la Superintendencia de Bancos y Seguros y mensualmente al Directorio y Comité de Auditoría.

Como franquicia autorizada de Diners Club Internacional, Diners Club del Ecuador está sujeta al cumplimiento de normas y procedimientos por lo que cada tres años, la matriz internacional de la franquicia somete a Diners Club del Ecuador a revisiones financieras, de administración de riesgos y de operaciones. Durante el año 2013 la franquicia efectuó pruebas sobre las seguridades electrónicas de las redes del Grupo, no se identificaron aspectos de riesgo significativo.

Durante el año 2013 las seguridades físicas y de la información fueron revisadas por la franquicia VISA Internacional, cuyos resultados fueron satisfactorios.

El organismo de Diners Club Internacional que emite las normas se denomina International Operation Policy Committee, estamento que cuenta con la participación de expertos a nivel mundial en el manejo de tarjetas de crédito, siendo un honor para Diners Club del Ecuador que su Presidente Ejecutivo sea uno de sus integrantes.

Por normativa de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador la Compañía somete sus operaciones y resultados a una auditoria externa anual, así como a revisiones particulares en aspectos como prevención de lavado de activos, cumplimiento de obligaciones tributarias y límites de crédito.

Los siguientes informes emitidos en el 2012 y 2013 (a la fecha de emisión del presente documento), no mostraron condiciones sobre la estructura de control interno o aspectos relevantes que requieran acción inmediata; por lo tanto no incluyen salvedad, recomendación u observación alguna.



C. RESPONSABILIDAD CORPORATIVA COMO MODELO DE GESTIÓN

G4-DMA




Diners Club del Ecuador entiende la Responsabilidad Corporativa (RC), como un modelo de gestión que permite el manejo responsable y sustentable de las consecuencias de sus acciones, sobre los diferentes públicos con los cuales se relaciona, considerando las futuras generaciones y su contribución al entorno económico, social y ambiental.

Materialidad y Estrategia de Responsabilidad Corporativa con los Grupos de Interés.

Con la finalidad de establecer los aspectos materiales, es decir, los aspectos significativos para los grupos de interés así como para la Organización, se realizaron talleres iniciales con las Gerencias Nacionales y Gerencias (alrededor de 50 personas en el año 2007) cuando se inició la estrategia de RSE a nivel interno y con los proveedores se lo realizó durante los talleres anuales de Proveedores. Anualmente los contenidos de este Reporte fueron sometidos a revisión de las Gerencias Nacionales y de las Gerencias y éstos participan entregando la información y la marcha de los indicadores correspondientes. En el año 2013 se realizó una revisión integral de la materialidad para lo cual se contó con el apoyo de consultores externos. Para esto se realizaron diálogos con los diferentes grupos de interés con la finalidad de confirmar o desechar aspectos así como para evaluar su prioridad, pertinencia y relevancia. Se realizaron talleres internos con dos grupos de los diferentes niveles de colaboradores de 50 personas, adicionalmente se realizó una encuesta a 15 proveedores, 44 con Socios, 26 establecimientos y 12 aliados clave con los que se ejecutan los programas de la sociedad y medio ambiente. De estos diálogos hemos extraído aquellos aspectos de mayor relevancia tanto para la organización como para los grupos de interés que se plasman en el siguiente cuadro y que nos permitirán enfocar nuestras acciones en los próximos 5 años.

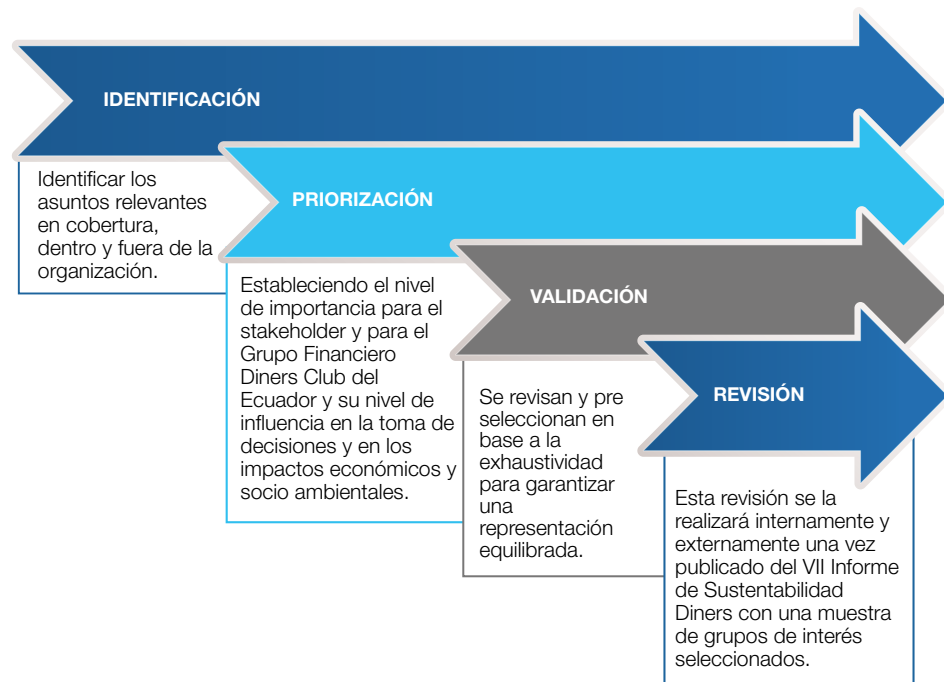


MATERIALIDAD Y RESPUESTA A LOS GRUPOS DE INTERÉS

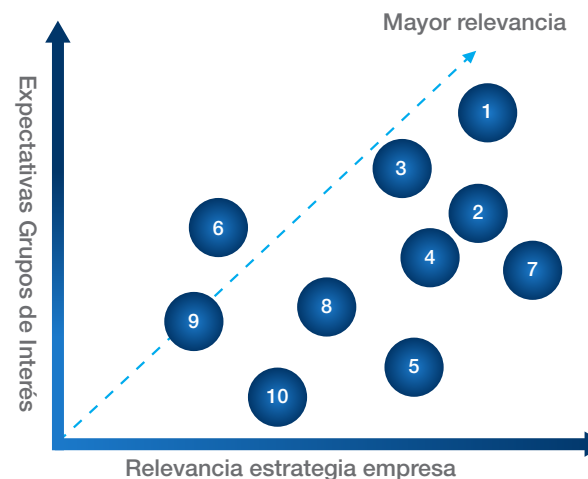
	GRUPO DE INTERÉS	MATERIALIDAD	RESPUESTA
	Buen Gobierno Corporativo: Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer prácticas anticorrupción 	<ul style="list-style-type: none"> Capacitaciones Código de Ética y Lavado
	Productos y servicios responsables: Clientes y Socios	<ul style="list-style-type: none"> No sobreendeudamiento Confidencialidad de la información Monitoreo permanente de calidad y atención a reclamos Productos y servicios innovadores con RSE 	<ul style="list-style-type: none"> Políticas de confidencialidad Monitoreo reclamos Nuevos productos: Discover, Club Miles, Diners Unicef, Freedom, Kids
	Colaboradores y sus familias	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo profesional y personal Educación Financiera 	<ul style="list-style-type: none"> Programa de coaching Ejecutivo Capacitación laboral
	Comunidad y Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> Aporte financiero a causas sociales Reducción de la huella ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> Alianza Diners-Unicef por la educación Turismo Inclusivo "Sabor a Ecuador"
	Cadena de valor: proveedores y establecimientos	<ul style="list-style-type: none"> Extensión de la Sustentabilidad en la cadena de valor 	<ul style="list-style-type: none"> Sistema de calificación de proveedores con RSE Talleres proveedores

PRIORIZACIÓN ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Con el fin de determinar la materialidad se siguieron los pasos establecidos por el GRI 4:



Los resultados de la materialidad se sintetizan en el siguiente cuadro a nivel interno y externo.



Matriz de priorización aspectos materiales

ASUNTOS MATERIALES GRUPOS DE INTERÉS		Fuente de Consulta				Suma	Priorización
		Diálogos	Benchmark	Consulta Interna	Pacto Global		
1	Fortalecer prácticas anticorrupción	1	1	1	1	4	1
2	Cuidar el no sobre endeudamiento	1	1	1	1	4	1
3	Confidencialidad de la información de clientes y socios	1	1	1		3	0.75
4	Monitoreo permanente de calidad y atención de reclamos	1	1	1		3	0.75
5	Aporte financiero a causas sociales como educación, cultura y turismo	1		1	1	3	0.75
6	Reducción huella ambiental	1	1	1	1	3	0.75
7	Desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores	1		1	1	3	0.75
8	Productos y servicios innovadores con responsabilidad social	1		1	1	3	0.75
9	Educación financiera (Comunidad, empleados, socios, etc)	1	1	1		3	0.75
10	Extensión de la sustentabilidad en la cadena de valor	1		1		2	0.5

DEFINIENDO LA MATERIALIDAD





CAPÍTULO

2

**GENERANDO
VALOR ECONÓMICO
PARA EL ECUADOR.**



Logros 2013

CRECIMIENTO ANUAL

• Consumos	11.3%
• Activos	13.6%
• Cartera Neta	15.3%
• Pasivos	16.3%
• Patrimonio	16.3%
• Capital Social	0.90%

(de \$130 millones a US \$145 millones)

SOLVENCIA

- Primera sociedad financiera en su categoría en Ecuador en tamaño de cartera de consumo.
- Segundo lugar en tamaño de cartera de consumo de las instituciones financieras (incluyendo bancos)
- Cartera Bruta total de USD \$1.216 millones.
- Activo productivo que representó el 99.2% del Activo Neto.
- Patrimonio Técnico del 10.77%, superior en 19.7% al requerido por la SBS.

CARTERA

- La calidad de la Cartera se mantiene, los niveles de recuperación se encuentran dentro de los parámetros de riesgo establecidos por Diners Club del Ecuador, lo que refleja un óptimo manejo del crédito.

Desafíos 2014

- Para el año 2014 se buscará consolidar el posicionamiento en los segmentos objetivos, retomando conceptos de la exclusividad de su marca y ampliando la propuesta de valor para sus socios.
- Con las alianzas estratégicas tanto nacionales como internacionales se buscará captar a segmentos no tradicionales.
- Todo ello implica mayores retos comerciales, operacionales, tecnológicos y de gestión, en búsqueda de mejorar el bienestar de los socios Diners Club. El cuidado de los detalles de las propuestas y la excelencia del talento humano será la garantía del éxito.
- Se buscará mantener adecuados índices de crecimiento anual, de solvencia y fortalecer los niveles de recuperación de cartera para mantenernos dentro de los rangos óptimos de la industria.

A. DESEMPEÑO FINANCIERO

El crecimiento del nivel de consumo de socios, la favorable composición de su activo, una adecuada estructura financiera y un eficiente manejo de los recursos, generaron como resultado en 2013 un beneficio neto de USD \$33.76 millones, e índices financieros que reflejan su rentabilidad, eficiencia, liquidez y solvencia.

Adicionalmente, durante el año 2013 Diners Club del Ecuador cumplió con el objetivo de incrementar su base de clientes, dirigiendo sus esfuerzos a un excelente servicio y retención de sus socios, brindándoles una permanente innovación en sus productos y servicios.

La fortaleza financiera de Diners Club del Ecuador, su reconocida trayectoria de rentabilidad, excelente reputación en el medio, son características que le han hecho merecedora a la calificación AAA dentro del Sistema Financiero ecuatoriano, otorgada por la calificadora de riesgos PacificCredit Ratings y AAA- por la calificadora Bankwatch Ratings.

En el mercado de Bancos y Sociedades Financieras, Diners Club del Ecuador se encuentra en el séptimo puesto por tamaño de Activos, quinto puesto por volumen de Patrimonio y en el cuarto por Utilidades obtenidas en el año 2013.

Consumos con Tarjeta Diners Club y Discover

Los consumos totales efectuados por los socios con su tarjeta Diners Club durante el 2013 presentan un crecimiento anual del 12,45%, alcanzando los USD \$3.317 millones.

Recuperación de Cartera

El índice de morosidad de la cartera total al cierre del año 2013 incrementó en 0.44% con relación al del año anterior, ubicándose en el 2.17%.

G4-EC1

B. VALOR ECONÓMICO GENERADO

Los ingresos generados por Diners Club del Ecuador se incrementaron en USD \$6.6 millones con respecto al año 2012, equivalente a un 2.39%.

Su principal componente fueron los ingresos relacionados con la emisión y operación de tarjeta de crédito (intereses, comisiones, y ingresos por otros servicios), valores que representaron el 95.0% del total de ingresos percibidos.

G4-EC4

La Organización no recibe ningún tipo de ayuda económica por parte del gobierno.

	2012	%Participación	2013	%Participación	Var. Anual \$	%	Var. en Participación
VALOR ECONÓMICO GENERADO	275.936,894	100.00%	282.518,639	100.00%	6.581,745	→ 2.39%	→ 0.00%
CLIENTES	248.239,664	89.96%	260.854,116	92.33%	12.614,452	→ 5.08%	↑ 2.37%
INVERSIONES PERMANENTES	26.771,366	9.70%	19,893,2234	7.04%	(6.878,132)	↓ (25.69%)	↓ (2.66%)
INVERSIONES TEMPORALES	925,864	0.34%	1.771,289	0.63%	845,425	↑ 91.31%	→ 0.29%

G4 EN-31

Valor Económico Distribuido

	2012	%Participación	2013	%Participación	Var. Anual \$	%	Var. en Participación
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	236.177,240	100.00%	248.754,506	100.00%	12,577,266	→ 5.33%	→ 0.00%
PAGO INVERSIONISTAS	39.622,559	16.78%	47.592,191	0.35%	7.969,632	↑ 20.11%	↑ 2.36%
PAGO ACREEDORES	439,754	0.19%	864,032	0.72%	424,278	↑ 96.48%	→ 0.16%
PAGO PROVEEDORES	1.323,863	0.56%	1.782,370	7.08%	458,506	↑ 34.63%	→ 0.16%
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	18.147,467	7.68%	17.614,990	7.08%	(532,477)	↓ (2.93%)	→ (0.60%)
EMPLEADOS	33.812,143	14.32%	36.444,639	14.65%	2.632,496	→ 7.79%	→ 0.33%
OPERACIÓN DEL NEGOCIO	141.316,931	59.84%	142.366,690	57.24%	1.049,760	→ 0.74%	↓ 2.60%
COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE	1.514,522	0.64%	2.089,594	0.84%	575,072	↑ 37.97%	→ 0.20%



Operación del Negocio

Los gastos generados por la operación del negocio propiamente dicho, son los egresos de mayor importancia de Diners Club del Ecuador. Al 2013 representan el 57.2% del monto total de gastos. El incremento fué de apenas 2.60% con respecto al año 2012.

Pagos a Inversionistas

Los pagos a inversionistas corresponden a los rendimientos de los fondos del público y de los valores en circulación que se requirieron para financiar el crecimiento de la cartera de créditos y en general de los activos.

Pagos a Acreedores

Los pagos a acreedores son los intereses generados por sobregiros y préstamos de instituciones financieras.

Pagos a proveedores

Los pagos a proveedores son por adquisición de suministros y pasaron del 0.56% en el 2012 al 0.72% en el 2013.

Administración Pública

Por su parte, los pagos a la Administración Pública tienen una participación del 7,1% correspondiente al Impuesto a la Renta, impuestos municipales y aportes a entidades del estado, lo cual implica un decremento de 0.60 puntos porcentuales comparados con la participación de este rubro en el 2012.

Pagos a Empleados o Colaboradores

Los pagos a empleados corresponden a gastos del personal más honorarios. Tiene una participación del 14.65% con un crecimiento del 0.33% en relación al 2012.

Comunidad y Medio Ambiente

El monto total por concepto de donaciones, aportes a UNICEF y otros proyectos específicos de Responsabilidad Corporativa, realizados por la Compañía, incluyen aportes para programas con las comunidades en materia de mejoramiento de la Educación y auspicios culturales principalmente.

Valor Económico Retenido

VALOR ECONÓMICO RETENIDO	2012	2013	Var. Anual \$	%
UTILIDAD NETA	39.759,654	33.764,133	(5.995,521)	(15.08%)
RESERVA LEGAL	3.975,965	3.376,413	(599,552)	(15.08%)
DISPONIBLE ACCIONISTAS	35.783,689	30.387,720	(5.395,969)	(15.08%)

La Utilidad Neta registró un decrecimiento anual del 15.08%

Resumen de Balance General

La cuenta de mayor participación dentro de la estructura del activo es la cartera de créditos, comportamiento consistente con la naturaleza del negocio.

En dólares	dic-2012	dic-2013	Var. Anual \$	%
ACTIVO	1.299.082,528	1.475.754,674	176.762,146	13.60%
PASIVO	1.070.160,169	1.244.829,645	174.669,476	16.32%
PATRIMONIO	228.922,359	230.925,029	2.002,670	0.87%
UTILIDAD NETA	39.759,654	33.764,133	(5.995,521)	(15.08%)

El activo registra un crecimiento anual del 13.6% entre los años 2012 y 2013.

La cartera de créditos mantiene el liderazgo dentro de las cuentas del activo, participando con el 82.91% de su total en el año 2013.

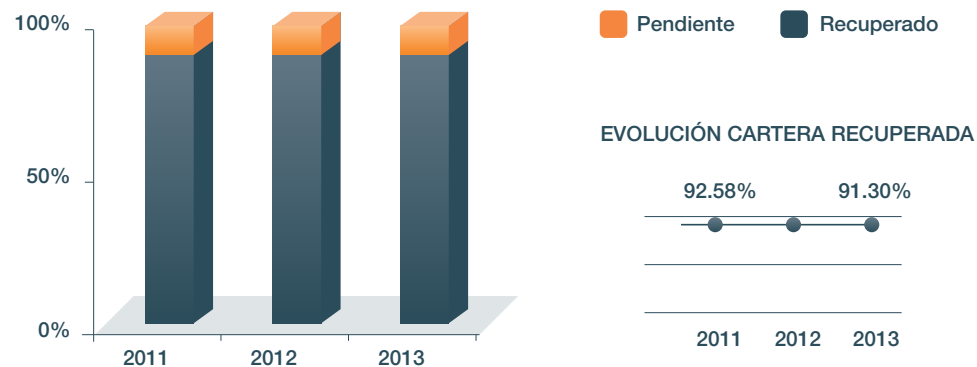
Manejo del riesgo en la concesión de crédito y recuperación de cartera

Manejo Crediticio de los Clientes

La administración del portafolio de clientes tiene como pilar fundamental los parámetros de aprobación fijados de manera idónea y responsable en términos de la calificación efectuada previa a la concesión, en este sentido los niveles de riesgo asumidos por la organización, están avalados por la calidad del cliente, a fin de cuidar la sanidad de la cartera.

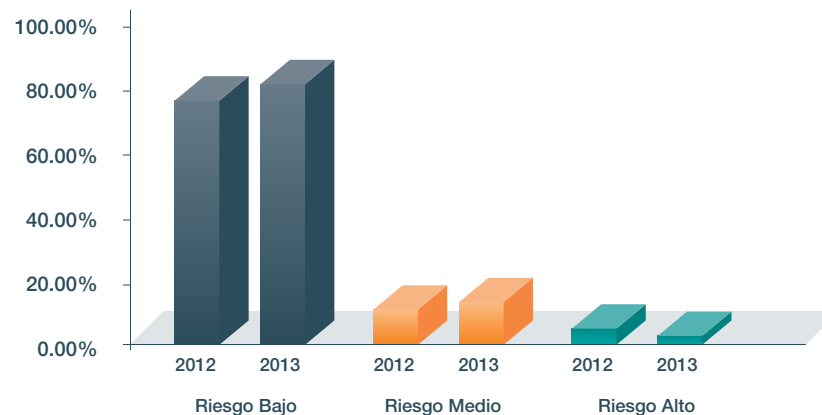
La fijación de límites máximos de exposición es consistente con la capacidad de pago de los clientes, preservando que no se afecte la liquidez del cliente.

A continuación podemos observar que la evolución de los indicadores de recuperación de cartera se mantiene históricamente, situación que corrobora la calidad en la concesión de crédito.



El portafolio de clientes Diners a diciembre 2013 refleja una posición sana y sostenida en el tiempo, lo cual se ve evidenciado en la proporción de clientes tipificados como de Riesgo Bajo, misma que para el 2013 corresponde al 82.63%.

Composición de Riesgo de los Clientes 2013



Concesión y Recuperación de Crédito

Recuperación de cartera

Se mantiene óptimos niveles de recuperación de cartera que permiten sostener los índices de rentabilidad, a través de la aplicación de las mejores prácticas del mercado. Siempre enmarcados en normas legales y éticas, que facilitan un “ganar-ganar”, de esta forma los Socios sienten que el interés de la Organización no se centra solamente en solucionar una deuda, sino también en el bienestar de la persona.

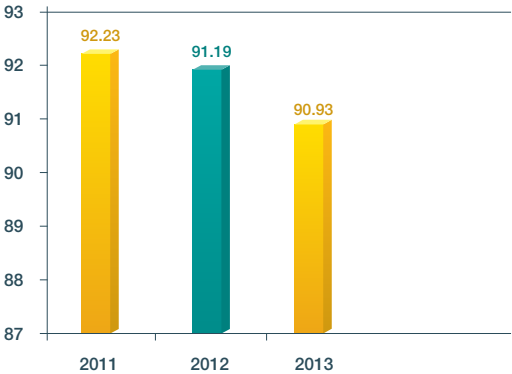
Acuerdos de Pago

El conocimiento e interacción con el socio, nos permite identificar las necesidades financieras de las personas para ofrecer propuestas de financiamiento de sus obligaciones, sin deteriorar la relación, a través de acuerdos de pago verbales o documentados enmarcándonos en la capacidad de pago del cliente.

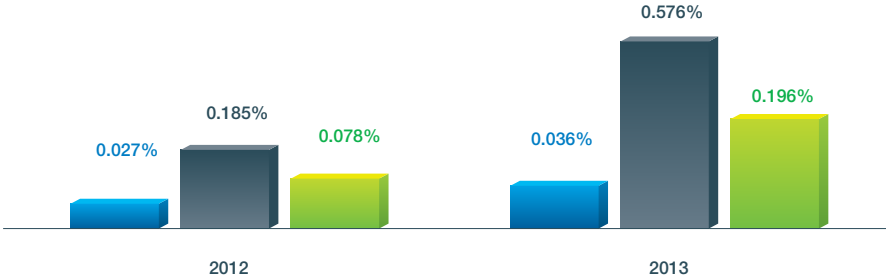
El proceso de Monitoreo de Riesgo de Fraude sigue consolidando a Diners Club del Ecuador como una empresa que mantiene niveles bajos de índices de fraude en comparación con los niveles internacionales.

Para el 2013, el índice de Fraude versus Ventas de Diners Club del Ecuador se mantiene menor al índice de la región y al global.

PORCENTAJE PROMEDIO DE RECUPERACIÓN MENSUAL 2005 - 2013



CUADRO COMPARATIVO DEL ÍNDICE DE FRAUDES A VENTAS
DINERS CLUB ECUADOR - REGIÓN - MUNDO



Monitoreo de Fraude

El fraude en tarjetas de crédito constituye un riesgo inherente en el proceso diario de transacciones de esta industria. El control y mitigación del fraude se logra mediante un permanente monitoreo de transacciones, planes de capacitación en seguridad de ventas a todos los establecimientos afiliados, un adecuado esquema de información preventiva a los Socios, y cumplimiento de estándares de seguridad.

G4-PR2/G4-PR8/GA-PR9

Multas y sanciones

Durante el 2013 se generaron 2 multas las mismas que tienen que ver, una de ellas por USD \$1.500, debido a la demora en la entrega por parte de un proveedor de los inhibidores de señal celular en nuestras oficinas, requeridos por la Superintendencia de Bancos y Seguros, y otra por USD \$125 por una declaración sustitutiva del Impuesto de salida de divisas. No se ha recibido multas por incumplimientos al adecuado manejo de la información y consecuente riesgo a la seguridad de los Socios



CAPÍTULO

3

TRABAJANDO
EN DINERS CLUB,
UNA GRAN FAMILIA.



Logros 2013

- Mejoría en los procesos de atracción de Talento y del perfil profesional de los Colaboradores, realizando convenios con las universidades.
- El desarrollo de carrera por medio del programa de Oportunidades Internas POI, apoyó al crecimiento de 86 Colaboradores.
- Continuamos con los programas de desarrollo en competencias de coaching, trabajo en equipo y competencias directivas para los niveles gerenciales y medios de la organización apoyando a 105 Colaboradores.
- Incrementamos el Índice de calidad del Ambiente Laboral en un 14,10%, e incorporamos una nueva herramienta de medición de “Engagement” para trabajar en planes de acción orientados de mejoramiento.
- Se implantó la herramienta ETWEB Enterprise para cubrir los procesos de gestión interna.
- Se realizó el proyecto piloto de Bienestar, soporte en evaluación médica, coaching y esquema de alimentación.
- Implementación del modelo de Salud y Seguridad Ocupacional.
- Mantenemos un nivel competitivo de compensación y beneficios así como niveles de equidad interna.
- Los índices de horas hombre capacitación y el nivel de cobertura alcanza al 93% de nuestros colaboradores.

Desafíos 2014

- Generar acciones para aumentar el nivel de Engagement.
- Iniciar con el proyecto de equilibrio Vida Personal – Laboral.
- Perfeccionar el esquema de piloto de Teletrabajo.
- Implantar el modelo de desarrollo de carreras.
- Continuar con el desarrollo gerencial y de las líneas medias para crear una empresa excepcional
- Continuar con la implantación del modelo de Salud y Seguridad Ocupacional.
- Generar el modelo de comunicación organizacional.
- Perfeccionar el modelo de Gestión del Desempeño alineado a la estrategia organizacional.
- Continuar con el modelo de capacitación basado en escuelas de conocimiento.
- Continuar con el programa de Bienestar.
- Perfeccionar el modelo de gestión del Talento Humano
- Se continuará con las capacitaciones en Educación Financiera internas especialmente en provincias y en niveles medios.

¿Quién es la familia Diners Club-Interdin?

G4-10/SBS.E.11/SBS.E.1.2//SBS.E.1.3/SBS.E.1.4

A. CARACTERIZACIÓN DE LA FUERZA LABORAL

SBS D.1.1

COLABORADORES POR SEXO/NIVEL 2011 AL 2013

	2011				2012				2013			
	MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO	
GERENCIA	27	4%	17	3%	29	4%	19	3%	30	4%	18	3%
LÍNEA MEDIA	74	11%	65	12%	80	12%	65	11%	85	12%	70	11%
COLABORADORES	576	85%	464	85%	574	84%	502	86%	600	84%	538	86%
TOTAL X SEXO	657	100%	548	100%	683	100%	586	100%	715	100%	626	100%
TOTAL GENERAL	1.205				1.269				1.341			

SBS D.1.2

COLABORADORES POR NIVEL EDUCATIVO 2010-2013

AÑO	BÁSICA	SECUNDARIA	TECNÓLOGO	UNIVERSIDAD INCOMPLETA	UNIVERSIDAD COMPLETA	MAESTRIA
2010	1%	9%	21%	23%	34%	12%
2011	1%	9%	10%	27%	40%	12%
2012	1%	6%	8%	30%	42%	13%
2013	1%	5%	7%	30%	43%	14%

SBS D.1.4

COLABORADORES POR TIEMPO DE PERMANENCIA

TIEMPO PERMANENCIA	No. Personal	
	2012	2013
>1	201	273
1-3	301	240
3-5	163	189
>5	604	639

SBS D.1.3

COLABORADORES RELACIONADOS CON OPERACIONES DE CRÉDITO

AÑO	NO. DE EMPLEADOS
2011	142
2012	141
2013	157

83% de los colaboradores están en la Sierra y 17% en la Costa

53% de hombres y un 47% de mujeres entre personal fijo, eventual y parcial permanente.

87% de los colaboradores tienen formación Universitaria

47% de líneas medias y gerencias son mujeres

51 personas con algún tipo de discapacidad

G4-EC6

El directorio, que es el principal órgano de gobierno, está constituido por 10 directores principales y dos suplentes; entre 30 y 50 años y 4 mayores a 50 años de edad, 5 de ellos provienen de la ciudad en la que se desarrollan las principales actividades de la Organización.

En los niveles de Gerencias y Líneas Medias, se desempeñan 203 personas de las cuales el 43% son mujeres.

G4-LA1/G4-LA12

	NACIONAL		SIERRA		COSTA	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Cantidad de empleados	1.269	1.341	1.040	1.107	229	234
% hombres	53%	54%	44%	44%	9%	10%
% mujeres	46%	46%	37%	38%	9%	8%
empleados menores de 30 años	439	433	380	375	59	58
empleados entre 30 y 50 años	751	826	595	666	156	160
empleados mayores de 50 años	79	81	65	66	14	15
contratos fijos	1.218	1.323	997	1.090	221	233
contratos temporales	51	14	43	13	8	1
Pasantías	0	4	0	4	0	0
Índice de rotación	13%	18%	10%	16%	3%	2%
Índice de rotación masculino						
empleados menores de 30 años	2%	28%	2%	26%	0%	3%
empleados entre 30 y 50 años	4%	19%	3%	16%	1%	3%
empleados mayores de 50 años	0%	2%	0%	1%	0%	1%
Total IR masculino	7%	50%	5%	43%	1%	7%
Índice de rotación femenino						
empleados menores de 30 años	4%	30%	3%	26%	1%	4%
empleados entre 30 y 50 años	3%	19%	2%	16%	1%	3%
empleados mayores de 50 años	0%	2%	0%	2%	0%	0%
Total IR femenino	7%	50%	5%	44%	2%	7%

Desvinculaciones

Durante 2013, 246 personas se desvincularon de la Compañía, a diferencia del 2012 en el que se separaron 166. El principal motivo fue el haber logrado mejores oportunidades laborales.

AÑO	NO. DE EMPLEADOS
2010	144
2011	133
2012	166
2013	246

Rotación

El porcentaje de rotación voluntaria del año 2013 fue del 15%, 2 puntos más en comparación al año 2012 que alcanzó el 13% y se mantiene dentro de los niveles normales del mercado local. Sin embargo este aumento se debió a dos factores: a) a los cambios en la legislación laboral que posibilitaron que algunos colaboradores se acogieran a la jubilación voluntaria temprana, b) a que se han dado incrementos en las remuneraciones del sector Público que permitieron captar a colaboradores del sector privado de mayor capacitación.

Las principales posiciones en las cuales se generó la rotación fueron Auxiliar de Mantenimiento de

Desvinculaciones por región y sexo

	2012		2013		
RANGOS EDAD	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
20 - 24	3	3	23	17	46
25 - 29	6	3	41	47	97
30 - 34	3	3	23	28	57
35 - 39	4	4	9	6	23
40 en adelante		3	12	8	23
TOTAL	16	16	108	106	246

B. EL DESARROLLO PROFESIONAL Y HUMANO EN DINERS CLUB

b.i Fomentando el desarrollo del Talento Humano

La gestión de personas en Diners Club del Ecuador, busca atraer, desarrollar, motivar y retener al talento humano necesario para lograr los objetivos estratégicos de la organización, alineados a cubrir las expectativas de los Clientes, Mercado, Accionistas y Profesionales; que formamos la sociedad y nuestro equipo de trabajo, soportando la gestión del Talento en el liderazgo de las Líneas de Supervisión y de manera especial administrando el equipo bajo lineamientos de equidad y objetividad.

Este año se realizó un piloto de Teletrabajo para el área de Tecnología en base a los lineamientos dados por parte del MRL Ministerio de Relaciones Laborales, con un esquema que se aplicó a dos personas para poder afinarlos y establecer los esquemas futuros para la organización.

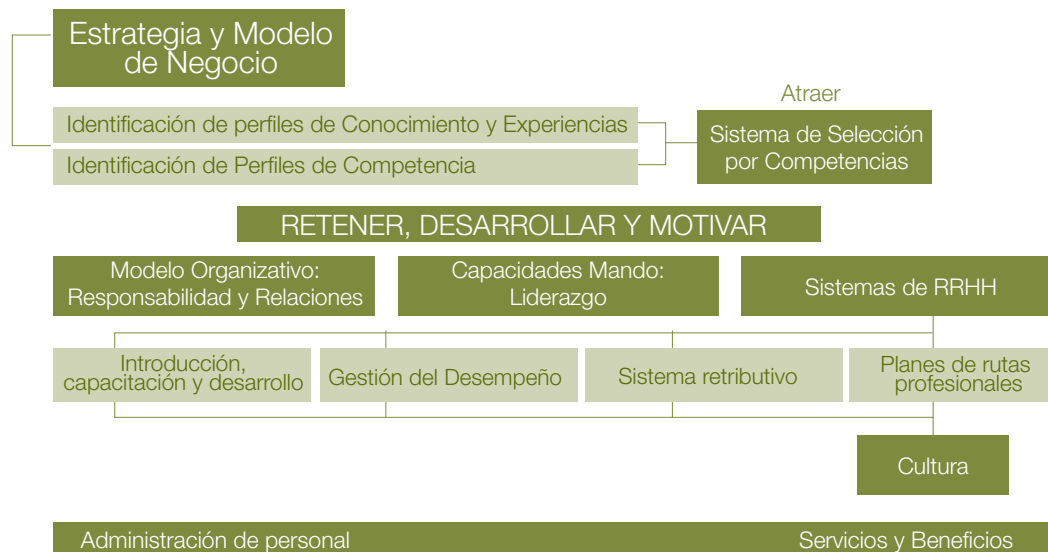
Crédito, Analista de Operaciones, Ejecutivo de Ventas, Oficial de Operaciones Junior, Oficial de Inversiones, Oficial de Cobranzas Junior y Oficial de Canales Junior cabe mencionar que no se ha realizado cambios significativos en la Organización razón por la cual no ha sido necesario establecer procesos de preaviso.

Selección e Inducción

En el 2013 se realizaron 391 procesos de selección concluidos con un tiempo de respuesta hacia los clientes internos de 19 días.

En cuanto a los procesos de Inducción general durante el 2013 se logró cubrir los procesos con el 73% del personal que ingresó.

¿CÓMO SE GESTIONA EL TALENTO EN NUESTRA ORGANIZACIÓN?



TESTIMONIO:

Alexander Zederbahuier
Gerente de Negocios
Diners Club Guayaquil



Siendo Dinero Club líder del mercado es una gran responsabilidad para mí, pero gozo de esta distinción. Puedo decir con orgullo que diariamente no voy a trabajar sino a disfrutar de mi trabajo, entre profesionales de la más alta calidad, manejando proyectos de alto impacto. Ser parte de Dinero Club es un privilegio y estoy agradecido por eso.

b.ii Desarrollo de carrera

En Dinero Club del Ecuador se valora el interés de los Colaboradores por su crecimiento personal, profesional y el desarrollo de su carrera. Es así como se brinda la primera opción en los procesos de selección al personal interno de la organización y si no contamos con el mismo, atraemos talento calificado del mercado profesional.

El proceso de desarrollo de carrera por medio del Programa de Oportunidades Internas POI, cubrió a 86 Colaboradores en el 2013 con crecimiento vertical y horizontal quienes lograron promociones y movimientos verticales en el desarrollo de su ruta de carrera profesional.

G4-LA9/G4-LA10

b.iii Capacitación y Crecimiento Profesional

La capacitación está diseñada para apoyar el desarrollo y consolidación de un modelo enfocado a la satisfacción de los Socios, Establecimientos, Clientes y el Mercado, impactando en la productividad y en el desarrollo de los Colaboradores en un ambiente laboral adecuado. Sin duda que estos programas adicionalmente buscan generar habilidades en los colaboradores, las mismas que sean usadas durante toda su carrera profesional, inclusive hasta el final de la misma.

Durante el 2013, 1.251 Colaboradores participaron en eventos de capacitación y desarrollo, programas técnicos de acuerdo a su línea, servicio al cliente, actualización en temas legales y tributarios, seguridad de la información, prevención y lavado de activos, actualización en productos y otros.

Continuando con el proceso de Desarrollo de Competencias de Gestión de Equipos, cubriendo al nivel Gerencias y Líneas Medias, se obtuvo el soporte de firmas locales e internacionales en temas de:

- Formación gerencial y desarrollo de habilidades directivas.
- Coaching ejecutivo y coaching de equipo.
- Trabajo en Equipo.
- Programa de Desarrollo de Habilidades Gerenciales para niveles medios y back ups.

HORAS HOMBRE DE CAPACITACIÓN		MUJERES			HOMBRES		
NIVELES	2011	2012	2013	2011	2012	2013	
GERENCIA	1.384	1.969	2.251	1.701	2.827	3.086	
LÍNEA MEDIA	4.194	5.748	5.449	3.862	5.684	6.021	
COLABORADOR	6.162	10.884	9.688	6.057	11.946	12.035	

Inversión en capacitación

El año 2013 se realizó la inversión en capacitación con enfoque en las prioridades de formación y desarrollo de cada una de las áreas con la finalidad de apoyar la consecución de sus resultados, destacándose que la mayor inversión se realizó en los niveles de colaboradores con un crecimiento del 6 % con relación al año previo.

SBS. E.2.1

Inversión, eventos de capacitación y personas capacitadas Diners Club-Interdin 2010-2013

Año	Inversión en capacitación (USD \$)	Número de eventos realizados	Número de personas capacitadas
2010	370.602	72	756
2011	465.015	162	1.237
2012	754.527	294	1.228
2013	735.706	292	1.251

NIVEL	INVERSIÓN (USD \$)		DISTRIBUCIÓN	
	2012	2013	2012	2013
GERENCIA	233.203	245.941	31%	33%
LINEA MEDIA	271.408	205.810	36%	28%
COLABORADOR	249.916	283.954	33%	39%
TOTAL GENERAL	754.527	735.705		





Charla de educación financiera con colaboradores del call center en Quito.

G4-HR2/G4-FS16

b.iv Capacitación para el Desarrollo Personal/Social de los Colaboradores

• Educación Financiera

Dentro del programa de educación financiera diseñado para los stakeholders de la organización se inició el trabajo con público interno, 201 colaboradores de las áreas de call center, atención a socios y servicios generales en Quito y Guayaquil fueron capacitados en esta temática cuya principal intención fue generar una concientización sobre la importancia del adecuado manejo de las finanzas personales y la manera en que éstas mejoran su calidad de vida. Los temas desarrollados fueron: Ahorro, presupuesto familiar, flujo de caja, manejo adecuado de la tarjeta de crédito y consumo inteligente.

Para nuestra organización que aporta con soluciones financieras a nuestros socios y clientes es de vital importancia que los propios colaboradores tengan sólidos conocimientos de educación financiera para el manejo personal. Todo ello se encuentra enmarcado en una estrategia de Educación Financiera que abarca tanto los niveles internos como externos de la organización:



GC5

• **Certificación en Erradicación del Trabajo Infantil**

En el marco del Proyecto de Erradicación del trabajo infantil impulsado por el MRL (Ministerio de Relaciones Laborales y Unicef) se trabajó en una capacitación para los colaboradores considerados como claves dentro de los procesos de contratación y relación con proveedores sobre esta temática. Adicionalmente mediante una plataforma web se obtuvo la certificación de 62 colaboradores en el manejo del marco legal para erradicar esta problemática, entregado por estas entidades.

Adicionalmente se elaboró y difundió material comunicacional a todos los colaboradores de la organización con la finalidad de concientizarlos en este problema social cumpliendo con nuestro compromiso suscrito.

• **Importancia de Lactancia Materna**

Las madres que acaban de dar a luz, así como los nuevos padres reciben un kit de lactancia materna, en el mismo se les entrega un manual así como un CD con material sobre la importancia que tiene la lactancia materna en su hijo recién nacido, así como información de consejos para su óptima alimentación. Este año también se realizó una capacitación sobre lactancia con 8 futuras madres de la organización.

G4-LA3

Es necesario detallar que en este marco, el 100% de las mujeres y hombres que se han ausentado por periodo de maternidad o paternidad respectivamente continúan trabajando y de la misma forma el 100% de ellos han conservado sus puestos en los siguientes 12 meses.



• **Taller sobre prevención de violencia infantil**

Con el apoyo de Unicef se realizó un taller para los colaboradores con la intención de facilitarles la información necesaria para prevenir cualquier tipo de violencia en contra de sus hijos.

• **Talleres de inducción para personal nuevo**

Estos talleres tienen la finalidad de compartir información importante de la Organización para de esta forma familiarizar a los nuevos colaboradores sobre la filosofía y modelo de gestión de la misma, este espacio es útil para sensibilizarlos sobre los proyectos que se ejecutan en términos de RSE como el de Fortalecimiento del sistema educativo unidocente, Erradicación de Trabajo Infantil, lineamientos del Pacto Global, etc. En 2013 se capacitó a 194 colaboradores nuevos con un total de 1.384 horas.w

• **Líderes de Bienestar**

Las áreas de Responsabilidad social y Gestión Humano trabajaron en conjunto para formular el plan de Líderes de Bienestar y se inició el piloto comenzando a impartir formación en nutrición y en manejo de la postura de trabajo y ergonomía.

C. REGLAMENTOS DE RECURSOS HUMANOS

Se revisó la totalidad de los reglamentos de Recursos Humanos para confirmar su alineamiento con las normativas legales vigentes así como con el modelo de Gestión del Talento Humano, así también fueron revisados el 100% de procesos de provisión de servicios del área y los de gestión del talento.



Equipos participantes en el programa de Coaching Gerencial Go Karts.

G4-EC3/G4-LA2/G4-LA13/G4-52/G4-53

D. ADMINISTRACIÓN SALARIAL

SBSA.2.5.

Diners Club-Interdin cuenta con el Comité de Retribuciones en el cual participa un representante de los Accionistas quien fue nombrado el 6 de marzo de 2012 con 97.4% de los votos y que se mantuvo vigente en el 2013.

El área de Gestión Humana implementa la administración salarial que es manejada bajo dos premisas:

d.i Equidad interna

Las posiciones que tienen similar peso de valoración se ubican dentro de un mismo nivel de cargos y por ende banda salarial, es decir la relación salarial es la misma sin distinción de género.

d.ii Competitividad externa:

Salarios competitivos en relación al mercado específico y estadígrafos que se toma como muestra. Para ello se utiliza los reportes de consultoras especializadas en Recursos Humanos que investigan los rangos salariales nacionales y de ser el caso, internacionales.

Adicionalmente se consideran las variables de evaluación de desempeño que se realizan dos veces al año tomándose en cuenta los colaboradores con calificaciones mayores a C y las disposiciones relacionadas con los mínimos ingresos sectoriales que entrega el Ministerio de Relaciones Laborales en base a las consultas con los empresarios y trabajadores de cada sector. Son Estos los insumos para que el Comité de Retribuciones considere las medidas necesarias en administración salarial.

En el año 2013, los gastos de personal de Diners Club del Ecuador e Interdin S.A., que incluyen remuneraciones mensuales, beneficios sociales, aportes al IESS*, pensiones, jubilaciones y otros, ascendieron a USD \$41.593,074, mientras que para el 2012, esta cifra fue de USD \$37.692,876

SBS.D.1.6

Clasificación de Personal por rango salarial

No. PERSONAL		
Rango salarial	2012	2013
500-750	53	47
750-1000	258	286
1000-2000	685	698
2000-3000	143	173
>3000	130	133

La relación entre el salario mínimo vital vigente y la remuneración mínima pagada por la Organización es de 1 a 1.9.

A diciembre del 2013, 312 colaboradores mantienen, un esquema de remuneración mixta, es decir salario fijo y variable, mientras que para la misma fecha del año 2012, esta cifra fue de 224.

Adicionalmente, se distribuyó el 15% de las utilidades a los colaboradores, según lo establecido en la Ley:

- Año 2012 (Colaborador con una carga familiar) USD \$5.130,20
- Año 2013 (Colaborador con una carga familiar) USD \$4.658,25

**Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.*

Las variaciones se producen debido a que se generó un incremento en el número de personal que percibe utilidades por parte de los servicios complementarios en un 34.78 % en lo que corresponde al 10% y de un 30.46% en lo correspondiente a cargas familiares, así también se dio un incremento en cargas familiares de nuestros Colaboradores en un 7.36 %.

G4-LA11

E. FOMENTANDO EL MEJORAMIENTO CONTINUO DEL DESEMPEÑO Y LA COMUNICACIÓN INTERNA

Nuestro modelo de Gestión de Desempeño tiene como objetivo el promover una comunicación integradora entre las Líneas de Supervisión y los Colaboradores para poder obtener el alineamiento de los Objetivos Organizacionales con cada uno de los objetivos de los puestos y por otro lado lograr que cada persona entienda como aporta su función a la estrategia de la organización.

La evaluación la realizamos con el fin de formalizar un proceso que se ha venido realizando todos los días y poder establecer ajustes a los planes para el siguiente período o definir los habilitantes adicionales, para que la persona pueda avanzar con sus planes. Esta evaluación se realiza a todos los colaboradores de la organización sin distinción jerárquica, edad o género.

Finalmente el reconocimiento que hacemos para nuestros Colaboradores se ve reflejado fundamentalmente en la revisión de sus remuneraciones o capacitación para su mejora.

Es decir es un círculo virtuoso, a través del cual buscamos alineamiento y desarrollo de nuestra gente.

F. DESARROLLO DE SOLIDARIDAD Y EL VOLUNTARIADO

Durante este año se desarrollaron algunas actividades de voluntariado en las cuales participaron los colaboradores de las distintas agencias.

f.i Donación voluntaria de sangre

Esta actividad que se viene realizando desde años anteriores, en 2013 se realizó en las agencias de Ambato, Guayaquil, Quito, Cuenca y Manta, se lograron recolectar 79 pintas de sangre.

f.ii Educación Financiera

• Colegios Públicos

La educación financiera es prioritaria en nuestro negocio, por lo cual se organizó a un grupo de 10 colaboradores de la agencia Guayaquil para realizar esta actividad en colegio Francisco Campos Coello.

El área de Responsabilidad Social desarrolló los contenidos de 10 módulos educativos sobre el tema y se logró la participación de cerca de 50 estudiantes de 5to año de bachillerato con una capacitación de 10 horas. En este programa se facilitó herramientas para el manejo básico de una planeación financiera la cual es fundamental para la cotidianidad de los jóvenes secundarios que pronto saldrán a tener una vida adulta.



• Mercado La Carolina de Ñaquito

Se realizó un mapeo para identificar instituciones aledañas para trabajar el fortalecimiento de capacidades. Se seleccionó al mercado La Carolina en el cual se implementó este programa a todos sus comerciantes. De esta forma un grupo de voluntarios del área de planeación y finanzas pudo impartir capacitaciones para realizar un presupuesto, manejar un flujo de caja, conocer la importancia del ahorro, manejo del crédito, etc.

f.iii Navidad Solidaria

En las ciudades de Quito, Guayaquil, Ambato, Cuenca, Manta y Machala se desarrolló esta actividad. Los voluntarios compartieron un momento de solidaridad con distintas instituciones entregándoles kits educativos o personales en una jornada de intercambio de experiencias.

Actividades de voluntariado de Colaboradores 2013

Actividad/Lugar	Número de Voluntarios	Resultados
Educación Financiera Desarrollado en el colegio Francisco Campos Coello – Guayaquil.	19 Voluntarios	Implementación de 10 módulos a 50 estudiantes del 2do de bachillerato
Educación Financiera Desarrollado en el Mercado La Carolina	8 Voluntarios	Desarrollo de 10 módulos con 240 comerciantes de este mercado.
Jornada de donación voluntaria de sangre Llevada a cabo en las ciudades de Quito, Guayaquil, Ambato y Cuenca	112 Voluntarios	Recaudación de 112 pintas de sangre
Navidad Solidaria Voluntarios de todas las agencias realizan actos navideños solidarios: Quito, Guayaquil, Ambato, Cuenca Manta y Machala.	77 Voluntarios	
TOTAL	216 Voluntarios	



Durante el 2013, se realizó 529 horas de voluntariado en horas laborales, mientras que en el 2012 fueron 200 horas, el incremento se debe a la implementación del programa de educación financiera. Las horas invertidas de tiempo personal fueron 90 en el 2012, versus las 157 horas aportadas en el 2013. En general se contó con la participación de 183 voluntarios en 2013 y 170 en el 2012.

G. EL CUIDADO POR EL CLIMA LABORAL

- Encuesta, medición y monitoreo del Clima Laboral.

Incrementamos el Índice de Ambiente Laboral en un 14,10% con relación a la medición del año anterior, e incorporamos una nueva herramienta de medición de “Engagement” para identificar el nivel de compromiso de los colaboradores cuya puntuación fue del 68% de nivel de compromiso que corresponde a Desempeño Medio, a 2 puntos de tener alto desempeño.

La metodología empleada para realizar esta medición incluye una serie de variables que miden tanto clima laboral como niveles de compromiso y corresponden al modelo de Aon Hewitt. Esta herramienta se aplicó mediante una encuesta a 1.096 colaboradores de 7 ciudades que representaron el 87% del personal. Ellos contestaron a 61 preguntas relacionadas con el trabajo, las personas, las oportunidades, el clima laboral y las prácticas de la empresa para poder determinar el nivel de compromiso de ellas con la organización.

Nos encontramos diseñando planes de acción orientados a mejorar los factores que impactan directamente en el nivel de “Engagement” y que tienen una correlación positiva con el desempeño del negocio.

Hemos identificado factores de fortaleza como son el alineamiento a la marca, la reputación de la empresa, que a la gente le gusta su trabajo, y que tienen buenos niveles de motivación intrínseca para su gestión.



• Programa de pausas activas para colaboradores

Como complemento del programa de mejoramiento en la calidad de vida iniciado hace 2 años, en 2013 se produjeron 6 videos basados en la realidad de igual número de tipos de trabajo encontrados en nuestra organización, de esta forma se identificará líderes de zonas para que se puedan aplicar estas dinámicas durante un tiempo determinado en el transcurso del día.

H. SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

Durante el período 2013 se continuó con la implementación del Programa de Seguridad y Salud Ocupacional, se realizó exámenes específicos para cargos que tienen niveles de riesgo por su función o ubicación física, inspección de riesgo biológico en baterías sanitarias y comedor, fumigación de áreas para contrarrestar enfermedades respiratorias, campaña de vacunación, contra la difteria, tétanos, influenza y sarampión, campaña de prevención de hígado graso, ecografías, charlas y asesoría nutricional.

Se actualizó los planes y la brigadas para casos de emergencia que se pueden dar en la Organización.

G4-LA5/G4-LA8/G4-11

Al 2.013,117 colaboradores forman parte de las brigadas de salud y seguridad ocupacional, esto equivale al 9% de la nómina. Estas brigadas son representaciones formales de los colaboradores, no se han establecido acuerdos colectivos ya que no se cuenta con sindicatos.



G4-LA6

La siguiente tabla presenta el número de accidentes laborales registrados en el 2013.

Índice de accidentes y daños laborales	2013
Cantidad de empleados	1.341
Número de accidentes	1
Enfermedades profesionales	0
Días perdidos por accidente laboral	45
Días perdidos por accidente laboral / hombre	0,03
Número de víctimas mortales	0
Índice de incidencia de accidentes*	0,74 por mil

**Para realizar este cálculo se consideró la Norma Técnica de Prevención (NTP) 1 del Instituto de Seguridad e Higiene en el Trabajo de España.*

Dada la naturaleza de las funciones realizadas en la organización el riesgo de enfermedad laboral es mínimo.

Por otra parte, Dinero Club del Ecuador cuenta con un Seguro de Responsabilidad Civil, que cubre daños a terceros, Socios, Proveedores y Colaboradores, de cualquier siniestro que puedan sufrir dentro de las instalaciones. Esta póliza tiene una cobertura de hasta USD \$70.000 y cubre lesiones corporales y/o daños a bienes de terceros, ocurridos en los predios de la Compañía.

Ausentismo

El ausentismo en el 2013 fue de 5.765 días laborales que incluyen enfermedad, periodos de maternidad y paternidad entre otros. La principal causa obedece a enfermedades de tipo viral, por lo que se tomaron acciones preventivas para bajar esta siniestralidad.



CAPÍTULO 4

**CALIDAD DE
PRODUCTOS Y
SERVICIOS
PARA NUESTROS
SOCIOS.**



Logros 2013

- Se lanzó la primera tarjeta de crédito con Chip inteligente con tecnología EMV que da mayor seguridad en las transacciones y protege a nuestros Socios.
- Se incrementaron 186.335 tarjetas, entre principales, adicionales y convenio de las tres marcas: Diners Club, Visa Titanium y Discover vs. Las 164.841 colocadas en 2.012.
- Se logró el 106% de las meta de adquisición de tarjetas principales en el 2.013.
- Se incrementó el promedio de ventas mensual de tarjetas principales en el 2013 fue de 7.756 vs. 6.923 en 2012.
- El número de tarjetahabientes principales, creció en el 2013 vs. 2012 en: Diners Club 7.76%; Discover 67.41%
- Las cuentas corporativas nuevas se incrementaron en un 12% comparado con el año 2012. Se alcanzó un cumplimiento del 119% versus la meta.
- Se mejoró el proceso de aprobación de cuentas optimizando así el tiempo de respuesta y atención a los clientes corporativos.

Desafíos 2014

- Crecimiento en adquisición de nuevos clientes Diners Club y Discover.
- Implementación del nuevo Modelo de atención en las oficinas con atención diferenciada e integral por tipo de cliente acompañado de canales de autoservicio.
- Financial Services pasará a ser un canal integral tanto para inversiones como para el pasivo, orientado a socios de alto valor.
- Incrementar el porcentaje de venta cruzada y deep sell (más ventas en clientes actuales) en Socios corporativos.
- Incrementar en un 50% la adquisición de nuevos socios Corporativos y mejorar los tiempos de respuesta a los requerimientos.
- Continuar con el proceso de migración de cliente corporativos a estado de cuenta electrónico.
- Potenciar el segmento “Joven” desarrollando propuestas de valor, productos que se ajusten plenamente a sus necesidades de esta etapa de su vida.
- Incorporar a nuestros productos atributos y beneficios que sean comparativamente diferentes y exclusivos para nuestros Socios.

A. ENFOCADOS EN EL SOCIO

Para quienes formamos parte de Diners Club, nuestro objetivo fundamental es acompañar a cada uno de los Socios en los diferentes momentos de su vida, queremos ser siempre su medio preferido de pago y es por eso que nos esforzamos día a día por incorporar a nuestro portafolio, nuevos e innovadores productos que tengan un conjunto de características y beneficios en base a un entendimiento profundo y serio de aquellas cosas que tienen valor y relevancia para nuestros Socios.

Buscamos que nuestros productos tengan diseños simples de usar, eficientes de alta calidad y que además sean únicos e innovadores, es por ello que en el 2013:

- Seguimos comprometidos con establecer alianzas para desarrollar productos convenio que agreguen beneficios a nuestros clientes.
- Incorporamos a la Alianza Diners Unicef en todos nuestros productos sin costos para el Socio.

a.i Propuestas de Valor adaptadas a la realidad de cada Socio.

Las propuestas de valor que diseña la compañía se fundamentan en base a investigaciones sobre las preferencias y tipo de vida de los socios, a lo que se añade investigaciones de validación de las propuestas de valor a lanzarse al mercado.

G4-PR1/G4-PR3

aii. Políticas en relación con los Socios y su seguridad.

La transparencia y confidencialidad guían nuestras relaciones. Las leyes y regulaciones nacionales establecen un techo de tasa de interés máxima efectiva. Asimismo, es obligación difundir en beneficio de la transparencia de mercado y de los



consumidores un tarifario, folleto o información de pizarra que contenga las tasas a ser cobrados a los consumidores actuales y potenciales. Estas tasas son aprobadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador de acuerdo a una tabla diferenciada por tipo de producto y servicio.

En el 2013 se destacó el desarrollo de productos con la incorporación de nuevas tecnologías, salió al mercado la primera tarjeta de crédito con Chip inteligente con tecnología EMV que brinda mayor seguridad en el procesamiento de transacciones.

Los Socios Diners Club ahora pueden acceder a transacciones más seguras y confiables, realizar sus transacciones de compra con mayor agilidad y rapidez, protegidos contra robo y extravío.

Adicionalmente los establecimientos afiliados a la red reciben información útil con respecto a parámetros de transacciones seguras, para esto se les facilita una “cartilla de venta segura” la cual contiene información de los pasos necesarios para evitar fraudes y los puntos claves para identificar las características de seguridad en una tarjeta de crédito.



Políticas de confidencialidad, seguridad y transparencia para el Socio

Política de Seguridad

Diners Club ha desarrollado una cultura de seguridad de información orientada a proteger los datos de los socios; dentro de la Organización se cumplen los más altos estándares internacionales de seguridad, teniendo para el efecto, normas aprobadas de uso de información; lo que garantiza su integridad, confidencialidad y disponibilidad.

Por otra parte y con el objetivo principal de garantizar el conocimiento y aplicación de las normas en todos los niveles, se realizan capacitaciones periódicas al personal, las que coadyuvan a la consolidación de la cultura de seguridad en un esquema de permanente evaluación.

Política de Confidencialidad

El Código de Ética establece que toda la información, ya sea de carácter contable, administrativo, comercial o de índole reservada sobre los Socios se debe mantener de manera confidencial. Es por ello que nunca se entregan datos del Socio a terceros.

Políticas de Sigilo Bancario

El concepto de Sigilo Bancario impone la obligación de confidencialidad de las instituciones financieras sobre la información financiera de sus Socios. El Código de Ética de la Compañía contempla un estricto cumplimiento de esta norma.

Políticas de Transparencia

Las tasas de interés y comisiones por tarjetas de crédito, por Ley, son publicadas en todas las sucursales, en la Web de la empresa, en la página web de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, entre otros. Diners Club del Ecuador utiliza el Estado de Cuenta como medio de información a sus Socios, siendo este uno de los más fáciles y claros de comprender disponibles en el mercado.

Por otra parte, Diners Club del Ecuador, en el caso de los productos de inversión, publica las tasas vigentes en el portal Web para conocimiento y claridad de los socios.

B. LOS SOCIOS DINERS CLUB DEL ECUADOR

b.i. Categorización

Socios Personales que representan un 95% del stock total.

Socios Corporativos representan el 4%.

Cientes Inversionistas que representan el 1% restante.

Socios Personales

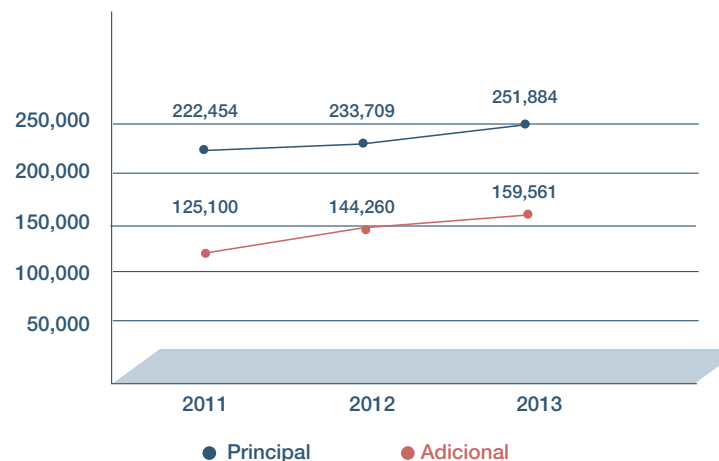
En 2013, Diners Club del Ecuador contó con más de 470 mil Socios personales (principales y adicionales), logrando un crecimiento del 14.5% en relación al 2012.

Diners Club implementa estrategias de segmentación para los Socios de acuerdo a sus ingresos, edad, gustos y preferencias con el objetivo de brindarles propuestas de valor alineadas a sus características y necesidades.

Evolución en la cantidad de Socios Principales y Adicionales

AÑO	PRINCIPAL	ADICIONAL	TOTAL
2012	233.709	144.260	377.969
2013	309.923	164.442	474.375
% Crec	14.55%		

Estos valores incluyen los Socios personales y corporativos.



Diners Club del Ecuador implementa constantemente iniciativas orientadas a la adquisición de Socios principales y adicionales, así como al desarrollo, movilización y retención de Clientes, lo que se refleja en su evolución creciente.

Al finalizar el año 2013, la totalidad de socios principales fue de 309.923, y los adicionales 164.442, equivalente a un crecimiento total del 14.55 % de la base de Socios.

Socios Corporativos

Son aquellas personas jurídicas que adquieren la tarjeta Diners Club Corporativa y la otorgan para uso de funcionarios y ejecutivos de la empresa.

La tarjeta Diners Club Corporativa es un sistema funcional diseñado de acuerdo a las necesidades de las empresas, orientado a apoyar el logro de sus objetivos financieros. El sistema está compuesto por un conjunto de soluciones específicas, concretas y eficientes, que ofrecen ventajas tangibles como: optimización de tiempo, ahorro de costos, flexibilidad y transparencia en el control de gastos corporativos.

Diners Club del Ecuador contó con 3.862 Socios principales corporativos (cuentas activas totales) en el 2012. En el 2013 llegaron a ser 4.277 socios. En cuanto a los Socios adicionales corporativos, a diciembre de 2013, la cifra alcanzó los 8.754, esto implica un crecimiento total del 9%.

Cientes Inversionistas

Son aquellos que adquieren los productos de inversión que actualmente comercializa Diners Club. (Saldos a Favor solo para Socios Diners Club del Ecuador y Certificados de Inversión para Socios y público en general).

Durante el año 2013, el portafolio de Diners Club de Financial Services creció en 582 clientes, un 9.65% más que el año pasado, llegando a 6.033 el total de inversionistas. Esto representa un incremento neto del 18% en el monto administrado y refleja la confianza y seguridad que ofrece nuestra entidad.

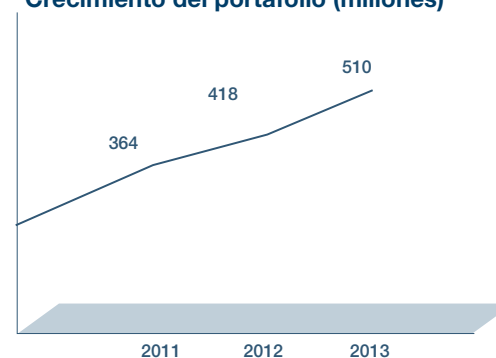
En el 2013 el plazo promedio de las inversiones creció a 300 días lo que demuestra la confianza de nuestros clientes en el manejo eficiente y responsable de su dinero.

Como beneficio especial, Diners Club del Ecuador no retiene el impuesto a ingresos financieros (2%) a los Clientes inversionistas de la tercera edad, pagándolo directamente al ente de control.

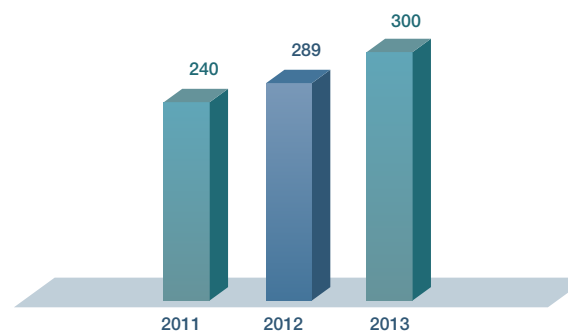
Crecimiento de clientes Financial Services



Crecimiento del portafolio (millones)



Plazo promedio ponderado (días)



C. PRODUCTOS DINERS CLUB

c.i Descripción de los Productos Diners Club

Los productos que ofrece Diners Club para socios personales y corporativos son:

Diners Club Internacional



Diners Club Internacional Claro



Diners Club Internacional AAdvantage®



Diners Club Internacional Sphaera



Diners Club Internacional Miles



DinersClub Internacional Corporativa AAdvantage®



Diners Kids



Supermaxi Diners Club



GIFT Card



Tarjeta Freedom



Tarjeta Gas Club Personal y Corporativa



Tarjetas Convenio



Desde el año 2012 la tarjeta Diners Club Unicef tuvo un cambio. Con la finalidad de fortalecer la alianza ahora todas son parte de la misma, esto se ve reflejado en que el logotipo de Unicef se encuentra en la parte posterior de todas las tarjetas. Por medio de esta alianza Diners Club del Ecuador aporta a un fondo para realizar programas de Educación y Protección Social en Ecuador.



DISCOVER

En Febrero del 2012 Diners Club Ecuador inició el plan piloto de emisión de tarjetas de crédito Discover Me y Discover. Aquello constituyó el paso previo a la masificación en relación a la emisión y colocación de ésta nueva tarjeta de crédito en el mercado ecuatoriano. La organización decidió estratégicamente introducir ésta marca en su portafolio de productos, con la intención de cubrir las necesidades del mercado en otros segmentos y así ampliar su base de clientes y participación de mercado. Hasta la fecha, hay más de 50,000 clientes Discover.

Discover es el líder en Estados Unidos de programas de recompensa que devuelven dinero a los clientes. En Ecuador Discover se lanzó también con su exitoso programa Cashback a través del cual los tarjetahabientes obtienen un porcentaje de sus consumos acreditado en su cuenta Cashback para que lo acumulen y luego retiren ya sea a través de GiftCards o con crédito directo a su estado de cuenta.

El volumen de ventas de tarjetas Discover en Ecuador logró superar los 50.000 tarjetahabientes a nivel nacional en el año 2013 con un consumo promedio USD \$1.500.

Para el impulso de este producto se realizó su difusión a través de redes sociales lo que ha generado una respuesta positiva en términos de promoción y consulta.

A mediados del 2013 se lanza Discover More, el producto dirigido a los top clientes de la marca, su diseño especial distingue a este producto que además proporciona a los tarjetahabientes beneficios adicionales como asistencias nacionales e internacionales.

1. Tarjetas Convenio

Diners Club se mantiene en búsqueda permanente de más y mejores beneficios para sus Socios.

Es así que cuenta con convenios comerciales con distintas entidades que entregan beneficios que se materializan en forma de tarjetas convenio.

Estas tarjetas son de circulación restringida en el Establecimiento con el que se mantiene el acuerdo.

Actualmente Diners Club cuenta con tarjetas convenio activas con más de 50 empresas a nivel nacional, que incluyen a clubes, hospitales, establecimientos educativos, agencias de viajes, tiendas deportivas y hoteles, entre otros.

Dentro de estos convenios podemos citar a las tarjetas MarathonSports, MetropolitanTouring, Quito Tenis y Golf Club, Salinas Yacht Club, Universidad San Francisco de Quito, Hospital Metropolitano, Clínica Kennedy, SwissClub, y Hilton Colón, entre otras.

Dependiendo del acuerdo con el establecimiento, el Socio puede realizar sus pagos con diferentes planes de financiamiento según su conveniencia:

Crédito Corriente	Consumos que el Socio paga en una sola cuota.
Crédito diferido con o sin intereses	Consumos que el Socio cancela en cuotas hasta 48 meses plazo
Crédito Diferido con Gracia	Crédito Diferido con Gracia Consumos que el Socio puede cancelar en un solo pago o en cuotas en función del plan que oferte el establecimiento con 1, 2 ó 3 meses de gracia.

c.ii Productos nuevos 2013

Diners Club Básica Personal y Corporativa

Estos productos se han desarrollado con la finalidad de que se alinen a las necesidades específicas de nuestros clientes, aquellos que prefieran usar un producto que no cuente con un programa de recompensas, así como seguros o asistencias internacionales. Esta tarjeta mantiene las mismas características y beneficios de nuestros productos Diners Internacional personal y Diners Internacional Corporativo respectivamente:

- Tarjeta sin cupo pre establecido.
- Aceptación nacional en más de 36.000 establecimientos y más de 14 millones alrededor del mundo por medio de la Red DISCOVER.
- Avances de efectivo en la red de cajeros Nexo, Banred y Pulse.
- El cliente puede diferir sus consumos internacionales.
- Precio de afiliado y doble vitalpunto en todas las Farmacias FYBECA a nivel nacional.

Programa de Recompensas Club Miles

Club Miles es el nuevo programa de recompensas más flexible, exitoso y exclusivo del mundo, mediante el cual los socios acumulan millas por sus consumos y las mismas pueden ser canjeadas en tickets aéreos, noches en hoteles, renta de vehículos, paquetes y experiencias en viajes, además de una amplia gama de productos. Ha tenido un desarrollo exponencial gracias a la alta aceptación del producto en el mercado, muchos de nuestros Clientes han solicitado contar con

Beneficios club miles

- Por cada dólar de consumo el socio Club Miles gana una milla.
- El Programa de Recompensas ofrece múltiples opciones de canje de millas entre los que se encuentran: servicios de viaje, eventos especiales y productos exclusivos. Igualmente se pueden adquirir millas on line o redimir las anticipadamente.
- Las millas no expiran o caducan siempre que la tarjeta Diners Club Miles se encuentre activa y pueden ser canjeadas por una amplia variedad de productos como son: equipos electrónicos, hogar, deportes, joyas, ropa, accesorios, paquetes turísticos, entre otros).

el producto y comenzar a ganar millas por sus consumos con las cuales pueden hacer realizables sus planes de viaje, vacaciones etc.

A ello se suman algunos beneficios como la flexibilidad de la reserva de tickets aéreos en la aerolínea de preferencia del socio Corporativo y personal a nivel nacional e Internacional, reservas en spa's y resorts, renta de vehículos, cobertura de seguros de viaje, todo ello manejado de manera virtual si así lo prefiere el socio.

El plan de desarrollo del programa planeado para el 2013 se ejecutó con total éxito y ha permitido que tanto Diners Club como sus Socios, hayan cumplido sus metas y objetivos. En el 2014 se esperan sorpresas y novedades.



c.iii Asistencias y seguros Diners Club

El compromiso de Diners Club para con sus socios, hace que día a día trabaje en incorporar a sus productos, servicios y beneficios que les generen bienestar y tranquilidad en todo momento, y es así como las diferentes tarjetas de Diners Club del Ecuador han sido empaquetadas con servicios de asistencia personal o seguros, algunos de ellos sin costo (asistencia médica nacional e internacional, asistencia al vehículo y asistencia al hogar), y otros con un costo adicional subsidiado o como un beneficio por realizar pagos en ciertos establecimientos con su tarjeta Diners Club.

Los seguros y asistencias son manejados por Coris del Ecuador y AIG Metropolitana de Seguros, empresas de amplia trayectoria en el mercado nacional e internacional.

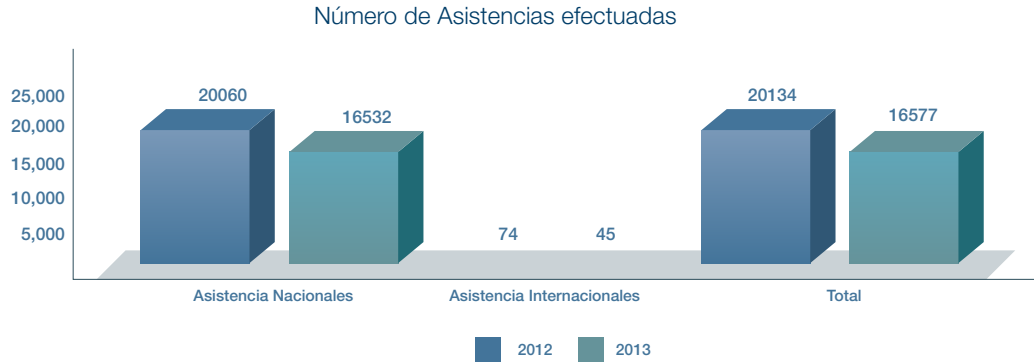
Las asistencias que Diners Club entrega a sus socios sin costo son:

Asistencia al Hogar	Cerrajería, plomería, vidriería y plomería de emergencia.
Asistencia en Viajes	Cerrajería, plomería, vidriería y plomería de emergencia.
Asistencia al Vehículo	Servicio remolque de vehículo y asistencia de emergencia.
Asistencia Médica Nacional de Emergencia en Viajes	Asistencia médica de emergencia en viajes nacionales, repatriación y asistencia legal.

Las asistencias y seguros siguen siendo importantes beneficios para los poseedores de las tarjetas Diners Club en el Ecuador. Durante 2013 se atendieron 16.577 asistencias.

Dentro del paquete de seguros gratuitos atados a un consumo específico al cual los Socios Diners Club pueden tener acceso son:

Para tener acceso a estas asistencias, así como también a un programa de recompensas que le permita acumular millas, el Socio debe solicitar y aceptar el costo anual establecido de acuerdo a la categoría de su tarjeta, según lo establece la normativa de la Superintendencia de Bancos y Seguros.



Seguro de Vuelo	Al cancelar con tarjeta Diners Club los pasajes de transporte terrestre, marítimo y aéreo en vuelos nacionales e internacionales, el Socio, su cónyuge e hijos están cubiertos frente a retrasos de vuelos, demoras o pérdida de equipajes, y accidentes aéreos.
Seguro Estudiantil	Al cancelar los estudios, matrícula y útiles escolares con la tarjeta Diners Club del Ecuador, se incluye un seguro sin ningún recargo, hasta USD \$12.000, el cual garantiza a los hijos menores de 23 años la continuidad de sus estudios en caso de falta del progenitor responsable.
Travel Protection	Al comprar pasajes o paquetes turísticos, a partir de USD \$400, se incluye un seguro que cubre el contenido del hogar por robo y sus efectos personales durante el viaje, por pérdidas de equipaje o documentos y responsabilidad civil.
Seguro de Vehículos Rentados en el exterior CDW	Al rentar vehículos en el exterior y pagar por el servicio con la tarjeta Diners Club, el Socio está cubierto contra pérdida total o parcial, robo o colisión hasta USD \$75.000.

A continuación se detallan los servicios especiales para Socios Diners Club, que están sujetos a la cancelación por parte del socio de un costo subsidiado:

- Club Seguro Accidentes
- Club Seguro Desgravamen
- Club seguro vida
- Club Seguro Hogar
- Tarjeta Protegida
- Tarjeta Protegida Plus
- Desgravamen a transacciones financieras
- Seguros Vehiculares (Alta Gama, Gama media)
- Asistencia escolar
- Asistencia médica 50 plus
- Club seguro onco respaldo
- Club Seguro de vehículos
- Auto Sustituto
- Club Seguro Viajes

Se puede encontrar mayor información sobre éstos beneficios en www.dinersclub.com.ec

c.iv Servicios Electrónicos y Web



PAYCLUB

El socio puede comprar y pagar en línea de una manera fácil, segura y rápida. Puede hacer sus compras o realizar sus pagos las 24 horas del día, los 7 días de la semana, los 365 días del año, desde el lugar que elija.



FAST CLUB

Posibilita ahorrar tiempo en cada transacción, al no requerir la firma del voucher cuando el valor de este sea igual o menor a USD 20 dólares, agilizando de esta manera el proceso de compra para socios Diners Club y establecimientos afiliados.



SPEND ANALYZER

Es una herramienta que permite visualizar sus gastos por especialidad, por establecimiento y en diferentes períodos de tiempo. Usted podrá realizar consultas de sus consumos y movimientos agrupados por categorías, visualícelos de manera gráfica y acumulada hasta por 24 meses.

Testimonio de un Socio:
Sr. Carlos Salazar
Cuenca



Soy socio desde 1991, antes de esa época aún no había la costumbre del consumo a través de tarjeta de crédito en el Ecuador.

Esto con el tiempo ha ido cambiando y ahora Diners Club, no sólo es aceptada en todos los establecimientos, sino que me ha proporcionado beneficios que ninguna otra tarjeta me daba en su momento y más bien las otras fueron las que tuvieron que imitar lo que Diners Club ofrecía, me refiero a la acumulación de Millas por consumo.

En la parte comercial, Diners Club, nos ha brindado mucha asistencia y soporte para crecer en la facturación a través de tarjeta de crédito, con reembolsos exactos y muy oportunos, algo que no sucede con las otras marcas.

c.v. Otros Productos Financieros

Los Socios que poseen tarjetas Diners Club del Ecuador pueden optar por los siguientes productos:

Cash Advance	Una manera rápida y efectiva de satisfacer las necesidades de efectivo de los Socios por montos comprendidos entre US\$ 1.000 a US\$ 10.000, el socio tiene la opción de diferir este pago hasta 18 meses. Este servicio se encuentra disponible también como un autoservicio en la WEB DinersClub.
Cargos Recurrentes	Este servicio permite que los socios Diners Club puedan realizar el pago de sus servicios mensualmente con cargo directo a su tarjeta, contribuyendo así a optimizar su tiempo. Los servicios disponibles son: Telefonía, Internet, Televisión por cable o satelital, Agua y Seguros Voluntarios. Disponible en la WEB para pagos de la Empresa Eléctrica de Guayaquil.
Financiamiento Vehicular	Alternativa de crédito para financiar la compra de vehículos nuevos con un plazo de hasta 60 meses, el socio Diners Club también tiene acceso a financiar la compra de un vehículo usado por un plazo de hasta 48 meses. Este tipo de financiamiento está disponible también para Socios Corporativos hasta por un plazo de 24 meses.
Diferido de Consumos en el Exterior	Gracias a esta alternativa de financiamiento, ahora los Socios Diners Club pueden comprar en el exterior y diferir sus consumos de forma rápida y segura. Este servicio también se encuentra disponible a través de la página Web de Diners Club.
Diferido Inmediato Diners Club (D.I.D)	Este plan de financiamiento está orientado a flexibilizar el pago de la tarjeta del socio Diners Club del Ecuador cuando determinada situación no le permite cancelar el valor total de su cuenta, abonando el 15% de la misma. Este servicio también se encuentra disponible a través de la página Web de Diners Club.

Productos para Clientes Inversionistas

Salos a Favor	Pago anticipado de los consumos de la tarjeta de crédito, el mismo que va a ganar un interés hasta la fecha de pago de la tarjeta. La tasa de interés pagada varía de acuerdo al monto depositado y las tasas de interés vigentes, y se paga mientras exista valor positivo en la tarjeta.
Certificados de Inversión	Documento financiero en el cual el Cliente escoge el plazo al que desea invertir, y va de 30 días en adelante. Por esta inversión, se genera un interés o renta fija, la misma que se pagará al vencimiento o en cuotas previamente pactadas con el Cliente. A este producto pueden acceder el público en general y Socios Diners Club del Ecuador.
Planes de Acumulación Diners	Es un producto a través del cual los socios pueden acumular mensualmente un monto de dinero cargado a su tarjeta, generando intereses que se capitalizan cada 30 días, logrando su objetivo de ahorro.
Papel Comercial	Es un instrumento financiero que permite a los clientes naturales o jurídicos comprar títulos valores con vencimiento futuro y alcanzar una alta rentabilidad por el descuento obtenido.
Titularización	Es un proceso de creación de títulos valores a partir de un flujo de caja estable y predecible en el tiempo. Estos se negocian libremente en el mercado de valores.
Obligaciones	Son instrumentos financieros de largo plazo a dos y tres años, que ofrecen una mayor liquidez, ya que pagan capital e intereses trimestral o semestralmente dependiendo de las características de la emisión.

D. RELACIÓN CON EL SOCIO PERSONAL Y CORPORATIVO BASADA EN TECNOLOGÍA Y SEGURIDAD TRANSACCIONAL.

Una preocupación constante en Diners Club del Ecuador es proporcionar a los Socios un ambiente tecnológico de alta confiabilidad, tanto en la disponibilidad como en la seguridad de la información que se procesa. Dentro de la gestión de las relaciones con los Socios, lo más importante es la accesibilidad de los servicios y la comunicación permanente.

Los distintos canales de atención son los encargados de cubrir las necesidades de los Socios y con ello, garantizar su preferencia al momento de elegir a Diners Club del Ecuador como medio de pago de sus transacciones. En estos canales trabajan actualmente 250 colaboradores que atienden tanto a Socios como a Establecimientos.

En los diferentes Canales alternativos, los Socios (personales y corporativos) pueden realizar múltiples transacciones:

- Información detallada de productos, transacciones y beneficios.
- Compra de productos y tarjetas Diners Club, Visa y Discover: Adicionales, Freedom, DinersKids.
- Contratación de cargos recurrentes y débitos automáticos.
- Solicitud de Novaciones (refinanciación) de consumos nacionales y del exterior.
- Afiliación a los canales alternativos para consulta de movimientos.

Canales de atención a Socios.

Canal de atención	Características	Atenciones
Canales Físicos (8 Oficinas y 17 Puntos de servicio a nivel nacional)	Atención en oficinas , con horarios extendidos en algunas y en Centros Comerciales se incluye los fines de semana.	
Call Center y Contact Center	Atención las 24 horas del día durante todo el año con una capacidad de entre 20-30 llamadas por hora por agente.	<ul style="list-style-type: none"> • 3.106,698 llamadas por Call Center • 17.841 requerimientos por correo por Contact Center
Canales Alternativos (Portal de Servicios Web, Servicio SMS, Diners Móvil y Botón de Pagos)	<ul style="list-style-type: none"> • En el 2013 se realizó el proyecto de Multicanalidad que para rediseñar los canales alternativos bajo estándares internacionales. • Los portales de servicios web ofrecen información de productos, estados de cuenta, movimientos, compras por Internet, cash advance, pagos a Municipios y empresas municipales. • El Servicio SMS para mantener informados a los Socios sobre saldos, pagos y promociones. • El Botón de Pagos para realizar transacciones de compras y pago en línea, desde los establecimientos afiliados y en nuestro portal transaccional • En el 2013 se lanzó la nueva versión de Diners Móvil, incorporando la opción de georeferenciación para oficinas y promociones con comercios. 	<ul style="list-style-type: none"> • 142.442 clientes únicos atendidos por Web • 17.941,250 transacciones, de 582.861 clientes principales y adicionales. • 577.422 transacciones en 190 establecimientos • Más de 4.000 usuarios activos.

d.i. Calidad de servicio al cliente y reclamos

SBS.C.3.1

Indicadores de eficiencia

Este indicador en el Call Center mide el total de llamadas atendidas sobre el total de llamadas recibidas en cada grupo de Atención.

En el Call Center durante el 2013 se atendieron las siguientes llamadas:

Grupo de atención	2012		2013	
	Número de Llamadas Atendidas	Efectividad	Número de Llamadas Atendidas	Efectividad
Emisión	1.321,757	96.38%	1.259,585	95.64%
Adquierecia	70.425	97.52%	69.813	98.17%
Autorizaciones	1.918,953	97.35%	1.579,187	97.98%
Discover	147.116	96.44%	198.113	96.61%

Se mide los tiempos de espera de los clientes previo a ser atendidos. Para el Call Center el tiempo máximo de espera antes de contestar una llamada es de 45 segundos y la meta señala que el 95% de llamadas deben ser contestadas antes del tiempo establecido. En el año 2013 el indicador alcanzó el 95.80%.

Para los Canales Físicos (Oficinas), el objetivo indica que el 90% de los clientes deben esperar hasta un máximo de 20 minutos antes de ser atendidos. El resultado promedio durante el año 2013 se desglosa a continuación por oficina a nivel nacional:

Matriz 85%, CCI 69%, Orellana 75%, Policentro 79%, Urdesa 89%, Cuenca 73%, Ambato 85%, Machala 81%.

Adicionalmente en la administración de los canales, se mide la eficacia y productividad en base a la

resolución de requerimientos de clientes dentro de los tiempos establecidos. La meta establecida corresponde al 99,50% de cumplimiento, en el 2013 Diners Club del Ecuador resolvió a tiempo el 99.55% de los requerimientos solicitados por los clientes a través del Call Center y en el Canal Físico se resolvieron a tiempo el 98.97%.

En Canal Físico, el retraso en la resolución de requerimientos obedece a que es necesario que el cliente se acerque a las oficinas para formalizar la entrega, recepción o firma de documentos, como es el caso de solicitud de copias de vale. En tanto el cliente no concluya el trámite, el registro no puede ser finiquitado en el sistema correspondiente, extendiendo así el tiempo de resolución.

G4-PR5

Indicadores de calidad

El indicador busca disminuir la cantidad de reclamos versus el total de requerimientos realizados por los clientes. La meta establecida corresponde al 99.20% y se alcanzó un resultado en el Call Center del 99.23% y en el Canal Físico del 99.18%. Para Call Center los reclamos se focalizan en el proceso de doble autenticación, no entrega de estado de cuenta y tarjetas; para los Canales Físicos la incidencia se diopor el registro de reclamos de consumos no reconocidos y documentos no entregados a Comercios oportunamente.

En el canal físico a finales del año 2013 se inició la implementación del Nuevo Modelo de Atención, que incorpora elequipo de Middle Office* que busca eliminar reprocesos garantizando la atención oportuna de los requerimientos de los clientes.

Laboratorio de Calidad

En base al sistema de grabación de llamadas incorporado en la Organización, se implementó el esquema de monitoreo a la calidad de servicio en las interacciones telefónicas con clientes a través del Centro de Servicios. El modelo incorpora la verificación del cumplimiento de los parámetros de atención y servicio para detectar oportunidades de mejora que se ejecutan de forma inmediata. En el año 2013, durante la etapa de estabilización se realizaron 1.323 monitoreos alcanzando un nivel de eficiencia del 88.38%. Los parámetros que se evalúan son: Protocolo de atención, Identificación/validación del socio y registro correcto del proceso.

**Middle Office.- Equipo encargado de revisar los requerimientos de los clientes que se acercan a las oficinas para garantizar una resolución efectiva y oportuna de los mismos; por otro lado da soporte operativo en la gestión de la fuerza comercial.*

Indicadores de percepción de servicio

Estos indicadores permiten conocer la manera en que los Socios perciben el servicio de Diners Club del Ecuador. Para el efecto se aplican encuestas físicas a los clientes que visitan nuestras oficinas. En el 2013 se registraron 3.383 encuestas en la oficina Matriz, 3.309 clientes evaluaron el servicio como Muy Bueno y Excelente, el desempeño de indicador fue del 98% sobre la meta planificada de 95%.

Con el objeto de monitorear la calidad de atención en reclamos, a partir del año 2013 se incorpora el indicador First Contact Resolution (FCR) que identifica el porcentaje de reclamos que se resuelven a través de cualquier canal en el primer contacto. Para Socios el resultado en promedio del año corresponde a 91.91% del total de reclamos, para clientes Establecimientos el desempeño del FCR fue de 89.64%.

**Middle Office.- Personal encargado de direccionar el servicio a los Socios para mejorar su eficiencia.*

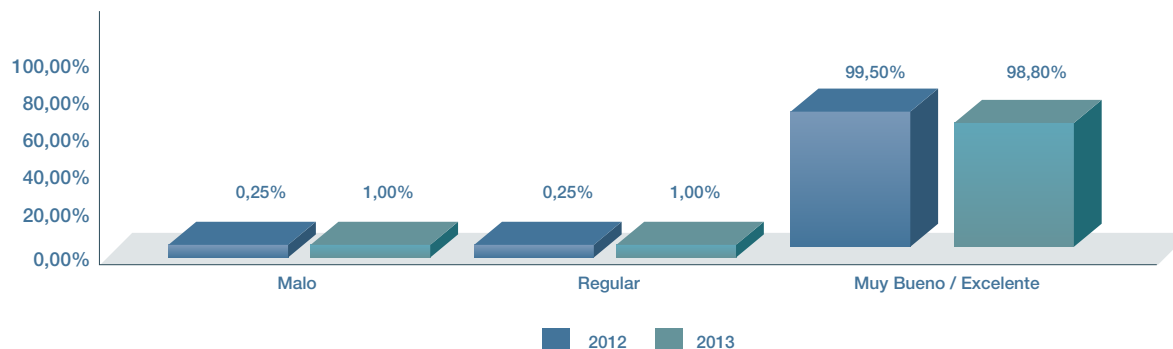
Atención a Reclamos

En Diners Club del Ecuador, adicionalmente se atienden y monitorean los reclamos que efectúan los Socios con la finalidad de dar una solución efectiva a sus demandas y mejorar la calidad del servicio, en los tiempos definidos para el proceso (ANS acuerdos de niveles de servicio).

Del total de contactos recibidos de Socios y Establecimientos en el año 2013 en el Call Center, el porcentaje de incidencias de socios es del 0.82% y del 0.11% para establecimientos, en Call Center se registra un promedio mensual de 171.011 contactos y en Canal Físico un promedio mensual de 53.329 contactos.

El impacto se relaciona con la activación y entrega de tarjetas, así como el envío de Estados de Cuenta, en el caso de Socios; para Establecimientos se concentran en entregas de comprobantes de retención, comprobantes de pago y vales rechazados.

Encuesta de Satisfacción de Socios



Indicadores de tiempo y retraso en servicios.

Resolución de Servicios

EFFECTIVIDAD	2012	2013
A tiempo	1.811,444 99.62%	2.685,523 99.42%
Con retraso	6.833 0.38%	15.740 0.58%
Total	1.818,277	2.701,263

Atención preferencial a Socios con algún tipo de discapacidad y con necesidades especiales:

De forma continua la Organización brinda atención preferencial a personas con necesidades especiales, de la tercera edad y madres gestantes, en las oficinas de Quito y Guayaquil, con rampas de acceso y circulación, baños especiales y señalización, así como la entrega de turnos preferenciales de atención.

G4-PR5

d. ii La imagen de marca

Manteniendo la línea investigativa de años anteriores, se han llevado a cabo durante el 2013 el "Sistemático de Socios"*, el "Brand Equity Tracking" (BET)* todos destinados a conocer mejor a nuestros socios actuales y potenciales, así como su relación con nuestra marca.

**Sistemático Cuantitativo de Socios. Investigación cuantitativa telefónica (realizada a socios Diners Club y clientes de las otras marcas) que tiene por objetivo evaluar el nivel de recordación, tenencia, uso y preferencia de marcas de Tarjetas de Crédito; además permite medir y comparar el nivel de desempeño del varios de los atributos funcionales y emocionales de las marcas.*

**Brand Equity Tracking (BET): Investigación cuantitativa (entrevistas cara a cara en mercado abierto) que mide el Top of Mind, recuerdo espontáneo, inducido y total, valoración de atributos, aplicado a los niveles socioeconómicos Medio y Alto.*

El primero de estos estudios revela que Diners Club es la tarjeta preferida, manteniendo los niveles de uso y preferencia alcanzados en el año anterior. Los atributos diferenciadores de Diners Club son: Honestidad/claridad (en cuanto a costos y promociones, cupo (sin cupo preestablecido), confianza (poder utilizarla cuando lo necesite), seguridad (no llevar efectivo), entre otros.

Por su lado en el BET se evidencia que la “frescura” de la marca (recordación espontánea más recordación asistida) incrementaron significativamente para Diners Club al pasar del 59% al 66%. Según el estudio, Diners Club mantiene el liderazgo en cuanto a la calidad en general; por otro lado la percepción de los entrevistados en relación a los atributos de Diners Club se ha consolidado principalmente en la Aspiracionalidad (es la tarjeta que todos quisieran tener); Aceptación y cobertura (para comprar en todos los lados del mundo sin límite de cupo), Status y Apoyo a la Cultura. Como dato interesante mencionaremos que el atributo “Me abre posibilidades crediticias” que antes era un diferenciador de la marca, hoy se ha convertido en un “commodity”, desde la percepción de los entrevistados.

Y el último de estos estudios evidencia que Diners Club posee otro grupo de beneficios no tangibles que podrían constituirse en factores diferenciadores y de valor agregado con respecto a otras opciones, evidenciados o integrados desde la perspectiva del socio: solo pago lo que firmo, ilimitado, controlo el gasto, entre otros.

En general, se observa una evolución positiva en la percepción de los entrevistados respecto a los atributos investigados. Sin embargo, existen oportunidades de mejora en varios aspectos como por ejemplo: Mejores descuentos, costos, “identificación” con los comerciales, movilización hacia el consumo y mayor cobertura internacional, como los más relevantes.

d.ii.1 Publicidad y Marketing

Diners Club del Ecuador basa su normativa de comunicación en el Código de Ética y Autorregulación Publicitaria, cuyo ente fiscal es la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad (AEAP) y cumple las regulaciones y políticas establecidas.

Desde el año 2009 todas las acciones del área de Mercadeo, Relaciones Públicas y Agencia de Publicidad se basan en el Código de Mercadeo y Comunicaciones Responsables mismo que concentra los principios para el correcto manejo de la comunicación publicitaria, promociones y sorteos, todo bajo principios de Responsabilidad Social. Los contenidos y mensajes que se manejan son presentados de manera transparente y sobria, pensando siempre en el Socio.

G4-PR2/G4-PR4/G4-PR7/G4-PR8

Diners Club del Ecuador no ha tenido ninguna acusación de publicidad engañosa durante sus 48 años de trayectoria, ya que su objetivo al presentar contenidos de comunicación es hacerlo de manera transparente y sobria, pensando siempre en el Socio al que va dirigida la publicidad y basados en códigos de ética y leyes de la República vigentes. De igual forma no se ha tenido incidentes sobre fuga de información de nuestros Socios. Por lo antes dicho la organización no ha tenido multas o litigios en alguno de estos ámbitos.

d.iii. La responsabilidad social con los Socios

G4-FS16

Programa de educación financiera

Desde el año 2011 se inicia un programa de Educación Financiera con los Socios principales y adicionales. En el 2013 el programa de educación financiera dirigida para nuestros Socios se enfocó en los Socios adicionales Kids, Freedom y Socios adultos en general.

FREEDOM Billetera financiera

Para el segmento más joven se ha diseñado un producto que les permita organizar y planificar sus finanzas, en el interior de una billetera se les incluye una agenda la misma que contiene consejos financieros sobre la importancia del ahorro, buen manejo del dinero y la organización del gasto, todo esto acompañado de una plantilla para que realicen su presupuesto y un flujo de caja para que registren sus transacciones.

Este producto también tiene un objetivo paralelo ya que las billeteras son elaboradas con material reciclado de nuestras vallas publicitarias y de su producción se encarga un grupo de madres de escasos recursos de la parroquia caritas Ñaquito. Se produjeron 3.000 billeteras.



KIDS. Ahorra para cuidar la fauna

Basado en las cuatro operaciones básicas matemáticas así como en los conceptos de ahorro y crédito se diseñó un juego dinámico para niños entre 8 y 12 años. Este juego de mesa tiene además un mensaje de concientización ambiental ya que el objetivo del juego es recaudar alimento para animales en peligro de extinción del Ecuador como son el tapir, oso de anteojos, armadillo y cóndor. De esta forma el juego cumple, de una manera divertida, con 2 objetivos didácticos; educación financiera y concientización ambiental. Se imprimieron 2.000 ejemplares.



Trivia financiera socios Freedom

Como complemento a este producto se realizó un juego (trivia) para la web, de esta forma los jóvenes pueden participar en concursos de conocimiento con respecto a los temas financieros.





Jóvenes CON CABEZA

Mide tus conocimientos y aprende destrezas financieras con la **TRIVIA FREEDOM**



¡Aprende sobre Finanzas y **GANAR!**

Haz nuestra Trivia

EDUCACIÓN FINANCIERA PARA SOCIOS EN OFICINAS Y WEB

WEB

Se estructuró un espacio específico en la página web de la Organización para facilitar información con respecto al manejo adecuado de su tarjeta de crédito.




EDUCACIÓN FINANCIERA PARA SOCIOS EN OFICINAS Y WEB

FOLLETOS

Para reforzar este proceso de aprendizaje en nuestros Socios se facilitó en todas las agencias a nivel nacional 2.000 folletos, los mismos mismo que de igual forma contiene consejos para el correcto uso de su tarjeta de crédito y manejo financiero en general.





Nuestro papel
es cuidar
el mundo

Únase al grupo de socios
que reciben su estado de cuenta
únicamente de forma virtual.



d.iv Estados de cuenta virtuales

Con la finalidad de disminuir el impacto ambiental ocasionado por el giro del negocio y adicionalmente satisfacer a los socios que prefieren tener una transaccionalidad virtual, se identificó y desarrolló el proyecto de estados de cuenta virtuales. Esto facilitará una importante disminución en el impacto medio ambiental de los servicios que ofrece Diners Club. En vista de que la cantidad de insertos dentro de los estados de cuenta físicos sigue su tendencia de disminución. De esta forma actualmente los Socios Diners Club pueden solicitar dejar de recibir su estado de cuenta impreso. A Diciembre del 2013 esta innovación contó con la participación de 40.311 Socios.



Un mundo sin límites





CAPÍTULO



**ALIADOS EN EL
CRECIMIENTO
COMERCIAL DE
NUESTRA RED DE
ESTABLECIMIENTOS.**



Logros 2013

- Las ventas en establecimientos afiliados en todas las categorías de negocio crecieron en un 11% respecto al 2012; y el número de transacciones en un 6% con respecto al 2012.
- Los nuevos establecimientos de la red Diners Club crecieron en un 18% respecto al año anterior.
- El crecimiento en ventas se dio principalmente en la facturación de sucursales de provincias.
- El Centro de Capacitación Diners para establecimientos incrementó en un 63% la cantidad de personal capacitado, pasando de 2.722 en el 2012 a 4.504 en el 2013.
- Se apoyó a los establecimientos mediante campañas de comunicación y material promocional durante las festividades con la finalidad de que puedan incrementar sus ventas y así generar mayor riqueza.
- Creció en facturación de nuevos establecimientos y empresas públicas en un 17% en relación a 2012 para facilitar el pago de servicios e impuestos.
- El canal Web para servicios públicos representa el 64% de la facturación total de servicios públicos pues se ofreció mayores y mejores servicios.

Desafíos 2014

- Desarrollar un plan especial para Condominios creando una herramienta de afiliación y con una nueva fuerza de ventas.
- Lanzamiento del Producto Web Pos para incrementar consumos en especialidades como Repuestos, Talleres y Telefonía para facilitar y agilizar pagos en línea.
- Implementar el plan de dependientes para su fidelización y darles la posibilidad de acumular puntos canjeables por premios.
- Masificación Fast Club en establecimientos estratégicos con el objetivo de agilizar los pagos de valores menores a \$20.
- Lanzar el portal de cargos recurrentes, para el pago de Servicios Públicos, Academias, Telefonía.
- Proyecto MPos, Pos inalámbrico móvil que será distribuido en servicios como por ejemplo Correos, transporte, y venta de productos.
- Plan "Próximos a abordar", para dar una experiencia única en Salas Vip durante el viaje de nuestros socios.

La red de establecimientos comerciales Diners Club

El modelo de negocios de la Compañía se basa en ofrecer a los Socios una amplia variedad de Establecimientos comerciales que proporcionen los productos y servicios requeridos por ellos. Diners Club del Ecuador aspira ser el socio de negocios preferido por los Establecimientos de Ecuador, para alcanzar mayores y mejores ventas, a través de propuestas de valor, diseñadas en función del conocimiento de sus necesidades, guiados por los principios éticos y de responsabilidad corporativa.

La red de Diners Club del Ecuador se conforma por más de 38.000 Establecimientos. Estos se agrupan en diferentes giros de negocios (restaurantes, hoteles, servicios financieros, supermercados, academias, líneas aéreas, entre otros), segmentados en función del sector económico y del tamaño.

En cuanto a la comunicación con los Establecimientos, ésta se lleva a cabo a través de los asesores, las sucursales, el Call Center de Servicios y de Autorizaciones, y el portal de Servicios Web para Establecimientos.

A. AFILIACIÓN Y CANCELACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS

Para que un comercio pueda formar parte de la red de Establecimientos de Diners Club del Ecuador debe pasar por un proceso de postulación y evaluación, lo cual está reglamentado en el Procedimiento para la Afiliación de Establecimientos. Con él se evalúan factores como su ubicación, que su negocio sea en actividades lícitas y que no atenten contra la moral y buenas costumbres, y los horarios de atención, entre otros.

En este mismo procedimiento se establecen los pasos a seguir para el bloqueo y cancelación de Establecimientos. Los motivos para ser cancelado incluyen: recargas injustificadas en el precio de venta, rechazo del pago con la tarjeta, fraude, o que se compruebe que hayan prestado un mal servicio a los Socios.



a.i. Relacionamiento con los negocios

Tipos de Crédito

Diners Club del Ecuador, para beneficio de sus socios, y con el objetivo de brindarles alternativas de pago, ofrece una importante variedad de tipos de créditos, crédito corriente, crédito diferido a 3,6,9,12 hasta 48 meses, planes sin intereses a más de otras opciones tales como el Diferido Diners Plus (DDPLUS) y planes pagos sin intereses especiales por temporada.

G4-EC8

B. APOYO COMERCIAL POR SECTORES Y CRÉDITO A ESTABLECIMIENTOS

b.i Apoyo a Establecimientos por Sectores

Diners Club, ha diseñado una estrategia de apoyo a nuestros principales Socios comerciales, de manera tal que se pueda desarrollar su potencial con el respaldo adecuado a sus necesidades particulares.

En el 2013 se realizaron campañas para impulsar la facturación en diferentes establecimientos como: Miércoles Diners en Restaurantes, Auto por Auto en Repuestos y Talleres, donde se obtuvo una facturación incremental de más de \$ 8 millones de dólares, promociones por temporadas en Líneas Aéreas con un crecimiento del 21% siendo la especialidad que más creció en el periodo antes indicado, Hoteles, pago en línea y cargo recurrentes en Servicios Públicos; todas tendientes a incrementar la afluencia de clientes a sus establecimientos, convirtiendo a Diners en un aliado estratégico para sus ventas.

Otro sector que fue impulsado por Diners Club durante este año fue el de los Centros Comerciales que agrupan a diferentes tipos de negocios con campañas como la de Regreso a Clases, Día de la Madre, las Noches Diners y Navidad.

Conscientes de la importancia dinamizadora de las festividades para la economía local y sus



Establecimientos comerciales, Diners Club apoyó en el 2013 fiestas locales como las de Guayaquil, Cuenca, Quito, y Ambato mediante la difusión de beneficios que incentivaron al Socio a conocer y visitar diversos destinos nacionales.

La propuesta "Regreso a Clases" se inscribe dentro de la filosofía de generar facilidades de pago para los padres de familia y al mismo tiempo desarrollar preferencia por los Establecimientos relacionados con lo educativo en estas temporadas mediante la información completa y oportuna a los usuarios.

Los Establecimientos Educativos fueron beneficiados al integrar sus sistemas de recaudación al proceso electrónico de Botón de Pagos que les ha posibilitado reducir sus costos operativos, de recaudación y de esta forma mejorar su imagen de eficiencia frente a sus clientes.

En cuanto al Sector Público, Diners Club del Ecuador suscribió varios convenios con el fin de ser un facilitador en las recaudaciones de impuestos en Municipios por ejemplo a través del pago por Internet, Matriculación Vehicular, Pagos de Servicios Básicos como: luz, agua y teléfono, contribuyendo a la facilidad y agilidad de recaudación.

b.ii Crédito a los Establecimientos

Con el objeto de potenciar las relaciones con los Establecimientos afiliados al sistema, Diners Club del Ecuador ha desarrollado diferentes alternativas de anticipos y préstamos para los establecimientos.

b.iii Crédito Productivo

En el año 2012 se realizaron 87 operaciones de crédito productivo con un desembolso total de USD \$31.536,000 a nivel nacional. De igual forma en el 2013 se potencializó este tipo de crédito; realizando 69 operaciones con un desembolso de USD \$38.723,133 millones lo cual denota un crecimiento del 23%.

b.iv Incentivos para Establecimientos

Cada año Diners Club implementa un programa de incentivos dirigido a los dependientes durante campañas como Vacaciones Costa, Vacaciones Sierra, Día de la Madre, del Padre, y Remodelación buscando incrementar la sugerencia y fidelidad por parte del dependiente. Durante el año 2013 se premiaron a dependientes de establecimientos participantes en muchas de estas campañas como reconocimiento a su compromiso con la marca y con nuestros Socios por un valor de USD \$109.000 dólares.

C. INNOVACIÓN Y SEGURIDAD EN EL SERVICIO

c.i Botón de pagos por Internet

Servicio mediante el cual los Socios pueden cancelar sus compras de bienes o servicios de manera ágil y segura a través de internet. En el 2013 contamos con un número de 136 establecimientos que facturan por internet utilizando activamente este servicio. Adicionalmente se dio un crecimiento en facturación por este medio de pago de un 37%, incrementando un 32% el número de transacciones.



c.ii Sistema de recaudación de donaciones para fundaciones.

A través de este sistema, las fundaciones pueden recaudar contribuciones altruistas que realizan los socios. En el 2013 tuvimos afiliadas 92 fundaciones.

En ciertos casos, las fundaciones que reciben un reembolso de las comisiones correspondientes a las transacciones realizadas a través de Diners como una contribución a esas causas de la Organización y en otros, Diners Club del Ecuador dona la comisión percibida de dicha recaudación.

D. LA FORMACIÓN, EL PRINCIPAL APOORTE A LOS ESTABLECIMIENTOS.

Centro de Capacitación Diners Club (CCD)

Diners Club ofrece como beneficio a los establecimientos por su preferencia y fidelidad el acceso al Centro de Capacitación Diners Club (CCD), el mismo que busca reconocer al recurso humano y fomentar su continua capacitación la cual enriquece la efectividad y eficacia de quienes son los protagonistas de la interacción comercial, la más importante con nuestros clientes.

Durante el año 2013, se capacitaron a más de 4.504 dependientes en temas enfocados a incrementar la efectividad en la venta y el servicio a los clientes. Se enfocó en reforzar la preferencia de la marca en importantes giros de negocios y campañas a nivel nacional:

Campaña	Especialidad	Asistentes	
		2012	2013
Día de la Madre	Electrodomésticos	550	550
Navidad	Centros Comerciales	1.052	2.160
Vacaciones	Agencias de Viajes y Líneas Aéreas	320	194
Miércoles Diners	Restaurantes	-	800
Regreso a Clases	Academias	400	400
Telefonía	Telefonía	400	400
Total		2.722	4.505

Para el año 2014 se proyecta incrementar el número de dependientes capacitados buscando optimizar y brindar nuevas herramientas de desarrollo que nos generen fidelización para cada uno de los dependientes participantes, generando recordación y posicionamiento de marca a mediano y largo plazo. Todo esto siempre ligado a la estacionalidad de cada una de las campañas y de esta forma buscar el crecimiento en ventas de cada una de las especialidades a las que se quiere potencializar.



Testimonio de
Establecimiento
Lorena Andrade
Roka Plaza Hotel Boutique
Ambato

Como representante de ROKA PLAZA HOTEL BOUTIQUE, es para mi muy satisfactorio recordar el apoyo incondicional que he recibido de Diners Club del Ecuador ya que ha sido un pilar muy importante para el crecimiento de la empresa brindando a nuestros clientes a través de tan prestigiosa tarjeta, facilidades y beneficios mediante alianzas estratégicas que nos han beneficiado mutuamente.

Con inmensa gratitud, reconozco el importante apoyo que he recibido durante mi vida empresarial de todos quienes conforman Diners Club del Ecuador



CAPÍTULO

6

**FILOSOFÍA CON LOS
PROVEEDORES.**



Logros 2013

- Fortalecimiento de los vínculos con los proveedores críticos efectuando capacitaciones que permiten su participación directa y aporte a la mejoría de procesos.
- Presentación de los objetivos organizacionales a proveedores específicos para alinearlos con las metas organizacionales.
- Detección de dificultades en proveedores y planteamiento de actividades para optimizar y acortar tiempos de respuestas.
- Inclusión de proveedores en programas de Responsabilidad Social como el plan de lectura y el de Erradicación del Trabajo Infantil y Derechos Humanos logrando la certificación de los proveedores de alto riesgo.

Desafíos 2014

- Dar una ponderación en el proceso de compras a los factores de Responsabilidad Social que pueden generar un valor ambiental o social.
- Aportar con mayor participación de empresas pequeñas y medianas en los procesos de compras y contratación.
- Identificar los diferentes procesos y campañas de Responsabilidad Social que realizan los proveedores.
- Incursionar en proyectos direccionados a la facturación electrónica y emisión de comprobantes de retención con proveedores y reducir el consumo de papel.
- Incrementar la capacidad de digitalización de imágenes con los proveedores para disminuir el uso de copias y potencializar las herramientas tecnológicas que posee la Organización.

A. GESTIÓN CON PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

Diners Club del Ecuador enfoca la relación con sus Proveedores y Contratistas en tres ejes centrales:

- Demostrar en todos los actos transparencia, respeto en los procesos de negociación y cumplimiento de las condiciones acordadas.
- Trabajar con proveedores calificados, que entreguen bienes y servicios bajo estrictas normas de calidad, con precios acordes, dentro de las condiciones del mercado y adecuadas prácticas empresariales.
- Centralizar y estandarizar los procesos de adquisiciones de bienes y servicios mediante la aplicación de la Política de Compras.

La necesidad de establecer la política de contratación y compras obedece a varios factores donde los más relevantes son:

- Mantener un proceso interno de contratación y compras transparente e íntegro.
- Fomentar la competencia entre proveedores con miras a obtener una reducción de costos garantizando la buena calidad.
- Afianzar procesos que garanticen la calidad de los productos y entregas oportunas de los bienes y servicios adquiridos.
- Control riguroso de los costos de los bienes y servicios adquiridos.
- Mantenimiento de excelentes relaciones comerciales con los proveedores.
- Garantizar la ejecución de compras y contrataciones de productos.
- Servicios estratégicos a través de proveedores calificados que cuenten con planes alternativos que les permita brindar sus servicios sin interrupciones.



B. PROVEEDORES DE DINERS CLUB DEL ECUADOR

Diners Club mantiene relaciones estables con sus proveedores, basadas en la ética, la transparencia y el respeto mutuo; de manera que se garantice la calidad y disponibilidad de los productos y servicios necesarios para el funcionamiento de la organización.

Al momento contamos con una base de 192 proveedores, de los cuales 186 son locales, es decir el 97% del total. Estos son calificados a través de la compañía Lógica de acuerdo al procedimiento establecido se puede observar en la tabla que existe una concentración del 84% en los proveedores de pequeñas y medianas empresas, cuyo monto de venta se ubica entre USD \$1.000 y USD \$10.000.

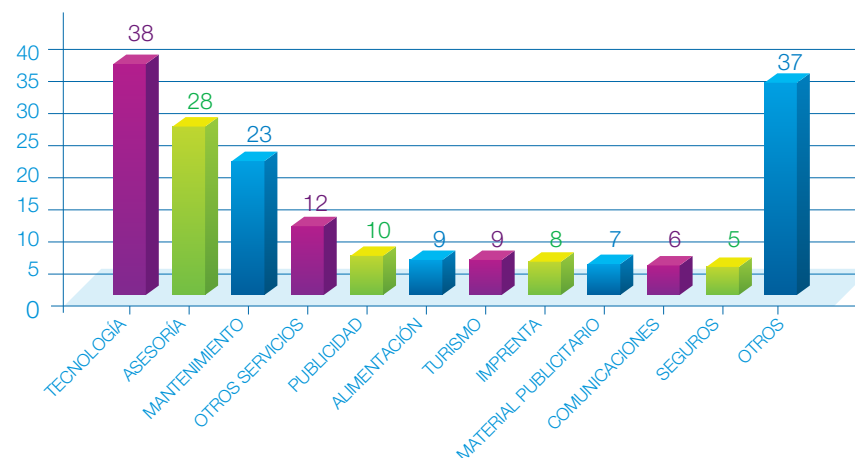
En relación al año anterior la base ha crecido en un 22% debido a que el objetivo de Diners Club es crear nuevas relaciones basadas en la competitividad con ofertas presentadas en base a la calidad de los bienes y servicios que nos presentan y la búsqueda de nuevas opciones en el mercado. En el gráfico podemos observar la concentración de proveedores por el tipo de bienes/servicios que brinda cada uno de ellos, existen 27 categorías diferentes de proveedores en nuestra base de datos.

El siguiente cuadro muestra el sector al que pertenece cada proveedor lo que da cuenta de la cadena de suministro requerida para la gestión de la Organización.

Distribución de proveedores por tamaño

TIPO	2011	2012	2013	%Valoración
Grandes	25	25	26	4%
Medianas	45	49	50	2%
Pequeñas	86	95	116	22%
Total	156	172	192	11%

Concentración de proveedores por tipo de servicio



C. ESTRUCTURA Y POLÍTICA DE ADQUISICIONES

Dado que el sistema para la contratación y compra de bienes y servicios debe estar diseñado para asegurar un proceso transparente, imparcial y eficiente, existe por una parte un área definida para dar cumplimiento a los procesos de análisis, recolección de información, cotizaciones y manejo de licitaciones y por otra el Comité de Compras conformado por funcionarios de alto nivel jerárquico en la organización quienes tienen como función primordial realizar las aprobaciones de conformidad con la política vigente.

Es importante acotar que forma parte de la normativa establecida la no consideración de privilegios especiales a proveedor alguno, cada adjudicación se realiza por mérito propio.

Por otra parte para precautelar los intereses de la organización, dentro de los contratos se incluyen cláusulas que generen confiabilidad y seguridad y se establecen las coberturas necesarias para evitar la exposición al riesgo en los anticipos otorgados a través de garantías de buen uso de anticipo, fiel cumplimiento del contrato y de ser el caso pólizas de responsabilidad civil o fidelidad.

G4-HR6

Adicionalmente todos los contratos que se firman con los proveedores contienen cláusulas de responsabilidad social; no contratación a niños y no trabajo forzoso.

c.i. Los acuerdos de niveles de servicio un referente de calidad entre el proveedor y nuestra organización

Un nivel de servicio es un acuerdo entre nuestra organización y un proveedor sobre las características que un servicio tendrá. En resumen, el nivel de servicio o ANS es el indicador que determina el nivel mínimo esperado de desempeño de un servicio, y de esta manera indica el éxito o fracaso en la ejecución al relacionar lo obtenido contra lo ya definido.

El utilizar este enfoque permite que exista la equidad entre: Niveles de Servicio, Flexibilidad del Proveedor y Costo de tal forma que la organización pueda ejercer este nivel y nuestro proceso productivo no se afectado.

Estamos seguros de que los Proveedores y nuestra organización se benefician directamente ejecutando esta modalidad y permite la construcción de la imagen de crecimiento mutuo sostenido con el desarrollo de nuevos estándares en la calidad y optimización de recurso

G4-S09/G4-EN32/G4-EN33/G4-S010

c.ii. Las adquisiciones con enfoque de Responsabilidad Social

Diners Club al adquirir un producto, no evalúa únicamente el precio o el costo que este infiere, sino también la calidad del producto o servicio. Este análisis induce a que la vida útil del bien o servicio sea más larga y consecuentemente exista un menor consumo de recursos, generalmente un bien o servicio ecológicamente eficiente utiliza menos energía y permite un ahorro en nuestra empresa así como una disminución de desechos en el medio ambiente.

Al establecer como táctica la medición de la relación óptima de costo-calidad, las consideraciones que Diners Club toma son las siguientes:

- La funcionalidad de los productos con respecto a las exigencias internas de la organización, esto elimina la subutilización de los productos.
- Conocimiento del material utilizado para la elaboración del producto o ejecución del servicio.
- Identificación del origen y aceptabilidad en el que fue elaborado el producto, esto conlleva a identificar cómo son los proveedores y clientes como parte del proceso de calificación.

El sistema de calificación de proveedores también ha incluido impacto social que se encuentran enfocadas hacia la prevención del trabajo infantil, manejo de desechos, el mismo que ha sido implementado en 99 proveedores.



G4-LA14/G4-HR6/G4-HR10

Nuestros proveedores son permanentemente auditados por una empresa externa contratada para tal efecto. En estas evaluaciones se realizan inspecciones con respecto al cumplimiento de principios firmados en los contratos como no presencia de trabajo infantil y no trabajo forzoso, en las inspecciones realizadas hasta el momento no se ha evidenciado este tipo de novedades.

Adicionalmente al momento de calificar a un proveedor se realiza una evaluación con la finalidad de evidenciar su realidad con respecto a los aspectos ambientales, sociales, derechos humanos y prácticas laborales, en 2013 se realizó esta inspección al 16% del total de los nuevos proveedores, identificando las buenas prácticas que poseen en estos ámbitos.

D. GENERANDO VÍNCULOS CON NUESTROS PROVEEDORES.

En 2013 se realizó un evento con proveedores con el propósito de difundir información importante con respecto a los procesos administrativos y organizacionales de Diners Club, llegando a compartir información detallada con respecto a los procesos de compra, de calificación de proveedores, de pagos y los enfoques de Salud y Seguridad Ocupacional y Responsabilidad Social.

En este evento se aprovechó la oportunidad para exponerles la iniciativa de la Red de Empresas contra el Trabajo infantil, su importancia, así como la invitación para que se sumen a este propósito. Se compartieron los instrumentos desarrollados y entre ellos el más importante la plataforma web habilitada para la certificación en erradicación del trabajo infantil.

d.i. Programa de erradicación del Trabajo Infantil con la cadena de valor

Dentro del Programa integral para la erradicación del trabajo infantil se pudo comprometer a los mismos, y 17 de sus representantes obtuvieron la certificación establecida por el Ministerio de Relaciones Laborales y Unicef en la web, la misma que facilita información sobre el marco legal nacional e internacional que va en contra de la contratación de mano de obra infantil y vela por los derechos de este grupo.

Otro de los mecanismos establecidos para este fin tiene que ver con la visita in situ hacia un grupo de proveedores que tienen una alta frecuencia en cuanto a la prestación de sus servicios a Diners Club, esta visita tiene la finalidad de evaluar el cumplimiento de ciertos parámetros administrativos pero adicionalmente la verificación de la no existencia de trabajo infantil, esto se realiza a través de la empresa Lógica, la misma que presta el servicio de calificación de proveedores a la Organización.

Producto de un mapeo realizado se identificó a proveedores considerados por la naturaleza de sus actividades como riesgosos para la contratación infantil y que tienen una baja frecuencia en sus relaciones comerciales, en este caso una persona del área de Responsabilidad Social de la Organización visitó sus instalaciones con la finalidad de constatar la no presencia de esta práctica pero adicionalmente concientizar sobre la importancia de terminar con esta problemática social. En 2013 este trabajo se realizó con un 13% de los proveedores identificados en este grupo.



E. CONTRATISTAS.

Durante el 2013 en cumplimiento de la normativa legal establecida, se continuó con la exigencia de ciertas cláusulas contractuales con los proveedores, de forma de precautelar los temas de mandato 8*, adicionalmente se implementó como parte de la operativa de pago de facturas de empresas de servicios complementarios la validación previa y en forma mensual de roles de pago, pago de aportes al IESS, así como la presentación en forma anual de los contratos de trabajo y documentación de los empleados de dichas empresas. Para ello, en conjunto con las áreas de RRHH de los proveedores, se diseñó y estableció un formato de presentación de esta información, lo que permitió un manejo unificado y control adecuado de las excepciones de nómina.

Con todo lo actuado se garantiza el cumplimiento de las obligaciones patronales.

Se cuenta con el servicio de la empresa MULTIJARDINES que es especializada en la Administración y Mantenimiento de Edificios, la misma que funciona con 3 personas fijas.

Los servicios de guardianía, limpieza y mantenimiento lo proveen empresas especializadas en la prestación de dichos servicios. Actualmente, 58 colaboradores de empresas contratistas trabajan en las oficinas de Quito, 25 en Guayaquil y una persona en Ambato.

En 2013 continuó el proyecto de reconstrucción del edificio Centro de Negocios Diners Club, este proyecto iniciado con la finalidad de generar mayor comodidad tanto a colaboradores como Socios tuvo una importante atención al momento de implementar tecnología amigable con el medio ambiente, producto de esto la implementación de sus sistemas inteligentes de iluminación y optimización de recursos. Este proyecto adicionalmente generó un importante impacto en términos económicos ya que permitió la contratación de 17 empresas y por medio de ellas la generación de 116 empleos.

G4-HR7

Con el personal de seguridad se trabajó en el fortalecimiento de 2 temas importantes, promoción de la lectura y fortalecimiento de habilidades en el manejo de sus finanzas, esto mediante la entrega de textos con estos contenidos. Adicionalmente, de manera frecuente reciben capacitación con la finalidad de conocer sobre el manejo y normas de seguridad de las armas de fuego, incluido el manejo de conflictos considerando el respeto a los Derechos Humanos.

*Regulación establecida mediante decreto de la Asamblea Constituyente del Ecuador el 30 de Abril de 2008.

Testimonio de Proveedor
Paco Valdivieso
Gerente Imprenta Mariscal



Durante aproximadamente 10 años hemos venido prestando nuestros servicios para la impresión de varias piezas promocionales y correo directo a Diners Club para sus clientes. Además hemos impreso la revista Diners 382 ediciones a lo largo de 34 años.

Nuestra relación ha seguido creciendo a través de los años y con ello hemos obtenido su confianza, y hoy se nos considera un soporte en el área de mercadeo de su empresa.

Hoy se considera uno de nuestros principales clientes y por la diversidad de piezas que realizamos nos ha permitido estar alertas a la innovación de nuevas técnicas de acabados para siempre tener algo nuevo para mostrar.



CAPÍTULO 7

CONSTRUYENDO
FUTURO CON LA
COMUNIDAD.



Logros 2013

- Se implementó la I fase del proyecto Sabor a Ecuador en 12 localidades del país.
- Producto de los programas sociales que ejecutó la organización se llegó a 124.410 beneficiarios entre niños, niñas, jóvenes y adultos de escasos recursos.
- La alianza Diners Club Unicef, tuvo los siguientes resultados en el 2013:
 - 45.822 niños/as involucrados en planes de mejoramiento de la Educación.
 - 135 escuelas involucradas en programas de mejoramiento de la educación.
 - 80 maestros/as de escuelas rurales capacitados/as.
- Sinfonía por la Vida en Esmeraldas benefició a 86 niños-as/jóvenes.
- Se incrementó la cobertura del programa capacidades ciudadanas llegando a 78 colegios de Quito, Napo, Tungurahua, Orellana y Cotopaxi y 30.000 niños y jóvenes participando en el mismo.
- Se logró ofrecer Educación Financiera a un total de 49.475 personas entre miembros de la comunidad, socios y público interno.
- Se desarrollaron materiales lúdicos, manuales, web y metodologías de capacitación en Educación Financiera.
- Se participó activamente en la Red para la Erradicación del Trabajo Infantil de acuerdo a los objetivos establecidos.

Desafíos 2014

- Implementar la II fase del proyecto Sabor a Ecuador con 12 nuevas localidades y 1 publicación.
- Expandir la alianza Diners Club Unicef a todas las tarjetas Diners e involucrando a los socios con la causa.
- Continuar con el plan de Educación financiera con socios, colaboradores y miembros de la comunidad ofreciendo nuevas herramientas para ello.
- Desarrollar el plan definido dentro de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil que implica el desarrollo de un piloto territorial.
- Mantener nuestra inversión en la creación y difusión de la cultura.

A. EL ENFOQUE PARA APORTAR A LA COMUNIDAD

Diners Club del Ecuador ha estado comprometido con aportar a la Comunidad en la creación y difusión de la cultura, tanto a nivel nacional como internacional, desde su nacimiento. En el 2001, se añadió a la línea de acción cultural un aporte al mejoramiento de la Educación en Ecuador, al constatar su baja calidad. Esto se cristalizó en la Alianza Diners Club-Unicef, diseñándose un producto específico que aporta recursos económicos a un fondo que se invierte para conseguir mejoras educativas de manera especial en las escuelas rurales. Adicionalmente, se han venido dando apoyo a distintas iniciativas sociales, a través de aportes económicos directos a programas específicos, no enmarcados dentro de la Alianza Diners Unicef, ampliando así nuestro radio de acción como son Sinfonía por la Vida para la creación de Orquestas Sinfónicas en Esmeraldas, cabe mencionar que nuestras instalaciones se encuentran en áreas urbanas razón por la cual el enfoque de atención está centrado en temas prioritarios para el mejoramiento de la calidad de vida de comunidades consideradas con menos oportunidades de desarrollo.

En el año 2013 se trabajó intensamente en tres ámbitos:

- **En el Turismo inclusivo:** Donde se implementó la primera etapa del programa Sabor a Ecuador, proyecto que tiene la finalidad de desarrollar habilidades y potencialidades locales a través del reconocimiento de la riqueza gastronómica para potenciar el rescate cultural, fortalecimiento de identidad. La primera fase contó con la participación de 12 cantones y parroquias de la Sierra y la Costa.

G4-FS16

Educación Financiera: Durante este año se desarrollaron una serie de contenidos curriculares y materiales didácticos para diferentes grupos objetivos como son los niños, jóvenes y adultos de la comunidad los cuales fueron validados en la práctica y mediante ellos logramos alcanzar a un total de 49.475 personas con contenidos educativos.

Red para la Erradicación del Trabajo Infantil: Este es un proyecto que se inició en 2012 firmando un compromiso dentro de la mesa por la erradicación del trabajo infantil una iniciativa iniciada del Ministerio de Relaciones Laborales de la cual fuimos parte de la 5 empresas impulsoras iniciales.

Durante este año se realizó un nuevo diálogo con grupos de interés que nos permiten establecer nuevas formas y estrategias para trabajar lo social dentro de lo cual buscaremos involucrar más a nuestra cadena de valor que incluye a socios, establecimientos, proveedores y comunidad.

G4-S01

i. Enfoque de trabajo con la comunidad y alianzas

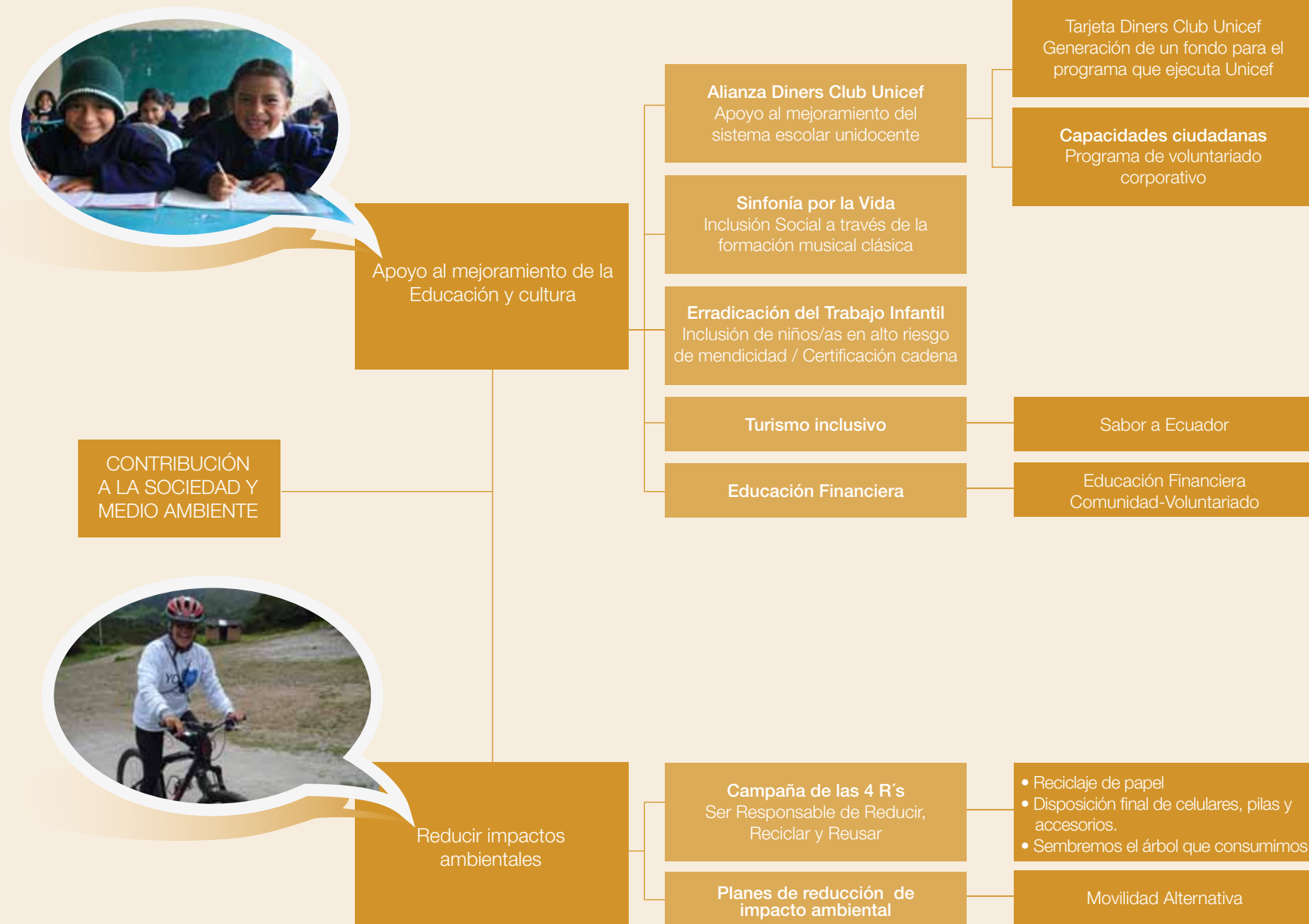
La estrategia con la Comunidad se ha designado bajo los siguientes pasos metodológicos, que garantizan un enfoque basado en priorización de necesidades, asociativo y técnicamente medible en la inversión social:

1. Realización de un diagnóstico inicial del sector, definiendo necesidades y principales actores locales.
2. Diálogos con los actores, para su involucramiento en la solución del problema.
3. Definición de proyecto de intervención.
4. Definición de variables e indicadores a medir de impacto con su respectiva periodicidad.
5. Definición de costo y aprobación.
6. Establecimiento de responsabilidades, acuerdos y convenios entre las partes.
7. Seguimiento y monitoreo.

ii. Rendición de cuentas difundiendo los resultados.

Con la finalidad de generar sustentabilidad en los distintos proyectos, Diners Club del Ecuador trabaja en conjunto con ONG'S y la Cooperación Internacional, Gobiernos Locales y comunidades de probado prestigio e idoneidad técnica. Para este tipo de asociación, la Compañía requiere que se acojan todos los puntos metodológicos arriba señalados, con el fin de garantizar la transparencia y eficacia.

Los programas de aporte a la comunidad.



Resultados en cobertura e impactos de programas con la comunidad.

PROGRAMA	PROYECTO	LUGARES	COBERTURA/PERSONAS
ALIANZA DINERS-UNICEF	Capacidades Ciudadanas	Quito, Sucumbios, Napo, Cayambe, Orellana	35.000
	Inclusión y Protección Social	Guayas, Cañar, Esmeraldas Río Santiago y Cayapas Quito, Guayas	4.512
	SUBTOTAL		45.822
SINFONÍA POR LA VIDA	Orquesta Sinfónica Esmeraldas	Esmeraldas	86
ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL	Red de empresas por la Erradicación del Trabajo Infantil	Capacitaciones presenciales Quito, Guayaquil/ Folletos	2.109
		Audiencia spot MRL- Red Multicines/Oficinas	65.800*
TURISMO INCLUSIVO	Sabor a Ecuador	Lloa, Peruchio, San José de Minas, Nabón, Nobol, Tambillo, Machalilla, Sua, Pillaro, Nobol, Biblían, Río Verde	1.331
EDUCACIÓN FINANCIERA	Programa de Educación Financiera con Socios, Colaboradores y Comunidad	Quito, Guayaquil, Sucumbios	49.975
		TOTAL GENERAL	144.645

*Estimado en función de la proyección de asistencia.

iii. Evaluación a programas

Todos los proyectos apoyados por la organización tienen un sistema de evaluación periódico:

- Unicef: sistema de evaluación interno por parte de su agencia matriz, se realizan reportes semestrales en base a la información de campo recolectada.

Los programas de Responsabilidad Social interna y de voluntariado son evaluados mediante encuestas internas así como los cursos de capacitación.

i. Apoyo al Mejoramiento de la Educación y la Alianza Diners-Unicef

Diners Club enmarca su actividad con la Comunidad buscando contribuir con el logro de dos de los ocho objetivos del Milenio, establecidos por Naciones Unidas: Lograr la enseñanza primaria universal y fomentar una asociación mundial para el desarrollo. A nivel nacional, buscamos aportar dentro de lo establecido por Plan Nacional de Desarrollo en el ámbito educativo.

Es por ello que en el año 2001 forjamos una alianza con Unicef que se ha enfocado en aportar al mejoramiento de la educación básica de manera especial en los sectores rurales o en aquellos que requieren de atención especial como son los jóvenes infractores bajo la lógica de ofrecer oportunidades a quienes no las tienen. Durante este año se trabajó en la sistematización de los resultados de esta alianza sobre lo cual se realizará la publicación en el 2014.

Desde enero de 2013 Diners Club del Ecuador realiza un aporte constante al fondo el mismo que ha permitido darle continuidad a los programas educativos. A esto se suman contribuciones adicionales o inversiones que Diners Club como aportes a campañas específicas. Además, cada año se realizan acciones para recaudar aportes voluntarios de los Socios comprometidos socialmente que también alimentan este fondo. Mediante la campaña de telemercadeo en 2013 se recaudó USD \$86.601.

COBERTURA Y RESULTADOS DE ALIANZA DINERS UNICEF 2013

	Escuelas	Niños/as y jóvenes	Maestros	Otros actores
Esmeraldas	57	4.300	80	
Frontera Norte				80
Quito	70	40.800		132
Napo, Tungurahua, Orellana y Cotopaxi	8			
Esmeraldas y Guayaquil		722		80
TOTAL	135	45.822	80	212

Evolución de la Cobertura de los programas Unicef comparativo 2012 – 2013

	Escuelas	Niños/as y jóvenes	Profesores	Textos	Padres y Madres de familia
2012	519	60.830	1.600	2.000	60.000
2013	135	45.822	80	212	135

Se observa una diferencia en cuanto al número y tipo de beneficiarios, esto se debe a un replanteamiento de la estrategia programática de cooperación por parte de Unicef, pues el trabajo se centró en realizar estudios de diagnóstico e implementación de metodologías para iniciar en trabajo en otras zonas y temáticas, de la siguiente forma:

Inclusión y permanencia de niñas y niños en frontera norte

Metodología de movilización social para la inclusión educativa en Frontera Norte cuenta con una caja de herramientas que ha permitido la diseminación de la estrategia en las provincias de Sucumbíos, Esmeraldas, Carchi e Imbabura.

Educación básica acelerada y erradicación del trabajo infantil

Sistematización de la experiencia obtenida hasta el momento en este programa que se implementó en Quito y en Putumayo.

Centro Integral para la Familia

El personal y equipos técnicos de los Centros de Adolescentes Infractores cuentan con Guías de Desempeño Profesional para aplicar programas socio-educativos en centros de Privación de Libertad de Adolescentes.

Generación del conocimiento y de evidencias sobre adolescencia y violencia

Alcance nacional: Línea de base sobre la violencia en el Ecuador para la orientación de las políticas públicas y de las campañas para prevenir y erradicar todas las formas de violencia contra la adolescencia y la niñez (con foco en adolescentes), entre ellas la campaña global.

Sistematización de la experiencia de la Alianza Diners-Unicef

Se realizó una sistematización para recoger los principales aprendizajes de la alianza durante este tiempo.

Mecanismo de alerta educativa (seguimiento y responsabilidad) en operación entre el pueblo Kayambi, Puruway y Panzaleo

Propuesta de modelo educativo del pueblo Kayambi diseñada y validada. Los líderes de los pueblos Puruway y Panzaleo capacitados en la metodología de alerta educativa.

La cobertura total a los Programas del 2013 se ha extendido en las siguientes áreas geográficas: Esmeraldas, Río Santiago y Cayapas, Quito, Sucumbios, Napo, Orellana, Guayas.



Niños beneficiario del Programa de la Alianza Diners Club Unicef.

Estos resultados fueron posibles gracias a las alianzas que hemos establecido con diferentes entidades públicas, privadas y comunitarias como: el Vicariato Apostólico de Esmeraldas, Asociación de Padres de Familia de Esmeraldas (APAFAE), la Dirección Provincial de Educación de Esmeraldas, El Instituto Pedagógico Don Bosco, dirección de educación del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Red de consejos estudiantiles, FUNDIC, DyA, CIF, Ecuarunari, la dirección de educación bilingüe de Sucumbios la Dirección de Educación del Municipio de Quito y el Ministerio de Educación.

El fondo que financia el programa de la Alianza Diners Unicef descendió en el 2013 debido a que se sujetó a la expectativa de un nuevo planteamiento estratégico. Adicionalmente, debido a que existió un remanente del año 2012, este fue utilizado para la gestión del nuevo año y de este modo mantener el programa, el monto de contribución fue de USD \$116.669 que sumados a los USD \$86.601 de la campaña de recaudación de donaciones generaron un fondo total de USD \$203.270, en el 2013.

Capacidades ciudadanas

Este programa tiene la finalidad de desarrollar capacidades y competencias en los niños/as y jóvenes, es decir en la parte de conocimientos, habilidades y valores, para el ejercicio de una adecuada ciudadanía entendida desde el respeto a los derechos y la asunción de responsabilidades.

En 2013 debido a la importancia de este programa, su cobertura se amplió a las Provincias de Napo, Tungurahua, Orellana y Cotopaxi con la participación de 78 colegios, 10.000 adolescentes y 20.000 niños y niñas en total. La metodología desarrollada permite la participación dinámica fomentando el análisis crítico de cartillas y material pedagógico para posteriormente concluir con la aceptación de actitudes positivas y aplicación de valores en su

comportamiento en la familia, la escuela, en su barrio, en la ciudad, en términos de una adecuada convivencia y prevención de riesgos.

Como fruto de estas iniciativas muchos jóvenes innovaron con sus iniciativas realizando talleres, un programa radial, un flash move realizado en el parque bicentenario, una feria de tecnología en la que participaron 5.000 personas y mingas en algunos barrios y colegios. Todas estas actividades fomentaron aspectos de organización y liderazgo en los jóvenes, habilidades necesarias para aportar con el ejercicio de una adecuada ciudadanía. Gracias a ello este programa recibió por parte del Cemefi_Forum Empresa América Latina y Aliarse el distintivo de Programa Ejemplar con la Comunidad en América Latina.



Reconocimiento mejores prácticas por el Programa Capacidades Ciudadanas otorgado por Cemefi en el 2013.

ii. Al mejoramiento de la educación a través de la música

Sinfonía por la Vida

Este programa se realiza desde del 2008, el año pasado se concentró el apoyo en la ciudad de Esmeraldas, trabajo que se realizó con la fundación Edunova, Sinfonía por la Vida tiene como objeto promover el desarrollo humano de los grupos más vulnerables de Ecuador a través de la enseñanza de música clásica para niños y jóvenes, incentivando de este modo el estudio, la creatividad, la disciplina, la solidaridad y la responsabilidad, en 2.013, 86 niños y jóvenes participaron en este programa.

iii. Red de empresas por la erradicación del trabajo infantil

En base al plan establecido dentro de este proyecto, en el 2013 se ejecutaron las siguientes actividades:

Colaboradores

- Identificación de colaboradores involucrados con procesos considerados como claves o riesgosos en cuanto a la contratación de mano de obra infantil.
- Capacitación de colaboradores claves sobre la forma concientizarlos para abordar la problemática.
- 62 colaboradores claves obtuvieron una certificación mediante una plataforma facilitada por la Red de Empresas basada en los instrumentos legales establecidos para este fin.
- Se establecieron procesos con un grupo de actores clave proveedores y establecimientos, en el primer caso se definió visitas a proveedores para evidenciar la no contratación de trabajo infantil y en el segundo una cláusula en los contratos para contribuir a la eliminación de este problema.

Proveedores

- Mapeo inicial de proveedores para identificar a aquellos que cumplen con características de mayor riesgo en contratación infantil.

- En los casos de mayor riesgo una empresa calificadora contratada por Diners realizó una inspección in situ a 5 proveedores para verificar la no existencia de trabajo infantil.
- Para el grupo de proveedores que tienen un nivel de contratación menor con Diners Club se inició una visita personalizada a 2 proveedores con dos propósitos; el primero evidenciar la no presencia de menores en sus instalaciones y el segundo concientizarlos sobre la importancia de apoyar a esta causa.
- Se realizó una capacitación en Quito a 19 y Guayaquil a 11 representantes de proveedores.
- Mediante la plataforma de aprendizaje virtual se certificaron 17 representantes de proveedores en el conocimiento y actualización del marco legal que ampara la eliminación de trabajo infantil.

Comunicación

- Se realizó un manual sobre tips para el manejo y prevención de esta problemática el cual fue puesto en conocimiento de todos los colaboradores de la organización.
- Se elaboró 2.000 trípticos basados en esta información y repartidos a las agencias a nivel nacional para su entrega a Socios.
- Mediante las pantallas de atención a Socios se difundió el spot del programa para concientizarlos en este sentido en las salas de espera de oficinas.
- Por el lapso de 2 semanas se proyectó en las salas de multicines el spot realizado por el MRL* y la Red de Empresas para la difundirlo a la comunidad en general alcanzando 65.800 personas de audiencia.

La inversión total en este programa durante el año 2013 fue de USD \$39.082. Este año Diners Club del Ecuador fue invitada por el World Business Forum de Lille Francia, la más grande reunión Mundial sobre Sustentabilidad en los Negocios a presentar la experiencia de Diners entorno al aporte a la Erradicación del Trabajo Infantil que

viene haciendo desde el 2013 dentro del Panel de Empresas Derechos Humanos.



WorldForumLille

World Forum Lille 2013

Augusta Bustamante

Gerente de RSE en el panel de Empresas y Derechos Humanos en Lille Francia Oct. 2013.

*Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador.

iv. El turismo como eje de desarrollo comunitario y el rescate cultural: Sabor a Ecuador

En años anteriores Dinero Club desarrolló un proyecto de turismo inclusivo en Jama - Manabí y Lloa en Pichincha, el mismo que busca a partir del rescate cultural, estructurar productos turísticos para que sus comunidades tengan la oportunidad de mejorar su calidad de vida a través de su oferta. Producto de este aprendizaje se identificó que uno de los mejores puentes para conseguir estos objetivos gira a través del tema gastronómico, la importancia de la alimentación y relación directa con la identidad de cada localidad genera un interesante conjunto de características culturales.

Dentro de esta línea Dinero Club del Ecuador arrancó en el 2013 con una nueva propuesta en el marco de crear alianzas Público- Privado y de fomentar el turismo en comunidades de menos de 25.000 habitantes rescatando sus tradiciones gastronómicas.

Sabor a Ecuador realizó este programa y reconocimiento en 12 localidades: Nobol, Tambillo,

Jama, Machalilla, Perucho, Lloa, San José de Minas, Sua, Biblián, Rioverde, Píllaro y Nabón; en las cuales gracias a las alianzas con los Municipios y Juntas Parroquiales se dio paso a un reconocimiento con el fin de potenciar las tradiciones gastronómicas de la región.

En una fase posterior al reconocimiento, de manera gratuita las personas de las localidades recibieron un proceso de capacitación con la finalidad de fortalecer sus capacidades en temas como manejo de alimentos, presentación de productos, servicio al cliente, comercialización, etc.

Este año se creó la página web de este programa www.saboraecuador.com donde se han difundido los platos y recetas reconocidas. Además se creó el sello de calidad a la comida tradicional por medio del cual se garantiza ciertos estándares de calidad en la gastronomía local para cada uno de los participantes que los cumplan durante un año.



Participantes en el reconocimiento Sabor a Ecuador, San José de Minas.



TESTIMONIO:

Vielka Hidalgo

Responsable del Dep. de Turismo del GAD de Rioverde

El GAD Municipal de Rioverde a través del departamento de turismo, tiene como fin, mejorar la calidad de vida de sus habitantes con el fomento del turismo y gracias al apoyo de Dinero Club generado a través del proyecto Sabor a Ecuador, se pudo fortalecer la capacidad local con asesoría técnica, capacitaciones, difusión y posicionamiento de las riquezas gastronómicas y culturales de algunas localidades del cantón, lo que conlleva a que mejoren la calidad de sus servicios y así promuevan un mayor flujo de visitantes.

v. Educación Financiera con la Comunidad

Durante el año 2013 se implementaron varias actividades de Educación Financiera de acuerdo al plan aprobado por el Directorio de la Organización que fuera enviado a la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Actividades de Educación Financiera

Estrategia/Actividad	Resultados
Elaboración de módulos Educativos Adultos y Jóvenes con ejercicios	Diseñados y testeados módulos.
Testeo de Módulos en Colegios	Capacitados jóvenes de Central Técnico y Colegio Francisco Campos Coello de Guayaquil. Total 150
Realización de Educación Financiera a Adultos	Se realizó Educación financiera de Adultos en Comerciantes del Mercado de Iñaquito 240 comerciantes capacitados
Realización de Investigación sobre Educación Financiera en Jóvenes Rurales de Sucumbíos	Se llegó a 390 personas presencialmente y el estudio fue con 348 jóvenes de Quito, Guayaquil y Sucumbíos
Educación Financiera en Web.	Página web diseñada



Capacitaciones en Educación Financiera realizadas en el Mercado Iñaquito.

C. INVERSIÓN SOCIAL Y DE APOYO A LA CULTURA

G4-EC1

i. Inversión Social 2013

A nivel consolidado, la inversión social de Diners Club del Ecuador en el 2013 tuvo una disminución del 28% con relación al 2012, debido al decrecimiento en el fondo de aportaciones para el programa de Unicef ya que una parte de los recursos no se ejecutaron en el periodo 2012, estos

fueron asignados al periodo 2013. Sin embargo se puede evidenciar un crecimiento significativo en los rubros de RSC interna y en Inversión social directa. También se realizaron aportes a fundaciones como son El Triángulo, Fundación Crisfe y otras para el cumplimiento de sus programas sociales como un aporte a la Comunidad.

Rubro	2012	2013
Alianza Diners Club Unicef	\$584.021,73	\$116.669,00
Campañas sociales de Comunicación	\$98.532,71	\$52.391,76
RSC interna	\$29.121,73	\$162.740,49
Inversión social directa	\$145.856,23	\$284.867,75
TOTAL	\$857.532,40	\$616.669,00

ii. Apoyo a la cultura

La mayor parte de eventos tradicionalmente han contado con un mecenazgo encarnado en actos filantrópicos que respaldan eventos aislados, donde la cultura popular ha tenido poco espacio para su difusión. Hoy, Ecuador comienza a entender la importancia de la promoción de festivales, ferias, fiestas, creaciones folclóricas colectivas, danza, teatro y demás manifestaciones culturales.

En las manos del Estado queda la conservación del patrimonio y el apoyo a la promoción cultural, pero la democratización cultural, cada vez más, forma parte de las alianzas público- privadas.

Desde hace 46 años Diners Club del Ecuador desarrolla, promueve e impulsa los valores culturales, económicos, ambientales y sociales de nuestro país.

Auspicios artístico-culturales, convenios, alianzas estratégicas, apoyo a festividades locales, auspicios a centros de arte, el desarrollo de proyectos integrales tendientes a incentivar el liderazgo de las poblaciones y a contribuir en el fortalecimiento de las raíces culturales de las regiones, promoviendo y financiando eventos de índole académico, artístico, etc, son parte del día a día de nuestra labor en pro de la comunidad.

La Bienal de Cuenca ha sido uno de nuestros grandes intereses, la hemos apoyado y también la hemos visto evolucionar, cambiar y adaptarse a las necesidades que este tipo de eventos tiene hoy en día. Nació hace más de dos décadas con el objetivo de desarrollar el arte local por medio de una visión latinoamericana; se inaugura como una Bienal exclusivamente de pintura y a través del tiempo logra ser el evento de arte más grande y representativo del País. Fue ajustándose a las nuevas tendencias del arte mundial, incorporando hace ya más de una década un modelo conceptual

que da apertura a otras disciplinas; hoy es una Bienal de Arte Contemporáneo y ha logrado de esta forma consagrar además a la ciudad de Cuenca como “Ciudad de las Ciencias y de las Artes”.

El Teatro Sucre, regido por la Fundación Teatro Nacional Sucre, edificación patrimonial que en sus interiores alberga el ser y el sentir de las bellas artes. Este ícono de Quito también captó nuestro interés debido al potencial desarrollo de la cultura como un escenario dentro del circuito latinoamericano, y por su significado para los quiteños especialmente como testigo de más de 125 años de historia. Una programación de la más alta calidad ha sido su sello desde el momento de su reapertura.

La cordial relación de apoyo y soporte con La Fundación Teatro Nacional Sucre nos ha permitido, igualmente, colaborar con la presentación de las magníficas agendas culturales que se presentan semana tras semana en el Teatro Variedades Ernesto Albán Gómez, el Teatro México, las actividades en la Plaza del Teatro y en la Mama Cuchara, así como en las distintas ciudades del país a través de El Sucre Viajero.

Diners Club del Ecuador, además patrocina otro tipo de eventos culturales durante todo el año tales como seminarios, conferencias, literatura a través de ediciones de libros de importantes historiadores, pintores y demás artistas ecuatorianos, danza, turismo, fiestas locales, presentaciones artísticas nacionales y extranjeras, educación cultural en general patrocinando cursos y talleres, etc. buscando de este modo acercar a sus Socios al mundo cultural en sus distintas manifestaciones.

Por último, para la compañía es también importante incentivar y crear hábitos saludables relacionados con el deporte, por lo que patrocinamos torneos, carreras, competencias de varias índoles, que nos acercan y promocionan el estilo de vida sano y activo que procuramos para nuestros Socios y colaboradores.

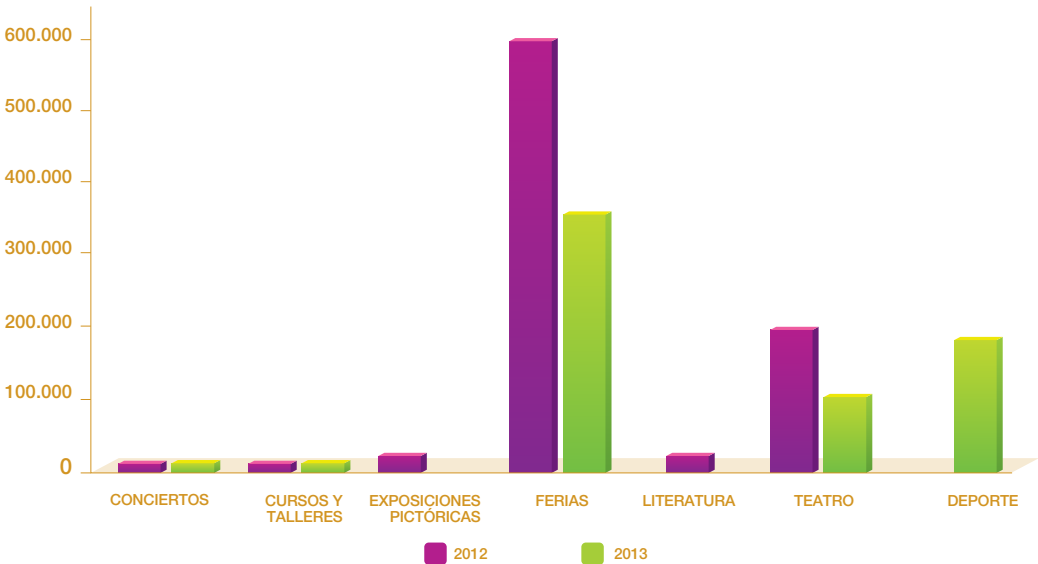


iii. Inversión en Auspicios, Apoyo a la Cultura y Deporte

Los estudios de mercado que se efectúan permanentemente a nivel nacional, nos dicen que la marca Diners Club es valorada por su apoyo a la cultura, al deporte y por el apoyo a la infancia en el Ecuador. La Compañía invierte un importante monto de sus recursos en estos Auspicios, la inversión en el 2013 fue de USD \$ 504.803,56

	2012	2013
Conciertos	\$5.600,00	\$10.747,2
Cursos y talleres	\$12.773,76	\$20.089,66
Exposiciones pictóricas	\$132.890,00	
Ferias	\$596.113,88	\$305.046,8
Literatura	\$25.639,55	
Teatro	\$157.229,04	42.219,01
Deporte	\$157.229,04	\$126.700,89
	\$830.246,23	\$504.803,56

Inversión cultural 2012 - 2013 (en dólares)



G4-16

D. PARTICIPACIÓN EN REDES SOCIALES POR LA EDUCACIÓN Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Durante 2013, Diners Club del Ecuador participó en distintas instancias que buscan mejorar, incentivar o fomentar una buena educación en Ecuador.

• Presidente del Directorio del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) y miembro del Directorio de Forum Empresa América Latina en representación de Ecuador.

• Red del Pacto Global de las Naciones Unidas en Ecuador miembro fundador

• Red de Empresas contra el trabajo infantil.- en el 2012 Diners Club firmó su carta de adhesión a la red de Empresas en contra del Trabajo Infantil, siendo una de las 5 empresas que impulsaron esta red iniciada por el Ministerio de Relaciones Laborales y Unicef Conferencias en El Salvador (2) sobre Los

indicadores de la Niñez para la Empresa invitados por Unicef y Fundemás en Abril 2013.

• Moderación del Foro sobre Finanzas Responsables realizado en el mes de marzo en Ciudad de México en el marco del Encuentro Latinoamericano por la Responsabilidad Social Organizado por el Cemefi y Forum Empresa.



CAPÍTULO 8

**DISMINUIAMOS LA
HUELLA AMBIENTAL.**



Logros 2013

- 40.311 Socios se suscribieron al sistema de estado de cuenta virtual generando una disminución aproximada de 967.000 hojas equivalente a 4.448 kg.
- Como parte del programa de educación financiera se produjo material con enfoque de cuidado medio ambiental:
 - Kids, juego Ahorra por la Fauna, copara concientizar a niños/as de entre 8 a 12 años sobre la importancia del cuidado de animales en peligro de extinción, esto mediante un juego de mesa.
 - Freedom: Se Elaboró billeteras con material reciclado proveniente de las vallas publicitarias en desuso de la organización.
- Se implementó la campaña “tu papel cuenta” con el propósito de establecer metas de reducción de impresiones en cada área.
- Se continuó con la implementación del sistema de digitalización de documentos y disminución de impresiones obteniendo una disminución de 1'690.104 hojas hasta el momento.
- Las actividades de ciclo paseo familiar y patrimonial siguen ejecutándose para fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte alternativo.

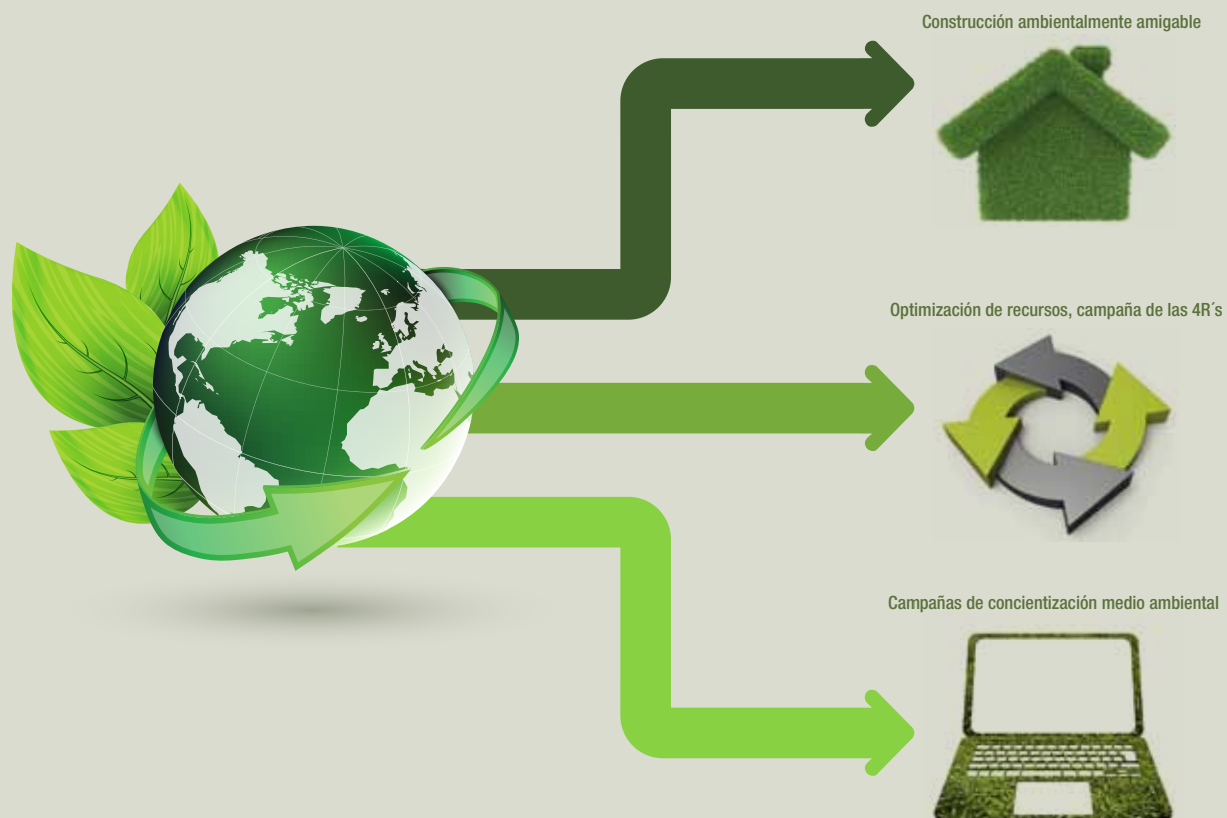
Desafíos 2014

- Continuar con la suscripción de Socios al sistema de estado de cuenta virtual hasta completar la base.
- Desarrollar y ejecutar nuevas campañas comunicacionales de concienciación interna sobre el plan de disminución de huella ambiental.
- Utilizar las herramientas tecnológicas necesarias para disminuir el volumen de impresiones o copias en especial mediante la creación de un repositorio digital de documentos y su escaneo.
- Continuar con las actividades para la concienciación de movilización en medios alternativos.

EL ENFOQUE CON EL MANEJO DEL MEDIO AMBIENTE

Diners Club del Ecuador ha desarrollado un plan de manejo integral de la disminución de huella ecológica en base a la línea base de medición de la huella ambiental y dentro de esto se han tomado varios tipos de medidas desde hace 7 años. De acuerdo al estudio ambiental los mayores impactos se hallan en el uso y consumo de papel es por esto que nuestro enfoque ha priorizado las acciones y campañas para optimizar el uso de este recurso tanto a nivel interno como con nuestros clientes, en este sentido la digitalización de documentos es una estrategia central.

Con este antecedente y considerando otros impactos a mitigar, trabajamos el tema medioambiental en 3 ámbitos:



Construcción ambientalmente amigable

El punto más relevante a destacar es la inversión que se ha realizado en el diseño del edificio Centro de Negocios Diners Club, este edificio ha sido diseñado cumpliendo con altos estándares de cuidado en el impacto ambiental, la implementación de tecnología, parámetros de construcción, así como ambientación, han generado la posibilidad de que este edificio destaque este principio de disminución en el impacto ambiental generado.

Es así como el plan integral de reducción de la huella ecológica se está aplicando de manera permanente en el modelo de gestión de la organización. Se pueden citar 2 sistemas utilizados en el edificio:

- Sistema de Iluminación Lutron Quantum Green Glance, el cual maneja la luz del día y la noche optimizándola en un sistema controlado por un Software que se programa de acuerdo a horarios y necesidades establecidos.
- Sistema de Climatización electrónico programable mediante Software amigable el cual ahorra energía de acuerdo a horarios y necesidades establecidos.

Optimización de recursos

Debido al análisis de los distintos procesos aplicados en la organización, se ha podido implementar iniciativas que contribuyan a la optimización en el uso de recursos y con ello a la disminución en el impacto ecológico generado.



Campaña de las 4 R's

Con la finalidad de generar una concienciación alrededor de la importancia del cuidado ambiental se creó la campaña de las 3R's Ser Responsable de Reducir, Reducir y Reusar, la misma que cuenta con un plan en el cual se han identificado actividades a partir del estudio de impacto ambiental realizado anteriormente.

G4-EN1/G4-EN26

Reducir

- Papel: Si bien los procesos naturales de crecimiento de la organización, considerando el incremento de personal y por el crecimiento de Socios y ventas, inducen a un incremento en el consumo de papel, las medidas tomadas para mitigar el impacto ambiental nos ha permitido tener una reducción como se puede ver a continuación:

AÑO	2012	2013	Valoración
Impresiones/Copias	9.020,241	8.874,642	-1,6%
Toneladas*	41,5	40,8	-1,6%

Toneladas calculadas en base a una resma de 2,34 Kg.

Para el año 2013 se tuvo una disminución del 1.6%, debido a la digitalización de nuevos documentos como es el caso de boletas del área de operación y carpetas del personal, procesos que aumentaron el nivel de consulta de los usuarios en el sistema de Gestión Documental, aumentando en 40.000 imágenes el cupo mensual contratado, acciones que permiten mantener o reducir el uso de impresiones, pese al incremento de equipos por la remodelación de los edificios CND y Banco Amazonas.

El área Administrativa implementó una serie de medidas tendientes a reducir el consumo de papel en los procesos administrativos:

- Digitalización de hojas de entrega de comprobantes de retención en el File Net.

- Implementación de nuevos procesos de digitalización, para incrementar la gama de documentos subidos al File Net.

- Adición de nuevo servidor Auditor para liberar carga de trabajo al servidor de Impresión.

- Incorporación de sistema XSA para asignar claves de copiado a todos los usuarios.

- Adición de equipos multifunción en áreas remodeladas para el uso de escaneo de documentos, por equipos que prestan el servicio de solo impresión.

- Capacitación de equipos de impresión a nuevos usuarios, para evitar desperdicios y sobre todo para utilizar la funcionalidad de escaneo de documentos.

- Campañas de Ahorro de Papel.

G4-EN7/G4-EN27/GC9

Estados Cuenta Virtual: Medio ambiente y Socios

En 2013 se continuó con la campaña de concienciación para el uso de estados de cuenta virtual a nuestros Socios, producto de esto 40.311 Socios cuentan con este sistema, dado que en promedio cada Socio recibía 2 hojas en su estado de cuenta esto implica que se ha establecido una reducción de 80.622 hojas de manera mensual y cerca de 967.000 anuales en impresiones, esto sin duda es un paso muy importante en términos de mitigación de impacto ambiental.

Digitalización: Reducción de uso de papel mediante documentos digitales

En el programa de Reducción de Impresiones se logró ahorrar un total de 1.715,107 hojas durante el año 2013, lo que representa 8.027 Kg de papel, la reducción acumulada desde el año 2007 es de 9.572,811 hojas, que se traducen en 44.800 Kg de papel que hemos dejado de utilizar.

El repositorio documental permite almacenar documentos internos digitalizados, lo que ha contribuido con la reducción de reimpresiones al contar con una herramienta en donde está la información disponible para las consultas.

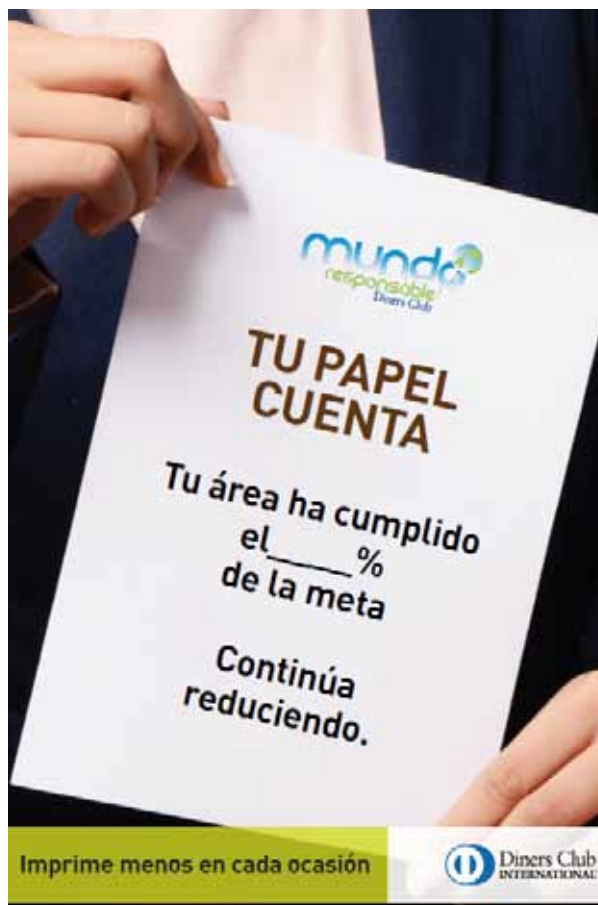
Para el año 2014 se tiene planificado incorporar un proceso de digitalización descentralizada de documentos, permitiéndole al usuario almacenar la información en el repositorio documental desde las impresoras multifunción.

Scaneo de documentos

Implementación en alianza con el proveedor de sistema documental que permite scanear la información del pool de mensajería, el archivo de comprobantes de retención y actas de entrega de celulares y activos fijos.

Tu papel cuenta

En 2013 se inició con la campaña “tu papel cuenta” con el propósito de disminuir los niveles de impresión, en este sentido se establecieron metas de reducción para cada área y para motivar su consecución se entregará premios a las áreas que cumplan con el objetivo.



G4-EN15/G4-EN16/ G4-EN18/G4-EN19/G4-EN17

Emisión de Gases Invernadero

En 2013 la empresa generó 14 toneladas de CO₂, conforme se detalla en el siguiente cuadro:

	2012	2013	%
TRANSPORTE AEREO (t)			
Nacional	31	5.42	-83%
Internacional	63	6.56	-90%
TRANSPORTE TERRESTRE (t)			
Movilización terrestre	1.42	2.08	46%
TOTAL	95	14	85%

Se puede apreciar que existe una disminución del 85% en el total de CO₂ producido por la empresa por concepto de movilización de sus ejecutivos esto principalmente a que existió una disminución en el número de viajes nacionales 83% e internacionales en el orden del 90% con relación al 2012.

Para realizar estos cálculos se utilizaron 2 herramientas: en cuanto al cálculo de emisiones por movilización aérea, se utilizó la metodología de International Civil Aviation Organization, mientras que para el cálculo de las emisiones generadas por movilización terrestre, se utilizó la herramienta de Carbón Footprint.

G4-EN20/G4-EN21

No se ha detectado otro tipo de emisiones en la operación necesaria para la gestión de la organización.

G4-EN3/G4-EN4/G4-EN5/G4-EN6/G4-EN8

Agua y luz

Consumo de agua* y energía eléctrica

CONSUMO	2012	2013	Valoración
Agua (m3)	8.940	28.068	214%
Energía eléctrica (Kwh)	1.446,34	1,456,65	1%

* Las plazas como Machala, Cuenca, Ambato e Ibarra, no se incluyen en el cálculo del consumo de agua, por no poder desglosar la información, ya que se comparten las instalaciones con otras empresas.

En lo que respecta al consumo de agua, existe un aumento de 214 % en relación al año anterior, debido a que en el año 2013, incrementó la obra civil en mezzanine y planta baja del edificio CND.

En cuanto al consumo de energía eléctrica, en 2013 se presentó un aumento del 1% en relación al año 2012, debido al proyecto de remodelación del edificio CND.

G4-EN34

Durante 2013, la Compañía no ha tenido infracciones o multas por incumplimiento de la legislación ambiental, no se transporta residuos peligrosos y tampoco se ha producido derrames de alguna sustancia.

Reciclar

Las campañas de reciclaje de papel son permanentes y se colocaron contenedores con la finalidad de recolectar botellas pet, pilas y celulares, después de ser depositados en cada contenedor, se procede a canalizarlos a través gestores ambientales especializados en el manejo de estos recursos.

Reciclaje de Papel

Durante 2013 se continuó con la campaña de reciclaje de papel, resultado de esta campaña se logró reciclar 5.449 kg que representa un incremento del 8% con respecto al año anterior.

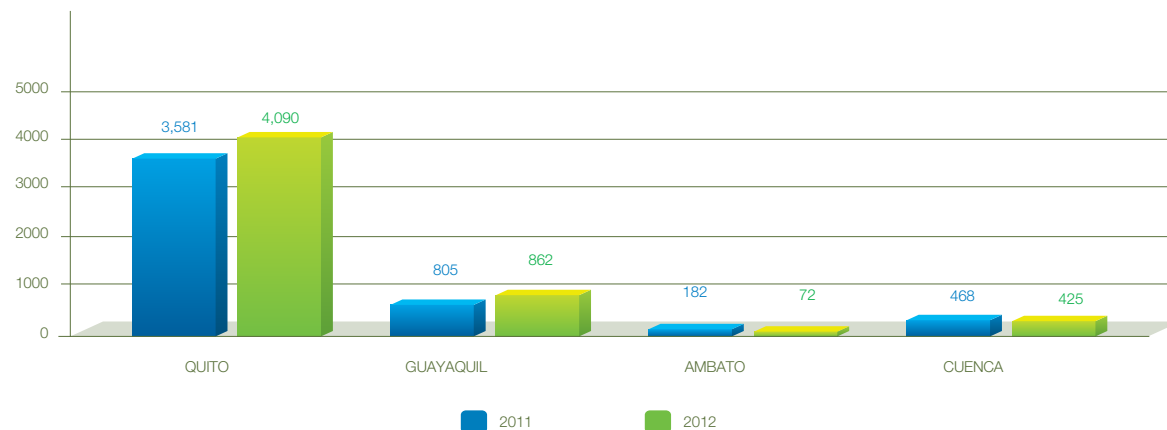
Botellas pet

Los colaboradores colocan sus botellas en los contenedores destinados para el efecto y posteriormente una gestora ambiental se encarga de retirarlos y llevarlos hasta una empresa para que sean reciclados.

Celulares

Se trabaja en coordinación con 2 empresas de telefonía celular las mismas que retiran estos desperdicios y luego los envían a EEUU para que sus componentes puedan ser re- usados.

Papel reciclado



Disposición adecuada de pilas desechadas

Para esta acción se mantiene una coordinación con la Secretaría de Ambiente del Municipio de Quito quienes se encargan de recoger estos materiales y después entregárselos a una empresa, la misma da una disposición final adecuada a este desperdicio. Es necesario aclarar que por temas comunicacionales, se habla de reciclaje de pilas, sin embargo lo que se hace en el país es una correcta disposición final de estos productos aislándolos del medio ambiente mediante su colocación en contenedores y lugares acordes con la finalidad de mitigar su impacto.

Fluorescentes

Los fluorescentes que dejan de ser usados son colocados en una bodega dispuesta para el efecto por la peligrosidad del mercurio, y de manera periódica se contrata a una empresa que se encarga de retirarlos y posteriormente darles un manejo adecuado.

Los resultados de la recolección de estos recursos en el año 2013 son los siguientes:

Actividad	Resultado	Unidad
Disposición adecuada de fluorescentes	1.125	unidades
Reciclaje de botellas pet	4.809	Kg.



Reusar

G4-EN2

• Productos para Socios:

FREEDOM: para este grupo de Socios se elaboró una billetera (billetera financiera) la misma que fue producida con material reciclado proveniente de las vallas publicitarias que usó la Organización, si bien el objetivo de este producto tiene que ver con la educación financiera paralelamente se le ha podido dar este enfoque de cuidado ambiental ya que se reusó el material de las vallas publicitarias para producir las billeteras.

Donación de activos

Durante el año 2013 se donaron 402 Equipos de Computación a diferentes instituciones. Las instituciones beneficiarias fueron:

- Fundación Reina de Quito
- Unidad Educativa Fiscal Mixta Santa Maria
- Colegio Nacional Mixto Santa Maria

Se donaron 115 Muebles y Equipos de Oficina. Las instituciones beneficiarias fueron:

- Unidad Educativa Fiscal Mixta Santa Maria
- Colegio Nacional Mixto Santa Maria

En total en el año 2013 se donaron 517 activos, lo que se puede ver según cuadro adjunto.

	Computadores		Muebles y equipos de oficina	
Ciudad	2012	2013	2012	2013
Quito	91	264	1014	
Guayaquil	138	138	183	115
Ambato	1	0	4	
TOTAL	230	402	1.201	115

Campañas de concientización medio ambiental:

Productos educativos

Dentro del programa de educación financiera se estableció un enfoque paralelo de concienciación con respecto al cuidado del medio ambiente, los productos desarrollados en este sentido son:

KIDS Ahorra por la fauna

Es un juego de mesa y basado en el aprendizaje de finanzas básicas como el ahorro y crédito, el objetivo del juego es acumular comida para alimentar a especies ecuatorianas en peligro de extinción con son: el tapir, el cóndor, el oso de anteojos y el armadillo, el mensaje gira alrededor de la concienciación para el cuidado de la fauna.

Fomento de la Movilidad Alternativa

En años anteriores se realizó la campaña “Al trabajo en Bici”, cuya finalidad es fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte alternativo con la finalidad de disminuir los problemas de contaminación y congestión de nuestra ciudad. Sin embargo este año, debido a que se instutucionalizó el sistema bici Q , realizamos dos actividades alternativas como fueron:

Cicleada de Visita a Lloa

A propósito de la visita al proyecto de turismo inclusivo que Diners Club desarrolla en esta zona se realizó una jornada de bicicleta a través de la cicloruta de la parroquia con más de 53 participantes que pudieron compartir en familia.

Cicleada nocturna al Centro Histórico

Por quinto año consecutivo se realiza por las festividades de Quito, el Paseo Patrimonial en bici, con la ayuda de guías turísticos haciendo una reseña de la riqueza arquitectónica de nuestro Centro Histórico en la que participan 50 colaboradores y familiares.

En la medida de que el giro central único de nuestro negocio es el de la emisión, procesamiento y gestión de la tarjeta de Crédito Diners Club, no podemos dar cuenta de este indicador dado que no se cuenta con banca minorista ni créditos productivos, inmobiliarios u otros. Tampoco se otorgan créditos a pequeñas y medianas empresas por estar centrados exclusivamente en crédito de Consumo.



Debido a que el giro de nuestro negocio es el de tarjetas de crédito, no hemos profundizado en el desarrollo de los indicadores medio ambientales para el crédito de consumo. Dado que prestamos un servicio y no tenemos plantas de producción, el impacto que generamos ha podido mitigarse con las distintas actividades y campañas que mantenemos alrededor de este tema como son: el plan de disminución de la Huella Ambiental, la Campaña permanente de reciclaje, ahorro de energía, reciclaje de producto (tarjetas defectuosas), donación de activos que son reciclados y reutilizados, son prácticas que demuestran nuestro interés con respecto a la conservación del medio ambiente.

Ya que nuestra ubicación geográfica, es totalmente urbana, no tenemos un impacto significativo sobre la biodiversidad o riesgo de la misma.

Debemos además hacer énfasis en que estamos comprometidos con el desarrollo sostenible de nuestro entorno, en lo económico, social y ambiental, sin embargo debido al extenso número de ámbitos dentro de la problemática socio ambiental y por la naturaleza de nuestro negocio, hemos decidido fortalecer nuestro apoyo en el campo social, sobre todo en la educación, cultura y turismo siendo uno de los principales desafíos para el desarrollo de nuestro País.



CARTA

Índice de contenidos e Indicadores GRI/ Pacto Mundial

Según la información presentada en este documento y el grado de análisis de los principios de GRI, Diners Club considera que el informe alcanza un nivel de aplicación A+.

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

CONTENIDOS/GENERALES	PÁGINA/RESPUESTA	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU
Estrategia y análisis			
G4-1: Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	5		
G4-2: Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	17		
Perfil de la organización			
G4-3: Nombre de la organización.	4		
G4-4: Principales marcas, productos y servicios.	9,49		
G4-5: Localización de la sede principal de la organización.	4		
G4-6: Número de países en los que opera la organización.	8,9		
G4-7: Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	8,9		
G4-8: Mercados servidos.	47		
G4-9: Dimensiones de la organización.	8		
G4-10: Desglose de empleados de la organización.	31		
G4-11: Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	42		
G4-12: Descripción de la cadena de valor de la organización.	72		
G4-13: Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Reporte en el tamaño, estructura, propiedad y cadena de valor de la organización.	14		
G4-14: Descripción de como la organización ha adoptado un planteamiento o un principio de precaución.	16		
G4-15: Principios o programas económicos, sociales y ambientales desarrollados externamente.	82,83,84,85,86		
G4-16: Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	8,88		
G4-17: Listado de entidades cubiertas por los estados financieros de la organización.	4		

CONTENIDOS/GENERALES	PÁGINA/RESPUESTA	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU
G4-18: Proceso de definición del contenido y cobertura del reporte.	4		
G4-19: Listado de aspectos materiales.	20		
G4-20: Cobertura de los aspectos materiales dentro de la organización.	20		
G4-21: Cobertura de los aspectos materiales fuera de la organización.	20		
G4-22: Efecto de la reexpresión de información.	4		
G4-23: Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance y cobertura del Reporte.	4		
Participación de los grupos de interés			
G4-24: Relación de los grupos de interés que la organización ha incluido.	20		
G4-25: Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	20		
G4-26: Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	20		
G4-27: Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.	20		
Perfil de la memoria			
G4-28: Periodo cubierto por la información contenida en el Reporte.	4		
G4-29: Fecha del Reporte anterior más reciente.	4		
G4-30: Ciclo de presentación de reportes.	4		
G4-31: Punto de contacto para cuestiones relativas al Reporte o su contenido.	4		
G4-32: Nivel alcanzado, Tabla GRI de indicadores y referencia a la verificación externa del Reporte.	4		
G4-33: Política y práctica sobre verificación externa.	4		
Gobierno			
G4-34: Estructura de gobierno de la organización y sus comités.	10		
G4-35: Proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.	13		
G4-36: Cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales.	13		
G4-37: Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales.	12		
G4-38: Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	10		
G4-39: Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo.	10		
G4-40: Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités.	10		

CONTENIDOS/GENERALES	PÁGINA/RESPUESTA	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU
G4-41: Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses.	15,16		
G4-42: Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos.	10		
G4-43: Señale qué medidas se han tomado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	11		
G4-44: Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales.	10		
G4-45: Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades.	10		
G4-46: Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo.	10,16		
G4-47: Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades.	10		
G4-48: Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización.	4,14		
G4-49: Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	12,13		
G4-50: Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno.	12,13		
G4-51: Describa las políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección, de acuerdo con los siguientes tipos de retribución.	10,11		
G4-52: Describa los procesos para determinar la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección.	38		
G4-53: Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución.	38		
G4-54: Relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización vs. la retribución total anual media de toda la planilla.	No se puede difundir debido a factores de seguridad y confidencialidad de la información		
G4-55: Relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización vs. el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla.			
Ética e integridad			
G4-56: Declaraciones de misión, valores y códigos de conducta.	8,14,15		
G4-57: Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	14,15		
G4-58: Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización.	16		

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

ASPECTO MATERIAL	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	PÁGINA	RAZONES POR OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN					
G4- DMA		19,25,33,45,65,71,79,91			
CATEGORÍA: ECONOMÍA					
	Desempeño económico				
Aporte financiero a causas sociales como educación, cultura y turismo	G4-EC1: Valor económico directo generado y distribuido.	25			
	G4-EC2: Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debidos al cambio climático.	No es material			
Aporte financiero a causas sociales como educación, cultura y turismo	G4-EC3: Cobertura de las obligaciones debidas a programas de beneficios sociales.	38			
	G4-EC4: Ayudas financieras recibidas de gobiernos.	25			
	Presencia en el mercado				
	G4-EC5: Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local por género en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No es material			
	G4-EC6: Proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local, en operaciones significativas.	32			
	Consecuencias económicas indirectas				
Aporte financiero a causas sociales. Extensión de la sustentabilidad en la cadena de valor	G4-EC7: Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público.	76			
	G4-EC8: Impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.	66,76			
	Prácticas de adquisición				
Extensión de la sustentabilidad en la cadena de valor	G4-EC9: Proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en operaciones significativas.	72			

ASPECTO MATERIAL	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	PÁGINA	RAZONES POR OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU	
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE						
	Materiales					
Reducción huella ambiental	G4-EN1: Materiales utilizados, por peso o volumen.	93			GC 7 GC 8 GC 9	
	G4-EN2: Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	95,96				
	Energía					
Reducción huella ambiental	G4-EN3: Consumo de energía dentro de la organización.	94				
	G4-EN4: Consumo de energía externa de la organización.	94				
	G4-EN5: Intensidad Energética.	94				
	G4-EN6: Reducción del consumo de energía.	94				
	G4-EN7: Reducción de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	93				
	Agua					
Reducción huella ambiental	G4-EN8: Captación total de agua según la fuente.	94				
	G4-EN9: Fuentes de agua que han sido afectadas significativa-mente por la captación de agua.	No es material				
	G4-EN10: Porcentaje y consumo total de agua reciclada y reutilizada.	No es material				
	Emisiones					
Reducción huella ambiental	G4-EN15: Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	94				
	G4-EN16: Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 2).	94				
	G4-EN17: Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	94				
	G4-EN18: Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	94				
	G4-EN19: Reducción de las emisiones de gases de efeto invernadero.	94				
	G4-EN20: Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono.	94				

ASPECTO MATERIAL	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	PÁGINA	RAZONES POR OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU
Reducción huella ambiental	Efluentes y residuos				GC 7 GC 8 GC 9
	G4-EN22: Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino.	No es material			
	G4-EN23: Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	No es material			
	G4-EN24: Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del Convenio de Basilea2 y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No es material			
	G4-EN25: Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de los masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.	No es material			
	Productos y servicios				
	G4-EN26: Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	93, 95			
	G4-EN27: Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría.	95			
	Cumplimiento regulatorio				
	G4-EN29: Coste de multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	No es material			
Reducción huella ambiental	Transporte				GC 7 GC 8 GC 9
	G4-EN30: Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	No es material			
Reducción huella ambiental	General				
	G4-EN31: Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	25			
Reducción huella ambiental	Evaluación ambiental de los proveedores				
	G4-EN32: Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios ambientales.	73			
	G4-EN33: Impactos ambientales negativos significativos actuales y potenciales en la cadena de valor, y medidas adoptadas.	73			

ASPECTO MATERIAL	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	PÁGINA	RAZONES POR OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL					
Prácticas laborales y trabajo digno					
Empleo					
Desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores	G4-LA1: Número total y tasa de nuevos empleados contratados y rotación de empleados, desglosados por grupo de edad, género y región.	32			
	G4-LA2: Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por lugares significativos de las operaciones.	38			
	G4-LA3: Tasas de retorno al trabajo y de retención después de la licencia parental, por género.	37			
Relaciones entre los trabajadores y la dirección					
	G4-LA4: Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	No es material			
Salud y seguridad en el trabajo					
Desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores	G4-LA5: Porcentaje total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	42			
	G4-LA6: Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y género.	42			
	G4-LA7: Trabajadores con alta incidencia o riesgo de contraer enfermedades relacionadas con su ocupación.	42			
	G4-LA8: Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	42			
Capacitación y educación					
Desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores	G4-LA9: Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría de empleado.	34,35			
	G4-LA10: Programas de gestión de habilidades y formación continua.	34,35			
	G4-LA11: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por categoría profesional y por género.	39			

ASPECTO MATERIAL	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	PÁGINA	RAZONES POR OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU	
	Diversidad e igualdad de oportunidades					
Desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores	G4-LA12: Órganos del gobierno corporativo y plantilla por categoría de empleado, desglosado por género, grupo de edad y pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	32				
	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres					
Desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores	G4-LA13: Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicación de operaciones significativas.	38				
	Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores					
Extensión de la sustentabilidad en la cadena de valor	G4-LA14: Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios de prácticas laborales.	74			GC4 GC5 GC6	
	G4-LA15: Impactos negativos significativos actuales y potenciales sobre prácticas laborales en la cadena de valor, y medidas adoptadas.	75				
	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales					
	G4-LA16: Número de quejas sobre prácticas laborales presentadas, tratadas, y resueltas a través de mecanismos formales.	No es material				
Derechos Humanos						
	Inversión					
	G4-HR1: Porcentaje y número total de acuerdos y cotnratos de inversión significativos que incluyan cláusulas incorporando preocupaciones por los derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	No es material			GC1 GC2 GC3	
	G4-HR2: Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos, incluyendo porcentaje de empleados formados.	36,77				
	No discriminación					
	G4-HR3: Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	16				
	Libertad de asociación y negociación colectiva					
	G4-HR4: Actividades y proveedores en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan ser violados o correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	15				
	Trabajo infantil					
Extensión de la sustentabilidad en la cadena de valor	G4-HR5: Actividades y proveedores identificados como riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir su efectiva abolición.	15,75			GC5	

ASPECTO MATERIAL	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	PÁGINA	RAZONES POR OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUJ
Extensión de la sustentabilidad en la cadena de valor	Trabajo forzoso				
	G4-HR6: Operadores y proveedores indentificados como de riesgo significativo de ser origen de todo tipo de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	74			GC6
	Medidas de seguridad				
	G4-HR7: Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos.	76			
	Derechos de la población indígena evaluación				
	G4-HR9: Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	15			GC1 GC2 GC4
	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos				
	G4-HR10: Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios de derechos humanos.	74			
	G4-HR11: Impactos negativos significativos actuales y potenciales sobre derechos humanos en la cadena de valor, y medidas adoptadas.	75			
Sociedad	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos				
	G4-HR12: Número de quejas sobre derechos humanos presentadas, tratadas y resueltas a través de mecanismos formales.	15			
	Comunidades locales				
	G4-SO1: Porcentaje de operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	79			
	G4-SO2: Operaciones con importantes impactos negativos significativos potenciales o reales sobre las comunidades locales.	79			
	Lucha contra la Corrupción				
	G4-SO3: Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	16			GC10
	G4-SO4: Comunicación y formación en políticas y procedimientos de anticorrupción.	15			
	G4-SO5: Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	15			

ASPECTO MATERIAL	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	PÁGINA	RAZONES POR OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU
Extensión de la sustentabilidad en la cadena de valor	Política pública				
	G4-SO6: Valor total de las aportaciones políticas, por país y beneficiario.	15			
	Prácticas de competencia desleal				
	G4-SO7: Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	16			
	Cumplimiento regulatorio				
	G4-SO8: Valor monetario de sanciones, multas y sanciones no monetarias por el incumplimiento de leyes y regulaciones.	No es material			
Extensión de la sustentabilidad en la cadena de valor	Evaluación de la repercusión social de los proveedores				
	G4-SO9: Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios sobre impacto en la sociedad.	73			
	G4-SO10: Impactos negativos significativos actuales y potenciales sobre la sociedad en la cadena de valor, y medidas adoptadas.	73			
	Mecanismos de reclamación por impacto social				
	GA-SO11: Número de quejas sobre impactos en la sociedad presentadas, tratadas y resueltas a través de mecanismos formales.	No es material			
Responsabilidad sobre los productos					
Cuidar el no sobreendeudamiento	Salud y seguridad de los clientes				
	G4-PR1: Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos evaluados en impactos en salud y seguridad.	45			
	G4-PR2: Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación relativa a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de clientes.	28,58			
Monitoreo permanente de calidad y atención de reclamos	Etiquetados de los productos y servicios				
	G4-PR3: Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	45			
Confidencialidad de la información de clientes y socios	G4-PR4: Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	58			
Monitoreo permanente de calidad y atención de reclamos	G4-PR5: Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	56,57			

ASPECTO MATERIAL	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	PÁGINA	RAZONES POR OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU
Confidencialidad de la información de clientes y socios	Comunicaciones de mercadotecnia				
	G4-PR6: Venta de productos prohibidos o en litigio	No es material			
	G4-PR7: Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	58			
Confidencialidad de la información de clientes y socios	Privacidad de los clientes				
	G4-PR8: Número total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	28			
	Cumplimiento regulatorio				
	G4-PR9: Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la administración.	No es material			
INDICADORES SUPLEMENTO SECTORIAL					
Aporte financiero a causas sociales como educación, cultura y turismo	Privacidad de los clientes				
	G4-EC1: Valor Económico directo generado.	25,86			
Reducción huella ambiental	G4-EN15: Emisiones directas de gases de efecto invernadero.	94			
	G4-EN16: Emisiones directas de gases de efecto invernadero.	94			
	G4-EN17: Otras Emisiones directas de gases de efecto invernadero.	94			
	G4-EN23: Número y volumen de derrames accidentales más significativos	No es material			
	G4-HR1: Porcentaje de acuerdos de inversión que incluyan cláusulas de derechos humanos.	No es material			
	G4-FS6: Porcentaje del portafolio por líneas de negocio.	47			
	G4-FS7: Valor monetario de productos y de servicios diseñado para entregar un beneficio social específico para cada línea de negocio.	No es material			

ASPECTO MATERIAL	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	PÁGINA	RAZONES POR OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU
	G4-FS8: Valor monetario de productos y de servicios diseñado para entregar un beneficio ambiental específico para cada línea de negocio analizada por propósito.	No es material			
	G4-FS10: Porcentaje y el número de compañías de su portafolio con las que la organización ha interactuado en temas ambientales o sociales	No es material			
	G4-FS11: Porcentaje de activos sujetos a una valoración ambiental o social positiva y negativa.	No es material			
Aporte financiero a causas sociales como educación, cultura y turismo	G4-FS13: Puntos de acceso por el tipo en áreas de baja población o económicamente desfavorecidas.	79			
Educación Financiera	G4-FS14: Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros para la gente desfavorecidas.	86			
Educación Financiera	G4-FS16: Iniciativas para realizar educación financiera por tipo de beneficiario.	36,58,79,86			



Contenidos

Diners Club del Ecuador S.A.

Responsable del Reporte: Augusta Bustamante Ponce,
Gerente de Responsabilidad Corporativa

Coordinación:

José Luis Trávez

Fotografía:

Marco Andino

Impresión:

Imprenta Mariscal

Diseño y Diagramación:

Publipromueve

Edición:

Publipromueve

Este informe fue realizado con papel que proviene de bosques renovables y con tinta no tóxica.