



EL ARTE DE LA SUSTEN TABILIDAD

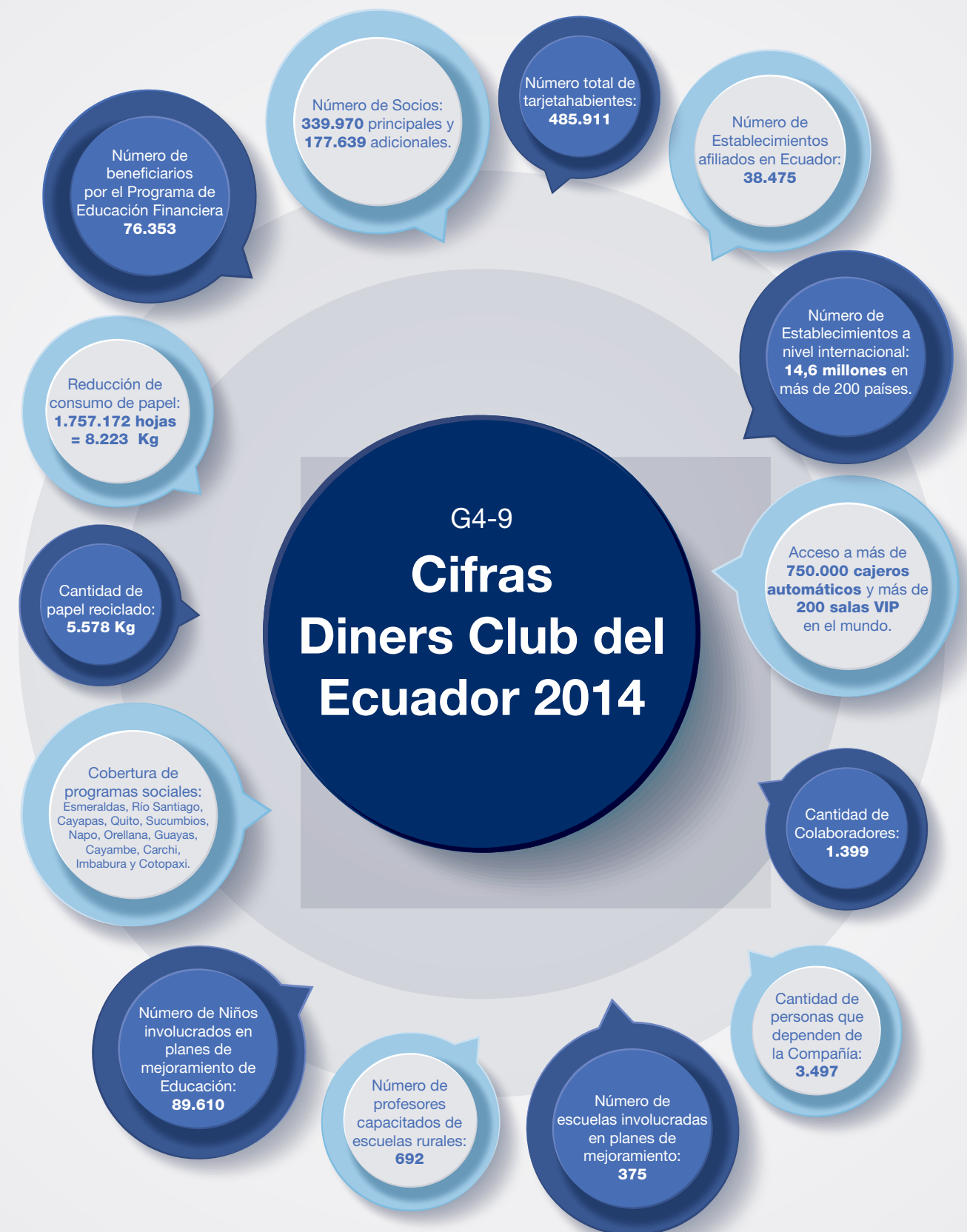
VIII INFORME 2014



Diners Club
INTERNATIONAL

La obra de esta portada es un detalle de **DEATH AND LIFE, AFTER GUSTAVE KLIMT**, *Pictures of Pigment*, 2006, del artista brasileiro Vik Muniz (1961), cuya obra se caracteriza por realizar composiciones con material de reciclaje, comida, algodón, azúcar o basura y otros elementos que son plasmados en fotografías convertidas en arte. Al inicio de cada capítulo de este Informe se reproducen varias partes de la magnífica obra de Vik Muniz

- **WOMAN IRONING (ISIS)**, *Pictures of Garbage*, 2008. p.9
- **DEATH AND LIFE, AFTER GUSTAVE KLIMT** (detalle), *Pictures of Pigment*, 2006. p.27
- **EARTHWORKS DICE** (detalle) (Itabira, Iron Mine), p.33, p.119
- **GARDEN OF EARTHLY DELIGHTS, AFTER H. BOSCH**, (tríptico) (detalle), *Gordian Puzzles*, 2008, p.37
- **SOLDADO DE JUGUETE de la serie Mónadas 2003**, (impresión cromogénica) (detalle) p.55
- **DOBLE MONA LISA, DESPUÉS DE WARHOL, 1999** (Mermelada y mantequilla de cacahuete (detalle) p.75
- **THE SOWER (ZUMBI), 2008**, (pinturas de basura) (detalle) p.85
- **EQUIVALENTS, THE ROWER CLOUD, 1993** (detalle) p.91
- **NARCISSUS, AFTER CARAVAGGIO, 2006** (pinturas de basura) (detalle) p.99





Índice de Contenidos



Diners Club en cifras 2014

El XVIII Informe de Sustentabilidad

Mensaje del Presidente Ejecutivo

3
6
7

Capítulos



I. Buen gobierno corporativo.

Transparencia, manejo seguro de la confidencialidad y prácticas anticorrupción.

10



II. Generando valor Económico
para el Ecuador.

28



III. Trabajando en Diners Club.

Colaboradores desarrollándose.

38



IV. Junto a nuestros Socios para toda la Vida.

Calidad de productos y servicios y buenas prácticas en finanzas.

54



V. Contribuyendo a un mercado formado financieramente

Mediante la educación financiera.

76



VI. Extendiendo la excelencia a la cadena de valor.

Proveedores y Establecimientos afiliados.

86



VII. Construyendo futuro

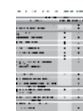
Con la Comunidad.

100



VIII. Aportando a la Sustentabilidad Ambiental.

120



Índice de contenidos GRI/Pacto Global.

132

EL VII INFORME DE SUSTENTABILIDAD 2014

DINERS CLUB DEL ECUADOR

El VIII Reporte de Sustentabilidad Corporativa 2014 de Diners Club del Ecuador S.A. S.F. (en adelante Diners Club o Diners Club del Ecuador) es el octavo 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. Se ha realizado bajo los lineamientos del Pacto Global de la Naciones Unidas al cual estamos adheridos desde hace siete años y del Global Reporting Initiative¹ (GRI 4) por segunda ocasión, en su cuarta versión al cual se está respondiendo de manera exhaustiva, a los que se ha añadido los indicadores sectoriales establecidos como mandatorios para el sector financiero por parte de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. Estos últimos indicadores se podrán identificar en el texto con las siglas SBS seguidos por la numeración correspondiente cuya significación se encuentra en los anexos posteriores.

En esta edición se utilizará la definición de materialidad realizada en el anterior informe debido a que los aspectos relevantes allí señalados nos marcaron un camino por seguir y desafíos que aún están en proceso de implementación.

El alcance del reporte contempla las operaciones de Diners Club del Ecuador en el territorio nacional para el año 2014 (enero a diciembre), incorpora cifras 2013 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 2014.

A nivel de estructura, cada capítulo busca responder a alguno de los aspectos establecidos en el análisis de materialidad y este año se ha destinado un capítulo adicional sobre Educación Financiera por este mismo motivo. Se realizó una validación interna de los datos y el informe ha sido sometido a la verificación externa de la auditora Price Waterhouse Coopers de probada competencia en la materia, y con el apoyo de una consultora internacional de la misma firma en G4. El resultado de la revisión limitada realizada ha sido incluido en el informe publicado en la página 130.

Por último, el informe ha sido enviado a GRI Internacionales para su revisión internacional con la finalidad de obtener el Materiality Check correspondiente.

El VIII Informe de Sustentabilidad Corporativa del año anterior, siendo el primero emitido bajo la norma GR4 en Ecuador, tuvo una difusión de 2.000 ejemplares impresos, 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, cifras similares a las que aspiramos difundir este año.

Es nuestro anhelo que este informe sea capaz de dar cuenta de nuestra filosofía de transparencia y de diálogo con los diferentes grupos de interés con los que nos relacionamos de manera clara y precisa. Estaremos gustosos de recibir cualquier comentario o sugerencia de ustedes, nuestros lectores para lo cual se podrán comunicar con nosotros vía mail a: rsociall@dinersclub.com.ec

G4-19/ G4-20/ G4-21

Definición de materialidad y respuesta a los grupos de interés

Basados en el estudio que se realizó en 2013, se establecieron los aspectos materiales, que se incorporaron en el plan de acción de 2014 y que son respondidos a lo largo de este informe.

En términos generales la metodología para establecer la materialidad fue la siguiente:

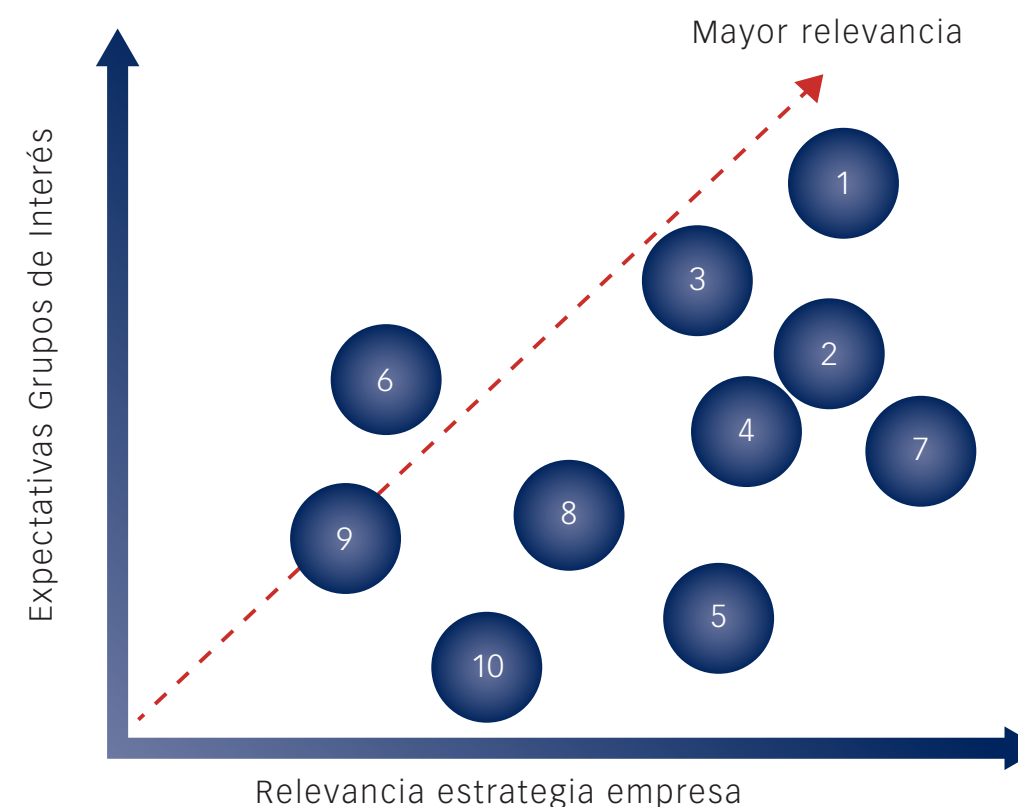
- Identificación:** para determinar los asuntos relevantes dentro y fuera de la organización.
- Priorización:** para establecer nivel de importancia de cada aspecto a nivel interno y con los grupos de interés.
- Validación:** se revisaron y preseleccionaron los temas para lograr su representatividad.

d. **Revisión:** se ha programado realizar una revisión de estos temas para actualización en el 2015, sobre todo a la luz de las nuevas regulaciones dictadas por el nuevo Código Monetario y Financiero y los cambios en el contexto del sector.

Para la validación de los aspectos materiales y su prioridad, se tomó en cuenta las siguientes fuentes de consulta: diálogos con grupos de interés (clientes, proveedores, establecimientos afiliados, colaboradores, socios y comunidad), se realizó un benchmark nacional e internacional con empresas del sector, se realizó una consulta interna a gerencias y se tomaron en cuenta los lineamientos del Pacto Global al cual somos signatarios.

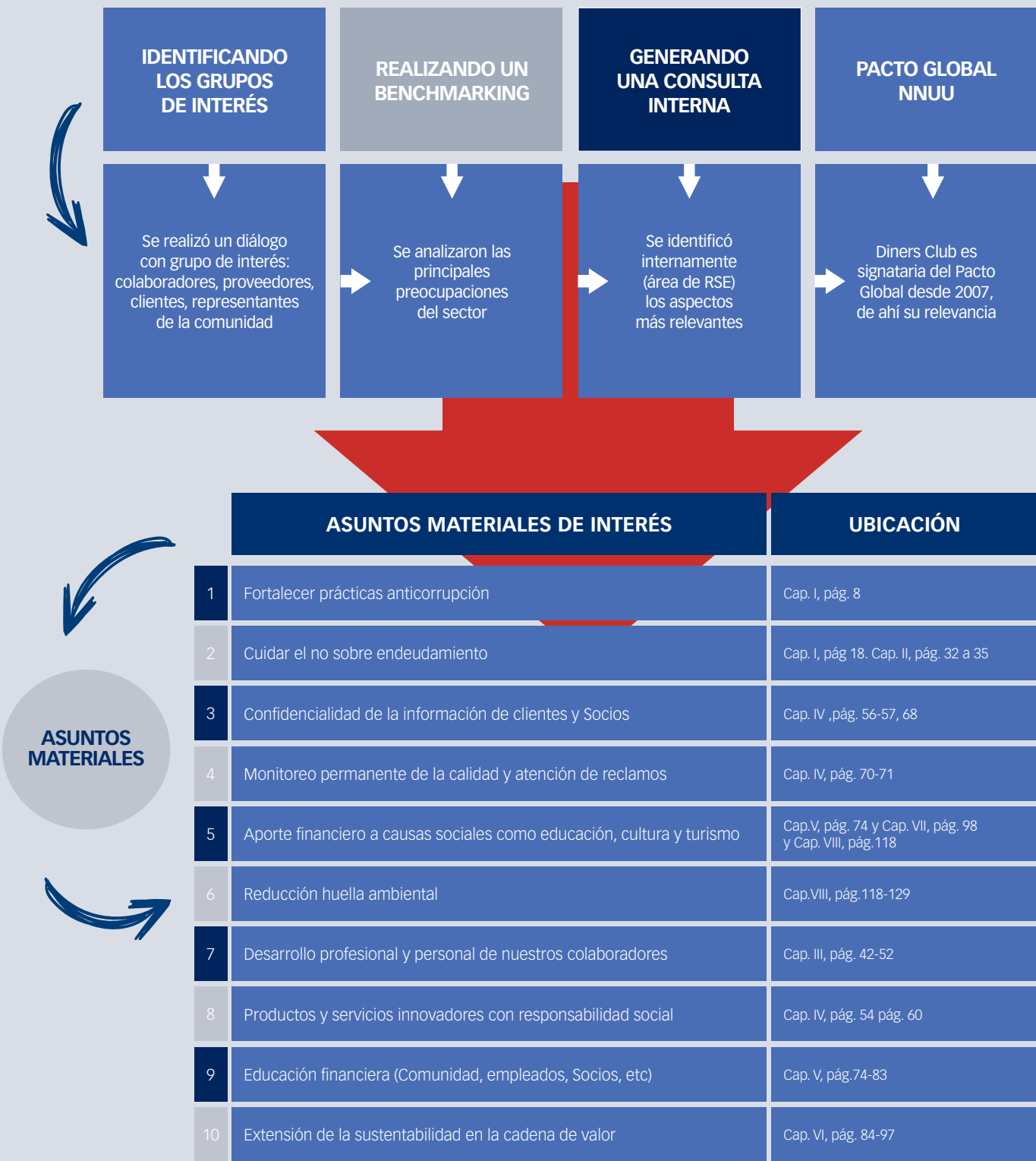
G4-19/ G4-20/ G4-21/G4-24/G4-25/ G4-26/ G4-27/G4-DMA

Matriz de priorización de aspectos materiales 2013-2014:



¹www.globalreportinginitiative.org

Definiendo la Materialidad



G4-1

MENSAJE DEL PRESIDENTE EJECUTIVO

En el año 2014 ocurrieron importantes cambios en el marco regulatorio de las entidades financieras ecuatorianas y del mercado, como fue la aprobación del nuevo Código Monetario y Financiero en septiembre de 2014, que implica para Diners Club del Ecuador realizar un conjunto de modificaciones con la finalidad de responder a los nuevos requerimientos. Dichas nuevas disposiciones legales conllevarán que continuemos el próximo año 2015 con un importante proceso de transición institucional. Continuaremos incorporando nuevos productos y ampliando nuestra oferta, especialmente dentro del ámbito de los pasivos, expandiendo de esta forma los lazos que unen nuestra ya sólida relación comercial con nuestros Socios personales, corporativos y establecimientos afiliados. Durante el 2014 mantuvimos nuestro conocido espíritu de innovación y seguimos sirviendo día a día con la mayor calidad, claridad y agilidad a nuestros Socios, hecho que se demuestra en los resultados obtenidos. El volumen de consumos creció en un 4.1%, alcanzado la cifra USD 3.366 millones logrando un buen desempeño en cuanto a los principales indicadores del negocio: crecimiento, calidad de activos y rentabilidad. Obtuvimos un importante incremento en Socios nuevos captando 43.244 (entre principales y adicionales) y llegamos a alcanzar un total de 485.911 tarjetahabientes.

Nuestro crecimiento en el 2014 ha sido prudente pero sostenido, optando por una política crediticia conservadora en el sentido de evitar el sobre-endeudamiento de los Socios lo que nos ha posibilitado mantener una cartera muy saludable. Esto se ha complementado con la implementación de programas de educación financiera con nuestros Socios y con la comunidad que han buscado fortalecer nuestra misión de contar con clientes “para toda la vida”.

Desde el punto de vista de nuestra oferta comercial, este año se presentó al mercado una nueva tarjeta orientada al segmento del adulto joven “One” by Diners Club. Adicionalmente, fortalecimos y renovamos la imagen de Diners Club Miles con una nueva campaña de comunicación. Continuamos con nuestra alianza con AAdvantage que en este año cumplió 15 años. La marca Discover mantuvo un crecimiento a un buen ritmo con una excelente aceptación sobre todo entre los clientes que aprecian la innovadora oferta de las recompensas bajo el nuevo concepto de cash back. Durante el 2014, se generalizó la incorporación del chip en nuestras tarjetas de crédito, que es un dispositivo clave para incrementar la seguridad y nos permite proteger de mejor manera a los tarjetahabientes. En este período, ratificamos nuestra vocación de ser una organización que crea y aporta valor al desarrollo del país, mediante la realización de nuestros programas de



fomento de la cultura como es el caso del convenio con el Teatro Sucre y aquellos que apoyan al turismo inclusivo y su desarrollo interno, como lo es el programa de rescate de la gastronomía local “Sabor a Ecuador”. Alcanzar estas metas ha sido posible gracias a la participación activa de cada uno de nuestros Socios, a los 38.475 establecimientos comerciales que conforman la red nacional, a nuestros proveedores y a los colaboradores que han contribuido con trabajo tesonero y creativo para este fin. Las perspectivas para el año 2015 se enmarcan en un contexto de prudencia, pues avizoramos un cierto des-aceleramiento del consumo interno debido a factores relacionados con la baja del precio del petróleo en el mercado internacional, con cambios en la balanza comercial y con las políticas de restricción de ciertas importaciones. El próximo año mantendremos nuestro compromiso con la búsqueda de la excelencia, ampliando nuestra oferta para brindar comodidad y aportar a la calidad de vida de nuestros Socios.

Presentamos el VIII Informe de Sustentabilidad 2014 que busca dar cuenta sobre los distintos ámbitos de la organización y sus operaciones haciendo un ejercicio de transparencia con cada uno de nuestros grupos de interés y de manera particular con cada uno de Ustedes.

Ing. Pablo Salazar
Presidente Ejecutivo

BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

Transparencia, manejo
seguro de la confidencialidad
y prácticas anticorrupción.

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

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 2014

- Club Diners 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

135 Accionistas.

ASOCIACIONES

a las que pertenecen

- 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 2014

- Reconocimiento a las mejores prácticas en Responsabilidad Social con la Comunidad proyecto "Sabor a Ecuador" CEMEFI-FORUM-ALIARSE. 2014
- Ekos de Oro. Primer lugar servicio al cliente en tarjetas de crédito.



B. GOBIERNO CORPORATIVO

G4-6

Diners Club del Ecuador S.A. S.F. (Diners Club) 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

Diners Club es una sociedad financiera que de conformidad con el Código Orgánico Monetario y Financiero deberá iniciar un proceso para fusionarse o convertirse con el fin de adecuarse a las nuevas disposiciones, para cuyo efecto tiene un plazo de 18 meses contados a partir de la vigencia del Código. La composición accionaria de Diners Club es en un 99,95% Propiedad Privada (personas naturales o jurídicas privadas).

ESTRUCTURA DEL CAPITAL Y ACCIONISTAS

Diners Club cuenta con 135 accionistas al 31 de diciembre de 2014 incrementándose dos en relación al año anterior.

SBS A.1.1

Composición del capital

Año	Personas Naturales	Personas Jurídicas	Total Accionistas
2012	95	18	113
2013	99	33	132
2014	100	35	135

SBS A.1.2

Distribución del capital de accionistas

Rango USD	No. Accionistas
0 - 1000	13
1001 - 5000	13
5001 - 10000	24
10001 - 50000	38
50001 - 100000	16
100001 - Adelante	31
TOTAL	135

SBS A.1.3

Calificación de los Accionistas por tiempo de permanencia

Rango de Permanencia de Accionistas	No. de Accionista
Menos de 1 año	3
Más de 1 hasta 3 años	30
Más de 3 hasta 5 años	7
Más de 5 años	95
TOTAL	135

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.

Número de Juntas de Accionistas, Gastos y Asistencia

SBS A.2.1/SBS A.2.2 /SBS A.2.3

Fecha de Junta	Tipo	Porcentaje del Capital Presente en la Junta	Registraron su voto	Número Total de Accionistas a la Fecha de Celebración de la Junta	Total de Gastos Aproximados	Gasto por accionista	Porcentaje de asistencia	Número de votos con los que fueron elegidos los Directores
24/03/2014	Ordinaria	96,89%	28	132	893	31,88	96,89%	3.512.299

G4-34/G4-38/G4-39/G4-40/SBS A.2.4/ SBS A.2.6/ SBS B.1.1

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. 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 promedio 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 3 años.

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

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		
Rodrigo Sánchez	Director Principal		

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, designar a sus representantes en los comités regulatorios, así como velar por la marcha financiera, social y ambiental de la organización.

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

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 por lo que 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. 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 cantidad de perspectivas mediante un trabajo inter-área que garanticen las mejores decisiones en cada uno de ellos.

B.1.2

Comité	Función	# Comités 2014	No. Asistentes por Sesión
Comité de Administración de Riesgos Integrales	Diseñar y proponer estrategias, políticas, procesos y procedimientos de administración integral de riesgos y someterlos a la aprobación del Directorio.	12	4 con voz y voto y 4 invitados 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	8 con voz y voto y 1 invitado 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 de 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

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.

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

Durante el año 2014 los miembros del Directorio participaron las siguientes capacitaciones.

Año	Descripción	Participantes	Porcentaje
2014	Programa de Prevención de Lavados de Activos	10	100%
2014	Código Orgánico Monetario y Financiero	6	60%

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

El directorio durante el año 2014 se reunió en 12 ocasiones, una en cada mes. Durante el 2014 no se reportaron casos reportados por 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, sobre la base de la política aprobada por la Junta General de Accionistas en la sesión celebrada el 24 de marzo de 2014, la cual ha sido aplicada en estricto cumplimiento y apego, misma que ha sido supervisada 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.

Sesiones, asistentes y gastos del Directorio de Diners Club del Ecuador 2014

Fecha de Directorio	No. de miembros que asistieron	Gasto causado por los miembros del Directorio
Sesión 16 de enero	7	USD 5,600.00
Sesión 19 de febrero	6	USD 4,800.00
Sesión 11 de marzo	7	USD 5,600.00
Sesión 11 de abril	5	USD 4,000.00
Sesión 12 de mayo	5	USD 4,000.00
Sesión 17 de junio	7	USD 5,600.00
Sesión 21 de julio	6	USD 4,800.00
Sesión 18 de agosto	6	USD 4,800.00
Sesión 10 de septiembre	5	USD 4,000.00
Sesión 17 de octubre	7	USD 5,600.00
Sesión 12 de noviembre	7	USD 5,600.00
Sesión 17 de diciembre	7	USD 5,600.00

G4-37

Existen varias maneras para poner en conocimiento del Directorio las inquietudes de los diferentes grupos de interés entre las cuales podemos mencionar:

Accionistas: Se realiza una Junta General de Accionistas Ordinaria, 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.

G4-35/G4-36/G4-49/G4-50/SBS. D.1/SBS.D.2.1/SBS.D.2.2

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 C.1.3 /SBS C.1.4 /SBS C.1.2

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 3.2 % del gastos de personal anual, corresponde a las remuneraciones invertidas en el equipo gerencial por la entidad en el año 2014. 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 3.8%.

Principales Ejecutivos

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



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 General



Alexander Zederbauer
Gerente Regional de Negocios



Augusta Bustamante
Gerente de Responsabilidad Social



Patricio Vivero
Gerente Nacional de Riesgos



Daniel Montalvo
Gerente Nacional de Recursos Humanos



G4-13
Durante el 2014 no se realizó ningún cambio significativo en la estructura, tamaño o propiedad accionaria en la organización.

G4-57
Los avances realizados durante el 2014 en cuanto al modelo de Gobierno Corporativo tienen que ver con los siguientes puntos:

- Actualización del Código de Gobierno Corporativo.
- Aprobación del Reglamento para el funcionamiento del Directorio.

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 fueron aprobados por el Directorio de la organización.

G4-48
Los contenidos de la Memoria de Sustentabilidad son definidos por los miembros del Comité Gerencial en conjunto con la Presidencia y la Gerencia de Responsabilidad Social y conocidos por todos ellos.

DMA SO/DMA HR/ GC10/G4-41

LINEAMIENTOS INTERNOS DE CONDUCTA

Código de Ética:

Expresa los principios de conducta y valores 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. Con un enfoque "Top Down", los Accionistas, Directores y los principales Ejecutivos, promueven la práctica y aplicación del Código de ética, entre otros a través de:

1. El cumplimiento y difusión de la normativa interna que rige las operaciones del Grupo Financiero.
2. El Comité de Ética, que es un ente de control independiente, conformado por un representante de los accionistas, del Directorio, de los colaboradores, de la Administración y el Auditor interno cuya finalidad y objetivos, entre otros son:
 - Velar por un adecuado conocimiento, difusión y correcta aplicación del Código de ética del Grupo Financiero, incluyéndose en el proceso de inducción.

- Incentivar y monitorear el cumplimiento de los principios y valores éticos contenidos en el Código de Ética de la Organización y en lo establecido en la normativa interna y externa vigentes.
- Asesorar en la búsqueda de soluciones a los dilemas éticos y de forma independiente, cuando los casos lo ameriten, tener en cuenta los Grupos de interés y accionistas.
- Definir y crear los canales más idóneos para reportar los eventos que incumplan o se encuentren fuera de los lineamientos del Código de Ética para la Organización.
- Definir y fomentar las actualizaciones del código de Ética y de los mecanismos de reporte de acciones fuera de ética que posibiliten tomar acciones correctivas de manera oportuna a la organización.

- Reportar al Comité de Ética y a la Alta Dirección los eventos que se aparten del cumplimiento de los valores y principios éticos establecidos por la organización con el fin de tomar decisiones oportunas al igual conocer los informes del Auditor General relacionados con el Código de Ética y su cumplimiento.
3. El Canal de Confianza y Auditoría Interna. Según el reglamento correspondiente, el Grupo Financiero DCE ha puesto a disposición de sus colaboradores, una línea administrada por una entidad independiente, quien recibe de forma anónima, objetiva y confidencial reportes sobre eventos que se aparten del Código de Ética. Con base en dichos reportes se remite informes para seguimiento y análisis por parte del Auditor Interno y del Comité de Ética.



urante el año 2014, Auditoría Interna no ha recibido reporte alguno sobre actos fuera del Código de Ética; razón por la cual, de acuerdo con lo establecido en la Política y reglamento correspondiente, no existieron aspectos que deban ser reportados a dicho Comité. Durante el año 2014, el Canal de Confianza presentó 14 reportes, los cuales fueron calificados de leves y de carácter administrativo ya que no tuvieron que ver con incumplimientos al Código de Ética ni de los principios de conducta.

GC1/GC 2/GC 3/GC 4/GC 6/G4-HR4/G4-SO6

COMPROMISO CON EL PACTO GLOBAL

Desde el 2007 Diners Club se suscribió a los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas (UNGlobal Compact) los incluyó en su Código de Ética y fue la primera entidad financiera adherida del país. Con este informe se envía el octavo reporte de comunicación de progreso.

Derechos Humano: Tenemos la política del respeto a los Derechos Humanos consagrados en el Código de Ética. No se 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 tanto internamente como en la cadena de valor.

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.

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.

G4-58/GR4-SO3/GR4-SO5/GC

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 como las de:

- Control de 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.
- Prohibición de mantener operaciones de crédito con los accionistas principales, directores y funcionarios con atribuciones crediticias.

Por otra parte, pero complementando las medidas anticorrupción, la institución ha implementado políticas, procesos y controles basadas en las recomendaciones de la Comisión Bancaria de Basilea, así como normativa nacional para hacer frente al riesgo de lavado de activos, financiación del terrorismo y otros delitos. Anualmente, se actualiza el manual de prevención de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y otros delitos, documento que proporciona un marco sólido de actuación aplicable para todas diferentes relaciones comerciales y productos y procesos de la institución.

G4-SO4

La totalidad del personal es capacitado anualmente con el fin de prevenir el lavado de activos, financiación del terrorismo y otros delitos. En el 2014 se realizó una evaluación de comprensión y refuerzo de conocimiento a los a 1.399 colaboradores.

Tanto el Código de Ética, el Reglamento Interno de Trabajo como el Manual de Prevención de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Otros Delitos, se encuentran a disposición de todos los empleados en la intranet de la Organización.

El contenido del Código de Ética, así como los Fundamentos de prevención de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Otros Delitos, también han sido incluidos en el proceso de inducción al cargo de los nuevos colaboradores.

G4-LA16/ G4-HR3

Canal de confianza: En 2014 se continuó con la implementación del 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 14 incidencias calificadas de leves y de carácter administrativo. No se han presentado casos de discriminación.

G4-SO7

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 han presentado procesos legales por estas causas.

G4-14/G4-41/G4-45/G4-46

MANEJO DEL RIESGO

EN LA TOMA DE DECISIONES

La gestión integral de riesgos en Diners Club del Ecuador se ha desarrollado dando cumplimiento a las normas vigentes y estándares internacionales, en las diferentes aristas del riesgo. Para dicho manejo y como área estratégica para la toma de decisiones, se ha soportado en el uso de metodologías que logran alertar de forma temprana la potencial materialización de los riesgos.

El Comité Integral de Riesgos apoya al Directorio en las funciones de control y supervisión de los riesgos, mediante la aprobación, monitoreo y control de la aplicación de las políticas, metodologías, herramientas, lineamientos y estrategias para la identificación, medición, control y mitigación de los riesgos a los cuales está expuesta la organización.

Considerando los eventos cambiantes y dinámicos dentro de la economía y el mercado, se hace preponderante la existencia de mecanismos que permitan tomar definiciones acertadas que conlleven a lograr eficiencias económicas y al cumplimiento de los objetivos, en este sentido, la organización ha venido trabajando en los diferentes componentes del riesgo para lograr sinergias enfocadas a su manejo óptimo.

Para la gestión del riesgo de crédito se ha utilizado herramientas de calificación crediticia, buenas prácticas y alineación con las directrices definidas por el Comité de Basilea, que permiten identificar las pérdidas esperadas, capital económico necesario para cubrir las y la probabilidad de incumplimiento de pago, riesgo sistémico y calificación de la cartera. Con estos elementos se definen las estrategias para el otorgamiento y gestión del crédito a los clientes.

La definición de escenarios, el uso de metodologías para identificar gaps de liquidez, la calificación de portafolios, el monitoreo del capital de trabajo y el seguimiento de las políticas de inversión, son los componentes que permiten alcanzar los objetivos de gestión de riesgo de liquidez en el marco de los requerimientos normativos y de negocio.

Para la gestión del riesgo de mercado, la organización ha definido herramientas que permiten mitigar la pérdida potencial por la venta anticipada o forzosa de activos con descuentos inusuales, mantener en niveles razonables la concentración de los activos y lograr una adecuada estructura de la administración de activos y pasivos.

Inmerso en la gestión integral de riesgos se incluye la gestión de riesgo operativo, la que se enfoca en la evaluación y mitigación de los riesgos resultantes de fallos en procesos internos, recursos humanos o sistemas.

La prioridad de la organización en materia de control y gestión de riesgo operativo es la identificación y eliminación de los focos de riesgo, independientemente de la casuística de pérdidas que sirve como una guía de evaluación.

Finalmente, se considera la continuidad del negocio y la seguridad de información como una parte importante de la administración del riesgo operativo. La aplicación de un bien estructurado plan de contingencia en un esquema integrado, permite evitar pérdidas por la ocurrencia de eventos no previstos y mantener los principios de confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información sensible y de manera especial la de nuestros Socios/Inversionistas que se halla altamente protegida por todas nuestras políticas.



Principales riesgos y medidas de mitigación

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

SBS B.1.1

Permanentes Auditorías Internas y Externas

El Área de Auditoría Interna, es un área independiente que reporta directamente al Directorio, a la Junta General de Accionistas. Adicionalmente, reporta al menos bimensualmente sus hallazgos e implementación de sus recomendaciones a los principales Ejecutivos y de forma permanente a las Gerencias de división. Está encargada de: brindar aseguramiento razonable sobre la gestión

integral de riesgos, evaluar y velar por la razonabilidad de los estados financieros del Grupo, el adecuado ambiente y sistemas de control interno y tecnológicos, el cumplimiento de las normas internas y externas aplicables a la operación y gestión del Grupo Financiero, el vigilar por el cumplimiento de la misión, visión, objetivos y estrategia del Grupo, 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, efectuar revisiones focalizada en potenciales riesgos de fraude, entre otras.

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 Dinners Club Internacional, Dinners 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 Dinners Club del Ecuador a revisiones financieras, de administración de riesgos y de operaciones. Se tiene previsto que el proceso de auditoría se realice en 2015.

El organismo de Dinners Club Internacional que emite las normas se denomina International Operation Policy Commitee, estamento que cuenta con la participación de expertos a nivel mundial en el manejo de tarjetas de crédito, siendo un honor para Dinners Club del Ecuador que su Gerente Nacional del Centro de Servicios por delegación del Presidente Ejecutivo de la Organización 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.

El 14 de octubre de 2013, la Superintendencia inició la revisión y evaluación integral bajo la metodología GREC, la cual comprendió las siguientes dimensiones: gobierno corporativo, riesgos, evaluación económica financiera, cumplimiento normativo y de lavado de activos del Grupo Financiero Dinners Club. El 7 de abril de 2014, la Superintendencia comunicó resultados satisfactorios sobre dicha revisión y ciertos aspectos menores, los cuales, a la presente fecha han sido implementados.

Los siguientes informes y cartas de control interno emitidos en el 2013 y 2014 (a la fecha de emisión del presente documento), por los auditores externos, no mostraron observaciones significativas ni 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

G4-24/G4-25/G4-26/G4-27

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.

Desde hace 8 años Diners Club incorpora estos conceptos en su misión, estrategia, estructura y Código de Ética, por considerarla una variable transversal para el desarrollo de su negocio.

Grupos de Interés

Los grupos de interés fueron identificados en talleres realizados en años anteriores con las gerencias nacionales y se han mantenido hasta la fecha y son los del siguiente cuadro 1.

En términos generales el enfoque de relacionamiento con cada grupo de interés se basa en una relación ganar-ganar para la creación de valor compartido y así dar una respuesta oportuna a los aspectos materiales identificados con cada uno de ellos, señalados en el cuadro 2.



Cuadro 1

Grupos de Interés, Medios de Relacionamiento y Estrategia RSC

Cuadro 2

Grupo de Interés	Medios de Involucramiento	Estrategia
Accionistas 135 accionistas	<ul style="list-style-type: none">• Juntas General de Accionistas y Directorio, Informes a la Junta General de Accionistas y Directorio• Página Web Diners Club y SBS• Capacitaciones	<ul style="list-style-type: none">• Fortalecer Gobierno Corporativo, transparencia y anticorrupción• Comité de Ética• Comité de Buen Gobierno• Capacitaciones prevención de lavado activos, política conozca a su cliente, código de ética• Informe de Sustentabilidad Anual
Colaboradores y sus familias 1.399 colaboradores Alrededor de 3.497 dependientes de colaboradores	<ul style="list-style-type: none">• Equipos de trabajo intra e inter áreas• Medición de clima laboral• Proceso de planificación, evaluación de desempeño y seguimiento• Plan de Carrera• Eventos de integración social y deportiva• Comunicación Intranet corporativa RRHH	<ul style="list-style-type: none">• Comité de Retribuciones• Programa de Oportunidades Internas• Programas de capacitación internas y externos• Programa de calidad de vida laboral• Eventos con familia de colaboradores RSC• Programa reducción huella ambiental
Socios y Clientes • 339.979 socios principales • 177.636 adicionales • 15.373 socios corporativos • 6.252 clientes inversionistas	<ul style="list-style-type: none">• Estado de Cuenta• Call Center• Agencias y oficinas de servicios• Página Web• Newsletter "In the Club"• Corporate News• Sistemático de Clientes• Multicanalidad• Publicidad y comunicación externa• Estudio sistemático de socios anual	<ul style="list-style-type: none">• Estrategia de servicio de multicanalidad• Monitoreo de calidad en servicios y de atención a reclamos• Educación financiera a clientes principales y adicionales• Políticas de riesgo para evitar sobreendeudamiento• Políticas de seguridad y confidencialidad en la información• Código de Comunicaciones Responsables• Reducción de huella mediante estado de cuenta virtual
Establecimientos y Alianzas • 38.475 establecimientos a nivel nacional y más de 14.5 millones internacionalmente	<ul style="list-style-type: none">• Servicio de Autorizaciones• Estado de Cuenta• Página Web• Asesores• Oficinas de servicios	<ul style="list-style-type: none">• Estrategia de servicio de multicanalidad• Políticas de seguridad y confidencialidad en la información

Grupos de Interés, Medios de Relacionamento y Estrategia RSC

Grupo de Interés	Medios de Involucramiento	Estrategia
Proveedores • 201 Proveedores	• Relación directa con áreas de compras, administrativas y calificadores	• Política de calificación de proveedores con RSC • Evento anual vinculado con iniciativas socio ambientales
Organismos del Estado y Regulatorios Superintendencia de Bancos y Seguros, Servicio de Rentas Internas, Banco Central del Ecuador, CONSEP, Unidad de Análisis Financiera, Ministerios de Salud, Trabajo, IESS, Municipios y Consejos Provinciales, Consejo Nacional de Valores, Auditores Externos, Franquicias	• Informes y reportes a de las Áreas de Riesgos, Finanzas, Operaciones y Servicio, Recursos Humanos, Auditoría Interna, Cumplimiento y Responsabilidad Corporativa	• Cumplimiento de la normativa legal en lavado de activos, societario, laboral, impositivo, medio ambiental • Educación financiera y atención al cliente. • Programa para Erradicación del trabajo Infantil • Informes y reportes • Informe anual de Sustentabilidad
Comunidad Educativa 375 escuelas y 89.610 beneficiarios de los programas de apoyo al mejoramiento de la calidad educativa 87.681 miembros de la comunidad beneficiarios de los programas de educación financiera. 1.729 Pobladores beneficiados del programa de turismo inclusivo	• Área de Responsabilidad Corporativa • Alianza Diners-UNICEF, visitas de campo, eventos de evaluación	Apoyo a la Cultura y Arte Alianza Diners Unicef Programa Sinfonía por la Vida Programa Sabor a Ecuador Programa de Educación Financiera
Opinión Pública Nacional e Internacional Medios de comunicación masiva y la sociedad en su conjunto	• Actividades de mercadeo y relaciones públicas • Página Web • Ruedas de Prensa	• Estrategia de Comunicaciones con la comunidad • Diálogo con grupos de interés • Reporte de Sustentabilidad

Durante el año 2014, Diners Club del Ecuador obtuvo los siguientes premios y reconocimientos:

CEMEFI- Mejores Prácticas en Responsabilidad Social en América Latina con la Comunidad: Programa "Sabor a Ecuador"

Reconocimiento entregado por el CEMEFI (México), Forum Empresa América Latina y Aliarse responsabilidad social con la Comunidad al programa "Sabor a Ecuador"²

EKOS: Ekos de Oro 2014. Primer lugar en servicios bajo contrato en el segmento tarjetas de crédito.

CODESPA: Se Reconoció a Diners Club como finalista dentro del "Reconocimiento a la contribución solidaria del sector empresarial a través del voluntariado corporativo" por su programa de voluntariado corporativo.

Reconocimiento otorgado por Codespa, Programa de Voluntarios de Naciones Unidas, Pacto Global y CERES.

Sanciones: Durante el 2014 Diners Club del Ecuador no recibió ningún tipo de sanción.



²Puede encontrar mayor información sobre "Sabor a Ecuador" en el capítulo 7 de este informe.

GENERANDO VALOR ECONÓMICO

para el Ecuador

LOGROS

2014

CRECIMIENTO ANUAL

• Consumos	4.07%
• Activos	1.46%
• Cartera Neta	1.10 ³ %
• Pasivos	-0.20%
• Patrimonio	10.41%
• Capital Social	10.34%

(de USD 145 millones a USD 160 millones)
Recuperación Cartera en niveles de 91.34%

SOLVENCIA

- Primera sociedad financiera en su categoría en Ecuador en tamaño de cartera de consumo.
- Segundo lugar en tamaño de cartera consumo de las instituciones financieras (incluyendo bancos).
- Cartera Bruta total de USD 1,233⁴ millones.
- Activo productivo que representó el 99.6% del Activo Neto.
- Patrimonio Técnico del 15.52%, superior en 6.52% 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.

³Cartera sin Fideicomiso

⁴Cartera sin Fideicomiso

DESAFÍOS

2015

Para el 2015 Diners Club del Ecuador, consolidará y desarrollará la estrategia institucional en sus cinco pilares principales:

- Diners Club mantendrá su exclusividad convirtiéndose en una marca excepcional.
- Se capturará más mercado ofreciendo propuestas de valor para establecimientos y sus Socios.
- Expandirá sus canales de distribución convirtiéndose en una red de alianzas estratégicas.
- Mejorará sus índices de eficiencia brindando un servicio óptimo a sus Socios y colaboradores.
- Finalmente fortalecerá sus capacidades mejorando sus operaciones y servicios.

Esta estrategia se convertirá en el corazón de Diners Club del Ecuador, lo cual representará un año lleno de retos y metas. La estrategia mejorará y optimizará cada una de las áreas de la empresa, llevando a la empresa a un bienestar tanto para la empresa como para sus Socios.

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 2014 un beneficio neto de USD 39.99 millones e índices financieros que reflejan su rentabilidad, eficiencia, liquidez y solvencia.

Adicionalmente, durante el año 2014 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 Pacific Credit Ratings y AAA- por la calificadora Bankwatch Ratings.

En el mercado de Bancos y Sociedades Financieras, Diners Club del Ecuador se encuentra en el octavo puesto por tamaño de Activos, quinto puesto por volumen de Patrimonio y en el quinto por Utilidades obtenidas en el año 2014.

CONSUMO CON TARJETA DINERS CLUB

RECUPERACIÓN DE CARTERA DINERS CLUB

Los consumos totales efectuados por los Socios con su tarjeta Diners Club durante el 2014 presentan un crecimiento anual del 4.1%, alcanzando los USD 3.366 millones.

El índice de morosidad de la cartera total al cierre del año 2014 decreció en 12.9% con relación al del año anterior, ubicándose en el 1.89%⁵.

⁵Cartera sin Fideicomiso

G4-EC1

B. VALOR ECONÓMICO GENERADO

Los ingresos generados por Diners Club del Ecuador se incrementaron en USD 20.7 millones con respecto al año 2014, equivalente a un 7.33%.

Su principal componente fueron las ingresos relacionados con la emisión y operación de tarjeta de

crédito (intereses, comisiones, e ingresos por otros servicios), valores que representaron el 89.96% del total de ingresos percibidos.

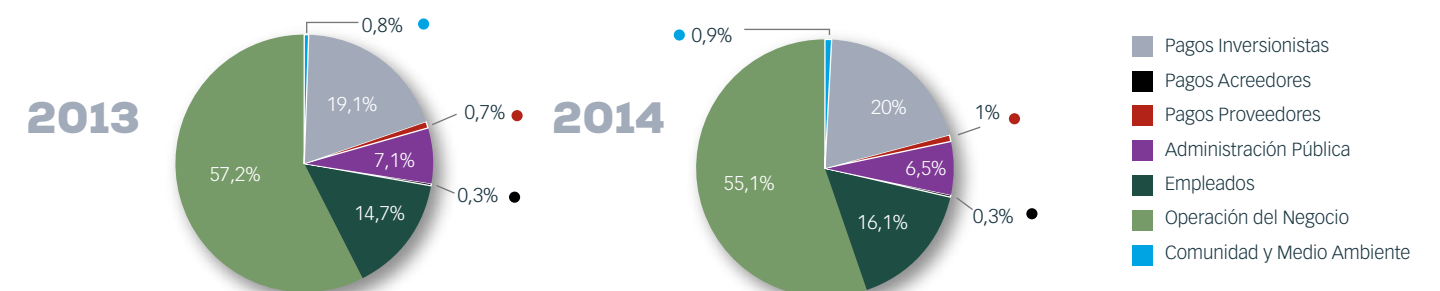
G4-EC4

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

	2013	% Participación	2014	% Participación	Var. Anual USD %		Var. en Participación
VALOR ECONÓMICO GENERADO	282.518.638	100.00%	303.237.071	100.00%	20.718.433 ➡	7.33%	➡ 0.00%
CLIENTES	260.854.116	89.93%	274.787.305	89.95%	13.933.189 ➡	5.34%	➡ 0.03%
INVERSIONES PERMANENTES	19.893.233	9.68%	26.327.910	9.70%	6.434.678 ⬆	32.35%	➡ 0.03%
INVERSIONES TEMPORALES	1.771.289	0.39%	2.121.856	0.33%	350.567 ⬆	19.79%	➡ -0.06%

Valor económico distribuido

	2013	% Participación	2014	% Participación	Var. Anual USD %		Var. en Participación
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	282.754.506	100.00%	263.251.638	100.00%	14.497.132 ➡	5.83%	➡ 0.00%
PAGO INVERSIONISTAS	47.592.191	19.13%	52.654.613	20.00%	5.062.422 ➡	10.64%	➡ 0.087%
PAGO ACREEDORES	864.032	0.35%	777.241	0.30%	(86.791) ⬇	-10.04%	➡ -0.05%
PAGO PROVEEDORES	1.782.370	0.72%	2.759.514	1.05%	977.144 ⬆	54.82%	➡ 0.33%
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	17.614.990	7.08%	17.156.258	6.52%	(458.732) ⬇	-2.60%	➡ -0.56%
EMPLEADOS	36.444.639	14.65%	42.413.999	16.11%	5.969.360 ⬆	16.38%	⬆ 1.46%
OPERACIÓN DEL NEGOCIO	142.366.691	57.23%	145.181.304	55.15%	2.814.613 ➡	1.98%	⬇ -2.08%
COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE	2.089.594	0.84%	2.308.709	0.88%	219.115 ➡	10.49%	➡ 0.04%



OPERACIÓN del Negocio

Los gastos generados por la operación del negocio propiamente dicho, son los egresos de mayor importancia de Dinero Club del Ecuador. Al 2014 representan el 55.15% del monto total de gastos. Tiene un decrecimiento de 2.08% con respecto al año 2013.

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 0.72% al 1.05%.

ADMINISTRACIÓN Pública

Por su parte, los pagos a la Administración Pública tienen una participación del 6,52% correspondiente al Impuesto a la Renta, impuestos municipales y aportes a entidades del estado, lo cual implica un decremento de 2.6 puntos porcentuales comparados con la participación de este rubro en el 2013.

PAGOS a Empleados o Colaboradores

Los pagos a empleados corresponden a gastos del personal más honorarios. Tiene una participación del 16.11% con un crecimiento del 16.38% en relación al 2013.

COMUNIDAD y Medio Ambiente

El monto total por concepto de donaciones, relaciones públicas, 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	2013	2014	Var. Anual USD %	
UTILIDAD NETA	33.764.132	39.985.433	6.221.301	18.43%
RESERVA LEGAL	3.376.413	3.998.543	622.130	18.43%
DISPONIBLE ACCIONISTAS	30.387.718	35.986.890	5.599.171	18.43%

La Utilidad Neta registró un crecimiento anual del 18.43%

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-13	DIC-14	Var. 2013 / 2014 USD %	
ACTIVO	1.475.754.674	1.497.356.242	21.601.568	1.46%
PASIVO	1.244.829.645	1.242.396.784	(2.432.862)	-0.20%
PATRIMONIO	230.925.029	254.959.458	24.034.430	10.41%
UTILIDAD NETA	33.764.132	39.985.433	6.221.301	18.43%

El activo registra un crecimiento anual del 1.46% entre los años 2013 y 2014. La cartera de créditos mantiene el liderazgo dentro de las cuentas del activo, participando con el 75.2% de su total en el año 2014.



C. MANEJO DEL RIESGO

EN LA CONCESIÓN DE CRÉDITO Y RECUPERACIÓN DE CARTERA

MANEJO

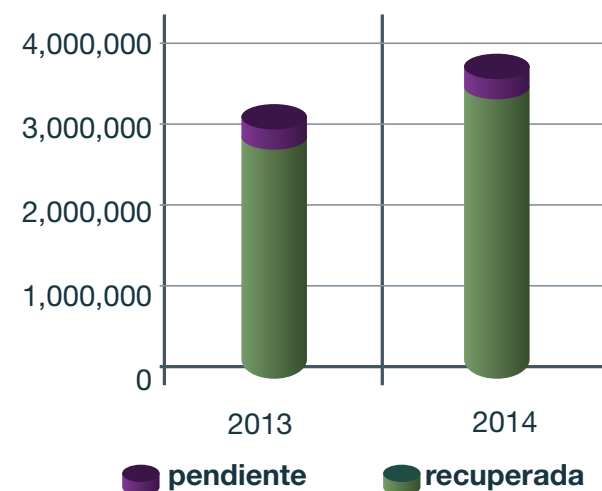
Crediticio de los Clientes

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.

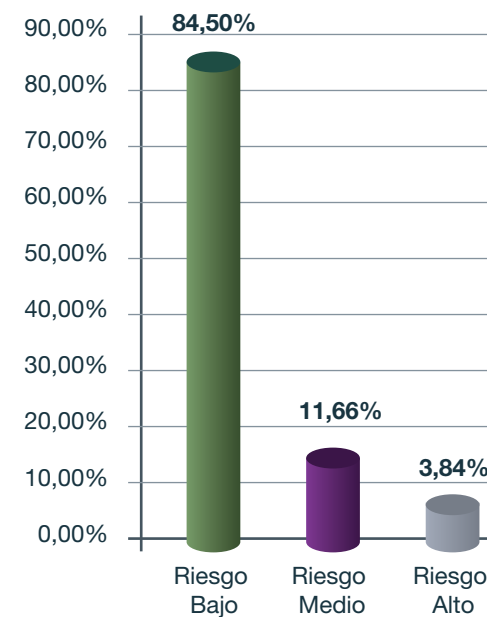
A continuación podemos observar que la evolución de los indicadores de recuperación de cartera se mantiene históricamente, situación que corrobora la calidad en la concesión de crédito.

Recuperación de Cartera

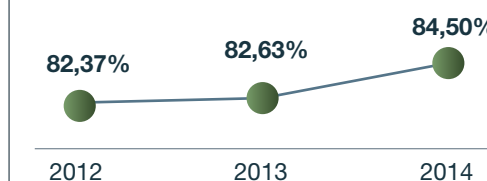


El portafolio de Socios Diners Club a diciembre 2014, evidencia que la calidad de la cartera ha evolucionado favorablemente, situación que se comprueba al observar la composición de Riesgo de los Socios, misma que al cierre del año 2014 se ubica en 84,50% en categoría de Riesgo Bajo.

Composición de Riesgo de los Clientes 2014



Evolución clientes con Riesgo Bajo



CONCESIÓN Y RECUPERACIÓN DE CRÉDITO

RECUPERACIÓN de cartera

Nos proponemos mantener óptimos niveles de recuperación de cartera para lograr mejores índices de rentabilidad, a través de la aplicación de las mejores prácticas dentro del mercado manteniendo la preferencia de nuestros Socios. Siempre nos enmarcamos en normas legales y éticas que nos permiten un "ganar-ganar", donde nuestros Socios sientan que el interés de la organización no es sólo solucionar una deuda, sino también en el bienestar de la persona para mantener Socios fieles para toda la vida.



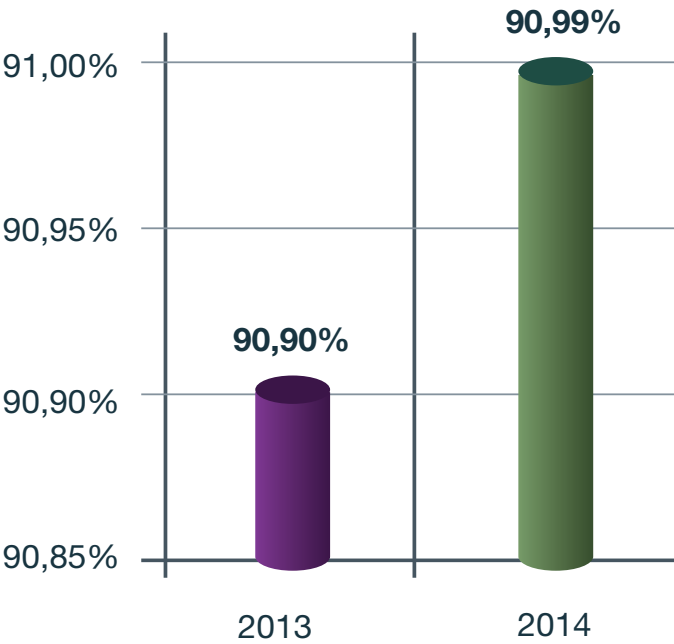
ACUERDOS de Pago

El conocimiento e interacción con nuestros Socios, nos permiten identificar necesidades financieras con la finalidad de generar propuestas de financiamiento a sus obligaciones, precautelando el no deterioro de la relación.

Los acuerdos de pago verbal o documentado están enmarcados en la capacidad de pago a través de negociaciones a corto o largo plazo que puedan efectuarse en nuestras oficinas a nivel nacional, o por teléfono, manteniendo la calidad en el servicio.

El leve mejoramiento en el porcentaje promedio de recuperación de cartera mensual se debe a mejores gestiones en los acuerdos de pago.

Porcentaje promedio de recuperación mensual 2013-2014



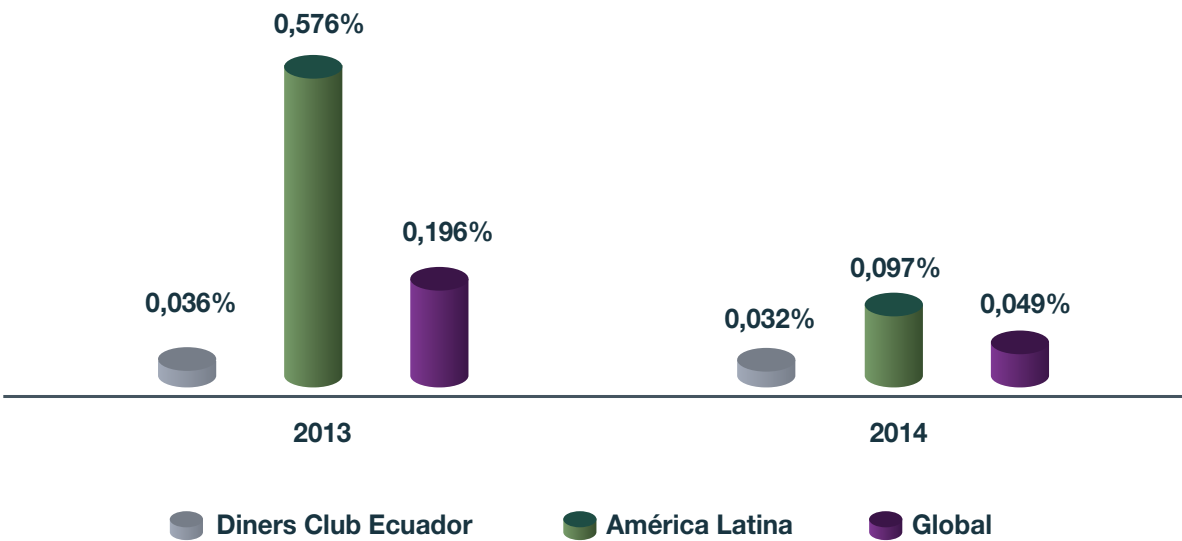
MONITOREO de Fraude

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.

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

En el 2014 tuvimos un leve descenso relativo del índice de fraudes comparado con el 2013.

Cuadro comparativo del Índice de Fraudes a Ventas Diners Club Ecuador - Región - El Mundo



TRABAJANDO EN DINERS CLUB

COLABORADORES
DESARROLLÁNDOSE



LOGROS

2014

- El indicador de “compromiso” (engagement) mejoró en 4 puntos ubicándonos como una muy buena práctica de gestión de personas.
- El desarrollo de carrera con el programa de oportunidades Internas POI, generó el desarrollo de 119 colaboradores.
- El nivel de rotación se lo mantiene controlado.
- Se continuó con el Programa de Mentoring que ayuda a la Gerencia en sus procesos de gestión de talento humano.
- Se mantiene un nivel salarial de equidad interna y competitividad externa.
- Se ha implementado el sistema de Salud y Seguridad Ocupacional, cubriendo los requerimientos de la normativa vigente.
- En capacitación se han mantenido los índices de horas hombre capacitación y el nivel de cobertura del 97% de nuestros colaboradores.
- Se realizaron los exámenes médicos ocupacionales de prevención de salud de nuestros colaboradores.

DESAFÍOS

2015

- Concluir el proceso de implantación de la herramienta ETWEB Enterprise de gestión de talento humano.
- Continuar en la mejora del indicador de “compromiso” (engagement) a través de los planes de acción de cada una de las áreas y planes globales. Profundizar en el Modelo de Gestión de Desempeño alineado a la Estrategia de la Organización.
- Gestionar los modelos de compensación variable con enfoque en la rentabilidad del negocio.
- Profundizar en el modelo de compensación con foco en competitividad externa y equidad interna.
- Mejorar el nivel de atracción de Talento Humano acorde al perfil esperado del profesional de Diners Club.
- Implantar el modelo de comunicación hacia el interior de la organización.
- Continuar con el proceso de Desarrollo de Competencias de Gestión de Equipos a través de Mentoría y del desarrollo de las líneas medias de la organización.
- Mantener y mejorar el proceso de capacitación con escuelas propias de las áreas y el plan definido.
- Implantar el modelo de Desarrollo de Carrera en todas las áreas de la organización.

A. CARACTERIZACIÓN DE LA FUERZA LABORAL

SBS D.1.1

Colaboradores por sexo/nivel 2013 al 2014

	2013				2014			
	Masculino		Femenino		Masculino		Femenino	
Gerencia	30	4%	18	3%	30	4%	20	3%
Línea media	85	12%	70	11%	93	13%	88	13%
Colaboradores	600	84%	538	86%	587	83%	581	84%
Total por género	715	100%	626	100%	710	100%	689	100%
Total general	1341				1399			

Este cuadro refleja que se mantiene una alta equidad de género en la organización por niveles, pues no hay ninguno que varíe, más de 1 punto porcentual.

SBS D 1.2

Colaboradores por nivel educativo 2012-2014

Año	Básica	Secundaria	Tecnólogo	Univ. Incompleta	Univ. Completa	Maestría
2012	1%	6%	8%	30%	42%	13%
2013	1%	5%	7%	30%	43%	14%
2014	1%	5%	6%	27%	46%	15%

Vemos que para el 2014 se han incrementado proporcionalmente los colaboradores que tienen una formación universitaria completa y maestría, en 3 y 1 punto porcentual respectivamente, lo que es congruente con nuestra política de fomentar la mayor y mejor formación de nuestros colaboradores.

SBS D.1.4

Colaboradores por tiempo de permanencia

Tiempo de permanencia	No. colaboradores		
	2012	2013	2014
<1	201	273	288
1 - 3	301	240	284
3 - 5	163	189	197
> 5	604	639	620

En el 2014 vemos que se mantiene un porcentaje alto de colaboradores que permanecen laborando por más de 5 años en la organización (44.6%) y también incrementan proporcionalmente los que permanecen entre 1 y 3 años (de 17 a 20%).

SBS D.1.3

Número de colaboradores relacionados con captación y crédito

Año	No. empleados
2012	141
2013	157
2014	166

G4-EC6

El directorio, que es el órgano de gobierno, está constituido por 6 personas; 2 personas de entre 30 y 50 años y 4 mayores a 50 años.

En los niveles de Gerencias y Líneas Medias, se desempeñan 231 profesionales de las cuales el 47% son mujeres.



Composición de los colaboradores

	NACIONAL		SIERRA		COSTA	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Cantidad de empleados	1399	1341	1160	1107	239	234
% hombres	51%	53%	50%	44%	53%	10%
% mujeres	49%	47%	50%	38%	47%	8%
Empleados menores de 30 años	33%	34%	34%	375	29%	58
Empleados entre 30 y 50 años	60%	60%	59%	666	63%	160
Empleados mayores de 50 años	7%	6%	7%	66	8%	15
Contratos fijos	1373	1323	1142	1090	231	233
Contratos temporales	22	14	15	13	7	1
Pasantías	4	4	3	4	1	0
Índice de rotación	22%	18%	18%	16%	22%	2%
Índice de rotación masculino						
Empleados menores de 30 años	5%	5%	3%	3%	1%	2%
Empleados entre 30 y 50 años	0%	4%	0%	3%	0%	1%
Empleados mayores de 50 años	6%	0%	5%	1%	1%	0%
Total ir masculino	11%	9%	9%	7%	2%	2%
Índice de rotación femenino						
Empleados menores de 30 años	6%	5%	5%	4%	1%	1%
Empleados entre 30 y 50 años	0%	4%	0%	3%	0%	1%
Empleados mayores de 50 años	5%	0%	5%	0%	0%	0%
Total ir femenino	11%	9%	9%	7%	1%	2%

La mayor parte de los indicadores no ha sufrido mayor variación a no ser la del índice de rotación que subió 4 puntos porcentuales para el 2014, lo que se debió básicamente a cambios en las áreas de oficiales de negocios y de call center, sin embargo estos índices son inferiores para este tipo de personal que los existe en el mercado.

SBS.E.1.5

Desvinculaciones: Durante el 2014, 297 personas se desvincularon de la Compañía, a diferencia del 2013 en el que se separaron 246. El principal motivo fue una

mejor oportunidad laboral, y por otro lado se tuvo ex colaboradores que optaron por tomar su proceso de jubilación patronal.

Desvinculaciones 2012-2014

Año	No. empleados
2012	166
2013	246
2014	297

Desvinculaciones por región y género 2014

Rangos edad	Costa		Sierra		Total
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
20 - 24	4	1	9	15	29
25 - 29	14	11	39	50	114
30 - 34	8	4	35	31	78
35 - 39	3	1	20	22	46
40 en adelante	2	1	17	10	30
TOTAL	31	18	120	128	297

No se han dado cambios significativos debidos a cambios operativos razón por la cual no ha sido necesario establecer procesos de preaviso.

Rotación: El porcentaje de rotación voluntaria del año 2014 fue del 18%, tres puntos más en comparación al año 2013 que alcanzó el 15%, sin embargo se mantiene dentro de los niveles del mercado local.

Las principales posiciones en las cuales se generó la

rotación fueron: Oficiales de Canales Junior, Ejecutivos de Ventas, Analistas de Operaciones y Auxiliares de Mantenimiento.

Selección e Inducción: En el 2014 se realizaron 547 procesos de selección concluidos, el tiempo de respuesta hacia los clientes fue de 19 días, se mantiene el tiempo de respuesta con el incremento de procesos, dado que se tiene personal preseleccionado para posiciones de alta rotación.

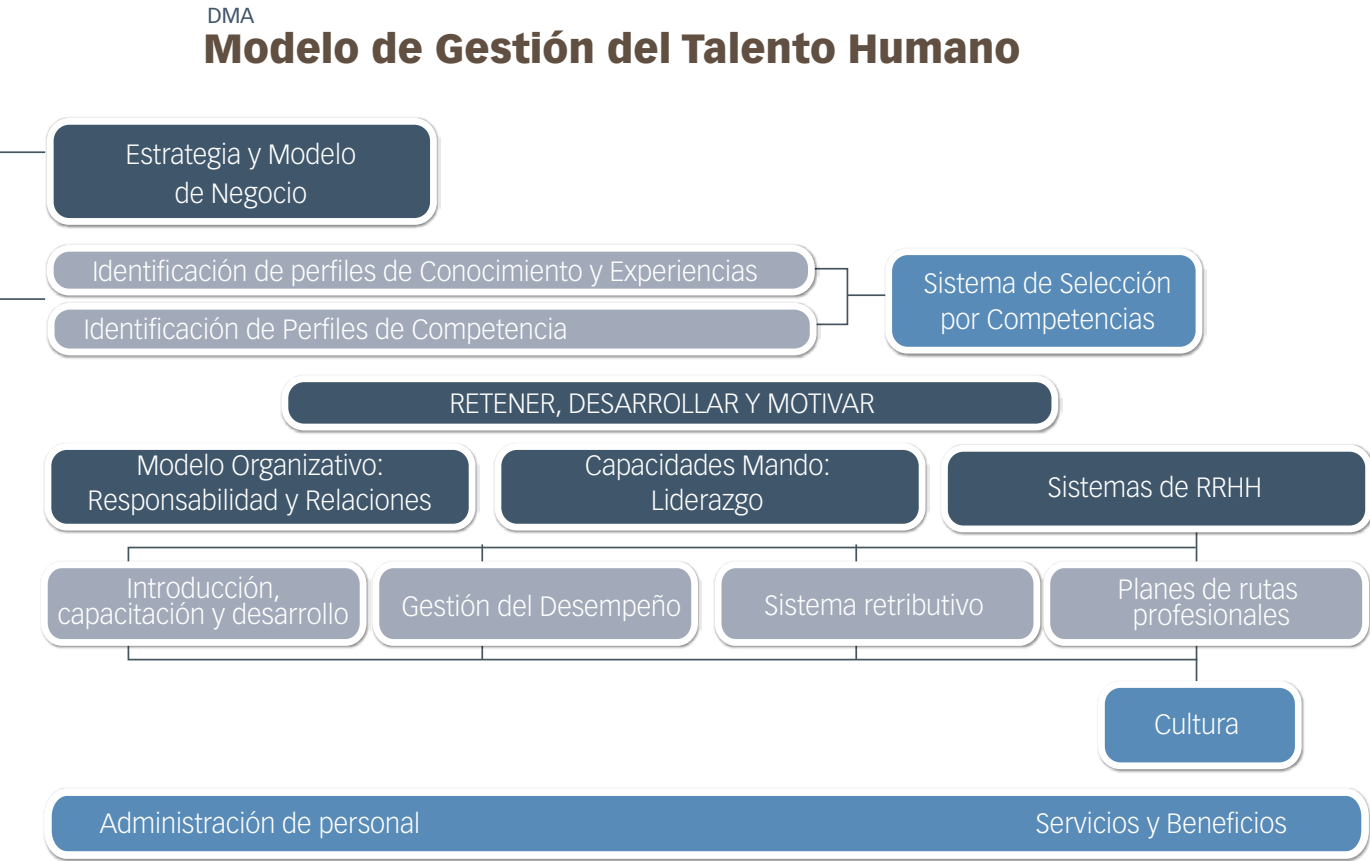


B. EL DESARROLLO

PROFESIONAL Y HUMANO EN DINERS CLUB

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 forman parte del equipo de trabajo, soportando la gestión del el liderazgo de las Líneas de Supervisión y de manera especial administrando el equipo bajo lineamientos de equidad y objetividad.



DESARROLLO de carrera

En Diners 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 al talento calificado del mercado profesional. El proceso de desarrollo de carrera por medio del Programa de Oportunidades Internas POI, cubrió a 119 colaboradores en el 2014 con crecimiento vertical y/o horizontal quienes lograron promociones y/o movimientos verticales en el desarrollo de su ruta de carrera profesional, aspecto que es muy valorado por parte del personal de acuerdo al análisis de materialidad. En el año 2013, 86 colaboradores accedieron a este programa, aumentándose significativamente este año.

G4-LA9/G4-LA10

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.

Durante el 2014, 1.280 colaboradores participaron en eventos de capacitación y desarrollo, programas técnicos de acuerdo a su línea, servicio al cliente, ventas actualización en temas legales y tributarios, seguridad de la información, prevención y lavado de activos, escuelas internas de formación, actualización en productos, desarrollo de habilidades gerenciales, innovación, mentoría y otros de temas de profundización de conocimiento en las áreas de gestión de los Colaboradores, basados en el plan anual aprobado para el efecto.

Continuando con el proceso de Desarrollo de Competencias de Gestión de Equipos (Liderazgo,

Dirección y Desarrollo de personas, Trabajo en equipo), enfocado en el nivel de Gerencias y Líneas Medias, se continuó con los programas de desarrollo con soporte de firmas locales e internacionales en temas de:

- Programa de Desarrollo de Habilidades Gerenciales.
- Coaching ejecutivo y coaching de equipo.
- Programa de Mentoring.

Horas hombre de capacitación 2013-2014

Horas hombre en capacitación	Mujeres		Hombres	
Niveles	2014	2013	2014	2013
Gerencia	2.293	2.251	1.951	3.086
Línea media	4.366	5.449	3.972	6.021
Colaborador	12.562	9.688	11.493	12.035
Total por Género	21.235	19.401	19.430	23.155

Durante el 2014 se incrementó la cantidad de mujeres capacitadas en la organización en 1.834 compensando así la menor cantidad capacitada en el 2013.

INVERSIÓN EN CAPACITACIÓN

El año 2014 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, algo muy importante es mencionar que la inversión se ve menor dado que los programas en algunos casos ya es manejado con facilitadores o instructores internos de la organización.

SBS. E.2.1

Inversión en eventos de capacitación y personas capacitadas 2012 - 2014

AÑO	INVERSIÓN EN CAPACITACIÓN	NÚMEROS DE EVENTOS REALIZADOS	NÚMERO DE PERSONAS CAPACITADAS
2012	USD 754.527	294	1228
2013	USD 735.706	292	1251
2014	USD 578.017	200	1280

NIVEL	INVERSIÓN		DISTRIBUCIÓN	
	2013	2014	2013	2014
GERENCIA	245.941	176.403	33%	31%
LÍNEA MEDIA	205.810	154.096	28%	27%
COLABORADOR	283.954	247.518	39%	43%
Total general	735.705	578.017		

G4-HR2/GC5

CAPACITACIÓN PARA EL DESARROLLO PERSONAL/SOCIAL DE LOS COLABORADORES



Enfocados en no solamente ofrecer oportunidades de formación y desarrollo profesional sino incluso de formación humana, Diners Club ofrece una serie de eventos a sus colaboradores para este fin dentro de su estrategia de Responsabilidad Social.

Manejo adecuado de redes sociales

En vista de que en la actualidad el manejo inapropiado de redes sociales significa un riesgo para la infancia con el apoyo de Unicef se desarrolló un taller para compartir con los padres y madres de familia de la Organización información importante para el prevenir en el manejo de redes sociales y de esta forma ellos puedan a su vez formar adecuadamente a sus hijos.

Prevención de Violencia

Con una finalidad preventiva sobre la violencia intrafamiliar se desarrolló un taller dirigido al personal de seguridad que trabaja para la Organización, el mismo fue dirigido por una especialista de Unicef. En él se rescató la necesidad de asegurar ambientes de tolerancia y diálogo en el ámbito familiar.

Educación Financiera

Como uno de los aspectos importantes para el mejoramiento de la calidad de vida se realizó el programa de Educación Financiera para colaboradores y proveedores



Paulina Torres
Gerente de Fábrica
de Crédito y Cobranzas

Laboro en Diners Club desde hace 23 años. Para mí ha sido beneficioso ser parte de una empresa que permite un aprendizaje permanente y nos reta al cambio por ser líderes en el mercado de tarjeta de crédito.

La Organización me ha permitido desarrollarme profesionalmente al darme un conocimiento único del manejo de la tarjeta que me ha posibilitado crecer junto con esta empresa, asumiendo nuevas responsabilidades y además ser parte del ilimitado y desafiante Mundo Diners.

Siento orgullo y desafío por pertenecer a una empresa que sigue adelante construyendo un cambio y con la responsabilidad de velar por el presente y futuro de clientes y colaboradores.

de servicios como el personal de limpieza y seguridad, los detalles de este programa los puede encontrar en el capítulo V de este reporte.

Talleres de inducción y fomento de la RSE

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.

G4-LA3

Es importante señalar que 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.

G4-SO5

Declaración de compromiso ético: Durante el 2014 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:

- Código de Ética
- Declaración de conocimiento del Reglamento Interno de Trabajo
- Declaración de Nepotismo
- Declaración de conocimiento de Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional
- Compromiso de Uso de Información
- Declaración de conocimiento de Seguridad de Estación de Trabajo y Responsabilidad de la Información
- Declaración de recepción del Manual de Prevención de Lavado de Dinero
- Declaración de Partes Relacionadas
- Declaración de Aceptación de Grabación de Llamadas (en los casos que corresponde por sus funciones)
- Declaración de Ingresos Adicionales
- Declaración de Conocimiento de Examen Post-Ocupacional

Cabe señalar que no se han presentado casos de corrupción en la Organización.

C. FOMENTANDO

EL MEJORAMIENTO CONTINUO DEL DESEMPEÑO

MEJORANDO DEL DESEMPEÑO

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 de trabajo y por otro lado lograr que cada persona entienda como aporta su función a la estrategia de la organización.

Es fundamental el seguimiento y apoyo continuo de la Línea de Supervisión, para poder garantizar que las acciones para lograr los objetivos se van realizando y que los Colaboradores reciben retroalimentación continua de su avance.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO



La evaluación de desempeño es un proceso de mejora continuada de la gestión directiva y de la eficacia de la organización cuyas bases son la comunicación integradora y la apreciación/evaluación permanente del cumplimiento de los objetivos orientados a integrar cada rol/puesto con la estrategia Organizacional y de desarrollo de una cultura de empresa orientada a resultados. Contribuye a establecer ajustes a los planes de acción para el siguiente período o definir los habilitantes adicionales para que la persona pueda avanzar con sus planes. Esto se realiza en 4 etapas:

1. Definición de los objetivos e indicadores para cada colaborador.
2. Realización de autoevaluación semestral del desempeño de cada colaborador.
3. Revisión por parte de las líneas de supervisión de la autoevaluación y evaluación del colaborador.
4. Reunión de retroalimentación y definición de las próximas acciones para el mejoramiento del desempeño.

El resultado de la evaluación de los colaboradores es un insumo a considerar al momento de definir o

remuneraciones al igual que para optar por una movilidad de cargos tanto horizontal como verticalmente.

De igual forma esto apoya la definición de los planes de desarrollo de carrera por parte de las líneas de supervisión. Es decir es un círculo virtuoso a través del cual buscamos un alineamiento a los objetivos de la organización con el desarrollo de nuestra de los colaboradores.

Durante el año 2014 se han realizado un proceso de Coaching y de Mentoring con la finalidad de que las Gerencias Nacionales y Medias puedan ir fortaleciendo las habilidades y capacidades en cascada con un compromiso para con sus subalternos. De esta manera fomentamos que el espacio de trabajo también se convierta en un importante espacio de aprendizaje.

EL CUIDADO POR EL CLIMA LABORAL

Incorporamos una nueva herramienta de medición de "Engagement" para identificar el nivel de compromiso de nuestra gente cuya puntuación fue del 72% de nivel de compromiso que corresponde a desempeño alto, superando la media de las Instituciones Financieras de América Latina.

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 alineamiento a la marca, reputación de la empresa, que a la gente le gusta su trabajo y que tienen buenos niveles de motivación intrínsecos para su gestión.



D. ADMINISTRACIÓN SALARIAL

SBS A.2.5.

Diners Club-Interdin cuentan 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 2014.

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

EQUIDAD INTERNA

Las posiciones que tienen similar peso de valoración se ubican dentro de un mismo nivel de cargos y por ende nivel salarial.

COMPETITIVIDAD EXTERNA

Salarios competitivos en relación al mercado específico y estadígrafos que se toma como muestra.

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 2014, 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 45.200.872, mientras que para el 2013, esta cifra fue de USD 41.593.074.



SBS.D.1.6

Clasificación de personal por rango salarial

No. DE PERSONAS			
Rango salarial	2012	2013	2014
500-750	53	51	82
750-1000	258	286	286
1000-2000	685	698	592
2000-3000	143	173	220
> 3000	130	133	209

La relación entre el salario mínimo vital vigente y el salario mínimo pagado por la compañía es de 1 a 1.6

A diciembre del 2014, 236 colaboradores mantiene un esquema de remuneración mixta, es decir salario fijo y variable, mientras que para la misma fecha del año 2013, esta cifra fue de 312.

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

Año 2013

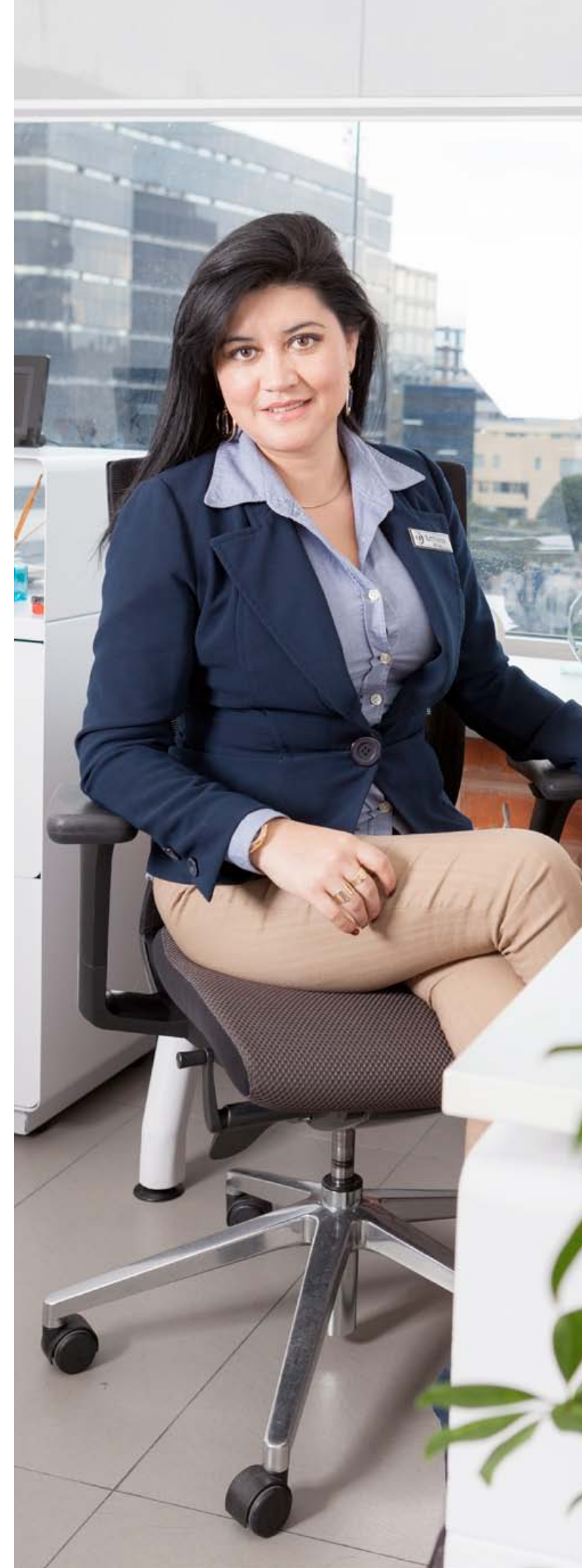
- USD 2.778,45 promedio por colaborador.

Año 2014

- USD 3.535,85 promedio por colaborador.

El valor promedio que recibirá un colaborador será de USD 3.535,85. El incremento en este valor con respecto al año anterior se genera por una eficiencia en la operación de la Organización y por el incremento en ventas.

Es importante mencionar que la Organización implantó ya los esquemas de control de la Remuneración máxima de los ejecutivos, dispuesta por el ente de control en dicho periodo y el Comité de Retribuciones viene operando y pautando las normativas para la Administración Salarial de la Organización.



F. SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

En la medida de que la Seguridad y Salud Ocupacional contribuyen a garantizar un ambiente seguro para el desarrollo del personal de la organización se realizan una serie de actividades por parte del área de recursos humanos para garantizarla y mantenerla.

Durante el período 2014 se continuó con la implementación del Sistema de Gestión para Prevención de Riesgos Laborales, se realizó exámenes médicos ocupacionales para los riesgos propios del puesto de trabajo y del cargo, además de realizaron inspecciones de los equipos contra incendios, inspecciones al catering para prevenir los riesgos biológicos propios, campañas preventivas para la prevención de problemas respiratorios, campaña de vacunación para la prevención del cáncer de cuello uterino, para la influenza y sarampión, campaña ecográficas de prevención de hígado graso, charlas y asesoría nutricional.

Se realizó la implementación del sistema de actuación

para emergencias contra incendios, desastres naturales, emergencias médicas y evacuaciones mediante la actualización de los planes de emergencias exigidos por los bomberos para los diferentes edificios que utilizamos, además de señalética y capacitación a las brigadas que se mantiene en la organización. Cerramos el año realizando una auto-auditoría SART para ratificar la gestión de prevención y con los respectivos procesos de simulacros controlados por los entes reguladores. En el 2014 se realizó en primer simulacro de emergencia con todos los cobradores de la organización.

G4-LA5/G4-LA8/G4-11

Al 2014, 206 colaboradores forman parte de Comités de seguridad y salud ocupacional, esto equivale al 14,75% de la nómina.

La empresa facilita un seguro de salud privado producto de un convenio corporativo con una empresa especializada en el tema que es acogido de forma voluntaria por el 40% de los colaboradores.

E. DESARROLLO DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Durante este año se desarrollaron algunas actividades de voluntariado:

DONACIÓN VOLUNTARIA DE SANGRE

Esta actividad que se viene realizando desde años anteriores, en 2014 se logró recolectar 170 pintas de sangre.

VOLUNTARIADO EN EDUCACIÓN FINANCIERA

En 2014 se trabajó con el Colegio Benigno Malo en Cuenca, específicamente con estudiantes del último año de secundaria, se desarrollaron los 10 módulos diseñados para este programa. Adicionalmente instructores voluntarios trabajaron con el personal de seguridad y limpieza de la organización.

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 de artículos personales en una jornada de intercambio de experiencias.

Actividades de voluntariado de colaboradores 2014

Actividad/Lugar	Número de Voluntarios	Resultados
Jornada de donación voluntaria de sangre	170 voluntarios	Recaudación de 170 pintas de sangre
Educación Financiera dirigida a estudiantes del Colegio Benigno Malo	10 voluntarios	Desarrollo de 10 módulos a 44 estudiantes del último año de bachillerato
Educación Financiera dirigida al personal de seguridad de la Organización	4 voluntarios	Desarrollo del programa a 24 colaboradores de seguridad y 25 colaboradores del personal de limpieza
Navidad Solidaria Voluntarios de todas las agencias realizan actos navideños solidarios: Quito, Guayaquil, Ambato, Cuenca Manta y Machala	74 voluntarios	Entrega de kits escolares y de aseo personal en jornadas navideñas solidarias con niños y adultos en situación vulnerable, 565 beneficiarios
TOTAL	258 voluntarios	

Durante el 2014, se realizó 493 horas de voluntariado, 241 de ellas en horario laboral, mientras que en el 2013 fueron 529 horas. Las horas invertidas de tiempo personal fueron 157 en el 2013, versus las 252 horas aportadas en el 2014. En general se contó con la participación de 258 voluntarios en 2014 frente a los 216 en el 2013.



JUNTO A NUESTROS SOCIOS PARA TODA LA VIDA

Calidad de productos y
servicios y buenas prácticas
en finanzas

LOGROS 2014

- Se presentó al mercado la primera tarjeta de crédito con Chip inteligente con tecnología EMV con mayor seguridad en el procesamiento de transacciones, para proteger a nuestros Socios siempre.
- Se colocaron 43.244 tarjetas nuevas durante el 2014.
- La cantidad de Socios principales a nivel de Diners Club, Visa y Discover creció en 9% respecto al 2013, pasando de 309.923 a 339.970.
- Lanzamiento de la nueva tarjeta Diners ONE para jóvenes de entre 18 y 23 años, con el objetivo de abarcar un segmento joven y acompañarlos en su etapa de vida.
- En relación a nuestros Socios corporativos se incrementó del 8% en la adquisición de cuentas nuevas y un 6% en la facturación versus el 2013.
- Nuevo modelo de adquisición de Socios corporativos impactando positivamente la adquisición de nuevas empresas.

DESAFÍOS 2015

- Desarrollo de nuevos procesos de Adquisición para la Diners Club, Visa y Discover.
- Implementación del Nuevo Modelo de atención en las oficinas nuevas con atención diferenciada e integral por tipo de cliente acompañado de canales de autoservicio.
- Incrementar el porcentaje de venta cruzada y movilización en Socios Personales y Corporativos.
- Desarrollar nuevos canales de atención para Socios corporativos (oficinas y call center) ampliando nuestros canales actuales de atención.
- Incrementar el porcentaje de venta cruzada y deep sell (más ventas en clientes actuales) en Socios Corporativos a través de iniciativas innovadoras.
- Continuar con el proceso de migración de clientes Corporativos a estado de cuenta electrónico para reducir costos y optimizar nuestra política sustentable.

A. ENFOCADOS

EN EL SOCIO



Para quienes formamos parte de Diners Club, nuestro objetivo fundamental es acompañar a cada uno de nuestros 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.

G4-PR1/G4-FS15

PROPUESTAS DE VALOR ADAPTADAS A LA REALIDAD DE CADA SOCIO

Es una preocupación constante de Diners Club del Ecuador, estamos conscientes de que cada Socio tiene su propio estilo de vida, sus hábitos, comportamientos y necesidades, determinados por su edad y ubicación en el ciclo vital. En función de ello, la compañía diseña propuestas de valor, creando productos y servicios que se adaptan a dicho estilo y cada “ciclo de vida”.

Para desarrollar y gestionar estas propuestas se contemplan las siguientes fases: planeación de la iniciativa, diseño y ejecución participando en este proceso las diferentes áreas organizacionales.

G4-DMA/G4-PR1/G4-PR3

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 cobradas 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.

Adicionalmente se mantienen las campañas de Educación Financiera con los Socios que brindan elementos para que ellos puedan manejar sus finanzas adecuadamente para su mayor bienestar.

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

CATEGORIZACIÓN

Socios Personales que representan un 96% del stock total.
Socios Corporativos representan el (2%).
Clientes Inversionistas que representan el (2%) restante.

• **Socios Personales**

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.

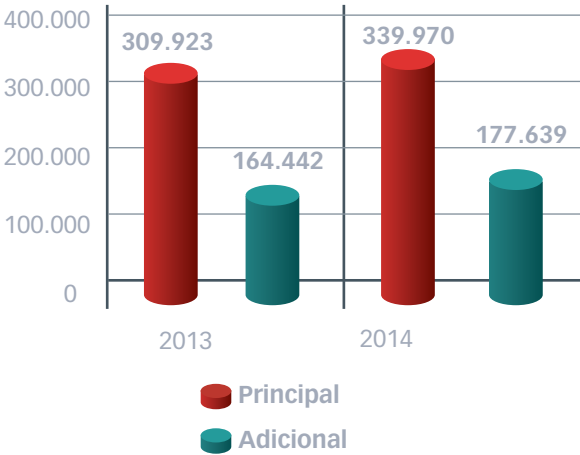
Evolución en la cantidad de Socios Principales y Adicionales

AÑO	PRINCIPAL	ADICIONAL	TOTAL
2013	309.923	164.442	474.365
2014	339.970	177.639	517.609
% Crec	10%	8%	9%

Estos valores incluyen los Socios personales y corporativos.

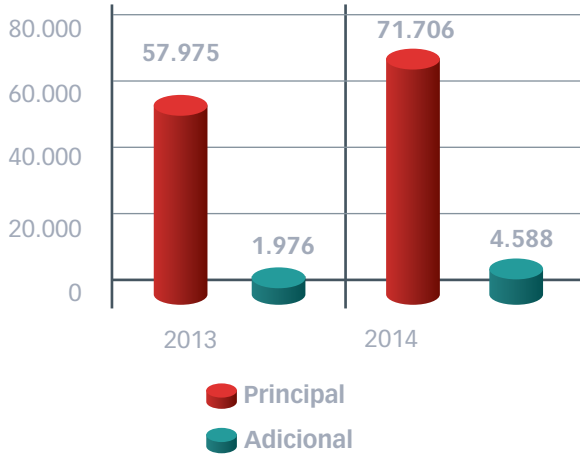
EVOLUCIÓN

SOCIOS DINERS CLUB Y DISCOVER



EVOLUCIÓN

SOCIOS DISCOVER



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.

En 2014 se obtuvo un crecimiento en cuanto a la captación de nuevos clientes Discover pasando de 59.971 en 2013 a 76.294 lo que implica un incremento del 27%.

Con la finalidad de generar un canal de atención alternativo se estableció un espacio en Facebook mediante el cual los clientes y prospectos pueden realizar sus consultas/requerimientos y ser atendidos ágilmente, actualmente este canal mantiene más de 100.000 fans activos. Al finalizar el año 2014, la totalidad de Socios principales fue de 339.970, y los adicionales 162.930, equivalente a un crecimiento promedio total del 7% 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 obtuvo un stock de 4.277 Socios principales corporativos (cuentas activas totales) durante el 2013, mientras que en el 2014 llegaron a ser 4.906 Socios, lo cual representa un incremento del 15%. En cuanto a Socios adicionales corporativos, a diciembre del 2014 la cifra alcanzó 10.467, un incremento del 20% versus el 2013.

• **Cientes Inversionistas**

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

Durante el año 2014 llegamos a manejar USD 545 millones de dólares (sin Tesorería) y 6252 clientes inversionistas.

En 2013 el número de clientes fue de 6.033, manejando USD 510 millones por lo que tuvimos en crecimiento de 8.6% en captaciones en relación al año anterior.

Reactivamos nuestro producto PAD (Planes de Acumulación Diners) llegando a tener depósitos de 7392 Socios con este producto y casi USD 10 millones de dólares captados. Brindando así una interesante y fácil propuesta de ahorro a nuestros clientes.



G4-4

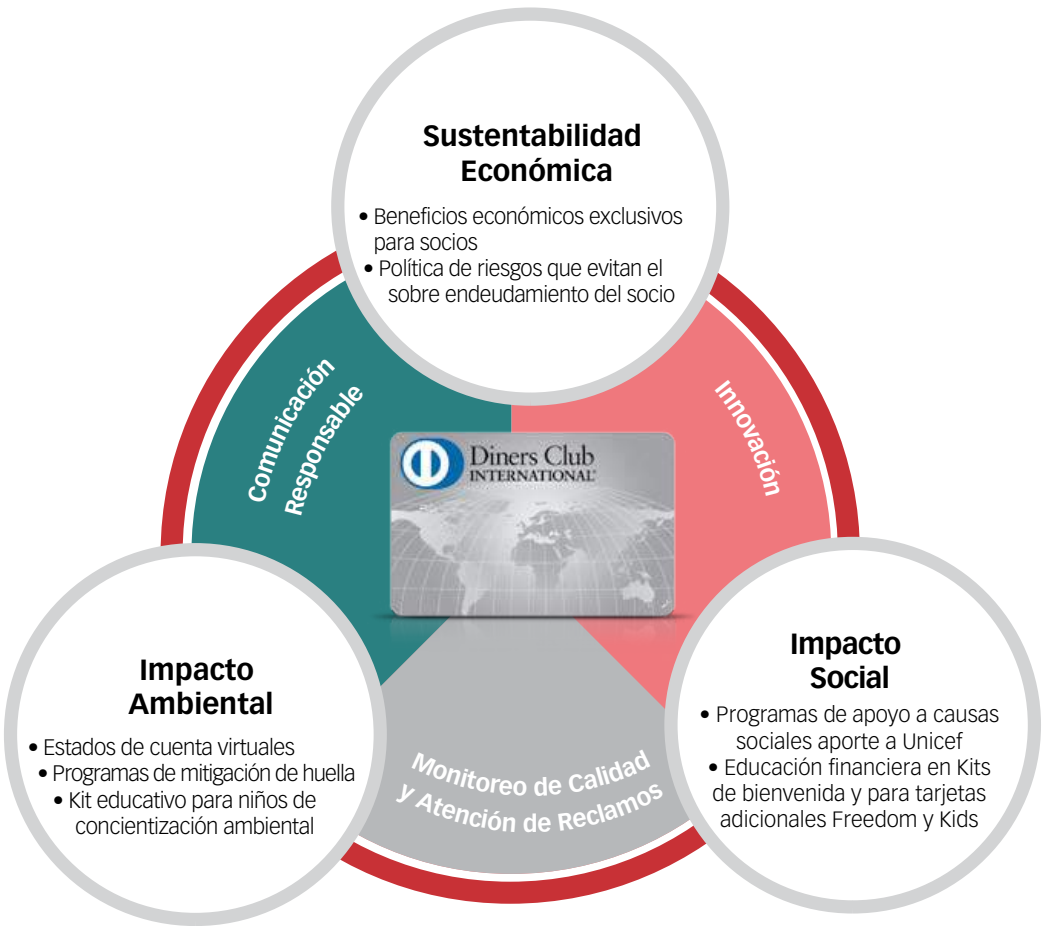
C.PRODUCTOS

DINERS CLUB

Para el diseño de los productos se toman cuenta varios tipos de variables que comprenden tanto su creación como el servicio asociado al mismo. En el caso de las tarjetas Diners como organización todas

aportan a la causa de la Alianza Diners Unicef por la Niñez y a Sinfonía por la Vida, en lo que a causa social se refieren, independientemente si los Socios realizan o no un aporte voluntario adicionalmente.

CRITERIOS PARA PRODUCTOS RESPONSABLES



TARJETAS DE CRÉDITO

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



■ Diners Club Internacional



■ Diners Club Internacional Corporativa Club Miles



■ Diners Club Internacional AAdvantage



Diners Club Internacional Claro



■ Diners Club Internacional Sphaera



■ Diners Club Internacional Corporativa AAdvantage



■ Tarjeta Discover by Diners Club



■ Supermaxi Diners Club



■ Diners Club Internacional Club Miles



■ GIFT Card



■ Tarjeta Freedom



■ Diners Kids



■ Tarjetas Convenio

Para mayor información de productos y servicios ingresar a www.dinersclub.com.ec

Tipos de Crédito

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 36 meses plazo
Crédito Diferido Plus DDPlus	Consumos que el Socio cancela en cuotas hasta 24 meses plazo, combinando cuotas sin interés más cuotas con interés
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

PRODUCTOS NUEVOS 2014 Y MEJORAS

DINERS CLUB ONE:



Diners Club One es la tarjeta de crédito Diners Club adicional creada pensando en las necesidades del segmento entre 18 y 23 años de edad.

Diners Club One es la herramienta que permite administrar los consumos mensuales de forma responsable y segura.

Características del Producto:

- Cobertura nacional e internacional.

- Las tarjetas cuentan con chip acorde a la tecnología EMV que brinda mayor agilidad y rapidez el momento de comprar generando transacciones más seguras y confiables.
 - Acceso a promociones exclusivas y de temporada.
 - Seguro de vuelos:
 - Pérdida de equipaje
 - Demora de Vuelo
- *Servicio Ofrecido por Coris del Ecuador
- Asistencias Nacionales
 - Asistencia médica de emergencia
 - Asistencia al hogar
 - Asistencia al vehículo
- *Servicio Ofrecido por Coris del Ecuador

TARJETA CON CHIP

Con el propósito de asegurar las transacciones realizadas por los Socios Diners Club se implementó en la tarjeta el dispositivo chip. Este elemento además de asegurar las transacciones de los Socios representa mayor seguridad para salvaguardar su información. En 2014 se entregaron 375.731 tarjetas con este dispositivo, masificando de este modo una oferta con mayor nivel de seguridad.

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 los cuales generen bienestar y tranquilidad en todo momento y es así como las diferentes tarjetas de Diners Club del Ecuador cuentan con servicios de asistencia personal o seguros por medio de establecimientos especializados en; transporte de medicina nacional e internacional, asistencia al vehículo y asistencia al hogar.

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 sin costo para los Socios que Diners Club son:

Tipos de Asistencias sin costo

Asistencia al Hogar	Cerrajería, plomería, vidriería y plomería de emergencia.
Asistencia en Viajes	Seguro de accidentes, asistencia médica de emergencia, repatriación, convalecencia, pérdida de equipaje.
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.

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, según así lo establece la normativa de la superintendencia de Bancos y Seguros.



Número de Asistencias 2013 - 2014



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, menor cantidad que en el 2014 debido a una menor solicitud de este servicio gratuito por parte de nuestros Socios.



• SEGURO DE DESGRAVAMEN

Desde el año 2012 Diners Club dio un paso importante en la protección de los Socios y sus familias al buscar un respaldo financiero para los consumos realizados con las tarjetas en caso de ausencia de su titular.

En alianza con AIG Metropolitana se introdujo el producto Club Seguro de Desgravamen que garantiza el pago de las obligaciones de nuestros Socios con Diners Club, en caso de fallecimiento del titular de la tarjeta.

CLUB SEGURO DESGRAVAMEN, que es un producto para tarjeta-habientes Diners Club y Discover, cubre el saldo de la deuda en la tarjeta hasta USD 20.000 en el caso de Diners Club y hasta USD 10.000 en el caso de Discover, en caso de pérdida de la vida por cualquier causa.

El producto fue diseñado con características y atributos que cumplen con las expectativas y estilo de vida de nuestros Socios, además de ser un producto altamente competitivo en relación al mercado:

- Fácil de contratar.
- Precio competitivo.
- No requiere declaración de salud o exámenes médicos.

- Precio único independientemente de la edad del tarjetahabiente.
- No posee período de carencia.
- El costo no varía según la edad del asegurado.

En el año 2014 más de 40.000 clientes obtuvieron Club Seguro Desgravamen y se pagaron USD 4 millones de dólares en siniestros, brindando así tranquilidad económica a las familias de nuestros Socios.

Hemos incorporado la oferta de Seguros del Pichincha como opción para que nuestros Socios puedan optar por el seguro de desgravamen en la Compañía de Seguros de su preferencia, bajo esta modalidad en la actualidad contamos con 154.000 asegurados y se han pagado siniestros por el valor de USD 6.5 millones de dólares.

En el 2015 esperamos que todos nuestros Socios puedan contar con el seguro de desgravamen para poder seguir brindándoles protección, siendo consistentes con nuestro deseo de velar por otorgar a nuestros Socios los mejores productos y servicios.

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

A continuación se detallan los servicios especiales

Otros Seguros ofrecidos

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



para Socios Diners Club, estos servicios están disponibles a 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 estos beneficios en www.dinersclub.com.ec
Una preocupación constante en Diners Club del



Ing. María Luisa Falconi de Navas
Vicepresidenta Financiera Carseg

Carseg es un cliente corporativo que lleva afiliado al servicio de Diners Club desde el año 1998, como resultado de esta relación comercial hemos establecido algunos beneficios para nuestros clientes como por ejemplo pagos diferidos hasta 48 meses, pago mediante débitos automáticos, botón de pagos a través de internet, los mismos que nos han permitido generar valor al servicio de nuestros clientes.

Adicionalmente tenemos otras vinculaciones comerciales relacionadas a una cuenta de inversiones, la misma que nos ha permitido evidenciar que sus tasas de interés son muy atractivas. Por otro lado como usuarios de la tarjeta de crédito hemos podido optimizar recursos mediante el uso de la línea de crédito la misma que nos permite ahorrar tiempo en nuestra operatividad.

En base a la experiencia podemos calificar como excelente la relación comercial que mantenemos con Diners Club, por su servicio y beneficios.

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.

Otros Productos Financieros

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

Cash Advance

Diferido de Consumos
en el Exterior

Cargos Recurrentes

Diferido Inmediato Diners
Club (D.I.D)

Financiamiento Vehicular

Productos para Clientes Inversionistas

Saldos a Favor

Certificados de Inversión

Planes de Acumulación Diners

Papel Comercial

Titularización

Obligaciones

D.RELACIÓN
CON LOS SOCIOS BASADA EN TECNOLOGÍA
Y SEGURIDAD TRANSACCIONAL

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 236 colaboradores que atienden tanto a Socios como a establecimientos.

Canales de Atención a Socios

Canal de atención	Características de la atención	Resultados del servicio
Canales físicos (8 oficinas y 18 puntos de servicio a nivel nacional).	Atención en oficinas, con horarios extendidos en algunas sucursales y en centros comerciales se atiende los fines de semana.	En el año 2014 se habilitó un nuevo punto de servicios en el Centro Comercial Scala Shopping. Los turnos atendidos en las distintas oficinas durante el año 2014 fueron de 375.852.

Canales de Atención a Socios

Canal de atención	Características de la atención	Resultados del servicio
Call Center y Contact Center	Atención las 24 horas del día durante todo el año con una capacidad entre 20 a 25 llamadas por hora y agente para autorizaciones	<ul style="list-style-type: none">2.898.184 llamadas atendidas en Call Center20.741 requerimientos recibidos por correo electrónico a través del Contact Center
Canales Alternativos (Portal de Servicios Web, Servicio SMS, Diners Móvil y Botón de Pagos)	<ul style="list-style-type: none">Desde el año 2014 se continúa con la ejecución del proyecto de multicanalidad que considera el rediseño de todos los canales alternativos bajo estándares internacionales de usabilidad y herramientas de clase mundial para facilitar el acceso y utilización de los canalesLos portales de Servicio Web ofrecen información sobre productos, estados de cuenta, movimientos, compras por Internet, cash advance, pago de impuestos municipales, entre otrosEl servicio SMS permite informar a los Socios sobre los saldos, pagos, promociones y recargas de tiempo aire celularEl botón de pagos permite realizar compras y pagos seguros en línea, desde los sitios web de establecimientos afiliados a nuestro portal transaccional	<ul style="list-style-type: none">124.634 clientes únicos atendidos por el canal webSe autorizaron 684.047 transacciones en 140 establecimientos afiliados a PayclubMás de 4.000 usuarios activos en Diners Móvil

En 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, Diners Kids.
- 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.

CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y ATENCIÓN A RECLAMOS

DMA/G4-PR5/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 para 2013 -2014.

Llamadas atendidas y efectividad

Grupo de atención	2013		2014	
	Número de llamadas atendidas	Efectividad	Número de llamadas atendidas	Efectividad
Emisión	1.259.585	95,64%	1.357.751	91,74%
Adquirencia	69.813	98,17%	79.071	97,75%
Autorizaciones	1.579.187	97,98%	1.161.097	98,16%
Discover	198.113	96,61%	300.265	95,37%

El incremento el número de llamadas se debió básicamente al crecimiento de Socios y a la implementación de nuevos procesos como fueron la facturación electrónica y estados de cuenta virtuales.

Indicadores de Gestión de Servicio

			Resultado			
Indicadores	Canal de Atención	Meta de Atención		2013		2014
Eficacia	Call Center	95% de llamadas atendidas antes de 45 segundos de espera		95,80%		94,18%
	Oficinas	90% Socios deben esperar máximo 20 minutos	agencias	Matriz	85%	83%
				CCI	69%	88%
				Orellana	75%	90%
				Policentro	79%	77%
				Urdesa	89%	87%
				Cuenca	73%	83%
				Ambato	85%	86%
				Machala	81%	87%
Calidad	Call Center	99,20%		99,23%		99,34%
	Oficinas	Cantidad de reclamos vs. total de requerimientos		99,18%		99,12%

En el canal físico durante el año 2014 se consolidó la implementación del nuevo modelo de atención en la Oficina Matriz y en las Oficinas de Guayaquil, modelo que incorpora la visión de especializar y segregar funciones de atención de reclamos, control y revisión de transacciones de clientes y de manejo de tareas operativas y de servicio que se derivan de las áreas de negocio. Los canales no presenciales aumentaron en número de atenciones debido a la estrategia de optimización de servicio.

MONITOREO DE CALIDAD

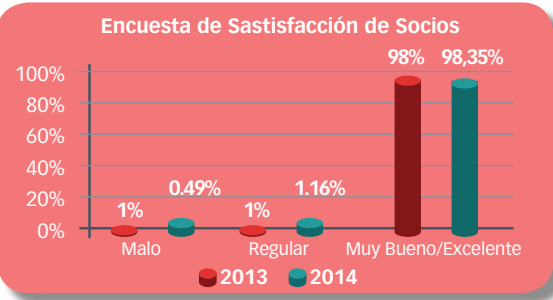
Objetivos Resultados

Verificación del cumplimiento de los parámetros de atención y servicio para detectar oportunidades de mejora que se ejecutan de forma inmediata.

- Incremento de volumen de evaluación en 276%
- Resultados del 88,99%

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Permiten conocer la manera en que los Socios perciben el servicio de Diners Club del Ecuador, se lo realiza mediante encuestas físicas.



INDICADORES DE GESTIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE

INDICADORES DE GESTIÓN DE RECLAMOS

Busca disminuir la cantidad de reclamos recibidos en comparación con el total de requerimientos realizados por el cliente.

- Resultados para todos los canales 99,37%
- Resolución de reclamos 94,3%
- Resultados en atención a establecimientos 92,27%

Porcentaje de incidencias				Promedio mensual de contactos	
		2013	2014	2013	2014
Call Center	Socios	0,82%	0,63%	Call Center	171.011
	Establecimientos	0,11%	1,63%		176.120
Canal Físico	Socios	0,82%	0,75%	Canal Físico	53.329
	Establecimientos	5,18%	4,44%		49.525

ÍNDICE DE SERVICIO A TIEMPO Y CON RETRASO

Evolución de reclamos 2013-2014				Resolución de servicios	
Tipo	2013	2014	Var 2013-2014	Efectividad	
Reclamos de Socios	21.786	18.691	-14.21%	A tiempo	2.685.523
Reclamos Establecimientos	3.262	2.383	-26.95%		99,42%
				Con retraso	15.740
					0,58%
				Total	2.071.263
					2.707.740

El incremento en el volumen de monitoreo de calidad se debió a que la Organización decidió especializar un equipo ad hoc buscando garantizar la excelencia en al calidad de servicio. La incidencia de reclamos por contacto por parte de los comercios se incrementó ligeramente en el 2014 por la implementación del nuevo proceso de facturación electrónica. En cambio la incidencia de reclamos en Socios disminuyó por la eficiencia administrativa. Sin embargo el monto total de reclamos descendió en ambos casos para el 2014.

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.

IMAGEN

DE MARCA



Manteniendo la línea investigativa de años anteriores, durante el año 2014 se llevó a cabo el estudio “Brand Equity Tracking” (BET)⁶; cuyo objetivo es conocer mejor a nuestros Socios actuales y potenciales, así como su relación con nuestra marca.

En el BET se evidencia que la “frescura o vitalidad” de la marca (recordación espontánea más top of mind) mantiene su indicador del 49% alcanzado en el año 2013, aspecto importante recordando que veníamos en el 2012 de un indicador del 41%. De acuerdo a este estudio, Diners Club tiene el liderazgo en cuanto al indicador de “calidad” en general.

Por otro lado, la percepción de los entrevistados en relación a los atributos de Diners Club se ha consolidado principalmente en el sentido de ser la tarjeta que todos quisieran tener sin límite de cupo y apoyo a la Cultura.

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: mayor cobertura internacional y mejora en la atención a requerimientos de los Socios, como los más relevantes.

DMA PR

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). Adicionalmente, cumple las regulaciones y políticas establecidas por las leyes y reglamentos nacionales publicados al respecto.

6. 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.

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. En este año la producción de la campaña de Club Miles tuvo un importante componente de producción nacional.

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

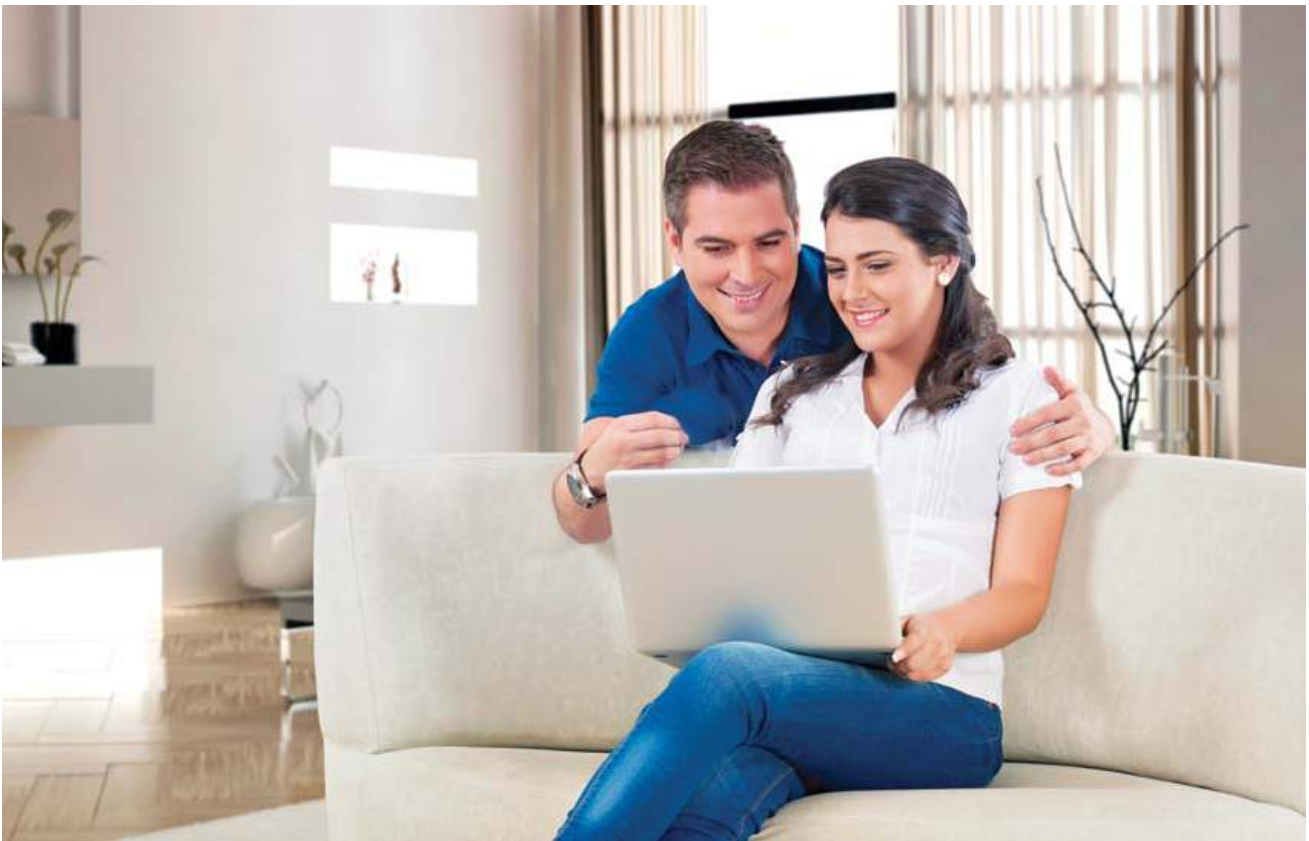
Diners Club del Ecuador no ha tenido ninguna acusación de publicidad engañosa durante sus 47 años de trayectoria, ya que su objetivo al presentar contenidos de comunicación es hacerlo de manera transparente, pensando siempre en el cliente al que va dirigida la pieza publicitaria y basados en códigos de ética y leyes de la República vigentes. De igual forma no se ha tenido incidentes sobres fuga de información de nuestros Socios, por lo antes dicho la organización no ha tenido multas o litigios en alguno de estos ámbitos.

ESTADOS

DE CUENTA VIRTUALES

Con la firma decisión organizacional de disminuir el impacto ambiental ocasionado por el giro del negocio y adicionalmente, con la prioridad de servicio que busca satisfacer a los Socios que prefieren tener una transaccionabilidad virtual o digital con la organización; durante el 2015 continuaremos con la campaña de concienciación y aceptación del Estado de Cuenta únicamente de forma virtual.

Es importante recalcar que a Diciembre de 2014 esta innovación contó ya con la participación de 183.341 Socios y a finales del 2015 esperamos lograr el 95% de aceptación sobre la totalidad de ellos. Hay que destacar que en el 2013 tan sólo teníamos 40.311 socios con este sistema, es decir con un crecimiento de 45.5%.



CONTRIBUYENDO A UN MERCADO FORMADO FINANCIERAMENTE

Mediante la Educación
Financiera

LOGROS 2014

- Durante el año 2014 se logró impactar a un total de 87.681 personas con formación financiera lo que implicó un 173% de cumplimiento de lo previsto
 - 78.169 Socios e inversionistas
 - 1.035 colaboradores
 - 8.477 personas de la comunidad.
- Durante el año 2014 se desarrolló y realizó el lanzamiento de la plataforma educativa Financial Education que constituye un aporte a la comunidad en general para su formación financiera.
- Se realizaron los primeros talleres de Educación Financiera con Pymes.
- Se realizaron talleres de sensibilización y capacitación con las áreas de Front Office, Call Center, Operaciones y Administrativas con nuestros colaboradores.
- Se desarrollaron y pilotaron nuevos recursos pedagógicos como las cartillas de Educación Financiera y el emprendimientos para el programa Capacidades Ciudadanas.
- Se realizaron dos eventos masivos con el experto internacional Andrés Panasiux con Socios y colaboradores.
- Se distribuyó material educativo mediante correo directo con nuestros Socios Diners Club y Discover.
- Se creó el folleto educativo para Inversionistas de Educación financiera.
- Se contó con el aporte del voluntariado para difundir una cultura financiera con la comunidad.

DESAFÍOS 2015

- Llegar a un total de 53 personas mediante sensibilización, información y capacitación en Educación Financiera:
 - 32.340 Socios e inversionistas
 - 750 colaboradores
 - 25.475 personas de la comunidad.
- Continuar con el proceso de lanzamiento de la plataforma Financial Education y su difusión de manera especial en el segmento joven de la población.
- Realizar mejoras en contenidos de la plataforma y actualizaciones.
- Realizar capacitaciones al personal interno en Financial Education.
- Realizar un evento para Socios y colaboradores con un experto internacional
- Incorporar.
- Difundir Educación Financiera con nuestra cadena de establecimientos afiliados Pymes.
- Incorporar la oferta de educación financiera para personas en mora.



1. NUESTRO ENFOQUE EN EDUCACIÓN FINANCIERA:

DMA/G4-FS16



Diners Club del Ecuador/Interdin, consciente de la importancia que tiene el entablar una relación con nuestros Socios a largo plazo y por otra parte, de la oportunidad de aportar a la sociedad en cuanto a contribuir a crear una mayor y mejor cultura financiera de nuestro país, inició un programa de educación financiera desde el año 2011 cuando se incorporan en nuestra Web este tipo de contenidos y se crea el juego educativo para niños “Ahorra por tus

Sueños”. En febrero 22 de 2013 la Superintendencia de Bancos y Seguros dicta la Regulación 2993 referente a la Educación Financiera que contempla varios aspectos tanto en coberturas, contenido así como las responsabilidades de las entidades financieras. Diners Club del Ecuador ha presentado y ejecutado una estrategia específica en este ámbito que abarca 3 grupos objetivo: colaboradores, Socios o clientes y personas de la comunidad.

Las coberturas globales alcanzadas en el 2014 fueron superiores a las del 2013 y superiores incluso a las presupuestadas como se ve en el siguiente cuadro:

Cobertura de Educación Financiera en número de personas 2013-2014

	ALCANCE ESPERADO EN NÚMERO DE PERSONAS				
	AÑO	SOCIO/INV.	COLABORADORES	COMUNIDAD	TOTAL
PRESUPUESTADO	2013	5.050	40	360	5.450
REAL	2013	6.000	226	430	6.656
PRESUPUESTADO	2014	42.500	878	7.379	43.867
REAL	2014	70.677	899	4.099	75.675

LA ESTRATEGIA EDUCACIÓN FINANCIERA



- 1. Socios /Inversionistas
- 2. Público Interno
- 3. Comunidad

Nuestro enfoque incluye que cada grupo objetivo deberá contar con material educativo específico que se adecúe a las necesidades de cada uno de ellos y que permita la mejor transmisión de información, conocimientos y habilidades. Nuestro enfoque en Educación Financiera es el de aportar a los distintos grupos de interés con los cuales nos relacionamos brindando conocimientos prácticos que los ayuden a manejar mejor sus finanzas personales y en este, es un enfoque netamente antropocéntrico. Estamos convencidos que clientes y mercados con mejor

cultura financiera benefician tanto a las personas individuales como a colectivos y evitan el sobre endeudamiento, aspecto que siempre ha sido minuciosamente cuidado basados en nuestro enfoque responsable en los negocios y de un adecuado manejo de riesgos.

G4-HR2

EDUCACIÓN FINANCIERA AL INTERIOR DE LA ORGANIZACIÓN

Durante el año 2014 se realizaron varios eventos de capacitación y sensibilización interna con nuestro personal tendiente a aumentar las capacidades personales en un adecuado manejo de las finanzas así como aportar con conocimientos que puedan ser transmitidos a nuestros Socios e inversionistas. Estos se resumen así:

Actividades y Coberturas Interna 2014

Actividad	Cobertura	# Colaboradores
Talleres Internos Personal Educación Financiera	Call Center Operaciones Negocios Administrativo	623
Piloto Financial Education	Quito	121
Conferencia Andrés Panasiux y lanzamiento interno Financial Education	Quito	155
TOTAL		899



Taller de Educación Financiera para personal de seguridad

Los colaboradores fueron sensibilizados y capacitados con la intención de 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 tratados en estos eventos tuvieron que ver con los ingresos y egresos, el presupuesto, el ahorro, el crédito, los medios de pagos, las buenas prácticas en finanzas personales, presupuesto familiar, flujo de caja, manejo adecuado de la tarjeta de crédito y consumo inteligente.

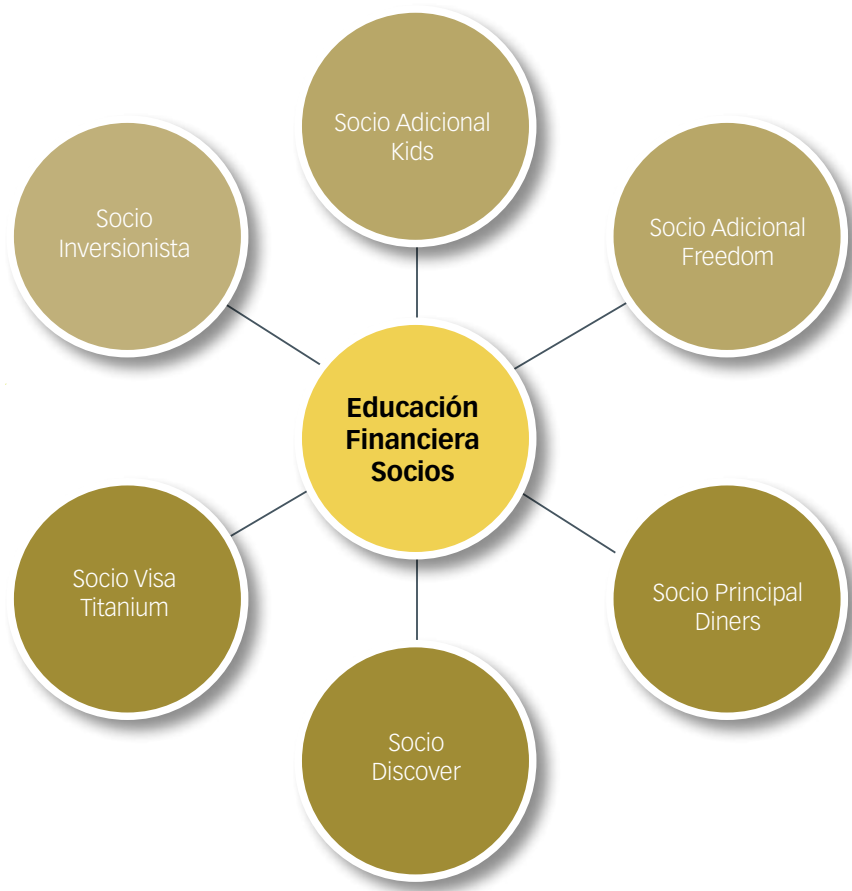
Para una organización que aporta con soluciones financieras a nuestros Socios y clientes es de vital importancia que los propios colaboradores tengan sólidos conocimientos de educación financiera para el manejo personal.

Adicionalmente, debido a que nos consideramos una entidad que cuenta con colaboradores altamente capacitados en temas financieros, hemos fomentado que algunos de ellos realicen voluntariado para formar financieramente a personas de la comunidad. Es por ello que hemos contado con el valioso aporte de ejecutivos que han asistido a colegios u otras entidades educativas para brindar charlas formativas sobre educación financiera que sin duda alguna aportan a la comunidad ecuatoriana.

En 2014 los voluntarios de la organización desarrollaron los módulos de educación financiera con el personal de seguridad con la participación de 23 personas y en el colegio Benigno Malo de Cuenca en el cual trabajaron con 44 estudiantes del 3er año de bachillerato.

Dentro de la estrategia de Educación Financiera con nuestros Socios e Inversionistas utilizamos diferentes estrategias y materiales educativos para alcanzarlos que se centraron básicamente en los siguientes grupos objetivo:

EDUCACIÓN FINANCIERA CON NUESTROS SOCIOS E INVERSIONISTAS



Para cada uno de ellos se establecieron canales y materiales educativos o informativos específicos que se detallan en el siguiente cuadro con los respectivos alcances:

Actividades y Coberturas Educación Financiera Socios 2014

GRUPO OBJETIVO	ACTIVIDAD REALIZADA	COBERTURA ALCANZADA
Socios e Inversionistas	Distribución de Juego Kids Ahorra por un Sueño	3.149
Freedom	Impresión y Distribución Billetera Financiera Freedom	3.000
Freedom	Plan de Educación Financiera con colegios	469
Socios Principales Diners	Distribución Kits Educativos Socios Diners	34.500
Socios Principales Discover	Distribución Kits Educativos Socios Discover	10.000
Socios Principales Visa Titanium	Distribución Kits Educativos Socios Visa Titanium	10.000
Socios Principales	Distribución de Kits Educativos en agencias	5.000
Socios Diners/Visa/Discover	Creación de Plataforma Educación Financiera www.financialeducation.ec	
	Lanzamientos de Plataforma Educación Financiera Nov. 2014 (medios digitales y rueda de Prensa)	426
	Charla para Socios Evento Educativos	133
	Organización Financieros	2.000
	Creación de folleto educativo para Socios inversionistas	2.000
TOTAL		70.677

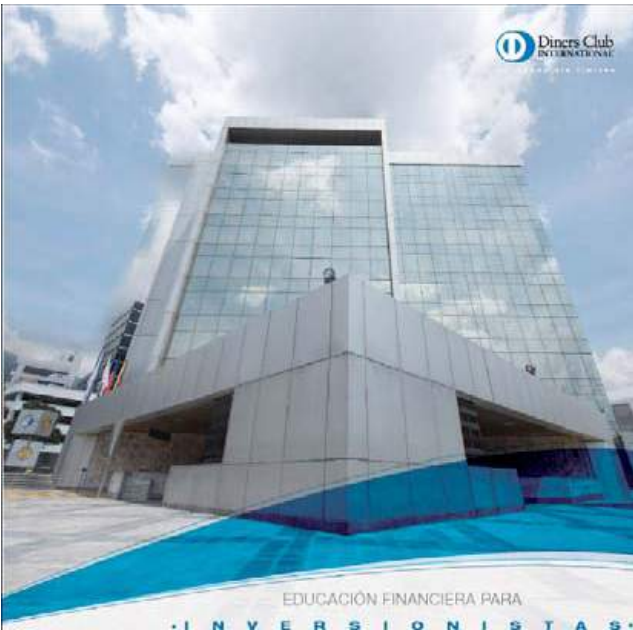
La cobertura alcanzada fue un 84% mayor a la planificada habiendo tenido una excelente aceptación tanto el material entregado así como el evento de capacitación realizado con el experto internacional Andrés Panasiux, quien dio una conferencia gratuita para Socios Diners Club/ Interdin y para la comunidad en general. La calidad de este evento fue destacado por la prensa nacional.

Durante este periodo se creó un kit de educación financiera para inversionistas con la finalidad de darles orientaciones sobre los criterios y consideraciones a tomar en cuenta al momento de realizar una inversión,



sobre conceptos de riesgos, sobre las alternativas de inversión y sobre los consejos para realizar buenas inversiones basándose en las buenas prácticas a nivel internacional.

Adicionalmente en el 2014 se continuó entregando para el segmento más joven la billetera financiera que les permita organizar y planificar sus finanzas, en el interior de una billetera se les incluye una agenda con 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 para que registren sus transacciones. Este material 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 Cáritas Iñaquito.



G4-FS14

EDUCACIÓN FINANCIERA CON LA COMUNIDAD

Durante el año 2014 se trabajó en la creación de la plataforma Financial Education que fue puesta a disposición de la comunidad en el mes de noviembre.

Esta plataforma de libre acceso, cuenta con más de 13 videos educativos sobre diferentes temáticas, contiene una serie de más de 6 simuladores y herramientas de planificación que buscan aportar al buen manejo de las finanzas personales. El programa contiene una serie de consejos prácticos para que las personas puedan manejar adecuadamente sus finanzas y trata sobre temas como: la definición de metas financieras, el presupuesto, el ahorro, los ingresos, los egresos, los créditos, los medios de pago, el patrimonio, los impuestos, el flujo, los seguros, las inversiones, los activos, la planificación del negocio personal, entre otros.

Este es un aporte educativo de la organización tanto para clientes como para no-clientes y público en general.

En cuanto a los eventos presenciales se enfocaron principalmente tres grupos objetivos dentro de los cuales encontramos: estudiantes de colegios fiscales, colaboradores de proveedores (guardias y personal de limpieza) y pymes que forman parte de nuestra cadena de valor. En los eventos de capacitación de los proveedores contamos con el apoyo del voluntariado de Diners Club/ Interdin de 8 ejecutivos que impartieron 6 módulos educativos expandiendo así su amplia experiencia en la temática.

Adicionalmente se invitó a una conferencia gratuita por medios de comunicación masivo del experto internacional Andrés Panasiux como un aporte a la comunidad.

En el siguiente cuadro se resume los principales eventos y actividades educativas realizadas en el 2014 con la finalidad de ampliar la cultura financiera de la población ecuatoriana de distintos segmentos de la sociedad.

Actividades y Resultados Educación Financiera con la Comunidad

ACTIVIDAD REALIZADA	# DE PERSONAS BENEFICIADAS
Educación Financiera guardias de seguridad	23
Educación Financiera personal de limpieza	22
Educación Financiera colegios fiscales aledaños	46
Educación Financiera capacidades ciudadanas creación y reproducción de módulos	3.830
Educación Financiera adultos plataforma	85
Educación Financiera establecimientos Pymes	26
Evento de Educación Financiera Andrés Panasiux	67
TOTAL	4.099



Escolares jugando con el Kit Ahorra por la Fauna



Para el año 2015 se difundirá entre estudiantes universitarios el uso de la plataforma educativa **www.financialeducation.ec** con la finalidad de aportar a un buen manejo de sus finanzas desde una temprana edad.

Dentro del programa capacidades ciudadanas que trabaja con los colegios Municipales en Quito, Sucumbíos y Tungurahua se incorporó por una parte el juego “Ahorra por la Fauna” que busca al mismo tiempo rescatar la conciencia sobre la necesidad de preservar las especies en vías de extinción en Ecuador y por otra parte da a conocer los conceptos de “ahorro” y “crédito” basándose en las cuatro operaciones aritméticas básicas. La Fundación Fundic trabajó adicionalmente en cartillas educativas sobre formación financiera personal y para el emprendimiento que se incorporarán en este programa. Durante el 2014 se realizó el piloto de este material que se masificará a nivel de los colegios en el 2015.

También se creó un juego destinado a jóvenes Trivia Financiera que permite que estos evalúen de una manera amena sus conocimientos en este ámbito y de esta manera se los introduzca en conceptos como el ahorro, el crédito, los medios de pago, entre otros.



Marcelo Bustillos
Seguridad

Diners Club ha contribuido a mi educación financiera, quien mejor que como una empresa de negocios, nos incentive a mejorar nuestra economía.

Mediante las charlas he aprendido a manejar el dinero de mejor manera, el saber utilizar en lo más conveniente como en salud, educación y bienestar y no usarlo en otras cosas y así hemos logrado mantener una buena educación financiera.

Materiales Educativos

Plataforma Virtual
FINANCIAL EDUCATION



Juego Kids
AHORRA SUEÑOS



Trivia
TARJETAS FREEDOM



EXTENDIENDO LA EXCELENCIA A LA CADENA DE VALOR

**Proveedores y
Establecimientos Afiliados**

ESTABLECIMIENTOS

LOGROS 2014

- Las ventas en la totalidad de establecimientos afiliados crecieron en un 5% respecto al 2013.
- La afiliación de nuevos establecimientos a la red Diners Club creció en un 8% respecto al año anterior: las zonas de mayor crecimiento en la afiliación de establecimientos fueron Ambato, Manta y Guayaquil respectivamente.
- Diners Club apoyó a los establecimientos mediante campañas promocionales durante las festividades por el día de la Madre, Mundial de Fútbol, Navidad, Vacaciones, Regresos a Clases, Miércoles Diners, Día del Padre, entre otras, con la finalidad de que los establecimientos pudieran incrementar sus ventas y así generar mayores ingresos.
- Lanzamiento del Servicio Pay Club Express para incrementar consumos en especialidades como Repuestos y Talleres, Telefonía y otras, impulsando el pago de facturas en línea que ahorren tiempo a los Socios y establecimientos. Al momento más de 24 puntos cuentan ya con este servicio.
- Lanzamiento del Plan "Próximos a Abordar" para dar una experiencia única en Salas Vip y desde el momento en que el socio planifica su viaje.
- Cumplimiento en 130% del plan de Adquirencia en establecimientos estratégicos a través de beneficios específicos.



DESAFÍOS 2015

- Consolidar e implementar el plan integral para la afiliación de condominios creando una herramienta específica y contando con nueva fuerza de ventas para la colocación de cargos recurrentes.
- Plan para dependientes de comercios: Programa de fidelización para dependientes que ofrece la posibilidad de acumular puntos en función de las ventas, canjeables por premios y beneficios.
- Campañas de afiliación y activación de establecimientos de planes pagos en especialidades claves para el negocio.
- Creación del canal web para afiliación de cargos recurrentes, en el cual se alojará el sistema de pago de Servicios Públicos, Academias, Telefonía.
- Continuar con el proyecto de MPos (POS móvil) y Pagos Móviles, que permitirá capturar mercado, expandir cobertura y ofrecer una nueva experiencia de pagos a los Socios.

LA RED DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DINERS CLUB

El modelo de negocios 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 44.958 Establecimientos. Estos se agrupan en diferentes tipologías de negocios (restaurantes, hoteles, servicios financieros, supermercados, academias, líneas aéreas, entre otros), segmentados en función del sector económico y del tamaño. En el año 2013 teníamos 36.575 por lo que el crecimiento fue del 22.9%. En cuanto a la comunicación con los Establecimientos, ésta se lleva a cabo a través de los asesores comerciales, el Call Center de Servicios y de Autorizaciones y el portal de Servicios Web para Establecimientos.

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 las buenas costumbres, 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.

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.

APOYO COMERCIAL POR SECTORES Y CRÉDITO A ESTABLECIMIENTOS

SOPORTE 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 2014 se realizaron campañas para impulsar la facturación en diferentes establecimientos como: Vive Diners en Repuestos y Talleres, Líneas Aéreas, Hogar; Miércoles Diners en Restaurantes, Electrodomésticos y Remodelación donde se obtuvo una facturación incremental de más de USD 49 millones de dólares, difusión permanente de Servicios Públicos con un crecimiento del 17%, muy superior a los USD 8 millones logrados en el 2013, siendo la especialidad que más creció en el periodo 2014; 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 2014 fiestas locales como las de Guayaquil, Cuenca, 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 teléfonos, contribuyendo a la facilidad y agilidad de recaudación.



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.

CRÉDITO COMERCIAL

En el año 2014 se desembolsó USD 6.924.755 millones lo cual denota un crecimiento del 172% con respecto al 2013, este crédito se extiende para establecimientos que desean incrementar su inventario y de esa forma potenciar sus ventas.

INCENTIVOS PARA ESTABLECIMIENTOS

Cada año Diners Club implementa un programa de incentivos dirigido a los dependientes durante campañas como Miércoles Diners, Regreso a Clases, Vacaciones Sierra, Día de la Madre, del Padre, Navidad buscando incrementar la sugerencia y fidelidad por parte del dependiente. Durante el año 2014 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 42.018 dólares.

SEGURIDAD EN EL SERVICIO

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. Las ventas por este canal presentaron un crecimiento en facturación de un 9%, inferior al 37% de crecimiento alcanzado en el 2013 debido a que ese fue un periodo introductorio.

SISTEMA DE RECAUDACIÓN DE DONACIONES PARA FUNDACIONES

A través de este sistema, las fundaciones pueden recaudar contribuciones altruistas que realizan los Socios. En el 2014 tuvimos 11 fundaciones nuevas afiliadas que se sumaron a las 92 existentes en el 2013.

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.

FORMACIÓN, EL PRINCIPAL APOORTE A LOS ESTABLECIMIENTOS

G4-FS16

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 2014, se capacitó a **2.756** dependientes en temas enfocados a incrementar la efectividad en la venta y el servicio a los clientes. La capacitación se la hizo a través de nuestro Centro de Capacitación Diners (CCD) y se enfocó en reforzar la preferencia de la marca en importantes giros de negocios y campañas a nivel nacional:

CAMPAÑAS CON ESTABLECIMIENTOS 2013-2014

Campaña	Especialidad	Asistentes 2013	Asistentes 2014
Día de la Madre	Electrodoméstico	550	646
Navidad	Centros comerciales	1.052	1.090
Vacaciones	Agencias de viajes y líneas aéreas	320	205
Miércoles Diners	Restaurantes	800	400
Regreso a Clases	Academias	400	335
Pymes	Multiespecialidad	400	80
	Total	4.505	2.756

El descenso en el número de dependientes capacitados se debió a que en el 2014, se trabajó en reformular un plan estratégico de involucramiento y fidelización de los mismos en relación a la organización. Para el 2015 se proyecta reforzar la capacitación de dependientes buscando optimizar y brindar nuevas herramientas de desarrollo que nos generen fidelización para cada uno de ellos, 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.



Marcelo Ferrarri
HOTEL ORO VERDE - Cuenca

Para Hotel Oro Verde Cuenca el contar con un socio estratégico como Diners Club constituye un valioso apoyo que beneficia a nuestros mutuos huéspedes y clientes. Permanente desarrollamos acciones conjuntas con el fin ofrecer beneficios exclusivos y preferentes a los tarjetahabientes de Diners Club.

Este tipo alianza vas más allá de lo comercial porque ambas empresas tenemos como razón de ser, el brindar un servicio de excelencia. En lo personal me es muy grato tener un aliado de la calidad de Diners Club debido a que todas las acciones que hemos realizado en conjunto han sido exitosas. Más aun tomando en cuenta que Hotel Oro Verde Cuenca a partir de su remodelación en el 2013 se ha enfocado en brindar un servicio que busca permanentemente superar las expectativas del cliente, lo que nos permitido hacernos acreedores al premio otorgado por Trip Advisor donde obtenemos el 5to. puesto en la categoría Hoteles de Lujo del Ecuador.

PROVEEDORES

LOGROS 2014

- Implementación de un sistema de cupos para impresiones y fotocopias a través del software auditor con el proveedor del servicio de impresión y fotocopiado con importante impacto en reducción de consumo y gastos.
- Incremento de la capacidad para digitalización de imágenes, con el proveedor para disminuir el uso de copias y potencializar las herramientas tecnológicas que posee la Organización.
- Incremento en la participación de empresas pequeñas y medianas, en procesos de adquisiciones de bienes y servicios, otorgando contratos de mayor valor económico para aportar al desarrollo de los proveedores.
- Implementación del proceso de control de calidad, en la recepción de los insumos utilizados en el manejo de productos, garantizando el compromiso de cada uno de los proveedores en mantener las especificaciones de los ítems.
- Identificación de compras con mayor aporte a la Responsabilidad Social y medio ambiental.

DESAFÍOS 2015

- Ir de Compras de Bienes y Servicios a Estrategia de Abastecimiento.
- Generar relaciones con proveedores a largo plazo que permitan el desarrollo de su actividad económica.
- Identificar los diferentes procesos y campañas de Responsabilidad Social que realizan los proveedores.
- Fortalecer la alianza con proveedores de impresión y servicios de copiado para crear, las herramientas del proveedor de consultas para los usuarios, sobre el cupo y saldo de impresión para monitorear el consumo.
- Crear, mediante las herramientas del proveedor consultas para los usuarios, sobre el cupo y saldo de impresión para monitorear el consumo.
- Capacitar al personal sobre las funcionalidades de los equipos multifunción, y los beneficios que brindan, como programar la impresión dúplex o libreta.



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.

G4-EC9/ G4-12

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 201 proveedores nacionales de bienes y servicios, estos son calificados a través de la lógica de la compañía de acuerdo a un procedimiento establecido. Se puede observar que existe una concentración del 84% en los proveedores de pequeñas y medianas empresas.

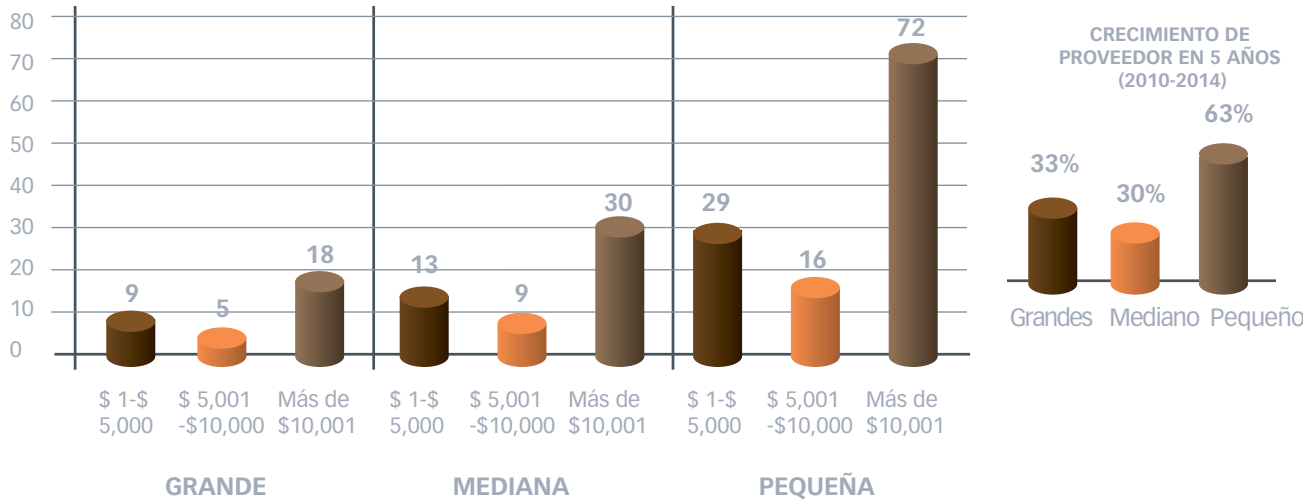
Clasificación de proveedores por tamaño

TIPO	2013	2014	% Participación
Grandes	32	32	16%
Medianas	50	52	26%
Pequeñas	116	117	58%
Total	198	201	100%

El crecimiento en nuestras bases de proveedores en los últimos 5 años ha sido muy considerable, observando que el mayor impacto de estas son empresas pequeñas y medianas. Es importante indicar que durante los dos últimos años se ha procurado mantener relaciones a largo plazo con estos proveedores, es por ello que el crecimiento de la base de proveedores no excede del 2% en su totalidad.

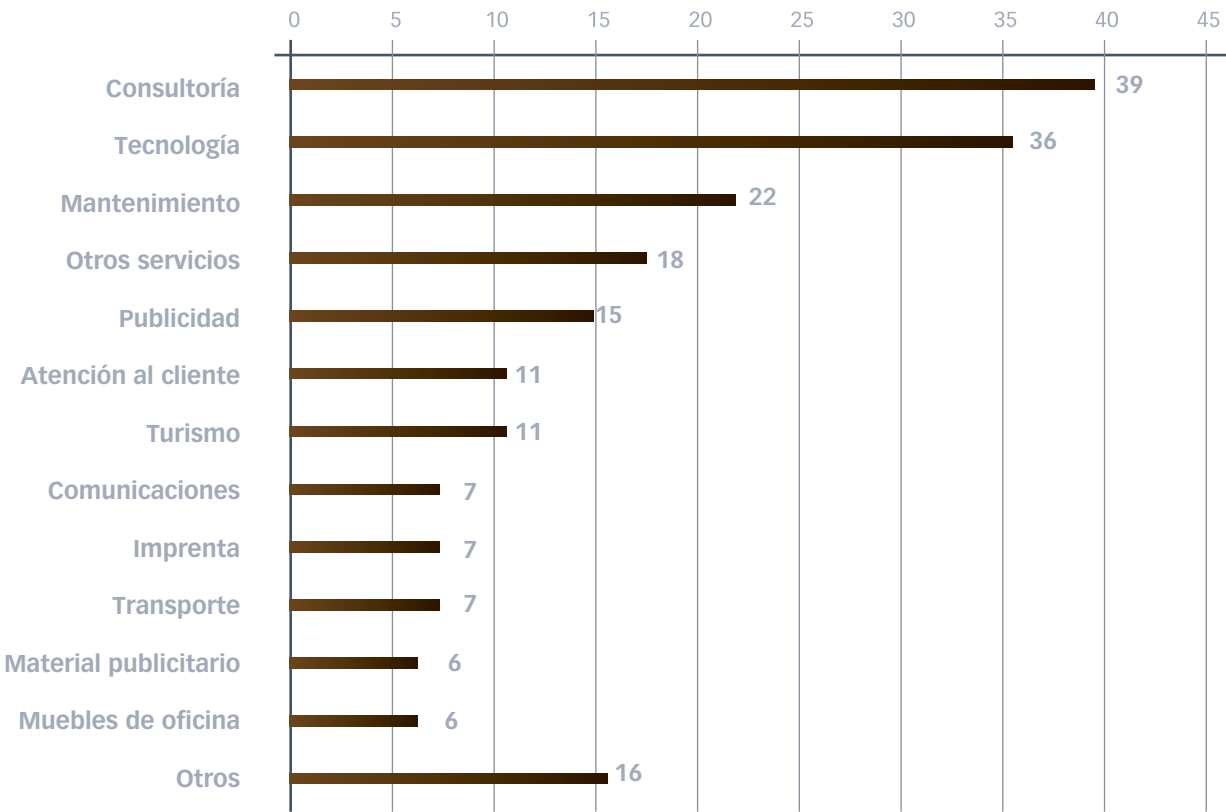
Durante el 2014, Diners Club del Ecuador ha trabajado para incrementar e impulsar a las empresas pequeñas y medianas para que obtengan contrataciones mayores a los USD 10.000, lo que ayudará a que estas empresas crezcan y puedan mejorar sus productos y/o servicios generando un beneficio mutuo.

Adjudicación de contratos por tipo de empresa 2014



A continuación se puede observar la concentración de proveedores por el tipo de bienes/servicios que brinda cada uno de ellos, existen 27 categorías.

Distribución de proveedores por tipo de servicio año 2014



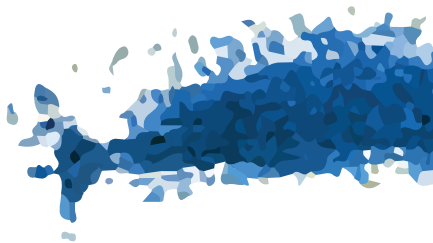


ADQUISICIONES

CON ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Diners Club al adquirir un producto, no evalúa únicamente su precio o su costo, 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.

Este enfoque desarrolla los siguientes aspectos:



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.

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, y que se plasma en un documento o en la contratación que contiene la definición de diversos servicios y cada uno de ellos debe alcanzar de acuerdo a los objetivos. En resumen, el nivel de servicio o ANS es el indicador que determina el nivel mínimo esperado de de un servicio. Este nivel servirá de guía para la conducción del servicio dentro de los parámetros de contratación.

G4-HR6/G4-HR11/G4-LA15

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

Este año se realizó un importante esfuerzo de actualización de datos de toda la base de proveedores Diners Club. En este sentido la organización se preocupa también por considerar la manera como están hechos los bienes y servicios que adquiere y porque los proveedores respeten las leyes y las normas internacionales

G4-LA14/G4-HR5/G4-HR6/G4-HR10/G4-SO9

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, hasta el momento se ha realizado esta auditoría, en 2014 se realizó esta inspección al 36% de los nuevos proveedores.

El sistema de calificación de proveedores también ha incluido impacto social que estas generan se encuentran enfocadas hacia la prevención del trabajo infantil, manejo de desechos, etc. En los años 2013 y 2014 se realizaron certificaciones de proveedores en erradicación del trabajo infantil dentro del contexto de nuestra participación de la red empresarial por su erradicación.



Alain Jimenez
Gerente Comercial Xerox

Son más de 18 años de una relación de negocios en la cual hemos podido administrar sus documentos impresos y digitales a nivel nacional, evidenciando cómo Diners ha crecido y evolucionado a lo largo de los años con un modelo de servicios enfocado a sus clientes, lo que nos ha llevado a estar siempre en permanente innovación.

El cambio e innovación Tecnológica nos ha permitido implementar constantes actividades de mejora relacionadas principalmente a la seguridad de la información y a la sustentabilidad con que manejamos nuestros servicios, a través de un modelo transparente para los usuarios y de beneficio para su cadena de valor. Valoramos contar con Diners como nuestro socio estratégico.

G4-EC7/G4-EC8/G4-HR7

CONTRATISTAS

En 2014 continuó el proyecto de remodelación 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, que resultaron en 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 20 empresas y por medio de ellas la generación de 186 empleos indirectos.

Con el personal de seguridad se trabajó en el fortalecimiento de tres temas importantes; educación financiera a través del desarrollo de talleres, promoción de lectura y, prevención de violencia intrafamiliar para lo cual contamos con la ayuda de una especialista de Unicef.

Adicionalmente como parte de su formación permanente, recibieron capacitación sobre procedimientos adecuados de seguridad.

Estos temas tienen la intención de propiciar una formación adecuada para el mejoramiento de su calidad de vida y aportar en torno al respeto de derechos humanos de su entorno familiar y general.



CONSTRUYENDO FUTURO

con la Comunidad

DMA SO

LOGROS 2014

- Se implementó la II fase del proyecto Sabor a Ecuador en 11 localidades llegando a un total de 23.
- En la totalidad de los programas sociales se llegó a 129.532 niños, niñas, jóvenes y adultos beneficiados con la Alianza Diners Unicef y otros programas sociales que mantenemos con la Comunidad.
- La alianza Diners Club Unicef, tuvo los siguientes resultados en el 2014:
 - 89.610 niños/as involucrados en planes de mejoramiento de la Educación.
 - 375 escuelas y colegios involucrados en programas de mejoramiento de la educación.
 - 692 maestros/as de escuelas rurales capacitados/as.
 - Se publicó la sistematización de 13 años la alianza Diners Unicef
- Sinfonía por la Vida en Esmeraldas benefició a 79 niños-as/jóvenes.
- En el programa capacidades ciudadanas se llegó trabajar con 248 colegios y más de 69.000 niños/as y adolescentes.



DESAFÍOS 2015

- Implementar la III fase del proyecto Sabor a Ecuador con 12 nuevas localidades y 1 nueva publicación que rescate el patrimonio gastronómico ecuatoriano.
- Implementar una nueva campaña comunicacional del programa Sabor a Ecuador
- Complementar el programa Capacidades Ciudadanas con la implementación de módulos de educación financiera.
- Fortalecer el programa Sinfonía por la Vida mediante la ampliación de la orquesta de Esmeraldas con los instrumentos de viento y la implementación de una campaña comunicacional.
- Fortalecer el programa de erradicación de trabajo infantil por medio de alianzas interinstitucionales.
- Mantener nuestra inversión en la creación y difusión de la cultura.

A. NUESTRO

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, que ha buscado contribuir al mejoramiento de la educación rural garantizando los fondos y diseñándose estrategias para conseguir mejoras educativas así como aportar a acciones de protección hacia la niñez de los sectores más vulnerables. . 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 o la Red de Empresas para la erradicación del trabajo infantil. Cabe mencionar que nuestro enfoque de atención está centrado en temas prioritarios para el mejoramiento de la calidad de vida de los niños y comunidades consideradas con menos oportunidades de desarrollo.

En el año 2014 se trabajó intensamente en tres ámbitos:

- En el **Turismo inclusivo** donde se implementó la segunda 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 potencia el rescate cultural, fortalecimiento de identidad. Para la segunda fase se concretó la participación de 11 cantones, parroquias y comunas de la Sierra y la Costa.
- **Alianza Diners Unicef**, enfocados principalmente centrados en la niñez y juventud más vulnerable y en programas como Educación intercultural rural, Capacidades Ciudadanas, Nación de Paz, Erradicación del Trabajo Infantil, medidas socio-educativas en CDAI, entre otras.

G4-FS16

- **Educación Financiera**, la implementación de este programa requirió una gran inversión de recursos; tiempo, recurso humano, económico, debido a que es un aspecto de suma importancia para la organización, en el capítulo V de este reporte podrá encontrar un detalle de las actividades desarrolladas

G4-SO1

ENFOQUE

DE TRABAJO CON LA COMUNIDAD Y ALIANZAS

La estrategia de con la comunidad se halla establecida 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. Mapeo y 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.

RENDICIÓN

DE CUENTAS DE 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. Anualmente rendimos cuentas mediante la web, la impresión de 2.000 memorias de sustentabilidad y con 250.000 insertos en estados de cuenta que contienen datos auditados.

Resultado en cobertura e impactos de programas con la comunidad

PROGRAMA	PROYECTO	LUGARES	COBERTURA/ PERSONAS
ALIANZA DINERS-UNICEF	- Fortalecimiento del sistema educativo unidocente - Nación de paz - Capacidades ciudadanas - Inclusión de niños/as y adolescentes en el sistema educativo -Ciclo Básico Abreviado - Erradicación de trabajo infantil - Medidas psico-socioeducativas para adolescentes en conflicto con la ley sujetos a medidas privativas de la libertad - Mecanismo de seguimiento y co-responsabilidad de la política pública del derecho a- la educación intercultural consolidado en los Pueblos Kayambi, Puruway y Panzaleo	Quito, Sucumbios, Napo, Cayambe, Orellana, Guayaquil, Esmeraldas, Carchi, Imbabura, Tungurahua, Cotopaxi	89.610
SINFONÍA POR LA VIDA	Orquesta Sinfónica Esmeraldas	Esmeraldas	79
TURISMO INCLUSIVO	Sabor a Ecuador	Quisapincha, Ayangue, Anconcito, Manglaralto, Machalilla, Zapotal, Chanduy, Nobol, Tisaleo, Patate, Quero	1.729

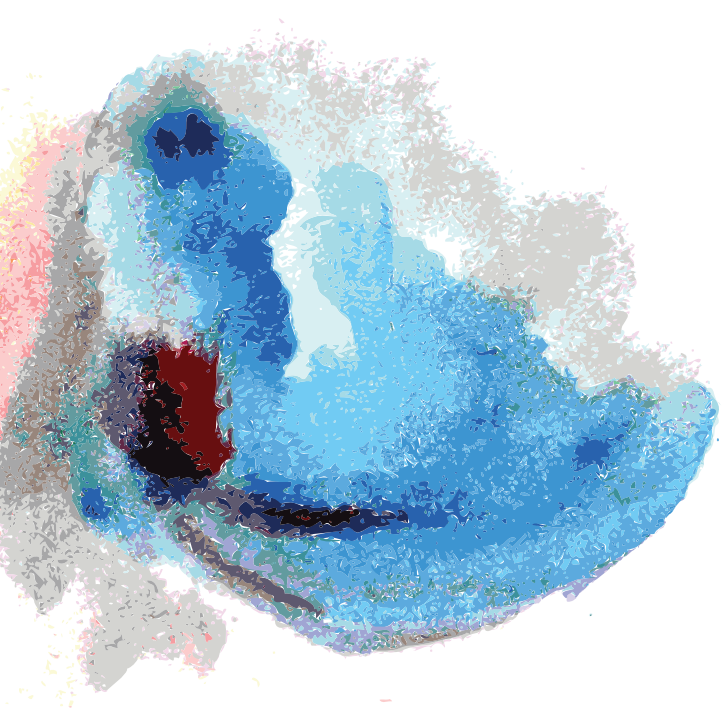
Resultado en cobertura e impactos de programas con la comunidad

PROGRAMA	PROYECTO	LUGARES	COBERTURA/ PERSONAS
Vivamos la fiesta en paz	Vivamos la fiesta en paz	A nivel nacional	38.089
Cultura y discapacidad	Desarrollo de habilidades complementarias a personas con discapacidad	Quito	25
		TOTAL GENERAL	129.532

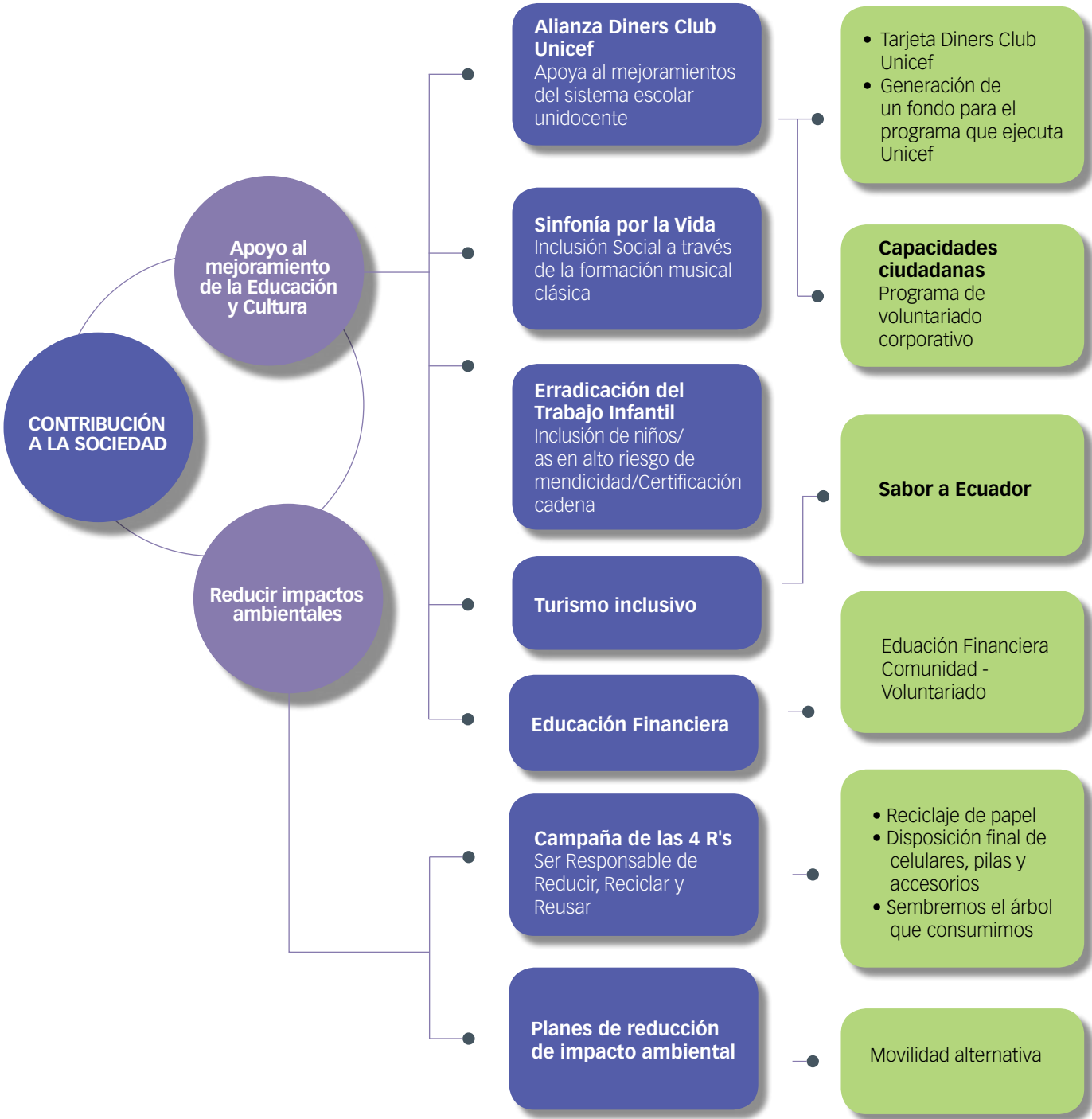
EVALUACIÓN
A PROGRAMAS

Todos los proyectos que apoyamos 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.
- Todos los programas cuentan con un sistema de seguimiento que se plasma en un informe final anual de sistematización.
- Los programas de Responsabilidad Social interna y de voluntariado son evaluados mediante encuestas internas así como los cursos de capacitación.



B.PROGRAMAS
DE APOORTE A LA COMUNIDAD



G4-15

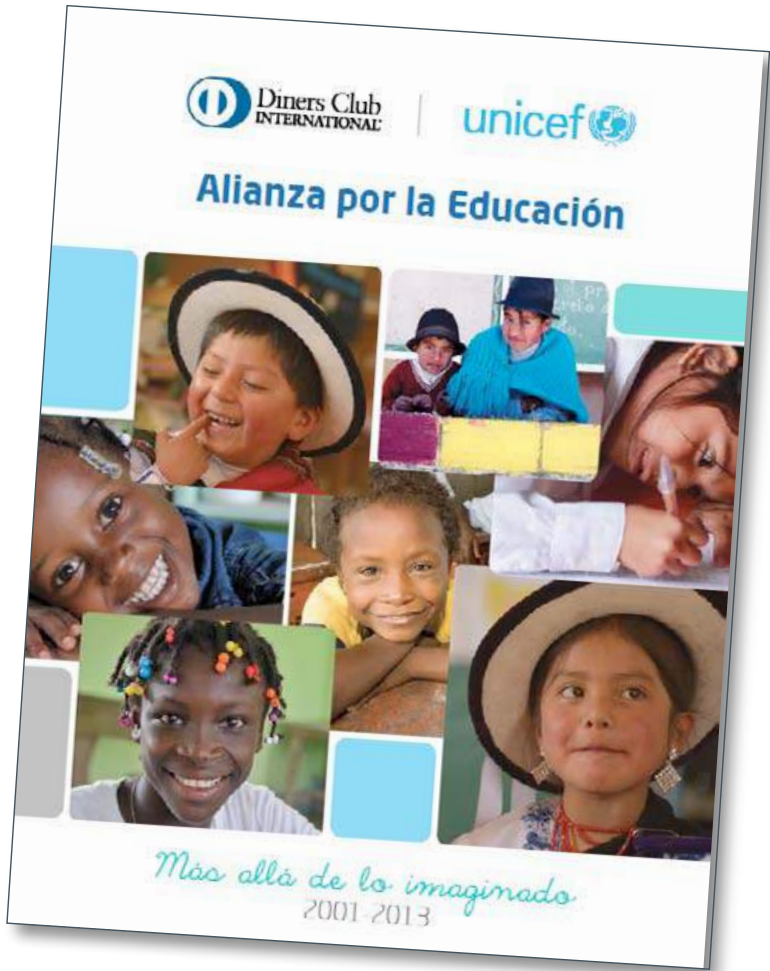
APOYO

AL MEJORAMIENTO DE LA EDUCACIÓN Y LA ALIANZA DINERS-UNICEF

Es por ello que en el año 2001 forjó una alianza 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 menos oportunidades tienen de acceder a ellas. En 2014 se publicó la sistematización de la alianza Diners Club Unicef, la cual recoge los resultados y experiencia adquiridos durante 12 años de trabajo.

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.

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 2014 se recaudó USD 16.340.



Cobertura y Resultados de Alianza Diners Unicef 2014

	2014		
	Escuelas	Niños/as y jóvenes	Maestros
Esmeraldas	57	13.300	80
Frontera Norte			330
Quito	70	52.864	0
Napo, Tungurahua, Orellana y Cotopaxi	8		
nacional	240	23.374	282
Esmeraldas y Guayaquil		72	
TOTAL	375	89.610	692

Evolución de la Cobertura de los programas Unicef comparativo 2013 – 2014

	Escuelas	Niños/as y Jóvenes	Profesores	Textos	Padres y Madres de Familia
2013	135	40.822	80	212	135
2014	375	89.610	692	-	-

Se puede apreciar un notable incremento en el número de beneficiarios de este programa, esto se da debido a que proyectos como: Capacidades Ciudadanas, Nación de Paz y la modalidad de inclusión educativa, Ciclo Básico Acelerado (CBA) ampliaron su cobertura. Por otro lado en términos cualitativos se obtuvieron los siguientes resultados:

- Inclusión y permanencia de niñas y niños en una escuela:** Procesos de corresponsabilidad y movilización social de dirigentes comunitarios, padres, madres y maestros para garantizar los derechos de niños/as y adolescentes en las escuelas.
- Procesos de corresponsabilidad y movilización social para la inclusión** sistematizados e integrados en la función pública (zona Frontera Norte y territorios indígenas priorizados). En este sentido se creó una herramienta de rastreo territorial que se ha aplicado en el sector de la frontera norte con gran éxito para garantizar la permanencia en la escuela y que hoy en día los organismos regulatorios lo están testeando para ser aplicado en el resto del territorio nacional.

- Desarrollo positivo adolescente, nación de paz** se ha consolidado un modelo de trabajo de educación para la Paz con adolescentes y jóvenes en situaciones de violencia en Esmeraldas. Este modelo está disponible para su réplica.
- Educación básica acelerada y erradicación del trabajo infantil:** Identificación de adolescentes y jóvenes con rezago educativo severo en las zonas de intervención y en los Centros de Atención Integral, lo que incluye visitas domiciliarias y comunitarias, reuniones con padres de familia y reuniones con adolescentes y jóvenes. Implementación de un programa que permita la prevención y erradicación del trabajo infantil en calle en la ciudad de Quito.
- Generación del conocimiento y de evidencias sobre adolescencia y violencia** estudio sobre entornos de violencia y desarrollo adolescente concluido y cuenta con un sumario ejecutivo para amplia difusión en el contexto de la campaña por el fin de la violencia contra niños, niñas y adolescentes, cuyo lanzamiento está previsto para 2015.

- **Sistematización de la experiencia de la Alianza Diners-Unicef** se elaboró y difusión 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** agendas de seguimiento a los acuerdos establecidos con el Ministerio de Educación, para el mejoramiento de la calidad de la educación intercultural bilingüe, en los pueblos Puruway y Panzaleo.

La cobertura del 2014 se ha extendido en las siguientes áreas geográficas:

- Esmeraldas
- Río Santiago y Cayapas
- Quito
- Sucumbios
- Napo
- Orellana

- Guayas
- Cayambe
- Carchi
- Imbabura
- Cotopaxi

Estos resultados fueron posibles gracias a las alianzas que hemos establecido en conjunto con Unicef, 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, Desarrollo y Autogestión (DyA), Ecuarunari, la dirección de educación bilingüe de Sucumbios y el Ministerio de Educación.

Diners Club del Ecuador aporta un valor anual para la implementación de los proyectos establecidos en el marco de Alianza, el aporte en 2014 fue de USD 200.000 para la Alianza Diners Unicef.

CAPACIDADES CIUDADANAS

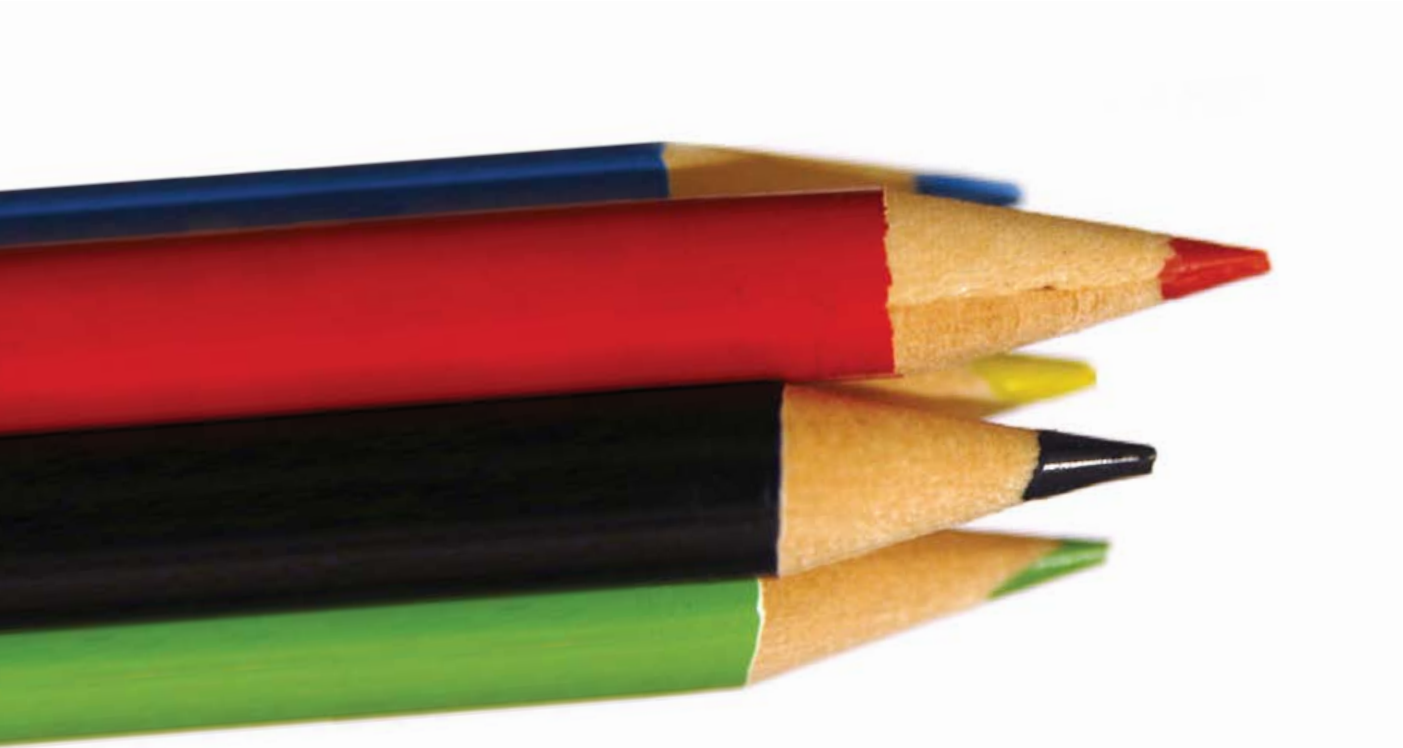
En 2014 este programa tuvo un despunte en cuanto a su cobertura y se amplió a 8 provincias y 26 cantones. La metodología desarrollada permite la participación dinámica fomentando el análisis crítico de cartillas y material pedagógico para posteriormente concluir con la aceptación de actitudes positivas 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 al talleres

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. Este programa se los desarrolla con una el aporte de Fundic en el marco de la alianza de Diners con Unicef.

o un programa radial, un flash move realizado en el parque bicentenario, una feria de tecnología en la que participaron más de 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.

Durante este año se trabajó en el desarrollo conceptual de una nueva cartilla para el emprendimiento y la educación financiera que se espera lanzarlo en el 2015.



MEJORAMIENTO
DE LA EDUCACIÓN A TRAVÉS
DE LA MÚSICA

Sinfonía por la Vida

Este programa se realiza desde del 2008, durante los 3 últimos años 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 grupos más vulnerables 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 2014, 79 niños y jóvenes participaron en este programa.



Niños y Niñas del Programa Sinfonía por la Vida
recibiendo los instrumentos de viento



Eudoxia Tello, coordinadora
programa Sinfonía por la vida

Sinfonía por la Vida, gracias al sector privado que se ha sumado con entusiasmo y significativos recursos a este sueño, cuenta con una escuela de música de la que se benefician 79 niños y jóvenes de la ciudad de Esmeraldas. Diners Club del Ecuador, no sólo es nuestro principal auspiciante, sino que participa activamente e incentiva a sus Socios a ser parte de esta semilla de cambio y juntos desde la Fundación Edunova, hacemos que la melodía de la esperanza suene cada día más alta.

PROGRAMA
DE DESARROLLO DE
HABILIDADES A TRAVÉS DEL
ARTE PARA PERSONAS CON
DISCAPACIDAD

En coordinación con la Fundación El triángulo se desarrolló este proyecto que busca desarrollar sus capacidades a través del arte, para eso un grupo de 25 niños/as y adolescentes participaron en actividades como danza, pintura, teatro. Los resultados fueron muy alentadores ya que al terminar este ciclo los participantes realizaron una exposición de sus aprendizajes y se pudo evidenciar el desarrollo de su motricidad e interés por el arte.

Una de las actividades fue la visita a la exposición de Vik Muniz en el Centro de Arte Contemporáneo el cual llamó mucho la atención de estos niños y jóvenes.



Niño, Fundación El Triángulo en exposición
de Vik Muniz.

RED DE EMPRESAS POR LA ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL



Representantes de empresas de la Red de Erradicación de Trabajo Infantil

En este programa impulsado por el Ministerio de Relaciones laborales y Unicef se continuó con la aplicación de la planificación anual establecida. Uno de los aspectos más relevantes en cuanto al aporte para la red fue apoyar al establecimiento de los lineamientos de sostenibilidad institucional de la red y también fuimos parte de los voceros de esta iniciativa a nivel público durante el 2014, manteniendo una participación activa en esta iniciativa.



Participantes en el reconocimiento Sabor a Ecuador, Anconcito

TURISMO COMO FUENTE DE DESARROLLO COMUNITARIO Y EL RESCATE CULTURAL:

SABOR A ECUADOR

Desde el 2010 Diners Club incurre en proyectos para el desarrollo de turismo inclusivo con la finalidad de fomentar la creación de productos turísticos para que sus comunidades tengan la oportunidad de mejorar su calidad de vida a través de su oferta. Esto adicionalmente extiende en nuestra cadena de valor y correlacionan los programas de responsabilidad social con la creación de un valor compartido con las comunidades. En la actualidad Sabor a Ecuador que aparece en 2013, busca al mismo tiempo rescatar la cultura gastronómica ecuatoriana y generar oportunidades de crecimiento de pequeños locales que en el futuro cuando se consoliden podrían formar parte de la cadena de establecimientos afiliados en tanto se consoliden su calidad y excelencia.

Sabor a Ecuador es una propuesta que busca crear alianzas Público- Privado y de fomentar el turismo en comunidades de menos de 25.000 habitantes rescatando sus tradiciones gastronómicas. En 2014 el proyecto Sabor a Ecuador se realizó en 11 localidades: Quisapincha, Ayangue, Anconcito, Manglaralto, Machalilla, Zapotal, Chanduy, Nobol, Tisaleo, Patate y Quero 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.

Luego se ofreció a todos los participantes, de manera gratuita, un proceso de capacitación con la finalidad de fortalecer sus capacidades en temas como manejo de alimentos, presentación de productos, servicio al cliente, comercialización, manejo financiero de sus locales, etc.

El Abril del 2014 se realizó una exposición en el Centro de Arte contemporáneo de Quito de todas las comunidades que participaron en la primera convocatoria de Sabor a Ecuador a la cual asistieron





Exposición "Sabor a Ecuador" en el Centro de Arte Contemporáneo. Abril, 2014.

alrededor de 250 personas, entre otros los Presidentes de Diners Club Internacional presentes en la ciudad. Allí los expositores pudieron difundir sus platos y los mejores sabores de su gastronomía local. De igual manera se imprimió el primer recetario que agrupó a las 36 recetas reconocidas en la primera y contó con una amplia cobertura de prensa.

Con la finalidad de difundir permanentemente este proyecto, la web www.saboraecuador.com contiene la información de los platos y recetas reconocidas así como información general del proyecto. 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.

Uno de los complementos importantes para este programa fue la participación voluntaria de Chefs de reconocida trayectoria en el país, su participación tuvo la finalidad de compartir con los participantes de este programa conocimientos y experiencia gastronómica para de esta forma fortalecer las recetas presentadas.

Esta iniciativa obtuvo un reconocimiento a las mejores prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el

ámbito de relacionamiento con la comunidad otorgado por el Centro Mexicano de la Filantropía CEMEFI, Forum Empresa y Aliarse.



C.INVERSIÓN

SOCIAL Y DE APOYO A LA CULTURA

G4-EC1

INVERSIÓN

SOCIAL 2014

A nivel consolidado, la inversión social de Diners Club del Ecuador en el 2014 tuvo un incremento del 28% con relación al 2013 esto debido al crecimiento en el fondo de aportaciones para el programa de Unicef y la inversión realizada en el programa de educación financiera.

Rubro	2013	2014
Alianza Diners Club Unicef	USD 116.669,00	USD 213.114,68
Inversión Social Comunitaria Interna y Externa	USD 398.971,45	USD 576.394,01
Donaciones Sociales	USD 520.000,00	USD 495.000,00
TOTAL	USD 1.035.640,45	USD 1.285.508,69

APOYO

SOCIAL 2014

Tradicionalmente, la mayor parte de eventos han contado con un mecenazgo encarnado en actos filantrópicos que los respaldan –aunque aisladamente – en una sociedad en la que 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, danzas, teatro y demás manifestaciones que enriquecen la cultura y dotan a la población de identidad, haciéndolas ricas, únicas e inigualables.



Teatro Nacional Sucre

Desde hace 47 años, Diners Club del Ecuador desarrolla, promueve e impulsa los valores culturales, económicos, ambientales y sociales de nuestro país, como una política transversal y de la que fuimos una de las empresas pioneras en Ecuador, cuando estos modelos de gestión apenas tomaban fuerza y muy pocas empresas veían su importancia.

Auspicios artístico-culturales, convenios, alianzas estratégicas, apoyo a festividades locales, auspicios a centros de arte, 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 son parte del día a día de nuestra labor en pro de la comunidad y de su desarrollo. Siempre hemos promovido y financiado eventos de índole académico, artístico y cultural con el único fin de rescatar la riqueza escondida que poseen y difundirla a todo nivel.

- **Apoyo a la Bienal de Arte de Cuenca:** La Bienal de Cuenca, por ejemplo, ha sido uno de nuestros grandes intereses y un verdadero caso de éxito. La hemos apoyado y también la hemos visto evolucionar, cambiar y adaptarse a las necesidades que este tipo de eventos tiene hoy en día, cada más exigente en su logística y en la calidad de los trabajos de los artistas. La Bienal nació hace más de dos décadas con el único objetivo de desarrollar el arte local por medio de una visión latinoamericana. Se inauguró como una Bienal exclusivamente de pintura y a través del tiempo logró ser el evento de arte más grande y representativo del país, concentrando a los artistas más prominentes e importantes del Ecuador y convirtiéndose en una ventana a través de la cual el mundo se fija en el arte ecuatoriano.

La exigencia y el desarrollo propio de las artes hicieron que la Bienal se vaya ajustando a las nuevas tendencias del arte mundial. Actualmente, es una Bienal de Arte Contemporáneo y ha logrado –gracias a este formato– consagrar además a la ciudad de Cuenca como “Ciudad de las Ciencias y de las Artes”.

- **Apoyo al Teatro Nacional Sucre:** Regido por la Fundación Teatro Nacional Sucre, el teatro del mismo nombre, es una edificación patrimonial que en sus interiores alberga el ser y el sentir de las bellas artes. Este ícono de Quito, ubicado en pleno Centro Histórico de la capital, también captó nuestro interés debido a su potencial como motor del desarrollo de la cultura y como un escenario imprescindible del circuito artístico latinoamericano.

Por las tablas del Teatro Sucre han pasado una enorme cantidad de artistas ecuatorianos y extranjeros que nos han brindado espectáculos dignos de una ciudad como Quito, Patrimonio Cultural de la Humanidad. Hemos visto presentarse a solistas, orquestas sinfónicas, óperas, obras de teatro clásicas y contemporáneas que han cumplido todas las expectativas culturales de los quiteños. El Teatro Sucre es algo así como un testigo de la evolución cultural que han tenido Quito y Ecuador.

Además, el Teatro Nacional Sucre tiene un gran significado para los quiteños, especialmente por ser 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. Sus presentaciones se jactan de ser las mejores del país y de la región.

La cordial relación de apoyo y soporte con la Fundación Teatro Nacional Sucre nos ha permitido, igualmente, colaborar con la presentación de magníficas agendas culturales en diferentes escenarios de la ciudad. Diners Club del Ecuador se siente complacido de colaborar con escenarios como los del Teatro Variedades Ernesto Albán Gómez, el Teatro México y todas las actividades que se realizan en escenarios a cielo abierto como la Plaza del Teatro y en la Mama Cuchara.

Tal ha sido nuestro interés en estos escenarios, que justamente con el objetivo de democratizar la cultura a través de la alianza público-privada, se puso en marcha el programa El Sucre Viajero, una iniciativa que busca llevar piezas artísticas de gran calidad artística a localidades lejanas. El objetivo de dar a conocer y potencializar la cultura, que es la base de Diners Club para emprender estos proyectos, se plasma en actividades como éstas que acercan a la sociedad con su cultura.

Frente a la necesidad del Teatro Sucre de transportar a los artistas, tanto extranjeros como nacionales, de una manera cómoda y segura, incluso a distintas ciudades del país como en el caso de presentaciones de El Sucre Viajero y, con el fin de cumplir con el ajetreado calendario cultural gracias al cual podemos disfrutar de los mejores y más afamados artistas nacionales y extranjeros durante todo el año, Diners Club le hace la entrega en Febrero del año 2014 de un flamante vehículo Volkswagen Crafter del año.



Entrega de Volkswagen Crafter para los artistas del Teatro Nacional Sucre.

Iniciativas como Sinfonía por la Vida, que no solamente buscan un desarrollo social de la niñez, sino que los acercan al arte musical, hacen que la compañía se sienta cada vez más comprometida con el rescate de la cultura. Formar a los niños en materia musical y luego verlos dar un recital de la más alta calidad en escenarios como el del Teatro Sucre, hacen que Diners Club del Ecuador se plantee nuevos retos para rescatar la riqueza de la cultura y el potencial de los ecuatorianos.

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 y en general patrocinando cursos y talleres y otras actividades. Diners Club del Ecuador siempre está buscando acercar a sus Socios al mundo cultural, en todas sus manifestaciones.

En 2014 se auspició la presentación del artista Vik Muniz, este pintor se destaca por usar en sus obras materiales inusuales para la plástica, como el café, azúcar, chocolate, desechos de automóviles,

chatarra, material reciclado, etc. esta exposición convocó a miles de visitantes, más de 19.000 personas, convirtiéndose en la segunda exposición más visitada del año. Estas personas pudieron apreciar esta propuesta alternativa a partir del uso de una variedad de elementos y materiales.

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

Es así que nuestro apoyo a la cultura se enmarca dentro de una estrategia de 360 grados que nos permite llegar a una gran cantidad de públicos, potencializando sus destrezas y fomentando su desarrollo. Acercar a la gente a su cultura y compartir con ella experiencias artísticas de otros lugares del mundo, han hecho de los escenarios ecuatorianos el lugar propicio para que Diners Club del Ecuador cumpla el objetivo mencionado en las primeras líneas: fomentar valores culturales, económicos, ambientales y sociales de nuestro país.

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 y al deporte en el Ecuador. La Compañía invierte un importante monto de sus recursos en estos Auspicios, la inversión en el 2014 fue de USD **896,351.00**

Monto de inversión por tipo de evento cultural

	2013	2014
Conciertos	10.747	117.260
Cursos y talleres	20.090	4.480
Exposiciones	-	102.064
Ferias	305.047	229.351
Literatura	-	1.560
Teatro	42.220	67.449
Deporte	126.701	352.615
Otros cultura	-	21.572
Total	USD 504.804	USD 896.351

Inversión cultural 2013 - 2014 (en dólares)



G4-16

D. PARTICIPACIÓN

EN REDES SOCIALES POR LA EDUCACIÓN Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Durante 2014, Diners Club del Ecuador participó en distintas instancias que buscan mejorar, incentivar o fomentar una buena educación en Ecuador.

- Reección como miembro del Directorio del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) (periodo 2014-2016) 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, Vicería de la Red 2014.

INVERSIÓN

EN AUSPICIOS, APOYO A LA CULTURA Y DEPORTE

APORTANDO A LA SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL



LOGROS 2014

- Se realizó un estudio de medición de huella carbono ambiental de la organización y de productos. Como resultado de la misma se identificó que la huella de producto disminuyó a pesar de que la operación de la Organización ha crecido.
- 183.341 Socios se suscribieron al sistema de estado de cuenta virtual generando una disminución aproximada de 4,5 millones de hojas equivalente a 20.500 kg.
- Se implementó el sistema de límites de cupos de impresión para disminuir este consumo.
- 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, resultado acumulado desde su inicio.
- Se realizó dos actividades de ciclo paseo familiar y patrimonial para fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte alternativo.

DESAFÍOS 2015

- Actualizar las directrices de mitigación de impacto ambiental en base a los resultados obtenidos por el estudio de medición de huella.
- Generar un modelo permanente de medición de huella.
- Continuar con la suscripción de Socios al sistema de estado de cuenta virtual hasta completar la totalidad de la base.
- Desarrollar y ejecutar una nueva campaña de comunicación y de concientización interna para la 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 concientización de movilidad en medios alternativos.
- Capacitar al personal sobre las funcionalidades de los equipos multifunción, y los beneficios que brindan, como programar la impresión dúplex o libreta.
- Difundir trimestralmente buenas prácticas para el ahorro de impresiones al personal de la Organización.



GC7/GC8/GC9 DMA

NUESTRO ENFOQUE CON EL MANEJO DEL MEDIO AMBIENTE



Diners Club del Ecuador ha desarrollado un **plan de manejo integral de disminución de huella ambiental** en base a la línea base determinada por el estudio de impacto ambiental realizado anteriormente.

El enfoque de mitigación de impacto ambiental se centra en 3 pilares fundamentales:



CONSTRUCCIÓN ECOLÓGICA Y MINIMIZACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL EN LAS OFICINAS

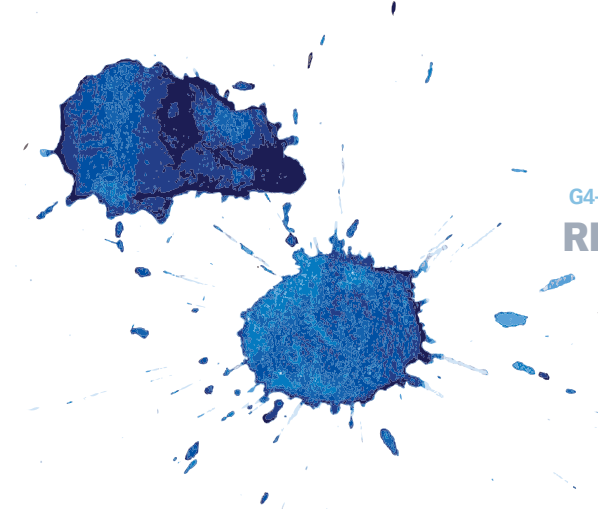
El punto más relevante a destacar es la inversión que se ha realizado en el diseño del edificio Centro de Negocios Diners Club, que ha sido diseñado cumpliendo con altos estándares de cuidado en el impacto ambiental, la implementación de tecnología, parámetros de construcción, así como ambientación han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

MEDIDAS ADMINISTRATIVAS PARA LA REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE PAPEL

CAMPAÑA DE LAS 4 R



G4-EN1/G4-EN26
REDUCIR

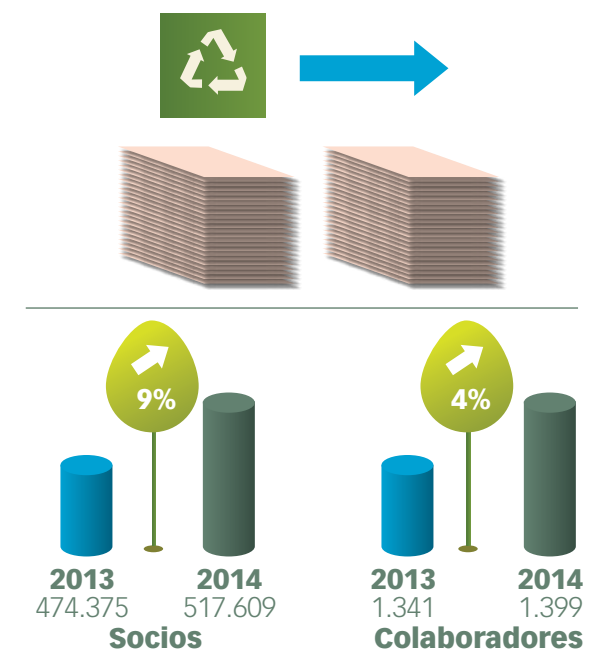
Con la finalidad de generar una concientización alrededor de la importancia del cuidado ambiental se creó la campaña de las 4R's Ser Responsable de Reducir, Reducir y Reusar, la misma que cuenta con un plan en el cual se han identificado actividades a partir del estudio de impacto ambiental realizado anteriormente.

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 no incrementar los niveles de impresión como se puede ver a continuación:

Consumos de papel

Consumo	2013	2014	Variación
Impresiones/copias	8.874.642	8.875.065	0,0%
Toneladas*	40,8	40,8	0,0%
Colaboradores	1.341	1.399	4%
Socios	474.375	517.609	9%

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



Para el año 2014 se mantuvo el nivel de consumo de papel, debido a la implementación de campañas de concientización como “Tu papel Cuenta”, acciones que permiten mantener el uso de impresiones pese al incremento de equipos por la remodelación de los edificios CND y Banco Amazonas. Cabe mencionar que a pesar de haber tenido un incremento en el número de Socios y Colaboradores, es decir, mayor carga operativa, el consumo de papel se ha mantenido.

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

- Implementación de cupos de impresión en varias áreas de la organización, para regular el consumo.
- 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/GC9

ESTADOS CUENTA VIRTUAL: MEDIO AMBIENTE Y SOCIOS

En 2014 se continuó con la campaña de concientización para el uso de estados de cuenta virtual a nuestros Socios, producto de esto 183.341 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 366 mil hojas de manera mensual y más de 4'400.000 hojas anuales en impresiones, esto sin duda es un paso muy importante en términos de mitigación de impacto ambiental



COLD Y DIGITALIZACIÓN: REDUCCIÓN DE USO DE PAPEL MEDIANTE DOCUMENTOS DIGITALES

En el programa de Reducción de impresiones durante el año 2014 se logró un ahorro de 1.757.172 hojas que significan 8.223 kg de papel, contribuyendo para lograr un resultado acumulado desde el 2007 de 11.329.983 hojas que representan 53.024 kg de papel que no utilizamos.

El proceso de digitalización de información ha contribuido con la disminución de solicitudes para la reimpresión de documentos que son almacenados en el archivo físico.

SCANEEO DE DOCUMENTOS

Se ha implementado en conjunto con el proveedor de digitalización de documentos, el archivo en medio digital de información de solicitudes de Socios aprobados en el nuevo formato y estados de cuenta de proveedores.

TU PAPEL CUENTA

En 2014 se implementó 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 entregaron premios a las áreas que cumplieron con el objetivo.

La campaña fue acompañada de un concurso de reducción que premió a las áreas que cumplieron con la meta de reducción. En términos generales se obtuvo un nivel de disminución en el orden del 12% que equivale a cerca de 97.000 hojas en el periodo de la campaña, demostrándonos un resultado positivo de esta iniciativa que se repetirá en el 2015.



Premiación de la
Campaña “Tu papel
Cuenta”

EMISIÓN DE GASES INVERNADERO

HUELLA AMBIENTAL ORGANIZACIÓN HUELLA AMBIENTAL COLABORADOR



A pesar de no tener un impacto ambiental relativamente considerable, en 2014 se decidió realizar un estudio comparativo de huella ambiental para determinar el impacto que generan los procesos de la organización y de los productos, para esto se usó el Protocolo de Gases de efecto invernadero con alcance de medición en los niveles 1,2 y 3, este estudio es un referente importante ya que representa una línea base para plantear las líneas estratégicas para el plan de mitigación ambiental para los próximos años.

	2010	2013	Unidad	Variación
Emisiones Alcance 1 ⁷	340,79	359,25	ton CO2	5%
Emisiones Alcance 2	553,41	485,44	ton CO2	-12%
Emisiones Alcance 3	1891,5	2923,27	ton CO2	55%
Huella de carbono	2785,7	3767,96	ton CO2	35%
Huella de carbono por colaborador	2,44	2,81	ton CO2	15%
Socios	307.863	474.365	personas	54%
Colaboradores	1.141	1.341	personas	18%

Este estudio de huella se realizó con información del periodo 2013 ya que se realizó el año anterior, a partir de 2015 se está realizando un monitoreo permanente para de esta forma obtener una medición actualizada.

Con estos resultados se puede concluir que a pesar de haber aumentado el nivel de huella, en términos relativos este terminar siendo menor, en el cuadro se puede ver que el incremento del 15% es menor en relación al 18% y 54% factores de crecimiento en el caso de colaboradores y Socios respectivamente, lo que demuestra que las actividades de minimización han surtido efecto.

7. **Emisiones de Alcance 1 Emisiones Directas.** Son los gases de efecto invernadero emitidos de forma directa por la organización, **Emisiones de Alcance 2 o Emisiones Indirectas por Energía.** Son los gases de efecto invernadero emitidos por el productor de la energía requerida por la organización. **Emisiones de Alcance 3 Otras Emisiones Indirectas.** Aquellos productos y servicios adquiridos por la organización, que para ser producidos han generado emisiones previamente.

Adicionalmente se desarrolló la medición de huella por producto en la cual se puede evidenciar una reducción del 20% a pesar de que la organización ha presentado un crecimiento en su operación debido al crecimiento en número de Socios y de Colaboradores.

Huella de Carbono Producto



CONSUMO DE AGUA* Y ENERGÍA ELÉCTRICA

Consumo	2013	2014	Variación
Agua (m3)	28068	26574	-5%
Energía Eléctrica (Kwh)	1456,65	1365,19	-6%

* Las plazas como Machala, Cuenca, Ambato e Ibarra, no se incluyen en el cálculo del consumo de agua, debido a que no se cuenta con la información desglosada, por compartir las instalaciones con otras organizaciones.

En lo que respecta al consumo de agua, existe una disminución del 5% en relación al año 2013, debido a que en el año 2014 los trabajos de obra civil en la nueva agencia se redujeron considerablemente y se da inicio a los trabajos eléctricos, instalación de lámparas, pintura y acabados, tanto de mezzanine como de planta baja del edificio CND, lo que da como resultado un menor consumo de este recurso.

En cuanto al consumo de energía eléctrica, en el 2014 se presentó una disminución del 6% en relación al año 2013, debido principalmente a los sistemas robotizados del Edificio Centro de Negocios Diners, tanto en la parte eléctrica como en el sistema de climatización de todas las áreas. Adicionalmente disminuyó los trabajos eléctricos y utilización de equipos de obra civil, producto de la remodelación del edificio CND.

Durante el 2014, 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.



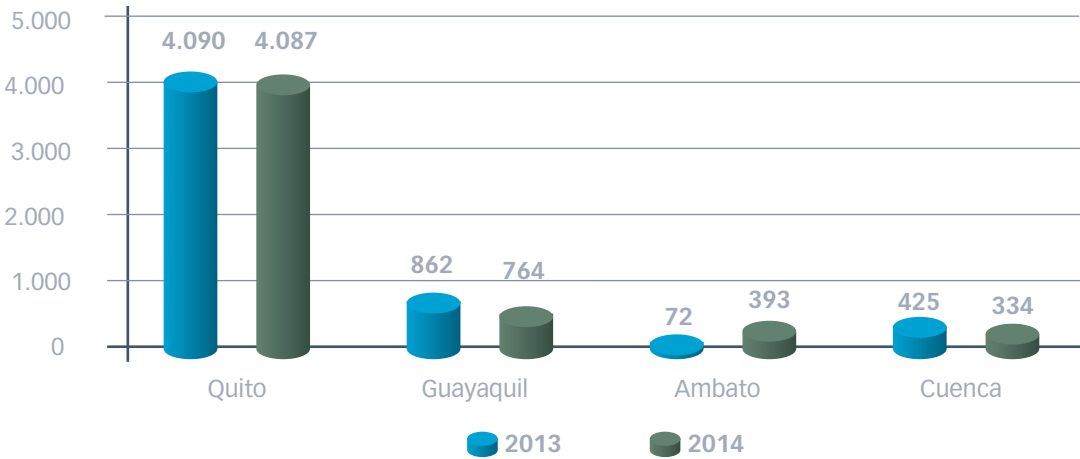
RECICLAR

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.

CONSUMO Y RECICLAJE DE PAPEL

Durante el 2014 se continuó con la campaña de reciclaje de papel, resultado de esta campaña se logró reciclar 5.578 kg que representa un incremento del 2% con respecto al año anterior.

Papel Reciclado



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.

Disposición adecuada de pilas desechadas.- Se ha colocado contenedores específicos para este fin, al momento se colocan las pilas y baterías de consumo institucional o personal en los mismos.

Fluorecentes.- Los fluorecentes que dejan de ser usados son colocados en una bodega dispuesta para el efecto por su peligrosidad dado por el 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 2014 son los siguientes:

Manejo adecuado de desperdicios

Actividad	2013	2014	Unidad
Disposición adecuada de fluorecentes	1.125	2.638	unidades
Reciclaje de botellas pet	480	484	kg

REUSAR

PRODUCTOS PARA SOCIOS

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

- o **FREEDOM:** para este grupo de Socios se elaboró la “billetera financiera” la misma que fue producida con material reciclado proveniente de las vallas publicitarias que usó la organización.

DONACIÓN DE ACTIVOS

En cuanto a equipos de computación durante el año 2014 se donó:

- 160 equipos de computación al Consejo Cantonal de la Niñez y Adolescencia de Biblián
- 4 equipos de computación a la Escuela 6 de Diciembre
- 4 equipos de computación al Sr. Carlos Gaona

En cuanto a muebles y equipos de oficina durante el año 2014 se donó:

- 622 entre muebles y equipos de oficina y 144 bienes de Control a la Fundación Hermano Miguel
- 181 muebles de oficina y 542 bienes de control a la Asociación de Trabajadores Emprendedores del Comité del Pueblo

En total en el año 2014 se donaron 971 activos y 686 bienes de control, lo que se puede ver según cuadro adjunto.



Donación de Activos

Localidad	Computadores		Muebles y Equipos de Oficina	
	2013	2014	2013	2014
Quito	264	168	0	803
Guayaquil	138	0	115	0
TOTAL	402	168	115	803

CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACIÓN

PRODUCTOS EDUCATIVOS

- **KIDS: Ahorra por la fauna**, dentro del programa de educación financiera se estableció un enfoque paralelo de concientización con respecto al cuidado del medio ambiente para esto se desarrolló este producto educativo que es un juego de mesa cuyo objetivo es generar un aprendizaje básico sobre 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 concientización 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 para de esta forma disminuir los problemas de contaminación y congestión de nuestra ciudad. Dentro de este marco promovemos 2 actividades que además son recreativas para los colaboradores:



Colaboradores en Cicleada Recreativa

- **Cicleada recreativa:** en este año se la realizó en el trayecto Yanacocha – Tandayapa, conocida como la ruta del Quinde, como resultado de esta actividad 73 personas entre colaboradores y sus familiares participaron de esta actividad.
- **Cicleada nocturna al Centro Histórico.-** Por sexto 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 participaron 82 colaboradores y familiares.

Me sentí muy complacido al participar con mi hijo Rubén Dario de 15 años y mi esposa María Fernanda de los paseos en bicicleta, una actividad saludable donde tuvimos la oportunidad de compartir y conocer a los familiares de mis compañeros de trabajo, de los cuales conversamos día a día y esas son las oportunidades que tenemos para conocernos.

Estas actividades me identifican más con la visión de Diners Club y la mía personal, lo cual me compromete aún más para trabajar por la institución para su crecimiento y el mío dado que puedo ver que la organización vela por el bienestar de sus empleados.

Estoy consciente de todo el esfuerzo que Diners realiza en defensa de nuestro entorno, el mismo que tiene mucho eco en toda nuestras familias.



Steward Sandoval - Colaborador
Unidad de Gestión de la información

ÍNDICE DE CONTENIDOS E INDICADORES GRI/ PACTO MUNDIAL

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.	7	✓	
G4-2: Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	20	✓	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
G4-3: Nombre de la organización.	6	✓	
G4-4: Principales marcas, productos y servicios.	6,60	✓	
G4-5: Localización de la sede principal de la organización.	6	✓	
G4-6: Número de países en los que opera la organización.	10	✓	
G4-7: Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	10	✓	
G4-8: Mercados servidos.	58	✓	
G4-9: Dimensiones de la organización.	9	✓	
G4-10: Desglose de empleados de la organización.	38	✓	
G4-11: Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	51	✓	
G4-12: Descripción de la cadena de valor de la organización.	92	✓	
G4-13: Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Reporte en el tamaño, estructura, propiedad y cadena de valor de la organización.	16	✓	
G4-14: Descripción de como la organización ha adoptado un planteamiento o un principio de precaución.	18	✓	
G4-15: Principios o programas económicos, sociales y ambientales desarrollados externamente.	104	✓	
G4-16: Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	117	✓	
G4-17: Listado de entidades cubiertas por los estados financieros de la organización.	6	✓	
G4-18: Proceso de definición del contenido y cobertura del reporte.	6	✓	
G4-19: Listado de aspectos materiales.	22	✓	
G4-20: Cobertura de los aspectos materiales dentro de la organización.	22	✓	
G4-21: Cobertura de los aspectos materiales fuera de la organización.	22	✓	
G4-22: Efecto de la expresión de información.	6	✓	
G4-23: Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance y cobertura del Reporte.	6	✓	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24: Relación de los grupos de interés que la organización ha incluido.	22	✓	
G4-25: Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	22	✓	
G4-26: Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	22	✓	
G4-27: Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.	22	✓	
PERFIL DE LA MEMORIA			
G4-28: Periodo cubierto por la información contenida en el reporte.	6	✓	
G4-29: Fecha del reporte anterior más reciente.	6	✓	
G4-30: Ciclo de presentación de reportes.	6	✓	
G4-31: Punto de contacto para cuestiones relativas al Reporte o su contenido.	6	✓	
G4-32: Nivel alcanzado, Tabla GRI de indicadores y referencia a la verificación externa del reporte.	6,130	✓	
G4-33: Política y práctica sobre verificación externa.	6	✓	

✓ Verificado. Ver informe de verificación independiente en las páginas 98-99.

CONTENIDOS/GENERALES	PÁGINA/RESPUESTA	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU
Gobierno			
G4-34: Estructura de gobierno de la organización y sus comités.	11	✓	
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.	14	✓	
G4-36: Cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales.	14	✓	
G4-37: Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales.	14	✓	
G4-38: Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	11	✓	
G4-39: Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo.	11	✓	
G4-40: Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités.	11	✓	
G4-41: Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses.	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.	13	✓	
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.	12	✓	
G4-45: Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades.	12	✓	
G4-46: Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo.	12	✓	
G4-47: Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades.	12	✓	
G4-48: Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización.	6,16	✓	
G4-49: Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	14	✓	
G4-50: Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno.	14	✓	
G4-51: Describa las políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección, de acuerdo con los siguientes tipos de retribución.	12,13	✓	
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.	16	✓	
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.	16	✓	
G4-58: Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización.	18	✓	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS					
ASPECTO MATERIAL	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	PÁG.	RAZONES POR OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	PACTO GLOBAL NNUU
Fortalecer prácticas anticorrupción	G4- DMA 1	18			GC10
	G4-SO3: Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	18			
	G4-SO4: Comunicación y formación en políticas y procedimientos de anticorrupción.	17			
	G4-SO5: Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	18,45			
Cuidar el no sobreendeudamiento	G4- DMA 2	32			GC10
	SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES				
	G4-PR1: Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos evaluados en impactos en salud y seguridad.	57			
	GG4-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.	73			
Confidencialidad de la información de clientes y Socios	G4- DMA 3	57			GC10
	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.	73			
	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.	73			
	G4-PR8: Número total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	73			
Monitoreo permanente de la calidad y atención de reclamos	G4- DMA 4	70			GC10
	G4-PR3: Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y al etiquetado de sus productos y servicios y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	57			
	G4-PR5: Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	70			

Aporte financiero a causas sociales como educación, cultura y turismo	G4- DMA 5	100			GC10
	G4-EC1: Valor económico directo generado y distribuido.	29			
	G4-EC3: Cobertura de las obligaciones debidas a programas de beneficios sociales.	46			
	G4-EC4: Ayudas financieras recibidas de gobiernos.	29			
	G4-EC7: Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público.	97			
	G4-EC8: Impactos económicos indirectos significativos y su alcance.	87,97			
	G4-SO1: Porcentaje de operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	100			
	G4-SO2: Operaciones con importantes impactos negativos significativos potenciales o reales sobre las comunidades locales.	100			
	G4-FS13: Puntos de acceso por el tipo en áreas de baja población o económicamente desfavorecidas.	100			
Reducción de huella ambiental	G4- DMA 6	120			GC 7 GC 8 GC 9
	MATERIALES				
	G4-EN1: Materiales utilizados, por peso o volumen.	121			
	G4-EN2: Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	127			
	ENERGÍA				
	G4-EN3: Consumo de energía dentro de la organización.	125			
	G4-EN4: Consumo de energía externa de la organización.	125			
	G4-EN5: Intensidad Energética.	125			
	G4-EN6: Reducción del consumo de energía.	125			
	G4-EN7: Reducción de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	122			
	AGUA				
	G4-EN8: Captación total de agua según la fuente.	123			
	BIODIVERSIDAD EMISIONES				
	G4-EN15: Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	124			
	G4-EN16: Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 2).	124			
	G4-EN17: Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	124			

Reducción de huella ambiental	G4-EN18: Intensidad de las emisiones de efecto invernadero.	124			
	G4-EN19: Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	124			
	G4-EN20: Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono.	124			
	PRODUCTOS Y SERVICIOS				
	G4-EN26: Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	121			
	G4-EN27: Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría.	126			
	GENERAL				
	G4-EN31: Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	29			
	EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES				
	G4-EN32: Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios ambientales.	95			
	G4-EN33: Impactos ambientales negativos significativos actuales y potenciales en la cadena de valor y medidas adoptadas.	95			
	G4-EN15: Emisiones directas de gases de efecto invernadero.	124			
	G4-EN16: Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	124			
	G4-EN17: Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	124			
Desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores	G4- DMA 7	42			GC 7 GC 8 GC 9
	EMPLEO				
	G4-LA1: Número total y tasa de nuevos empleados contratados y rotación de empleados, desglosados por grupo de edad, género y región.	40			
	G4-LA2: Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por lugares significativos de las operaciones.	46			
	G4-LA3: Tasas de retorno al trabajo y de retención después de la licencia parental, por género.	45			
	SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
	G4-LA5: Porcentaje total de trabajadores que esta 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.	51			
	G4-LA6: Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y género.	51			

Desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores	G4-LA7: Trabajadores con alta incidencia o riesgo de contraer enfermedades relacionadas con su ocupación.	52			
	G4-LA8: Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	51			
	CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN				
	G4-LA9: Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría de empleado.	43			
	G4-LA10: Programas de gestión de habilidades y formación continua.	43			
	G4-LA11: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por categoría profesional y por género.	48			
	DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES				
	G4-LA12: Órganos del gobierno corporativo y plantilla por categoría de empleado, desglosado por género, grupo de edad y pertenencia a minorías y otroz	40			
	IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES				
	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.	46			
Productos y servicios innovadores con responsabilidad social	G4- DMA 8	60			
	G4-FS14: Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros para la gente desfavorecidas.	80			
Educación financiera (comunidad, empleados, Socios,etc.)	G4- DMA 9	76			
	G4-FS16: iniciativas para realizar educación financiera por tipo de beneficiario.	76			
Extensión de la sustentabilidad en la cadena de valor	G4- DMA 10	95			
	PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN				
	G4-EC9: Proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en operaciones significativas.	92			
	EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES				
	G4-LA14: Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios de prácticas laborales.	96			GC 4 GC 5 GC 6
	G4-LA15: Impactos negativos significativos actuales y potenciales sobre prácticas laborales en la cadena de valor y medidas adoptadas.	96			

Extensión de la sustentabilidad en la cadena de valor	TRABAJO INFANTIL				
	G4-HR5: Actividades y proveedores identificados como riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir su efectiva abolición.	17			GC 5
	TRABAJO FORZOSO				
	G4-HR6: Operadores y proveedores identificados 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.	96			GC 6
	MEDIDAS DE SEGURIDAD				
	G4-HR7: Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos.	97			
	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.	17			
	EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS				GC1
	G4-HR10: Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios de derechos humanos.	96			GC2
	G4-HR11: Impactos negativos significativos actuales y potenciales sobre derechos humanos en la cadena de valor, y medidas adoptadas.	96			GC4

Extensión de la sustentabilidad en la cadena de valor	EVALUACIÓN DE LA REPERCUSSION SOCIAL DE LOS PROVEEDORES				
	G4-SO9: Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios sobre impacto en la sociedad.	96			
	G4-SO10: Impactos negativos significativos actuales y potenciales sobre la sociedad en la cadena de valor y medidas adoptadas.	95			
	G4-HR2: Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos, incluyendo porcentaje de empleados formados.	44			GC1
	NO DISCRIMINACIÓN				
	G4-HR3: Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas	18			GC2
	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.	17			GC3
	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.	18			GC1



Créditos

Contenidos
Diners Club del Ecuador S.A.
Responsable del Reporte: Augusta Bustamante Ponce,
Gerente de Responsabilidad Corporativa

Coordinación:
José Luis Trávez

Fotografía:
Publipromueve

Impresión:
Imprenta Mariscal

Diseño y Diagramación:
Publipromueve

Edición:
Publipromueve S.A.

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

® Todos los derechos reservados.

Mayor información acerca de Diners Club o del Informe de Responsabilidad Corporativa 2014
DinersClub.com.ec

Diners Club del Ecuador S.A. Área: Responsabilidad Corporativa
Teléfono: 2981-300 ext. 2628 Email: rsocial@dinersclub.com.ec

Amazonas 4272 y Pereira -Edif. Centro de Negocios Diners Club.
Quito-Ecuador



1800 DINERS
346377

DinersClub.com.ec

