



# UNIDOS EN 2020 POR MODO ECUADOR



## XIV Informe de Sustentabilidad

Banco Diners Club del Ecuador

2020

# MODO ECUADOR NUESTRO MODO DE APORTAR

Una iniciativa de responsabilidad social creada por Diners Club, con el objetivo de ayudar al Ecuador a sobreponerse a los acontecimientos que cambiaron el mundo derivados de la pandemia de 2020.

Este compromiso consistió en invitar a todos los ecuatorianos a unirse a la causa de impulsar el consumo de productos locales. Además, se realizaron acciones durante todo el año para apoyar directamente a la producción, la gastronomía, el turismo, la educación (mediante la alianza con Unicef) y los emprendimientos, para que se reinventaran frente a las nuevas condiciones. Por ello capacitamos en el sector gastronómico a más de 1.116 personas de 87 localidades mediante talleres, y 79.560 personas recibieron formación financiera para enfrentar la crisis en 245 eventos de capacitación. Finalmente, apoyamos a nuestros Socios con miles de planes de refinanciación para ayudarlos a enfrentar mejor las dificultades derivadas de la pandemia.

Porque estamos seguros de que todos unidos podemos lograr una gran fuerza que reactive al país.

***Diners Club***

***Unión sin límites***



GRI 102-7

## CIFRAS DINERS CLUB 2020

NÚMERO  
DE SOCIOS:



**729.273**

SOCIOS PRINCIPALES

**379.258**

SOCIOS ADICIONALES

NÚMERO TOTAL DE  
TARJETAHABIENTES



**1'108.531**

ESTABLECIMIENTOS  
AFILIADOS EN ECUADOR



**56.484**

NÚMERO DE  
ESTABLECIMIENTOS  
A NIVEL INTERNACIONAL



**28 MILLONES**

EN MÁS DE 190 PAÍSES

CANTIDAD  
DE COLABORADORES



**1.318**

PERSONAS  
QUE DEPENDEN  
DE LA COMPAÑIA



**3.257**

NÚMERO DE BENEFICIOS  
INVOLUCRADOS EN  
PROGRAMAS SOCIALES



**91.745**

REDUCCIÓN DE CONSUMO  
DE PAPEL



**35 MILLONES**

DE HOJAS

CANTIDAD PAPEL  
RECICLADO



**1.775 Kg.**

MONTO DE CONTRIBUCIÓN  
A PROGRAMAS PARA  
MITIGAR COVID



**3 MILLONES**

DE DÓLARES

NÚMERO  
DE REFINANCIACIONES



**246.101**

OPERACIONES QUE REPRESENTAN  
245.4 MILLONES DE DÓLARES







# ÍNDICE DE CONTENIDOS

XIV Informe de Sustentabilidad Corporativa 2020	5
Materialidad y Estrategia de Responsabilidad Corporativa con los Grupos de Interés	7
Definiendo la materialidad	8
Mensaje del Presidente Ejecutivo	10

## CAPÍTULOS

I. Buen gobierno corporativo	13
II. Generando valor económico para el Ecuador	37
III. Trabajando en Diners Club	51
IV. Junto a nuestros Socios para toda la vida	73
V. Contribuyendo a un mercado formado financieramente	97
VI. Extendiendo la excelencia a la cadena de valor	115
VII. Construyendo futuro con la comunidad	127
VIII. Aportando a la sustentabilidad ambiental	149







## EL XIV INFORME DE SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA 2020 DE DINERS CLUB DEL ECUADOR

El XIV Informe de Sustentabilidad Corporativa 2020 del Banco Diners Club del Ecuador S.A. (en adelante Diners Club o Diners Club del Ecuador) es el décimo tercer documento público de esta índole que emite la Compañía y se elabora anualmente. Al igual que en los anteriores, los objetivos son presentar y transparentar los resultados, las políticas, la estructura, los avances y los desafíos económicos, en relación con nuestros Socios, con nuestros Colaboradores y a nivel medioambiental y social de Diners Club del Ecuador. Se ha elaborado bajo los lineamientos del Pacto Global de las Naciones Unidas, al que estamos adheridos desde hace catorce años. Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción exhaustiva de los estándares GRI. A todo esto, se han sumado los indicadores sectoriales establecidos como mandatorios para el sector financiero por parte de la Superintendencia de Bancos del Ecuador. Estos últimos indicadores se podrán identificar en el texto con las siglas SBS, seguidas por la numeración correspondiente, cuya significación se encuentra en los anexos posteriores.

En cuanto a la definición de materialidad, se presentan los resultados del estudio realizado en 2020 con el apoyo de una consultora externa especializada en este tipo de investigaciones. Esta información nos ha permitido establecer los temas relevantes en sustentabilidad y los desafíos más importantes en torno a nuestros grupos de interés que se nos plantean para el período 2020-2022.

El alcance del informe contempla las operaciones de Diners Club del Ecuador en el territorio nacional para el año 2020 (enero a diciembre). Incorpora cifras de 2019 a efectos de hacerlo comparable, y en algunos casos, por requisito de la Superintendencia de Bancos, de hasta hace cuatro años. El informe incluye las cifras y los 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 con base en los estados financieros auditados al 31 de diciembre de 2020. Cabe mencionar que no existe reexpresión de la información ni cambios significativos con respecto a la definición de aspectos materiales con base en el último informe realizado en 2019.

A nivel de estructura, cada capítulo busca responder a alguno de los aspectos establecidos en el análisis de materialidad. Se realizó una validación interna de los datos y el informe ha sido sometido a la verificación externa de la auditora PriceWaterhouseCoopers, de probada competencia en la materia. El resultado de la revisión limitada realizada ha sido incluido en este informe en la página 161.

Para el Materiality Disclosures Services, GRI Services ha revisado que el índice de contenidos de GRI sea claro, y que las referencias para los contenidos 102-40 a 102-49 correspondan con las secciones indicadas del reporte.

Debido a las circunstancias, se imprimirán 35 ejemplares de este informe y posteriormente lo difundiremos a través de canales digitales a nuestros más de 400.000 Socios Diners Club.

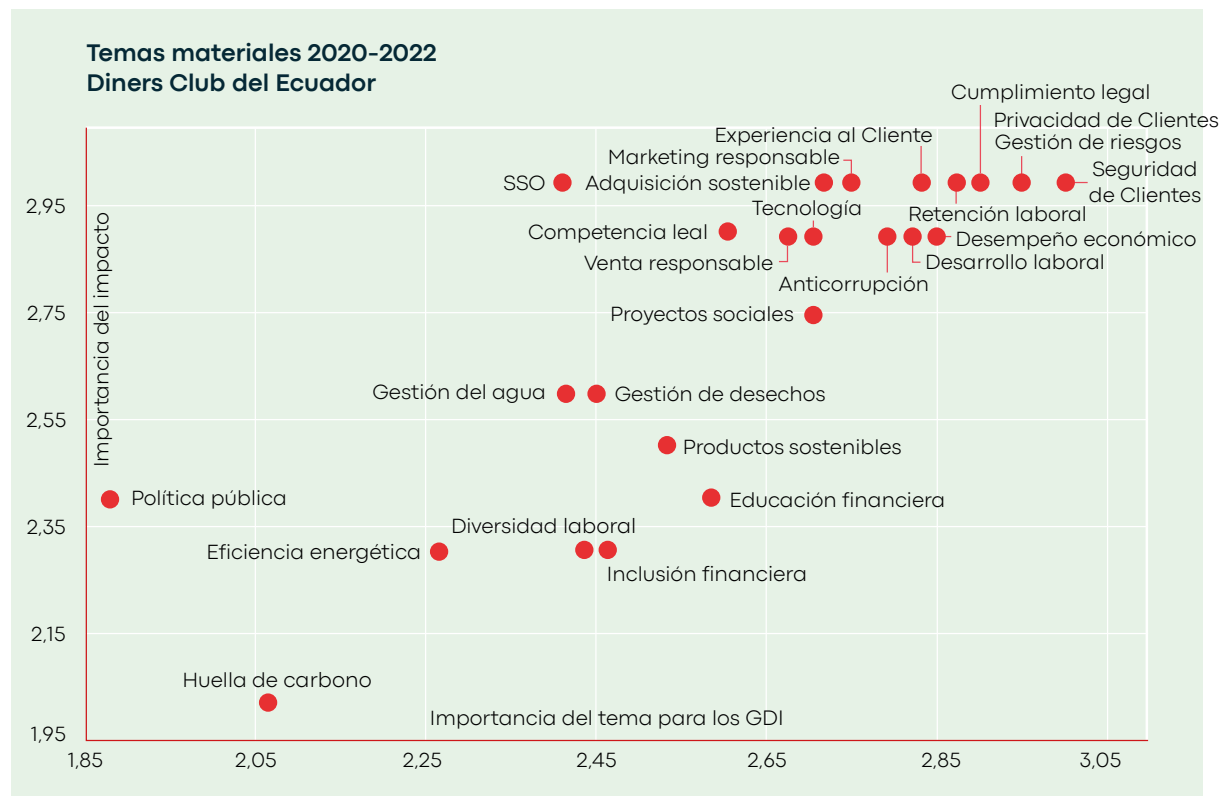
Es nuestro anhelo que este documento sea capaz de dar cuenta, de manera clara y precisa, de nuestra filosofía de transparencia y diálogo con los diferentes grupos de interés con los que nos relacionamos. Estaremos gustosos de recibir cualquier comentario o sugerencia de ustedes, nuestros lectores, para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

## MATERIALIDAD Y ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Se realizó un cuarto ejercicio de definición de aspectos de materialidad, con la finalidad de validar los anteriormente establecidos y actualizar los que se requiera con base en la información aportada por los distintos Grupos de Interés. Los aspectos materiales definidos se proyectarán para el período 2020-2022. Los resultados de este estudio, que se realiza de manera bianual, son compartidos con el equipo gerencial, Presidencia y Directorio para identificar riesgos y oportunidades en la sustentabilidad de la Organización.

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 el 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.
- Revisión:** se validó la información internamente y con líderes de opinión de la sociedad, para tener una retroalimentación imparcial y objetiva.





## DEFINIENDO LA MATERIALIDAD

Para la definición de materialidad se tomaron en cuenta las siguientes fuentes referenciales:

Grupos de Interés	Benchmarking	Conciencia interna	Naciones Unidas
Se realizó un diálogo con Grupos de Interés, Colaboradores, Proveedores, Clientes, representantes de la comunidad	Se analizaron las principales preocupaciones del sector	Se identificaron internamente (área de RSE) los aspectos más relevantes	Diners Club es signataria del Pacto Global desde 2007, de ahí su relevancia

Ámbito de gestión	#	Temas materiales	Estándares temáticos GRI asociados	Contenidos propios	Principio de BR UNEP FI Acuerdo de París & ODS
Gestión económica	1	Desempeño económico	GRI 201 Desempeño económico		ODS 8
	2	Gestión responsable de riesgos		Descripción del modelo y sistema de gestión y administración de riesgos	ODS 8
	3	Prácticas de adquisición sostenibles	GRI 204 Prácticas de adquisición GRI 308 Evaluación ambiental de proveedores GRI 414 Evaluación social de proveedores		ODS 12
	4	Lucha contra la corrupción	GRI 205 Anticorrupción		ODS 16
	5	Lucha contra prácticas anticompetitivas	GRI 206 Competencia desleal		ODS 16
	6	Inversión en programas de la comunidad	GRI 201 Desempeño económico → Contenido 201-1 requerimiento a.ii.	Descripción de los programas de aporte a la Comunidad	ODS 1 - ODS 4
Gestión ambiental	7	Eficiencia energética	GRI 302 Energía		Acuerdo de París ODS 7 - 12 - 13
	8	Gestión de la huella de carbono	GRI 305 Emisiones		Acuerdo de París ODS 13
	9	Gestión responsable del agua	GRI 303 Agua		ODS 12
	10	Gestión de desechos específicos	GRI 306 Residuos y efluentes		ODS 12
	11	Oferta de productos y servicios sostenibles	GRI 301 Materiales	Descripción de productos y servicios que incorporan consideraciones ambientales	Acuerdo de París ODS 7 - 12 - 13
Gestión laboral	12	Capacidad de atracción y retención del talento humano	GRI 401 Empleo		ODS 8
	13	Buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional	GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo		ODS 3 - ODS 8
	14	Formación y desarrollo profesional/personal de los Colaboradores	GRI 404 Formación y enseñanza		ODS 4 - ODS 8
	15	Promoción de la diversidad e inclusión laboral	GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades GRI 406 No discriminación		ODS 5 - ODS 8



Ámbito de gestión	#	Temas materiales	Estándares Temáticos GRI asociados	Contenidos Propios	Principio de BR UNEP FI Acuerdo de París & ODS
Participación en la comunidad y sociedad	16	Educación financiera y generación de capacidades		Descripción de los programas de educación financiera y generación de capacidades	ODS 4
	17	Inclusión y mejora de la accesibilidad financiera		Descripción de las iniciativas de inclusión financiera	ODS 8 - ODS 10
	18	Participación responsable en materia de política pública y contribuciones políticas	GRI 415 Política pública		ODS 16
	19	Enfoque de excelencia en experiencia al Cliente		Descripción e indicadores de excelencia en experiencia al Cliente	
	20	Seguridad de la información y de las transacciones de Clientes	GRI 416 Salud y seguridad de los clientes		
	21	Seguridad de la información y de las transacciones de Clientes	GRI 417 Marketing y etiquetado		
Gestión de Clientes	22	Prácticas comerciales responsables y asesoramiento justo al Cliente		Descripción de las prácticas comerciales y de venta orientadas a un adecuado asesoramiento al Cliente	
	23	Privacidad de la información de Clientes	GRI 418 Privacidad del Cliente		
	24	Oferta innovadora de soluciones al Cliente, basadas en el uso de tecnología de vanguardia		Descripción de la oferta de valor al cliente en términos de productos y servicios digitales	
	25	Cumplimiento legal y normativo	GRI 419 Cumplimiento socioeconómico		ODS 16

## MENSAJE DEL PRESIDENTE EJECUTIVO

GRI 102-14



El año 2020 nos sorprendió con un escenario indudablemente retador debido al COVID-19. La pandemia trajo consigo importantes desafíos para la sustentabilidad de nuestro negocio, así como para la mayor parte del sector financiero y empresarial ecuatoriano. Tras 9 meses de haberse aplicado las medidas sanitarias y de confinamiento, la economía se contrajo en un -9,23%<sup>1</sup> debido a los reajustes en el gasto del gobierno y la desaceleración abrupta del consumo de los hogares que restaron dinamismo a la actividad económica del país. Asimismo, la inflación cerró el año en -0,93 %<sup>2</sup> anual, como resultado de la reducción de la demanda doméstica y de los cambios en los patrones de consumos derivados de la coyuntura.

Nuestros Socios y Clientes también sufrieron los impactos de la crisis sanitaria, la cual no solo afectó a las clases populares, sino a diversos segmentos de la población. El aumento del desempleo (6,6%) junto con el subempleo y el empleo no pleno, suman un total de 56,3% en el Ecuador. Las cifras oficiales no muestran crecimiento en el nivel de morosidad del sistema de bancos entre 2019 y 2020; esto obedece al cambio de normativa realizado, que permitió ampliar el plazo de mora para la calificación de cartera vencida.

La ralentización de la economía nacional también se vio reflejada en un descenso de -44,7%<sup>3</sup> del número de operaciones de crédito de consumo, y -20%<sup>4</sup> anual en la facturación de tarjetas de crédito. En consecuencia, esto significó una caída de -62,1% en las utilidades del sistema de bancos privados entre enero y diciembre 2020.<sup>5</sup>

Pese a las adversidades, y gracias a una respuesta oportuna frente al nuevo panorama, Diners Club del Ecuador mantuvo el liderazgo como banco especializado en consumo, logrando una participación de mercado del 34,9% del total de consumos con tarjetas de crédito.<sup>6</sup> Si bien el riesgo aumentó ligeramente a 4,59% (vs 4,15% en 2019), se conservaron los niveles de solvencia, eficiencia, liquidez y coberturas en rangos adecuados. Además, desde la perspectiva de la colocación de tarjetas, al finalizar 2020, la base de Socios Principales (Diners, Visa, Discover y Mastercard) llegó a 729.273, y la correspondiente a Socios Adicionales a 379.258, creciendo en un 3,6% y 5,3% respectivamente.

A nivel operativo, la Organización se adaptó ágilmente a nuevas modalidades de trabajo no presencial y mixto, sin afectar la eficiencia y la eficacia de la gestión de las áreas. Esto supuso un importante esfuerzo administrativo, tecnológico y de seguridad, debido a la incorporación del teletrabajo, e implicó un salto cualitativo hacia adelante en nuestra conversión progresiva hacia un banco plenamente digital. Se habilitó un funcionamiento seguro a través de VPN perfiladas, lo cual permitió mantener los niveles de seguridad y control establecidos en la Organización, con la misma rigurosidad que en trabajo presencial. Este esquema brindó a la Compañía la fortaleza en controles y herramientas para continuar laborando de

1. Fuente: Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacion>

2. Fuente: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//indice-consumidor>

3. Fuente: Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>. Dato correspondiente al segundo trimestre de 2020.

4. Fuente: Buro Crédito Aval.

5. Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.

6. Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.





manera normal, protegiendo al mismo tiempo la salud de sus ejecutivos y funcionarios, así como cuidando y manteniendo los estándares de servicio para nuestros Socios, comercios, Inversionistas y bancos procesados.

De igual forma, aceleramos nuestra oferta de soluciones de productos y servicios digitales. Es así que este año se desarrollaron 17 iniciativas nuevas por parte de nuestro Centro de Innovación. Cabe mencionar que, impulsadas por las nuevas condiciones, las transacciones en línea también evidenciaron un incremento importante, por lo que la facturación a través de botones de pago creció al pasar de 534 a 4.260 comercios activos en esta modalidad.

En términos de la atención a las necesidades de alivio financiero para nuestros Socios en el contexto de la pandemia, se diseñaron soluciones de refinanciamiento que les permitieron afrontar las dificultades. Es así como, desde marzo hasta noviembre de 2020, tiempo de vigencia de la Ley de Apoyo Humanitario, se procesaron un total de 246.101 operaciones de diferimiento extraordinario de obligaciones crediticias, que a la fecha han significado USD 245,4 millones en diferimiento de exigibles y USD 1.468 millones en riesgos totales.

La solidaridad y el apoyo a la comunidad, así como un modelo de gestión sustentable, fueron más necesarios que nunca. Por ello, realizamos una contribución de 3 millones de dólares al fideicomiso Sumar Juntos, con el objetivo de proveer de insumos médicos al sistema sanitario público. Además, ampliamos la cobertura de los programas de educación financiera y emprendimientos (principalmente con la modalidad on-line), beneficiando a 77.169 personas y robusteciendo los contenidos, metodologías y herramientas orientadas a brindar apoyo para la salud financiera en el marco de la crisis. Adicionalmente, lanzamos la campaña Modo Ecuador para concientizar sobre la importancia de consumir localmente para apoyar a la reactivación económica, bajo el lema "Unión sin límites".

Por otra parte, reafirmamos nuestro compromiso con la continuidad de la educación de

niños y adolescentes en los sectores rurales a través de la alianza Dinero Club-Unicef. En ese sentido, el proyecto Edupasión hizo posible aportar a la difusión de programas de televisión y radio, así como la capacitación de maestros y padres, permitiendo que esta iniciativa llegue a 91.745 niños, niñas, jóvenes y adultos. En cuanto a nuestro aporte al arte y la cultura, continuamos contribuyendo al Teatro Nacional Sucre, a la Sociedad Filarmónica Casa de la Música y logramos transformar la Artisteca a un formato digital, beneficiando a más de 15 mil personas. Desde la perspectiva de la eco-eficiencia, este año logramos reducir el consumo de 35 millones de hojas impresas.

Fieles a nuestra esencia, trabajamos muy de cerca con el sector gastronómico. Junto con nuestra red comercial, se llevaron a cabo capacitaciones a más de 1.116 personas de 87 localidades, y en el segundo semestre del año se lanzó la serie de televisión Secretos de familia, una producción 100% ecuatoriana, con 18 capítulos, que buscó rescatar la cultura gastronómica de nuestro país.

Todos estos resultados fueron posibles gracias al esfuerzo y talento de nuestro sólido equipo de Colaboradores y, especialmente, gracias a la fidelidad de nuestros Clientes. Asimismo, la confianza de la red comercial de establecimientos afiliados, que comparten con nosotros la filosofía de ofrecer experiencias excepcionales, fue un factor clave para sortear exitosamente las dificultades de un año tan inusual.

Finalmente, si bien se espera una moderada mejoría en 2021, Dinero Club del Ecuador se mantendrá vigilante y con un espíritu decidido para garantizar la excelencia de su operación y poder ofrecer una experiencia superior para sus Clientes, a través de una robusta oferta de valor y un modelo de banca digital humanizada. Priorizaremos iniciativas sustentables y de innovación que faciliten la vida de nuestros Clientes cada día y de por vida, y que adicionalmente aporten a nuestro país, a nuestras comunidades y a nuestro entorno.

**Ing. Pablo Salazar**  
Presidente Ejecutivo



---

# *BUEN GOBIERNO CORPORATIVO*

# A. La Organización

GRI 102-4 / GRI 102-12 /  
GRI 102-13 / GRI 102-16

## TIPO DE ORGANIZACIÓN

DINERS CLUB DEL ECUADOR es un banco que opera en el territorio ecuatoriano y cuenta con las franquicias de Diners Club Internacional, Visa y Discover. Su estructura es 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

- Coherencia.
- Responsabilidad.
- Trascendencia.
- Esfuerzo.

## OBJETIVOS EMPRESARIALES 2020

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

## ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECE

- CERES: Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social.
- Adherida a:
  - Pacto Global de Naciones Unidas
  - Principios de Banca Responsable

## ACCIONISTAS:

146 accionistas.

## PREMIOS:

Empresa Ejemplar 2020, reconocimiento otorgado por Cemefi y Forum Empresa  
Mejores Prácticas por su programa de Educación Financiera - distinción del Cemefi



## B. GOBIERNO CORPORATIVO

### GRI 102-4

Banco Diners Club del Ecuador S. A. (Diners Club) es una organización constituida como Sociedad Anónima en la República del Ecuador. Es emisora y adquirente para el territorio ecuatoriano de las tarjetas Diners Club y Discover bajo la franquicia otorgada por Diners Club Internacional y, a partir del mes de octubre de 2016, las tarjetas Visa Titanium, bajo la franquicia de Visa 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.

### GRI 102-5

Su composición accionaria es en un 99,95% propiedad privada (personas naturales o jurídicas privadas).

### SBS A.1.1.

## B.1 ESTRUCTURA DEL CAPITAL Y ACCIONISTAS

Diners Club cuenta con 146 accionistas al 31 de diciembre de 2020. Se mantiene el mismo número de Accionistas que el año anterior.

Composición del capital

Año	Personas naturales	Personas jurídicas	Total Accionistas
2017	102	32	134
2018	102	32	138
2019	113	33	146
2020	113	33	146





**SBS A.1.2****Distribución del capital de los Accionistas**

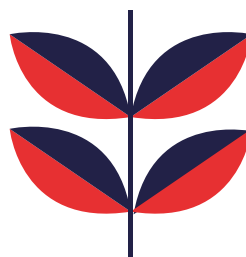
Rango US\$	No. Accionistas
0 – 1000	11
1001 – 5000	22
5001 – 10000	20
10001 – 50000	46
50001 – 100000	10
100001 – Adelante	37
Total	146

**SBS A.1.3****Calificación de los Accionistas  
por tiempo de permanencia**

Rango de permanencia de Accionistas	No. de Accionistas 2020
Menos de 1 año	3
Más de 1 hasta 3 años	22
Más de 3 hasta 5 años	7
Más de 5 años	114
Total	146

**B.2 ESTRUCTURA  
ORGANIZACIONAL****Junta de Accionistas  
y Directorio**

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



### Número de Juntas de Accionistas, gastos y asistencia

Fecha de Junta	17/03/2020
Tipo	Ordinaria
Porcentaje del capital presente en la Junta	96,62%
Registraron su voto	28
Número total de Accionistas a la fecha de celebración de la Junta	146
Total de gastos aproximados	896,00
Gasto por accionista	35,25
Porcentaje de asistencia	96,62%
Número de votos con los que fueron elegidos los Directores	2'125.748

### GRI 102-19 / GRI 102-22 / GRI 102-23 / GRI 102-24 / GRI 405-1 / SBS A.1.4 / SBS B.1.2

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 Banco Diners Club del Ecuador. Según el estatuto social del Banco, el Presidente de la Compañía, que hace las veces de Presidente del Directorio y los miembros del Directorio, que son cuatro principales y cinco suplentes son elegidos cada dos años. Todos los integrantes del Directorio son de sexo masculino. El Directorio de la Compañía es el responsable de aprobar las políticas.

La mayoría de los miembros del Directorio (principales y suplentes) cuentan con estudios superiores o experiencia en Administración, Finanzas y Leyes. El Presidente de la Compañía lidera las sesiones de la Junta General de Accionistas y del Directorio. Todos son de género masculino, 3 de ellos se encuentran entre 30 y 50 años, y 4 son mayores de 50 años.

### Composición del Directorio

Nombre	Función
Rodrigo Sánchez	Presidente
Diego Ortiz	Director Principal
José Hidalgo	Director Principal
Juan Gabriel Reyes	Director Principal
Alfonso López	Director Principal
Abel Castillo	Director Suplente
Paul Arias	Director Suplente

El Presidente de la Compañía tiene a su cargo las sesiones de la Junta General de Accionistas y del Directorio.

### GRI 102-28

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 el Estatuto Social de la Compañía. Existe una retribución económica por sesión para los integrantes del máximo órgano del Gobierno, conocida como dieta a directores, la cual es aprobada por la Junta General de Accionistas. El Directorio es evaluado de manera semestral de acuerdo al reglamento establecido para este efecto.

La transparencia, la objetividad y el compromiso rigen la conducta de los miembros del Directorio, tanto en la asignación como en la administración de recursos. Se busca así 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.

**GRI 102-26**

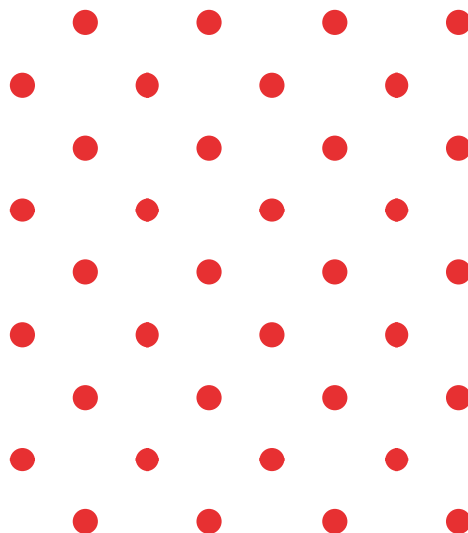
Son parte de las funciones del Directorio las de aprobar la definición de la Visión, Misión, Estrategia, Políticas, Objetivos Estratégicos, designar a sus representantes en los comités regulatorios, así como velar por la marcha financiera, social y ambiental de la organización.

**GRI 102-29 / GRI 102-30 / GRI 102-31**

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

**GRI 102-18****Comités del Directorio**

Existen actualmente once comités integrados por miembros del Directorio y ejecutivos de la Compañía, según corresponde. Los integrantes de los Comités son seleccionados considerando el conocimiento que tienen sobre el tema, las funciones específicas en sus áreas y la búsqueda de ampliar la mayor cantidad de perspectivas mediante un trabajo inter-área que garantice las mejores decisiones en cada uno de ellos.



**SBS B.2.1/SBS B.2.2/SBS B.2.3/SBS B.2.4/SBS B.2.5/SBS B.2.6**

Comité	Función	No. Comités 2020	No. asistentes x 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	3 con voz y voto, y 5 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	5 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	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.	13	7 con voz y voto, y 3 invitados con voz
Comité de Ética	El Comité de Ética depende de la Presidencia de la Organización y se reúne en caso de existir denuncias de eventos fuera del Código de Ética. En este año no se ha reportado ningún evento de este tipo.	4	6 con voz y voto, y 2 invitado con voz.
Comité de Gobierno Corporativo	El Comité de Gobierno Corporativo es el encargado de supervisar la efectiva aplicación de las normas de Buen Gobierno Corporativo que rigen la Institución, incluidas en este Código y en la normativa interna y externa vigentes. Como parte de esta responsabilidad, propondrá las medidas de mejora que procedan y la actualización del referido Código cuando así corresponda.	1	8 con voz y voto
Comité de Tecnología	Planificar, coordinar y supervisar las actividades de Tecnología, es decir, tomar conocimiento y aprobar los planes estratégicos, tácticos, planificaciones de proyectos, metodologías, estándares, procedimientos y demás documentación de gobierno y operación del área de Tecnología.	3	5 miembros con voz y voto
Comité de Seguridad de la Información	Planificar, coordinar y supervisar el sistema de gestión de seguridad de la información.	4	9 miembros con voz y voto
Comité de Continuidad del Negocio	Monitorear la implementación del plan y asegurar el alineamiento de este con la metodología. Proponer cambios, actualizaciones y mejoras al plan. Dar seguimiento a las potenciales amenazas que pudieran derivar en una interrupción de la continuidad de las operaciones y coordinar las acciones preventivas, entre otras.	4	9 miembros con voz y voto y 1 con voz
Comité de Sustentabilidad	Creado en octubre de 2020, con la finalidad de realizar un seguimiento y orientación estratégica para implementar la política de sustentabilidad y los principios de la Banca Responsable	1	8 miembros con voz y voto
Comité de Calificación de Activos de Riesgos	Efectuar un seguimiento permanente de los activos de riesgo, con cuyos resultados se determinará el nivel de provisiones requerido para protegerlos adecuadamente frente a eventuales pérdidas por incobrabilidad o pérdidas de valor.	4	4 miembros con voz y voto

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.

**SBS B.3.1/SBS B.3.2 /GRI 102-27**

Durante el año 2020 los miembros del Directorio participaron en las siguientes capacitaciones.

Año	Descripción	Participantes	Porcentaje
2020	Programa de Prevención de Lavado de Activos	7	100%

**SBS C.1.1/SBS C.1.2**

Durante el año 2020, el Directorio se reunió en 13 ocasiones, una cada mes. Además hubo un Directorio extraordinario en el mes de marzo que abordó el impacto como consecuencia de la emergencia sanitaria así como la donación humanitaria, con el fin de generar mecanismos de apoyo para enfrentar la situación. Durante 2020, no existieron casos reportados por el Comité de Ética al Directorio.

**GRI 102-35**

En cuanto a la definición del sistema de remuneraciones y compensaciones, este

ha sido fijado 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. Cabe mencionar que los asistentes no cuentan con una remuneración variable y tampoco con un plan de jubilación o indemnizaciones por despido

**SBS B.1.2/SBS C.1.1/SBS C.1.2/SBS C.2.1/SBS C.2.2****Sesiones, asistentes y gastos del Directorio de Banco Diners Club del Ecuador S.A. 2020**

Fecha de Directorio	No. de miembros que asistieron	Gasto causado por los miembros del Directorio
Sesión 15 de enero	4	\$ 4.000,00
Sesión 19 de febrero	4	\$ 4.000,00
Sesión 11 de marzo	4	\$ 4.000,00
Sesión 31 de marzo	3	\$ 3.000,00
Sesión 17 de abril	3	\$ 3.000,00
Sesión 19 de mayo	3	\$ 3.000,00
Sesión 17 de junio	3	\$ 3.000,00
Sesión 15 de julio	3	\$ 3.000,00
Sesión 26 de agosto	3	\$ 3.000,00
Sesión 16 de septiembre	3	\$ 3.000,00
Sesión 14 de octubre	3	\$ 3.000,00
Sesión 18 de noviembre	3	\$ 3.000,00
Sesión 16 de diciembre	3	\$ 3.000,00





Adicionalmente el Directorio cuenta con 3 asesores, quienes participan activamente en las sesiones, así como en la implementación de las resoluciones tomadas.

#### GRI 102-21 / GRI 102-33

Existen varias maneras para poner en conocimiento del Directorio las inquietudes de los diferentes Grupos de Interés, entre las cuales podemos mencionar:

**Accionistas:** En las Juntas Generales Ordinarias o Extraordinarias de Accionistas, ellos pueden expresar sus inquietudes o consultas sobre la marcha de la Organización, así como también se mantiene un canal de comunicación abierto con el Área Legal, en el cual sus dudas son permanentemente atendidas. Sus principales inquietudes se refieren a los rendimientos y utilidades.

**Cientes Socios e Inversionistas:** Se cuenta con la Web institucional, me-

dante la cual se 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, se cuenta 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: la encuesta de clima laboral y el 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.

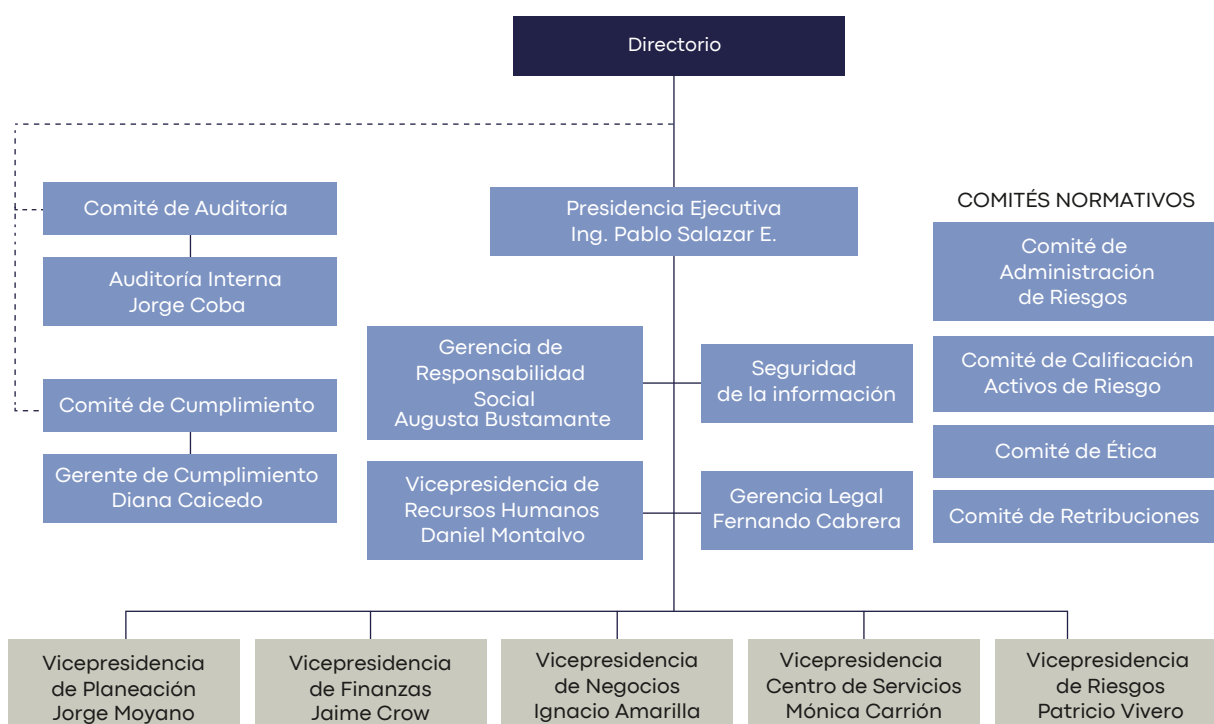


GRI 102-19 / GRI 102-20 / GRI 102-33/ SBS D.1

## B.3. ORGANIGRAMA Y PRINCIPALES EJECUTIVOS

Los cargos directivos y las Vicepresidencias son nombradas 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 Vicepresidencias 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. Esto, combinado con las reuniones semanales de área, garantiza un permanente flujo de información, inquietudes o preocupaciones hacia los órganos de gobierno.

Cargo	Nombre
Presidente Ejecutivo	Pablo Salazar
Vicepresidencia de Planeación	Jorge Moyano
Vicepresidencia del Centro de Servicios	Mónica Carrión
Vicepresidencia de Negocios	Ignacio Amarilla
Vicepresidencia de Recursos Humanos	Daniel Montalvo
Vicepresidencia de Finanzas	Jaime Crow
Vicepresidencia de Riesgos	Patricio Vivero
Gerente de Responsabilidad Social	Augusta Bustamante
Auditor General	Jorge Coba
Gerente de Cumplimiento	Diana Caicedo







#### **GRI 102-10**

Durante el 2020 no se realizó ningún cambio significativo en la estructura, tamaño o propiedad accionaria en la Organización.

#### **SBS D.1.1/ SBS D.1.2/ SBS D.1.3/ SBS D.1.4**

El tiempo de permanencia del equipo ejecutivo, en promedio, es de 9 años. Está conformado por un 20% de personal femenino y un 80% de personal masculino. Todos cuentan con formación superior y un 80% del equipo tiene estudios de postgrado.

El 4,74% del gasto de personal anual corresponde a las remuneraciones invertidas en el equipo ejecutivo por la entidad en el año 2020.

#### **GRI 102-17**

Como parte de nuestro modelo de Gobierno Corporativo, se ha venido trabajando a fin de implementar varias mejoras en los procesos internos de la Organización que permitan ejecutar las disposiciones del estatuto social del banco y de otras disposiciones. El Código de Gobierno Corporativo ha sido revisado, con el fin actualizarlo a la realidad actual de la Organización y para que permita garantizar un marco eficaz en las relaciones de propiedad y gestión, transparencia y rendición de cuentas.

#### **GRI 102-16**

Todos estos códigos y normativas han sido conocidos por Vicepresidencias, Presidencia, Área Legal, Contraloría, Gerencia de Responsabilidad Social, y fueron aprobados por el Directorio de la Organización.

#### **GRI 102-32**

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.



GRI 103-2 (205, 406, 408, 409, 412, 415) / GRI 103-3 (201, 205, 406, 409, 412, 415)

## B.4 LINEAMIENTOS INTERNOS DE CONDUCTA

### Código de Ética

Expresa los principios de conducta, comportamiento 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 adecuado y transparente gobierno corporativo. Existen normativas que soportan y controlan el cumplimiento del Código de Ética, entre otras: Política del Comité de Ética, Reglamento del canal de confianza, Política para normar relaciones comerciales, Código de Conducta, Reglamento Interno, Comité de compras y Política de Proveedores, y Reglamento de aprobación de gastos de atención para Clientes y Proveedores.

Con un enfoque *Top Down*, los Accionistas, Directores y los principales Ejecutivos, promueven la práctica y aplicación del Código de Ética y de los controles de monitoreo, preventivos y detectivos correspondientes, entre otros a través de:

1. El cumplimiento, difusión y alineamiento estratégico de la normativa interna, flujos, gestión de riesgos y ambiente de control interno que rige las transacciones y operaciones del Grupo Financiero.
2. Gobierno: 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; dicho procedi-



miento es permanente y se lo aplica también 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 antiéticas, para posibilitar la toma de acciones correctivas de manera oportuna.
  - Reportar en dicho 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 que conocer los informes del Auditor General relacionados con el Código de Ética y su cumplimiento.
  - Conocer y tomar acciones sobre los reportes efectuados al Canal de Confianza.
  - Promover la cultura y el comportamiento ético en toda la Organización.
3. El Canal de Confianza, como una base para el cumplimiento ético, es administrado por una empresa independiente del Banco, sus Accionistas, Clientes y Colaboradores. Dispone de un reglamento para su normal funcionamiento. La Organización ha puesto a disposición de sus Colaboradores esta línea administrada por una entidad independiente, quien recibe de sus Colaboradores, de forma anónima, objetiva y confidencial reportes sobre eventos que se aparten del Código de Ética. Con base en dichos reportes, se remiten informes para seguimiento y análisis por parte del Auditor Interno y del Comité de Ética, según los casos aplicables.

4. El Auditor General - Auditoría Interna, dentro de su plan anual debidamente aprobado por el Directorio y Superintendencia, efectúa la revisión de los procesos y controles clave del negocio, tanto de la primera como de la segunda línea de defensa, su estrategia, sistemas, seguridad de la información, proveedores críticos, estados financieros, gestión integral de riesgos, ambiente de control, gobierno corporativo; en dichas revisiones también enfoca sus esfuerzos hacia la detección y prevención de fraude y cumplimiento ético, normativo y legal.

A propósito de este punto, se realizó una actualización del Código de Ética y se difundió su contenido a todos los colaboradores de la Organización. Se realizó una evaluación como estrategia de comprensión del contenido, la misma que fue desarrollada por 1.136 Colaboradores.

#### SBS C.1.3.

Durante el año 2020, Auditoría Interna no ha recibido directamente de los Colaboradores reporte alguno sobre actos fuera del Código de Ética ni ha identificado aspectos relacionados durante sus revisiones; razón por la cual, de acuerdo con lo establecido en la Política y el reglamento correspondientes, no existieron aspectos significativos que deban ser reportados al Comité de Ética.

**GRI 102-17 / GRI 102-34 / GRI 205:103-3 / GRI 406:103-3 / GRI 409:103-3 / GRI 412:103-3 GRI 406-1**

#### Canal de Confianza

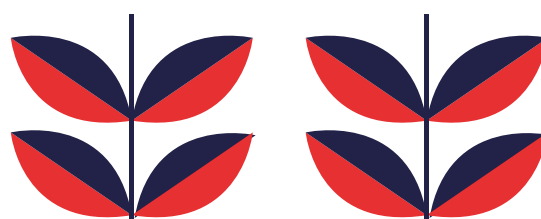
Durante el año 2020 se continuó con la operación del Canal de Confianza para el personal de la Organización, el cual tiene el objetivo de receptor, de forma independiente y confidencial, reportes

de los Colaboradores sobre quejas o denuncias con respecto a actos que transgredan el cumplimiento del Código de Ética. Mediante este canal se presentaron 29 reportes que fueron calificados de riesgo bajo, por ser aspectos menores de carácter informativo por la Pandemia y/o administrativo, y no tuvieron que ver con incumplimientos al Código de Ética ni a los principios de conducta. Tampoco se presentaron casos de corrupción, fraude, discriminación, acoso, abuso del poder ni ningún otro aspecto de incumplimiento ético.

**GC 1/GC 2/GC 4/GC 5**  
**GRI 405:103-2 / GRI 405:103-3 / GRI 406:103-2 /**  
**GRI 406:103-3 / GRI 408-1/ GRI 409:103-2 / GRI**  
**409:103-3 / GRI 412:103-2 / GRI 412:103-3**

**Derechos Humanos:** La Organización mantiene como política el respeto a los Derechos Humanos consagrados en el Código de Ética. No acepta ninguna manera de trabajo forzado, física y/o psíquicamente, como consecuencia de sus labores, ni mano de obra infantil de acuerdo con lo establecido en el Código del Trabajo. Su modelo de gestión protege el respeto de aspectos como la igualdad y la diversidad. Esta política se extiende a nuestra cadena de Proveedores

Desde 2007, Diners Club asume su compromiso con la transparencia, el combate a la corrupción y por preservar el cumplimiento de los derechos humanos y sociales, al ser ratificada como la primera entidad financiera del país adherida al Pacto Global de las Naciones Unidas (*UNGlobal Compact*). Con este informe, se envía el décimo cuarto reporte de comunicación de progreso al Pacto Global. Se mantiene una evaluación permanente en cuanto a esta te-





mática en todas las operaciones de la Organización. Y fuimos uno de los cinco impulsores de la creación de la red local del Pacto Global en Ecuador.

#### GC 10

GRI 205:103-1 / GRI 205:103-2 / GRI 205:103-3 /  
GRI 205-1 / GRI 205-2 / GRI 205-3 / GRI 102-25

**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.

En 2020 se realizó un diagnóstico de la situación actual y el nivel de madurez de la Función de Cumplimiento sobre la base de las mejores prácticas y tendencias internacionales en materia de anticorrupción, a través de una evaluación in-

dependiente realizada por la consultora Ernst & Young. Se identificó que la Institución posee varios elementos de un programa estándar; sin embargo, se visionó la necesidad de implementar un programa integral. En este sentido, se creó la Unidad Antisoborno & Anticorrupción bajo el área de Cumplimiento Integral, la misma que se encuentra implementando un Sistema de Gestión ABAC (Anti-Bribery & Anti-Corruption) alineado con el estándar internacional ISO 37001.

Por otra parte, complementando las medidas anticorrupción, la institución ha implementado políticas, procesos y controles basadas en las recomendaciones del Grupo de Acción Financiera de Latinoamérica GAFILAT y 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 este tipo de actividades delictivas, documento que proporciona un marco sólido de actuación aplicable para todas las relaciones comerciales, productos y procesos de la institución.

Estas medidas son aplicadas a todos los procesos de la Organización. En el año 2020 no se evidenciaron casos de corrupción. Debido a los controles y procedi-



mientos establecidos, las novedades con respecto a conflictos de interés deben ser expuestas en Comités, Directorio y Junta de Accionistas con la intención de analizar su complejidad, comunicar y buscar soluciones y transparentar la gestión.

Tanto el Código de Ética y el Reglamento Interno de Trabajo como el Manual de prevención de lavado de activos, y financiamiento de delitos como el terrorismo, 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, y financiamiento de delitos como el terrorismo, también han sido incluidos en el proceso de inducción de los nuevos Colaboradores.

### GC 3

**Libertad de asociación:** Se permite a todos los empleados y funcionarios crear o entrar a formar parte de asociaciones pacíficas y legales. En Diners Club existe la Asociación de Empleados.

### GRI 415-1 / GRI 415:103-2 / GRI 415:103-3

**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, religiosa o económica a nombre de Diners Club sin previa autorización.

La totalidad del personal, cuya caracterización de categoría y región se encuentra en las páginas 52 y 54 respectivamente, es capacitado anualmente con el fin de prevenir el lavado de acti-

vos y la financiación de delitos como el terrorismo. En 2020 se realizó una evaluación de comprensión y refuerzo de conocimiento a 1.203 Colaboradores y talleres focalizados a 253 de ellos.

## B. 5 ADECUADO MANEJO DE LOS CONFLICTOS:

### GRI 102-11 / GRI 102-15 / GRI 102-29/ GRI 102-30

### El Riesgo y las Decisiones.

Una singular combinación de eventos y situaciones puso en condición de alta vulnerabilidad la seguridad y eficiencia de las organizaciones dedicadas a las labores y actividades de intermediación financiera, en los primeros años de este siglo. La falta de identificación de las situaciones de riesgo, de adopción oportuna de acciones correctivas y de implementación de políticas que permitieran la previsión, fueron las razones para la grave crisis vivida en esta industria. El reconocimiento de la existencia real del riesgo financiero en todas las acciones y decisiones de las tareas de intermediación y la obligatoriedad de su consideración, incentivan el desarrollo y aplicación de metodologías de tipo cuantitativo y cualitativo. Con ello podemos acercarnos al conocimiento cada vez mayor del comportamiento de las variables propias de la actividad financiera, teniendo siempre como objetivo situarnos en una condición equilibrada entre la generación de rentabilidad y la exposición a los efectos de peligros no identificados o no controlados.

El análisis teórico respecto a las decisiones reconoce tres situaciones bien



definidas a este respecto denominadas certeza, riesgo e incertidumbre. La condición ideal para la toma de decisiones seguras es indudablemente el estado de certeza, entendiéndose por tal aquel en el que se elige o decide conociendo de antemano el resultado de la elección. La situación de riesgo corresponde a aquella que se produce cuando la alternativa evaluada lleva a dos o más resultados, para cada una de los cuales se puede conocer su distribución de probabilidad. De esta manera, el riesgo viene siendo la medida cuantitativa de la probabilidad de ocurrencia de un resultado, siempre y cuando ésta pueda ser calculada. La incertidumbre corresponde a la situación en la que confluyen varias alternativas, cada una de las cuales tiene dos o más resultados posibles para los que no se pueden calcular probabilidades. Esta situación no es objetiva ni cuantificable, por lo que no permite decisiones de riesgo calculado con las que actúan las instituciones financieras.

La medición probabilística de las alternativas de una situación de riesgo se logran de forma *a priori* cuando se puede cuantificar con exactitud la probabilidad de un resultado sin sustentarse en experiencias pasadas. Las deducciones se hacen con base en principios asumidos de las características del evento conocido de antemano, y *a posteriori* en la mayoría de los casos, recurriendo a información histórica o mediciones empíricas. Se asume así que los comportamientos de dichos eventos son típicos y que continuarán así en el futuro, mostrando la estabilidad e independencia que garantizan una distribución aleatoria adecuada para una buena estimación. En las alternativas que presentan

las diversas situaciones de riesgo, se determinan sus probabilidades de ocurrencia y para complementar los elementos de juicio se aplican los conceptos y herramientas estadísticas del valor esperado o esperanza matemática, la varianza y el coeficiente de variación.

El Banco Diners Club del Ecuador S.A. ha tenido siempre presente la necesidad de investigar y evidenciar permanentemente todos los factores de riesgo que se presentan en el quehacer financiero, tanto en el país como en el exterior. En los lugares en donde interactúa, mantiene en su esquema organizacional una Unidad de Riesgos totalmente independiente de las labores de medición y control, no teniendo competencia directa en la toma de decisiones. Tiene como su responsabilidad básica el desarrollo de herramientas y procesos que permiten el análisis, gestión, control y monitoreo de los límites institucionales de riesgo definidos por el Directorio, con el asesoramiento y asistencia del Comité Integral de Riesgos, fijando siempre la mitigación del riesgo institucional y su alineamiento con las normativas internacionales vigentes, para garantizar la sostenibilidad del negocio en el largo plazo.

Las responsabilidades de la Administración de Riesgos están expresadas en la estructura piramidal de la Organización, situándose en la parte más alta de las instancias de control que gobiernan la actividad crediticia y financiera, siguiendo luego en los organismos internos de administración como el Directorio y el Comité de Riesgos, y finalmente las áreas gestoras del riesgo.

Los aspectos relevantes del riesgo identificados que permanentemente se es-





tudian analizan, miden, controlan y supervisan por la Unidad de Riesgos y que son motivo de la elaboración y vigencia de políticas, planes, normativas, reglamentos, manuales y otros instrumentos, cuya adhesión y cumplimiento son obligatorios y están siempre evaluándose, se refieren al Riesgo del Crédito, Riesgo de Liquidez, Riesgo de Mercado y Riesgo Operativo.

El Riesgo del Crédito se relaciona con la razón de ser de la institución, que es la concesión de crédito en sus diferentes formas operativas y se refiere a la posibilidad de que un prestatario no cumpla con una parte o la totalidad de su obligación contraída. El Banco identifica este riesgo como el de mayor impacto y, para su control, comienza estableciendo límites con base a la probabilidad de incumplimiento del portafolio, evaluando su materialización potencial y la dirección que va tomando el riesgo.

La posibilidad o contingencia de que el Banco incurra en pérdidas por la venta o enajenación de activos para cubrir sus compromisos financieros en un entorno de limitaciones de disponibilidad de efectivo nacional, corresponde al Riesgo de Liquidez. Se mide este riesgo desde la volatilidad máxima del pasivo con costo, mitigando su materialización con la disponibilidad de fondos contingentes con suficiencia garantizada, aun en escenarios de máximo requerimiento que pue-

dan originarse por factores ajenos a su control y/o surgidos de las fluctuaciones propias del entorno de las operaciones.

El posible cambio de valor de los instrumentos financieros por las variaciones de las tasas de interés, equivalencias monetarias y márgenes o spreads de crédito se considera como Riesgo de Mercado. Para la gestión de este riesgo, se han definido y adoptado herramientas que permiten control de la exposición potencial por la venta anticipada o forzosa de activos con descuentos inusuales, manteniendo en niveles razonables su concentración y alcanzando una adecuada estructura en la administración de activos y pasivos.

Por último, está el Riesgo Operativo, que se origina en los procesos de operación, fallos en los sistemas propios y acontecimientos externos que puedan generar potenciales pérdidas financieras o el deterioro de la reputación y prestigio institucional. El Riesgo Operativo es inherente a todas las actividades, productos, sistemas y procesos sujetos a fraudes internos y externos, fallos tecnológicos, prácticas comerciales desleales, desastres naturales e incumplimiento de terceros. Para su control se aplican políticas, procedimientos, metodologías y herramientas que permiten evaluar, monitorear, mitigar o anular esta exposición, generando entre el personal una creciente cultura de riesgo.

## Principales riesgos y medidas de mitigación

Eventos de riesgo	Medidas de mitigación
Fraude interno	Política de Seguridad de Información y sus Reglamentos
	Campañas de concientización al personal de manejo de la información confidencial y restringida
	Clasificación organizacional de la información
	Evaluación integral al tratamiento de información crítica
	Capacitación en Código de Ética
Fraude externo	Herramientas tecnológicas de seguridad de información: Suite antivirus, Data Loss Prevention, Control de periféricos.
	Evaluación del desempeño del Sistema de Gestión de Seguridad de Información
	Procedimiento de gestión de incidentes de Seguridad de Información
	Aplicación de Estándar de Seguridad de Datos (Payment Card Industry)
Prácticas de empleo y seguridad del ambiente de trabajo	Reglamento Interno de Trabajo
	Manual de emergencia
	Reglamento para simulacro y evacuación
	Procedimiento en caso de pandemias - epidemias
Prácticas relacionadas con los Clientes, los productos y el negocio	Políticas de aprobación de tarjetas personales y corporativas
	Política de crédito comercial y productivo
	Gestión de cobranza
	Implementación de modelos matemáticos para monitorear el riesgo de crédito
	Manual de Control Interno de Prevención de Lavado de Activos
	Aplicación de políticas Conozca a su Cliente, Colaborador, Accionista y Proveedor
	Reglamento de uso de marcas Diners Club, TITANIUM Visa y Discover
	Código de Buen Gobierno Corporativo Diners Club
	Aplicación de los términos establecidos por la Franquicia
Daños a los activos físicos	Política de Seguridad y Protección de Instalaciones
	Contratación de Pólizas de Seguros
Interrupción del negocio y fallas en los sistemas	Plan de Continuidad del Negocio
	Planes de contingencia de sistemas Core
	Planes de recuperación de áreas críticas
	Pruebas operativas y tecnológicas
Deficiencias en la ejecución de procesos, en el procesamiento de operaciones y en las relaciones con Proveedores y otros externos	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
	Recepción y seguimiento centralizado de la comunicación de los organismos de control
	Estrategia de Responsabilidad Social y Código de Comunicaciones Responsables

## GRI 205-1

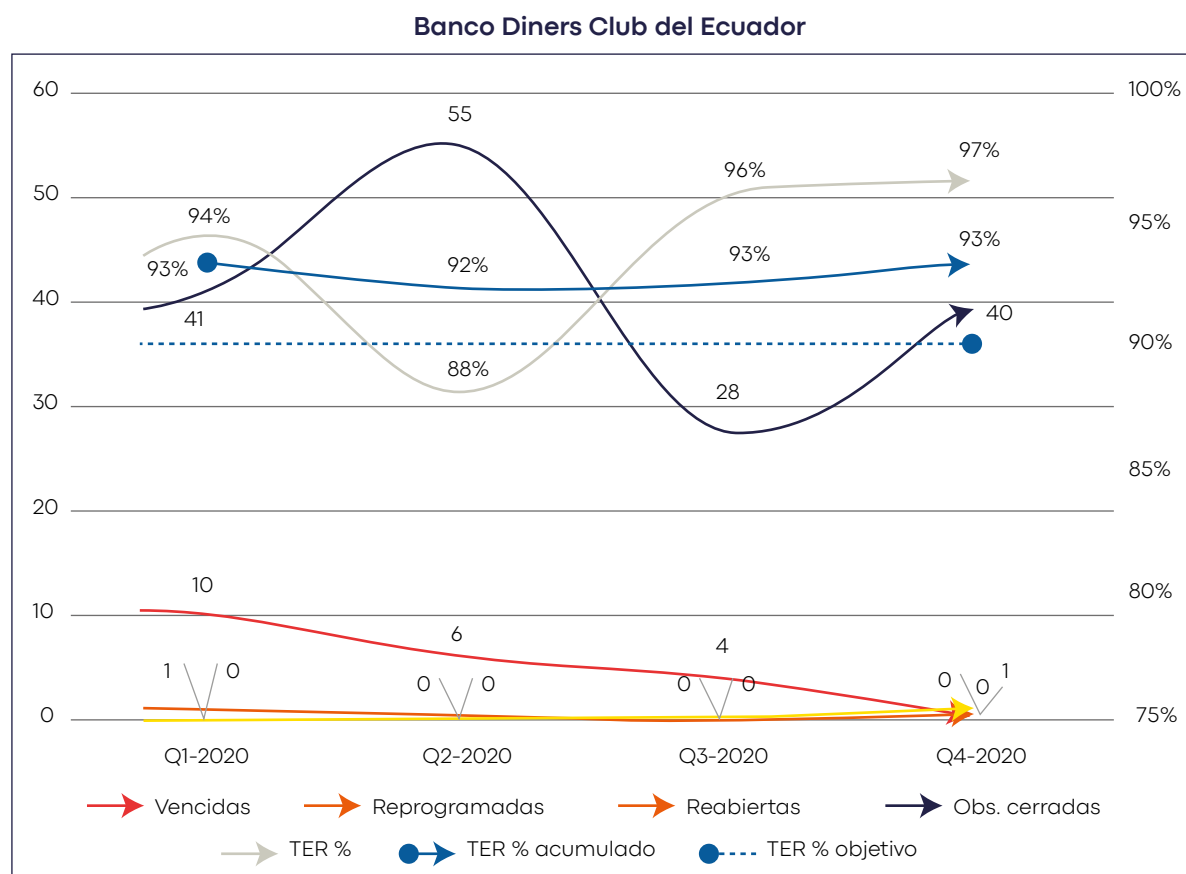
## Permanentes auditorías internas y externas

### Auditoría Interna:

Auditoría Interna es un área independiente que reporta directamente de forma mensual al Comité de Auditoría y Directorio, de forma trimestral al Comité de Ética, Comité LAC - Ejecutivo y a la Superintendencia de Bancos y, de forma anual, a la Junta General de Accionistas. También informa mensualmente sus observaciones e implementa los planes de acción a los Ejecutivos del Grupo, y de forma permanente a las Gerencias de división para agilizar dicho proceso de implementación. Auditoría Interna está encargada de brindar aseguramiento a la gestión integral de riesgos y ambiente de control interno de primera y segunda línea de defensa, evaluando

también la razonabilidad de los estados financieros del Grupo, sus sistemas tecnológicos, sus programas de proveedores, de continuidad y de seguridad de la información y el cumplimiento regulatorio y de las normas de Prevención de lavado de activos. Vigilando además el cumplimiento de la misión, visión, objetivos y estrategia del Grupo, y contribuye a identificar eventos de riesgo de manera oportuna para minimizar y alertar sobre su impacto. Como resultado de su gestión e informes sobre el ambiente de control interno durante el año 2020, se desprende lo siguiente:

1. La Administración continúa ejecutando los planes de remediación sobre sus observaciones de manera eficiente. La Tasa Efectiva de Remediación de observaciones (TER) al 31/Dic/2020 es 96,56%, superando el objetivo del 90%:



2. Se emitieron 28 informes: 22 con calificación "Satisfactorio" y 6 con calificación "Necesita mejorar".
3. Al 31 de diciembre de 2020, las observaciones abiertas dentro del plazo totalizan 95. No existen observaciones vencidas ni reabiertas.
4. Los 6 informes sobre la revisión de la cartera Covid19 emitidos por el Auditor Interno a la SB no reportaron observaciones.

### Auditorías de las franquicias:

Como franquicia autorizada de Diners Club Internacional (DCI) y VISA, el Banco Diners Club del Ecuador (DCE) está sujeto al cumplimiento de normas y procedimientos, por lo que generalmente cada tres años la matriz internacional de cada franquicia somete a Diners Club del Ecuador a revisiones financieras, de seguridad de la información, de administración de riesgos y de operaciones.

El organismo de Diners Club International (DCI) que emite las normas se denomina *International Operation Policy Committee*, estamento que cuenta con la participación de expertos a nivel mundial en el manejo de tarjetas de crédito, siendo un honor para Diners Club del Ecuador que su Vicepresidente del Centro de Servicios, por delegación del Presidente Ejecutivo de la Organización, sea uno de sus integrantes. Durante el año 2020 todos los reportes requeridos por la Franquicia fueron entregados en debida forma y a tiempo.

Durante el año 2020, el Banco obtuvo la séptima certificación de seguridad PCIDSS requerida por las franquicias. Finalmente, en noviembre de 2020 la franquicia DCI, a través de su auditor

(BitSightTechnologies), otorgó la mayor calificación de todas las franquicias (810/900) respecto de la gestión de las vulnerabilidades.

### Auditorías externas independientes:

En cumplimiento con la normativa de la Superintendencia de Bancos, el Grupo somete sus operaciones y resultados a una auditoría externa anual. El Auditor Externo debe rotar cada 3 años. Durante los 20 últimos años, los informes de Estados Financieros, de comisarios, informes suplementarios, de lavado de activos, de vinculados y límites de crédito y las cartas de control interno emitidos por los auditores externos, no mostraron observaciones, recomendaciones ni condiciones sobre la estructura de control interno o aspectos relevantes que requieran acción inmediata. Por lo tanto, en dichos informes no se incluye salvedad, recomendación u observación alguna.

Durante el año 2020, los informes requeridos por la SB al Auditor Externo con relación a la revisión de la cartera Covid19 no presentaron observaciones.

### Auditorías de la Superintendencia de Bancos:

En septiembre de 2019 la SB notificó a Diners Club respecto del inicio de una inspección focalizada al Banco, para evaluar los componentes de: i) Gobierno Corporativo - calidad de la Dirección y la Gerencia; y, ii) Riesgos - Riesgo de Crédito, Riesgo de Liquidez, Riesgo Operativo y Tecnológico, con corte al 31 de julio de 2019. En diciembre de 2019 la SB informó que, concluida su revisión y posterior al análisis de los descargos remitidos, emite su informe final (sin calificación por

ser una revisión focalizada), reportando ciertas recomendaciones menores, las cuales, a la presente fecha han sido implementadas.

## C. RESPONSABILIDAD CORPORATIVA COMO MODELO DE GESTIÓN

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 10 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.

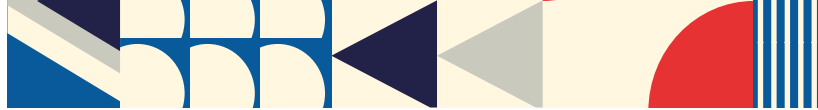
**GRI 102-40 / GRI 102-42 / GRI 102-43**

### C.1 GRUPOS DE INTERÉS

El proceso de identificación de Grupos de Interés se hizo a partir de un trabajo con el equipo gerencial. Con base en la gestión y relacionamiento de cada uno de ellos, se visualizó a los grupos que tienen una relación de influencia con la Organización y, en consecuencia, la necesidad de involucrarlos en la estrategia de sostenibilidad. Frecuentemente se realizan consultas con el equipo gerencial para validar esta definición.





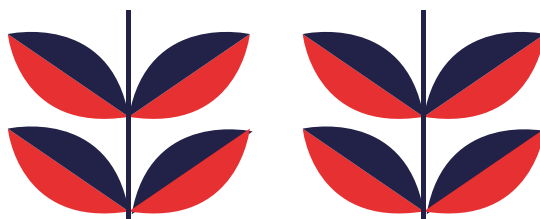


## Stakeholders Diners Club



## Relacionamiento con grupos de interés

Grupo de interés	Medios de involucramiento	Estrategia
Accionistas: 146	Junta General de Accionistas y Directorio, Informes a la Junta General de Accionistas y Directorio Página Web Diners Club y SBS Capacitaciones	Fortalecer Gobierno Corporativo, transparencia y anticorrupción Comité de Ética Comité de Buen Gobierno Capacitaciones prevención de lavado de activos, política Conozca a su Cliente, Código de Ética Informe de Sustentabilidad Anual
Colaboradores y sus familias: 1.318 Colaboradores Alrededor de 3.257 dependientes de Colaboradores	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	Comité de Retribuciones Programa de Oportunidades Internas Programas de capacitación internos y externos Programa de calidad de vida laboral Eventos con familia de Colaboradores RSC Programa de reducción huella ambiental
Socios y Clientes: 729.273 Socios Principales 379.258 Adicionales 24.332 Socios Corporativos 36.817 Clientes Inversionistas	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	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 sobre-endeudamiento Políticas de seguridad y confidencialidad en la información Código de Comunicaciones Responsables Reducción de huella mediante estado de cuenta virtual





### Relacionamiento con grupos de interés

Grupo de interés	Medios de involucramiento	Estrategia
224 Proveedores	Relación directa con áreas de compras, administrativas y calificadoros	Política de calificación de proveedores con RSC Evento anual vinculado con iniciativas socioambientales
Organismos del Estado y Regulatorios: Superintendencia de Bancos y Seguros, Servicio de Rentas Internas, Banco Central del Ecuador, CONSEP, Unidad de Análisis Financiero, Ministerios de Salud, Trabajo, IESS, Municipios y Consejos Provinciales, Consejo Nacional de Valores, Auditores Externos, Franquicias	Informes y reportes 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, medioambiental Educación financiera y atención al cliente Programa para Erradicación del Trabajo Infantil Informes y reportes Informe anual de sustentabilidad
Comunidad educativa: 91.745 beneficiarios de los programas vinculados con la comunidad 25.123 miembros de la comunidad beneficiarios de los programas de educación financiera	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 Orígenes 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

### GRI 419-1 / GRI 206-1

## C. 2 SANCIONES

Durante el 2020, Banco Diners Club del Ecuador S.A. no recibió ningún tipo de sanción ni demanda en los aspectos ambiental, de productos, con respecto a marketing engañoso ni de índole comunitaria.

Tampoco se ha visto involucrada en una acción jurídica con respecto a competencia desleal, prácticas monopólicas o contra la libre competencia



---

GENERANDO VALOR  
ECONÓMICO  
PARA EL ECUADOR



## LOGROS 2020

### VARIACIÓN ANUAL

- Consumos: -17,6%
- Activos: -8,7%
- Cartera Neta: -9,3%
- Pasivos: -10,9%
- Patrimonio: +1,3%
- Recuperación Cartera en niveles promedio de 89,95%.

### SOLVENCIA

- Segundo lugar en tamaño de cartera de consumo de las instituciones financieras.
- Cartera Bruta Total de USD 1.988 millones
- Activo Productivo que representó el 100,2% del Activo Neto
- Patrimonio Técnico del 14,7%, superior en 5,7% al requerido por la SBS.

### CARTERA

Ante un entorno macro económico desafiante, Diners Club del Ecuador ha administrado con responsabilidad y prudencia su cartera de créditos y portafolio de Clientes, diseñando de manera específica estrategias de pago acordes a la situación, y manejando, de la manera más eficiente, el riesgo de crédito.

## DESAFÍOS 2021

En el año 2021, tomando en cuenta la coyuntura actual por la Crisis Sanitaria del COVID-19, Diners Club del Ecuador mantiene su enfoque en acompañar a sus Clientes:

- Respondiendo ágilmente, con soluciones digitales, a las necesidades de los Clientes para evitar el desplazamiento a las oficinas, y facilitando, de esta forma, la transaccionalidad de manera no presencial.
- Acompañando a nuestros Socios y a nuestros Establecimientos en su recuperación, priorizando iniciativas de innovación, con propuestas de valor de calidad, pertinentes y convenientes, que adicionalmente aporten a nuestro país, a nuestras comunidades y a nuestro entorno.

De esta manera, garantizamos nuestra relación de Socios con nuestros Clientes, más allá de esta coyuntura.





## A. DESEMPEÑO FINANCIERO

Durante el año 2020, Diners Club del Ecuador mantiene su posicionamiento en el Sistema de Bancos Privados, luego de realizar su conversión en mayo de 2017, ubicándose en el séptimo lugar del ranking por su nivel de activos.

El crecimiento de su base de Clientes sigue siendo uno de los principales objetivos, a pesar de la coyuntura actual. Al cierre de 2020, alcanza más de 1,1 millones de tarjetas entre Principales y Adicionales. Para ello, sus esfuerzos estuvieron dirigidos a acompañar a los Socios en su recuperación económica, ante la difícil situación actual por la crisis del COVID-19, con productos y servicios innovadores y de alto valor que cubran de manera eficiente las necesidades de sus Socios.

Debido a la disminución de consumos de los Socios, por la difícil situación en el entorno macroeconómico, Diners Club replanteó sus metas y priorizó un manejo adecuado del riesgo de crédito, así como el manejo óptimo de sus costos operativos, resultando en un beneficio neto de USD 20,83 millones, manteniendo adecuados índices financieros que reflejan su eficiencia, liquidez y solvencia.

La fortaleza financiera de Diners Club del Ecuador, su reconocida trayectoria de rentabilidad y su excelente reputación en el medio por más de cincuenta años, son características que le han hecho merecedora a la calificación AAA dentro del Sistema Financiero ecuatoriano,

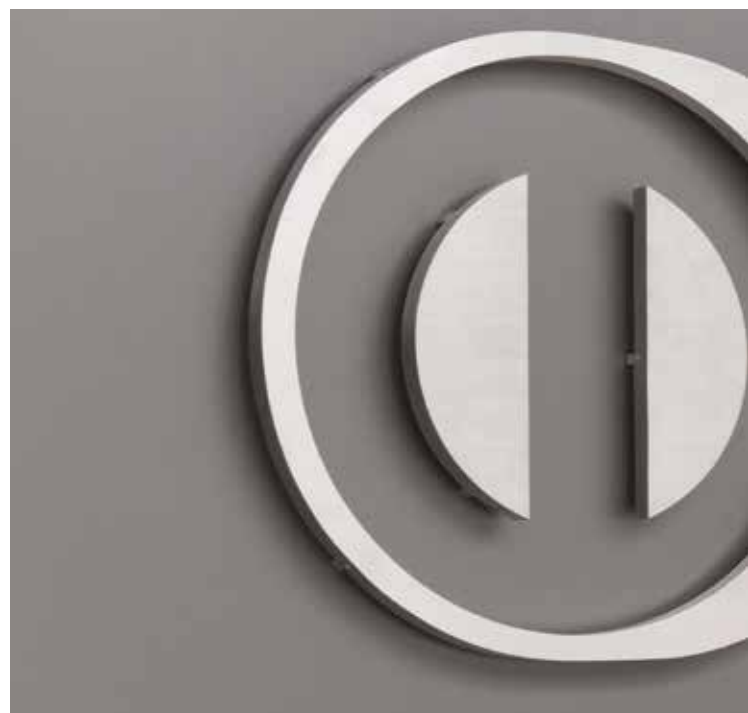
otorgada por la calificadora de riesgos Class International Rating, y AAA-, por la calificadora Bankwatch Ratings.

### Consumos totales Diners Club del Ecuador

Los consumos totales efectuados por los Socios con tarjetas de Banco Diners Club durante 2020 presentan una disminución anual del 17,6%, alcanzando los USD 4.720 millones.

### Recuperación de cartera

El índice de morosidad<sup>1</sup> de la cartera total al cierre del año 2020 aumentó en 0,4 puntos porcentuales con relación al índice del año anterior, ubicándose en 2,18%. El índice de riesgo<sup>2</sup> se ubicó en 4,59%, lo que significó un aumento de 0,44 puntos porcentuales con relación al índice de riesgo obtenido en 2019.



1. Índice de morosidad considera cartera vencida / cartera bruta.

2. Índice de riesgo considera (cartera vencida + cartera que no devenga intereses) / cartera Bruta

## B. VALOR ECONÓMICO GENERADO

### GRI 201-1

Los ingresos generados por Banco Diners Club del Ecuador disminuyeron en USD 42,4 millones, 8,9% menos que los generados con respecto al año 2019.

Sus principales componentes fueron los ingresos relacionados con la emisión y operación de tarjeta de crédito (intereses, comisiones e ingresos por otros servicios), valores que representaron el 86,9% del total de ingresos percibidos.

#### Valor económico generado

	2018	% participación	2019	% participación	2020	% participación	Variación anual	
							\$	%
<b>Valor económico generado</b>	<b>401'033.914</b>		<b>478'019.517</b>		<b>435'619.735</b>		<b>(42'399.782)</b>	<b>-8,87%</b>
Clientes	368'505.044	91,89%	432'502.690	91,89%	378'432.946	86,87%	(54'069.744)↓	-12,5%
Inversiones permanentes	21'655.714	5,40%	25'622.980	5,36%	24'932.544	5,72%	(690.437)↓	-2,7%
Inversiones temporales	10'873.156	2,71%	19'893.847	24,16%	32'254.245	7,40%	12'360.398↑	62,1%

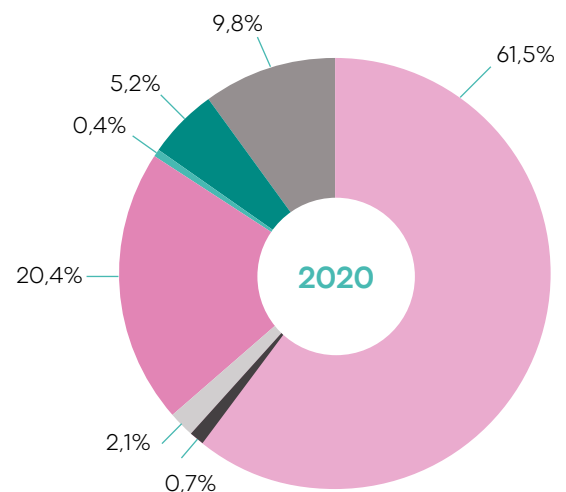
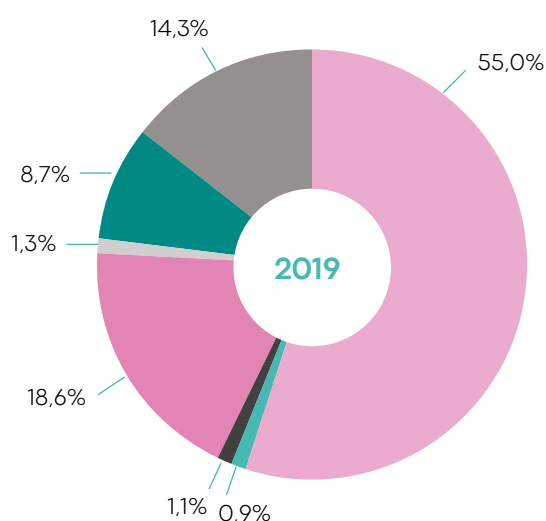




## C. VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO

Valor económico distribuido

	2018	% participación	2019	% participación	2020	% participación	Variación anual	
							\$	%
Valor económico distribuido	337'582,032		411'049.723		414'788,338		3'738,615	0,9%
Pago Inversionistas	52'183.008	15,46%	76'585.856	18,63%	84'457.525	20,36%	7'871.668 →	10,3%
Pago Acreedores	3'069.576	0,91%	4'572.621	1,11%	2'754.323	0,66%	(1'818.298) ↓	-39,8%
Pago Proveedores	2'523.161	0,75%	3'690.972	0,90%	1'709.672	0,41%	(1'981.299) ↓	-53,7%
Administración Pública	37'228.539	11,03%	35'696.158	8,68%	21'611.897	5,21%	(14'084.260) ↓	-39,5%
Empleados	63'871.402	18,92%	58'962.880	14,34%	40'775.887	19,83%	(18'186.994) ↓	-30,8%
Operación del Negocio	173'632.483	51,43%	225'994.816	54,98%	225'948.925	61,46%	28'954.109 →	12,8%
Comunidad y medio ambiente	5'073.863	1,50%	5'546.420	1,35%	8'530.110	2,06%	2'983.689	53,8%



- Pagos Inversionistas
- Pagos Acreedores
- Pagos Proveedores
- Administración Pública
- Empleados
- Operación del Negocio
- Comunidad y medio ambiente

## Operación del negocio

Los gastos generados por la operación del negocio propiamente dicho son los egresos de mayor importancia para Banco Diners Club del Ecuador.

En 2020 representan el 61,5% del monto total de gastos y tienen un crecimiento del 12,8% con respecto al año 2019.

## Pagos a Inversionistas

Los pagos a Inversionistas corresponden a los rendimientos de los fondos por obligaciones con el público y de los valores en circulación que se requieren para financiar la cartera de créditos y, en general, los activos.

En 2020 presentaron un crecimiento de 10,3%.

## Pagos a acreedores

Los pagos a acreedores son los intereses generados por sobregiros y préstamos de instituciones financieras. Para 2020 representan el 0,66% del total de gastos, a diferencia del 2019, que representaban el 1,11%. El pago a acreedores presenta un decrecimiento de USD 1,8 millones vs. 2019.

## Pagos a Proveedores

Los pagos a Proveedores son los rubros cargados por adquisición de suministros. En el 2020 decrecieron en 53,7%, como consecuencia principalmente de la disminución en adquisición de plásticos respecto al año anterior.

## Administración Pública

Los pagos a la Administración Pública tienen una participación del 5,2% correspondiente al Impuesto a la Renta,

impuestos municipales y aportes a entidades del Estado, lo cual implica un decrecimiento USD 14 millones, 3,5 puntos porcentuales comparados con la participación de este rubro en 2019.

## Pagos a Empleados o Colaboradores

Los pagos a Empleados corresponden a gastos del personal más honorarios profesionales. Tienen una participación del 9,8% y presentan un decrecimiento del 30,8% en relación al 2019, como consecuencia, principalmente, de la disminución en la cuenta de participación a Empleados y otros rubros que han disminuido debido a la modalidad de teletrabajo en gran parte de los Colaboradores Diners.

## Comunidad y medio ambiente

El monto total por concepto de donaciones, relaciones públicas, patrocinios y otros proyectos específicos de Responsabilidad Corporativa, realizados por el Banco, incluyen aportes para programas con las comunidades en materia de mejoramiento de la educación, deportes y auspicios culturales, principalmente.

En el año 2020, se suma a esto el aporte por el Fideicomiso Sumar Juntos dirigido a brindar ayuda a las personas más afectadas por la crisis sanitaria del COVID19, lo que ha generado que en el año 2020 este rubro crezca en 53,8%, equivalente a USD. 3 millones.



## D. VALOR ECONÓMICO RETENIDO

### Valor económico retenido

	2019	2020	Variación anual	
			\$	%
Utilidad neta	66'969.794	20'831.396	(46'138.398)	-68,9%
Reserva legal	6'696.979	2'083.140	(4'613.840)	-68,9%
Disponible para Accionistas	60'272.815	18'748.257	(41'524.558)	-68,9%

La utilidad neta registró un decrecimiento anual del 68,9%, la reserva legal representa el 10% de la utilidad y la diferencia queda disponible para Accionistas.

## E. 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.

### Balance general USD

	2018	2019	2020	Variación anual	
				\$	%
Activos	2.171'397.708	2.445'773.586	2.233'777.589	(211'995.997)	-8,7%
Pasivos	1.770'963.727	2.005'061.494	1.787'511.326	(217'550.169)	-10,9%
Patrimonio	400'433.981	440'712.092	446'266.263	5'554.172	1,3%
Utilidad neta	63'451.883	66'969.794	20'831.396	(46'138.398)	-68,9%

El activo registra un decrecimiento anual del 8,7% entre los años 2019 y 2020. Los pasivos disminuyen un 10,9%, mientras que el patrimonio del Banco Diners Club del Ecuador ha aumentado en 1,3%.

### GRI 201-4

Es necesario mencionar que la Organización no recibe ningún financiamiento por parte del Gobierno.



## E.1 MANEJO DEL RIESGO EN LA CONCESIÓN DE CRÉDITO Y RECUPERACIÓN DE CARTERA

### Manejo crediticio de los Clientes

La Organización se ha caracterizado por hacer énfasis en la construcción de relaciones duraderas con sus Clientes, mejorando de manera permanentemente la calidad del servicio a través de la constante evaluación y mejora de sus procesos.

Los cambios en el Entorno Económico demandan la constante revisión y optimización de los modelos que soportan la toma de decisiones. Es de vital importancia para nuestra sostenibilidad, continuar con la reducción de los tiempos de respuesta en nuestros procesos y mantener, como hasta ahora, un portafolio de cartera sano y rentable.

El año 2020 representó un reto sin precedentes debido a la crisis sanitaria. Nos puso a prueba al límite de manera profesional y personal. La capacidad de resiliencia del equipo fue una característica clave para superar el escenario adverso. Desde la primera etapa del confinamiento, conscientes del valor de nuestros Socios, nos aseguramos que tengan completo acceso a consumos de bienes prioritarios, como alimentación, salud, entre otros. A la par se realizaron cambios –acordes con el nuevo entorno de incertidumbre– al proceso de asignación de referenciales y líneas de crédito; con el objetivo de mantener un dinamismo que se adapte a las circunstancias y al riesgo actual. De esta manera, administramos adecuadamente la calidad crediticia del socio y su capacidad de endeudamiento. La asignación de cupos mantiene un proceso de revisión constante como parte del valor de la gestión en el manejo de crédito.

Diners Club mantiene un área que se dedica al monitoreo del riesgo de crédito, el mismo que valida a través de mecanismos automatizados la consistencia y propiedad de aprobaciones y negaciones. La constante evaluación oportuna genera, de manera colateral, el aprendizaje





que nos permite optimizar las decisiones crediticias con el fin de se mantenga un endeudamiento controlado y sustentable, haciendo posible mantener Socios para toda la vida cada día.

Adicionalmente, hay un análisis constante de los parámetros de nuestro Autorizador con el fin de identificar oportunidades y riesgos, logrando mejorar la experiencia en las transacciones realizadas por los Socios, de manera controlada.

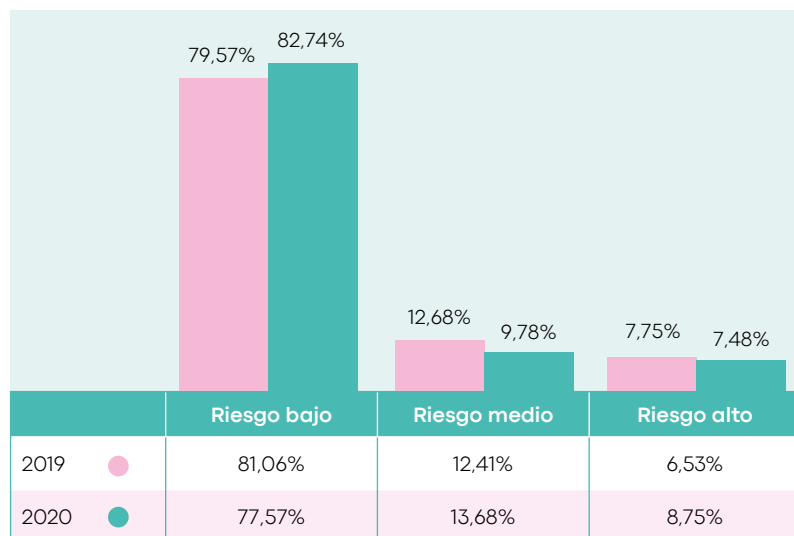
Al final del año 2020, el portafolio de cartera de clientes de Diners Club del Ecuador concentra el 79,90% del número de clientes en score de riesgo bajo, el 11,01% en calificación de riesgo medio y el 9,08% en calificación de riesgo alto. La administración de crédito se realiza bajo una óptica de proyección del riesgo cinco meses en adelante, que permite una gestión proactiva de la situación en cada uno de nuestros Clientes.

Nuestros sistemas automatizados permiten la construcción de un conocimiento del Cliente individualizado, de tal manera que se puede otorgar un servicio a la medida de las necesidades de nuestros Socios, anclados en la tecnología y analítica que se desarrolla en la entidad de manera dinámica y en constante evolución hacia herramientas de inteligencia artificial que potencian el conocimiento adquirido.

En cuanto al riesgo por cambio climático, se está trabajando en conjunto con UNEP FI, organización aliada desde 2019, con la cual se está implementando una metodología que implica un estudio de impacto y la definición de un plan de acción para mitigar este riesgo.

La calidad de la cartera en el monto de su composición cierra con la siguiente estructura:

Cartera por score monto



Comparando con el año 2019, se registra una disminución en la demanda de crédito de USD 853 millones; llegando a cuantificar para el año 2020 una demanda de crédito de USD 5.277 millones, de los cuales se aprobaron un total de USD 4.898 millones, estableciendo una ratio de aprobación del 92,8% anual.

Durante el año 2020, se continuó fortaleciendo nuestra red de alianzas con Instituciones Educativas, colegios y universidades para ofrecer productos que permitan facilidad y agilidad en el pago de matrículas, colegiatura y consumos dentro de los Establecimientos.

## E.2 CONCESIÓN Y RECUPERACIÓN DE CRÉDITO

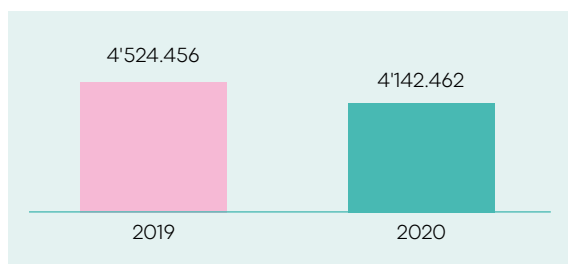
### Recuperación de cartera

Durante el año 2020, el Área de Recuperación de Cartera se vio en la necesidad de redefinir sus modelos operativos con el fin de adaptarse a la nueva realidad, incrementando su capacidad acorde a la situación, con el objetivo de atender las nuevas necesidades de todos y cada uno de los Socios que requirieron algún tipo de alivio financiero, a través de soluciones personalizadas y enmarcadas dentro de lo dispuesto por el Ente Regulador. Lo anterior representó un importante reto que se superó de manera ágil y oportuna.



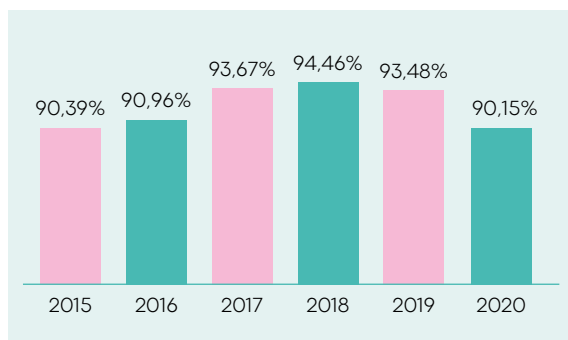
En consecuencia, los indicadores de recuperación del año 2020 pudieron mantenerse sin que estos fueran afectados de manera material. La oportuna implementación de las nuevas estrategias de recuperación permitió que al cierre del periodo el resultado se mantenga en índices similares con respecto al año 2019.

#### Evolución de montos recuperados (USD)



En 2020, los indicadores de recuperación de cartera alcanzados fueron del 90,31% en promedio para todas las marcas, con USD 188,6 millones de recuperación sobre la meta. Con esta recuperación, la cartera pendiente de recuperar al cierre del mes de diciembre para todas las marcas suma un valor de USD 40,1 millones.

#### Evolución de montos recuperados (USD)



## Acuerdos de pago

Las soluciones de pago, que Diners Club puso a disposición de sus Socios, buscan adaptarse a su capacidad financiera, con una amplia gama de productos que se caracterizan por ser flexibles; siempre ajustados a cada realidad y

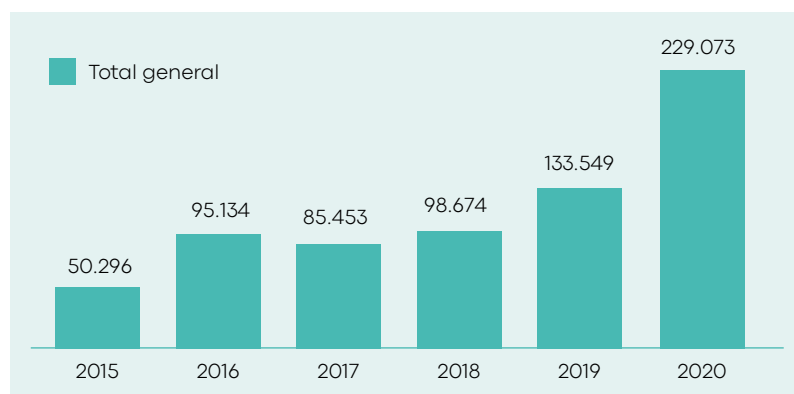


manteniendo la calidad en el servicio y experiencia del Cliente.

Durante el año 2020, se negociaron 229 mil acuerdos de pago por un monto de USD 1.203 millones de deuda refinanciada, que aportaron a los Socios un alivio a sus montos exigibles de pago. El 76% de estas operaciones se negociaron cuando las cuentas estaban en condición de actuales, es decir, no habían incurrido en mora, y el 24% de esta se encontraba en estatus de mora de hasta 30 días, lo que representa que el 91% del total de las operaciones se realizaron en edades tempranas, lo que corrobora lo anteriormente mencionado. Esto ha permitido a los Socios mantener sus cuentas al día y conservar la calidad crediticia. El 7% restantes de estas operaciones se produjeron en casos de clientes con moras mayores a 60 días. Con estas alternativas, nuestros Socios mantienen su condición de cliente activo, y por lo tanto pueden utilizar nuestros productos en entornos de control y garantizando el repago de las deudas y la satisfacción sus las necesidades.



## Evolución de refinanciaciones N° de operaciones

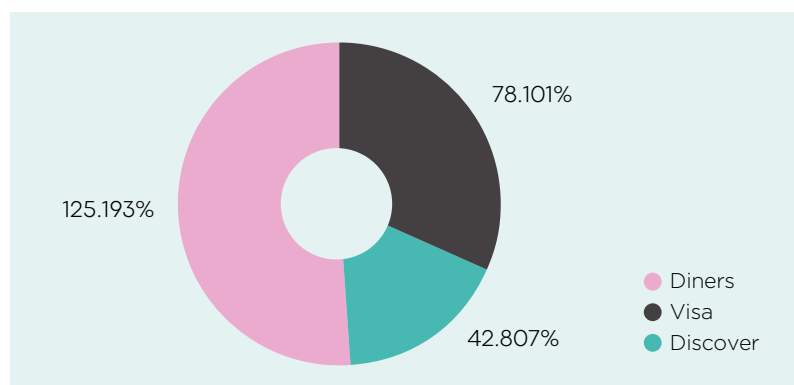


## Diferimiento extraordinario de obligaciones crediticias

Diners Club, en cumplimiento de las normativas (Resolución No. 569-2020-F y Resolución No. 582-2020-F) para garantizar la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros, adoptó la estrategia de ofertar productos ajustados a la situación de crisis que se atravesó durante el año 2020, ofertando así diferimientos extraordinarios de obligaciones crediticias.

Desde marzo 26 hasta noviembre 12 de 2020, tiempo de vigencia de la ley orgánica de apoyo humanitario, se han procesado un total de 246.101 operaciones de diferimiento extraordinario de obligaciones crediticias, que a la fecha han significado USD 245,4 millones en diferimiento de exigibles y USD 1.468 millones en riesgos totales.

## Operaciones diferidas por producto



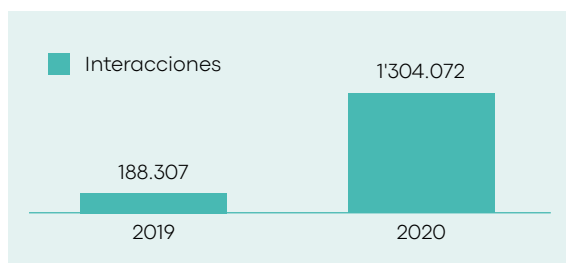
## Potenciación del canal digital como servicio de recuperación

El uso de las herramientas digitales se ha expandido más allá de su propósito original. Es así que durante el año 2020, y especialmente en los meses de mayor criticidad

por la pandemia, el uso del canal de servicio digital para la gestión de cobranzas tuvo un aporte relevante, con lo cual se logró un contacto oportuno, inmediato y personalizado, con el fin de ofertar productos que requerían ser canalizados en el menor tiempo posible, permitiendo a la Institución cubrir la demanda generada por el confinamiento y la restricción de la libre circulación.

El canal digital Chatbot ha contribuido de manera importante a mejorar el servicio y la experiencia del Socio Diners Club. La interacción del Socio por este canal respeta y se adapta a los tiempos y disponibilidades de nuestros Clientes, lo cual ha incrementado el número de transacciones de 188 mil interacciones en 2019 a 1,3 millones de interacciones durante 2020.

**Evolución ofrecimientos de pago - interacciones**

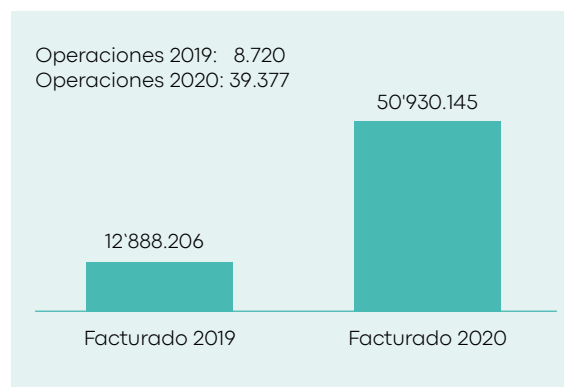


Durante 2020, se creó una diversidad de campañas con el objetivo de apalancar y fortalecer la gestión de cobranza. Una buena parte de estas fueron complementadas por el canal digital Chatbot. Todas y cada una de las ofertas de valor estuvieron al alcance de los socios de manera personalizada y de autoservicio.

El número de operaciones realizadas por el canal digital Chatbot en el año 2020 asciende a 39 mil, las cuales tenían una facturación exigible de USD 50,9 millones, que a comparación del año 2019 representó un incremento de USD 37,1

millones. Cabe mencionar que el 17,68 % del total de acuerdos de pago procesados por Diners Club fue gestionado por este canal (en 2019 fue de 8,08%).

**Evolución refinanciaciones Chatbot monto facturado (USD)**



## F. ANÁLISIS DE CARTERA

### Monitoreo de fraude

El fraude en tarjetas de crédito constituye un riesgo inherente en el proceso diario de transacciones de esta industria. En este contexto, la institución permanentemente evoluciona, a fin de proteger la información y evitar este tipo de eventos. En el año 2020, el incremento de las transacciones a través de plataformas y markets digitales ha crecido de una manera exponencial a consecuencia de la crisis sanitaria, lo cual conlleva un incremento en la probabilidad de que se produzcan eventos de fraude a nivel global. A pesar de esta coyuntura, la efectiva gestión en el monitoreo y control de fraudes ha logrado que Diners Club haya mitigado de manera efectiva el posible impacto y mantenga sus ratios de efectividad.

Diners Club mantiene un esquema de control y monitoreo constante de transacciones enfocadas en precautelar el



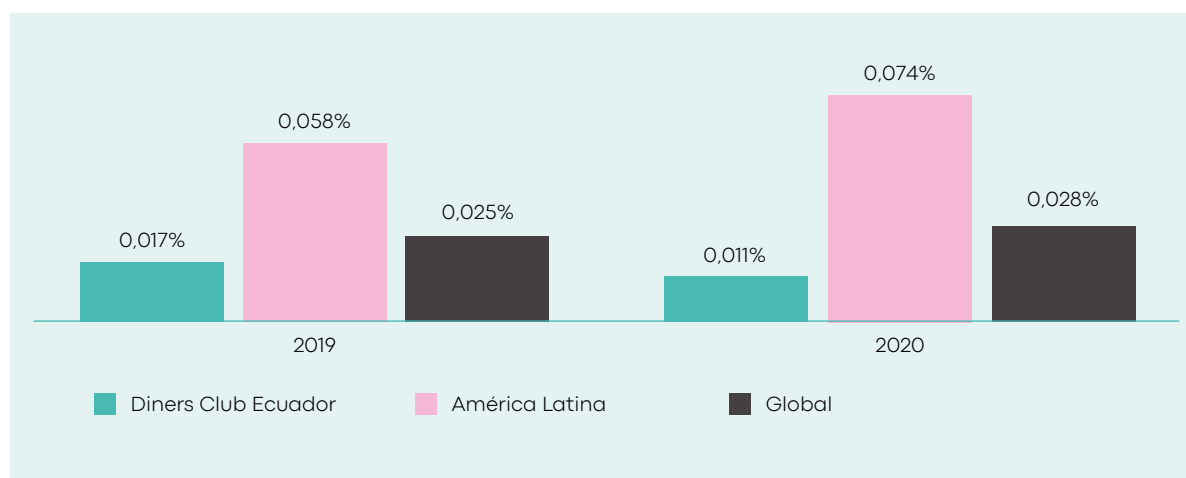
bienestar de sus tarjetahabientes y brindar un servicio de primer nivel, a través de un modelo evolucionado de detección preventiva de transacciones con alta probabilidad de ser fraudulentas, basado en el comportamiento transaccional de nuestros Clientes.

El ajuste continuo de reglas permite tomar decisiones en tiempo real, evitando transacciones de fraude. Se han implementado protocolos seguros, como los OTP (siglas del término en inglés One Time Password). Son códigos numéricos de un solo uso que se utilizan para una sola transacción en comercio electrónico. La lectura CHIP con la participación de comercios y tarjetas, tanto a nivel local como internacional, ha permitido experimentar una baja en casos de fraude.

Los resultados de este proceso de monitoreo de Riesgo de Fraude se consolida y Diners Club Ecuador presenta ratios de medición de fraude a ventas de alta efectividad y eficiencia, a nivel local, regional e internacional global.

#### Diners Club Del Ecuador

**Cuadro comparativo del índice de fraudes a ventas**  
**Diners Club Ecuador - Región - El Mundo**



La Organización ha madurado los esquemas de comunicación con sus Clientes a través de SMS, correo electrónico y nuestro canal de Chatbot creado para desempeñar las funciones de un agente confirmando consumos; siendo capaz de recoger datos, proporcionar información y responder ante la necesidad del usuario de activar o bloquear la tarjeta de forma definitiva, mejorando la atención al Cliente y haciendo que las interacciones con este servicio sean más rápidas, simples y generen experiencias digitales al usuario.



---

*TRABAJANDO EN  
DINERS CLUB,  
UNA GRAN FAMILIA*



# LOGROS 2020

- Mantener el nivel de empleo y los salarios en relación al mercado, generando estabilidad en nuestros Colaboradores.
- Mejoramiento de perfiles acorde con los nuevos requerimientos por parte de los cambios organizacionales.
- Implementar el trabajo remoto sin afectar la operación/nivel de servicio de la Organización, mediante las diferentes áreas y las líneas de gestión. En 2020, 73% de los Colaboradores realizaron teletrabajo.
- Programas enfocados en el bienestar, contención emocional y salud y seguridad ocupacional integral del Colaborador ante la emergencia sanitaria, así como el cumplimiento de las disposiciones emanadas de los entes de control.
- Se incrementó el nivel "Engagement" de nuestros Colaboradores por encima de la media de Latinoamérica en nuestro sector.
- El desarrollo de carrera reflejado en el programa de oportunidades internas (POI) generó un crecimiento del 6,5% del total de Colaboradores.
- Gestión de equipos remotos e implementación de nuevas formas de medir el desempeño.
- La rotación voluntaria se ha mantenido en niveles bajos con relación al mercado.
- Se inició la incorporación de jóvenes profesionales con 2 universidades de Quito para iniciar con el proceso de vinculación mayor entre la academia y la empresa.
- Se generó un plan de comunicación integral para superar el impacto generado por la pandemia.

# DESAFÍOS 2021

- Implantación de nuevos modelos de trabajo WORKPLACE.
- Proceso de transformación hacia Banco Digital.
- Implantación de ERP para gestión de personas.
- Profundizar el modelo de Gestión de Desempeño y su relación hacia la Estrategia Organizacional.
- Continuar con la protección de nuestros Clientes y Colaboradores ante las amenazas sanitarias del entorno.
- Profundización de Atracción de Talento Digital hacia la Organización.
- Desarrollo del proceso de Comunicación Organizacional.
- Continuar en la gestión de los planes de "Engagement" para mejorar los resultados.
- Incorporar nuevos procesos y esquemas de aprendizaje en línea/ virtual.
- Continuar con la generación de analítica descriptiva y predictiva en la gestión de personas.
- Implantar el proyecto de Experiencia del Colaborador.
- Afinar la propuesta de compensación no monetaria.
- Continuar con la difusión y alineamiento de los principios corporativos.
- Realizar la revisión de talento, incluyendo competencias conductuales y digitales.
- Implementar una propuesta de voluntariado corporativo virtual.

## A. ¿QUIÉN ES LA FAMILIA DINERS CLUB – INTERDIN?

### GRI 405-1

## A. 1 CARACTERIZACIÓN DE LA FUERZA LABORAL

### SBS E.1.1

	2019				2020			
	Femenino		Masculino		Femenino		Masculino	
Gerencia	9	1%	18	3%	7	1%	20	3%
Línea media	84	11%	93	14%	76	11%	91	15%
Colaboradores	659	88%	550	83%	617	88%	507	82%
Total por género	752	100%	661	100%	700	100%	618	100%
Total General	1.413				1.318			

El año 2020, cerró con una estructura aprobada de 1.378 posiciones (1.318 activos y 60 vacantes), lo que representa un ajuste del -2,5% en la plantilla con relación al 2019. Esta disminución se genera por eficiencias en la estructura organizacional.

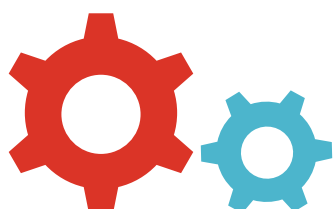
La distribución por género se mantuvo con los mismos porcentajes; 53% de los Colaboradores son de género femenino, ratificando que la Organización mantiene un nivel alto de equidad.

### SBS E.1.2

#### Nivel educativo

Año	Básica	Secundaria	Tecnólogo	Universidad incompleta	Universidad completa	Maestría
2016	0%	4%	0%	15%	61%	20%
2017	0%	4%	3%	14%	64%	15%
2018	0%	2%	3%	12%	70%	13%
2019	0%	1%	3%	10%	72%	14%
2020	0%	0%	3%	10%	70%	17%

Podemos observar que, en el año 2020, el 70% de los Colaboradores tienen estudios universitarios completos y 17% tienen maestría, reflejando la mejora del perfil profesional; espe-



cialmente con un incremento de 3% en nivel de maestría comparando con el año 2019.

SBS E.1.4

Colaboradores por tiempo de permanencia

Tiempo de permanencia	No. Colaboradores					Variación
	2016	2017	2018	2019	2020	2020 vs 2019
<1	74	134	302	232	121	-48%
1 - 3	341	170	128	297	363	22%
3 - 5	216	282	260	132	89	-33%
> 5	701	729	669	752	745	-1%

El 57% de Colaboradores tienen un tiempo de permanencia mayor a 5 años en la Organización. Adicionalmente, se incrementó el número de Colaboradores con permanencia de 1 a 3 años (de 21% en 2019 a 28% en 2020).

SBS E.1.3

Número de Colaboradores relacionados con captación y crédito

Año	No. Colaboradores
2016	528
2017	566
2018	676
2019	413
2020	442

El número de Colaboradores relacionados con los procesos de captación y crédito incrementó con respecto al año 2019.



**GRI 102-8**

**Composición de los Colaboradores**

	Nacional		Sierra		Costa	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Cantidad de Colaboradores	1413	1318	1222	1148	191	170
% Hombres	650	618	574	587	87	71
% Mujeres	763	547	648	601	104	99
Colaboradores menores de 30 años	438	360	354	305	71	55
Colaboradores entre 30 y 50 años	904	885	807	783	109	102
Colaboradores mayores a 50 años	71	73	61	60	11	13
Contratos fijos	1399	1315	1210	1145	183	170
Contratos eventuales	14	3	12	3	8	0
Pasantías	32	48	31	43	1	5
Índice de rotación voluntaria	12,23%	9,44%	9,89%	7,69%	2,34%	1,75%
Índice de rotación masculino						
Colaboradores menores de 30 años	3,81%	2,45%	2,93%	2,08%	0,88%	0,37%
Colaboradores entre 30 y 50 años	2,56%	1,84%	2,20%	1,55%	0,37%	0,30%
Colaboradores mayores a 50 años	0,07%	0,37%	0,07%	0,30%	0,00%	0,08%
Total IR masculino	6,44%	4,66%	5,20%	3,92%	1,24%	0,74%
Índice de rotación femenino						
Colaboradores menores de 30 años	3,15%	2,06%	2,49%	1,85%	0,66%	0,21%
Colaboradores entre 30 y 50 años	2,56%	2,57%	2,12%	1,84%	0,44%	0,73%
Colaboradores mayores a 50 años	0,07%	0,15%	0,07%	0,08%	0,00%	0,08%
Total IR femenino	5,78%	4,78%	4,69%	3,77%	1,10%	1,01%

**GRI 401-1 / SBS.E.1.5**

**Desvinculaciones**

Durante 2020, un total de 241 Colaboradores se desvincularon de la Compañía (salidas voluntarias e involuntarias); a diferencia de 2019, en el que se desvincularon 220 Colaboradores.

**Desvinculaciones 2016 - 2020**

Año	No. Colaboradores
2016	192
2017	177
2018	327
2019	220
2020	241



### Desvinculaciones por región y género 2020

Rangos de edad	2019					2020				
	Sierra		Costa		Total	Sierra		Costa		Total
	F	M	F	M		F	M	F	M	
20 – 24	12	10	3	2	27	7	4	0	0	11
25 – 29	30	37	11	12	90	28	38	6	14	86
30 – 34	23	13	5	4	45	26	19	5	0	50
35 – 39	11	15	1	3	30	16	16	3	3	38
40 - en adelante	11	9	5	3	28	27	14	9	6	56
Total	87	84	25	24	220	104	91	23	23	241

## Rotación

El índice de rotación voluntaria disminuyó de 12,23% en 2019 a 9,4% en 2020 (2,79 puntos porcentuales), índice que se mantiene dentro de los niveles de mercado.

Las posiciones en las cuales se generó mayor rotación son: Ejecutivo de Servicio al Cliente, Oficial de Operaciones Junior y Ejecutivo de Oficinas.

## Selección Externa e Inducción

### 2020

Rangos de edad	Sierra		Costa		Total
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
20 – 24	12	6	3	0	21
25 – 29	20	29	5	2	56
30 – 34	16	7	5	3	31
35 – 39	6	5	4	1	16
40 - en adelante	5	14	2	0	21
Total	59	61	19	6	145

En 2020 se realizaron 232 procesos de selección, de los cuales 145 fueron externos y 87 fueron internos, correspondientes a promociones y movimientos laterales.

En la región Sierra se incorporaron 120 Colaboradores, representando un 83% del total de procesos externos.

## Selección Interna (Movimientos y Promociones):

2020

Rangos de edad	Sierra		Costa		Total
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
20 – 24	5	2	0	0	7
25 – 29	17	12	0	1	30
30 – 34	13	7	2	0	22
35 – 39	6	7	1	1	15
40 - en adelante	7	6	0	0	13
Total	48	34	3	2	87

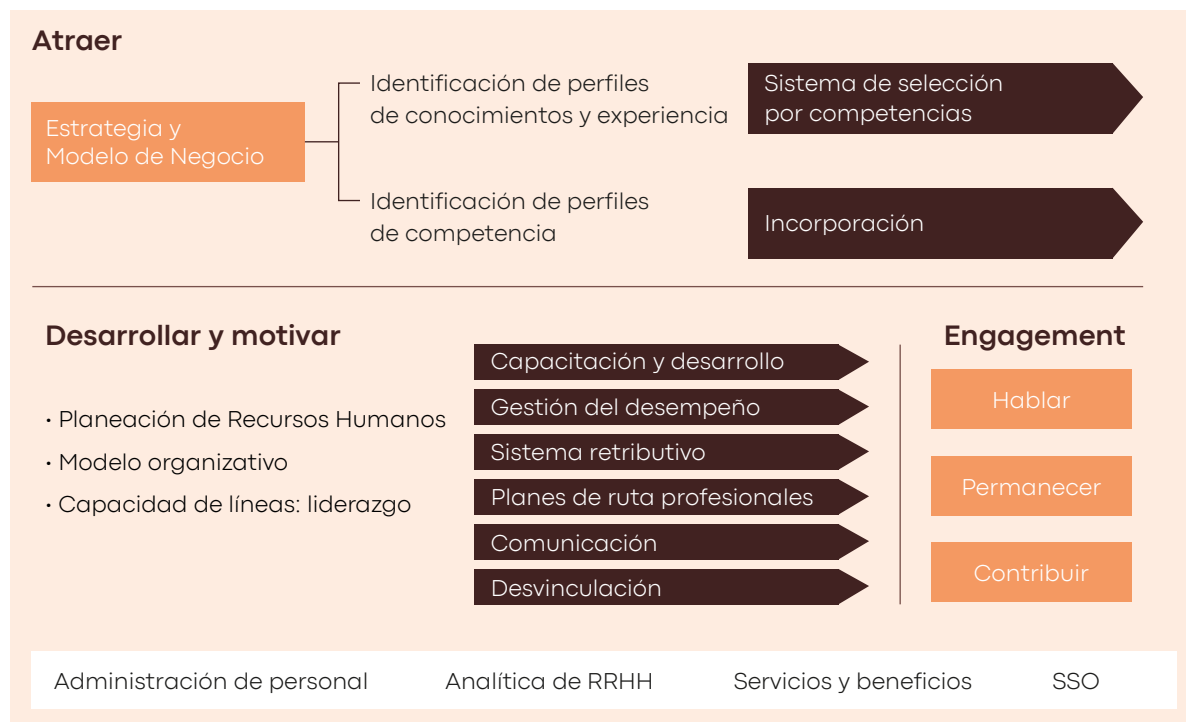
En el año 2020, se realizaron 87 promociones o movimientos hacia otros cargos y áreas dentro de la Organización. El 49% de los Colaboradores que se movieron internamente tiene una edad entre 25 a 29 años, siendo el grupo con mayor movilidad.

## B. EL DESARROLLO PROFESIONAL Y HUMANO EN DINERS CLUB

GRI 401:103-1 / GRI 401:103-2 / GRI 401:103-3 / GRI 404:103-2 / GRI 404:103-3

### B.1 FOMENTANDO EL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO

La gestión de personas en Diners Club del Ecuador busca atraer, desarrollar y motivar al Talento Humano necesario para lograr los objetivos estratégicos de la Organización, alineados a cubrir las expectativas de los Clientes, el mercado, los Accionistas y los profesionales que forman parte del equipo de trabajo, soportando la gestión en el liderazgo de las Líneas de Supervisión y, de manera especial, administrando el equipo bajo lineamientos de equidad y objetividad.



## B.2 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. 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, generó 87 movimientos internos en 2020 con crecimiento horizontal o vertical, lo que representa el 6,5% de la plantilla de Colaboradores.

El Centro de Servicios, al concentrar el 70% del head count de la Organización, es también el área con mayor movilidad. Tuvo 62 movimientos internos, lo que representa el 71% del total. Cabe recalcar que los cargos con mayor movilidad son de esta área: Oficial de Operaciones Junior, Ejecutivo de Servicio al Cliente y Ejecutivo de Oficinas.

El área de Negocios tuvo 12 movimientos, 14% del total; Finanzas 7 Colaboradores, representando un 7% del total. Las demás áreas con movilidad fueron Planeación, Ries-



gos, Cumplimiento y Seguridad de la información, que en conjunto representan un 7% de los movimientos internos.

El proceso de desarrollo profesional es un aspecto muy valorado por parte de los Colaboradores, de acuerdo con los estudios de Engagement realizados.

**GRI 404-1 / GRI 404-2**

## B.3 CAPACITACIÓN Y CRECIMIENTO PROFESIONAL

Debido al entorno económico, en el año 2020 se priorizaron con cada área las necesidades de capacitación, con el fin de mantener el nivel de formación de los Colaboradores.

Se mantuvieron principalmente las escuelas internas de las áreas de Finanzas, Crédito y Cobranzas, Canales y Servicios y Operaciones, que cubrieron el entrenamiento de 205 personas.

Como parte del desarrollo de los Colaboradores, culminamos la Certificación en Gerencia y Control Estratégico Financiero, programa desarrollado con la Escuela de Empresas de la USFQ, el cual contó con la participación de 27 Colaboradores

y tuvo duración de un año. Finalizó con una ceremonia de clausura donde se reconoció a los mejores graduados de la certificación.

Durante 2020, también culminó La Escuela de Servicio dirigida a Colaboradores de atención al Cliente, y el Programa de Habilidades Gerenciales enfocado en potenciar el liderazgo y construir equipos de alto desempeño. Este programa tuvo una duración de 6 meses y contó con 62 participantes, incluyendo Líneas Medias y Gerencias.

Por otra parte, se inició el programa de Liderazgo de Negocios Conscientes para el desarrollo de las Líneas Medias de la Organización, con un total de 20 participantes de las distintas áreas; con el objetivo de que puedan generar un impacto e influencia en sus Colaboradores, a través de la potencialización de sus habilidades blandas y el aprendizaje de nuevas metodologías de gestión de equipos de trabajo.

Implementamos el programa de Formador de Formadores con un total de 15 participantes de diferentes áreas de la Organización. Este es un programa de 40 horas que tiene el objetivo de desarrollar a los participantes por medio de





competencias y conocimientos específicos necesarios para dirigir el proceso de enseñanza de adultos. Todo esto con el fin de prepararlos para formarse como capacitadores internos.

Además, como parte de la implementación del nuevo proceso de gestión de desempeño, capacitamos a los Colaboradores en la Metodología OKR (Objectives and Key Results), el cual contó con una duración de 20 horas y 49 participantes, principalmente gerencias, para fortalecer sus conocimientos para construir los OKR'S con sus equipos.

Respecto al cumplimiento con la normativa legal vigente por la pandemia, se programaron jornadas de capacitación para fortalecer el nivel de conocimiento en prevención de COVID-19 y medidas de bioseguridad, contando con una participación del 90%.

Enfocados en fomentar la salud integral de los Colaboradores, se generaron charlas y webinars con universidades y profesionales dirigidas a sobrepasar el impacto de la emergencia. Contamos con la participación de 424 Colaboradores en 10 eventos. Las charlas fueron enfocadas en temas relacionados a contención emocional, resiliencia y manejo de estrés, manejo de emociones en tiempos de crisis, balance de vida y deporte, nutrición, ergonomía en teletrabajo, pausas activas, entre otros.

Por otro lado, el cumplimiento normativo que se exige a la banca es un requerimiento permanente de capacitación para Diners. Es así que se capacitó y reforzaron conocimientos en Prevención de Lavado de Activos, debida diligencia aplicada al sistema financiero y Desarrollo seguro OWASP.



**Carlos Rivadeneira**  
**Jefe de Cobranzas**  
**Diners Club**

Llevo trabajando seis años en la Organización. En estos años Diners Club me ha enriquecido con un sinnúmero de herramientas que han sumado a mi crecimiento profesional como al de mi equipo de trabajo, encaminándonos a la obtención de altos estándares de calidad en la gestión y servicio a nuestros Socios, como lo exige el Banco Diners Club del Ecuador.

Si bien es cierto que en el año 2020 experimentamos una situación nunca antes imaginada como fue la pandemia, el área de Cobranzas redefinió su modelo operativo, orientado al logro de nuestra visión de *Socios para toda la vida, cada día* a través de productos acordes a la necesidad de nuestros Socios, lo que aportó a que los indicadores de recuperación al cierre del año guarden similitud a los de 2019.

### Promedio de horas de capacitación por nivel y género 2019-2020

Niveles	Femenino		Masculino	
	2019	2020	2019	2020
Gerencia	17,05	23,02	19,18	11,23
Línea Media	3,86	4,97	4,42	4,32
Colaborador	1,47	1,32	1,4	1,47

SBS. E.2.1. / SBS. E.2.2. / SBS. E.2.3.

### Inversión de capacitación 2018-2020

Niveles	Inversión en USD			Distribución		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Gerencia	\$ 22.106,43	\$ 50.342,13	\$ 5.919,44	11%	14%	10%
Línea Media	\$ 52.186,49	\$ 83.544,40	\$ 17.507,10	25%	24%	28%
Colaborador	\$ 131.836,16	\$ 213.744,67	\$ 38.636,62	64%	61%	62%
Total	\$ 206.129,08	\$ 347.631,20	\$ 62.063,16	100%	100%	100%

SBS. E.2.1.

### Inversión de capacitación 2018-2020

Año	Inversión en capacitación	Número de eventos realizados	Número de Colaboradores capacitados	Inversión por Colaborador en USD
2017	\$ 487.296	349	1.294	\$ 331,23
2018	\$ 206.129	296	1.272	\$ 162,99
2019	\$ 347.631	254	1.484	\$ 234,25
2020	\$ 62.098	178	1.204	\$ 51,55

### GRI 404-2

## B.4 CAPACITACIÓN PARA EL DESARROLLO PERSONAL/SOCIAL DE LOS COLABORADORES:

Enfocados no solamente en ofrecer oportunidades de formación y desarrollo profesional, sino también de formación humana, Dinners Club ofrece una serie de eventos a sus Colaboradores bajo su estrategia de Responsabilidad Social.

### 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. Los detalles de este programa los puede encontrar en el capítulo V de este reporte.

## Talleres de inducción y fomento de la RSE

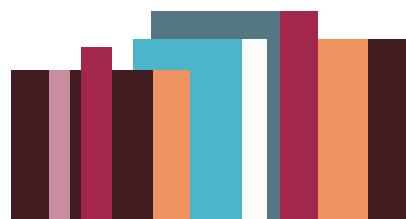
Estos talleres tienen la finalidad de compartir información importante de la Organización para, de esta forma, familiarizar a los nuevos Colaboradores sobre la filosofía y modelo de gestión de la misma. Este espacio es útil para sensibilizarlos sobre los proyectos que se ejecutan en términos de RSE, como el de Fortalecimiento del Sistema Educativo Unidocente, Erradicación del Trabajo Infantil, lineamientos del Pacto Global, etc.

### GRI 205-3

Declaración de compromiso ético: Durante 2020, 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 Activos.
- 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 fuera de conducta ética en la Organización.



## C. ADMINISTRACIÓN SALARIAL

GRI 405-2/ GRI 102-36/ GRI 102-37 / GRI 102-39 / GRI 201-3

Banco Diners Club e Interdin cuentan con el Comité de Retribuciones, el cual está estructurado acorde con lo solicitado por la norma respectiva, y que se mantiene vigente en 2020.

El área de Recursos Humanos, bajo los lineamientos del Comité de Retribuciones, gestiona la administración salarial bajo dos premisas:

### Equidad interna

Las posiciones que tienen similar nivel de responsabilidad se ubican dentro de un mismo nivel de cargo y escala salarial.

### Competitividad externa

Salarios competitivos en relación al mercado específico de referencia, de acuerdo con la política salarial. Se utilizan las encuestas salariales provistas por firmas internacionales como herramienta de medición.

Adicionalmente se consideran variables como inflación, capacidad de la Organización, acciones del mercado, evaluación de desempeño (Colaboradores con Calificación mayor a C, realizada dos veces al año).

Son estos los factores para que el Comité de Retribuciones considere las medidas necesarias en administración salarial. Al momento no se cuenta con un mecanismo para involucrar a grupos de interés en la consulta sobre este tema.

En el año 2020, debido al entorno económico, no se realizaron ajustes salaria-

les; tampoco se implementaron medidas de reducción o modificación de la jornada laboral.

En este mismo año, 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 38.722.384.

Cabe mencionar que los planes de jubilación están regulados por la normativa ecuatoriana. En este sentido, de manera permanente se tiene que alimentar un fondo de provisiones en función de las proyecciones actuariales que se realizan para el efecto.

#### SBS E.1.6

##### Clasificación de personal por rango salarial

N° de Colaboradores según Rango Salarial			
Rango salarial	2018	2019	2020
500 - 750	233	236	320
750 - 1.000	271	327	227
1.000 - 2.000	493	470	443
2.000 - 3.000	192	207	179
> 3.000	170	173	149
Total	1.359	1.413	1.318

La relación entre el salario mínimo vital vigente del año 2020 y el salario mínimo pagado por la compañía es de 1 a 1,25.

Adicionalmente el ratio de la relación entre género de igual posición es de 1 a 1, es decir, equitativo entre hombres y mujeres.

A diciembre de 2020, 268 Colaboradores mantienen un esquema de remuneración mixta, es decir, salario fijo y variable.

Adicionalmente, se distribuyó el 15% de las utilidades a los Colaboradores, según lo establecido en la Ley. El valor del colaborador con una carga es de \$3365.72.

## D. FOMENTANDO EL MEJORAMIENTO CONTINUO DEL DESEMPEÑO

GC6 / GRI 405:103-2 / GRI 405:103-2 / GRI 404-3

La Gestión de Desempeño es un proceso continuo a lo largo del año, cuyo objetivo es gestionar el desarrollo de las personas en la Organización. Permite reforzar lo que se está haciendo bien, detectar oportunidades de mejora en el Colaborador y elaborar planes de acción para su desarrollo profesional.

Es fundamental el seguimiento y apoyo continuo de las Líneas de Supervisión, con el fin de garantizar las acciones que se van realizando para lograr los objetivos. Además, a lo largo de este proceso, los Colaboradores reciben retroalimentación continua de su avance.

La evaluación se realiza con el propósito de formalizar un proceso que se ejecuta todos los días y de 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.

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

Este 2020, Diners implementó un nuevo Modelo de Gestión de Desempeño, el cual se basa en que los resultados de negocio se monitorean a través de un Scorecard Corporativo y el avance en las iniciativas/proyectos a través de un Tablero de Gestión Estratégica. Esto incluye Scorecard Individual (KPIS) y/o OKRS.

En este proceso, articulamos tres “momentos Diners Club” decisivos y medibles:







## 1. Momentos Corporativos:

Asociados al logro de resultados organizacionales basados en objetivos estratégicos y métricas definidas por el Comité Ejecutivo y medidos a través de un Scorecard Corporativo.

## 2. Momentos del día a día:

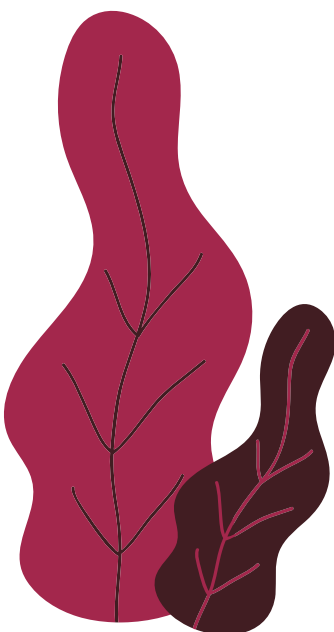
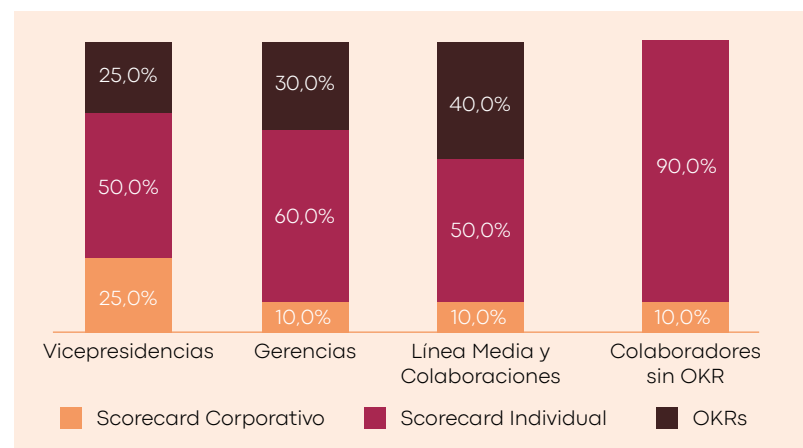
Asociados a acciones y métricas del día a día que impactan el logro de objetivos y resultados esperados propios del área y cargo, y medidos a través de un Scorecard Individual (KPIs).

## 3. Momentos de transformación:

Asociados a cómo se alcanzan y/o mejoran los resultados. Estos pueden cambiar de acuerdo con las prioridades del área, pero están siempre alineados a los objetivos estratégicos de la Organización. Son medidos a través de un tablero OKR Objectives and Key Results –una metodología que hace seguimiento a iniciativas de mejora de los equipos de trabajo.

Por otro lado, considerando los roles y niveles de responsabilidad de cada Colaborador, el esquema de evaluación fue definido con los siguientes componentes y ponderaciones:

**Peso de cada componente de Performance Management**



En conjunto, los OKRs y el Scorecard son un buen complemento para medir nuestro aporte a Diners Club a través de nuestro esfuerzo diario, el trabajo en equipo y la búsqueda constante de superación para lograr resultados organizacionales.

## D.1 BENEFICIOS PARA COLABORADORES:

Los beneficios que se presentan para los Colaboradores de la Organización son los siguientes:

### Educación

Convenios de descuentos del 10% al 25% con universidades del país, para programas de pregrado y posgrado.

### Salud

A lo largo del año se realizan campañas de salud y exámenes médicos. Además, se ejecutan procesos de vacunación con la intención de inmunizar a los Colaboradores frente a enfermedades como la gripe.

### Alimentación

Contamos con servicio de lunch para Colaboradores en jornada presencial, a través de diversos proveedores. La Organización subsidia el 50% del costo del servicio.

### Conectividad

Se realiza el reembolso por servicio de internet, del 50% del valor de la factura hasta máximo USD 25, para Colaboradores en modalidad de trabajo remoto.

### Convenios comerciales

Se establecen alianzas con varios establecimientos comerciales y, de esta forma, se generan descuentos en varios productos y servicios.

## Maternidad - paternidad

En cumplimiento con los lineamientos de la legislación, el 100% de las mujeres en estado de gestación tuvieron el respectivo permiso de maternidad. De igual forma, el 100% de los padres tuvieron su permiso de paternidad para contar con este tiempo tan importante para el desarrollo de sus hijos.

Las 26 personas que contaron con su beneficio se incorporaron posteriormente a sus labores sin alguna novedad.

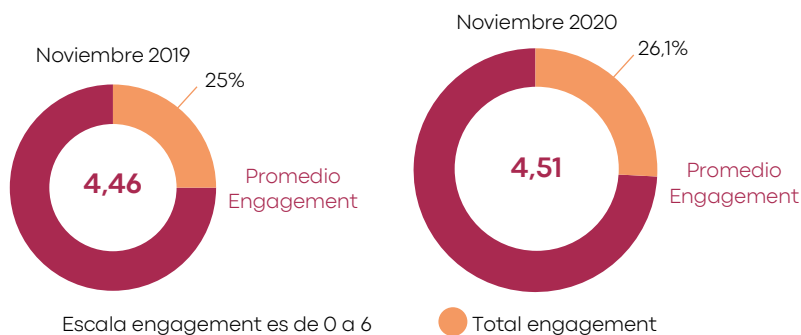
## D.2 EL CUIDADO POR EL CLIMA LABORAL (ENGAGEMENT)

### Encuesta, medición y monitoreo del clima laboral

En el año 2020, se realizó la medición de engagement con el apoyo de Circular HR. Esta medición tiene como fin principal medir el nivel de compromiso y agotamiento de nuestra gente. Además, nos permite lograr espacios de trabajo positivos que faciliten el desempeño de los Colaboradores y equipos.



### Niveles de engagement

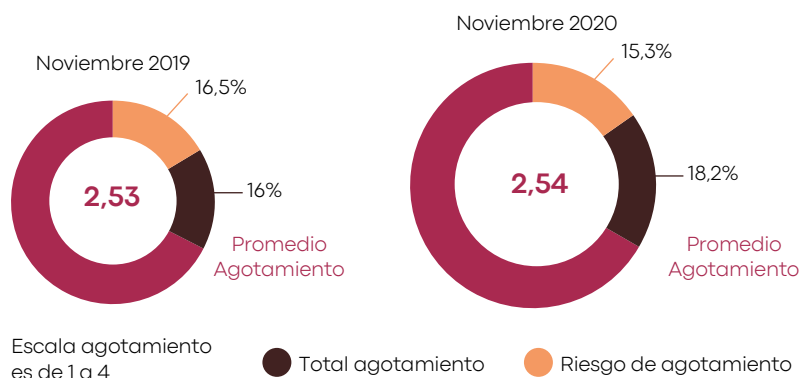


Benchmark LATAM Servicios	Promedio engagement: 4,30	Total engagement: 18,0%
---------------------------	---------------------------	-------------------------

#### Índice LATAM Engagement

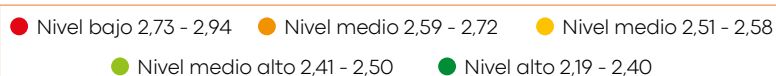


### Niveles del agotamiento



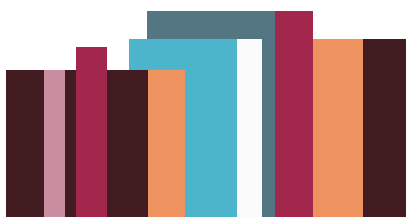
Benchmark LATAM Servicios	Promedio agotamiento: 2,59	Riesgo de agotamiento: 16,9%	Total agotamiento: 18,0%
---------------------------	----------------------------	------------------------------	--------------------------

#### Índice LATAM Agotamiento



En el año 2020, contamos con una tasa de respuesta por parte de los Colaboradores del 94%; y se obtuvo una puntuación de 4,51 (dentro de una escala de 6) vs el 4,46 del año 2019, lo que refleja un nivel medio-alto de engagement.

Nos encontramos trabajando en planes de acción que permitirán mejorar los factores que impactan directamente en el nivel de engagement y agotamiento, y que tienen una correlación positiva con el desarrollo del negocio. Hemos identificado factores que apalancan el engagement dentro de la Organización, como son oportunidades de desarrollo, optimismo y autonomía.



## E. DESARROLLO DE SOLIDARIDAD Y EL VOLUNTARIADO

Debido a las circunstancias del año 2020, algunas de las actividades de voluntariado se tuvieron que suspender. Sin embargo, en la medida de lo posible, se implementaron algunas de manera telemática, como la realización de mentorías para emprendedores.

talecer sus emprendimientos. De esta forma, nuestros especialistas en finanzas, en Marketing digital, en la parte comercial, en sustentabilidad, compartieron su experiencia y conocimientos dentro de este programa de voluntariado para aportar al desarrollo de los emprendedores.

### E.1 EDUCACIÓN FINANCIERA - EMPRENDIMIENTO

Como parte de los premios, los ganadores del Reto Digital tuvieron la oportunidad de trabajar con mentores profesionales de las distintas áreas de la Organización para, de esta forma, for-

### E.2 NAVIDAD SOLIDARIA

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



### Actividades de voluntariado de Colaboradores 2020

Actividad/Lugar	Número de voluntarios	Resultados
<b>Educación financiera</b> Mentorías para emprendedores Reto Digital	4	Se desarrollaron mentorías especializadas con base en las necesidades de los emprendedores.
<b>Navidad Solidaria</b> Voluntarios de todas las agencias realizan actos navideños solidarios: Quito, Guayaquil, Ambato, Cuenca, Manta y Machala	45	Entrega de kits escolares en jornadas navideñas solidarias con niños en situación vulnerable.
Total	49	

Durante 2020, se realizaron 127 horas de voluntariado, 47 de ellas en horario laboral, mientras que en el 2019 fueron 319 horas. Las horas invertidas de tiempo personal fueron 80 en 2020, al igual que en 2019. En general se contó con la participación de 49 voluntarios en 2020 frente a los 138 del 2019. Esta variación se debió a que se suspendieron las actividades presenciales por las circunstancias de pandemia.

## F. SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

### GRI 403:103-2 / GRI 403:103-3 / GRI 403-7 / GRI 403-8

Durante el período 2020 continuamos con la implementación del Sistema de Gestión para Prevención de Riesgos Laborales, se realizaron exámenes médicos ocupacionales para los riesgos propios del puesto de trabajo, además de inspecciones de los equipos contra incendios, campaña de vacunación para la prevención de problemas respiratorios, charlas enfocadas a temas de bienestar en la salud, VIH, prevención de consumo de sustancias estupefacientes, y acciones a seguir en casos de sismos e incendios y simulacros de evacuación.

Se mantiene un sistema de actuación para emergencias contra incendios, desastres naturales, emergencias mé-





dicas y evacuaciones, mediante la actualización de los planes de emergencias exigidos por los entes de control para los diferentes edificios, además de señalética y reuniones con las brigadas establecidas en la Organización.

#### GRI 102 - 41 / GRI 403-1 / GRI 403-4 / GRI 403-5 / GRI 403-6

En 2020, se mantienen los 75 Colaboradores que forman parte de las brigadas de seguridad y salud ocupacional. Esto equivale al 20% de los Colaboradores que realizan trabajo presencial. Estas brigadas están compuestas por el COE, Líderes de edificio, Líderes de piso, Brigadas contra Incendio, Brigada de Primeros Auxilios y Brigada de Comunicación y Evacuación, que están capacitados a nivel nacional.


Cabe mencionar que no existen sindicatos en la Organización y por lo tanto no hay acuerdos de negociación colectiva a la fecha.

La Organización facilita un seguro de salud privado, producto de un convenio corporativo con una empresa especializada en el tema. Es acogido de forma voluntaria por el 8% de los Colaboradores.

#### GRI 403-2 / GRI 403-9 / GRI 403-10

Índice de accidentes y daños laborales	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Número de Colaboradores	1.359	1.413	1.318
Número de accidentes	0	0	0
Enfermedades ocupacionales	0	0	0
Días perdidos por accidente laboral	0	0	0
Días perdidos por accidente laboral / hombre	0	0	0

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



Con base en estas cifras, se puede deducir que los resultados de TFA, TIEP y TAL son 0.

#### **GRI 403-3**

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

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

## **F.1 AUSENTISMO**

El ausentismo en 2020 fue de 3.752 días laborables (no incluye periodos de maternidad y paternidad). La principal causa obedece a enfermedades de tipo respiratorio por Covid-19, por lo que se tomaron acciones preventivas para bajar esta siniestralidad. En 2020 no existieron enfermedades laborales. En el caso de accidentes, no se registraron en este año.

## **F.2 EMERGENCIA SANITARIA - PANDEMIA COVID- 19**

Para la Organización ha sido fundamental fortalecer acciones oportunas para la identificación y evaluación de Riesgo Biológico, tomando medidas prácticas y eficientes en el lugar de trabajo que cumplan estrictos criterios en materia de seguridad y salud ocupacional, a fin de minimizar el riesgo de exposición de los Colaboradores, Socios y Proveedores frente al COVID- 19.

Al cierre de 2020, el 73% de los Colaboradores se mantiene en teletrabajo y el 27% en trabajo presencial. Desde el inicio de la emergencia sanitaria, se implementaron Protocolos de Bioseguridad, Protocolos Médicos y Con-

troles de Ingeniería, para prevenir y controlar el contagio de COVID-19 en la Organización.

Se ha proporcionado capacitación, educación y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo, incluidas prácticas de higiene adecuadas y el uso de cualquier control en el lugar de trabajo, incluido el equipo de protección personal.

Protocolos de bioseguridad establecidos:

- Medidas de bioseguridad (trabajo presencial)
- Medidas de bioseguridad para teletrabajo
- Medidas de bioseguridad en espacios públicos
- Protocolos médicos (atención médica, seguimiento pacientes COVID-19)
- Control del cumplimiento de Protocolo de ingreso de Socios/Proveedores.

Con todas las acciones preventivas, la Organización registra un 14% de Colaboradores contagiados, todos recuperados y reincorporados a su trabajo.





---

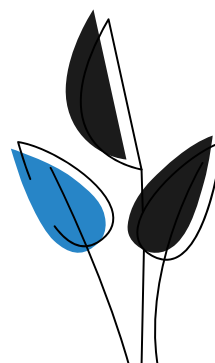
*JUNTO A NUESTROS  
SOCIOS PARA TODA  
LA VIDA*

# LOGROS 2020

- La emisión de tarjetas principales personales nuevas de las 4 marcas (incluyendo Mastercard) fue un 10% por sobre lo colocado en el año 2019.
- Se sobrepasó el 100% de la meta en la venta de la tarjeta MasterCard, debido a la apertura que se muestra en los Socios al ser un nuevo producto.
- Ofertas de Valor con un nivel más detallado de personalización mediante la definición de arquetipos y perfiles de Socios.
- Se fortalecieron las acciones comerciales con universidades, logrando un mayor nivel de penetración de tarjetas en ellas. Además, se reforzaron las alianzas existentes, para generar un mayor top of mind de Discover en el mercado como la tarjeta universitaria por excelencia.
- Se alcanzó un cumplimiento del presupuesto de consumos del 97% pese al escenario económico adverso que supuso el año 2020 por efectos de la pandemia.
- En 2020 se construyeron y entregaron 17 iniciativas nuevas a través del Centro de Innovación, 30% más iniciativas que en 2019, mientras que la cantidad total de iniciativas gestionadas pasó de 19 a 25 en la misma comparativa anual.
- Los proyectos construidos entre 2019 y 2020 durante su fase productiva han alcanzado los siguientes resultados:
  - 5.247 tarjetas afiliadas desde el App Diners Club
  - 484 Planes de Deuda Asegurada contratados desde el celular de los Clientes.
  - 1.058 Socios participaron en Noches Diners Digital,
  - Se recibieron 380 donaciones a través del chatbot frente a la emergencia del Covid.
  - Las redenciones de millas desde la app cerraron en 345 casos, con tan solo 4 meses de operación.
- Los comercios activos que facturaron en botones de pago tienen un crecimiento del 803% con relación al año anterior, en gran parte por el crecimiento de lo virtual.
- Se negociaron 229 mil acuerdos de pago por un monto de USD 1.203 millones.

# DESAFÍOS 2021


- El objetivo 2021 es captar 45 mil nuevos Socios con un enfoque de captación de nuevos Clientes únicos.
- Se implementarán nuevas estrategias enfocadas en la activación de Clientes (primer consumo) y en los niveles de recencia. A su vez, se potenciará el onboarding digital.
- Planeamos ofrecer nuevas categorías de productos (Sphaera Reserve), que generen en el Socio un empoderamiento con la marca, debido a la posibilidad de crecer junto a ella.
- Incrementar el número de Clientes que adopten nuevas soluciones de pago, como Pay Club, en sus transacciones cotidianas. A su vez, avanzar con la gamificación de campañas mediante el desarrollo de plataformas digitales.
- Continuar con la filosofía de generar alianzas de importancia en el mercado.
- Seguir brindando a nuestros inversionistas un servicio de primer orden basados en la solidez, profesionalismo y confianza.
- Continuar con nuestros procesos de digitalización y modernización, para oferta de mejores servicios y con mayor dinamismo.
- Empezar iniciativas que generen ventajas competitivas nuevas, distintas a los productos financieros tradicionales, pero complementarios a ellos.
- Incrementar el número de personas que participan en los proyectos del CDI, y así aportar más en la cultura de innovación.
- Acelerar la entrega de proyectos mediante la mejora y eficiencia de las actividades que hoy se ejecutan en el proceso de innovación.







## A. ENFOCADOS EN EL SOCIO



Nuestro objetivo central como empresa es el de acompañar a cada uno de nuestros Socios en los diferentes momentos de su vida y, dentro de ello, queremos ser siempre su medio preferido de pago. Por eso nos esforzamos día a día por incorporar a nuestro portafolio nuevos e innovadores productos que tengan un conjunto de características y beneficios con base en 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, enmarcados en una banca digital. Es por ello que en 2021 seguiremos comprometidos con establecer nuevos productos y servicios que faciliten la vida de nuestros Socios.

### A.1. PROPUESTAS DE VALOR ADAPTADAS A LA REALIDAD DE CADA SOCIO

En 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, ubicación en el ciclo vital, ingresos declarados y un sinnúmero de factores. En función de ello, la Compañía diseña propuestas de valor, creando productos y servicios que se adaptan a dicho estilo y a cada ciclo de vida.

En ese sentido, paulatinamente analizamos e incluimos más variables que permitan personalizar más a detalle el perfil de nuestros Socios, para con esto asegurar que los productos y servicios destinados sean los adecuados y acordes a las necesidades de cada Socio.

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

#### GRI 416-1

Todos los productos se someten a un sistema de evaluación, con la finalidad de encontrar mejoras en cuanto al servicio y la seguridad de información.

#### GRI 417-1 / GRI 418:103-2 / GRI 418:103-3

## A.2. POLÍTICAS EN RELACIÓN CON LOS SOCIOS Y SU SEGURIDAD

La transparencia y confidencialidad guían nuestras relaciones comerciales. Las leyes y regulaciones nacionales establecen un techo de tasa de interés máxima efectiva. Asimismo, en beneficio de la transparencia de mercado y de los consumidores, difundimos un tarifario, folleto o información de pizarra y digital que contienen 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 con una tabla diferenciada por tipo de producto y servicio, y deben ser comunicadas a los Clientes.

Adicionalmente, este año continuamos realizando campañas de Educación Financiera con los Socios que brindan elementos, para que ellos puedan manejar sus finanzas adecuadamente para su mayor bienestar. De hecho, este año difundimos un video educativo sobre cómo evitar y prevenir ser presas del Coronaphishing y el Coranaware, ambos delitos que aparecieron a raíz de la pandemia para precautelar su economía, a más de varios videos educativos

y conferencias sobre cómo enfrentar la crisis financiera en los hogares.

En 2020 no se presentaron casos de incumplimiento relativos a la seguridad de información de los clientes

#### 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.

##### Política 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.

##### Política de Transparencia

Las tasas de interés y comisiones de las tarjetas de crédito, por ley, son publicadas en todas las sucursales, en la web de la empresa, en la web de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, entre otras. Diners Club del Ecuador utiliza el Estado de Cuenta como medio de información a sus Socios, siendo 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. LA INNOVACIÓN COMO APOORTE A LA GENERACIÓN DE VALOR

El principal rol del Centro de Innovación es catalizar mediante ejecución la adopción de procesos digitales y el desarrollo de propuestas que agreguen valor al Cliente y a la Organización. Con el uso de esquemas de trabajo colaborativo y focalizando sus esfuerzos en la evolución y digitalización de los momentos de verdad de nuestros Socios

al interactuar con nuestros productos o servicios, buscamos facilitar su día a día, reduciendo tiempo, trámites y generando mejor experiencia y cercanía, e implícitamente aportando en la evolución de los productos y procesos de la Organización, apoyando la estrategia digital de Diners Club.

## C. LOS SOCIOS DINERS CLUB DEL ECUADOR:

GRI 102-6 / SBS C.3.3 / SBS C.3.4

### C.1. CATEGORIZACIÓN:

#### Socios Personales únicos

representan un 96% del stock total.

#### Socios Corporativos únicos

representan el 2%.

#### Clientes Inversionistas

representan el 2% restante.

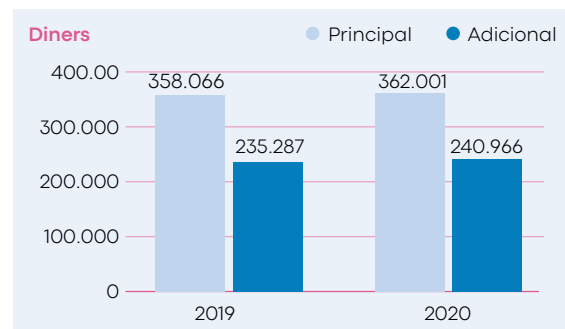
### Socios Personales

Evolución en la cantidad de Socios Principales y Adicionales en Diners Club, Visa, Mastercard y Discover

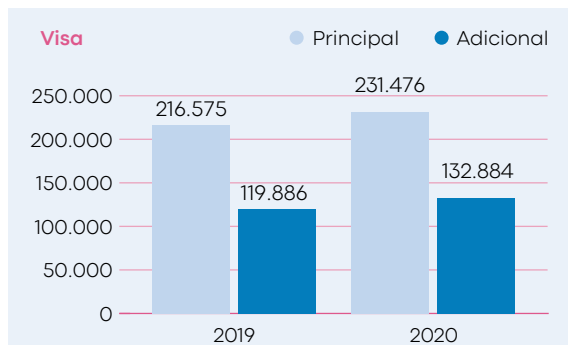
Club Diners			
Año	Principales	Adicionales	Total
2019	703.893	360.293	1'064.186
2020	729.273	379.258	1'108.531
%	3,6%	5,3%	4,2%

Al finalizar el año 2020, la totalidad de Socios Principales (Diners, Visa, Discover y Mastercard) fue de 729.273, y de Adicionales 379.258, equivalente a un crecimiento del 3,6% y 5,3%, respectivamente, lo que sin duda es un logro, debido a las difíciles condiciones de la pandemia.

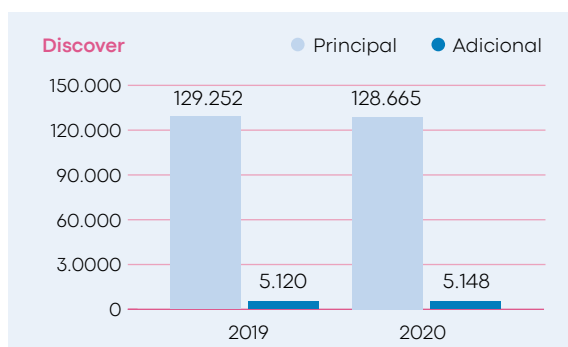
Diners			
Año	Principales	Adicionales	Total
2019	358.066	235.287	593.353
2020	362.001	240.966	602.967
%	1,1%	2,4%	1,6%



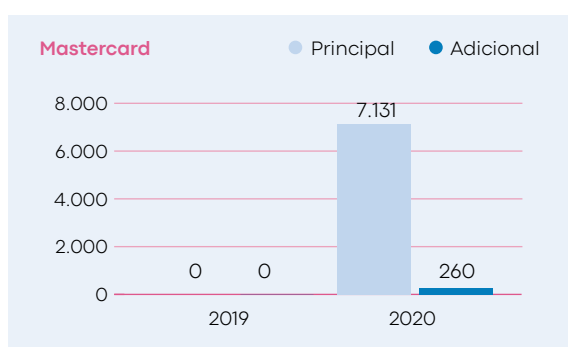
Visa			
Año	Principales	Adicionales	Total
2019	216.575	119.886	336.461
2020	231.476	132.884	364.360
%	6,9%	10,8%	8,3%



Discover			
Año	Principales	Adicionales	Total
2019	129.252	5.120	134.372
2020	128.665	5.148	133.813
%	-0,5%	0,5%	-0,4%



Mastercard			
Año	Principales	Adicionales	Total
2019	0	0	0
2020	7.131	260	7.391
%	100%	100%	100%



## 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 con 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 8.844 Socios Principales Corporativos durante 2020, mientras que en 2019 llegaron a ser 8.614 Socios, lo cual representa un incremento del 3%. En cuanto a Socios Corporativos Adicionales, en 2019 la cifra alcanzó 15.457, mientras que en 2020 fueron 15.488, es decir, un incremento del 0,2%.

## Clientes Inversionistas

Son aquellos que adquieren los productos de inversión que actualmente comercializa Diners Club, bajo dos modalidades: Saldos a Favor y Planes de Ahorro Diners (solo para Socios Diners Club del Ecuador), y Certificados de Inversión a plazo fijo (para Socios y público en general).

Al cerrar el año tenemos 9.178 Clientes inversionistas a plazo y 27.639 Socios que mantienen sus ahorros en PAD. El monto total administrado a diciembre 2020 es de USD 967'432.406,16 (sin la Tesorería).

## D. PRODUCTOS DINERS CLUB

GRI 102-2

### D.1 TARJETAS DE CRÉDITO

Los productos que ofrece Diners Club para Socios Personales y corporativos son



Diners Club Sphaera



Diners Club Miles



Diners Club AAdvantage®



Diners Club Corporate



Diners Club  
Corporate ClubMiles



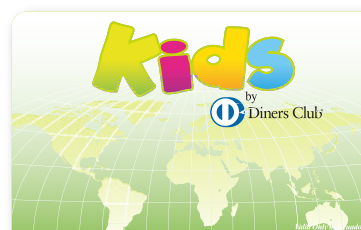
Diners Club  
Corporate AAdvantage®



Diners Club Freedom



Diners Club One



Diners Club Kids



Tarjeta Discover



Discover More



### Tarjetas Adicionales complementarias:



Gas Club Assist 365



GIFT Card



Grande Table



Prepaid Corporativa



Diners Club – Supermaxi



Diners Club – Mi Comisariato

### Convenio Cerradas



### Discover Universidades



Para mayor información de productos y servicios ingresar a  
[www.dinersclub.com.ec](http://www.dinersclub.com.ec)  
[www.discover.ec](http://www.discover.ec)  
[www.titanium.com.ec](http://www.titanium.com.ec)

Desde octubre de 2017, Banco Diners Club inició la emisión de tarjetas de crédito de TITANIUM Visa, ampliando su portafolio con los siguientes productos.



TITANIUM  
Visa Infinite



TITANIUM  
Visa Signature



TITANIUM  
Visa Platinum



TITANIUM  
Corporativa Miles



TITANIUM  
Visa Euphoria



TITANIUM  
Visa Corporate

Desde noviembre de 2020, Banco Diners Club inició la emisión de tarjetas de crédito de TITANIUM Mastercard, ampliando su portafolio con los siguientes productos.



TITANIUM  
Mastercard Black Beyond



TITANIUM  
Mastercard Platinum



TITANIUM  
Mastercard Black



TITANIUM  
Mastercard Business Black



TITANIUM  
Mastercard Corporate Black

### 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	Consumos que el Socio cancela en cuotas hasta 24 meses plazo, con una tasa de interés diferenciada.
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 o 3 meses de gracia.
Crédito diferido preferencial	Consumos que el Socio puede cancelar en cuotas a 6, 9, 12 o 24 meses plazo con una tasa de interés preferencial.



## D.2 ASISTENCIAS Y SEGUROS DINERS CLUB

Diners Club, en constante búsqueda de servir mejor a sus Socios, complementa cada uno de sus productos con servicios y beneficios para generarles bienestar y tranquilidad en todo momento.

Es así como las tarjetas Diners Club Ecuador, cuentan con servicios de asistencia y seguros para el Socio y su familia, que buscan brindar apoyo inmediato y oportuno frente a necesidades que su estilo de vida demanda.

Los seguros y asistencias disponibles son manejados por AIG Metropolitana de Seguros y Coris del Ecuador, respectivamente. Se trata de empresas de amplia trayectoria en el mercado nacional e internacional que comprenden la importancia que los Socios representan para Diners Club.

### Asistencias para Socios

#### Asistencias nacionales

Tipo de asistencia	Detalle	
Asistencia Médica de Emergencia en Viajes dentro del territorio nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Asistencia médica de emergencia en viajes nacionales para el titular, cónyuge e hijos.</li> <li>· Envío de medicamentos</li> <li>· Repatriación de restos en caso de defunción</li> <li>· Repatriación y evacuación en caso de enfermedad o accidente</li> <li>· Retorno de acompañante en caso de fallecimiento del titular</li> <li>· Terapia de recuperación física</li> </ul>	
Asistencia en Viajes dentro del territorio nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Asistencia Legal</li> <li>· Transmisión de mensajes</li> </ul>	
Asistencia al Hogar por emergencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cerrajería</li> <li>· Plomería</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Vidriería</li> <li>· Electricidad</li> </ul>
Asistencia al Vehículo	Servicio de remolque de vehículo y asistencia de emergencia	

#### Asistencias internacionales

Tipo de asistencia	Detalle	
Asistencia Médica de Emergencia en Viajes en el exterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Asistencia médica internacional tanto para titular, cónyuge e hijos</li> <li>· Envío de medicamentos</li> <li>· Repatriación de restos en caso de defunción</li> <li>· Repatriación y evacuación en caso de enfermedad o accidente</li> <li>· Retorno de acompañante en caso de fallecimiento del titular de la tarjeta</li> <li>· Terapia de recuperación física</li> </ul>	
Asistencia en Viajes en el exterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Compensación por demora de equipaje</li> <li>· Asistencia Legal</li> <li>· Transmisión de mensajes</li> </ul>	



Gracias a un esfuerzo sostenido de comunicación, el servicio de asistencias es un beneficio altamente valorado y utilizado por nuestros Socios Diners Club.

Durante 2020, se atendieron 58.838 llamadas por solicitudes de información y se prestaron efectivamente 14.175 asistencias nacionales e internacionales. Diners Club se mantiene atento a las necesidades cambiantes de nuestros Socios y del mundo en el que vivimos. Desde este año, nuestra Asistencia Médica de Emergencia para Viajes en el Exterior incluyó la cobertura contra Covid-19.

#### GRI 412-3

Los seguros constituyen un aspecto cada vez más importante y valorado para quienes cuentan con tarjetas Diners Club en el Ecuador. Servimos a un segmento que tiene alto nivel de conocimiento y conciencia respecto de la necesidad de proteger su vida y sus bienes.

Las coberturas diseñadas están pensadas para acompañar las experiencias y expectativas de nuestros Socios, quienes al pagar con su tarjeta Diners Club obtienen de forma inmediata las siguientes coberturas:

Cobertura	Detalle
Seguro de Vuelo	Al comprar pasajes aéreos, de transporte terrestre o marítimo para viajes nacionales e internacionales, el Socio, su cónyuge e hijos están cubiertos frente a retraso de vuelos, demora o pérdida de equipaje y además cuentan con cobertura de fallecimiento en caso de accidente en el medio de transporte durante el viaje.
Seguro Estudiantil	Al pagar gastos de estudios, matrícula y útiles escolares de hijos con edades comprendidas entre 1 y 23 años, el Socio cuenta con la cobertura de un seguro de vida en caso de muerte accidental que garantiza la continuidad de sus estudios.
Travel Protection	Al comprar pasajes o paquetes turísticos, a partir de USD 400, el Socio obtiene un seguro que cubre el contenido del hogar y sus efectos personales por robo durante el viaje. Adicionalmente cuenta con cobertura en caso de pérdida de equipaje o documentos.
Seguro de Vehículos Rentados en el exterior (CDW)	Al pagar la renta de vehículos durante el viaje en el exterior, el Socio cuenta con cobertura contra pérdida total o parcial, robo o colisión del auto rentado.
Seguro de Compra Protegida y Garantía Extendida	Las compras que el Socio realice cuentan con la cobertura de seguro de Compra Protegida hasta por un periodo de 60 días después de la fecha de compra, en caso de robo o daño accidental. Adicionalmente cuentan con seguro de Garantía Extendida, que permite extenderla hasta un año más, a partir del vencimiento de la garantía original de fábrica.



La cobertura de estos seguros se realiza en función de los términos y condiciones establecidos en las respectivas pólizas y según las características de cada producto, información que es comunicada y se encuentra disponible para los Socios.

Para tener acceso a las asistencias y seguros prestados en el exterior, al igual que a los programas de recompensas de acumulación de millas o cash back, el Socio debe solicitar y aceptar las tarifas anuales que están establecidas por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. Las asistencias nacionales no tienen costo y es un beneficio para nuestros Socios.

Adicionalmente nuestros Socios Diners Club pueden acceder de forma voluntaria a información sobre seguros complementarios que les otorguen mayores y mejores coberturas. Para obtener información detallada, se puede acudir a los puntos de atención de Diners Club a nivel nacional:

- Vida
- Accidentes personales
- Hogar: estructura y contenido
- Atención médica dental

### **Seguro de desgravamen sobre saldos**

Diners Club Ecuador, comprometido con la responsabilidad social, pone a disposición de sus Socios beneficios adicionales específicos, que contribuyen a que sus familias puedan contar con tranquilidad económica en caso de fallecimiento del titular.

Seguros del Pichincha es la compañía calificada para brindar la cobertura de seguro de desgravamen, denominado Plan Deuda Asegurada, que cubre al So-

cio en saldos sobre deudas en caso de fallecimiento por cualquier causa, incapacidad total o permanente y enfermedades catastróficas, que pudieran sufrir tanto el titular de la cuenta como todos sus adicionales. Ha sido diseñado con características y atributos en estricto apego a las normas vigentes, salvaguardando los intereses de nuestros Socios.

Características del seguro de desgravamen sobre saldos:

- Cubre el saldo de la deuda en todas las tarjetas que el Socio mantenga con Banco Diners Club del Ecuador, hasta un monto de USD 60.000.
- Fácil de contratar, sin exámenes médicos ni declaración de salud.
- El valor de prima mensual no varía con la edad del Socio y se paga únicamente en caso de que exista deuda.
- Única exclusión de la cobertura de vida: suicidio durante el primer año.
- El Socio principal es quien contrata el seguro y otorga automáticamente cobertura para sus tarjetahabientes adicionales.

## **D.3 SERVICIOS ELECTRÓNICOS Y WEB**

### **PAYCLUB WALLET – BILLETERA MÓVIL**

Es una solución innovadora, segura y efectiva para realizar pagos móviles mediante el celular Smartphone, gracias a la utilización de un código temporal de compras. Esta aplicación para teléfo-





nos inteligentes cuenta con una nueva funcionalidad de pago que opera con un código de transacción de un solo uso (OTT), vinculado con una cuenta de tarjeta de crédito del Socio, cumpliendo con certificaciones PCI, para realizar transacciones como pagos o compras. Se ubica como una vía adicional de pago a las que la institución opera, es decir, esta funcionalidad no sustituye otras vías, sino que las complementa.

La solución con este código no requiere entregar el plástico y ofrece mucha agilidad y seguridad tanto para comercios como para los Socios.

### Botón de pagos

A través de esta funcionalidad, se puede comprar y pagar en línea de una manera fácil, rápida y segura. El Socio 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.

### App Diners Club

El APP Tarjetas Diners Club es una aplicación móvil que permite a los Clientes personas naturales que manejan nuestros productos de tarjetas de crédito (Diners Club, Discover y Titanium) tener acceso a consultas de su estado de cuenta, movimientos realizados, bloqueo temporal o definitivo de sus tarjetas, entre otros.



### Compras en el exterior

Es una página informativa donde se da a conocer a los Socios Diners Club varios servicios rela-

cionados con las compras en el exterior. Se impulsa principalmente el pago con tarjetas Diners Club de sus compras en tiendas del extranjero o vía internet

### Voucher sin firma

Servicio que le permite ahorrar tiempo en cada transacción, al no requerir la firma del voucher; facilitando de esta manera el proceso de compra para Socios Diners Club, TITANIUM y Discover en establecimientos afiliados. El valor deberá ser igual o menor a un monto en dólares definido para una determinada especialidad de comercio. Los valores oscilan entre los USD 50 a USD 200, dependiendo de la especialidad.

## D.4 OTROS PRODUCTOS FINANCIEROS

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

- Cargos recurrentes
- De consumos nacionales

## D.5 PRODUCTOS PARA CLIENTES INVERSIONISTAS

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

- Planes de acumulación Diners (PAD)
- Certificados de inversión
- SalDOS a favor



## E. RELACIÓN CON LOS SOCIOS BASADA EN TECNOLOGÍA Y SEGURIDAD TRANSACCIONAL



Diners Club, en su estrategia de generar valor en cada contacto y de lograr una experiencia digital de excelencia, ha trabajado en generar experiencias diferenciadoras con procesos centrados en el Cliente, soportadas en tecnología y sistemas de información que estén a la vanguardia de la industria, con visión de futuro e innovación permanente, construyendo cultura y desarrollo evolutivo, con estándares de calidad, motivando la satisfacción y fidelidad de nuestros Socios.

Los distintos canales de atención son los encargados de recibir los requerimientos de nuestros Clientes y, a través de procesos de analítica de datos, predecir las necesidades de los Socios y comercios, para impulsar con ello nuestra marca y buscar su preferencia.

En estos canales trabajan actualmente 244 Colaboradores que atienden tanto a Socios como a Establecimientos. Desde que inició la emergencia sanitaria, las modalidades de trabajo cambiaron. En la actualidad, del total del head count de los canales, el 59% está en teletrabajo, el 41% presencial, y el 1% en modalidad mixta, sin afectar los indicadores de servicio al Cliente.

### Canales de atención

#### Canales Físicos – Oficinas

Diners Club mantiene atención presencial en 11 ciudades en el Ecuador que componen 16 puntos de servicio al Cliente y se expone de la siguiente manera:



Se ha definido 4 modelos de atención aplicables para estos puntos en función de estos parámetros

Full	Estándar	Express	Especializada
Matriz Orellana	CCI-Cuenca-Ambato Manta-Machala	Scala-San Luis-Loja Ibarra-Riobamba Latacunga-Portoviejo	USFQ-QTGC
<ul style="list-style-type: none"> <li>Matriz: lunes a viernes de 8:30 a 17:00</li> <li>Orellana: lunes a viernes de 8:30 a 17:00. Sábado de 10:00 a 14:00</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CCI: lunes a viernes de 9:30 a 18:00. Sábado de 9:30 a 13:30</li> <li>Cuenca Machala/ Manta: lunes a viernes de 8:30 a 16:00</li> <li>Ambato: lunes a viernes de 8:30 a 16:00</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Scala: lunes a viernes de 10:00 a 18:30. Sábado de 10:00 a 14:00</li> <li>Ibarra: lunes a viernes de 8:30 a 16:00</li> <li>Otros puntos: lunes a viernes de 8:30 a 16:00</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>USFQ: al momento se encuentra cerrado el punto de servicios</li> <li>QTGC: en forma presencial los días miércoles de 9:00 a 18:00 y sábados de 9:00 a 16:00. En forma no presencial los días martes, jueves, viernes y domingos</li> </ul>

\*USFQ: Universidad San Francisco de Quito

\*QTGC: Quito Tennis y Golf Club

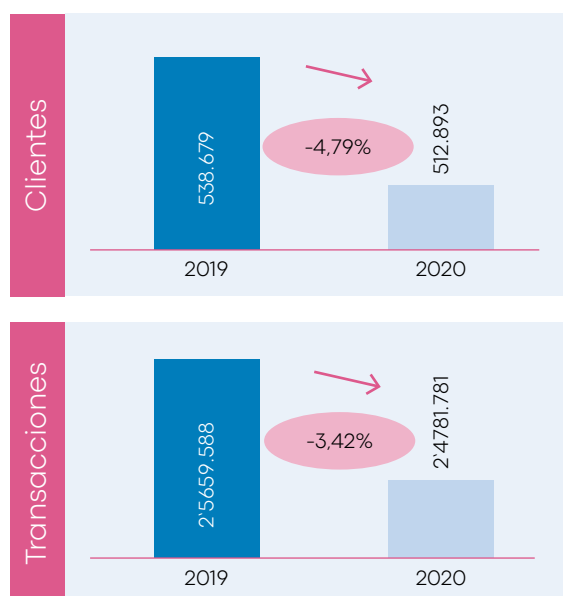
## Canal Contact Center

A través del centro de contacto de Diners Club, se resuelven requerimientos de Clientes por el canal telefónico, email, autoservicio (web y app), redes sociales y consultas automáticas de saldos y pagos por el IVR.









## Características de la atención – Interacciones y Clientes

Los Clientes que transaccionaron en todos los canales de atención disminuyeron el 4,79% con relación al año anterior. De la misma forma, el consolidado de transacciones de los canales disminuyó un 3,42% con relación al año anterior, resultado de la contracción de la demanda y la economía en general por la pandemia.

Full
Contac Center
<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio al cliente: lunes a domingo de 8:30 hasta 18:30</li> <li>Autorizaciones, bloqueos de tarjetas, servicios diferenciados, consultas de saldos y pagos de el IVR: lunes a domingo 24 horas</li> </ul>



Los clientes realizaron las siguientes transacciones:

	CANALES ASISTIDOS	Transacciones y representatividad 2020		CANALES AUTOMÁTICOS	Transacciones y representatividad 2020
	<b>CALL CENTER:</b> Atención de consultas, requerimiento, reclamos y colocación reactiva de tarjetas y PAD, autoservicio.	<b>2,07MM</b> <b>8,4%</b>		<b>WEB:</b> Consultas y autogestión.	<b>11,8MM</b> <b>48%</b>
	<b>OFICINAS:</b> Atención de consultas, requerimientos, reclamos, ofrecimiento y colocación de productos	<b>418K</b> <b>1,7%</b>		<b>APP:</b> Consultas y autogestión.	<b>10,2MM</b> <b>41,4%</b>
	<b>PLATAFORMA:</b> Atención de consultas y servicios a través del back door de Multicanalidad	<b>39,6K</b> <b>0,2%</b>		<b>IVR:</b> Consultas automáticas.	<b>91,2K</b> <b>0,4%</b>
	<b>AUTOSERVICIO:</b> Atención de consultas, requerimientos y reclamos desde el autoservicio de la Web y App	<b>15,5K</b> <b>0,01%</b>			
	<b>REDES SOCIALES:</b> Atención de consultas, requerimiento y reclamos.	<b>11,3K</b> <b>0,05%</b>			

Los canales digitales Web y App son los que reciben el 89,3% del peso de la transaccionalidad que realizan los Clientes a través de los canales de atención. Durante el año 2020 se han dinamizado estos canales a través de la oferta de nuevas funcionalidades y con campañas de migración a estos canales.

Con relación a la transaccionalidad a través de los botones de pago, los resultados fueron:

2019	2020	
Comercios activos		
534	4.820	80,3% ↑
Transacciones		
2'885.883	5'382.117	86% ↑
Facturación		
551'425.873	686'655.198	25% ↑





## Atención al Cliente durante la emergencia sanitaria y refinanciaciones

Desde el mes de marzo del año 2020, y debido a la pandemia del Covid-19, los modelos de atención de los canales se adaptaron a las nuevas necesidades de los Clientes, principalmente para generar medidas de alivio financiero alineados a las normativas emitidas por las entidades de control.

Se implementaron procesos diferenciados a través de los cuales se recibieron 165.431 interacciones relacionadas con la emergencia sanitaria en los Canales de Servicio al Cliente, de las cuales el 58,6% fueron resueltos en el canal y el 41,4% fueron trasladados para la gestión del área especializada.

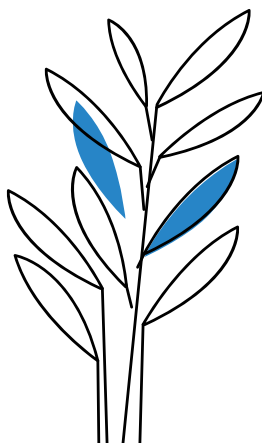
Categoría	Especialidad	Total
Consulta	Emergencia Covid 19 Redes Sociales	1.564
	Emergencia Covid 19	35.781
	Traslado Requerimiento Cobranzas Cov	67.248
Servicio	Novaciones Covid 19 - Ampliaciones 30	59.521
Reclamos	Covid 19	1.317
Total requerimientos		165.431

Desde marzo 26 de 2020, se han procesado un total de 246.101 operaciones de diferimiento extraordinario de obligaciones crediticias, que a la fecha han significado USD 245,4 millones en diferimiento de exigibles y USD 1.468 millones en riesgos totales.

### E.1 CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y ATENCIÓN A RECLAMOS

#### SBS.C.3.1

Estos indicadores reflejan la gestión que se realiza para administración de la capacidad instalada para cubrir la demanda que recibe el canal, la cual se proyecta de acuerdo con los distintos escenarios por cortes de fac-

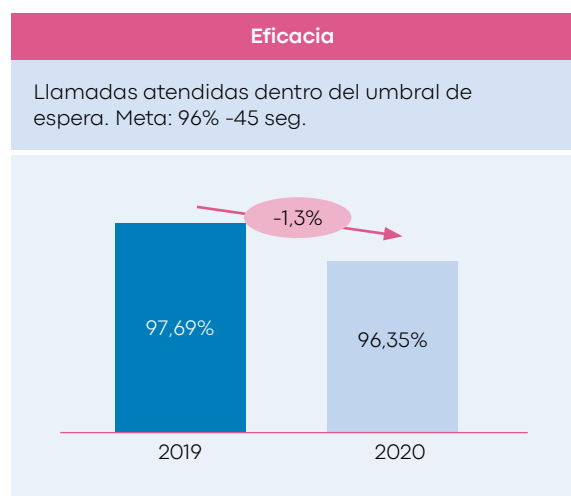
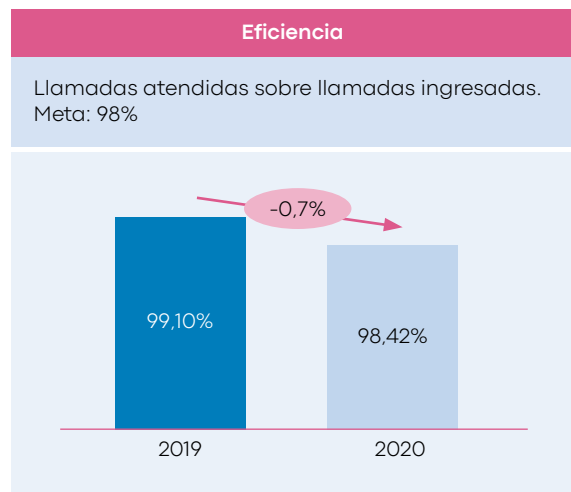




turación, feriados, días normales, y que han permitido manejar los niveles de servicio sobre las metas comprometidas para cada uno de ellos.

## Indicadores de eficiencia y eficacia Call Center:

### Servicio al Cliente



Tanto el indicador de eficiencia como el de eficacia de servicios en el canal telefónico cumplen las metas definidas. Si comparamos contra los resultados del año 2019, existe un ligero decrecimiento. Esto se debe al impacto que tuvo el crecimiento de la demanda por la emergencia sanitaria principalmente en los meses de marzo y junio del año 2020



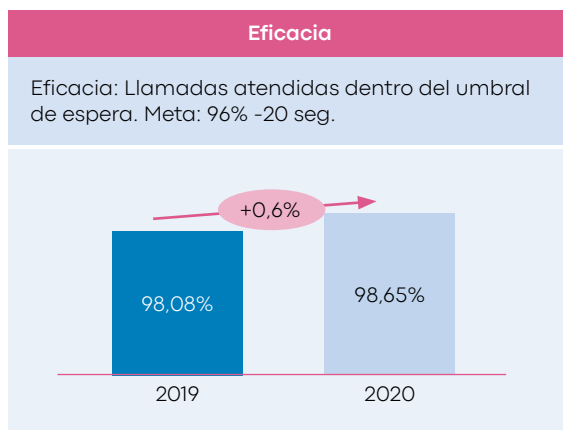
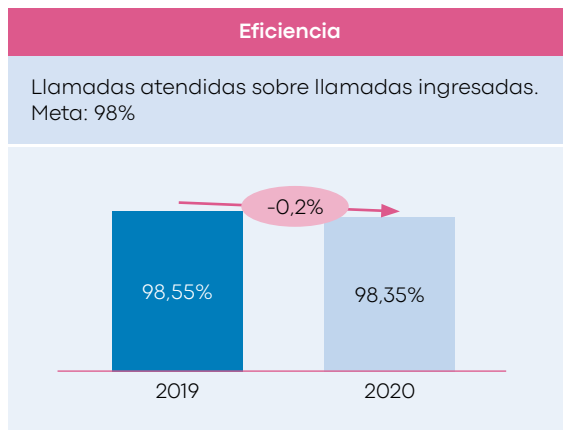
**José Gabriel Callejas**  
Cliente

Soy Socio de Diners Club desde el año 2010, y desde 2016 también venimos trabajando de forma periódica con su división de inversiones.

En este tiempo he recibido una atención muy profesional y personalizada, cosa que marca la diferencia al momento de invertir.

Además de los extensos servicios y beneficios que Diners Club ofrece a sus Socios y Tarjetahabientes, creo que lo más destacable de la empresa es su solidez financiera y lo estricto del manejo en sus procesos, que al final del día le dan una gran tranquilidad al Socio.

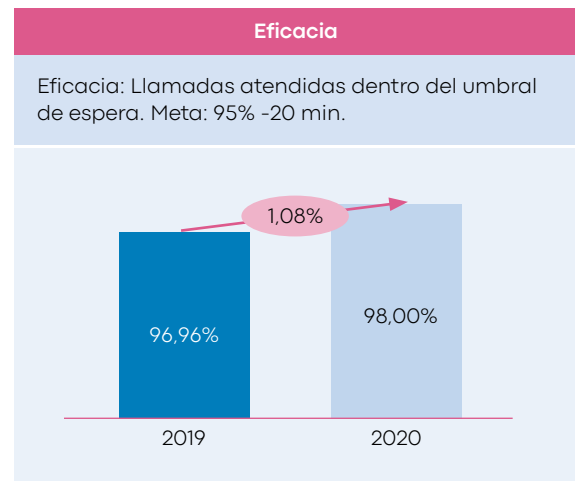
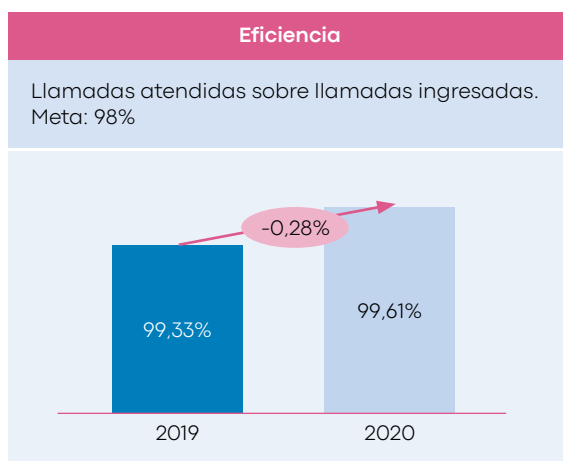
## Autorizaciones



Los indicadores de autorizaciones cumplen las metas definidas y en general mantienen los niveles de desempeño del año anterior.

## Indicadores de eficiencia y eficacia en Oficinas:

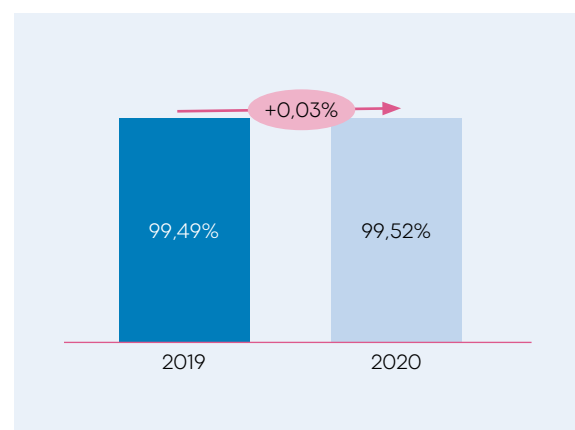
### Servicio al Cliente



Los indicadores de atención en Oficinas cumplen las metas propuestas. Comparando los resultados con el año anterior, existe crecimiento en el desempeño principalmente en los tiempos de espera de los Clientes hasta ser atendidos.

## Indicadores de requerimientos atendidos dentro de tiempo (ANS)

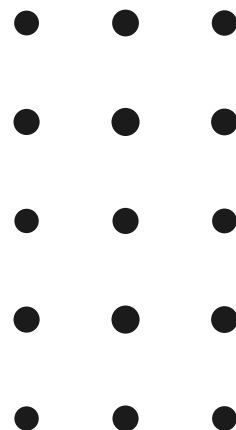
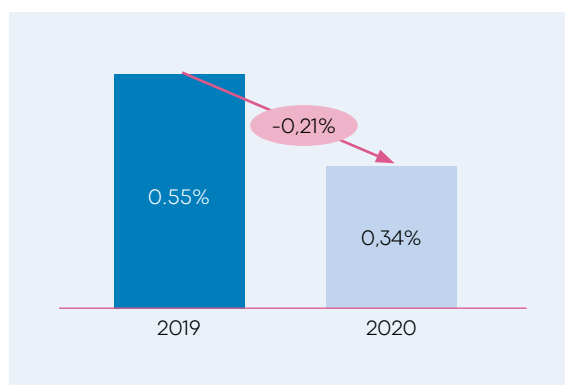
Los requerimientos atendidos en tiempos al cierre del año evidencian un cumplimiento del 99,52% sobre una meta del 99%. Comparativamente con el año anterior se evidencia un mejor desempeño del cumplimiento de los niveles de atención de requerimientos considerando al año 2019 un cierre del 99,49%.



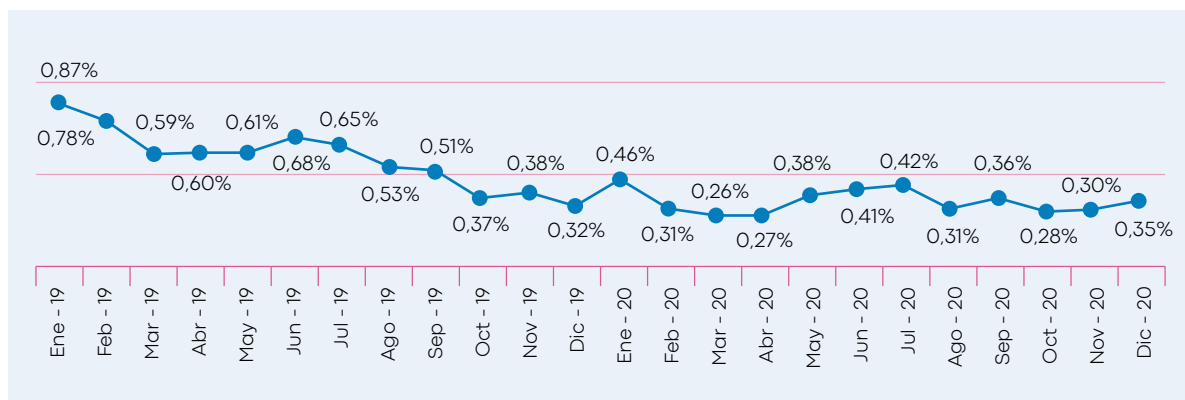


## Indicadores de servicio – manejo de reclamos:

- En el año 2020 se evidencia una disminución del 61% en el número de reclamos recibidos, concentrando básicamente reclamos de atención de cobranzas, pagos no registrados y otros, si bien en volumen son menores. El monitoreo permanente y la gestión han permitido la alineación y optimización de procesos.
- El indicador de reclamos propios, mide la ratio de requerimientos con categoría reclamo versus el total de requerimientos propios de la entidad. La meta del indicador es del 0,80%; al cierre del año el indicador fue del 0,34%. Esta situación ha sido factible en función de los análisis de los reclamos con el entendimiento del origen de los mismos, ajustando procesos con las áreas proveedoras de servicios y determinando englobamientos para generar procesos proactivos, a través de la implementación de un comité diario que asegura el seguimiento y alineación de todos los hallazgos y correctivos.

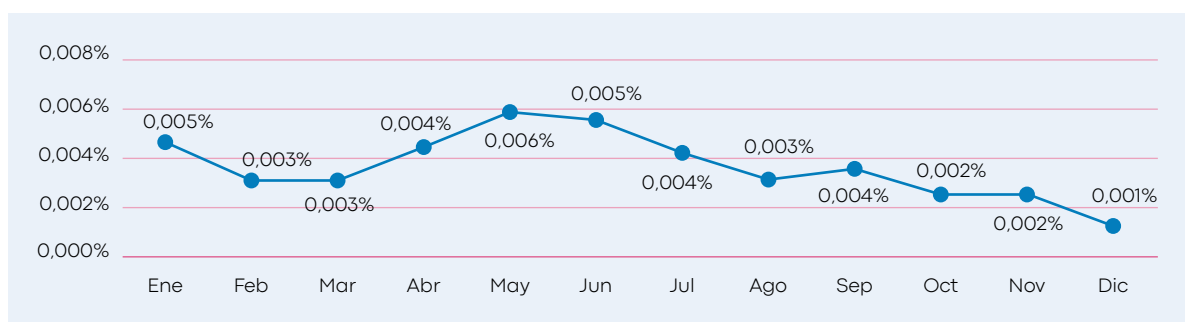


## Evolutivo Ratio de reclamos



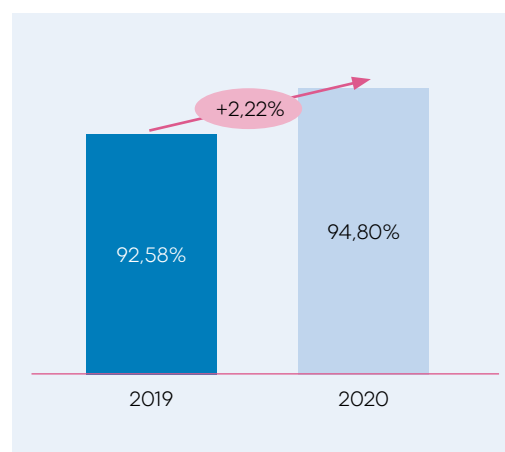
- En cuanto a los reclamos por procesamiento, el indicador definido es el 0,01% de reclamos frente al total de la transaccionalidad de la Organización. El desempeño del año 2020 fue del 0,005%, con un resultado similar al obtenido en el año anterior, lo que es consecuencia de la gestión de las áreas de procesamiento.

## Ratio de reclamos por procesamiento 2020



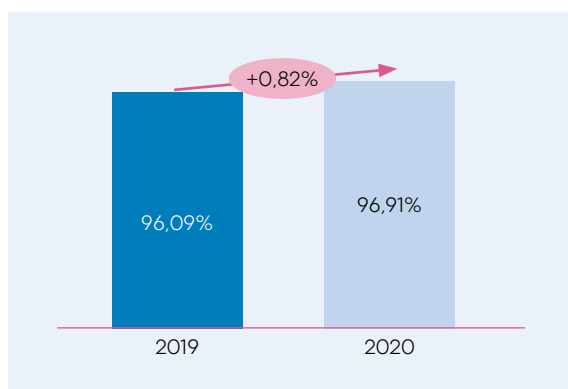
## Indicadores de Resolución en Línea:

Dentro del canal existe una métrica para medir los requerimientos que, de cara al Cliente, se resuelven en el primer contacto. La meta definida al cierre del año 2020 fue del 90%. El resultado agregado del año 2020 fue del 94,8%. Estos resultados se corresponden a la gestión principalmente de optimización y automatizaciones de procesos que mejoran los tiempos de gestión y respuesta al Cliente, para que los requerimientos se resuelvan en el primer contacto con los canales.



## Medición de calidad de atención:

Dentro del Canal existe una métrica de calidad para medir la propiedad, la eficiencia de los procesos de atención y la resolución integral de los requerimientos de Clientes aplicados por personal experto. Esto es un gatillador de mejoras inmediatas y que logren consolidar el conocimiento en la dinámica del cambio evolutivo y disruptivo en los esquemas de interrelación con los Socios. El resultado de esta medición presenta al cierre de 2020 un desempeño del 96,91%, superior al año anterior:



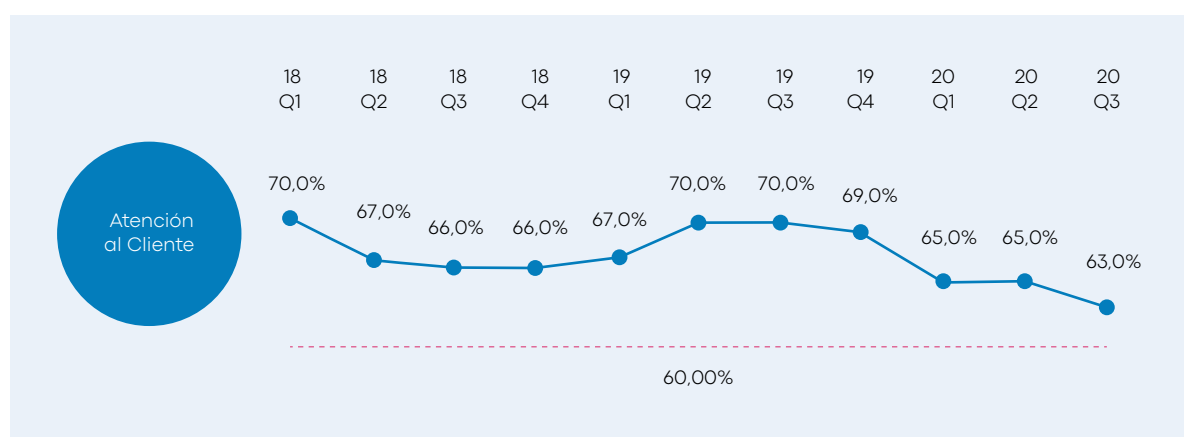
## Medición de satisfacción del Cliente

Se incluye dentro de las mediciones de Calidad el indicador de satisfacción,

con un proceso de medición trimestral que se genera a una muestra de Clientes que tomaron contacto con los canales de atención, y de lo cual se han determinado procesos de alineación y acciones principalmente originados en los requerimientos de los Clientes en la pandemia. A continuación, los resultados evolutivos y el informe al último cierre evaluado: tercer trimestre del año 2020.

El indicador neto mide el total de encuestas satisfechas menos las insatisfechas y considera los siguientes criterios: el desempeño de los canales telefónicos, a través de un operador y a través del IVR, Clientes que se han acercado a las Oficinas, Clientes que han ingresado a la Web y a Redes Sociales.

En los resultados obtenidos en estos últimos trimestres, se evidencia afectación en el indicador de percepción del Cliente, principalmente por su entendimiento de las medidas de apoyo financiero. También ocurre con los nuevos Clientes que ingresaban a los medios digitales como una consecuencia de las restricciones sanitarias en atención presencial y que afectaron su percepción del servicio, considerando que estaban acostumbrados a medios asistidos y no de autoservicio.





## Imagen de marca Diners Club

### Publicidad y Marketing

GRI 417-1 / GRI 417:103-1 / GRI 417:103-2 / GRI 417:103-3 / GRI 418:103-1 / GRI 418:103-2 / GRI 418:103-3)

Diners Club del Ecuador lleva a cabo prácticas de comunicación institucional, comercial y promocional que se sustentan en su Código de Ética y que, además, cumplen con las normas y políticas establecidas por las leyes y reglamentos nacionales publicados al respecto.

Desde hace más de una década, todas las acciones y campañas desarrolladas por las áreas de Mercadeo y Relaciones Públicas, así como por sus agencias, se basan en el **Código de Mercadeo y Comunicaciones Responsables**, mismo que reúne los principios para el correcto manejo de la comunicación publicitaria, promociones y sorteos, con el objetivo de garantizar la transparencia y la aplicación de principios de Responsabilidad Social.

En 2020 enfrentamos uno de los mayores retos de la humanidad y del país. Es por ello que Diners Club decidió apoyar la reactivación económica nacional, a los comercios locales y a los productos ecuatorianos, creando una causa a la que los 17 millones de ecuatorianos puedan sumarse para sobreponernos juntos: Modo Ecuador. Fiel a su promesa "Socios para toda la vida, cada día", estuvimos dispuestos a reinventarnos y acompañar a nuestros Clientes sin importar las dificultades. Por eso creímos que nuestro eslogan debía adquirir un nuevo sentido: "Unión sin Límites".

Activamos diferentes sectores a través de promociones y beneficios para nuestros Socios y creamos una plataforma comunicacional para que los establecimientos ofrecieran sus productos y servicios al mercado. Nuestra campaña de vacaciones, siendo consistente con Modo Ecuador, promovió el mensaje "Recorre nuestro país", recordándole a nuestros Socios la belleza de las regiones ecuatorianas, así como su oferta hotelera y gastronómica. Hacer turismo interno responsable, sin duda, es una manera más para salir adelante.

Desde nuestro programa Orígenes, buscamos rescatar y destacar la gastronomía de nuestro país. Es por ello que hemos explorado diferentes oportunidades para dar a conocer los secretos que forman parte de la historia de las familias ecuatorianas y que han sido heredadas de generación en generación. De esta manera, la serie 'Secretos de Familia' vio la luz por primera vez y se dio a conocer en diferentes medios de comunicación. Además, la misma fue la inspiración de la tercera edición de Dine For Change, un programa regional de Diners Club Internacional, que brinda acceso a nuestros Socios a un evento gastronómico de primer nivel que apoya una buena causa en cada país donde se lleva a cabo. Este año, invitamos a los mejores chefs ecuatorianos para reinterpretar platos de distintas regiones, permitiendo a nuestros Socios disfrutar de una cena a cuatro tiempos. Esta vez dada la coyuntura, desde casa.

Durante Navidad, manteniendo la premisa de apoyar a la reactivación del país, Diners Club cerró el año presentando una innovadora campaña para transmitir un mensaje diferente. A tra-



vés de la voz de un niño y de una puesta en escena con marionetas hechas a mano, evidenciamos cómo la coyuntura nos llevó a replantear nuestros deseos y a valorar los pequeños momentos que tanto nos hacía falta compartir. La pieza audiovisual rompió la tanda al develar el trabajo de cada una de las personas que estuvieron detrás de bambalinas para hacer posible este comercial: el marionetero, la vestuarista, los músicos, entre otros.

Por su parte, la marca Discover lanzó su nueva campaña institucional con una postura que invita a la audiencia a ir en busca de aquello que les inspira. A través de las historias de jóvenes ecuatorianos, recordamos lo importante que es luchar por eso que nos mueve, por lo que soñamos. Una campaña basada en historias reales para inspirar de nuevo un país soñador que no se deja vencer ante la adversidad. Asimismo, la marca TITANIUM tuvo la oportunidad de complementar su portafolio y robustecer su promesa de marca, gracias a la

llegada de las nuevas tarjetas TITANIUM Mastercard, mediante una renovada campaña. Este nuevo vínculo afianza la promesa de ofrecer experiencias insuperables a nuestros Clientes e incorpora un nuevo ingrediente al posicionamiento de la marca: "Vivir con tu pasión no tiene precio".

#### GRI 417-2 / GRI 417-3/ GRI 418-1

Diners Club del Ecuador no ha recibido ninguna acusación por concepto de publicidad engañosa durante sus 53 años de trayectoria. Su premisa al desarrollar y difundir campañas de comunicación es hacerlo de manera transparente y veraz, pensando siempre en el Cliente al que va dirigida la comunicación por cualquier medio, y sobre la base de códigos de ética y las leyes de la República vigentes. De igual forma, no se han tenido incidentes sobre fuga de información sensible de nuestros Socios. Por lo antes dicho, la Organización no ha tenido multas o litigios en ninguno de estos ámbitos.





---

# *CONTRIBUYENDO A UN MERCADO FORMADO FINANCIERAMENTE*

*Mediante la Educación  
Financiera*

# LOGROS 2020

- En 2020 se alcanzó a un total de 77.169 individuos en educación financiera, entre personas, emprendedores y pymes mediante procesos de capacitación o sensibilización, distribuidos en los siguientes grupos:
  - 49.517 Socios e Inversionistas
  - 1.134 Colaboradores
  - 26.518 personas de la comunidad
- Uno de los retos más importantes de este año fue adecuar los contenidos y metodologías desarrolladas para capacitaciones presenciales a formatos en modalidad virtual.
- Se lanzó el juego digital "Ahorra para cuidar la fauna". Está alojado de forma gratuita para descargarlo en celulares. Además, se implementó su difusión en escuelas a nivel nacional, llegando a 2.000 niños.
- Se mantienen las alianzas interinstitucionales, entre las que se puede destacar a Young Potential Initiative Development, Impaqto, Municipio de Suscal y Asolider.
- Se continuó con el programa para jóvenes de colegios fiscales en Quito con la organización YPD.
- Se trabajó en conjunto con la organización Impaqto para ejecutar la 3era edición del Reto Digital, en la cual participaron 128 emprendedores.
- Se desarrolló un Newspaper digital sobre medios de pago virtual para Socios, el mismo que se difundió a nivel nacional.
- Se difundió un video para jóvenes de uso de medios de pago virtuales.
- Se difundieron por radio y redes sociales consejos de finanzas personales. Se crearon 4 nuevos videos y nuevos contenidos educativos para emprendimientos. Se crearon contenidos nuevos, como manejo de finanzas en épocas de Covid o sobre cómo protegerse del Coronavirus o Coronaware.
- Debido a la gestión de RRPP, se logró obtener un Ad Value de USD 755.651,40 y una audiencia de 4'990.488 personas.



# DESAFÍOS 2021

- Llegar a más de 91.016 personas beneficiarias del programa de educación financiera:
  - 58.890 Socios e Inversionistas
  - 1.356 Colaboradores
  - 30.770 personas de la comunidad
- Ejecutar la 4ta edición del Reto Digital Diners para fomentar el e-commerce.
- Difundir y capacitar aún más el uso de la plataforma Financial Education tanto para finanzas personales como para manejo de negocios.
- Desarrollar nuevos contenidos para compartirlos con los Colaboradores.
- Continuar con la implementación del programa de desarrollo de competencias para emprendedores en colegios particulares de Quito.
- Continuar con la difusión del juego digital "Ahorra para cuidar la Fauna" con hijos de Clientes y con la comunidad en general.
- Continuar con las alianzas interinstitucionales con Universidades y otras organizaciones para la implementación de los programas con jóvenes y adultos de la Comunidad.
- Desarrollar material audiovisual con diversos contenidos para los distintos targetahabientes.
- Continuar con el programa de apoyo al emprendimiento y finanzas personales a los beneficiarios del programa Orígenes.
- Seguir apoyando a los emprendimientos y pymes y educando en el uso de medios de pago virtuales.



## A. NUESTRO ENFOQUE EN EDUCACIÓN FINANCIERA:

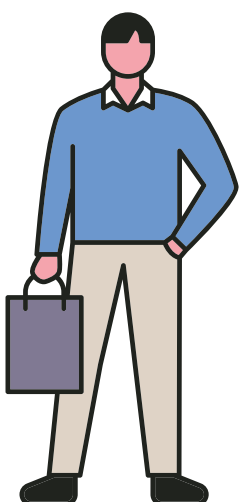
Diners Club del Ecuador-Interdin, consciente de la importancia de aportar a la sociedad en cuanto a crear una mayor y mejor cultura financiera de nuestro país, inició su programa de educación financiera desde el año 2011. En septiembre de 2015 se dictó la Regulación 665 por parte de la Superintendencia de Bancos, en la cual se establecieron los parámetros, la cobertura, las temáticas y las modalidades que debe tener la educación financiera brindada por las entidades reguladas y que se debía ejecutar a partir de 2016. En el año 2020, por causa de la pandemia, se hizo una disposición transitoria en la cual se podía sustituir el formato presencial por el virtual para estos procesos de formación.

El Banco Diners Club del Ecuador ha ejecutado una estrategia específica de educación financiera que abarca 3 grupos objetivos: Colaboradores, Socios o Clientes y personas de la comunidad. Esta estrategia se ha desarrollado desde hace 9 años y emplea metodologías diseñadas para cada grupo objetivo, respondiendo a sus necesidades y características específicas, buscando de esa forma el mejoramiento de la calidad de vida de las personas beneficiarias. Este año los contenidos fueron revisados a la luz de las nuevas necesidades que trajo consigo la pandemia. El programa se implementa con un enfoque andragógico y con metodologías lúdicas que nos permiten llegar con mayor efectividad para que se incorporen los conocimientos adquiridos en un cambio de actitudes y comportamientos positivos en el manejo de las finanzas personales y empresariales.

A continuación, se pueden mirar de manera resumida los resultados en cuanto a cobertura de este programa:

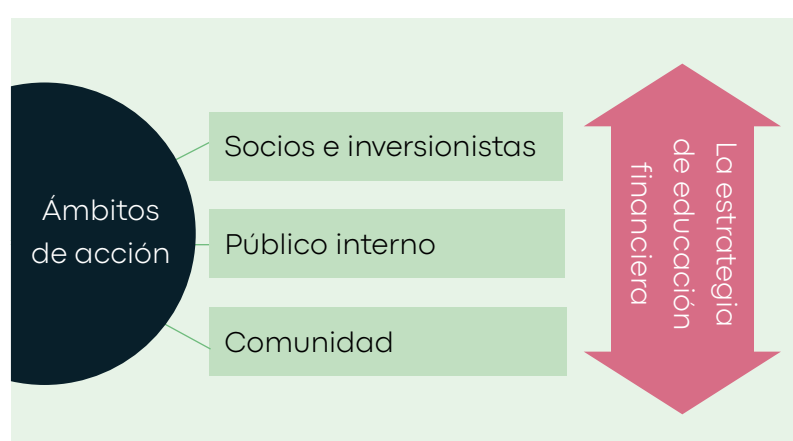
### Resultados generales en coberturas del programa de Educación Financiera 2020

	Año	Clientes	Colaboradores	Comunidad	Total
Planificado	2019	41.408	942	23.907	66.257
Real		41.421	987	24.100	66.508
Planificado	2020	49.075	1.130	25.642	75.847
Real		49.517	1.134	26.518	77.169





Consideramos que la Educación Financiera tiene que aportar a los distintos grupos de interés con los cuales nos relacionamos, brindando conocimientos prácticos que les ayuden a manejar mejor sus finanzas personales o de sus negocios. En este sentido, se trata de un enfoque netamente antropocéntrico, es decir, enfocado en la persona y en su desarrollo. Estamos convencidos de que comunidades, Clientes y mercados con una mayor y mejor cultura financiera benefician tanto a las personas individualmente como a colectivos. A su vez esto evita el sobreendeudamiento, aspecto que siempre ha sido minuciosamente cuidado por nuestro enfoque responsable en los negocios y de adecuado manejo de riesgos.



#### Cobertura de los programas de Educación Financiera 2020

Tipo de capacitación	Clientes	Comunidad	Público interno	Total
Capacitación	772	4.726	521	6.019
Presencial	378	4.250	521	5.149
Virtual	394	476		870
Sensibilización	48.745	21.792	613	71.150
Presencial	25.580	2.490		28.070
Virtual	23.165	19.302	613	43.080
Total general	49.517	26.518	1.134	77.169

## A.1 EDUCACIÓN FINANCIERA AL INTERIOR DE LA ORGANIZACIÓN

A inicios de 2020, se abordaron aspectos de tributación; declaración de impuestos, declaración de gastos, gastos deducibles. Esto atado a temas de planificación de gastos familiares, con el objetivo de topar una necesidad identificada en los Colaboradores con respecto al proceso de declaración de impuestos, pero al mismo tiempo atado a un análisis de la planificación de gastos familiares. Posteriormente, una vez que se inició la coyuntura de la pandemia, trabajamos con los Colaboradores en manejo de finanzas familiares en tiempo de crisis. En vista de que la realidad en muchos de los hogares había cambiado, muchas familias reportaron disminución de ingresos y la dinámica del gasto cambió totalmente. En total se capacitó a 521 Colaboradores.

Adicionalmente, se generó comunicación con la intención de optimizar el gasto en festividades y, de esta forma,

evitar las inversiones innecesarias. Esta comunicación se compartió con todos los colaboradores de la Organización.

Actividad	Beneficiarios
Cultura tributaria y gastos familiares	297
Finanzas personales en tiempo de crisis	221
Total	518

## Voluntariado

Mediante actividades de voluntariado, los Colaboradores comparten con distintos grupos comunitarios sus conocimientos en temas financieros y de emprendimiento, alineado esto dentro de la filosofía de crear valor compartido con la Comunidad. En este ámbito, se estableció una línea de apoyo a los emprendimientos finalistas del Reto Digital. De acuerdo con sus requerimientos, los emprendedores solicitaron apoyo en distintas áreas: Sustentabilidad, Marketing Digital, Innovación y Finanzas. De esta forma, el staff de ejecutivos de Diners Club generó mentorías con la intención de fortalecer estas ideas de negocio. En esta actividad participaron 4 ejecutivos especialistas de Diners Club en distintas disciplinas.



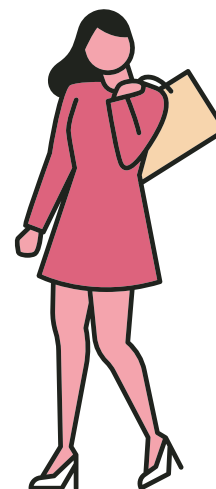
Taller cultura tributaria y gastos familiares

## A.2 EDUCACIÓN FINANCIERA CON NUESTROS SOCIOS E INVERSIONISTAS

Dentro de la estrategia de Educación Financiera con nuestros Socios e Inversionistas, utilizamos diferentes canales y materiales educativos específicos.

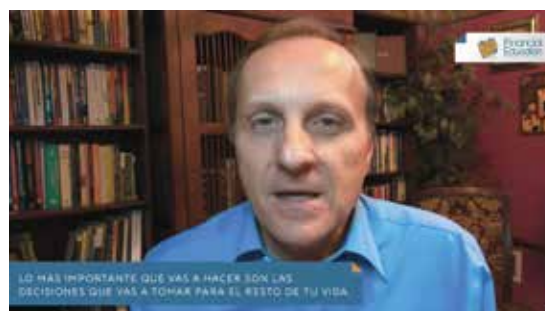


Etiquetas de fila	Suma de ejecutado
Videoconsejos financieros, piensa a largo plazo	12.878
Entrega de Ahorra por la Fauna a Kids - impreso	200
Entrega revista digital	8.580
Ahorra para cuidar la Fauna - juego digital	570
Tips educativos radiales	10.965
Trivia Financiera Freedom	600
Uso de Plataforma FE	94
Videos educativos en agencias	15.630
Total general	49.517



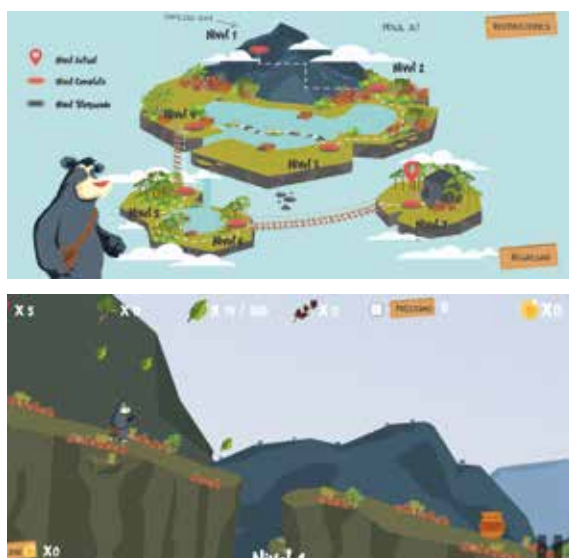
### Videoconsejos financieros

En alianza con una de las personas más influyentes en temas de educación financiera en América Latina, Andrés Pana-siuk, se produjeron 4 videos con consejos financieros, los cuales fueron difundidos por distintos medios en redes sociales. Producto de esta actividad, pudimos llegar a 12.878 personas a nivel nacional.



## Difusión Kids Ahorra por la Fauna – modalidad digital

Con el objetivo de usar herramientas tecnológicas y distintos canales para difundir el programa de educación financiera, desde 2019 se inició el desarrollo de la versión digital del juego Ahorra para cuidar la Fauna. A mediados de 2020 se finalizó el proyecto y lo pudimos difundir a través de las plataformas digitales. Este es un juego gratuito dirigido a niños de hasta 13 años y se lo puede descargar de manera gratuita desde Google y Mac Store. Tiene por objetivo difundir 2 conceptos clave, ahorro y crédito, a partir de la concientización por el cuidado de fauna en peligro de extinción en el Ecuador.



## Difusión Kids Ahorra por la Fauna

Con el propósito de llegar a los segmentos de edad más pequeños, se difundió el juego de mesa para niños Ahorra por la Fauna. Diners Club tiene un producto llamado Kids que es una tarjeta destinada a los hijos de nuestros tarjetahabientes. Nuestros Socios pueden solici-

tar esta tarjeta para sus hijos y funciona como un producto de acumulación, es decir, mensualmente, por pedido del titular, se deposita un valor y se va alimentando esta cuenta. Esta tarjeta es un instrumento educativo importante para que los menores puedan empezar a conocer la importancia del ahorro, así como los conceptos de crédito. El juego Ahorra por la Fauna es entregado a todos los tarjetahabientes Kids nuevos, ya que es enviado a sus padres como un regalo de bienvenida. Busca cumplir dos objetivos importantes: conocer los conceptos de ahorro y crédito basados en el ejercicio de las 4 operaciones matemáticas básicas y, por otra parte, concientizar sobre la conservación de las especies animales en peligro de extinción en el Ecuador. Todo ello es reforzado con criterios básicos de educación financiera, como son el ahorro y el crédito. Cabe mencionar que este juego recibió un reconocimiento por su elevada calidad gráfica y conceptual a nivel latinoamericano en el año 2011. En 2020 se entregaron 200 de estos juegos físicamente y se lanzó la versión virtual del juego en celulares.



## Revista Digital – Medios de pago virtuales

Los canales digitales han crecido y, por lo tanto, se debe informar sobre el uso correcto de los mismos. Es por esto que, con base en el desarrollo de una revista digital, se compartió con Clientes información sobre medios de pago virtuales para que conozcan sobre estas opciones al momento de realizar sus transacciones. Esta revista se difundió a un número aproximado de 8.580 Clientes.

## Videos educativos en agencias

Nuestros puntos de atención al Cliente son espacios estratégicos para compartir información. Es por eso que aprovechamos las pantallas de oficinas para difundir videos con contenido de educación financiera. En 2020 se difundió un video sobre medios de pago virtual producido por Andrés Panasiuk.

## Trivia financiera para jóvenes

Con el propósito de generar dinámicas educativas lúdicas se desarrolló la trivia financiera. La finalidad de la misma es que los jóvenes que interactúen con este juego contesten preguntas de buenos hábitos financieros. Al finalizar obtienen un puntaje y pueden seguir jugando hasta mejorarlo. La trivia se aplicó con estudiantes de colegios secundarios, entre los cuales hicimos un concurso identificando como ganadores a aquellos con mayor puntaje y se hicieron acreedores a premios. Este concurso se realizó en colegios de Quito y Guayaquil con 600 estudiantes de secundaria.



TITANIUM

DISCOVER







**Carolina Placencia**

YakuPura

Ganadora Reto Digital

YakuPura tiene tres años. Empezó con un negocio al que le dedicábamos nuestro tiempo extra. Pero por el rápido crecimiento decidimos dedicarle todo nuestro tiempo desde enero de 2020.

Con la pandemia del Covid-19, las necesidades de herramientas digitales se volvieron más evidentes en el país. Nuestra experiencia con el Reto Digital fue sumamente enriquecedora, ya que nos permitió llevar nuestro emprendimiento a la realidad del E-commerce.

El Reto Digital le permitió a YakuPura combinar un modelo de negocio convencional de distribución a través de supermercados con ventas directas a través de una plataforma propia de E-commerce.

## Uso de plataforma Financial Education

Esta es una herramienta desarrollada para el manejo financiero y familiar de nuestros Clientes y comunidad en general. A través de instrumentos como un diagnóstico, presupuesto, flujo de ingresos y gastos, etc., se promueve la generación de hábitos adecuados y, de esta forma, su salud financiera. La plataforma también permite el uso de simuladores y varios tests interactivos de manera gratuita que están a disposición de nuestros Socios, así como de la comunidad en general. Estimamos que por lo menos 94 de nuestros Socios han utilizado esta herramienta.



## Tips educativos radiales y entrevistas

Por medio de la emisora HCJB, se realizó una difusión de sensibilización de consejos financieros entregados por Andrés Panasiuk un importante experto internacional. Para optimizar este canal comunicacional, además se realizaron algunas entrevistas con la intención de compartir información importante sobre educación financiera. Se tuvo una audiencia cercana a más de 10.900 personas.

## A.3 EDUCACIÓN FINANCIERA CON LA COMUNIDAD

Con respecto al desarrollo del programa de educación financiera en vinculación con la comunidad, se han establecido algunas alianzas con varias instituciones. La finalidad es establecer posibilidades de sostenibilidad en los programas y la inversión de recursos y capacidades institucionales diversas. Esto ha asegurado la posibilidad de generar una mayor cobertura y profundidad de este programa.

### Resultados de programas con la comunidad 2020

Actividad	Beneficiarios
Finanzas y planificación para emprendimientos E-commerce- Fintech	27
Reto digital – capacitación abierta a postulantes	120
Asociaciones emprendedores	519
Asociación de líderes mujeres	599
Difusión de programas en Suscal a través de infocentros	429
Difusión plataforma Financial Education	476
Emprendimientos Impaqto – Google Launchpad	20
Finanzas para Pymes MIPRO/CÁMARAS	273
Finanzas personales universidades	368
Pauta video medios de pago virtuales	19.302
Capacitación a Pymes	445
Difusión Ahorra para cuidar la Fauna en escuelas – versión digital	2.490
Programa de Educación Financiera en colegios	1.450
Total general	26.518

### Talleres de conservación ambiental y educación financiera

Se usó la nueva app con el juego Ahorra para cuidar la Fauna en su versión digital, y se difundió en escuelas fiscales de algunas ciudades. La habilitación de este nuevo canal ha tenido un impacto muy positivo, debido a que presenta muchas facilidades para su uso, es gratuita y por lo tanto es de fácil acceso. Con esta modalidad, se ha podido llegar a 2.490 niños que han participado de este juego.



## Video medios de pago virtual

Sin duda, los nuevos canales que se usan actualmente generan beneficios, no solamente a las finanzas personales, sino además al entorno económico de una sociedad. Es así que las alternativas de pago deben ser difundidas entre los Clientes con la intención de que se conozca su funcionamiento. En este sentido, se produjo un video sobre los diversos medios de pago, con el objetivo de compartir esta información con la comunidad en general y puedan tomar decisiones adecuadas cuando las usen. Este video tuvo un enfoque principalmente en un público joven.

Adicionalmente se difundieron 4 videos relacionados con consejos para superar la crisis, estos videos fueron:

- Aprende a ser creativo
- Pensar lo impensable
- Hacer limonada
- Pensar a largo plazo



El consumo a través de medios digitales se incrementó y lastimosamente también surgieron nuevas formas de engaño a usuarios. Con la intención de minimizar este riesgo, se difundió el contenido de coronaphishing para, esta forma, evitar dicha modalidad de estafa.



## **Desarrollo en capacidades para el emprendimiento en colegios fiscales**

Actualmente, el programa académico de los colegios comprende la materia de emprendimiento. Tomando ventaja de esta coyuntura, hemos desarrollado una metodología y material apropiado que comprende cuadernillos para maestros y estudiantes con distintas temáticas como: proyectos de vida, necesidades y uso del dinero, elaboración de presupuesto, la cultura del ahorro, el crédito, emprendimientos personales, sociales y productivos, y la comunicación para la toma de decisiones. Este material ha sido difundido con estudiantes de secundaria de colegios fiscales, a través de un proyecto que lo ejecuta la organización YPD. En 2019 se llegó a 1.450 estudiantes.



## **Infocentros comunitarios - Suscal**

Una de las estrategias que hemos implementado es el acercamiento a gobiernos locales para replicar el programa de educación financiera en beneficio de sus comunidades. En 2019 se estableció una alianza con el municipio de Suscal, que pidió esta ayuda, es decir, armar infocentros que se usan para desarrollar capacitación de distintos temas, entre ellos el de educación financiera. Para esto se ha capacitado a líderes comunitarios y maestros de escuelas y colegios de esta localidad para que posteriormente puedan replicar esta información. Producto de este trabajo se ha llegado a capacitar a 429 personas.



## Difusión plataforma Financial Education

Se ha realizado una difusión y capacitación de esta herramienta, tanto la personal como la orientada hacia los negocios en nuestra cadena de valor. Dado que esta es una plataforma desarrollada para Pymes, se capacitó a los Colaboradores que tienen relación directa con los establecimientos afiliados a la red de Diners Club, así como a los que se relacionan con Clientes Corporativos para que, de esta forma, promocionen el uso de la misma. Adicionalmente en cada una de las charlas dirigidas a Pymes se expuso sobre los beneficios y características de esta plataforma indicando que es una herramienta a la que pueden acceder sin costo alguno.

En el desarrollo de este programa fue necesario generar algunas metodologías que se acoplan a la realidad del contexto comunitario. La primera de ellas fue con material impreso y permitió llegar a algunas personas y facilitar su uso como un cuadernillo. La difusión de esta plataforma ha facilitado que 476 nuevos usuarios la utilicen.

## Proyecto emprendimiento Impaqto – Google Launchpad

Impaqto es una organización aliada con la que hemos trabajado en algunas iniciativas. En 2020 ejecutó un





programa para fortalecimiento de emprendimientos con Google dentro del programa Launchpad. En esta edición, y debido a las circunstancias actuales, se pudo ampliar este programa para tener una cobertura a nivel latinoamericano; 9 emprendimientos participaron de este programa en países como Chile, Argentina, Bolivia, Colombia y Ecuador.

El programa contempla 4 fases: 1) Estrategia de producto y capacidades de crecimiento, 2) Operaciones y puesta en marcha, 3) Go-to-Market, 4) Finanzas e inversión.

Los emprendedores tuvieron la oportunidad de participar en mentorías con 50 expertos de Europa, Estados Unidos y América Latina, lo que sin duda significó un impacto muy importante para fortalecer sus proyectos.



## Emprendimiento - Red de mujeres líderes Asolider

Con el objetivo de trabajar en emprendimiento con el enfoque de equidad de género, se trabajó con este grupo específico para la generación de emprendimientos. En esta capacitación se desarrollaron los módulos de autodiagnóstico, definición de metas, desarrollo del lienzo canvas y estructuración de presupuestos. En 2020 se trabajó con 599 personas aliadas a esta red.



## Reto Digital Diners

El desarrollo tecnológico y el uso de medios electrónicos y virtuales en las transacciones comerciales y financieras es sin duda un componente de mucha importancia en la generación de negocios en la actualidad. Con la intención de potenciar emprendimientos en crecimiento, se inició este reto cuyo objetivo fue identificar iniciativas en Fintech e Ecommerce y potenciar sus capacidades.

El proceso de selección y acompañamiento para estos emprendimientos tuvo algunas fases:

*Selección de finalistas:* se hizo tomando en cuenta las siguientes variables: alineación estratégica, innovación, viabilidad financiera, alineación operativa.

*Capacitación a finalistas:* para los 10 finalistas se generó una capacitación específica en fortalecimiento de modelo de negocio, marketing digital e Ecommerce.



*Pitch y selección de ganadores:* los finalistas tuvieron la oportunidad de reforzar su proyecto de negocio para presentarlo en un Pitch en el cual fueron evaluados por representantes de algunas áreas de Diners Club, como Responsabilidad Social e Innovación, un proveedor especialista en Ecommerce y un especialista en desarrollo de proyectos. El jurado seleccionó a finalistas y ganadores.

Este Reto tuvo una participación de 128 emprendimientos, de los cuales se escogió a 10 finalistas y posteriormente 3 ganadores. Los ganadores de este concurso fueron los siguientes:

- Yakupura.- El filtro Yakupura es un producto diseñado para ayudar a cuidar la salud de las personas y cuidar el medio ambiente al reemplazar el uso de botellas de agua. Se trata de un filtro que se ajusta al grifo doméstico removiendo las sustancias perjudiciales para la salud que pueden estar presentes en el agua potable, como cloro residual, trihalometanos, pesticidas y metales pesados.
- Pan del día nació como un emprendimiento innovador en la región. Ofrece productos congelados de panadería y se enfoca en tres aspectos fundamentales: mejorar la calidad de vida de todos quienes son parte de nuestra cadena de valor, ofrecer productos de panadería que además de ricos sean nutritivos y el uso de energía limpia.
- Keif Organics brinda bienestar y equilibrio en cuerpo, mente y alma, a través de productos probióticos 100% naturales, de calidad y origen.

*Fortalecimiento comercial.-* Como parte del premio, los ganadores recibieron las facilidades necesarias para que se vinculen con el botón de pagos de Diners Club-Interdin de forma gratuita. Para los finalistas en general se establecieron condiciones comerciales preferenciales para que puedan unirse a este sistema. Adicionalmente recibieron mentorías por parte de Colaboradores de Diners Club con la intención de compartir su experiencia para potenciar sus ideas de negocio. Finalmente, recibieron tablets como parte del premio y un trofeo. Los ganadores además participaron de un proceso de fortalecimiento comercial mediante una gira de medios; radio y redes sociales, donde pudieron exponer sus iniciativas.



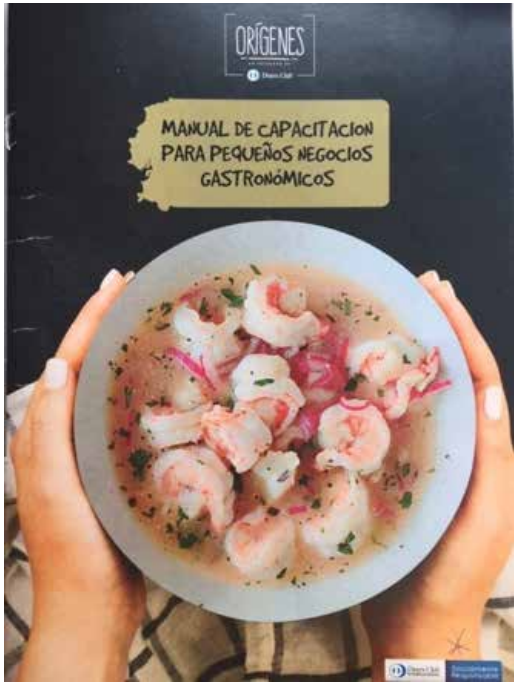


Durante este tiempo se han ido desarrollando algunas metodologías y material didáctico para cada grupo con el que hemos trabajado. A continuación, se detalla este contenido:

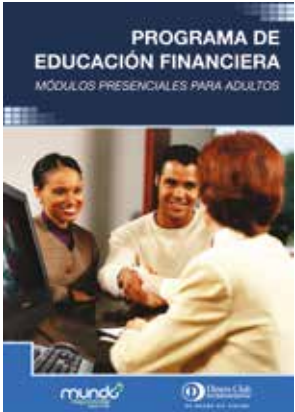
Grupo	Metodología
Estudiantes escolares	Ahorra para cuidar la fauna



Grupo	Metodología
Emprendedores gastronómicos	Manual para manejo de emprendimientos gastronómicos



Grupo	Metodología
Adultos en comunidades	Módulos para talleres presenciales



Grupo	Metodología
Microempresarios	Módulos para pymes



Grupo	Metodología
Newspaper	Folleto informativo para Clientes



Grupo	Metodología
Adultos en general y estudiantes universitarios	Financial Education <a href="http://www.financialeducation.ec">www.financialeducation.ec</a>



Grupo	Metodología
Pymes	Financial Education - Mi Negocio <a href="http://www.financialeducation.ec/minegocio">www.financialeducation.ec/minegocio</a>



Grupo	Metodología
Colaboradores	Finanzas familiares en tiempo de crisis y declaración de impuestos



Grupo	Metodología
Jóvenes	Video de medios de pago virtuales



Grupo	Metodología
Adultos	Videos con consejos para salir de la crisis, y sobre cómo evitar el coronaware y coronaphishing



## A.4 COMUNICACIÓN

La dinámica comunicacional tiene una prioridad muy importante para difundir este programa. Mediante la generación de entrevistas, reportajes y gestión de relaciones públicas, en 2020 se obtuvieron indicadores muy relevantes, los cuales, en resumen, se detallan a continuación:

Audiencia: 4'990.488 personas

Ad value (valor generado por difusión del programa debido a gestión de RRPP): USD 755.651,40





---

*EXTENDIENDO LA  
EXCELENCIA A LA  
CADENA DE VALOR*

## LOGROS 2020

- Las ventas totales a nivel nacional en toda la red de establecimientos afiliados en las cuatro marcas: Diners Club, Visa, Mastercard y Discover ascendieron a USD 3.1mil millones en el año 2020. La pandemia iniciada en el mes de marzo impactó en un descenso de consumo en todas las especialidades.
- Diners Club apoyó a los establecimientos mediante campañas promocionales con el objetivo de reactivarlos, apoyando a los comercios locales y a los productos ecuatorianos a través de la campaña MODO ECUADOR con las siguientes acciones: Vacaciones Costa / Sierra(recorre tu país) , "Lo Que Más Queremos", "Regreso a Clases Sierra y Costa", "Modo Home", Madre y Padre, Fiestas Julianas, Reactivación de Centros Comerciales, Reactivación de Restaurantes, "Black Season", Navidad, Días Diners, entre otras.
- Promoción y activación del servicio de ventas por internet a través de Botón de Pagos Place to Pay, con la finalidad de incrementar consumos en los establecimientos por medio de compras On Line. Se obtuvo una facturación de alrededor de USD 457 millones de dólares, siendo las especialidades de mayor demanda y participación academias, servicios públicos, seguros, farmacias y supermercados.
- El año 2020 presentó un decrecimiento del 18% vs 2019 en adquirencia total Visa y MasterCard; con un total de facturación entre las dos marcas en crédito corriente de USD 1,5 mil millones derivado de los impactos del Covid-19.

## DESAFÍOS 2021

- Apoyar a la recuperación económica del país, promoviendo el consumo de nuestros Socios y apoyando a los Establecimientos afiliados mediante campañas promocionales que les ayuden a retomar sus ventas de una manera parcial o total.
- Lograr la integralidad de atención a los Clientes de nuestra cadena de comercios mediante nuestro equipo comercial, dándoles cobertura de todos los productos de Negocios.
- Mantener las campañas con Establecimientos diferenciados acorde con especialidades clave para el negocio que conlleven a la fidelización de los comercios y de los Socios. Estas campañas deberán ayudar a reactivar la demanda y a dar a conocer las nuevas ofertas de manera atractiva.
- Empujar fuertemente la facturación por canales web. Existe una gran oportunidad de seguir creciendo.

## A. LA RED DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DINERS CLUB

GRI 203:103-1 / GRI 203:103-2 /  
GRI 203:103-3 / GRI 204-1



El modelo de negocios se basa en ofrecer a nuestros Socios una amplia red de Establecimientos afiliados que proporcionen los productos y servicios requeridos por ellos. Diners Club del Ecuador aspira a ser el socio de negocios predilecto por los Establecimientos del país, para lograr en conjunto mayores y mejores ventas, a través de propuestas de valor diseñadas en función del conocimiento de sus necesidades, y guiados por los principios éticos y de responsabilidad corporativa.

La red de Diners Club del Ecuador se conforma por 56.484 Establecimientos afiliados. Todos ellos agrupados en diferentes giros de negocio (restaurantes, hoteles, supermercados, academias, líneas aéreas, electrodomésticos, almacenes por departamentos entre otros), segmentados en función del sector económico y del tamaño.

En cuanto a la interacción con los Establecimientos, esta se realiza a través de los Ejecutivos de Negocio, Call Center de Servicios, Oficinas y el Portal de Servicios Web para Establecimientos. De igual manera, en esta época son muy importantes los sistemas de botones de pagos que han servido para el crecimiento de las ventas vía e-commerce.

### A.1 AFILIACIÓN Y CANCELACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS

Para que un comercio pueda formar parte de la red de Establecimientos afiliados a 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 ubicación, que su negocio se encuentre realizando actividades lícitas 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.

## A.2 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 crédito, entre los que se encuentran: crédito corriente, crédito diferido a 3, 6, 9, 12 hasta 48 meses, y planes con y sin intereses. Adicionalmente, en el año 2020 se generó el impulso a un nuevo tipo de crédito, Diferido Plus (con una tasa de interés preferencial para el Socio).



**Michelle Swoboda**  
Grupo Z

Tenemos afiliados a la red de establecimientos de Diners Club 15 años

Durante este tiempo hemos desarrollado una relación fuerte, podría decir que similar a la de un matrimonio dado que existe un beneficio mutuo. Este trabajo conjunto ha permitido generar beneficios para nuestros clientes.

El año anterior fue difícil debido a la pandemia pero esta relación permitió actuar estratégicamente generando algunos paquetes especiales que fueron difundidos a través de los canales de Diners Club, esto sin duda fue un apoyo muy importante.



## B. APOYO COMERCIAL POR SECTORES Y CRÉDITO A ESTABLECIMIENTOS

GRI 203-1 / GRI 203-2

### B.1 APOYO A ESTABLECIMIENTOS POR SECTORES

Diners Club ha diseñado una estrategia de apoyo a nuestros principales Socios comerciales, con la cual puedan desarrollar su potencial y cuenten con el respaldo adecuado a sus necesidades particulares.

En 2020 se realizaron campañas para impulsar la facturación y apoyar a los comercios en su reactivación. A medida que se fue generando la reapertura para los diferentes giros de negocio, Diners Club generó campañas con beneficios en Establecimientos y facilidades de pagos con 2 meses de gracia para las especialidades de Ferreterías y Construcción, Electrodomésticos, Papelerías y Librerías, Vestimenta, Restaurantes, Academias, Servicios Públicos, entre otros. Adicionalmente, Diners Club, a través de su botón de pagos, impulsa el comercio electrónico, con el fin de incrementar facturación en los Establecimientos y generar una opción para controlar la afluencia de Clientes en ellos. Lo que convierte a Diners Club en un aliado estratégico para sus ventas.

Otro sector impulsado por Diners Club durante este año fue el de los Centros Comerciales, que agrupan a diferentes tipos de negocios con campañas, como Regreso a Clases, Reactivación de Centros Comerciales, Día de la Madre, Saldos de Temporada y Black Friday. Este







año las Noches Diners se convirtieron en Días Diners y Navidad respetando todas las medidas de aforo y seguridad establecidas.

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 se benefician con la integración de sus sistemas de recaudación al proceso electrónico de ventas por web, lo cual les posibilita reducir sus costos operativos, de recaudación y agilizar de manera segura sus cobros.

Para el Sector Público, Diners Club sigue siendo un facilitador en las recaudaciones de impuestos en Municipios, por ejemplo, a través del Pago por Internet del Impuesto Predial, de Matriculación Vehicular, y Pagos de Servicios Básicos, como luz, agua y teléfonos, contribuyendo a la facilidad y agilidad de recaudación.

## B.2 CRÉDITO A LOS ESTABLECIMIENTOS

Diners Club sigue ofreciendo diferentes alternativas de anticipos y préstamos para los Establecimientos, con el objeto de potenciar las relaciones con ellos.



## LOGROS 2020

---

- Se ha trabajado en conjunto con los principales Proveedores para establecer ahorros y optimizaciones, adaptando la prestación de sus servicios a la nueva realidad que atraviesa el país y el mundo por la pandemia COVID 19.
- Trabajo con la calificadoradora de Proveedores para mejorar sus estándares de revisión y garantizar el cumplimiento de las normativas en cuanto a la calificación de aquellos.
- En 2020 se han logrado llevar procesos que eran históricamente realizados de forma física, para que se digitalicen. Lo que ha repercutido en mejores formas de hacer las cosas, ahorro en costos y reducción de la contaminación por desperdicio de papel.

## DESAFÍOS 2021

---

- El proceso de implementación del Teletrabajo continua, por lo que debemos alinear los distintos servicios y compras, para continuar adaptándolos a los nuevos modelos de la Organización. Se busca así optimizaciones tanto económicas como en la manera de hacer las cosas.
- Continuar alineados con los Proveedores que prestan servicios dentro de las oficinas, para que sus estándares nos ayuden a controlar y mitigar los contagios de COVID 19, entregando a nuestros Colaboradores espacios seguros donde desarrollar sus actividades.
- Fomentar la innovación con nuestra cadena de Proveedores.

## A. GESTIÓN CON PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

GRI 102-9 / GRI 203:103-2



Diners Club, dentro de su modelo operativo del año 2020, ha priorizado la búsqueda y selección de Proveedores que, cumpliendo los más altos estándares en sus productos y/o servicios, mantengan precios competitivos de mercado y, sobre todo, innovación en sus procesos para una mejora continua.

De acuerdo con los lineamientos de los organismos de control, se ha levantado y actualizado la matriz de Proveedores críticos, para los cuales además se está trabajando en definir acciones particulares de seguimiento y requisitos que deban cumplir.

La gestión se ha enfocado de manera importante en la obtención de ahorros en todos los servicios; buscando optimizaciones tanto en la forma con la que realizamos cada actividad, como en alternativas de Proveedores y negociaciones que adapten los costos a las nuevas realidades económicas de la Organización.

### A.1 PROVEEDORES DE DINERS CLUB DEL ECUADOR

El año 2020, por su coyuntura, nos ha obligado a repensar cómo ejecutamos cada proceso. Esto ha ocurrido porque hemos tenido el desafío de adaptar procesos que se realizaban de forma presencial para que ahora se hagan de forma virtual por el teletrabajo. En esta línea, Diners Club, durante 2020, ha buscado las mejores maneras de adaptarse a su nueva situación, ajustando cada servicio a una realidad nueva, sin descuidar que detrás de estos hay plazas de empleo de las que dependen familias; por lo que el plan de reducción de costos ha sido paulatino y siempre enfocado en tener el menor impacto posible en los contratistas y su personal.

La transparencia es otro de los pilares de la gestión de Adquisiciones en Diners Club, donde cada proceso debe garantizar que se maneja de la forma más ecuánime posible, garantizando para todos los participantes tener la misma oportunidad dentro de cada proceso.

Para el año 2020 contamos con una base de 224 Proveedores nacionales e internacionales, en los que se puede observar que existe una concentración del 90% en los Proveedores de pequeñas y medianas empresas. Mientras que la proporción del gasto destinado a proveedores locales es del 87%. Diners Club mantiene un contrato con la empresa Lógica, quienes tienen a su cargo la calificación de los 3 grupos, Mínima, Menor y Mayor, basándose principalmente en:

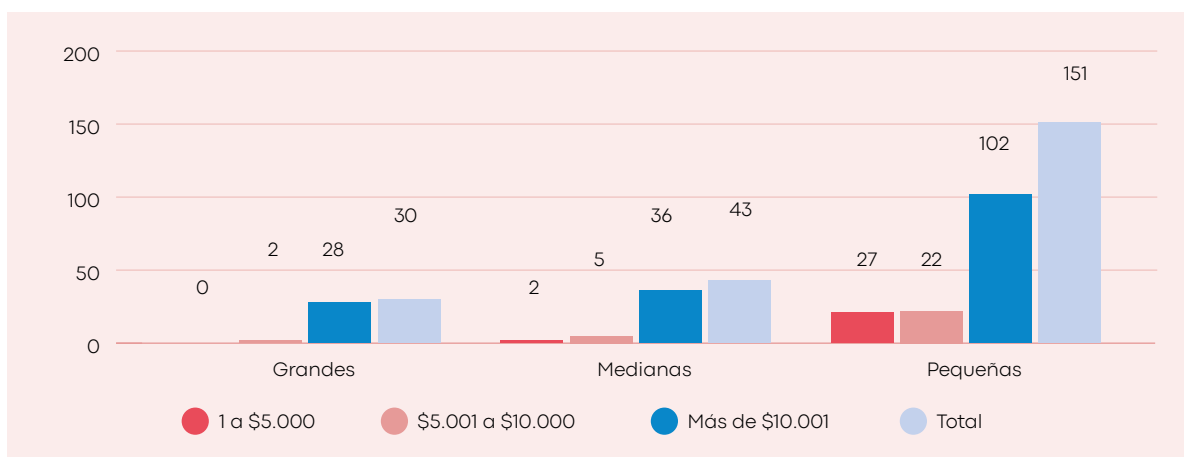
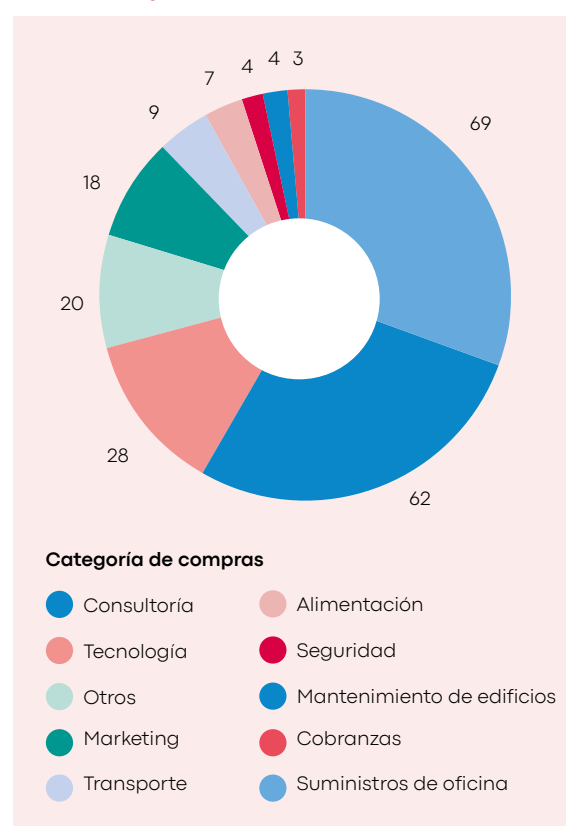
- Perfil empresarial
- Capacidad operativa
- Perfil comercial
- Análisis financiero

#### Clasificación de Proveedores

Clasificación de Proveedores por tamaño			
Tipo	2019	2020	%
Grandes	31	34	10
Medianos	50	67	20
Pequeños	174	227	69
Total	255	328	100

Las categorías de bienes y servicios de Proveedores se pueden observar a continuación. Las 10 más representativas son:

#### Distribución de Proveedores por tipo de servicio. Año 2020



## B. ESTRUCTURA Y POLÍTICA DE ADQUISICIONES

La política de compras generada en la Compañía asegura el flujo normal de la adquisición y entrega de los bienes y servicios, gestionando de manera apropiada a los Proveedores y sus servicios, con el fin de controlar los costos, conseguir la excelencia del servicio y lograr una continuidad del negocio.

Además, asegura mejores tiempos de entrega, con calidad y competitividad dentro del mercado, cumpliendo con todos los lineamientos y la normativa interna de la Superintendencia de Bancos.

El proceso está definido en el inicio de un requerimiento de compra justificado por la necesidad del usuario, para posteriormente realizar las cotizaciones y análisis mismos que, luego de todos los filtros, pasarán a ser parte de la presentación al máximo ente aprobador: el Comité de Compras. Sus integrantes, con elementos de juicio y análisis, revisan y aprueban las compras y evalúan el control y oportunidad que se está generando en el proceso, siempre tomando en cuenta el presupuesto aprobado para la Organización.

### B.1 LOS ACUERDOS DE NIVELES DE SERVICIO SON UN REFERENTE DE CALIDAD ENTRE EL PROVEEDOR Y DINERS CLUB

Con el fin de asegurar que los aliados estratégicos cubran los requerimientos de la Organización, se ha enfatizado en la evaluación del nivel de cumplimiento de servicios de los Proveedores por medio de las áreas usuarias, lo que asegura la oportunidad de mejora y el cumplimiento cabal, en tiempo y calidad, del contrato.

Esto asegura el modelo en la gestión con Proveedores en el ciclo, tanto transaccional como de abastecimiento.



Los acuerdos de niveles de servicios con nuestros Proveedores están encaminados a definir:

- El tipo de bien o servicio a adquirir, el soporte a Clientes y asistencia.
- Garantías y tiempos de respuesta.
- Disponibilidad de los recursos ofertados.
- Planificación en entregas y servicio.

Estos acuerdos ayudan tanto al Proveedor como a la Organización a cumplir con los compromisos y proyectos en forma oportuna y confiable.

**GRI 308-1 / GRI 409-1 / GRI 412-3**

## B.2 LAS ADQUISICIONES CON ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Diners Club también se enfoca en la gestión de la responsabilidad social, y en generar buenas prácticas de servicio a la comunidad.

A través de la gestión con Proveedores, se atiende el impacto de las decisiones y actividades con la sociedad, generando un comportamiento compartido ético y transparente.

Diners Club mantiene una corresponsabilidad hacia el desarrollo nacional. Se da prioridad a pequeñas y medianas empresas, logrando el desarrollo en materia económica y realizando el objetivo de la comunidad de lograr un mejor nivel de vida.

En el orden del cumplimiento de nuestros principios, todos los contratos que se firman con los Proveedores contienen cláusulas de responsabilidad social de no contratación a niños, no trabajo forzoso y de seguridad y salud ocupacional.

La evaluación es permanente para los Proveedores que mantienen su servicio como crítico o de contingencia para la Organización, asegurando que las expectativas iniciales se cumplan a través del tiempo. No se ha evidenciado que se hayan generado impactos negativos

En 2020 todos los proveedores nuevos han sido sometidos a la evaluación de cumplimiento de aspectos ambientales y sociales.

## C. CONTRATISTAS

El año 2020 se trabajó en los aspectos de diversificación de los Proveedores de abastecimiento para responder a una contingencia en caso de interrupciones que afecten la capacidad operacional de la Organización.

- Se revisaron y homologaron proveedores con el Grupo para generar mayores niveles de ahorro. Adicionalmente se mantiene una base de Proveedores que permitan garantizar la continuidad del negocio en caso de interrupciones en los servicios.
- Negociaciones y contrataciones de bienes y servicios con empresas nacionales en condiciones equitativas y eficientes que satisfagan las necesidades del cliente interno y el cumplimiento de niveles de servicio.

Este año se realizaron las remodelaciones de las agencias Cuenca y Urdesa y de las salas de reuniones del edificio Amazonas 100, con el objetivo de mitigar el riesgo de seguridad física y de garantizar la bioseguridad para los Colaboradores y siempre brindar un ambiente exclusivo y acogedor a nuestros Socios.





---

CONSTRUYENDO  
FUTURO CON LA  
COMUNIDAD

# LOGROS 2020

- Debido a la Pandemia Covid-19 se aportó 3 millones de dólares al fideicomiso Sumar Juntos para apoyar con implementos médicos al servicio público de salud.
- 91.745 niños, niñas, jóvenes y adultos beneficiados con los programas sociales.
- Resultados de La Alianza Dinners Club-Unicef:
  - 44.906 niños/as involucrados en planes de mejoramiento de la educación.
  - 4.615 maestros/as de 157 escuelas rurales capacitados/as.
- Se implementó el programa de becas para la profesionalización 71 maestros de zonas rurales de Esmeraldas.
- Se apoyó la realización de 88 programas de A prender la Tele del MEC para dar continuidad por TV y radio a la educación rural.
- Edupasión, desarrolló 28 encuentros de rondas lectoras con 653 maestros y 44 formadores capacitados. Su web registra 15.649 usuarios
- El programa Secretos de Familia tiene 18 capítulos y llegó a más de 6 millones de reproducciones.
- En el programa Orígenes se capacitó a 1.154 personas de 87 localidades a nivel nacional.
- Se lanzaron 2 libros de Orígenes "Secretos de Familia" y "Cocina Monacal"
- En el programa de Arte y Cultura participaron 15.621 personas en 512 talleres. Se crearon y difundieron 107 videos sobre arte en casa para la época de pandemia
- Se continuo con el proyecto Sinfonía por la Vida en Esmeraldas, en el que participan 173 niños, niñas y adolescentes.
- Fundación El Triángulo: se apoyó el programa de arte que llega a 153 niños con discapacidad.

# DESAFÍOS 2021

- Fortalecer el aporte a la educación mediante el programa de la Alianza Dinners-Unicef, para evitar la deserción escolar, capacitar a docentes en lecto-escritura, fortalecer la educación virtual y apoyar el proceso de retomar la educación presencial en el sector rural.
- Continuar con el proceso de formación de Edupasión y su difusión en redes sociales.
- Producir la 2da edición del programa "Secretos de Familia" con 14 capítulos a ser difundidos a nivel nacional.
- Producir el libro de gastronomía de celebraciones.
- Implementar la novena fase del proyecto Orígenes enfocado en 10 localidades de menos de 25.00 habitantes, rescatando las recetas de festividades.
- Continuar apoyando el Arte y la Cultura con inclusión social por medio del programa Artisteca que beneficiará a 20.215 personas.
- Continuar con la producción de videos de arte para apoyar el proceso de formación.
- Capacitar a por lo menos 150 maestros en artes aplicadas a la educación.
- Realizar los concursos de Reto film, Atapalabras y Crearteco para los adolescentes.
- Sinfonía por la Vida: Continuar apoyando a escuela de formación musical para 163 niños/as de Esmeraldas.
- Fundación El Triángulo: continuar con el apoyo a este programa de arte para personas con discapacidad.



## A. NUESTRO ENFOQUE PARA APORTAR A LA COMUNIDAD

GRI 413:103-1 / GRI 413:103-2 / GRI 413:103-3 / GRI 419:103-2 / GRI 419:103-3



Diners Club del Ecuador ha estado comprometido con aportar a la Comunidad en la creación y difusión del arte y la cultura, tanto a nivel nacional como internacional, desde su nacimiento hace más de 58 años. En 2001, se añadió a la línea de apoyo cultural un aporte al mejoramiento de la Educación en Ecuador y, de manera especial, en el sector rural. Esto se cristalizó en la Alianza Diners Club-Unicef, que ha buscado contribuir al mejoramiento de la educación rural diseñando estrategias para conseguir mejoras educativas y, al mismo tiempo, aportando con acciones de protección hacia la niñez de los sectores más vulnerables. Adicionalmente, se han venido apoyando 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 el programa de Turismo Inclusivo con rescate gastronómico “Orígenes”, el programa de Educación Financiera “Financial Education”, el programa Sinfonía por la Vida en Esmeraldas, el de desarrollo de la inteligencia creativa a través de la Artisteca y el de Arte y Discapacidad de Fundación El Triángulo. Nuestro enfoque se ha centrado en temas prioritarios para el mejoramiento de la calidad de vida de los niños y las comunidades consideradas con menos oportunidades de desarrollo.

En el año 2020 se trabajó en cinco ámbitos:

- **Programa Orígenes.** Debido a las circunstancias de pandemia, el programa se enfocó en crear contenidos y formar a emprendedores y restaurantes sobre el manejo de protocolos de bioseguridad en restaurantes. Se realizaron cursos de barismo y coctelería, y cursos de finanzas para modificar los planes de negocios a la nueva realidad. Para esto se realizó una invitación a los participantes de ediciones anteriores del programa, razón por la cual se incluyó a personas a nivel nacional.



- En la parte comunicacional se difundió la serie de Televisión *Secretos de Familia* con 18 programas, llegando a una audiencia de 998.451 personas por televisión y a más de 187.000 personas en redes sociales.
- Se publicaron 2 libros, *Secretos de familia* y *Cocina monacal*, los cuales pueden ser canjeados en Club Miles para apoyar este programa.
- **Alianza Diners-Unicef.** Enfocada principalmente en la niñez y la juventud más vulnerables y en programas como Educación Rural, Nación de Paz, creación de material didáctico intercultural, fortalecimiento docente y creación de metodologías apropiadas, entre otras.
  - Edupasión. Busca identificar lineamientos estratégicos para aportar al fortalecimiento y transformación del sistema educativo desde la sociedad civil y la participación ciudadana.
- **Arte e Inclusión Social**, en el cual contamos con tres programas: **Artisteca**, **Semillero del Cambio**, que aporta a la formación integral de la población que vive en un contexto de vulnerabilidad, fomentando la apreciación, creación y comercialización del arte y la cultura. Dentro de este enfoque cultural también se apoya a dos programas con aliados como son **Sinfonía por la Vida**, que consiste en una Orquesta Sinfónica para niños y jóvenes de Esmeraldas, y el programa de **Arte y Discapacidad**, que lo ejecuta Fundación El Triángulo.
- **Educación Financiera.** Enfocado a ofrecer formación en finanzas personales, familiares, para empre-

dimientos y para los negocios de grupos vulnerables de sectores urbano-marginales y rurales. Este programa busca contribuir a la sociedad mediante la extensión de los conocimientos y mejores prácticas del manejo de las finanzas por parte de sectores de la comunidad. En el capítulo V de este Reporte se detallan los resultados, recursos y las actividades de este programa.

## A.1 ENFOQUE DE TRABAJO CON LA COMUNIDAD Y ALIANZAS

La estrategia de relacionamiento con la Comunidad se encuentra establecida bajo los siguientes pasos metodológicos para la inversión social:

1. Realización de un diagnóstico inicial del sector, definiendo necesidades y principales actores locales. Evaluación de aliados.
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 de impacto a medir, con su respectiva periodicidad.
5. Definición de costo presupuesto y cronograma para su aprobación.
6. Establecimiento de responsabilidades, acuerdos y convenios entre las partes.
7. Sistematización, seguimiento y monitoreo.



## A.2 RENDICIÓN DE CUENTAS Y DIFUSIÓN 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 la eficacia.

## A.3 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 con base en la información de campo recolectada y comparando con lo programado en la alianza Diners Club-Unicef con información cuantitativa y cualitativa.
- Todos los programas cuentan con un sistema de seguimiento que se plasma en un informe final anual de sistematización.

### Resumen de los principales programas con la comunidad y sus coberturas 2020

Programa	Proyecto	Lugares	Cobertura/ personas
Alianza Diners Club-Unicef	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecimiento del sistema educativo unidocente</li> <li>Nación de paz</li> <li>Erradicación de trabajo infantil</li> <li>Educación pluricultural</li> </ul>	Quito, Manabí, Esmeraldas, Sucumbíos, Napo, Pichincha, Imbabura,	49.521
Educación Financiera	Educación financiera con la comunidad	A nivel nacional	25.123
Sinfonía por la Vida	Orquesta Sinfónica Esmeraldas	Esmeraldas	173
Turismo inclusivo	Orígenes	A nivel nacional, 85 localidades	1.154
Cultura y discapacidad	Desarrollo de habilidades complementarias a personas con discapacidad	Quito	153
Artisteca	<ul style="list-style-type: none"> <li>Talleres de creación artística</li> <li>Visitas de apreciación artística</li> <li>Proyectos musicales</li> <li>Talleres de enseñanza artística</li> <li>Concursos de música y literatura</li> </ul>	Quito	15.621
Total general			91.745



## B. LOS PROGRAMAS DE APOORTE A LA COMUNIDAD

GRI 408:103-2 / GRI 408:103-3

### Contribución a la sociedad

#### Apoyo al mejoramiento de la educación

##### Alianza Diners Club-Unicef

Apoyo al mejoramiento del sistema escolar rural

- Edupasión
- Inclusión y permanencia
- Nación de Paz
- Capacitación a DCS
- Prácticas culturales
- Prácticas culturales cuidado a menores

#### Arte e inclusión

##### Artisteca, Semillero de Arte

Uso de los diversos lenguajes del arte para incentivar el desarrollo

##### Sinfonía por la Vida

Inclusión social a través de música clásica

##### Arte y Discapacidad

- Talleres de creación artística
- Visitas de apreciación artística
- Proyectos musicales
- Talleres de enseñanza artística (acompañamiento en aula)
- Concursos Artísticos
- Crearteco
- Atapalabras
- RetoRec
- Pintura online

#### Turismo inclusivo y Gastronomía

##### Orígenes

Rescate de la gastronomía

#### Educación financiera de la comunidad

##### Programa de educación

Financial Education

- Finanzas personales
- Emprendimiento y manejo de pymes

## C. APOYO AL MEJORAMIENTO DE LA EDUCACIÓN

### C.1 LA ALIANZA DINERS-UNICEF

Diners Club busca aportar al logro de los 17 objetivos de Desarrollo Sostenible, establecidos por Naciones Unidas que fueron lanzados el año 2016. Nuestros aportes se centran básicamente en los objetivos 1, 4, 10, 16 y 17 como prioritarios. Lograr educación de calidad, fomentar la paz y una asociación mundial para el desarrollo son aspectos muy importantes en nuestro enfoque social. A nivel nacional, buscamos aportar dentro de lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo en el ámbito educativo.

Diners Club del Ecuador realiza un aporte constante a un fondo que ha permitido darles continuidad a los programas de mejoramiento educativo. A esto se suman contribuciones o campañas de comunicación. Además, cada año se realizan acciones para recaudar aportes voluntarios de los Socios comprometidos socialmente que también alimentan este fondo, mediante la campaña de tele-mercadeo que en 2020 recaudó USD 93.298.

#### Cobertura y resultados de Alianza Diners Club-Unicef 2020

Programa	Beneficiarios 2020	
	Niños/as y jóvenes	Maestros
Niños y niñas menores de 5 años	9.134	
de 5 a 12 años	16.835	
de 12 a 17 años	18.937	
Adultos		4.615
Total	44.906	4.615

#### Evolución de la cobertura de los programas Unicef (comparativo 2019 – 2020)

Año	Niños/as y jóvenes	Maestros	Adultos
2019	37.204	1.540	20.773
2020	44.906	4.615	



De los resultados de este cuadro se puede concluir que hubo una disminución en la cantidad total de beneficiarios en 2020 con respecto a 2019, debido a la pandemia, pero se puede apreciar el crecimiento en cuanto al número de niños/as y adolescentes y maestros. Fue necesario concentrar el trabajo en maestros, sobre todo para que posteriormente repliquen metodologías adecuadas para trabajar de manera virtual.

El programa regular de Unicef comprendió las siguientes estrategias en 2020:

- Se continuó con el proyecto y se tuvieron los siguientes logros:
  - Se estableció un convenio con la Universidad Católica de Esmeraldas para profesionalizar a 71 maestros de zonas rurales de Esmeraldas.
  - Se logró crear el repositorio de interculturalidad, con la participación de 5 universidades.
- El programa Nación de Paz logró dar apoyo psicosocial a maestros del sector rural.
- Se logró apoyar a más de 88 programas de *Aprender la Tele* que fueron realizados por el MEC para garantizar la continuidad educativa en sectores rurales. Dinero apoyo la transmisión de estos programas en 9 canales nacionales durante 6 meses.
- Se apoyó el concurso de Excelencia Educativa para Docentes impulsado por la Fundación Fidal.
- Edupasión. Los resultados que se obtuvieron el año anterior fueron:
  - Se logró capacitar a 653 maestros en rondas lectoras y formar a 44 facilitadores.
  - Se logró que 15.649 personas visitaran la web de Edupasión y se realizaron 2 encuestas sobre la





situación de la niñez y juventud que arrojaron importante información para la toma de decisiones.

- Modelo de Educación Rural: Apoyo a las escuelas rurales de las provincias de Sucumbíos y Esmeraldas, con énfasis en contención emocional y acompañamiento durante el cierre de las escuelas pedagógicas.
- Acompañamiento y fortalecimiento de la formación y profesionalización de docentes rurales en ejercicio en la provincia de Esmeraldas.
- Educación para la paz – habilidades para la vida.
- Apoyo al concurso de Excelencia Educativa.
- Activación y ampliación del repositorio virtual de Educación Intercultural y Bilingüe y Etnoeducación Afroecuatoriana.
- Ampliación y sostenimiento de implementación de la propuesta de desarrollo infantil integral *Kintiku Yachay* en el contexto de la emergencia y rediseño de la sistematización.
- Activación de la televisión educativa en el contexto del cierre de las escuelas: *Aprender la Tele*.

La cobertura de 2020 se ha extendido en las siguientes áreas geográficas:

- Pichincha
- Imbabura
- Esmeraldas
- Guayas
- Santa Elena
- Los Ríos
- Bolívar
- Manabí
- Carchi



## D. ARTE E INCLUSIÓN SOCIAL

### D.1 ARTISTECA

Artisteca, Semillero del Cambio, esta localizado en el Centro Histórico de la ciudad de Quito y busca fomentar el desarrollo artístico de los ecuatorianos mediante el fomento de su inteligencia artística para aportar a una mejor calidad de vida. La oferta de formación y actividades que presta la Artisteca es la siguiente:

#### **Arte para el desarrollo personal:**

- Talleres de creación artística en las ramas de artes decorativas, escénicas, plásticas, visuales, música y literatura; además, talleres donde se engloban todas las artes (talleres multidisciplinarios).
- Taller integral de arte para niñas y niños trabajadores. Es un taller multidisciplinario que se enfoca en niños de 3 a 6 años de edad y que están en riesgo de callejización.

#### **Mejoramiento educativo e inclusión social**

- Acompañamiento en aula para docentes de instituciones educativas, donde se les enseña a usar las distintas maneras de integrar el arte en sus procesos pedagógicos.
- Talleres de enseñanza artística a población que vive en un contexto de vulnerabilidad.

#### **Arte en la comunidad**

- Visitas de apreciación artística a diferentes eventos y espacios culturales.
- Proyectos musicales en grabación, mezcla y asesoramiento musical para todo tipo de canción.
- Concursos y encuentros anuales de creación de arte en colectivo (CreArteCo), producción de cortometrajes (RetoFilm) y literatura (AtaPalabras)



### Evolución oferta Artisteca 2019 - 2020

Actividad	2019		2020	
	Número	Beneficiarios	Número	Beneficiarios
Talleres de artes decorativas	30	500	5	125
Talleres abiertos	382	6.134	265	3.340
Talleres externos	99	1.542	38	1.685
Acompañamiento en aula	62	7.104	32	3.138
Talleres de capacitación/padres	3	112	-	-
Talleres de capacitación/docentes	3	64	-	-
Talleres de capacitación/equipo técnico	8	17	3	17
Vacacionales	2	237	2	50
Eventos instituciones aliadas	24	1.459	6	281
Eventos acompañamiento en aula	6	3.984	1	350
Eventos/cierre de talleres	5	2.489	4	1.668
Eventos/cierre de vacacionales	2	256	2	50
Eventos de concursos	3	600	2	106
Salidas culturales	24	612	7	612
Track internos	28	600	15	3.017
Track externos	76	286	18	70
Videos editados	34	349	109	1.102
Registros fotográficos	23	22	3	10
<b>Total</b>	<b>814</b>	<b>26.367</b>	<b>512</b>	<b>15.621</b>

En 2020 la Artisteca se adapta a la nueva normalidad y oferta talleres de creación y enseñanza artística en línea.





## D.2 CONCURSOS Y ENCUENTROS

### ATAPALABRAS

AtaPalabras, en su 5ta edición, lanzó la temática “Mi ciudad post pandemia”. Se contó con 73 participantes y con un alto nivel de narrativa y ortografía.

Los cuentos ganadores fueron:

#### PRIMER LUGAR

Título: Ni fu ni fa, un ciclo nomás

Autor: Alejandro Fabián Silva Castro

#### SEGUNDO LUGAR

Título: Lejos del exterior

Autora: Ariana Marlen Solórzano Morán

#### TERCER LUGAR

Título: Existe la esperanza, ¿o no?

Autora: Karen Alisson Chacua Ordóñez







## Artes digitales/pintura online

Se lanza la segunda edición del Concurso de Artes Digitales/Pintura on line con la temática "El medio ambiente después de la cuarentena" y se contó con la participación de 33 personas. Además, en esta edición se generaron dos vídeos tutoriales para el uso de la plataforma digital.

Las obras ganadoras fueron:

### Categoría 12 a 17 años

Nicolás López

Obra: "Espectador de su propia desgracia"

Esta obra relata la imagen de un ser humano en posición fetal sosteniendo entre sus manos un pedazo de tierra en donde sobrevive un árbol envuelto en un guante quirúrgico.

### Categoría de 18 a 29 años.

Carla Campaña

Obra: "La naturaleza siempre encuentra su camino"

La obra de Campaña es el claro ejemplo del uso recursivo y creativo de la plataforma. El manejo de una composición simple pero armónica le da un halo esperanzador que evoca una naturaleza más fuerte que la humanidad misma.





### Categoría de 30 años en adelante

Diana Silva

Obra: Lo importante

La obra de Silva relata la correlación entre personas y animales. Los personajes se encuentran en lados opuestos del espacio y los mismos tienen un texto central ("Lo importante") acompañado por una flor, dando a los personajes un lugar en común y reafirmando la certeza de la importancia de la naturaleza para los mundos que cohabitamos en ella.



### Curso de formación docente AplicArte

En 2020, la Artisteca, atendió a 58 personas con necesidades educativas especiales, asociadas o no a la discapacidad. El total de beneficiarios de todos sus componentes fue de 15.621 personas. Este año se concluyó el diseño y elaboración de los cuatro manuales operativos de la Artisteca.

También se brindó, en alianza con la UTPL, tres cursos de formación docente, con la participación de 151 personas.



## D.3 SINFONÍA POR LA VIDA

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 2020, 173 niños y jóvenes participaron en este programa.

Sinfonía por la Vida, Orquesta y coro Infante Juvenil de Esmeraldas, dio un



**Roque Iturralde**

Komit 

Organización ejecutora Edupasión

Edupasión trabaja día a día para para construir progresivamente un movimiento en el que la pasión por la educación forme parte de la cotidianidad de la ciudadanía y la comprometa en la causa de diseñar cambios profundos en el sistema.

Durante la crisis por covid 19, se concentró en el contacto con el sector docente, mediante el programa Rondas Lectoras, que pudo brindar contención a estos profesionales dur simamente afectados y, en ese contacto, entusiasmar a los maestros con la lectura, tema pendiente desde siempre. Las Rondas se multiplican ya de manera autónoma en manos de docentes contagiados de este entusiasmo.

Diners Club, en alianza con UNICEF, además de sembrar, dio paso al diseño de Edupasión en 2018. Ha asegurado el soporte financiero para su sostenibilidad y el apoyo operativo de su programa Artística. Participa activamente en el equipo que orienta su accionar, define sus metas y valora sus resultados.

concierto el 23 de diciembre, a través de Facebook Live. Los espectadores del concierto se estiman en alrededor de 250 personas.



## D. 4 PROGRAMA DE DESARROLLO DE HABILIDADES A TRAVÉS DEL ARTE PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD

### Arte y Discapacidad Fundación El Triángulo

Esta Fundación llevó a cabo este proyecto que busca desarrollar las capacidades de los participantes a través del arte. Un grupo de 153 niñas, niños y adolescentes, principalmente con síndrome de Down, participaron en actividades como danza, pintura, teatro y música. Adicionalmente, con el propósito de desarrollar su apreciación del arte, se generaron salidas culturales.

## E. ORÍGENES: EL RESCATE GASTRONÓMICO COMO FUENTE DE DESARROLLO COMUNITARIO Y CULTURAL.

Orígenes es un programa que, desde hace 8 años, busca rescatar la cultura gastronómica ecuatoriana y generar oportunidades de crecimiento de pequeños locales que en el futuro consoliden su excelencia y calidad.

En 2020, debido a las circunstancias, se trabajó en generar capacidades para propietarios de restaurantes con respecto a protocolos de bioseguridad y alternativas para mantener su negocio. Esta convocatoria se realizó a nivel nacional con quienes han participado a lo largo de las versiones anteriores del programa Orígenes. De tal forma que se trabajó con 1.154 personas de 87 localidades.

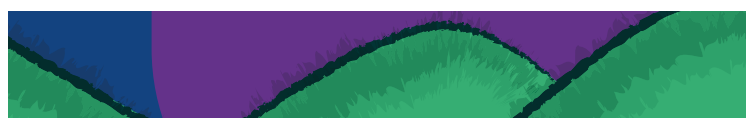
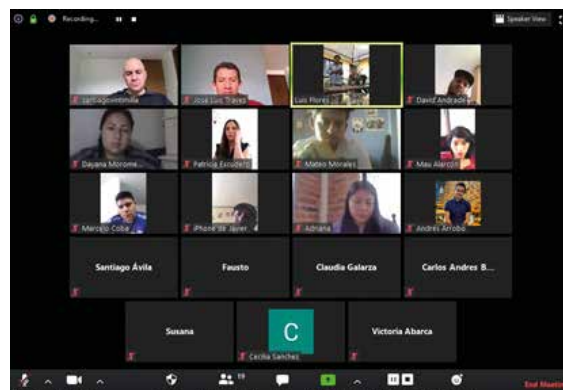
Adicionalmente, se trabajó con otro grupo constituido por representantes de restaurantes aliados a la red de Establecimientos de Diners Club. Este componente se concentró en capacitación de sostenibilidad de restaurantes en tiempo de crisis, barismo, coctelería y bebidas. En estos talleres participaron 43 personas de 17 distintos restaurantes.

- Complementariamente, un grupo de 9 restaurantes de este mismo grupo fueron asesorados por Ignacio Medina, nuestro aliado en temas de gastronomía y sostenibilidad para identificar oportunidades para mantener sus negocios en épocas de crisis.



Mes	Tematica	# Asistentes	Grupo objetivo	Localidades
Abril	Curso de barismo	24	Restaurantes afiliados a Diners	Quito , Guayaquil, Cuenca
Mayo	Curso de cocteleria	24	Restaurantes afiliados a Diners	Quito , Guayaquil, Cuenca
Mayo	Quito Gastronomico/ Quito Turismo	759	Restaurantes de Quito Afiliado o no afiliado	Quito y cantones del Distrito Metropolitano
Mayo	Medidas de Bioseguridad y Finanzas para establecimientos gastronómicos	32	Restaurtantes pequeños de ciudades de provincia / afiliados o no a Diners	Antonio Ante, Atuntaqui, Cotundo, Archidona; Imbabura, Turuco, Misahualli, Quito, San Pablo Santa Rita; Quero, Nobol; Pillaro, Nabon, Nangaritz-a, Ynazatsa, Natabuela
Junio	Asesoría personalizad a Restaurantes para enfrentar Covid con re diseño	18	9 Restaurantes afiliados a Diners que se inscribieron	Quito y Guayaquil
Junio	Medidas de Bioseguridad y Finanzas para establecimientos gastronómicos	149	Restaurtantes pequeños de ciudades de provincia / afiliados o no a Diners	Santa Elena, Guayas San Miguel de los Bancos , Manglaralto, San Miguel de los Bancos, Olon , Chanduy, Anconcito , Puerto Quito Jama, Santa Elena La Libertad, La encenada; Guayas, Patate, Salinas
Julio	Medidas de Bioseguridad y Finanzas para establecimientos gastronómicos	73	Restaurtantes pequeños de ciudades de provincia / afiliados o no a Diners	El Oro Pasaje Tisaleo, Riobamba, Santa Rosa Loja , Ambato, Huaquillas, Machala, Alamor , Loja Catacocha San Lucas
Agosto	Modelo sustentable para Restaurantes	10	Restaurantes afiliados a la Cámara de Comercio de Quito	Quito
Septiembre	Medidas de Bioseguridad y Finanzas para establecimientos gastronómicos	65	Restaurantes pequeños de ciudades de provincia / afiliados o no a Diners	San Jose de Minas, Calvas Zamora, Chichioe, El Guabo, Catamayo, San Lucas, Loja , Centinela del Condor, Puyango Calvas, La División Chibacalle
Totales		1,154		87 localidades

- En la parte comunicacional se difundió la serie de televisión *Secretos de Familia* con 18 programas. Se llegó a una audiencia de 998.451 personas por televisión y a más de 2 millones de personas en redes sociales.







## Componente comunicacional en redes sociales

Reproducciones en redes sociales y televisión

Facebook – Instagram 2'510.380

Youtube: 2.500.193

Televisión: 948.451

Add Value: USD 588.095,56

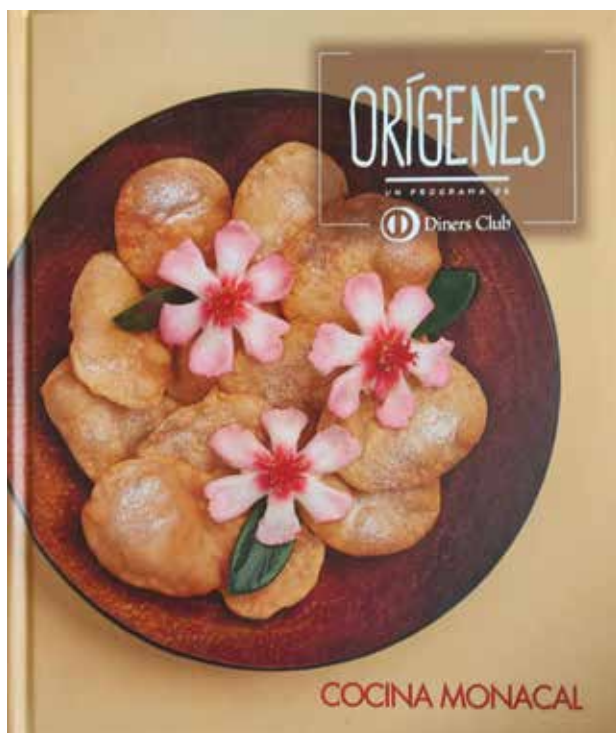
Audiencia total: 5'962.874



## Libro de gastronomía en conventos

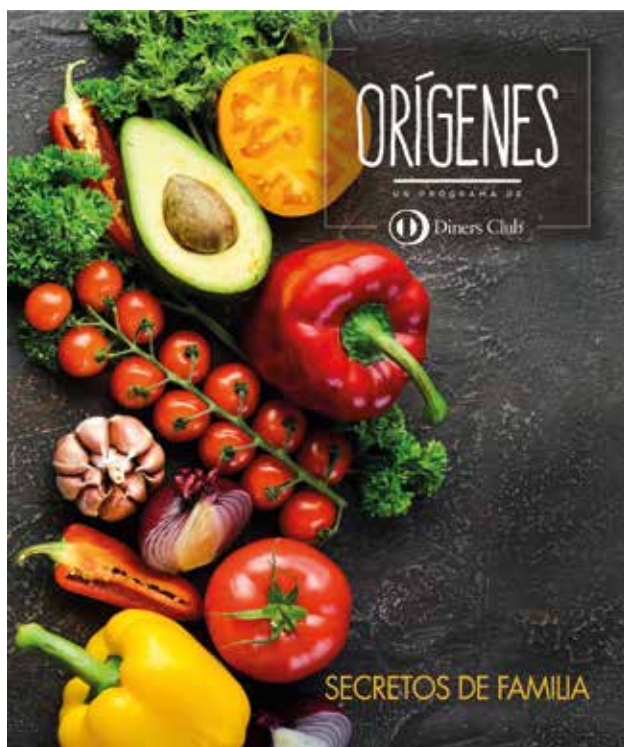
El convento de San Diego, con su infraestructura colonial y su historia de más de 4 siglos, fue el escenario ideal para el lanzamiento de este libro. Su objetivo es difundir las recetas que han sido cuidadas por siglos por clérigas de los distintos monasterios de nuestro país. El libro recoge 57 recetas que definitivamente forman parte de la historia de nuestro país. Los ejemplares se están canjeando por Club Miles, con el objeto de apoyar a los conventos de clausura en sus necesidades.





## Libro Secretos de familia

La información, que obtuvimos de la investigación realizada para el programa multimedia *Secretos de Familia*, fue adaptada a un formato impreso. El libro contiene 136 recetas que seguramente han sido compartidas en la mayoría de mesas ecuatorianas.



## F. INVERSIÓN SOCIAL Y DE APOYO A LA CULTURA

GRI 201-1

### F.1 INVERSIÓN SOCIAL 2020

Rubro	2019	2020
Alianza Diners Club-Unicef	USD 349.999,28	USD 352.880,00
Inversión social comunitaria interna y externa	USD 1'594.522,34	USD 814.922,40
Aporte especial Sumar Juntos		USD 3'000.000,00
Total	USD 1'944.521,62	USD 4'167.802,40

A nivel consolidado, la inversión social de Diners Club del Ecuador en 2020 tuvo un crecimiento del 114% con relación a 2019. Esto se debe a que se realizó una contribución para el fideicomiso Sumar Juntos por el valor de USD 3 millones.

### F.2 APOYO A LA CULTURA

Como un importante aporte a la sociedad, Diners Club participa en auspicios a eventos artístico-culturales, convenios, alianzas estratégicas, apoyo a festividades locales, auspicios a centros de arte y otros, lo que contribuye al fortalecimiento de las raíces culturales de las regiones.

Con este objeto y con el fin de rescatar la riqueza que poseen las comunidades y difundirla, Diners Club aporta y/o financia eventos de índole académica, artística y cultural, a través del auspicio a diferentes instituciones culturales en el país.

#### Fundación Teatro Nacional Sucre:

El Teatro Nacional Sucre es uno de los más antiguos teatros de ópera de Sudamérica y de la ciudad de Quito, además del más prestigioso del Ecuador<sup>1</sup>. Fue

construido entre 1879 y 1886 siguiendo un modelo de inspiración europea.

El escenario del Sucre ha sido testigo de las más grandes obras teatrales y orquestales que han pasado por el país y ha sido sede de sucesos de la vida política nacional.

La Fundación Teatro Nacional Sucre, que depende del Cabildo capitalino, administra el teatro, así como también el Teatro México, el Teatro Variedades, Centro Cultural Mama Cuchara, la Casa de la Fundación y el Café del Teatro.

## Fundación Filarmónica Casa de la Música

La Fundación Filarmónica Casa de la Música es fruto de la unión de dos entidades culturales de gran prestigio en nuestra ciudad: la antigua Sociedad Filarmónica de Quito y la Fundación Casa de la Música Hans y Gi Neustaetter.

La Casa de la Música lleva a cabo un arduo trabajo de promoción y fomento del arte musical a través de un sinnúmero de actividades que reciben permanentemente la aprobación y reconocimiento del público.



## Alianza Francesa de Quito

La Alianza Francesa de Quito es una asociación cultural sin fines de lucro que forma parte de un movimiento internacional que busca crear un diálogo a través de cursos de francés y eventos culturales.

Desde su creación, se ha convertido en un reconocido centro cultural de la ciudad de Quito. Además de su programa de difusión de las culturas francesas y francófonas, es importante resaltar el apoyo a artistas nacionales.



Los estudios de mercado que se efectúan a nivel nacional evidencian que la marca Diners Club Ecuador es valorada por su apoyo permanente al arte, la educación y la cultura, así como por su aporte a diversos atletas y deportes. La institución ha mantenido su compromiso con los deportistas ecuatorianos que enfrentaron un año difícil tras la afectación que la pandemia provocó en su planificación. Asimismo, continuó fomentando los valores asociados al trabajo en equipo y la sana competencia, a través de los patrocinios a los

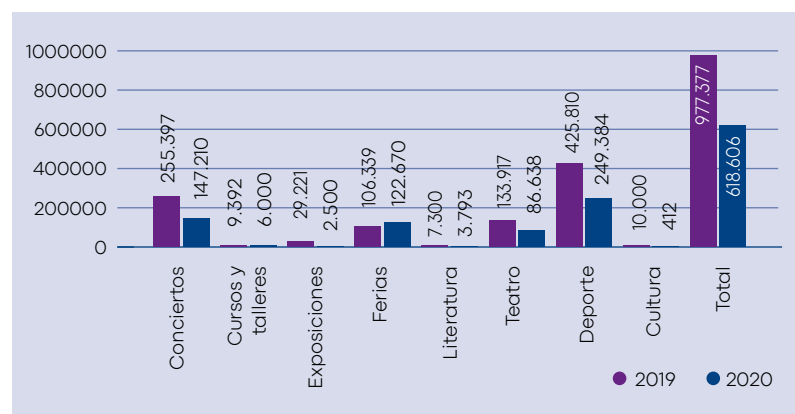


equipos de fútbol más populares del país y a nuevas disciplinas deportivas como los e-games que, a través de la tecnología, se vuelven cada vez más relevantes para las generaciones más jóvenes. La compañía invierte un importante monto de sus recursos en estos auspicios. La inversión en 2020 fue de USD 618.606.

Rubro	2019	2020
Conciertos	255.397,10	147.210
Cursos y talleres	9.392,46	6.000
Arte pictóricas	29.221,24	2.500
Ferías	106.339,29	122.670
Literatura	7.300,00	3.793
Teatro	133.917,48	86.638
Deporte*	425.809,56	249.384
Cultura	10.000,00	412
Total	USD 977.377,12	USD 618.606

\* No incluye valores por patrocinios a equipos de fútbol profesional.

#### Inversión 2019- 2020



En 2020 enfrentamos uno de los mayores retos de la humanidad y del país. Es por ello que Diners Club decidió apoyar la reactivación económica nacional, a los comercios locales y a los productos ecuatorianos, creando una causa a la que los 17 millones de ecuatorianos puedan sumarse para sobreponernos juntos: Modo Ecuador. Fieles a nuestra promesa "Socios para toda la vida, cada día", estuvimos dispuestos a reinventarnos y acompañar a nuestros Clientes sin importar las dificultades. Por eso creímos que nuestro eslogan debía adquirir un nuevo sentido: Unión Sin Límites.



---

*APORTANDO A LA  
SUSTENTABILIDAD  
AMBIENTAL*



## LOGROS 2020

- Se implementó el plan previsto en el marco del compromiso con UNEP FI de los Principios de la Banca Responsable.
- Se realizó un estudio de medición de huella generada por material POP usado en las distintas campañas promocionales.
- Se realizó un estudio de movilidad de los Colaboradores con miras la reducción de CO2.
- Se identificaron procesos en los que se eliminó la necesidad de impresión, generando una disminución de 31 millones de hojas impresas producto de lo siguiente:
  - Digitalización de estados de cuenta y comprobantes de retención y pago: 26'344.724.
  - Digitalización de documentos: 4'491.264.
  - Reducción de impresiones: 4'151.808.
  - Funcionalidad impresión segura: 143.289.
- La reducción de impresiones ha generado un ahorro a la Organización por el valor de USD 702.621.
- Se realizó, con buenos resultados, el concurso de disminución de huella en el hogar con Colaboradores.

## DESAFÍOS 2021

- Implementar el plan de disminución de huella en el marco de los principios de Banca de la UNPFI.
- Continuar con el análisis de procesos para identificar oportunidades de digitalización y, de esta forma, eliminar el volumen de impresiones.
- Continuar con la suscripción de Socios al sistema de estado de cuenta virtual para la reducción de consumo de papel.
- Continuar con las actividades para la concientización de movilidad en medios alternativos.
- Capacitar a las agencias de comunicación y mercadeo en estrategias para disminución de huella en publicidad y comunicaciones.
- Concientizar a los Colaboradores sobre la forma de optimización de recursos mediante uso de tecnología para la disminución de huella.
- Realizar una campaña de disminución de la huella ambiental personal con Socios basada en el piloto interno.



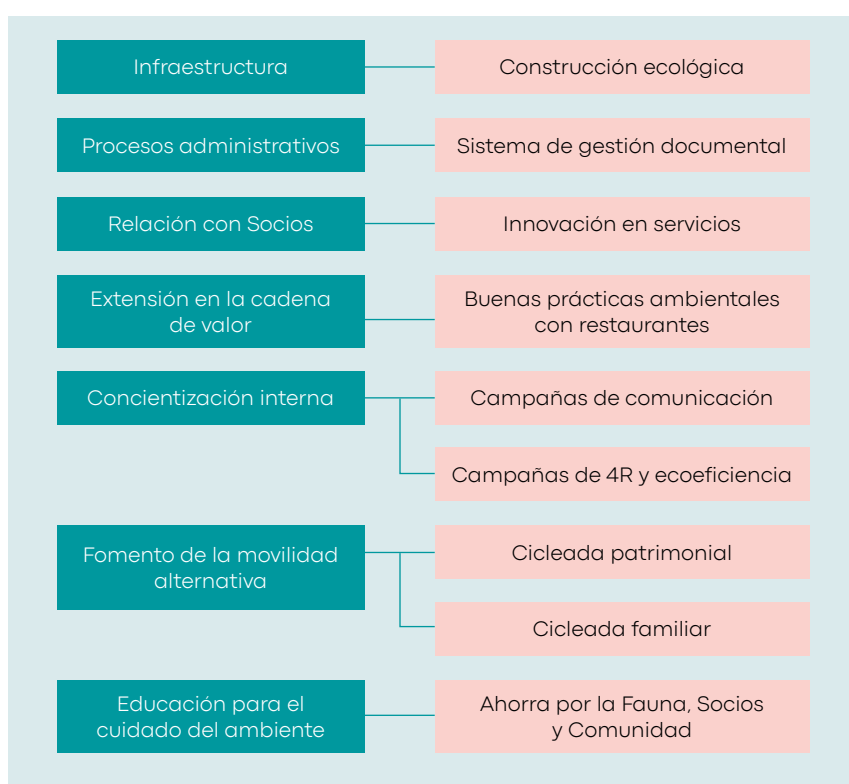


## A. NUESTRO ENFOQUE CON EL MANEJO DEL MEDIO AMBIENTE

GRI 303:103-1-2-3 / GRI 305:103-1-2-3 / GRI 306:103-1-2-3 /  
GRI 307:103-1-2-3/GC7/GC8/GC9

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

El enfoque de mitigación de impacto ambiental se centra en los siguientes pilares:



### A.1 CONSTRUCCIÓN ECOLÓGICA Y MINIMIZACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL EN LAS OFICINAS

El año anterior se realizaron importantes inversiones en el sistema de Iluminación Lutron, dado que se remodelaron las agencias de Manta y Machala. Esto además de la implementación del nuevo sistema de climatización electrónico que permite tener una importante eficiencia energética y menor impacto medioambiental.

## A. 2 PRINCIPIOS DE BANCA RESPONSABLE

En diciembre de 2019, Diners Club del Ecuador se adhirió a los principios de Banca Responsable de la UNPFI, sistema adscrito a las Naciones Unidas, que busca promover la sustentabilidad y sus prácticas en el sistema financiero. Estos principios están alineados con el acuerdo de París, en el cual los países y las organizaciones a nivel mundial se comprometen a establecer planes para disminuir las emisiones de CO2.

En 2020, se implementaron algunas actividades del plan, las cuales se detallan en términos generales:

- Creación de Comité de Sustentabilidad: se crea con el objetivo de darle formalidad y estructura a la implementación del plan dentro de la Organización.
- Estudio de huella: se realiza el estudio de generación de huella en algunos procesos específicos, como en el proceso de adquisición de material POP y en el proceso de uso de dispositivos POS.
- Innovación con Proveedores: se inicia la coordinación para el 2do concurso de productos y servicios sostenibles con Proveedores.
- Reducir emisión en operaciones: se continúa con la implementación de digitalización en procesos neurálgicos de la Organización, como la emisión de estados de cuenta.
- Relación con restaurantes: se inicia el proceso de capacitación a restauran-

tes para definir modelos de sustentabilidad en estos giros de negocio.

- Comunicación: se desarrolla material multimedia para difundir el uso de medios de pago virtuales, y el juego Ahorra para Cuidar la Fauna, cuyo objetivo es desarrollar una concientización ambiental mediante el cuidado de la fauna en peligro de extinción.

GRI 302:103-3 / GRI 305:103-3

## A. 3 RECONOCIMIENTO ECUATORIANO AMBIENTAL PUNTO VERDE

El edificio Centro de Negocios Diners Club Quito, que cuenta con un sistema de ecoeficiencia y fue calificado en 2015 como Punto Verde por el Ministerio del Ambiente, ha mantenido sus 7 procesos de manejo de residuos, fluorescentes, pilas, baterías, desechos orgánicos, desechos médicos y reciclaje de PETs y electrónicos. Adicionalmente se cuenta con un sistema de uso eficiente de iluminación y energía eléctrica computarizado basado en sensores.

En el año 2020 se actualizaron los indicadores y se espera el proceso de verificación para la validación de la información enviada.



## B. MEDIDAS ADMINISTRATIVAS PARA LA REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE PAPEL

### B.1 CAMPAÑA DE LAS 4 R

Este año se continuó con la campaña de concientización alrededor de la importancia del cuidado ambiental de Ser Responsable de Reducir, Reducir y Reusar. Esta cuenta con un plan en el cual se han identificado actividades a partir de los estudios de impacto y medición de huella que se han realizado.

#### GRI 301-1 / GRI 301-2 / GRI 301-3

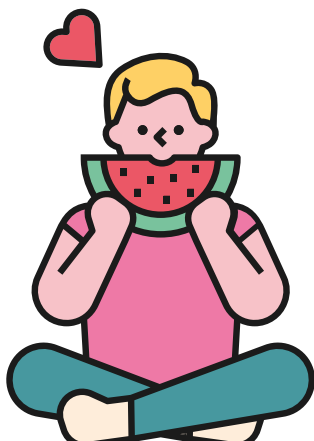
La gestión de la Organización se centra en un servicio por lo que no se usa materia prima para transformarla en un producto, debido a esto no se monitorea el uso de materiales, insumos reciclados o materiales recuperados, sin embargo se monitorea el uso de materiales indirectos como papel y otros que se detallan a continuación.

### I. REDUCIR

Debido a la emergencia sanitaria, se modificó el esquema de trabajo de las áreas, por lo que la generación de información impresa tuvo una reducción considerable, como se puede apreciar a continuación:

Consumo	2018	2019	2020	Variación
Impresiones/copias	7'835.263	7'812.684	3'660.876	-46,86%
Toneladas*	36	36	17	-47,22%
Colaboradores	1.359	1.454	1.452	

\* Toneladas calculadas con base en una resma de 2,34 kg.



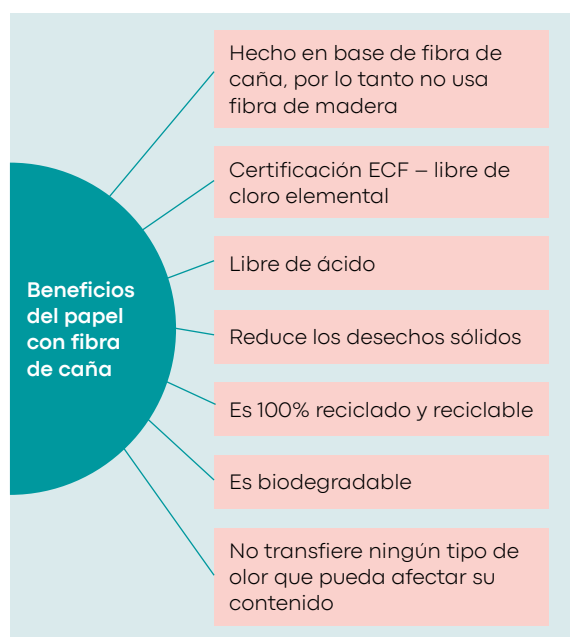
- Se mantiene el servicio de impresión segura, funcionalidad que permite evitar la exposición de la información impresa del giro del negocio en los equipos, porque no fueron retiradas por el Colaborador.
- Adicionalmente, esta funcionalidad, como el control en el manejo de seguridad, permite el ahorro de impresión y papel, porque el usuario podrá liberar los trabajos desde el equipo de impresión discriminan-

do aquellos que ya no es necesario imprimir o tienen errores. Como resultado de esto, se evitó imprimir 143.289 hojas.

- Optimización de 32 equipos mediante el análisis de consumos de los usuarios y coordinación con el nuevo proveedor de las necesidades de las áreas.

Uno de los cambios importantes este año fue la sustitución del tipo de papel por papel de caña que es un tipo de insumo con menor impacto de deforestación y erosión del suelo.

Los beneficios del uso de este papel son:



Optimización de equipos, mediante el análisis de consumos de los usuarios y coordinación con el nuevo Proveedor de las necesidades de las áreas.

GC9

## B.2 TECNOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE

Implementación de teletrabajo para cuidado del medio ambiente



**Juan Sebastián Espín**

Director Alkupets

Con Alkupets fuimos ganadores del Reto Digital organizado por Diners Club en 2018. En el siguiente año queríamos diversificar nuestro modelo de negocios y nos involucramos en el desarrollo de videojuegos y animación digital.

Gracias a la buena relación generada en el concurso, nos pusimos a trabajar conjuntamente con Diners para desarrollar el videojuego Ahorra para Cuidar la Fauna. En septiembre de 2020 fue lanzado el videojuego tanto en Android como en IOS. A causa de la pandemia, la idea de digitalizar el juego fue de gran ayuda para aumentar su impacto en el público objetivo: niños y niñas de 8 a 12 años de edad.

Sin duda, realizar este proyecto nos dio alegrías enormes, porque los niños iban a aprender educación financiera y además a conocer la importancia del cuidado de las especies endémicas del Ecuador. Para nosotros Diners Club se ha convertido en un aliado estratégico de relevancia para realizar proyectos de alto impacto, tanto social como ambiental, en temas de transformación digital.



En Diners Club del Ecuador se implementó la modalidad de teletrabajo a partir del confinamiento presentado en el año 2020, lo que ha generado planes de acción que garantizan la continuidad de la operación del negocio. Hay que resaltar que las certificaciones de seguridad que posee DINERS CLUB ECUADOR le permitieron realizar este trabajo con total cobertura de los riesgos de seguridad de información. Por lo tanto, protegiendo los datos y garantizando la operación en el mayor grado de eficiencia posible.

El área de Tecnología de Información implementó estrategias alineadas al negocio para que los Colaboradores puedan continuar con el cumplimiento de sus procesos desde sus hogares, asegurando que el principal pilar, nuestros Clientes, puedan continuar utilizando los servicios provistos por Diners Club del Ecuador sin ninguna interrupción.

Aplicando la modalidad de teletrabajo se ha logrado que la ejecución de actividades se encuentre sustentada en el uso de herramientas tecnológicas que permiten la comunicación y cumplimiento de procesos, reduciendo el uso de recursos para la generación de documentos físicos, ocasionando también la disminución del uso de la energía eléctrica, agua, uso de papel, etc.

## **Arquitectura orientada hacia la nube**

Diners Club del Ecuador se encuentra implementando el proyecto Core Bancario. Para ello realizó la adquisición del Sistema Temenos Transact T24. Este se encuentra basado en infraestructura en nube y será el único Core Bancario nativo de nube en el sistema financiero ecuatoriano.

Al implementar la infraestructura en nube, Diners Club del Ecuador aporta al cuidado del medio ambiente, generando eficiencia energética al obtener un menor consumo y reduciendo, de igual manera, las emisiones de carbono de los sistemas informáticos. Adicionalmente, la infraestructura en nube del Proveedor seleccionado, se encuentra implementada con energía renovable reduciendo el impacto al medio ambiente.

## **Servicios colocados a disposición del Cliente**

Diners Club del Ecuador ha implementado plataformas web y soluciones digitales, tales como Chatbots, billetera móvil, promociones, plataformas de servicios y canales digitales que permiten acceder a nuestros servicios desde cualquier lugar, y apoyando así mismo la integración de las herramientas de nuestros comercios con un crecimiento de más de 8.000 botones de pago. Estas soluciones han tomado mayor impulso en el confinamiento, reduciendo la frecuencia de concurrencia a las oficinas de Diners Club del Ecuador, disminuyendo el consumo de CO<sub>2</sub>, así como también teniendo una implicación en la reducción de recursos de energía por parte de los Colaboradores de la Organización. Ello ha convertido gran parte de los servicios en digitales, ha apoyado a nuestra red de comercios y ha protegido la salud de nuestros Tarjetahabientes.

## **Gestión digital de documentos**

Durante el año 2020, el programa de reducción de impresiones generó un ahorro de 4'491.264, lo que representa un incremento del 4% con respecto al año

anterior. El volumen de hojas ahorrado es equivalente a 21.019 kg, con un costo aproximado de USD 46.035.

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

## Virtualización de documentos: acceso a estados de cuenta y comprobantes de pago

A través de nuestro portal corporativo y la aplicación móvil, la Organización brinda a los Socios, personas y Establecimientos, la posibilidad de acceder a los documentos legales, como estados de cuenta y comprobantes de pago, de una manera virtual, evitando su impresión y envío.

En el año 2020 se digitalizaron 7'935.624 estados de cuenta y 10'473.476 comprobantes de retención y pago, lo que equivale a 26'344.724 hojas que no se utilizaron para impresión de documentos.

Período	Estados de cuenta		Comprobantes de retención y pago	
	Nº. de estados de cuenta	Nº. de hojas	Cantidad	Nº. de hojas
2020	7'935.624	15'871.248	10'473.476	10'473.476

**GRI 303-1 / GRI 303-2 / GRI 303-3/ GRI 303-4 / GRI 303- 5 / GRI 302-1 / GRI 302-2/GRI 302-3/GRI 302-4/GRI 302-5**

## Consumo de agua\* y energía eléctrica

Debido a la naturaleza de la Organización, se usa fuentes de energía eléctrica solamente en las instalaciones de la Empresa conforme se detalla en la siguiente tabla.

Consumo	2019	2020	Variación
Agua (m3)	9.912,27	6.139,76	-38%
Energía eléctrica (Kwh)	2'305.751,64	1'619.252,02	-30%

\* Las plazas como Machala, Manta, Cuenca 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 con relación al año 2020, se presentó una disminución del 38% en el consumo, debido a la pandemia COVID 2019.



El agua viene de la fuente provista por el gobierno de cada localidad. Debido a esto, no se ha identificado la afectación de una fuente de agua y no se han implementado procesos para reciclar y reutilizar el agua consumida.

En cuanto al consumo de energía eléctrica, en 2020 se presentó una disminución del 30 %, debido a la pandemia COVID 2019 y a las acciones ejecutadas por el personal de seguridad y mantenimiento en el apagado de luces en áreas libres.

**GRI 305-1 / GRI 305-2 / GRI 305-3/GRI 305-4 / GRI 305-5 / GRI 305-6 /GRI 305-7**

	Año		Unidad
	2019	2020	
Emisiones Alcance 1	320.99	317.03	ton CO2e
Emisiones Alcance 2	716.64	410.22	ton CO2e
Emisiones Alcance 3	1922.79	1739.16	ton CO2e
Total	2960.42	2466.42	ton CO2e
Huella de carbono por Colaborador	2.10	1.87	ton CO2e/ colaborador
Huella de carbono por Cliente	4.21	3.38	kg CO2e/ cliente

Se puede evidenciar una disminución del 20% en el indicador total de huella, esto se debe a la disminución de operaciones generadas en 2020.

Debido a la naturaleza de la Organización no se evidencia sustancias SAO, NOx y SOx

**GRI 307-1**

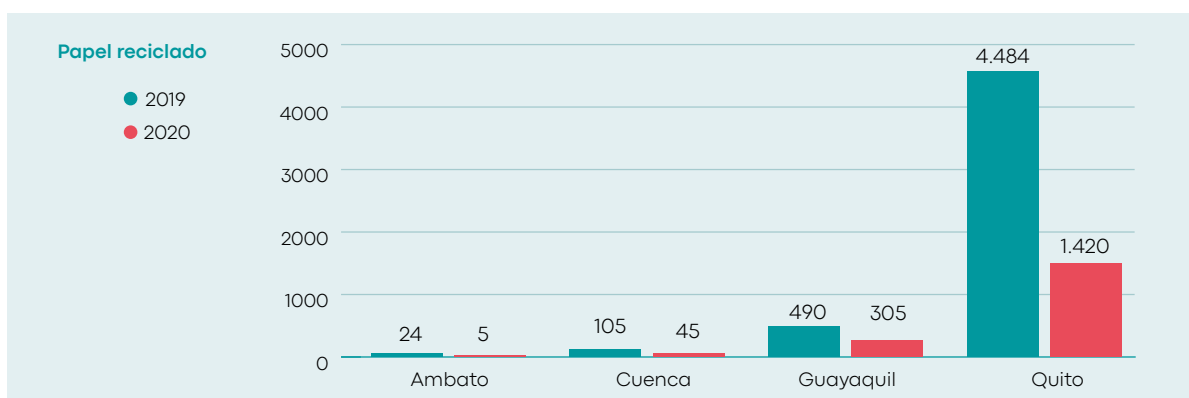
Durante 2020, la Compañía no ha tenido infracciones o multas por incumplimiento de la legislación ambiental, no se transportan residuos peligrosos y tampoco se han producido derrames de alguna sustancia.

## II. 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 de gestores ambientales especializados en el manejo de estos recursos.

### Consumo y Reciclaje de Papel:

Durante 2020, se continuó con la campaña de reciclaje de papel. Como resultado de esta campaña, se logró reciclar 1.775 kg, que representan una disminución del 65% con respecto al año anterior. Esto se debe al cambio de actividades generado por la pandemia, ya que apenas el 20% del personal se encuentra laborando en las oficinas.



**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.

**GRI 306 -1 / GRI 306 -2 / GRI 306 -3/ GRI 306 -4 / GRI 306-5**

## Residuos peligrosos

**Celulares.**- Se trabaja en coordinación con una empresa de telefonía celular, la misma que retira estos desperdicios y luego los envía a EEUU para que sus componentes puedan ser reusados.

**Disposición adecuada de pilas desechadas.**- Se han colocado contenedores específicos para este fin. Al momento se depositan las pilas y baterías de consumo institucional o personal en los mismos. Producto de este proceso, se entregaron 23 kg de pilas a un gestor ambiental especializado para su disposición final adecuada.

**Fluorescentes.**- Por su peligrosidad, pues contienen mercurio, los fluorescentes que dejan de ser usados son colocados en una bodega dispuesta para el efecto, y de manera periódica se contrata a una empresa que se encarga de retirarlos y posteriormente darles un manejo adecuado.

Se puede ver una disminución en el reciclaje de fluorescentes y de botellas PET. De igual forma, esto se ha dado por el cambio de operación en oficinas.

## III. REUSAR

### Donación de activos:

En total, en el año 2020, se donaron 487 activos que van a ser reusados y cuyo detalle se puede ver en el siguiente cuadro:

Ciudad	Equipos de computación		Muebles y equipos de oficina		Unidades de transporte	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Quito	132	0	0	0	1	0
Guayaquil	0	174	726	313	0	0
Total	132	174	726	313	1	0



## C. CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACIÓN

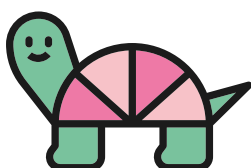


En 2020, se implementó una nueva campaña de concientización. Basados en las circunstancias de la pandemia, propusimos a los Colaboradores realizar una medición de huella en sus hogares y, de esta forma, identificar cuál era su nivel de contaminación para, con base en este análisis, poder establecer un plan de acción para mitigar este impacto.

Como resultado de esta campaña, tuvimos múltiples actividades que se implementaron en los hogares, llegando a tener una gran incidencia, inclusive en su comunidad. Con el objetivo de difundir de mejor forma esta campaña, se realizó una activación en redes sociales compartiendo las actividades que se aplicaron en los distintos hogares.

### C. 1 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 y, en particular, de las especies en vías de extinción del Ecuador. Se realizó así un juego de mesa educativo 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, como el tapir, el cóndor, el oso de anteojos y el armadillo. El mensaje





gira alrededor de la concientización para el cuidado de la fauna.

- Tomando ventaja de la realidad que vivimos, en 2020 se difundió la versión digital de este juego. A través de una app, cualquier niño puede acceder a este él de manera gratuita y puede aprender lúdicamente los 2 temas propuestos: educación financiera y concientización ambiental. Este juego fue difundido por medio de redes a nivel nacional, pero además se trabajó con un grupo de niños escolares, llegando a 9 escuelas y 3.126 estudiantes.

#### Listado de instituciones educativas

Institución educativa	N° de estudiantes
1. U. Ed. Guillermo Mensi - Cuenca	195
2. U. Ed. Carlos Cisneros - Riobamba	556
3. U. Ed. 19 de septiembre - Salcedo	458
4. U. Ed. Mario Cobo Barona - Ambato	668
5. U. Ed. Emiliano Ortega Espinoza - Catamayo	104
6. U. Ed 10 de enero - San Miguel	176
7. U. Ed Archidona - Tena	349
8. U. Ed Quince de Octubre - Jipijapa	414
9. U. Ed. Shushufindi - Shushufindi	206
Total	3.126



#### GRI 305-5

## C.2 FOMENTO DE LA MOVILIDAD ALTERNATIVA

Con el objeto de fomentar una conciencia e incentivar el uso de medios alternativos de transporte que disminuyan las emisiones carbono y contribuyan a la descongestión vehicular, hemos desarrollado 2 actividades:

Ciclopaseo patrimonial.- Esta fue la primera actividad grupal que se ejecutó en la Organización. Tuvo 2 objetivos principales: realizar una actividad alternativa y de recreación en tiempos de confinamiento y motivar el uso de la bicicleta como medio alternativo de movilidad.





# CARTA DE VERIFICACIÓN EXTERNA



## INFORME INDEPENDIENTE DE VERIFICACIÓN LIMITADA SOBRE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

A los miembros del Directorio y Accionistas

Banco Diners Club del Ecuador S.A.

Quito, 29 de julio del 2021

Hemos sido contratados para efectuar un trabajo de verificación limitada sobre los contenidos de información e indicadores presentados en la Memoria de Sostenibilidad (En adelante "la Memoria") por año a terminar el 31 de diciembre del 2020 del Banco Diners Club del Ecuador S.A. (En adelante "el Banco").

### Responsabilidad de la Administración por la Memoria de Sostenibilidad 2020

La Administración del Banco Diners Club del Ecuador S.A. es responsable por la preparación de la Memoria por el año a terminar el 31 de diciembre del 2020 de acuerdo con las directrices de contenidos e indicadores de los Estándares Global Reporting Initiative (GRI) en su opción de conformidad exhaustiva.

Esta responsabilidad incluye: el diseño, la implementación y el mantenimiento de controles internos relevantes necesarios para permitir la preparación y presentación del indicado Informe que esté libre de distorsiones significativas, debido a fraude o error.

### Independencia y control de calidad

Hemos cumplido con la independencia y otros requisitos éticos del Código de Ética para Contadores Profesionales emitido por la Junta Internacional de Normas de Ética para Contadores, que se basa en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional y el debido cuidado, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional sobre Control de Calidad 1 y, en consecuencia, mantiene un sistema integral de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados con respecto al cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

### Responsabilidad del Auditor

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión sobre si la información incluida en la Memoria de Sostenibilidad por el año a terminar el 31 de diciembre del 2020 ha sido preparada de acuerdo con las directrices de contenidos e indicadores de los Estándares Global Reporting Initiative (GRI) en su opción de conformidad exhaustiva, basados en nuestro trabajo y el alcance que describimos en los párrafos siguientes.

Debe tenerse en cuenta que el presente informe de verificación no tiene la intención de evaluar, ni evalúa, el desempeño del Banco Diners Club del Ecuador S.A. en relación con el desarrollo sustentable.

Nuestro trabajo fue efectuado de acuerdo con la Norma Internacional para trabajos de Verificación 3000 (International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 por sus siglas en inglés), emitida por la Federación Internacional de Contadores (IFAC por sus siglas en inglés). Dicha norma requiere que cumplamos con requisitos éticos, incluyendo requisitos de independencia y que planifiquemos y efectuemos nuestro trabajo de verificación para obtener seguridad limitada acerca de que no han surgido asuntos que hagan pensar que la información presentada en la Memoria de Sostenibilidad, tomada en su conjunto, no se encuentre libre de distorsiones relevantes.

En un trabajo de revisión limitada la evidencia obtenida de los procedimientos efectuados es más limitada que en un trabajo de verificación razonable, por lo tanto, menos seguridad es obtenida en estos trabajos que en los de

PricewaterhouseCoopers del Ecuador Cía. Ltda., Avenida 6 de Diciembre y Boussingault, Edificio T6, Piso 14.  
Quito - Ecuador  
T: (593-2) 3829 330



Banco Diners Club del Ecuador S.A.  
Quito, 29 de julio del 2020

verificación para obtener una certeza razonable. Si hubiéramos realizado un trabajo de revisión razonable, que tiene por objeto emitir una opinión, podríamos haber identificado otros asuntos o eventuales distorsiones que pudieran afectar la Memoria de Sostenibilidad, en consecuencia, no expresamos una opinión sobre la mencionada información.

Los procedimientos de verificación seleccionados dependen del juicio del auditor incluyendo la evaluación del riesgo de incumplimientos materiales con los criterios de preparación del Informe. Dentro del alcance de nuestro trabajo, hemos realizado, entre otros, los siguientes procedimientos: i) entrevistas con el personal del Banco Diners Club del Ecuador S.A.; ii) procedimientos y pruebas con base a muestras de las fuentes de obtención de datos e indicadores; y, iii) lectura y observación de los procesos y procedimientos utilizados para la compilación de la información.

En este marco realizamos nuestra verificación en las oficinas principales del Banco Diners Club del Ecuador S.A., a través de las siguientes actividades:

- Entrevistas con el personal del Banco Diners Club del Ecuador S.A. responsable de la generación y recopilación de la información e indicadores objeto de nuestra revisión;
- revisión de los procedimientos y documentación relevante utilizada para recopilar y consolidar la información;
- revisión de la consistencia de la información presentada en el Informe de Sostenibilidad;
- revisión de las fórmulas, exactitud aritmética y representación gráfica de la información;
- revisión que la información financiera incluida en el Informe de Sostenibilidad es coherente con los estados financieros auditados al 31 de diciembre de 2020;
- revisión de la presencia o ausencia en la Memoria de Sostenibilidad de la información e indicadores de acuerdo a los criterios definidos en los Estándares Global Reporting Initiative (GRI) en su opción de conformidad exhaustiva, seleccionados como los más relevantes (materiales), presentados en la Memoria.

#### Conclusión

Con base en los resultados de la aplicación de los procedimientos de verificación limitada anteriormente descritos, nada ha llamado nuestra atención que nos haga pensar que la Memoria de Sostenibilidad por el año al terminar el 31 de diciembre del 2020, no ha sido preparada de acuerdo con las directrices de contenidos e indicadores de los Estándares Global Reporting Initiative (GRI) en su opción de conformidad exhaustiva.

Juan Carlos Sáenz  
Socio

## GRI 102-55

# ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Para el Materiality Disclosures Services, GRI Services ha revisado que el índice de contenidos de GRI sea claro, y que las referencias para los contenidos 102-40 a 102-49 correspondan con las secciones indicadas del reporte.

Estándar GRI	Contenido	Omisión	Página	Pacto Global
GRI 101: Fundamentos 2016				
Contenidos Generales				
GRI 102: Contenidos Generales 2016	1. Perfil de la organización			
	102-1 Nombre de la organización		5	
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios		78	
	102-3 Ubicación de la sede		contratapa	
	102-4 Ubicación de las operaciones		13	
	102-5 Propiedad y forma jurídica		14	
	102-6 Mercados servidos		76	
	102-7 Tamaño de la organización		1	
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores		121	
	102-9 Cadena de suministro		119	
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		22	
	102-11 Principio o enfoque de precaución		27	
	102-12 Iniciativas externas		147	
	102-13 Afiliación a asociaciones		13	
	2. Estrategia			
	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones		10	
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades		27	
	3. Ética e integridad			
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta		13	
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas		22	
	4. Gobernanza			
	102-18 Estructura de gobernanza		17	
	102-19 Delegación de autoridad		21	
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales		21	
	102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales		20	
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités		16	
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno		16	
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno		16	



GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-25 Conflictos de intereses		26	
	102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia		17	
	102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno		19	
	102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		16	
	102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales		17/27	
	102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo		17/27	
	102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales		17	
	102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad		22	
	102-33 Comunicación de preocupaciones críticas		20	
	102-34 Naturaleza y número total de preocupaciones críticas		25	
	102-35 Políticas de remuneración		19	
	102-36 Proceso para determinar la remuneración		62	
	102-37 Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración		62	
	102-38 Ratio de compensación total anual	No se puede difundir debido a factores de seguridad y confidencialidad de la información		
	102-39 Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual		62	
	5. Participación de los grupos de interés			
	102-40 Lista de grupos de interés		33	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva		69	
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés		33	
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés		33	
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados		7	
	6. Prácticas para la elaboración de informes			
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados		5	
	102-46 Definición de los contenidos del informe y cobertura del tema		5	
	102-47 Lista de temas materiales		7	
	102-48 Reexpresión de la información		5	
	102-49 Cambios en la elaboración de informes		5	
	102-50 Periodo objeto del informe		5	
	102-51 Fecha del último informe		5	
	102-52 Ciclo de elaboración de informes		5	
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe		5	
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI		5	
	102-55 Índice de contenidos GRI		167	
	102-56 Verificación externa		165	

Temas Materiales				
GRI 200: Estándares temáticos económicos 2016				
Desempeño económico				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		7	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		37	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		37	
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido		39	
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático		43	
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación		62	
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno		42	
Consecuencias económicas indirectas				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		115	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		115	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		115	
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados		117	
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos		117	
Anticorrupción				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas		26	GC 10
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		26	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		26	
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción		26	
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		26	
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas		26	
GRI 300: Estándares temáticos ambientales				
Energía				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus cobertura		150	GC 7 GC 8 GC 9
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		150	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		155	
GRI 303: Agua 2016	303-1 Extracción de agua por fuente		157	
	303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua		155	
	303-3 Agua reciclada y reutilizada		155	

Emisiones				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		150	GC 7 GC 8 GC 9
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		150	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		150	
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)		157	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)		157	
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)		157	
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI		159	
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI		157	
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-1 Vertidos de aguas en función de su calidad y destino		157	
	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación		157	
	306-3 Derrames significativos		157	
	306-4 Transporte de residuos peligrosos		157	
	306-5 Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y /o escorrentías		157	
GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental		156	
GRI 400: Estándares temáticos sociales				
Empleo				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		56	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		56	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		56	
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal		54	
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		65	
	401-3 Permiso parental		65	
Salud y seguridad en el trabajo				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		7	GC 3
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		68	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		68	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad		69	
	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional		69	
	403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad		70	
	403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos		69	
Formación y enseñanza				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		7	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		56	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		56	

GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado		58	
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición		60	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas		63	
Diversidad e igualdad de oportunidades				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		7	GC 6
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		25	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados		16/52	
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres		61	
No discriminación				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		7	GC 6
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		23	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		23/25	
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas		25	
Trabajo Infantil				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		7	GC 5
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		131	
GRI 408: Trabajo infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil		25	
Trabajo forzoso u obligatorio				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		7	GC 4
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		23	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		23	
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio		124	
Evaluación de Derechos Humanos				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		7	GC 1 GC 2
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		23	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		23	
GRI 412: Evaluación de Derechos Humanos 2016	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos		25	
	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos		23	
	412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos		82	

Comunidades locales				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		128	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		128	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		128	
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		126	
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales		126	
Política Pública				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		7	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		27	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		27	
GRI 415: Política Pública 2016	415-1 Contribuciones a partidos y/o representantes políticos		27	
Marketing y etiquetado				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas		94	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		94	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		94	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios		75	
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios		95	
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing		95	
Privacidad del cliente				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		7	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		75	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		93	
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente		95	
Cumplimiento socioeconómico				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		7	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		128	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		128	
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico		35	



# INDICADORES DE GOBIERNO CORPORATIVO PARA LAS INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO

		PÁG.
A.		
A. 1 - CONFORMACIÓN DEL CAPITAL		
A.1.1	Número de accionistas o asociados según correspondan en los últimos tres (3) años. Personas naturales y jurídicas	14
A.1.2	Distribución porcentual del capital por rango: de USD 1000 a 5000; de 5001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; más de 100.000.	15
A.1.3	Clasificación de los accionistas o de los asociados por tiempo de permanencia: menos de 1 año; de más de 1 a 3 años; de más de 3 a 5 años; y, más de 5 años.	15
A.1.4	Educación relacionada con administración, economía, etc	16
A.2. - PARTICIPACIÓN EN LA JUNTA O ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS O ASOCIADOS (Continuación)		
A.2.1	Número total de los accionistas o asociados asistentes / Número total de accionistas o asociados de la entidad.	16
	Número de accionistas o asociados que registraron su voto en la junta o asamblea general frente al total de accionistas o asociados de la entidad.	16
A.2.2	Promedio de los gastos erogados para la realización de la junta o de la asamblea por cada accionista o asociado asistente.	16
A.2.3	Número total de los accionistas o asociados que votaron / Número total de accionistas o asociados de la entidad.	16
A.2.4	Tiempo promedio de permanencia de los miembros del directorio o del organismo que haga sus veces. / Número de votos con los cuales fueron elegidos cada uno de los miembros del directorio actual.	16
A.2.5	Participación de los accionistas en decisiones adoptadas por la Junta General sobre la política de remuneraciones	18
B. INFORMACIÓN DEL DIRECTORIO		
B.1 CONFORMACIÓN DEL DIRECTORIO O DEL ORGANISMO QUE HAGA SUS VECES		
B. 1.1	Tiempo promedio de permanencia como miembros del directorio o del organismo que haga sus veces que se encuentra en funciones a la fecha de presentar la información.	16
B. 1.2	Tiempo promedio de permanencia de cada miembro del directorio o del organismo que haga sus veces en cada comité.	16
B. 1.3	Nivel de rotación.- Corresponde al tiempo promedio en años, durante los últimos cinco (5) años, que un directivo permanece como miembro del directorio o del organismo que haga sus veces. Para el efecto se determina la rotación promedio en años, de todos los directivos que han formado parte del directorio o del organismo que haga sus veces durante los últimos cinco (5) años.	16
B. 1.4	Número de miembros del directorio o del organismo que haga sus veces que tienen educación relacionada con administración, economía, finanzas o leyes.	16
B. 2 PARTICIPACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL DIRECTORIO O DEL ORGANISMO QUE HAGA SUS VECES EN LOS COMITÉS: AUDITORÍA, RIESGOS, CUMPLIMIENTO, ÉTICA, RETRIBUCIONES		
B.2.1	Número de sesiones durante el año y asistentes a cada sesión	18
B.2.2	Comité de Auditoría. Número de sesiones durante el año y asistentes a cada sesión	18
B.2.3	Comité de Riesgos. Número de sesiones durante el año y asistentes a cada sesión	18
B.2.4	Comité de Cumplimiento. Número de sesiones durante el año y asistentes a cada sesión	18
B.2.5	Comité de Ética. Número de sesiones durante el año y asistentes a cada sesión	18
B.2.6	Comité de Retribuciones. Número de sesiones durante el año y asistentes a cada sesión	18

B.3 FORTALECIMIENTO DE LA CAPACIDAD INSTITUCIONAL		
B.3.1	Participación de los miembros del directorio o del organismo que haga sus veces en procesos de capacitación.	19
B.3.2	Participación de los accionistas o de los asociados en procesos de capacitación promocionados por la entidad.	19
C. INFORMACIÓN SOBRE EL DIRECTORIO		
C.1 FUNCIONAMIENTO DEL DIRECTORIO O DEL ORGANISMO QUE HAGA SUS VECES		
C.1.1	Número total de reuniones del directorio o del organismo que haga sus veces realizadas en el año.	19
C.1.2	Número de miembros del directorio o del organismo que haga sus veces que asistieron a cada reunión.	19
C.1.3	Número de casos reportados y número de casos resueltos por el comité de ética.	25
C.1.4	Número de desviaciones observadas en la aplicación de la política de remuneraciones y compensación.	18
C.2 NIVEL DE GASTOS INVERTIDOS EN EL DIRECTORIO		
C.2.1	Gastos promedio de las reuniones realizadas por el directorio o el organismo que haga sus veces en el período correspondiente al gasto: Monto del gasto efectuado / número de reuniones realizadas	19
C.2.2	Gasto promedio causado por los miembros del directorio o el organismo que haga sus veces que asisten a las reuniones. Monto de gastos efectuados / número de miembros asistentes a las reuniones	16
C.3 USUARIOS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS		
C.3.1	Número de casos resueltos / Número de casos presentados	88
C.3.3	Número de clientes nuevos incorporados cada año	76
C.3.4	Número de clientes que se retiran cada año	76
D. INFORMACIÓN SOBRE EL EQUIPO GERENCIAL		
1 CARACTERÍSTICAS DEL EQUIPO GERENCIAL		
D.1	Información del equipo gerencial de las instituciones controladas	21
D.1.1	Tiempo de servicio en la entidad	21
D.1.2	Tiempo promedio de permanencia del equipo gerencial en esas funciones asignadas	21
D.1.3	Participación en el equipo gerencial por género	21
D.1.4	Clasificación del equipo gerencial por nivel de estudios: secundaria, superior, postgrado	21
E. INFORMACIÓN LABORAL		
E.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPLEADOS DE LA ENTIDAD		
E.1.1	Número de empleados de la entidad en los últimos (3) años, clasificados por género	52
E.1.2	Número de empleados de la entidad clasificados por nivel de educación	52
E.1.3	Captación de crédito	53
E.1.4	Permanencia	53
E.1.5	Salidas del personal	54
E.1.6	Rango de salarios	62
E.2 CAPACITACIÓN		
E.2.1	Valor de la inversión en capacitación	60
E.2.2	Número de programas de capacitación	60
E.2.3	Número de asistentes a los programas de capacitación	60

Mayor información acerca de Diners Club o del Informe de Responsabilidad Social 2020  
[www.DinersClub.com.ec](http://www.DinersClub.com.ec)

GRI 102-3

Diners Club del Ecuador S.A. Área: Responsabilidad Social  
Teléfono: 2981-300 ext. 2628 Email: [rsociall@dinersclub.com.ec](mailto:rsociall@dinersclub.com.ec)

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

## **Créditos**

### **Contenidos**

Diners Club del Ecuador S.A.

### **Responsable del Reporte**

Augusta Bustamante Ponce

Gerente de Responsabilidad Corporativa

### **Coordinación**

José Luis Trávez

### **Fotografía**

Marco Andino

### **Impresión**

Imprenta Mariscal

### **Diseño y Diagramación**

Andrea Gómez Dávila

MullenLowe-Delta



(593) (2) 2504243 / 0997899141  
flapediciones@gmail.com  
Quito - Ecuador





