

# UNA PRUEBA DE NUESTRO COMPROMISO



INFORME  
DE SUSTENTABILIDAD 2021



Durante muchos años, hemos puesto en valor el compromiso que tenemos con la sociedad ecuatoriana para crear un país más sustentable en términos sociales, económicos y ambientales. Este 2021 no fue la excepción.



Diners Club  
INTERNATIONAL®



# UN COMPROMISO PARA TODA LA VIDA

Ni la pandemia ni sus consecuencias económicas y sociales han detenido en este año 2021 nuestra visión de seguir aportando, innovando y creando abundancia para nuestros Grupos de Interés.

Nuestro aporte al desarrollo sostenible ha seguido en pie a lo largo de todo este año, contribuyendo a la sociedad y el desarrollo. Celebramos 20 años de Alianza de Diners Club con UNICEF para aportar a la transformación de la Educación en Ecuador. Con los retratos de esta portada y de las páginas interiores queremos hacer un homenaje a todos los maestros que trabajan por el país, a todos los niños que sufrieron las consecuencias de la pandemia, a todas las madres y padres de familia que se las ingeniaron para seguir adelante con sus hijos y sus vidas, a todos los emprendedores que siguieron persiguiendo sus sueños y a todos nuestros Clientes que confían en nosotros día a día y que comulgan con nuestra visión de crear juntos un Ecuador mejor para todos.

Foto portada:  
**Manuel Vásquez**

Maestro escolar en Esmeraldas. Es beneficiario del programa de formación profesional de maestros para el sector rural, junto a la Pontificia Universidad de Esmeraldas (PUCESE), en favor de la infancia.

GRI 102-7  
**DINERS  
CLUB  
EN CIFRAS  
2021**



#### CLIENTES Y SOCIOS

Número de Socios: **767.295** Socios Principales  
**359.114** Socios Adicionales

Número total de tarjetahabientes: **1'126.409**



#### ESTABLECIMIENTOS Y PROVEEDORES

Establecimientos afiliados en Ecuador: **57.997**

Número de Establecimientos a nivel internacional:  
**28 millones** en más de **190 países**



#### COLABORADORES

Cantidad de Colaboradores: **1.389**

Personas que dependen de la compañía: **3.240**



#### MEDIO AMBIENTE

Reducción de consumo de papel:  
**37 millones de hojas**

Cantidad de papel reciclado: **1.173 Kg.**



#### EDUCACIÓN FINANCIERA

**95.780** Beneficiarios



#### APORTE A LA COMUNIDAD

Número de beneficiarios involucrados  
en programas sociales: **123.713**



#### BUEN GOBIERNO



#### DESEMPEÑO ECONÓMICO

Incremento de ingresos en **26.8 millones**

**185.000** acuerdos de pago por un  
monto total de **USD 974 millones**  
de deuda reprogramada



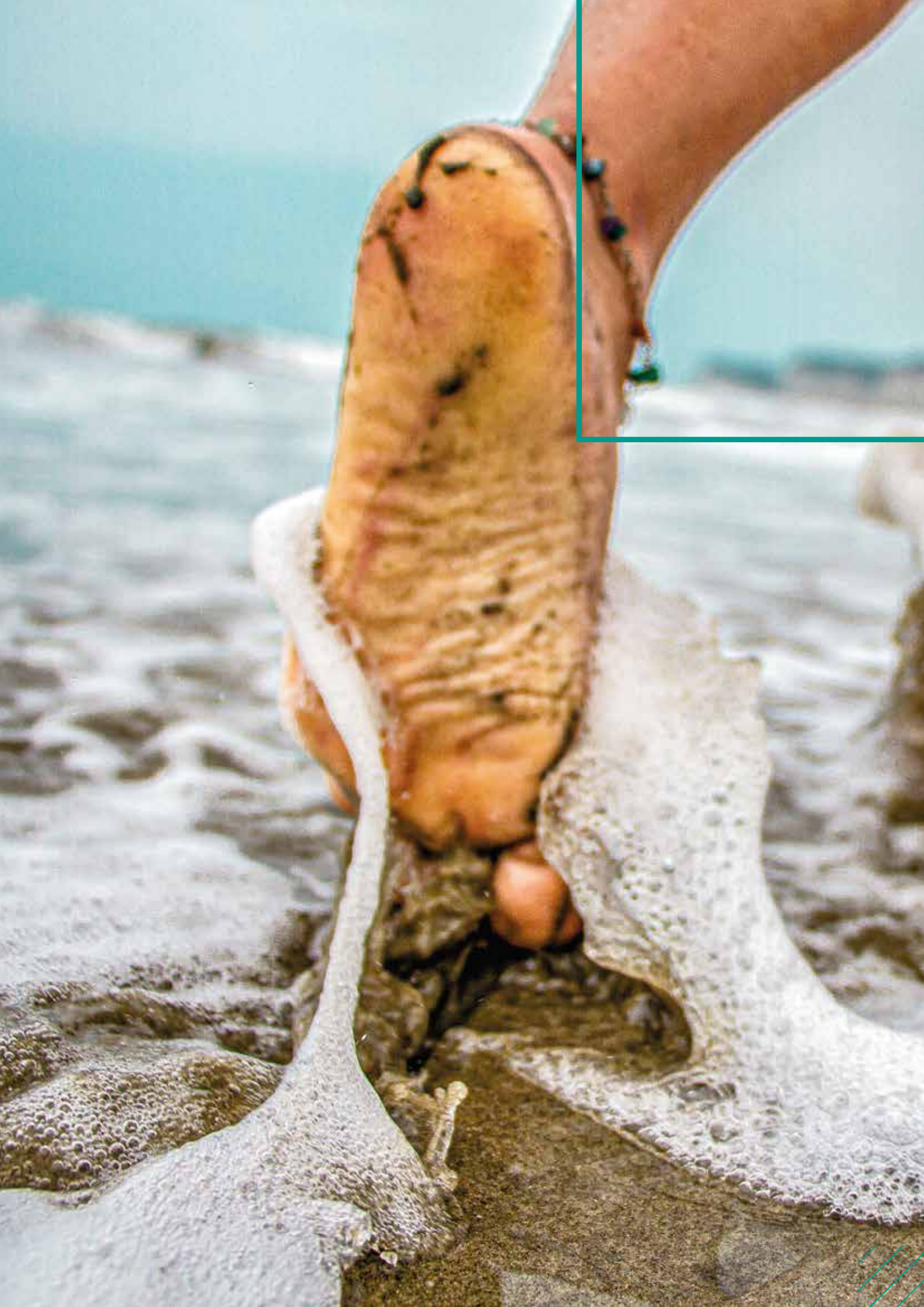


# ÍNDICE DE CONTENIDOS

XV Informe de Sustentabilidad Corporativa 2021	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	99
VI. Extendiendo la excelencia a la cadena de valor	117
VII. Construyendo futuro con la comunidad	127
VIII. Aportando a la sustentabilidad ambiental	147





GRI 102-1 / GRI 102-45 / GRI 102-46 / GRI 102-48 / GRI 102-49 /  
GRI 102-50 / GRI 102-51 / GRI 102-52 / GRI 102-53 / GRI 102-54

## EL XV INFORME DE SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA 2021 DE DINERS CLUB DEL ECUADOR

El XV Informe de Sustentabilidad Corporativa 2021 del Banco Diners Club del Ecuador S.A. (en adelante Diners Club o Diners Club del Ecuador) es el décimo quinto 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 quince 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 2021 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 2021-2023.

El alcance del informe contempla las operaciones de Diners Club del Ecuador en el territorio nacional para el año 2021





© Luis Marín

(enero a diciembre). Incorpora cifras de 2020 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 2021. 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 2020.

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. 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)



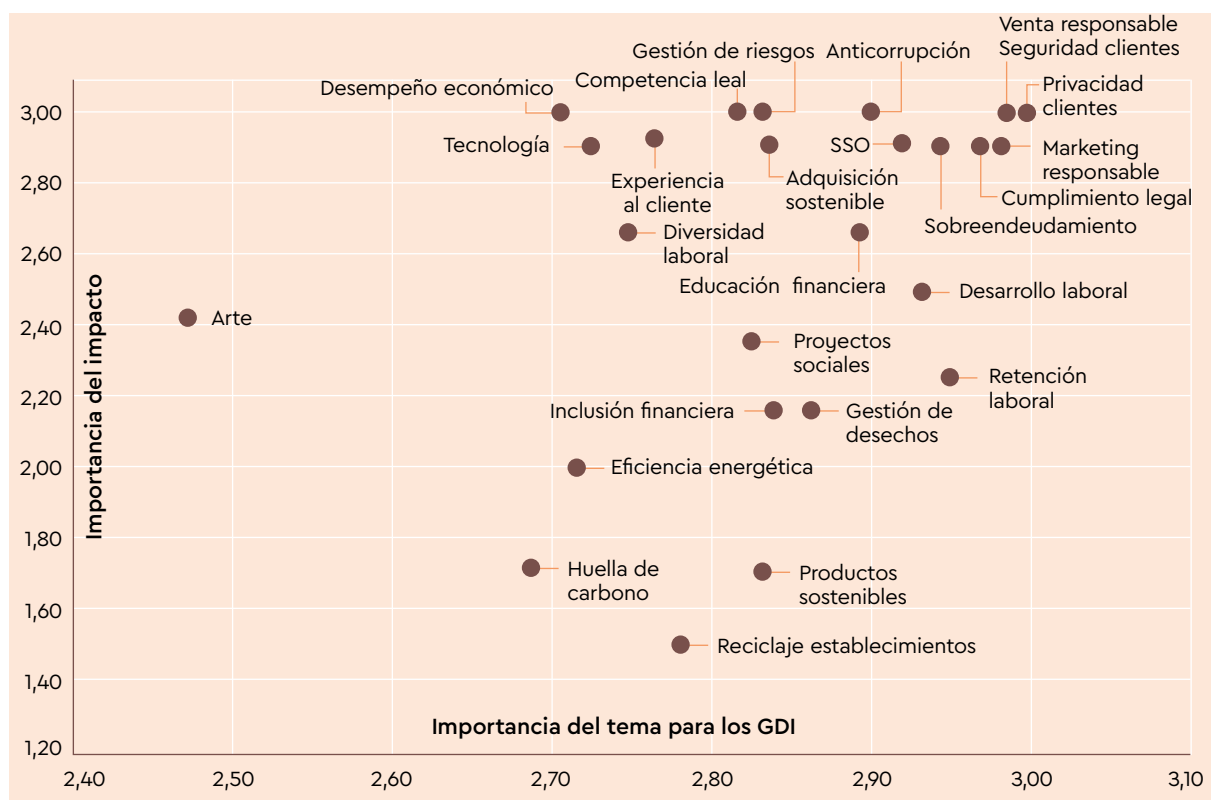
# MATERIALIDAD Y ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

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 2021-2022. 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.

Temas materiales 2021-2022  
Diners Club del Ecuador



# DEFINIENDO LA MATERIALIDAD



© Luis Marinho

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

Dimensión	#	Temas materiales	Estándares Temáticos GRI asociados	Contenidos propios	Principio de BR UNEP FI Acuerdo de París & ODS
Económica	1	Desempeño económico	GRI 201 Desempeño económico		ODS 8
	2	Gestión responsable de riesgos		Descripción detallada del modelo y sistema de gestión 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 en la comunidad	GRI 201 Desempeño económico -> Contenido 201-1 a.ii.	Descripción de los programas de aporte a la Comunidad.	ODS 1 - ODS 4
Ambiental	7	Eficiencia energética	GRI 302 Energía		Acuerdo de París ODS 7 - ODS 12 - ODS 13
	8	Gestión de la huella de carbono (emisiones GEI)	GRI 305 Emisiones		Acuerdo de París ODS 13
	9	Desarrollo de programas de reforestación	GRI 304 Biodiversidad -> Contenido 304-3		ODS 15
	10	Gestión de desechos específicos (papel y productos de TI)	GRI 306 Residuos y Efluentes		ODS 12
	11	Oferta de productos y servicios sostenibles	GRI 301 Materiales	Descripción de la oferta de productos y servicios que incorporan consideraciones.	Acuerdo de París ODS 7 - ODS 12 - ODS 13
	12	Promoción de programas de uso de materiales reusables o reciclables en establecimientos y comercios aliados	GRI 301 Materiales GRI 306 Residuos y Efluentes	Descripción de las iniciativas de uso de materiales reusables o reciclables en establecimientos y comercios aliados.	ODS 12



Dimensión	#	Temas materiales	Estándares Temáticos GRI asociados	Contenidos propios	Principio de BR UNEP FI Acuerdo de París & ODS
Social Prácticas Laborales	13	Capacidad de atracción y retención del talento humano	GRI 401 Empleo		ODS 8
	14	Buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional	GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo		ODS 3- ODS 8
	15	Formación y desarrollo profesional/personal de colaboradores	GRI 404 Formación y enseñanza		ODS 4 - ODS 8
	16	Promoción de la diversidad e inclusión laboral	GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades GRI 406 No discriminación		ODS 5 - ODS 8
Social Comunidad	17	Educación financiera y generación de capacidades		Descripción de los programas de Educación financiera y generación de capacidades.	ODS 4
	18	Inclusión y mejora de la accesibilidad financiera		Descripción de las iniciativas de inclusión financiera.	ODS 8 - ODS 10
	19	Desarrollo de programas de rescate cultural y de fomento del Arte.		Descripción de las iniciativas de los programas de rescate cultural y de fomento del Arte.	ODS 4
Social Clientes	20	Enfoque de excelencia en Experiencia al cliente		Descripción e indicadores de excelencia en experiencia al cliente.	
	21	Seguridad de la información y de las transacciones de clientes	GRI 416 Salud y seguridad de los clientes		
	22	Prácticas responsables de marketing y entrega de información transparente al cliente	GRI 417 Marketing y etiquetado		
	23	Prácticas comerciales responsables y asesoramiento justo al cliente	GRI 416 Salud y seguridad de los clientes GRI 417 Marketing y etiquetado	Descripción de las prácticas comerciales y de venta orientadas a un adecuado asesoramiento al cliente.	
	24	Prácticas y programas para prevenir el sobreendeudamiento	GRI 416 Salud y seguridad de los clientes GRI 419 Cumplimiento socioeconómico	Descripción de las iniciativas para prevenir el sobreendeudamiento de clientes.	
	25	Privacidad de la información de clientes	GRI 418 Privacidad del cliente		
	26	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.	
	27	Cumplimiento legal y normativo	GRI 419 Cumplimiento socioeconómico		ODS 16

## MENSAJE DEL PRESIDENTE EJECUTIVO



El año 2021 estuvo marcado por la continuación de la pandemia, la instalación de un nuevo gobierno y el consecuente giro en las directrices del manejo económico. El proceso de vacunación masiva fue la prioridad que, junto con menores restricciones en la movilidad, dinamizó el consumo de los hogares y reactivó la economía. En conjunto, el país creció 3,5% –más de lo esperado– y esto se reflejó también en un incremento del 24% de los consumos con tarjetas de crédito.

Si bien la situación económica del país mejoró con respecto a la de 2020, ciertos estragos provocados por la pandemia aún siguen latentes. La tasa de desempleo cerró el año en 4,1%, una leve mejora con respecto a un año atrás, pero que esconde parte de la realidad en el mercado laboral: el empleo formal no ha logrado volver a los niveles pre-pandemia y la informalidad ha aumentado.

A lo largo de este camino, hemos acompañado muy de cerca a nuestros Clientes, diseñando de manera específica (no masiva) estrategias de pago acordes con su situación actual, pues nos interesa fortalecer nuestra relación con los Socios, más allá de la coyuntura. A lo largo de 2021, se negociaron 185 mil acuerdos de pago por un monto total de USD 974 millones de deuda reprogramada. Esto brindó a nuestros Socios un alivio financiero. Con esta y otras estrategias de pago, acopladas a las necesidades de nuestros Clientes y a un análisis crediticio permanente e innovador, logramos bajar la tasa de morosidad de la cartera de 4,6% en diciembre de 2020 a 3,7% en diciembre de 2021.

A la par, con nuestros Establecimientos aliados, activamos campañas promocionales orientadas a reactivar el consumo, siempre


cuidando los principios sanitarios que deben primar en esta situación, pero convirtiéndonos en el aliado estratégico que necesitan para tomar impulso y aprovechar la ola de recuperación económica.

Sin duda, fue un año que nos desafió a continuar con la innovación y adaptación a los cambios en los patrones de consumo de nuestros Clientes derivados de la pandemia. Nos hemos adaptado exitosamente a este nuevo panorama y, en consecuencia, logramos mantener nuestra posición de liderazgo en el segmento de banca especializada en consumo, con un crecimiento sólido centrado en el Cliente y respaldado por excelentes niveles de solvencia, eficiencia, liquidez y cobertura.

La confianza de nuestros Socios y el compromiso de nuestro equipo son las principales fuentes de ese crecimiento y, gracias a ello, en 2021 superamos el millón doscientos mil Socios, entre Principales y Adicionales. Además, los consumos de nuestros Clientes aumentaron en un 24% con respecto a un año atrás. Sobre esto, vale destacar la exitosa colocación de Mastercard, la fidelidad de nuestros Clientes con las marcas Visa y Diners y la aceptación de nuestra marca Discover, enfocada en las necesidades del segmento joven de la población.

En 2021 mantuvimos nuestro avance en el camino hacia la banca digital, acorde con las demandas de nuestros Clientes. Esto supuso importantes desarrollos en cuanto a los sistemas informáticos y de seguridad. Afianzamos también nuestra oferta de productos y servicios digitales, entre los que destacan los Chatbots y sistemas de inteligencia artificial para garantizar excelencia en la calidad del servicio y atención a nuestros Socios.





Seguimos actuando con la filosofía de estar cerca de nuestros aliados, Clientes y de la comunidad que necesita de nuestro apoyo, e impulsamos con fuerza nuestro aporte a la sociedad con una diversidad de proyectos de alto impacto social. En primer lugar, aumentamos nuestra cobertura en programas de Educación Financiera y emprendimientos en un 20%, beneficiando a 95.780 personas. Por otro lado, apoyamos las iniciativas de Reto Digital Dineros y el Reto Gastronómico Dineros. También incentivamos el consumo de productos nacionales a través de la campaña Modo Ecuador, iniciada en 2020.

En cuanto a nuestro aporte a la educación, celebramos 20 años de nuestra Alianza con Unicef. Con una inversión que alcanza casi USD 6 millones, durante este período de trabajo conjunto hemos beneficiado a 834.842 niños/as y adolescentes, hemos capacitado a 32.614 maestros y hemos profesionalizado a 230 personas. Para conmemorar esta valiosa Alianza, realizamos los "Diálogos Inusuales sobre Educación", que contaron con la participación de 1.320 personas. Por otro lado, en el programa Edupasión se implementaron más de 116 rondas lectoras con más de 1.781 maestros con los que se trabajó fomentando el amor y las habilidades para la lectura.

Mantuvimos nuestro apoyo al arte y la cultura, transformando la Artisteca a un formato digital, lo que permitió duplicar la cobertura en el último año y llegar 46.000 personas en 433 talleres de arte. Continuamos también apoyando al Teatro Nacional Sucre, que este año celebró sus 135 años con eventos de altísima calidad, como el Festival de Música Sacra; a la Alianza Francesa en sus distintas exposiciones; al museo Nacional del Ecuador, y a la Sociedad Filarmónica Casa de la Música.

Plasmamos nuestro aporte al sector gastronómico en el lanzamiento de la serie Secretos de Familia II: Cocina de Celebraciones que, con sus 14 capítulos y 118 recetas de platos ecuatorianos propios de las festividades, llegó a cerca de 5 millones de reproducciones en redes sociales –una excelente acogida del público.

En conjunto, esta estrategia de rescate de la gastronomía nos ha permitido recuperar 2.300 recetas y capacitar a más de 1.281 emprendedores gastronómicos de poblaciones de menos de 25.000 habitantes.

En cuanto a nuestro aporte al medio ambiente, estamos trabajando en los Principios de la Banca responsable de UNPFI, para lo cual creamos el Comité de Sustentabilidad enfocado en la reducción de emisiones de carbono. Además, este año dejamos de imprimir 39 millones de hojas, producto del diseño de procesos de digitalización de documentos y reducción de impresiones en general.

Estos resultados del año 2021 fueron posibles gracias al aporte y compromiso de nuestro sólido equipo de Colaboradores de elevada calidad humana y profesional y, sobre todo, gracias a la fidelidad y confianza de nuestros Clientes de la red de Establecimientos comerciales afiliados, que comparten con nosotros la filosofía de ofrecer experiencias únicas y excepcionales en los servicios financieros y comerciales. Es así como sorteamos exitosamente las dificultades de este año tan inusual.

Confiamos en que el 2022 traiga consigo la superación definitiva de la pandemia y una sólida y sostenible recuperación de la economía, de nuestros Clientes y de la comunidad en general. Continuaremos trabajando hacia una mejora continua de nuestra oferta de valor para garantizar una experiencia superior con excelencia en calidad de servicio, a través de una Banca Digital humanizada.

Seguiremos aportando a la creación de bienestar para nuestros Clientes, inversionistas, Colaboradores y todos los grupos de interés. Priorizaremos iniciativas de innovación, pues estamos convencidos de que somos creadores de nuevas soluciones que facilitan la vida de nuestros Clientes cada día y de por vida, con propuestas de valor de calidad, pertinentes y convenientes, que adicionalmente aporten a nuestro país, a nuestras comunidades y a nuestro entorno.

**Ing. Pablo Salazar**  
Presidente Ejecutivo

# BUEN GOBIERNO CORPORATIVO



Entendemos la  
responsabilidad  
corporativa  
como un  
**modelo  
de gestión**  
que nos permite  
tener un manejo  
**responsable  
y sustentable**  
de todas  
nuestras  
acciones y  
que son parte  
de nuestra  
**misión,  
estrategia  
y código  
de ética.**

**Guadalupe Cordero**  
Ejecutiva  
Pichincha



## A. LA ORGANIZACIÓN

GRI 102-4 / 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 Mastercard 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 2021

- 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:
  - Miembros de Asobanca
  - Principios de Banca Responsable UNEP FI

### ACCIONISTAS:

149 Accionistas

### PREMIOS:

Empresa Ejemplar 2021, reconocimiento otorgado por Cemefi y Forum Empresa

## 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, Visa, Mastercard y Discover bajo la franquicia otorgada por Diners Club Internacional y, a partir del mes de octubre de 2016, las tarjetas Visa Titanium y Mastercard, 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 149 Accionistas al 31 de diciembre de 2021, tres Accionistas más que el año anterior.

### Composición del capital

Año	Personas naturales	Personas jurídicas	Total Accionistas
2019	113	33	146
2020	113	33	146
2021	116	33	149

### SBS A.1.2

### Distribución del capital de los Accionistas

Rango US\$	No. Accionistas
0 - 1000	9
1001 - 5000	20
5001 - 10000	11
10001 - 50000	55
50001 - 100000	11
100001 - Adelante	43
Total	149





### SBS A.1.3

#### Calificación de los Accionistas por tiempo de permanencia

Rango de permanencia de Accionistas	No. de Accionistas 2021
Menos de 1 año	7
Más de 1 hasta 3 años	21
Más de 3 hasta 5 años	7
Más de 5 años	114
Total	149

## 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.

SBS A.2.1/SBS A.2.2 /SBS A.2.3/ SBS A.2.4/ SBS B.1.1 / SBS B.1.3/SBS C.2.2

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

Fecha de Junta	11/03/2021	17/07/2021
Tipo	Ordinaria	Extraordinaria
Porcentaje del capital presente en la Junta	97,57%	97,06%
Registraron su voto	33	28
Número total de Accionistas a la fecha de celebración de la Junta	146	145
Total de gastos aproximados	930,40	782,94
Gasto por accionista	28,19	27,96
Porcentaje de asistencia	97,57%	97,06%
Número de votos con los que fueron elegidos los Directores	2'146.607	

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 preside las sesiones de la Junta General de Accionistas y del Directorio. Todos son de género masculino, tres de ellos se encuentran entre 30 y 50 años, y 4 son mayores de 50 años.

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

#### Composición del Directorio

Nombre	Función
José Hidalgo	Presidente
Enrique Coloma	Director Principal
Claudio Crespo	Director Principal
Juan Gabriel Reyes	Director Principal
Sebastián Baus	Director Suplente
Abel Castillo	Director Suplente
Paul Arias	Director Suplente

#### 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 de gobierno, conocida como dieta a Directores, la cual es aprobada por la Junta General de Accionistas. Además,





**La transparencia,  
la objetividad y el  
compromiso rigen  
la conducta de  
los miembros del  
Directorio.**

esta Junta realiza una evaluación sobre la gestión del Directorio y, de esta forma, los ratifica o no en sus funciones.

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, buscando maximizar el valor de la Compañía, a través de un buen manejo financiero y del cumplimiento de las obligaciones legales y contractuales, tratando de equilibrar los intereses de los diferentes grupos, como son los Inversionistas, Administradores, Accionistas, Propietarios y terceros.

#### GRI 102-26

Son parte de las funciones del Directorio las de aprobar la definición de la Visión, Misión, Estrategia, Políticas, Objetivos Estratégicos y 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 diez 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, la búsqueda de ampliar la mayor cantidad de perspectivas mediante un trabajo inter-área que garantice las mejores decisiones en cada uno de ellos.

Comité	Función	No. Comités 2021	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.	8	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.	12	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 invitados 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 semanalmente.

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

Durante el año 2021, los miembros del Directorio participaron en las siguientes capacitaciones.

Año	Descripción	Participantes	Porcentaje
2021	Programa de Prevención de Lavado de Activos	7	100%
2021	Inducción a Banco Diners Club del Ecuador (para nuevos Directores Principales)	2	100%

#### SBS C.1.1/SBS C.1.2

El Directorio, durante el año 2021, se reunió en 12 ocasiones, una cada mes. En dicho período, 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.

#### SBS B.1.2/SBS C.1.1/SBS C.1.2/SBS C.2.2

##### Sesiones, asistentes y gastos del Directorio de Banco Diners Club del Ecuador S.A. 2021

Fecha de Directorio	No. de miembros que asistieron	Gasto causado por los miembros del Directorio
Sesión 13 de enero	3	\$ 3.000,00
Sesión 24 de febrero	3	\$ 3.000,00
Sesión 17 de marzo	3	\$ 3.000,00
Sesión 21 de abril	3	\$ 3.000,00
Sesión 18 de mayo	3	\$ 3.000,00
Sesión 16 de junio	3	\$ 3.000,00
Sesión 21 de julio	4	\$ 4.000,00
Sesión 17 de agosto	4	\$ 4.000,00
Sesión 13 de septiembre	4	\$ 4.000,00
Sesión 14 de octubre	4	\$ 4.000,00
Sesión 15 de noviembre	4	\$ 4.000,00
Sesión 23 de diciembre	3	\$ 3.000,00



Adicionalmente, el Directorio cuenta con 4 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.

**Clientes Socios e Inversionistas:** Se cuenta con la web institucional, mediante 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.

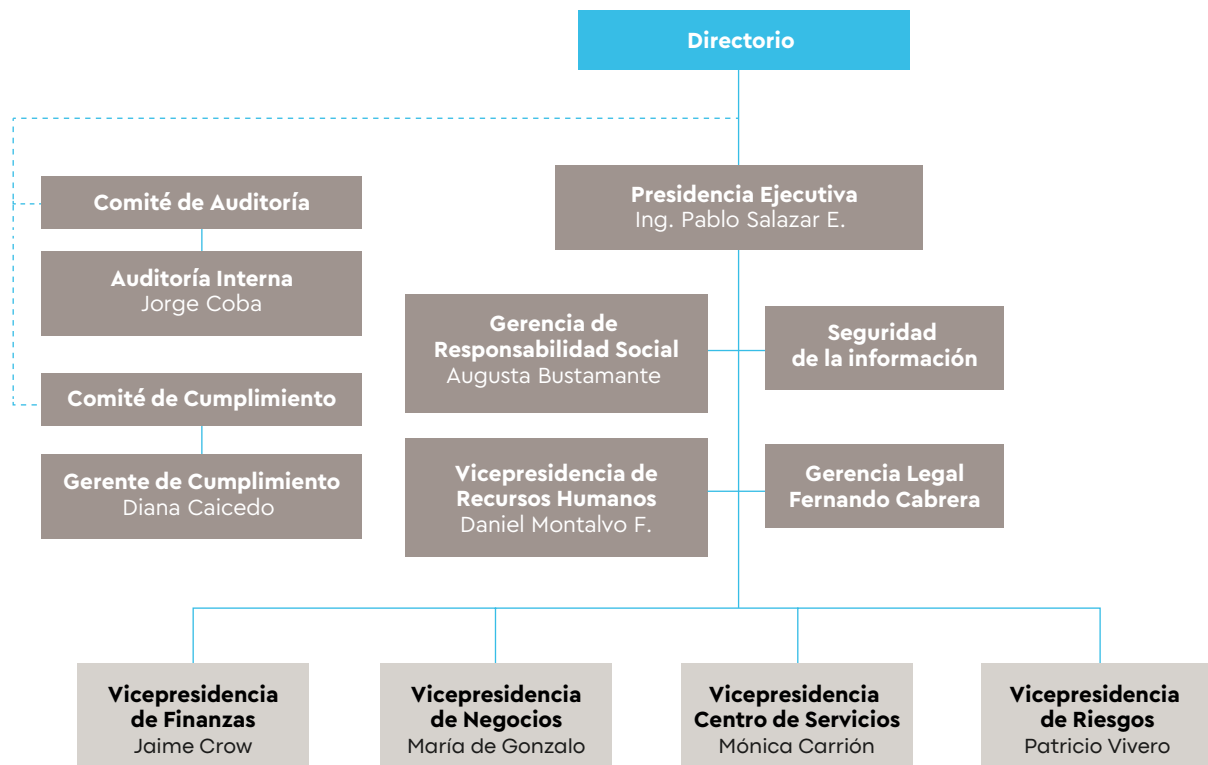
**Colaboradores:** Existen dos mecanismos por medio de los cuales los Colaboradores pueden expresar sus inquietudes: la encuesta de clima laboral y el Canal de Confianza, el cual permite expresar los temas relacionados con la marcha interna de la Organización. Las principales inquietudes en este ámbito se han referido a las posibilidades de desarrollo de carrera, balance vida laboral-familia y clima laboral.

### B.3. ORGANIGRAMA Y PRINCIPALES EJECUTIVOS

Los cargos directivos y las Vicepresidencias son nombradas directamente por parte de la Presidencia Ejecutiva, que, a su vez, informa y rinde cuentas de sus actividades en lo económico, social y ambiental al Directorio. Estas Vicepresidencias reciben 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. Esto, combinado con las reuniones semanales de área, garantiza un permanente flujo de información, inquietudes o preocupaciones hacia los órganos de gobierno.

Durante el año 2021, no se realizó ningún cambio significativo en la estructura, tamaño o propiedad accionaria en la Organización.

Cargo	Nombre
Presidente Ejecutivo	Pablo Salazar Egas
Vicepresidencia del Centro de Servicios	Mónica Carrión Taco
Vicepresidencia de Negocios	María de Gonzalo Aranoa
Vicepresidencia de Recursos Humanos	Daniel Montalvo Figueroa
Vicepresidencia de Finanzas	Jaime Crow Córdova
Vicepresidencia de Riesgos	Patricio Vivero Altamirano
Gerente de Responsabilidad Social	Augusta Bustamante Ponce
Auditor General	Jorge Coba Mogollón
Gerente de Cumplimiento Integral	Diana Caicedo Jiménez
Gerente de Cumplimiento	Diana Caicedo



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 2021.

GRI 102-17 / GRI 102-1

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. Así mismo, el Código de Gobierno Corporativo ha sido revisado con el fin de alinearlo a la realidad actual de la Organización y que el mismo permita garantizar un marco eficaz para las relaciones de propiedad y gestión, transparencia y rendición de cuentas.

GRI 102-1

Todos estos códigos y normativas han sido conocidos por las 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: Código de Gobierno Corporativo, Política del Comité de Ética, Reglamento Interno de Trabajo, Política Antisoborno y Anticorrupción, Reglamento del Canal de Confianza, Comité de Compras y Política de Proveedores, Reglamento de Aprobación de Gastos de Atención para Clientes y Proveedores.

Con un enfoque *Top Down*, los Accionistas, Directores y los principales Ejecuti-





vos, 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 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 es un ente de control independiente, conformado por un representante de los Accionistas, del Directorio, de los Colaboradores, de la Administración, el Auditor Interno, Responsabilidad Social Corporativa y un delegado del área de Cumplimiento. Su finalidad y objetivos, entre otros, son:
  - Velar por un adecuado conocimiento, difusión y correcta aplicación del Código de Ética del Grupo Financiero. Dicho proceso es permanente y se lo aplica también en la inducción.
  - Incentivar y monitorear el cumplimiento de los principios y valores éticos contenidos en el Código de

Ética de la Organización y en lo establecido en la normativa interna y externa vigentes.

- Asesorar en la búsqueda de soluciones a los dilemas éticos y, de forma independiente, cuando los casos lo ameriten, tener en cuenta los Grupos de Interés y Accionistas.
  - Definir y crear los canales más idóneos para reportar los eventos que incumplan o se encuentren fuera de los lineamientos del Código de Ética para la Organización.
  - Definir y fomentar las actualizaciones del Código de Ética y de los mecanismos de reporte de acciones fuera de ética que posibiliten tomar medidas correctivas de manera oportuna a la Organización.
  - 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 área de Cumplimiento Integral, mediante la Unidad de Antisoborno y Anticorrupción relacionados con el Código de Ética y la Política Antisoborno y Anticorrupción, 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, la cual recibe de aquellos, de forma anónima, objetiva y confidencial, reportes sobre eventos que se aparten del Código de Ética y la Política Antisoborno y Anticorrupción. Con base en dichos reportes, se remiten informes para seguimiento y análisis por parte del Área de Cumplimiento y del Comité de Ética, según los casos aplicables.

4. El Área de Cumplimiento, mediante su unidad Antisoborno y Anticorrupción, dentro de su plan anual debidamente aprobado, identifica y evalúa riesgos y efectúa actividades de monitoreo a través de la revisión de los procesos y controles clave del negocio tanto de la primera como de la segunda línea de defensa, a fin de evaluar el diseño, funcionamiento y efectividad de los controles antisoborno, anticorrupción y de cumplimiento ético.

A propósito de este punto, se realizó una actualización del Código de Ética en 2020 y se difundió su contenido a todos los Colaboradores de la Organización en 2021. Se realizó una evaluación como estrategia de comprensión del contenido, la misma que fue desarrollada por 1.244 Colaboradores.

#### SBS C.1.3.

Durante el año 2021 no se registraron casos de denuncias por temas de corrupción, únicamente una comunicación relacionada con un tema administrativo y categorizada como de riesgo bajo, al no tratarse de un incumplimiento ético. Tampoco se han identificado aspectos de alertas relacionados durante las actividades de monitoreo, 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 409:103-2 / GRI 409:103-3/ GRI 412:103-3/ GRI 406-1

## Canal de Confianza

Durante el año 2021, se continuó con la operación del Canal de Confianza para el personal de la Organización,





que ahora es administrado por la consultora Ernst & Young, garantizando independencia, confidencialidad y anonimato. Tiene el objetivo de receptar, 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. No se presentaron casos de corrupción, fraude, discriminación, acoso 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 409:103-3 / GRI 412:103-2 / GRI 412:103-3 7 / GRI 409:103-3

**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 el año 2007, Diners Club asume su compromiso con la transparencia, el combate a la corrupción y la preservación del 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 quinto reporte de comunicación de progreso al Pacto Global. Se mantiene una evaluación permanente en cuanto a esta temática en todas las operaciones de la Organización. Adicionalmente, es importante anotar que 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 año 2021 hemos consolidado nuestras buenas prácticas al emitir la Política Antisoborno y Anticorrupción, la cual fue aprobada por el Directorio y difundida a toda la organización. Además, se ha designado un área responsable para su implementación y monitoreo. Dicha política incluye responsabilidades y lineamientos tanto del entorno interno como del externo



para evitar la materialización de los riesgos de soborno y corrupción. Tales lineamientos hacen referencia a:

- Revelación de potenciales conflictos de interés con Clientes, Proveedores y entre Colaboradores.
- Prohibición de ofrecer o aceptar regalos u otros beneficios que tengan la intención de influir indebidamente en una decisión organizacional.
- Atenciones a Clientes y terceros relacionados, en línea con políticas internas.
- Auspicios / patrocinios no comerciales, debidamente analizados.
- Prohibición de aceptar capacitaciones o viajes, previo o durante la contratación de un Proveedor.
- Donaciones, previo a su debida diligencia.
- Prohibición de recibir o entregar sobornos.
- Prohibición de cometer fraude en cualquiera de sus categorías.
- Prohibición de realizar actividades de peculado
- Prohibición de realizar pagos de facilitación, entre otros.

Adicionalmente se ha implementado: i) la declaración Antisoborno y Anticorrupción para Colaboradores, en la que ratifican su compromiso en el conocimiento y cumplimiento de esta norma, ii) Identificación y evaluación de riesgos en procesos clave, iii) la adhesión de Proveedores al Extracto de la Política Antisoborno y Anticorrupción, iv) incorporación de cláusulas Antisoborno en instrumentos contractuales, y v) relanzamiento del canal de denuncias.

Grupo Diners Club cuenta con un canal de denuncias que es administrado por la consultora Ernst & Young, garantizando independencia, confidencialidad y anonimato, a fin de receptar notificaciones o comunicaciones de actos que transgredan el cumplimiento del Código de Ética y la Política Antisoborno y Anticorrupción. Durante el año 2021 no se registraron casos de denuncias por temas de corrupción, únicamente una comunicación relacionada con un tema administrativo y categorizada como de riesgo bajo al no tratarse de un incumplimiento ético. Complementariamente, se realizaron campañas a través de comunicados y videos conceptuales y descriptivos, con el fin de que los Colaboradores identifiquen



situaciones o casos de alerta y conozcan cómo actuar y notificar ante determinada circunstancia.

Por otra parte, complementando las medidas anticorrupción, la institución ha implementado políticas, procesos y controles basados 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 y financiación de delitos como el terrorismo. Anualmente, se actualiza el Manual para la administración del riesgo de lavado de activos y financiamiento de delitos, documento que proporciona un marco sólido de actuación aplicable para todas las relaciones comerciales, productos y procesos de la institución.

### 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.

GRI 205-2

La totalidad del personal, cuya caracterización de categoría y región se encuentra en las páginas 52 y 54 respecti-

vamente, es capacitado anualmente con el fin de prevenir el lavado de activos, financiación de delitos, como el terrorismo, y riesgos de soborno y corrupción. En 2021 se realizó una evaluación de comprensión y refuerzo de conocimiento a 1.278 Colaboradores y talleres focalizados a 316 de ellos. Adicionalmente se cubrió a personal de dos proveedores clave (106 personas).

Tanto el Código de Ética, la Política Antisoborno y Anticorrupción, el Reglamento Interno de Trabajo, como el Manual de Prevención de lavado de activos y financiamiento de delitos se encuentran a disposición de todos los empleados en la intranet de la Organización.


El contenido del Código de Ética, la Política Antisoborno y Anticorrupción, así como los fundamentos de prevención de lavado de activos y financiamiento de delitos también han sido incluidos en el proceso de inducción de los nuevos Colaboradores.

## B.5 ADECUADO MANEJO DE LOS CONFLICTOS:

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

### Los riesgos y las decisiones

Se califica como riesgo la exposición a la incertidumbre a la que un emprendedor u operador financiero está sometido al gestionar su actividad. El reconocimiento de la existencia real del riesgo 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,



para 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 dicha elección. La situación de riesgo corresponde a aquella que se produce cuando la alternativa evaluada lleva a dos o más resultados, para cada uno de los cuales se puede conocer su distribución probabilística; siendo así, el riesgo viene siendo la medida cuantitativa de la probabilidad de ocurrencia de un resultado, siempre y cuando esta 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 las decisiones de riesgo calculado con las que actúan las entidades financieras.

El Banco Diners Club del Ecuador S.A. ha tenido siempre presente y normada 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 locales e internacionales vigentes para garantizar la sostenibilidad del negocio en el largo plazo.

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

Los aspectos relevantes del riesgo identificados que permanentemente se estudian y analizan, medidos, controlados y supervisados por la Unidad de Riesgos y que son motivo de la elaboración y práctica de políticas, planes, metodologías, herramientas, 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 esta Entidad, que es la concesión de crédito en sus diferentes formas operativas, y se refiere a la po-



sibilidad 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 en 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 deba incurrir 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 puedan 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 administrativos 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 todos los procesos, productos, servicios, sistemas y demás elementos de operación de la Organización que, fruto de esta gestión, están expuestos a: fraudes internos y externos, fallos tecnológicos, prácticas comerciales desleales, desastres naturales e incumplimiento de terceros. Con el fin de gestionar estos tipos de riesgos se aplican controles presentes en políticas, procedimientos, metodologías y herramientas que permiten evaluar, monitorear y mitigar esta exposición.

## 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
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 bimensual al Comité de Auditoría y Directorio, de forma trimestral al Comité LAC - Ejecutivo y a la Superintendencia de Bancos y, de forma anual a la Junta General de Accionistas. Adicionalmente, informa mensualmente sus observaciones y la implementación de 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, la gestión integral de sus riesgos y procesos, su ambiente de control interno, sus sistemas tecnológicos, sus programas de proveedores, de continuidad, de seguridad de la información, ciberseguridad y protección de datos, de su cumplimiento regulatorio y de las normas de prevención de lavado de activos. Vigila también el cumplimiento de

la misión, la visión, los objetivos y la estrategia del Grupo, con el propósito de generar valor a través de sus revisiones, aseguramiento y observaciones que identifiquen riesgos de manera oportuna para minimizar / alertar su impacto. Como resultado de su gestión e informes sobre el ambiente de control interno durante el año 2021, se desprende lo siguiente:

1. La Administración continúa ejecutando los planes de remediación sobre sus observaciones de manera efectiva. La Tasa Efectiva de Remediación de observaciones (TER), al 31 de diciembre de 2021, es 97,02%, mientras que, al 31 de diciembre de 2020, fue de 96.56%, superando el objetivo del 90%.
2. Se emitieron 36 informes: 31 con calificación Satisfactorio y 5 con calificación Necesita mejorar.
3. Al 31 de diciembre de 2021, las observaciones abiertas dentro del plazo totalizan 85, que incluyen 1 observación reabierta.
4. Los informes sobre la revisión de los procesos de compra-venta de cartera emitidos mensualmente 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 Internacional (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 2021, todos los reportes requeridos por la Franquicia fueron entregados en debida forma y tiempo.

### **Auditorías externas independientes:**

En cumplimiento con la normativa de la Superintendencia de Bancos, el Grupo somete sus operaciones y resultados a una auditoria externa anual. El Auditor Externo debe rotar cada 3 años. Durante los 21 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 2021, los informes requeridos por la SB al Auditor externo con relación a la revisión de la cartera Covid-19 no presentaron observaciones.

### **Auditorías de la Superintendencia de Bancos:**

Con relación a la revisión de la cartera de crédito productiva mayor USD 100.000 y la cartera de crédito calificada por morosidad con corte al 30 de abril de 2021, la Superintendencia, mediante oficio SB-DCP1-2021-0294-O, emitió su informe sin observaciones importantes que comentar.

En noviembre de 2021, la SB inicio la revisión de Auditoría basada en riesgos. A la presente fecha, se realizaron las presentaciones iniciales con todas las Vicepresidencias y también sobre gestión, estructura, capacitación, presupuestos, principales indicadores, observaciones y metodología del área de Auditoría Interna.



## 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 a las futuras generaciones y su contribución al entorno económico, social y ambiental.*

Desde hace 16 años, Diners Club incorpora estos conceptos en su misión, estrategia, estructura y Código de Ética, por considerarlos una variable transversal para el desarrollo de su negocio.

GRI 102-40 / GRI 102-42 / GRI 102-43 / GRI 102-44

### 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, de esa forma, la necesidad de involucrarlos en la estrategia de sostenibilidad. Frecuentemente se realizan consultas con el equipo gerencial para validar esta definición.

## Stakeholders Diners Club

- Accionistas
- Colaboradores y sus familias
- Organismos del Estado y regulatorios
- Opinión pública nacional e internacional
- Medio ambiente
- Socios/Clientes personales y Corporativos
- Proveedores
- Alianzas y Establecimientos
- Comunidad empresarial
- Comunidad educativa



## Relacionamiento con grupos de interés

Grupo de interés	Medios de involucramiento	Estrategia
Accionistas: 149	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: 1.389 Colaboradores Alrededor de 3.240 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: 767.2895 Socios Principales 395.114 Adicionales 27.408 Socios Corporativos 31.837 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 sobreendeudamiento 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
199 Proveedores	Relación directa con áreas de compras, administrativas y calificadores	Política de calificación de proveedores con RSC Evento anual vinculado con iniciativas socioambientales
Organismos del Estado y Regulatorios: Superintendencia de Bancos, 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: 95.780 beneficiarios de los programas vinculados con la comunidad 30.962 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

## C. 2 PREMIOS Y SANCIONES

Durante el año 2021, 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 tipo comunitario.

Premio a la Empresa ejemplar 2021 otorgado por CERES - CEMEFI y FORUM Empresa.



# — GENERANDO — **VALOR ECONÓMICO PARA EL ECUADOR**



**El valor  
económico**  
que  
generamos  
no solo  
aporta a la  
continuidad  
del negocio  
sino que  
**contribuye**  
al desarrollo  
**del país**  
y nuestros  
grupos  
de  
interés.

**María Eugenia Guamán**  
Maestra  
Biblián



GRI 201:103-2 / GRI 201:103-3

## LOGROS 2021

### VARIACIÓN ANUAL

- Consumos: +24,1%
- Activos: +1,7%
- Cartera Neta: +4,7%
- Pasivos: +0,5%
- Patrimonio: +6,6%
- Recuperación de Cartera (promedio): 91,63%

### SOLVENCIA

- Tercer lugar en tamaño de cartera de consumo de las instituciones financieras.
- Cartera Bruta Total de USD 2.067 millones.
- Activo Productivo representó el 100,8% del Activo Neto.
- Patrimonio Técnico del 15,39%, superior en 6,39% al requerido por la Superintendencia de Bancos.

### CARTERA

Ante un entorno macroeconómico que afronta las secuelas de la pandemia, Diners Club del Ecuador ha logrado recuperarse de manera significativa, y apunta a alcanzar niveles pre-pandemia en varios de sus indicadores de negocio. Esto ha sido posible gracias a que 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 2022

El año 2022 se considera un período de mayor recuperación ante el impacto causado por la pandemia del COVID-19.

Diners tiene el enfoque de proteger su negocio core y, de esta manera, aprovechar las oportunidades que brindan los negocios adyacentes.

Tomando en cuenta esto, Diners Club presenta algunos desafíos en sus principales líneas de negocio:

- En Emisión, recuperar los niveles de consumo y adquisición de Clientes pre-pandemia, progresivamente. Además, fortalecer el negocio de las tarjetas corporativas y el cross sell de tarjetas adicionales.
- En Adquirencia, posicionarse como el banco más relevante del país en este ámbito, ofreciendo una relación integral y soluciones que rebasen los mercados tradicionales de adquirencia (C2C - B2B).
- En distribución y ecosistemas, aprovechar las adyacencias que se generan en los ecosistemas desarrollados.

De esta forma, garantizamos nuestra relación de Socios con nuestros Clientes para toda la vida, cada día.

## A. DESEMPEÑO FINANCIERO

Durante el año 2021, Diners Club del Ecuador mantiene su posicionamiento dentro del top 10 en el Sistema de Bancos Privados, luego de realizar su conversión en mayo de 2017, ubicándose en el octavo lugar del ranking por su nivel de activos.

El crecimiento de su base de Clientes continuó siendo uno de los principales objetivos. Al cierre de 2021, alcanza cerca de 1,2 millones de tarjetas entre Principales y Adicionales. Para ello, sus esfuerzos estuvieron dirigidos a acompañar a los Socios en su recuperación económica, ante los efectos causados por la crisis del COVID-19, con productos y servicios personalizados y de alto valor que cubran de manera eficiente las necesidades de aquellos.

Ante la recuperación en los consumos de sus Socios, por la mejoría del entorno macroeconómico, Diners Club retornó a sus metas de crecimiento sin descuidar el manejo adecuado del riesgo de crédito, así como el óptimo manejo de sus costos operativos, resultando en un beneficio neto de USD 36 millones, manteniendo, a su vez, 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 calificadoradora de riesgos Class International Rating, y AAA- por la calificadoradora Bankwatch Ratings.

### Consumos totales Diners Club del Ecuador

Los consumos totales realizados por los Socios con tarjetas de Banco Diners Club durante 2021 alcanzan los USD 5.329 millones, presentando un incremento anual de 12,9%.

### Recuperación de Cartera

El índice de morosidad<sup>1</sup> de la Cartera Total al cierre del año 2021 decreció en 1,36 puntos porcentuales con relación al índice del año anterior, ubicándose en 0,82%.

El índice de riesgo<sup>2</sup> se ubicó en 3,73%, lo que significó una disminución de 0,87 puntos porcentuales con relación al índice de riesgo obtenido en 2020.

Cabe mencionar que ambos indicadores mantienen el ajuste implementado dentro del contexto del COVID-19. En este escenario, la Cartera que entra en Cartera Vencida es aquella con un vencimiento en su pago superior a los 60 días.

1. El 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 se incrementaron en USD 26,8 millones, 6,2% más que los generados en el año 2020.

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 90,9% del total de ingresos percibidos.

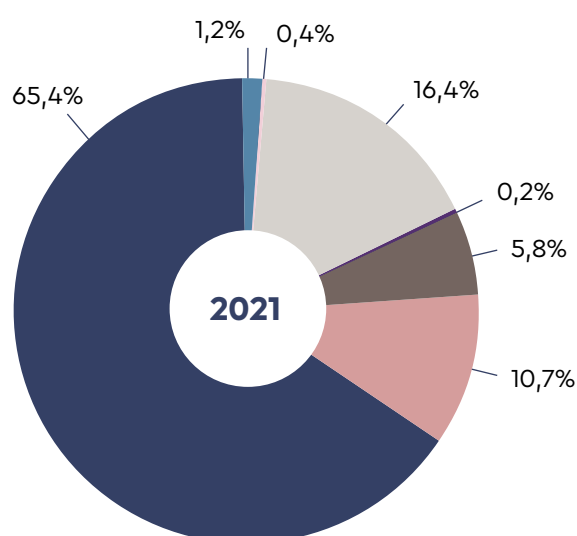
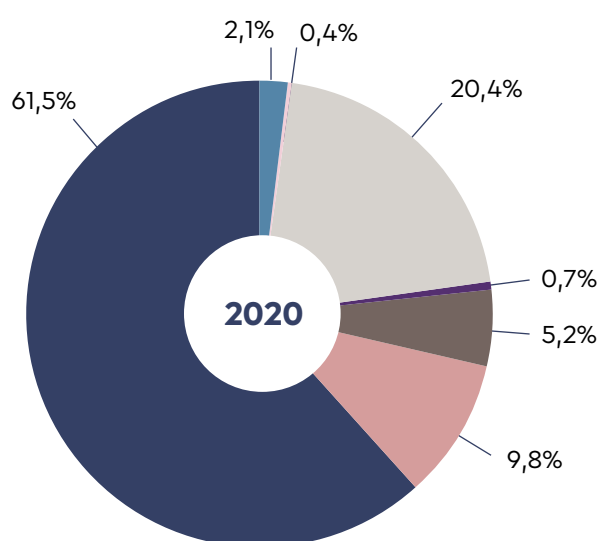
Valor económico generado

	2019	% participación	2020	% participación	2021	% participación	Variación anual	
							\$	%
<b>Valor económico generado</b>	<b>478'019.517</b>		<b>435'619.735</b>		<b>462'424.541</b>		<b>26'804.807</b>	<b>6,15%</b>
Clientes	432'502.690	90,48%	378'432.946	86,87%	420'270.957	86,87%	41'838.011→	11,1%
Inversiones permanentes	25'622.980	5,36%	24'932.544	5,72%	22'178.105	4,80%	(2'754.439)↓	-11,0%
Inversiones temporales	19'893.847	4,16%	32'254.245	7,40%	19'975.480	4,32%	(12'278.765)↓	-38,1%

## C. VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO

Valor económico distribuido

	2019	% participación	2020	% participación	2021	% participación	Variación anual	
							\$	%
<b>Valor económico distribuido</b>	<b>411'049.723</b>		<b>414'788.338</b>		<b>426'410.971</b>		<b>11'622.633</b>	<b>2,8%</b>
Pago Inversionistas	76'585.856	18,63%	84'457.525	20,36%	69'830.563	16,38%	(14'626.962) ↓	-17,3%
Pago Acreedores	4'572.621	1,11%	2'754.323	0,66%	833.712	0,20%	(1'920.611) ↓	-69,7%
Pago Proveedores	3'690.972	0,90%	1'709.672	0,41%	1'732.878	0,41%	23.206 →	1,4%
Administración Pública	35'696.158	8,68%	21'611.897	5,21%	24'566.545	5,76%	2'954.647 →	13,7%
Empleados	58'962.880	14,34%	40'775.887	19,83%	45'449.939	10,66%	4'674.052 →	11,5%
Operación del Negocio	225'994.816	54,98%	225'948.925	61,46%	278'785.931	65,38%	23'837.0069 →	9,3%
Comunidad y medio ambiente	5'546.420	1,35%	8'530.110	2,06%	5'211.404	1,22%	(3'318.706) ↓	-38,9%



Pagos Inversionistas
  Administración Pública
  Operación del Negocio

Pagos Acreedores
  Empleados
  Comunidad y medio ambiente

Pagos Proveedores

## 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. Al año 2021, representan el 65,4% del monto total de gastos y tienen un crecimiento de 9,3% con respecto al año 2020.

## 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 2021 presentaron un decrecimiento de 17,3%, principalmente por una disminución del costo financiero en los depósitos a plazo.

## Pagos a acreedores

Los pagos a acreedores son los intereses generados por sobregiros y préstamos de instituciones financieras. En 2021 representan el 0,20% del total de gastos, a diferencia de 2020, que representaban el 0,66%. El pago a acreedores presenta un decrecimiento de USD 1.9 millones vs. 2020.

## Pagos a Proveedores

Los pagos a Proveedores son los rubros cargados por adquisición de suministros. En 2021, se incrementaron en 1,4% con respecto al año anterior, y su participación dentro del total de gastos mantiene los mismos niveles del año 2020 (0,41%).

## Administración Pública

Los pagos a la Administración Pública tienen una participación del 5,8%, correspondiente al impuesto a la renta, impuestos municipales y aportes a entidades del Estado. Este rubro presenta un incremento de USD 3 millones frente a 2020, correspondiente al 13,7%, principalmente por el aumento del impuesto a la renta, debido a mayores niveles de utilidad.

## Pagos a Empleados o Colaboradores

Los pagos a Empleados corresponden a gastos del personal más honorarios profesionales. Tienen una participación del 10,7% y presentan un crecimiento del 11,5% con relación a 2020, como consecuencia del incremento en la cuenta de participación a Empleados y otros rubros que han crecido dentro de los gastos en personal 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 2021, este rubro decrece en USD 3,3 millones, correspondiente al 38,9%, principalmente por la reducción del Fideicomiso Sumar Juntos, que tenía como objetivo puntual brindar ayuda a las personas más afectadas por la crisis del COVID-19 y tuvo su principal efecto en 2020.

## D. VALOR ECONÓMICO RETENIDO

### Valor económico retenido

	2020	2021	Variación anual	
			\$	%
Utilidad neta	20'831.396	36'013.571	15'182.174	72,9%
Reserva legal	2'083.140	3'601.357	1'518.217	72,9%
Disponible para Accionistas	18'748.257	32'412.214	13'663.957	72,9%

La Utilidad Neta registró un crecimiento anual del 72,9%. La reserva legal representa el 10% de la utilidad y la diferencia queda disponible para los 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

	2019	2020	2021	Variación anual	
				\$	%
Activos	2.445'773.586	2.233'777.589	2.271'754.449	37'976.860	1,7%
Pasivos	2.005'061.494	1.787'511.326	1.796'021.041	8'509.715	0,5%
Patrimonio	440'712.092	446'266.263	475'733.408	29'467.145	6,6%
Utilidad neta	66'969.794	20'831.396	36'013.571	15'182.174	72,9%

Para Diners Club, en 2021, el Activo registró un crecimiento anual del 1,7%, los Pasivos crecieron un 0,5%, mientras que el patrimonio aumentó un 6,6%.

### 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 caracteriza por hacer énfasis en la construcción de relaciones duraderas con sus Clientes, mejorando de manera permanente la calidad del servicio a través de la constante evaluación y mejora de sus procesos.

Alineados a la visión de la Organización, se trabaja con la proyección de mejora continua, capturando y capitalizando las oportunidades de manera constante. El Área de Crédito funciona bajo la misma dinámica, retándonos diariamente a mejorar metodologías, modelos de decisión crediticia y procesos, con el objetivo de mantener siempre la preferencia del Socio hacia nuestros productos y construyendo conjuntamente relaciones fructíferas de largo plazo. Es importante mencionar que mantenemos un equilibrio entre brindar un servicio de excelente calidad y, a la vez, salvaguardar la calidad del portafolio de créditos.

El año 2021 inició con importantes retos. Los primeros cinco meses del año se caracterizaron por una lenta dinámica en la economía del Ecuador, debido al proceso electoral y al cambio de Presidente de la República. Esto fue acompañado de falta de inversión externa e interna, ya que los agentes económicos e inversionistas esperan hasta conocer los resultados electorales para tomar decisiones al respecto. Adicionalmente, la falta de acceso de la población a vacunas en ese período contribuyó a una lenta reactivación de los agentes económicos e industrias afectadas. El segundo semestre del año mantuvo una dinámica diferente, ya que el resultado de las elecciones y las acciones emprendidas por el nuevo Gobierno en cuanto a proveer vacunas a la población y desarrollar campañas de vacunación ayudaron a iniciar un proceso de reactivación paulatina en términos generales, acceso a financiamientos del exterior y mejora de las relaciones exteriores.





Internamente, conscientes del valor de nuestros Socios, nos aseguramos de que tengan acceso para efectuar consumos solventando sus necesidades en función de sus capacidades, contribuyendo también a dinamizar la economía del país. A la par, se realizaron ajustes al proceso de asignación de referenciales y líneas de crédito, buscando mantener un dinamismo que se adapte a las circunstancias y al riesgo. Es así que la asignación de referenciales es un proceso de revisión dinámico y constante, fundamental en la administración del portafolio, que busca mantener y preservar nuestra relación con los Socios, además de calibrar la capacidad de endeudamiento acorde con la realidad de los distintos segmentos.

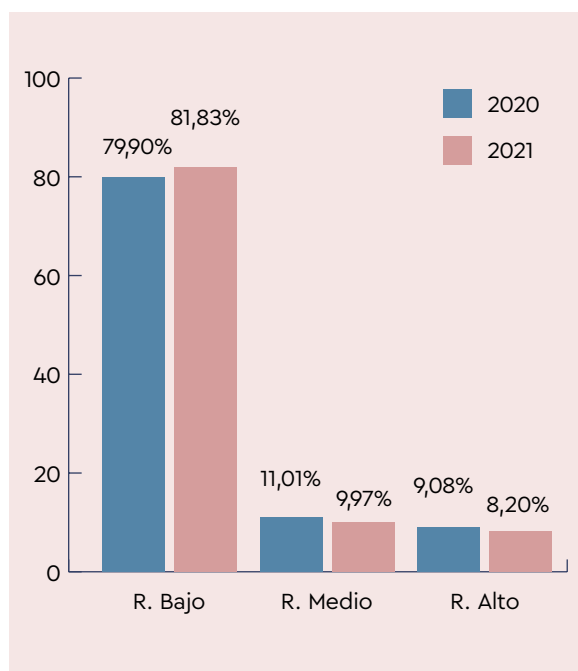
Otro aspecto fundamental para Diners Club es el área de Monitoreo del Riesgo de Crédito, que durante el año 2021 jugó un papel relevante en el control de la transaccionalidad, evaluando la consistencia de las aprobaciones y negaciones, aportando en la actualización de parámetros de nuestro autorizador y políticas crediticias, capturando oportunidades y optimizando el manejo del

riesgo de crédito. De esta manera, se ha logrado mejorar la experiencia del Cliente y se ha hecho posible mantener Socios para toda la vida cada día.

Al final del año 2021, el portafolio de Cartera de Clientes de Diners Club del Ecuador mejoró, concentrando el 81,83% del número de Clientes en score de riesgo bajo, el 9,97% en calificación de riesgo medio y el 8,20% en calificación de riesgo alto. La Administración de Crédito se realiza bajo una óptica de proyección del riesgo en los cinco meses próximos, lo que permite una gestión proactiva de la situación en cada uno de nuestros Clientes.

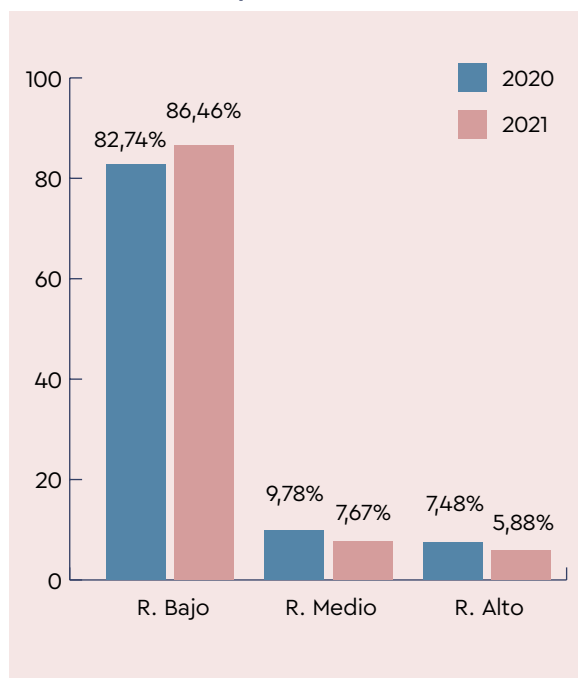
Nuestros sistemas de información y analítica están en constante evolución. Se trata de procesos maduros y optimizados que migran a herramientas de inteligencia artificial, con el fin de que sea posible seguir escalando y expandiendo el conocimiento, con el propósito de procurar un servicio de alta calidad para nuestros Socios, tratando siempre de impactar positivamente en sus experiencias dentro del apetito de Riesgo de la Institución.

**Cartera por Score número**



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

**Cartera por Score monto**



Comparando con el año 2020, la demanda de crédito incrementó en USD 746 millones, alcanzando una Demanda de Crédito Total para el año 2021 de USD 5.948 millones, de los cuales se aproba-

ron un total de USD 5.563 millones, estableciendo una ratio de aprobación del 92,3% anual.

Así también en el año 2021, 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.

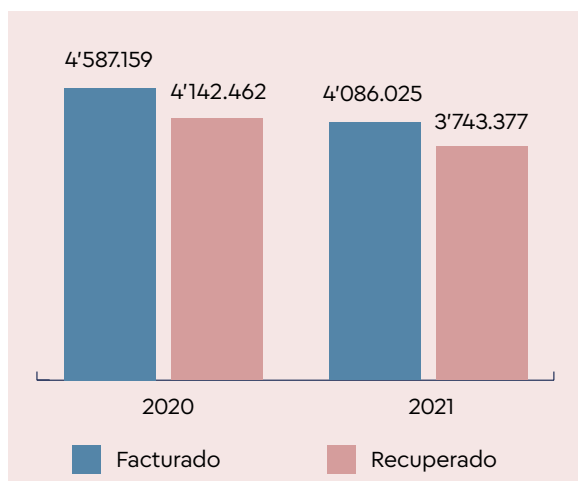
## E.2 CONCESIÓN Y RECUPERACIÓN DE CRÉDITO

### Recuperación de cartera

En el año 2021, el Área de Recuperación de Cartera maduró y afinó los aprendizajes y oportunidades que derivaron de los cambios realizados en 2020, en relación a la redefinición de sus modelos operativos, los mismos que se realizaron con el fin de adaptarse adecuadamente al entorno y la realidad ocasionados por la pandemia. Es importante mencionar que se mantuvo el enfoque hacia el entendimiento de la nueva realidad que vive cada uno de nuestros Clientes, en función de lo cual se ofrecieron soluciones que se ajustan a su nueva capacidad de pago, lo que facilitó el poder llegar a acuerdos de pago y lograr cumplir con los resultados.

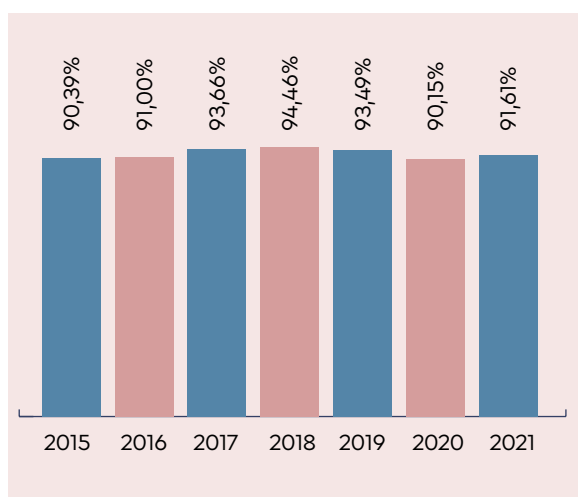
Así, los indicadores de recuperación del año 2021 mejoraron de forma importante en relación a los obtenidos en 2020; incluso la oportuna implementación de nuevas estrategias de recuperación permitió que en el mes de diciembre de 2021 se logaran índices superiores a los obtenidos en diciembre del año 2019.

### Evolución de montos recuperados (USD)



En 2021, los indicadores de recuperación de cartera alcanzados fueron del 91,61% en promedio para todas las marcas, con USD 121,2 millones de recuperación sobre la meta que fue de 88,4% en promedio. Con esto, la cartera pendiente de recuperar al cierre del mes de diciembre para todas las marcas suma un valor de USD 25,8 millones.

### Evolución recuperación promedio anual



## Acuerdos de pago

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

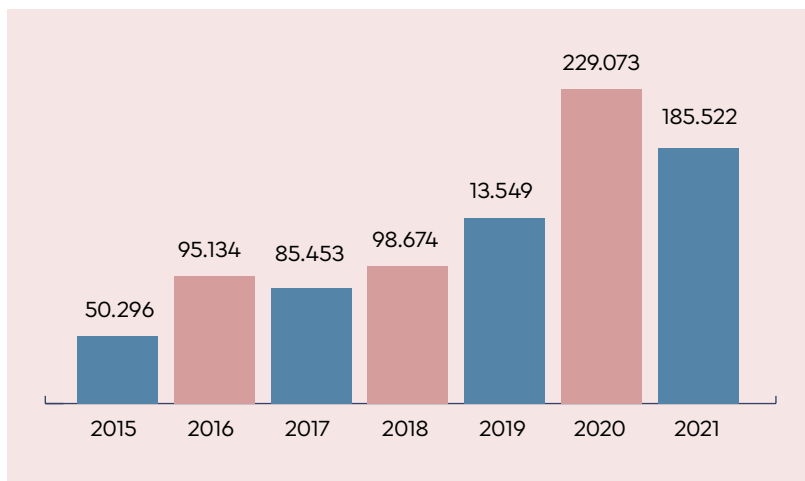
y manteniendo la calidad en el servicio y la experiencia del Cliente.

Durante el año 2021, se negociaron 185 mil acuerdos de pago por un monto de USD 974 millones de deuda reprogramada, que brindaron a nuestros Socios un alivio a sus montos exigibles de pago. El 40% de estas operaciones se negociaron en condición de actuales, es decir, no habían incurrido de mora; y el 49% se encontraban en condición de mora de hasta 60 días de atraso, lo que representó que el 89% del total de las operaciones se realizaron en edades tempranas. Esto ha permitido a los Socios mantener sus cuentas al día y conservar la calidad crediticia. El 11% restante de estas operaciones reprogramadas se produjeron en casos de Clientes con mora mayor a 60 días de atraso, otorgando la alternativa a nuestros Socios de mantener su condición de Cliente Activo, con la posibilidad de poder utilizar nuestros productos, en entornos de control, garantizando el repago de las deudas y la satisfacción de sus necesidades.



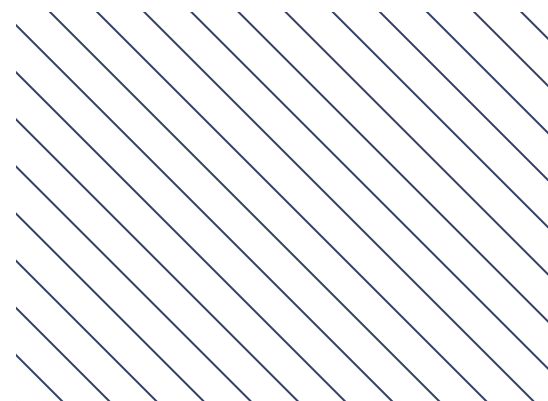


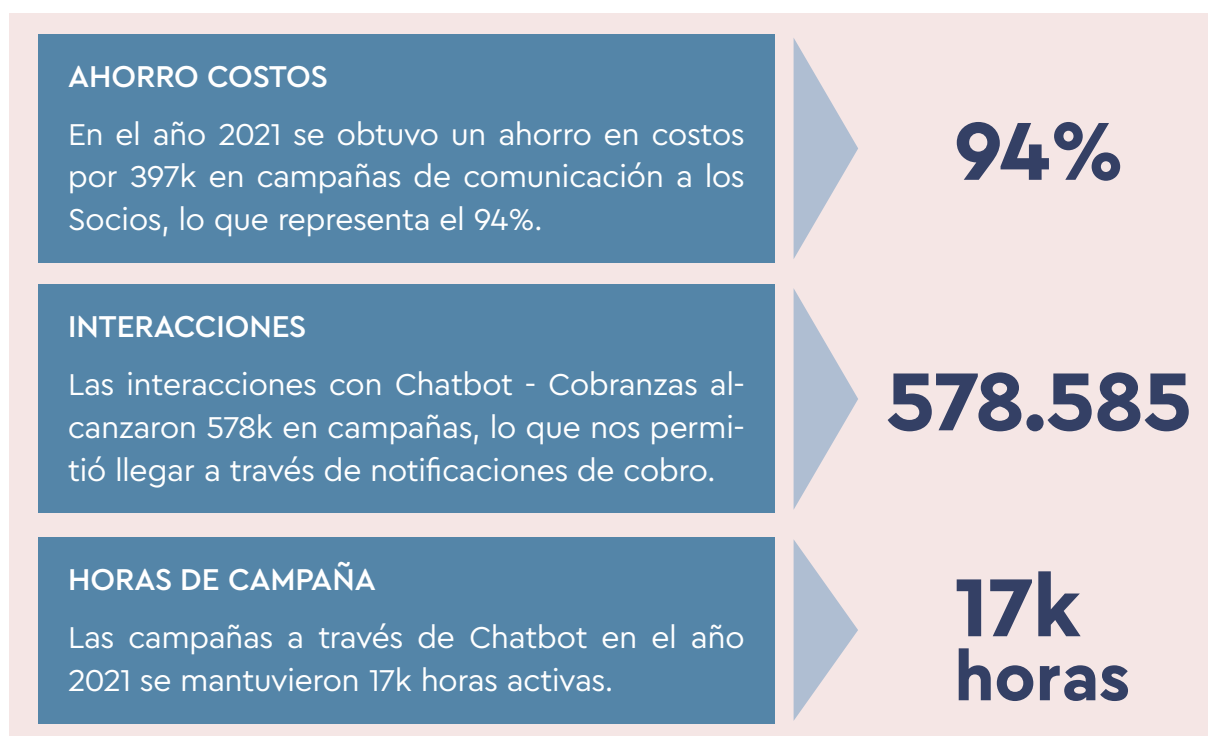
Evolución recuperación promedio anual



## Canal digital como servicio de recuperación

El canal digital, a través de la herramienta Chatbot, ha jugado un papel importante durante el año 2021, manteniendo niveles de efectividad de uso, caracterizado por generar un contacto oportuno, inmediato y personalizado, ofertando productos a los Socios que requerían ser canalizados en el menor tiempo posible, sobre todo por los cambios de liquidez que se han experimentado post-pandemia. Así, han encontrado en esta opción una alternativa exitosa para acceder de forma ágil y oportuna a un producto que se ajuste a su necesidad.





El canal digital Chatbot ha contribuido de manera importante a mejorar el servicio y la experiencia de nuestros Socios. La interacción por este canal respeta y se adapta a los tiempos y disponibilidades de nuestros Clientes, con lo cual hemos alcanzado 578.000 interacciones en el año 2021. Adicionalmente, como parte de la evolución de la plataforma digital, se ha complementado la interacción del Chatbot de Cobranzas con otros canales como WhatsApp, logrando mantener ofertas de valor en línea.

## E.3 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. El incremento de las transacciones a través de plataformas y markets digitales ha crecido de una manera exponencial a consecuencia del COVID, lo cual conlleva un incremento en la probabilidad de que se produzcan eventos de fraude a nivel global. La efectiva gestión en el monitoreo y control de fraudes ha logrado que Diners Club haya mitigado de manera efectiva el posible impacto en fraude y mantenga sus ratios de efectividad.

Diners Club mantiene un esquema de control y monitoreo constante de transacciones enfocado 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.

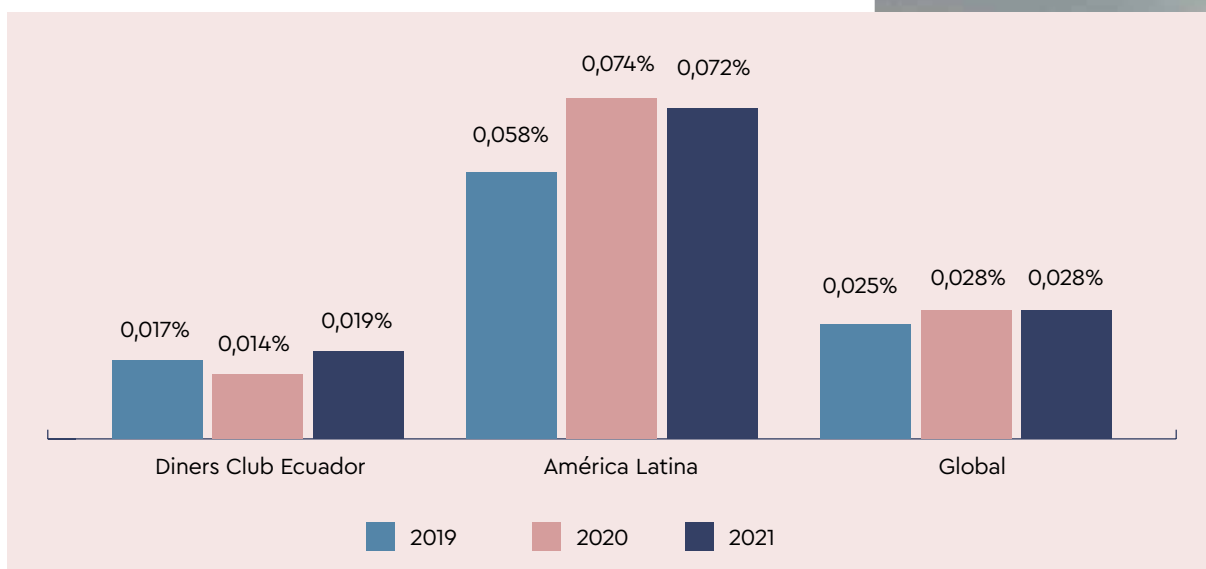
El ajuste continuo de reglas permite tomar decisiones en tiempo real, evitando transacciones de fraude. La Implemen-

tación de protocolos seguros como el OTP (siglas del término inglés One Time Password), que son códigos numéricos de un solo uso utilizados para una sola transacción en comercio electrónico, y la lectura CHIP con la participación de comercios y tarjetas a nivel local e internacional, han permitido experimentar una baja en casos de fraude.

Los resultados de este proceso de monitoreo de Riesgo de Fraude se consolidan 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 nuestros clientes a través de SMS, correo electrónico y nuestro canal de Chatbot creado para desempeñar las funciones de un agente confirmando consumos. Esto permite la capacidad de recoger datos de consumos, 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.

Adicionalmente, se inició un esquema de optimización a través de robotización de procesos identificados como maduros y recurrentes, e incorporación de Inteligencia Artificial en la detección y mitigación de eventos de fraude complementarios a nuestro score.



# TRABAJANDO EN DINERS CLUB

Valoramos  
el esfuerzo,  
talento y  
contribución  
de nuestros  
colaboradores,  
así como su  
crecimiento  
personal,  
profesional  
y el  
desarrollo  
de su  
carrera.

**Martha Lliguicota**  
Estudiante  
Biblián





# LOGROS 2021

- Mantener el nivel de empleo y los salarios en relación al mercado, generando estabilidad en nuestros Colaboradores.
- Mejoramiento de perfiles de acuerdo con los nuevos requerimientos, respondiendo oportunamente a los cambios organizacionales.
- Continuar el trabajo remoto e híbrido, sin afectar la operación/nivel de servicio de la Organización, con las diferentes áreas y las líneas de gestión. En 2021, el 60% de los Colaboradores realizaron teletrabajo; y se incorporó un 14% en modalidad híbrida.
- Programas enfocados en el bienestar, la salud y la seguridad ocupacional integral del Colaborador ante la emergencia sanitaria, así como el cumplimiento de las disposiciones emanadas de los entes de control.
- El desarrollo de carrera reflejado en el programa de oportunidades internas (POI) generó un crecimiento del 5,24% del total de Colaboradores.
- Se implementó el proyecto de Experiencia del Colaborador con grupos de trabajo ágiles a cargo de proyectos específicos.
- Se incorporó el programa "Experiencia Sin Límites" para inducción general a la Organización en la plataforma de aprendizaje virtual, con información relevante del negocio y procesos transversales.
- Se reforzaron las "Escuelas de Aprendizaje Virtual LMS" de Crédito, Cobranzas y Operaciones, y se creó la escuela de Call Center y Soluciones Tecnológicas, plataformas que aseguran el aprendizaje en línea con información relevante para el éxito en las funciones de nuestros Colaboradores.
- La rotación voluntaria se ha mantenido en niveles bajos con relación al mercado.
- Se culminó con éxito la primera etapa del programa de incorporación de

jóvenes profesionales con dos universidades de Quito, incorporando como colaboradores full time a aquellos que culminaron sus estudios durante la duración de su pasantía.

- Se generó un plan de comunicación integral para superar el impacto generado por la pandemia.

# DESAFÍOS 2022

- Continuar con la implantación de nuevos modelos de trabajo WORKPLACE.
- Proceso de transformación hacia Banco Digital.
- Implementación 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.
- 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

	2020				2021			
	Femenino		Masculino		Femenino		Masculino	
Gerencia	7	1%	20	3%	8	1%	17	3%
Línea media	76	11%	91	15%	83	11%	102	16%
Colaboradores	617	88%	507	82%	640	88%	539	82%
Total por género	700	100%	618	100%	731	100%	658	100%
Total General	1.318				1.389			

El año 2021 cerró con una estructura aprobada de 1.389 posiciones. Esto representa un incremento del 5% en la plantilla con relación al 2020, debido a las aprobaciones de Head Count en el área de Centro de Servicios y Finanzas para responder a las necesidades de la Organización.

La distribución por género se mantuvo en 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
2019	0%	1%	3%	10%	72%	14%
2020	0%	0%	3%	10%	70%	17%
2021	0%	0%	2%	9%	64%	24%

Podemos observar que, en el año 2021, el 88% de los Colaboradores tiene estudios universitarios completos, lo que incluye un 24% con estudios de Maestría, reflejando la mejora del perfil profesional; especialmente con un incremento del 7% en nivel de Maestría comparando con el año 2020.

#### SBS E.1.4

##### Colaboradores por tiempo de permanencia

Tiempo de permanencia	No. Colaboradores			Variación
	2019	2020	2021	2020 vs 2021
<1	232	121	229	89%
1 - 3	297	363	248	-32%
3 - 5	132	89	184	107%
> 5	752	745	728	-2%

El 52% de Colaboradores tiene un tiempo de permanencia mayor a 5 años en la Organización. Adicionalmente, se incrementó el número de Colaboradores con permanencia menor a un año en un 89% vs. el año 2020.

#### SBS D.1.3.

##### Número de Colaboradores relacionados con captación y crédito

Año	No. Colaboradores
2019	413
2020	442
2021	581

El número de Colaboradores relacionados con los procesos de captación y crédito se incrementó con respecto al año 2020.

## GRI 102-8

## Composición de los Colaboradores

	Nacional		Sierra		Costa	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Cantidad de Colaboradores	1318	1389	1148	1215	170	170
% Hombres	47%	47%	48%	48%	42%	43%
% Mujeres	53%	53%	52%	52%	58%	57%
Colaboradores menores de 30 años	27%	32%	27%	33%	32%	29%
Colaboradores entre 30 y 50 años	67%	62%	68%	61%	60%	66%
Colaboradores mayores a 50 años	6%	6%	5%	7%	8%	5%
Contratos fijos	99,80%	99,06%	99,70%	98,93%	100,00%	100,00%
Contratos eventuales	0,20%	0,94%	0,30%	1,07%	0,00%	0,00%
Pasantías	48	50	43	45	5	5
Índice de rotación voluntaria	9,44%	12,74%	7,69%	11,95%	1,75%	0,79%
Índice de rotación masculino						
Colaboradores menores de 30 años	2,45%	2,74%	2,08%	2,88%	0,37%	1,72%
Colaboradores entre 30 y 50 años	1,84%	3,10%	1,55%	3,46%	0,30%	0,57%
Colaboradores mayores a 50 años	0,37%	0,00%	0,30%	0,00%	0,08%	0,00%
Total IR masculino	4,66%	5,83%	3,92%	6,34%	0,74%	2,30%
Índice de rotación femenino						
Colaboradores menores de 30 años	2,06%	3,74%	1,85%	3,79%	0,21%	3,45%
Colaboradores entre 30 y 50 años	2,57%	3,17%	1,84%	3,62%	0,73%	0,57%
Colaboradores mayores a 50 años	0,15%	0,00%	0,08%	0,00%	0,08%	0,00%
Total IR femenino	4,78%	6,91%	3,77%	7,41%	1,01%	4,02%

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

## Desvinculaciones

Durante el año 2021, un total de 204 Colaboradores se desvincularon de la Compañía (salidas voluntarias e involuntarias), a diferencia del 2020, en el que se desvincularon 241 Colaboradores.

## Desvinculaciones 2019 - 2021

Año	No. Colaboradores
2019	220
2020	241
2021	204



### Desvinculaciones por región y género 2021

Rangos de edad	2019					2021				
	Sierra		Costa		Total	Sierra		Costa		Total
	F	M	F	M		F	M	F	M	
20 - 24	7	4	0	0	11	11	2	0	0	13
25 - 29	28	38	6	14	86	42	37	7	3	89
30 - 34	26	19	5	0	50	26	28	0	1	55
35 - 39	16	16	3	3	38	13	13	1	0	27
40 - en adelante	27	14	9	6	56	8	11	1	0	20
Total	104	91	23	23	241	100	91	9	4	104

## Rotación

El índice de rotación voluntaria disminuyó de 9,4% en 2020 a 12,99% en 2021 (3,59 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 Negocio Empresas Junior.

## Selección Externa e Inducción

2021

Rangos de edad	Sierra		Costa		Total
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
20 - 24	30	19	2	0	51
25 - 29	69	64	3	2	138
30 - 34	14	26	2	3	45
35 - 39	8	12	0	1	21
40 - en adelante	5	3	0	0	8
Total	126	124	7	6	263

En 2021 se realizaron 332 procesos de selección, de los cuales 263 fueron externos y 69 fueron internos, correspondientes a promociones y movimientos laterales.

En la región Sierra se incorporaron 250 Colaboradores, representando un 95% del total de procesos externos.

## Selección Interna (Movimientos y Promociones):

2021

Rangos de edad	Sierra		Costa		Total
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
20 - 24	0	1	0	0	1
25 - 29	19	12	2	1	34
30 - 34	7	10	0	0	17
35 - 39	5	5	0	0	10
40 - en adelante	2	4	0	1	7
Total	33	32	2	2	69

En el año 2021, se realizaron 69 promociones o movimientos hacia otros cargos y áreas dentro de la Organización. El 49% de los Colaboradores que se movieron internamente tiene una edad de entre 25 a 29 años, siendo el grupo con mayor movilidad.

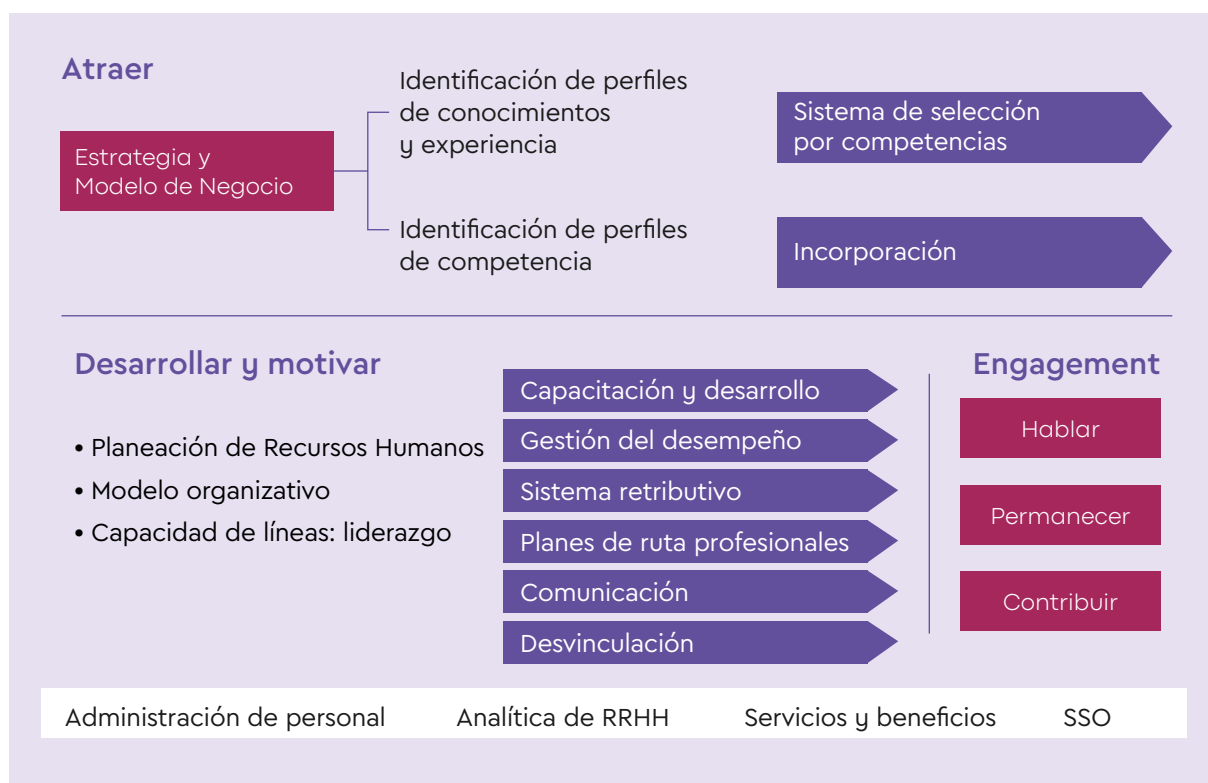
GRI 401:103-1 / GRI 401:103-2 / GRI 401:103-3  
/ GRI 404:103-2 / GRI 404:103-3

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

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

La gestión de personas en Diners Club del Ecuador, busca atraer, desarrollar, 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 y, si no contamos con el mismo, atraemos al talento calificado del mercado profesional.

El proceso de desarrollo de carrera, por medio del Programa de Oportunidades Internas POI, generó 69 movimientos internos en el 2021 con crecimiento horizontal o vertical, lo que representa el 5,1% 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 60 movimientos internos, lo que representa el 87% 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 6 movimientos, 10% del total. Las demás áreas con movilidad fueron Finanzas, Riesgos y Cumplimiento.



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

### B.3 CAPACITACIÓN Y CRECIMIENTO PROFESIONAL

Debido al entorno económico, en el año 2021 se priorizaron con cada área las necesidades de capacitación, con el fin de mantener el nivel de formación de los Colaboradores.

Se mantuvieron las escuelas internas de las áreas de Finanzas, Crédito y Cobranzas y Operaciones, además de la capacitación en Soluciones Tecnológicas, que nos preparan para la salida de los nuevos productos y servicios asociados a la banca.

Como parte del desarrollo de los Colaboradores, culminamos la Escuela de Finanzas y Gestión Comercial de Produc-

**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.**

tos Financieros, en las cuales participaron 102 Colaboradores del área de Negocios, con una duración de 36 horas y 15 horas, respectivamente. Se entregaron diplomas de cumplimiento a los participantes que culminaron el entrenamiento.

Durante el año 2021, también se realizó La Escuela de Servicio al Cliente, dirigida a Colaboradores del área de Call



Center y Oficinas, con una duración de 12 horas, bajo una modalidad sincrónica y asincrónica. 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 30 participantes de las distintas áreas, de los cuales el 63% corresponde a Líneas Medias y el 37% corresponde a Colaboradores. El objetivo fue que puedan generar un impacto e influencia en estos últimos, a través de la potencialización de sus habilidades blandas y el aprendizaje de nuevas metodologías de gestión de equipos de trabajo.

Adicionalmente, como parte del desarrollo de los Colaboradores, se realizaron capacitaciones en Programación R, SPSS, SQL, Python y Machine Learning, con un alcance de 66 participantes, con el objetivo de reforzar conocimientos con las distintas herramientas técnicas. A su vez, Tecnología recibió Capacitaciones en PCI Professional, PMP, Project Server, Cert Secure Coding, Ciberseguridad, Arquitectura Avanzada en Eventos con Apache Kafka, Power BI, AWS y Streaming Programming.

Además, como parte de la implementación del nuevo proceso de gestión de desempeño, capacitamos a todos los Colaboradores en la Metodología OKR (Objectives and Key Results) y KPIs, la

cual se realizó virtualmente en la Plataforma e-learning de la Organización. El objetivo fue fortalecer sus conocimientos para construir los OKR'S con sus equipos.

Cumpliendo 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. Adicionalmente, se capacitó al equipo de Brigadistas a nivel Nacional, sobre los siguientes temas: Contra Incendios, Evacuación y Rescate, y Primeros Auxilios.

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. Las charlas fueron enfocadas en temas relacionados a Inteligencia Emocional, Doble Presencia, Salud Sexual, Enfermedades Osteomusculares, Equidad de Género, 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, Anticorrupción y Antisoborno, Prevención de Discriminación y Acoso Laboral, y Educación Financiera.

Horas de Capacitación por nivel y género 2018 - 2021

Niveles	Femenino				Masculino			
	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021
Gerencia	806	1.330	365	80	553	1.488	867	501
Línea Media	4.351	5.876	1.692	3.637	5.863	6.739	2.255	3.830
Colaborador	15.785	15.475	6.403	15.616	15.335	20.314	6.616	14.382
Total por género	20.942	22.681	8.403	19.333	21.751	28.541	9.738	18.713

## Inversión de capacitación 2018-2021

Niveles	Inversión en USD \$				Distribución			
	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021
Gerencia	22.106,43	50.342,13	4.286,42	10.634,71	11%	14%	7%	6%
Línea Media	52.186,49	83.544,40	20.145,75	57.532,14	25%	24%	32%	30%
Colaborador	131.836,16	213.744,67	37.666,17	120.812,09	64%	61%	61%	64%
Total	206.129,08	347.631,20	62.098,34	188.978,94	100%	100%	100%	100%

## SBS. E.2.1.

## Inversión de capacitación 2018-2020

Año	Inversión en capacitación USD \$	Número de eventos realizados	Número de Colaboradores capacitados	Inversión por Colaborador en USD \$
2018	206.129	296	1.272	162,99
2019	347.631	254	1.484	234,25
2020	62.098	178	1.204	51,58
2021	188.979	354	1.271	148,69

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 de formación humana, Diners 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 el 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, aporte a la educación, a la cultura y el arte, y lineamientos de los principios de la Banca Responsable.

### GRI 205-3

Declaración de compromiso ético: Durante el año 2021, todo el personal que ingreso 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:

- Declaración de conocimiento del Código de Ética.

- Declaración de conocimiento del Reglamento Interno de Trabajo.
- Declaración de conocimiento de Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional.
- Compromiso de Uso de Información.
- Declaración de conocimiento de la Política de Protección de Datos Personales.
- Declaración de recepción del Manual Antisoborno y Anticorrupción.
- Declaración de recepción del Manual de Prevención de Lavado de Activos.
- 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.





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

## C. ADMINISTRACIÓN SALARIAL

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 el año 2021.

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 B, realizada dos veces al año). Son estos los factores para que el Comité de Retribuciones considere las medidas necesarias en administración salarial.

En el año 2021, debido al entorno económico, no se realizaron ajustes salariales; tampoco se implementaron medidas de reducción o modificación de la jornada laboral.

En el año 2021, 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 44'035.609.





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

## D. FOMENTANDO EL MEJORAMIENTO CONTINUO DEL DESEMPEÑO

El proceso de 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.

En el año 2020, Diners Club implementó un nuevo Modelo de Gestión de Desempeño. En 2021 sus indicadores se convirtieron en medibles, ambiciosos, reales y temporales. Estos se monitorean a través de Scorecard Corporativo, Scorecard Individual con KPIs y OKRs.

SBS.E.1.6

**Clasificación de personal por rango salarial**

N° de Colaboradores según Rango Salarial				
Rango salarial	2018	2019	2020	2021
500 - 750	233	236	320	320
750 - 1.000	271	327	227	264
1.000 - 2.000	493	470	443	449
2.000 - 3.000	192	207	179	192
> 3.000	170	173	149	164
Total	1.359	1.413	1.318	1.389

La relación entre el salario mínimo vital vigente del año 2021 y el salario mínimo pagado por la Compañía es de 1 a 1,25.

A diciembre de 2021, 259 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 que recibió un Colaborador con una carga es de USD 3.365,72.



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:

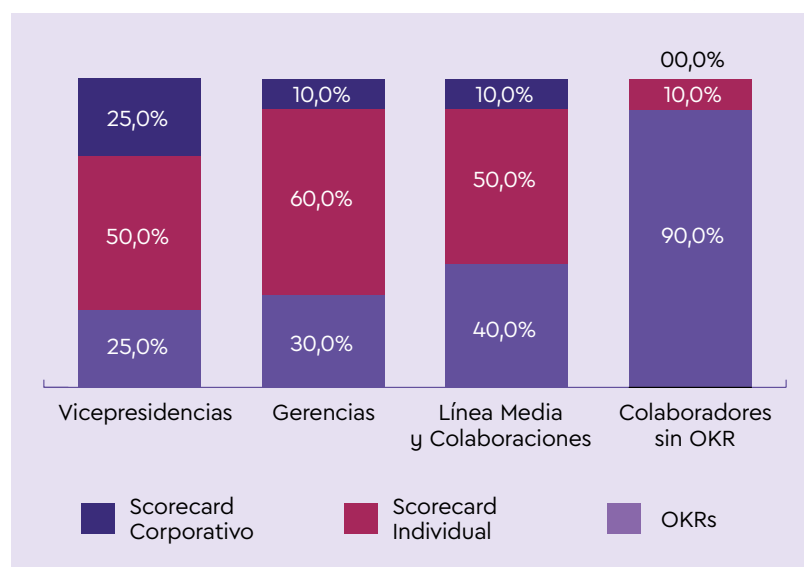
Asociados a acciones y métricas del día a día que impactan el logro de objetivos y resultados esperados propios del área y cargo, y medidos a través de un Scorecard Individual (KPIs).

### 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.

GRI 401-2 /GRI 401-3

## 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% en las principales universidades del país, para programas de pregrado, posgrado y educación continua.

### Salud

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

En los meses de julio y agosto de 2021, se desarrollaron las jornadas de vacunación contra la Covid-19. Se inoculó a más de 1.200 personas entre Colaboradores, familiares y servicios complementarios.

### Seguro médico

Plan de salud con Confiamed con costos preferenciales para Colaboradores Diners. Él y su círculo familiar directo acceden de forma voluntaria a la póliza (cobertura anual USD 250.000).

### Seguro de vida

Cubierto al 100% por la Organización. Valor asegurado USD 5.000, incluye servicios exequiales.

### 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.

Se incorporó un servicio móvil de snacks y bebidas en las oficinas de Quito.

### Conectividad

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

### Convenios comerciales

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

### Hijos

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.

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

### Encuesta, medición y monitoreo del Clima Laboral

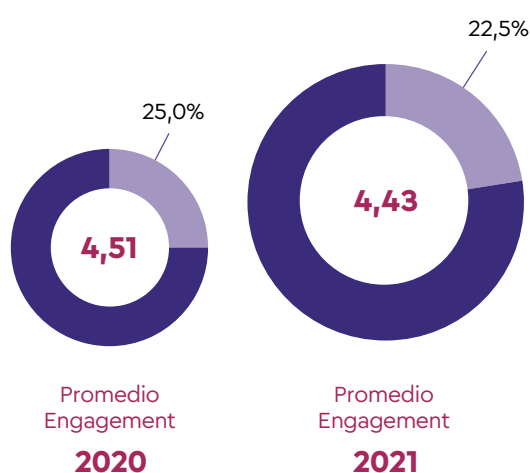
En el año 2021, se realizó la medición de Engagement con el apoyo de Circular HR. Este proceso tiene como fin principal medir el nivel de compromiso y agotamiento de nuestra gente. Además, nos permitirá lograr espacios de trabajo positivos que faciliten el desempeño de los Colaboradores y equipos.

En el año 2021, contamos con una tasa de respuesta por parte de los Colabora-

dores del 95% vs. el 94% en el año previo; y se obtuvo una puntuación de 4,43 (dentro de una escala de 6), lo que refleja un nivel medio-alto de Engagement.

Este año, trabajaremos en planes de acción que permitan 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 autoeficacia, los cuales se deben fortalecer dentro de nuestros Colaboradores.

#### Niveles de engagement



Escala engagement es de 0 a 6

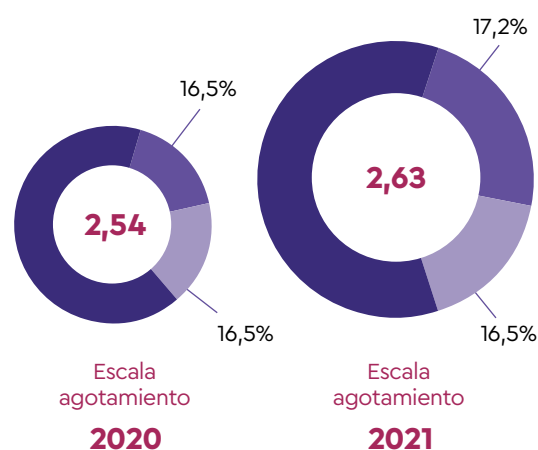
● Total engagement

Benchmark LATAM Servicios 2019-2020	Promedio engagement:	Total engagement:
	4,56	25%

#### Índice LATAM Engagement

- Nivel bajo 3,53 - 4,09
- Nivel medio 4,10 - 4,33
- Nivel medio 4,34 - 4,42
- Nivel medio alto 4,43 - 4,68
- Nivel alto 4,69 - 5,24

#### Niveles del agotamiento



Escala agotamiento es de 1 a 4

● Total agotamiento ● Riesgo de agotamiento

Benchmark LATAM Servicios 2019-2020		
Promedio agotamiento:	Riesgo de agotamiento:	Total agotamiento:
2,51	15%	15%

#### Índice LATAM Engagement

- Nivel alto 2,68 - 3,40
- Nivel medio alto 2,58 - 2,67
- Nivel medio 2,54 - 2,57
- Nivel medio bajo 2,42 - 2,53
- Nivel bajo 2,15 - 2,41





## E. DESARROLLO DE SOLIDARIDAD Y EL VOLUNTARIADO

En 2021 se mantuvieron las actividades de manera remota. La actividad principal fue la de mentorías a emprendedores.

### E.1 EDUCACIÓN FINANCIERA Y EMPRENDIMIENTO

Como parte de los premios, los ganadores del Reto Digital y el Reto Gastronómico tuvieron la oportunidad de trabajar con mentores, profesionales de las distintas áreas de la Organización, para de esta forma fortalecer sus emprendimientos. Así, nuestros especialistas en finanzas, en marketing digital, en la parte comercial y en sustentabilidad, compartieron su experiencia y conocimientos dentro de este programa de voluntariado para aportar al desarrollo de los emprendedores.



### E.2 NAVIDAD SOLIDARIA

Esta actividad se desarrolló en las ciudades de Quito y Guayaquil. 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 2021

Actividad/Lugar	Número de voluntarios	Resultados
<b>Educación financiera</b> Mentorías para emprendedores Reto Digital	5	Mentoría sobre emprendimientos en marketing, finanzas, sustentabilidad e innovación
<b>Navidad Solidaria</b> Voluntarios de todas las agencias realizan actos navideños solidarios: Quito, Guayaquil, Ambato, Cuenca, Manta y Machala	35	Entrega de kits escolares en jornadas navideñas solidarias con niños en situación vulnerable.
<b>Total</b>	<b>40</b>	

Durante el año 2021, se realizaron 159 horas de voluntariado, todas ellas en horario laboral, mientras que en 2020 fueron 80 horas. En general, se contó con la participación de 40 voluntarios en 2021 frente a los 49 de 2020. Esta variación se dio debido 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

Durante el período 2021 continuamos con la implementación del Sistema de Gestión para Prevención de Riesgos Laborales. Se realizaron exámenes médicos ocupacio-

nales 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, doble presencia, 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 médicas y evacuaciones mediante la actualización de los planes de emergencias exigidos por los entes de control para los diferentes edificios. Además de señalética y capacitación con las brigadas establecidas en la Organización.

GRI 102 - 41 / GRI 403-1 / GRI 403-4

En el año 2021, se han mantenido 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.

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

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

Índice de accidentes y daños laborales	Año 2020	Año 2021
Número de Colaboradores	1.318	1.389
Número de accidentes	0	0
Enfermedades ocupacionales	0	0
Días perdidos por accidente laboral	0	0
Días perdidos por accidente laboral / hombre	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.

**Para la Organización ha sido fundamental fortalecer acciones oportunas para la identificación y evaluación de Riesgo Biológico.**

En base a estos resultados, 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 el año 2021 fue de 4.857 días laborables (no incluye períodos de maternidad, paternidad ni calamidad doméstica). La principal causa obedece a enfermedades de tipo respiratorio por Covid-19, por lo que se tomaron acciones preventivas para bajar esta siniestralidad. En 2021 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 del 2021, el 60% de los Colaboradores se mantiene en trabajo remoto, el 27% en trabajo presencial y el 12% en trabajo en esquema híbrido. Desde el inicio de la emergencia sanitaria, se implementaron Protocolos de Bioseguridad, Protocolos Médicos y Controles de Ingeniería, para prevenir y controlar el contagio de COVID-19 en la Organización.

Se ha proporcionado capacitación, educación y comunicación constante 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 para esquema de trabajo presencial
- Medidas de bioseguridad para esquema de trabajo remoto
- Medidas de bioseguridad para esquema de trabajo híbrido
- Medidas de bioseguridad en espacios públicos
- Protocolos médicos (atención médica y seguimiento de pacientes con COVID-19)
- Control del cumplimiento de Protocolo de Ingreso de Socios/ Proveedores.

Con todas las acciones preventivas, la Organización registra un 17% de Colaboradores contagiados, los mismos que se recuperaron y se reincorporaron a su trabajo.

Adicionalmente, se realizó la campaña de vacunación contra Covid-19 para Colaboradores, familiares y Proveedores en los meses de julio y agosto. Accedieron a la vacuna 1.320 Colaboradores (99,68%), 599 familiares y 16 Proveedores.

JUNTO

# A NUESTROS SOCIOS PARA TODA LA VIDA

Acompañamos  
**a nuestros  
Socios**  
en todas  
las etapas  
de su vida,  
ofreciéndoles  
**soluciones,  
productos**  
y experiencias  
pensadas  
únicamente  
**para  
ellos.**

**Alejandro Tirado**  
Jubilado  
Cotopaxi



## LOGROS 2021

- La emisión de tarjetas principales personales nuevas de las 4 marcas (Diners Club, Visa, Mastercard y Discover) fue de un 5,21% por sobre lo colocado en el año 2020.
- Se implementan propuestas de valor con mayor nivel de personalización mediante arquetipos, modelos internos, herramientas de conocimiento, comportamientos y perfiles de Socios.
- Se fortalecieron acciones comerciales en Universidades, activación y uso de nuestras tarjetas. Se reforzaron las alianzas existentes y los beneficios comerciales.
- El presupuesto de consumos personal y corporativo 2021 se superó en un 0,5% y también se logró obtener 24,1% más de consumo que en el año 2020 por efectos de la pandemia.

## DESAFÍOS 2022

- El objetivo 2022 es captar 43.500 nuevos Clientes con un enfoque de captación de nuevos Clientes únicos.
- El enfoque para Socios Personas en 2022 se concentra en 4 principales objetivos:
  1. Mejorar el conocimiento del Socio
  2. Impulsar la Estrategia Comercial
  3. Definir canal y tipo de comunicación
  4. Mejorar la experiencia y preferencia del Socio
- Construir contexto estacional para el desarrollo de Socios
- Continuar con la filosofía de generar alianzas de importancia en el mercado y que fomenten eficiencia en procesos o indicadores internos.
- Seguir brindando a nuestros inversionistas un servicio de primer orden, basados en la solidez, el profesionalismo y la confianza.
- Se implementará como nueva estrategia para el desarrollo de Socios el NBA (Next Best Action), entregando la mejor oferta, gestión de canales y un excelente producto en el momento adecuado a cada Socio.
- Acelerar la gestión de las estrategias mediante la metodología de OKRs que cumplen cada KPI, logrando una medición continua de todo el plan estratégico.





## A. ENFOCADOS EN EL SOCIO

Nuestro objetivo central como empresa es acompañar a cada uno de nuestros Socios en los diferentes momentos de su vida. Dentro de ello, queremos ser siempre su medio preferido de pago y brindar soluciones financieras integrales. Por eso, nos esforzamos día a día en construir modelos y herramientas que permitan profundizar el conocimiento en el Socio para entregar la oferta, el producto o generar la acción necesaria según el momento en el que aquel encuentra.

Estamos evolucionando nuestros procesos internos para lograr entender a los Socios y llegar con soluciones a sus requerimientos del día a día, visualizando una gestión digital que brinde rapidez, eficiencia, simplicidad, alta calidad e innovación.

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

Para Diners Club del Ecuador es importante entregar ofertas personalizadas a cada Socio, para lo cual en 2022 crearemos modelos de ADN del Socio que permitan considerar variables complejas que incluyen varios elementos, como propensión, uso, comportamientos, necesidades, información demográfica y económica. Se busca consolidar toda esta información y facilitarla a nivel interno para que todas las campañas se gestionen con la misma lógica de personalización.





GRI 418-103(2-3)

## 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 del Ecuador, de acuerdo con una tabla diferenciada por tipo de producto y servicio, y deben ser comunicadas a los Clientes.

Adicionalmente, este año se lanzará la política de contactabilidad que busca "Definir la cantidad de comunicados necesarios para nuestros Socios Personas mensualmente", a través de es-

tablecer lineamientos generales entre las áreas involucradas y la tipología de comunicados, generando un contacto relevante con el Socio y que, a su vez, este realice las acciones requeridas para cumplir los principales KPIs institucionales e intentando llegar a un Modelo de Experiencia diferenciador con nuestros competidores".

### 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.



GRI 102-6 / SBSC.3.3 / SBSC.3.4

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

## C. LOS SOCIOS DINERS CLUB DEL ECUADOR:

### C.1. CATEGORIZACIÓN:

**Socios Personales únicos:** representan un 96% del total de Socios.

**Socios Corporativos únicos:** representan el 2%.

**Clientes Inversionistas:** representan el 2% restante.

### Socios Personales

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

Año	Principales	Adicionales	Total
2020	362.001	240.966	602.967
2021	439.164	251.098	690.262
% 2021 vs. 2020	21,32%	4,20%	14,48%

Al finalizar el año 2021, la totalidad de Socios Principales (Diners, Visa, Discover y Mastercard) fue:

Año	Principales	Adicionales	Total
2020	362.001	240.966	602.967
2021	439.164	251.098	690.262
% 2021 vs. 2020	21,32%	4,20%	14,48%

La distribución de Socios por cada marca es:

Diners Club			
Año	Principales	Adicionales	Total
2020	342.842	208.266	551.108
2021	344.082	209.036	553.118
% 2021 vs. 2020	0,36%	0,37%	0,36%

Visa			
Año	Principales	Adicionales	Total
2020	224.051	117.716	341.767
2021	227.872	126.504	354.376
% 2021 vs. 2020	1,71%	7,47%	3,69%

Mastercard			
Año	Principales	Adicionales	Total
2020	4.261	151	4.412
2021	53.639	15.734	69.373
% 2021 vs. 2020	1158,84%	10319,87%	1472,37%

Discover			
Año	Principales	Adicionales	Total
2020	123.804	4.855	128.659
2021	139.200	6.569	145.769
% 2021 vs. 2020	12,44%	35,30%	13,30%

## Socios Corporativos

Son aquellas personas jurídicas que adquieren la tarjeta Diners Club Corporativa y la emplean 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 la cantidad de 13.779 Socios Principales Corporativos durante el año 2021, mientras

que en 2020 llegaron a ser 8.844, lo cual representa un incremento del 56%. En cuanto a Socios Corporativos Adicionales, en 2020, la cifra alcanzó 15.488, mientras que en 2021 fueron 13.629.

## Cientes Inversionistas

Son aquellos que adquieren los productos de inversión que actualmente comercializa Diners Club, bajo las siguientes 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 8.312 Clientes Inversionistas a plazo y 23.525 Socios que mantienen sus ahorros en PAD. El monto total administrado a diciembre de 2021 es de USD 1.135'021.839.

## 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 Internacional



Diners Club Internacional Miles



Diners Club Internacional  
AAdvantage



Diners Club Internacional  
Sphaera Reserve



Diners Club Internacional  
Sphaera



Diners Club Nacional /  
Internacional Corporativa



Diners Club Internacional  
Corporativa Club Miles



Diners Club Internacional  
Corporativa AAdvantage



Freedom



Diners Kids



Diners Club One  
(Prepago y Pospago)



Tarjeta Discover



Discover More



Discover  
Barcelona



## Tarjetas Adicionales complementarias



Gas Club Assist 365



GIFT Card



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 TITANIUM Visa, ampliando su portafolio con los siguientes productos:



TITANIUM  
Visa Infinite



TITANIUM  
Visa Signature



TITANIUM  
Visa Platinum



TITANIUM  
Visa Euphoria



TITANIUM  
Corporativa Miles



TITANIUM  
Visa Corporate

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



TITANIUM  
Mastercard Black Beyond



TITANIUM  
Mastercard Black



TITANIUM  
Mastercard Platinum



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 de hasta 36 meses plazo.
Crédito diferido Plus	Consumos que el Socio cancela en cuotas de 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 su 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, empresas de amplia trayectoria en el mercado nacional e internacional que comprenden la importancia que para Diners Club representan sus Socios.

### 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, el 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 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><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.

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 período 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 son 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, el Socio puede comunicarse con nuestros puntos de atención y visitar nuestra página web [www.dinersclub.com.ec](http://www.dinersclub.com.ec)

## 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 Socio 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 teléfonos inteligentes cuenta con una nueva funcionalidad



de pago, la cual usa 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 de pago, sino que las complementa. La solución con este código no requiere entregar el plástico y ofrece mucha agilidad y seguridad tanto para los 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 relacionados con las compras en el exterior. Se impulsa prin-



cialmente el pago con tarjetas Diners Club de compras en tiendas del extranjero o vía internet.

## Voucher sin firma

Servicio que 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

GRI 102-6

Diners Club, en su estrategia de facilitar la vida de sus Clientes de manera responsable, y de generar valor en cada contacto a través del conocimiento e innovación, ha trabajado en generar experiencias diferenciadoras con procesos centrados en el Socio, 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 Clientes.

Los distintos canales de atención son los encargados de recibir los requerimientos de nuestros Clientes, de impulsar el uso de herramientas digitales para que migremos de *un servicio asistido al autoserivicio*. Además que, a través de pro-

cesos de analítica de datos, se pueden predecir las necesidades de los Socios y comercios, para impulsar con ello mejores experiencias.

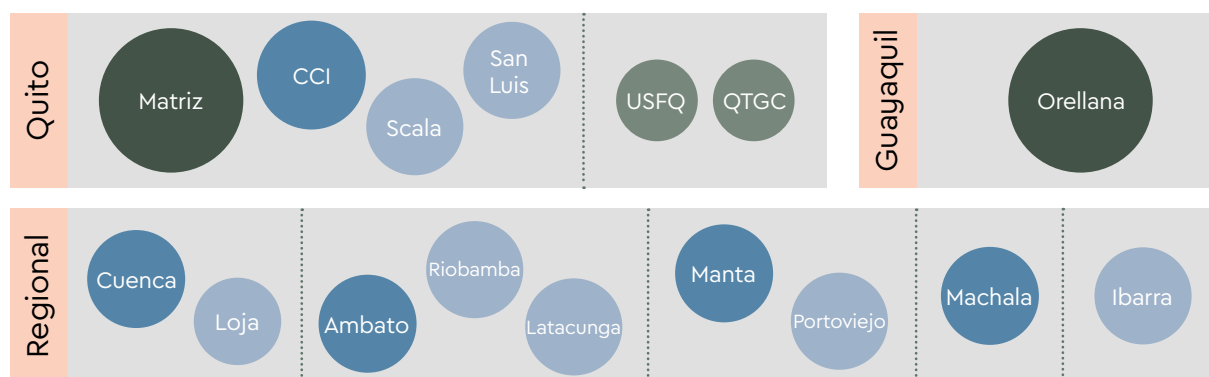
En estos canales trabajan actualmente 252 Colaboradores que atienden tanto a Socios como a Establecimientos. Desde que inició la emergencia sanitaria, las modalidades de trabajo cambiaron. En la actualidad, del total del *head count* de los canales, el 35% está en teletrabajo, el 62% en presencial y el 3% 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, de la siguiente manera:

## Canales Físicos – Oficinas



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

Full Matriz-Orellana	Estándar CCI-Cuenca- Ambato-Manta-Machala	Express Scala-San Luis-Loja Ibarra-Riobamba Latacunga-Portoviejo	Especializada 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 16:30</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: lunes a viernes de 8:30 a 17:00.</li> <li>QTGC: martes a viernes de 8:30 a 17:15. Sábado de 9:00 a 16:00</li> </ul>

\*USFQ: Universidad San Francisco de Quito

\*QTGC: Quito Tenis y Golf Club

## Medidas adoptadas en Oficinas ante la Emergencia Sanitaria

Ante la Emergencia Sanitaria que atraviesa el país, nuestras Oficinas han cumplido de manera estricta con las exigencias del ente regulador. Para ello, se han generado diferentes iniciativas orientadas hacia modelos de atención con las medidas de bioseguridad que garantizan la interacción con los Clientes:

- Restricción de aforo de acuerdo con las definiciones de los COE Nacional y Cantonales.
- Administración del número de Colaboradores según restricción de aforo.
- Atención a Clientes a través de videoconferencias con el personal que se encuentra en teletrabajo.
- Ajustes de procesos con el uso de herramientas digitales y e implementación de firma digital en el manejo de formularios de atención.
- Impulso de nuevos Canales Digitales, acompañando a los Clientes en su adopción.



- Generación de campañas de migración de Clientes a Canales Digitales y Call Center.
- Generación de campañas de migración de Clientes que utilizan las cajas de Banco Pichincha ubicadas en oficinas Matriz y Orellana.
- Solicitud de certificado de vacunación a Clientes.
- Pruebas de control de COVID a personal en atención presencial.

## 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 incrementaron en 3,77% con relación al año anterior. En cuanto al consolidado de transacciones de los canales, incrementaron en un

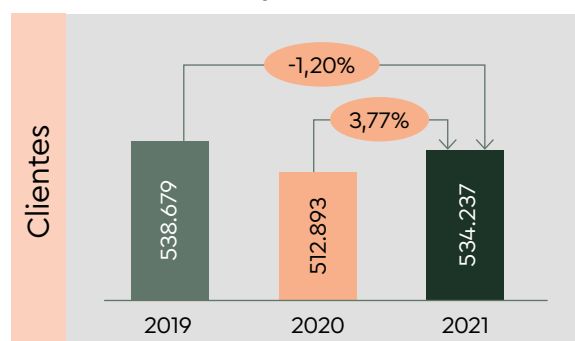
6,38% con relación al año anterior, resultado de recuperación de la demanda, la economía en general y de la reducción de restricciones por pandemia.

### Full

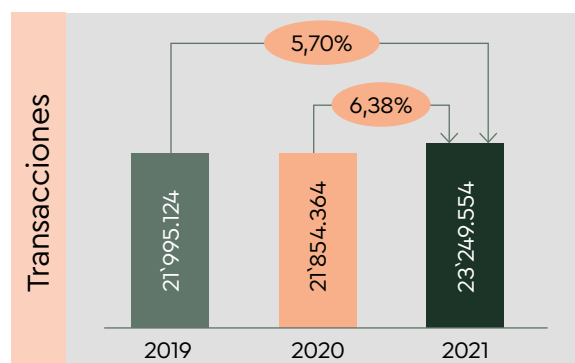
#### Contac Center

- Servicio al Cliente: lunes a domingo de 8:30 hasta 18:30
- Autorizaciones, bloqueos de tarjetas, servicios diferenciados, consultas de saldos y pagos de el IVR. Lunes a domingo 24 horas






### Clientes únicos que se han contactado








### Servicios demandados (Tx)



Los Clientes realizaron las siguientes transacciones:

Canales asistidos		Transacciones y representatividad 2021
	<b>CALL CENTER:</b> Atención de consultas, requerimiento, reclamos y colocación reactiva de tarjetas adicionales, PAD.	<b>2,7MM</b> <b>11,6%</b>
	<b>OFICINAS:</b> Atención de consultas, requerimientos, reclamos, ofrecimiento y colocación de productos.	<b>490K</b> <b>2,1%</b>
	<b>EMAIL:</b> Atención de consultas y servicios a través de correos electrónicos.	<b>23,7K</b> <b>0,10%</b>
	<b>AUTOSERVICIO:</b> Atención de consultas, requerimientos y reclamos desde el autoservicio de la Web y App.	<b>14K</b> <b>0,06%</b>
	<b>REDES SOCIALES:</b> Atención de consultas, requerimiento y reclamos.	<b>5K</b> <b>0,02%</b>

Canales automáticos		Transacciones y representatividad 2021
	<b>WEB:</b> Consultas y autogestión.	<b>8,3MM</b> <b>35,9%</b>
	<b>APP:</b> Consultas y autogestión.	<b>11,5MM</b> <b>49,5%</b>
	<b>IVR:</b> Consultas automáticas.	<b>73,5K</b> <b>0,32%</b>
	<b>Whatsapp:</b> Consultas automáticas.	<b>62,6K</b> <b>0,27%</b>
	<b>Chatbot:</b> Cash Advance Cobranza.	<b>13,2K</b> <b>0,06%</b>

Los canales digitales Web y App son los que reciben el 85,44% de la transaccionalidad que realizan los Clientes a través de los canales de atención.

Durante el año 2021, se han dinamizado estos canales a través de la oferta de nuevas funcionalidades y con campañas de comunicación para su adopción.

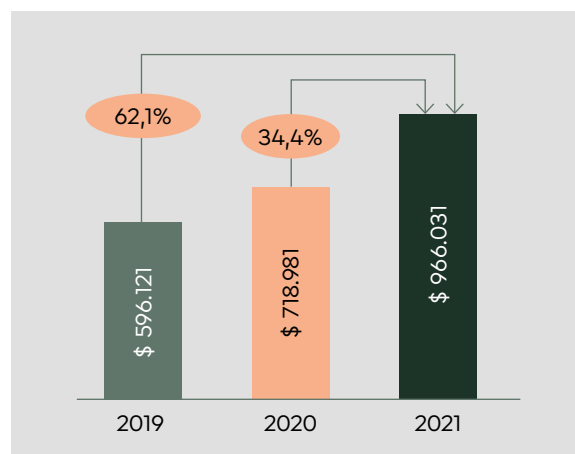
La estrategia de comunicación busca anticiparnos a las necesidades de los Clientes a través del entendimiento de sus interacciones, generando información de su interés y mostrando los beneficios que presta el uso de nuestros canales digitales.

Con ello, hemos logrado la digitalización de sus solicitudes y se ha generado contenido personalizado de forma recurrente a vía mail, sms y redes sociales,

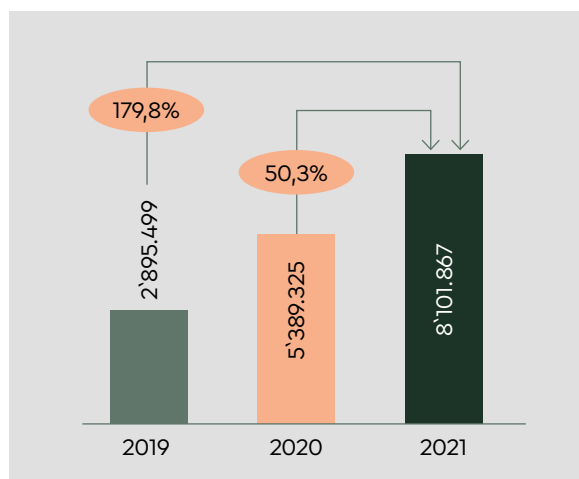
enfocado principalmente en la App que, por su experiencia de uso, es el canal preferido por nuestros Clientes.

Otro pilar importante de la digitalización de las interacciones de nuestros Clientes es el crecimiento sostenido que tienen las compras realizadas a través de los Botones de Pago. Los resultados fueron:

Monto facturado Botones de Pago



### Transacciones Botones de Pago



- En facturación se evidencia un incremento del 34,4% que se corresponde a USD 247 millones respecto al 2020.
- Los comercios con mayor facturación corresponden a empresas del sector público, como el SRI, IESS, Municipio de Quito, entre otras, e instituciones educativas.

## Campañas de seguridad de información

Diners Club ha implementado campañas de seguridad en el manejo de información, para mantener a nuestros Socios enterados sobre cómo proteger sus da-

tos, y sobre las amenazas en el uso en el mundo digital, para que no sean víctimas de fraudes.

El insumo principal para desarrollar este proceso se basó en categorizar el impacto de relevancia para nuestros Clientes y en función de ellos priorizar y adecuar el mejor canal de comunicación, para lo cual se trabajó con las áreas expertas en el manejo de este tipo de riesgos y exposiciones.

A continuación, se presenta el detalle de las campañas y comunicaciones enviadas:

Fecha	Contenido	Envíos
Mayo	Actualización de datos personales	266.540
Junio	Notofocación de movimientos	306.908
Julio	Evitar se víctima de fraudes	297.290
Agosto	Bloqueo de tarjeta por seguridad en APP	306.579
Septiembre	Privacidad de contraseñas, claves temporales y datos sensibles	306.103
Octubre	Personalización de Redes de consumo	299.298
Noviembre	Reconocimiento de sitios seguros	304.312
Diciembre	Protección de datos sobre amenazas, evite el phishing	302.353
Diciembre	Amenazas que esconde el mundo digital (reconocimeinto de sitios seguros, Banca móvil, Compras físicas, Compras On-line y Cajeros automáticos)	301.763

## Implementación del nuevo Canal de Servicio a través de Whatsapp

A partir del mes de julio de 2021, se implementó un nuevo canal de atención digital para nuestros Clientes mediante un Chat Bot vía Whatsapp, que está soportado en un Modelo Predictivo que determina el requerimiento del Cliente, en función de variables sociodemográficas, de comportamiento de crédito y de uso en los Canales.

Esta iniciativa ha permitido el incremento de la oferta de Canales de Autoservicio para nuestros Clientes, en donde pueden consultar las 24 horas al día y los 7 días de la semana el saldo actual a pagar, el cupo global disponible, visualizar el último estado de cuenta, obtener facilidades de pago y otro tipo de información de valor. Al cierre del año 2021, este canal lo utilizaron 10.978 Clientes con un total de 56.629 interacciones:

Transacciones	2021						Total	%	Clientes únicos
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre			
Envío de estado de cuenta	113	296	1.270	3.594	5.339	4.948	15.560	27,48%	4.465
Información de cupos	52	106	938	2.499	5.109	4.350	13.054	23,05%	6.077
Consulta saldo a pagar	117	170	1.181	3.449	5.851	4.305	15.073	26,62%	4.571
Facilidades de pago	57	73	521	1.518	3.359	1.935	7.463	13,18%	2.274
Menú complementario						3.819	3.819	6,74%	1.974
Intenciones de búsqueda		54	40	165	969	432	1.660	2,93%	350
Total	339	699	3.950	11.225	20.627	19.789	56.629	100%	10.978

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

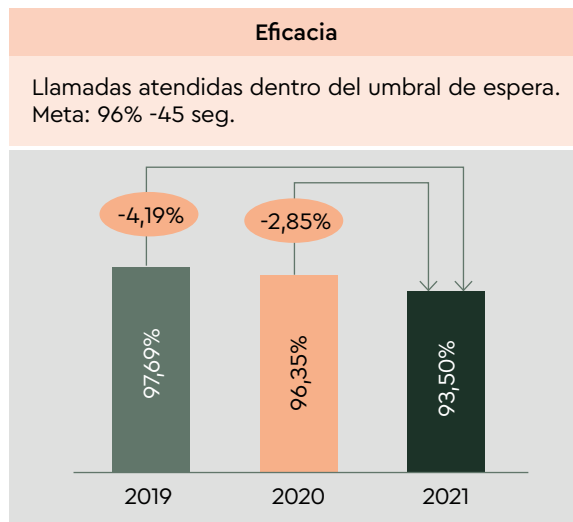
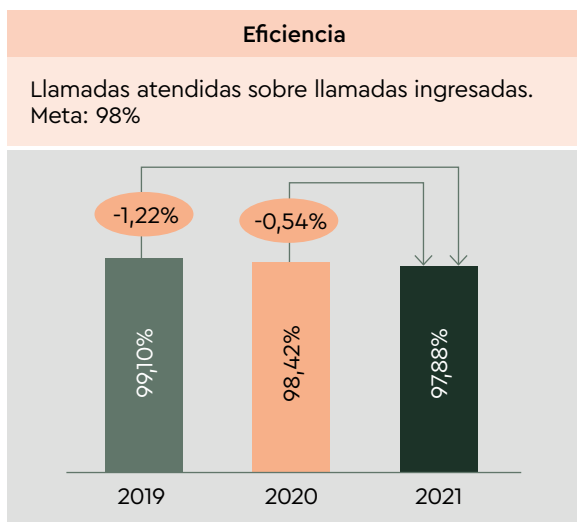
### SBS.C.3.1

Estos indicadores reflejan la gestión que se realiza para la administración de la capacidad instalada para cubrir la demanda que recibe el canal, la cual se proyecta de acuerdo con distintos escenarios por cortes de facturación, feriados, días normales, y han permitido manejar los niveles de servicio sobre las metas comprometidas para cada uno de ellos.



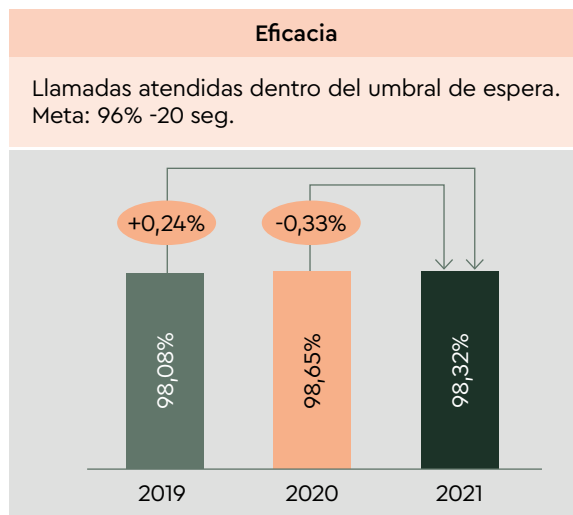
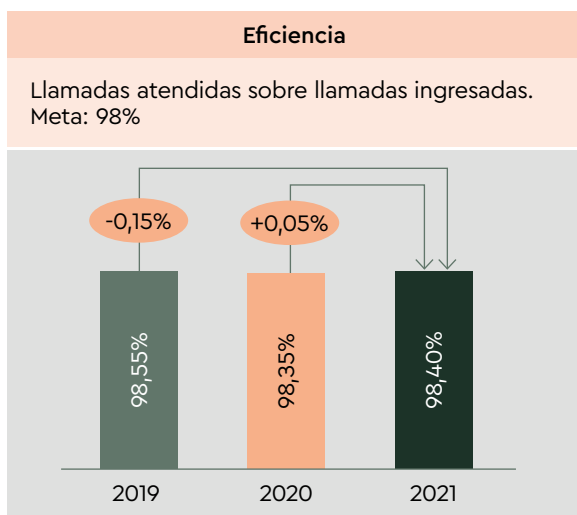
## Indicadores de eficiencia y eficacia del Call Center:

### Servicio al Cliente



Los indicadores de eficiencia y eficacia fueron impactados durante el año 2021 principalmente en los meses de octubre y noviembre. El impacto se origina por el crecimiento de la demanda debido a los incidentes ocurridos con los sistemas del Banco Pichincha y, por otro lado, debido al incremento de rotación del equipo, que implicó que alrededor del 40% del equipo de atención telefónica sean ejecutivos nuevos.

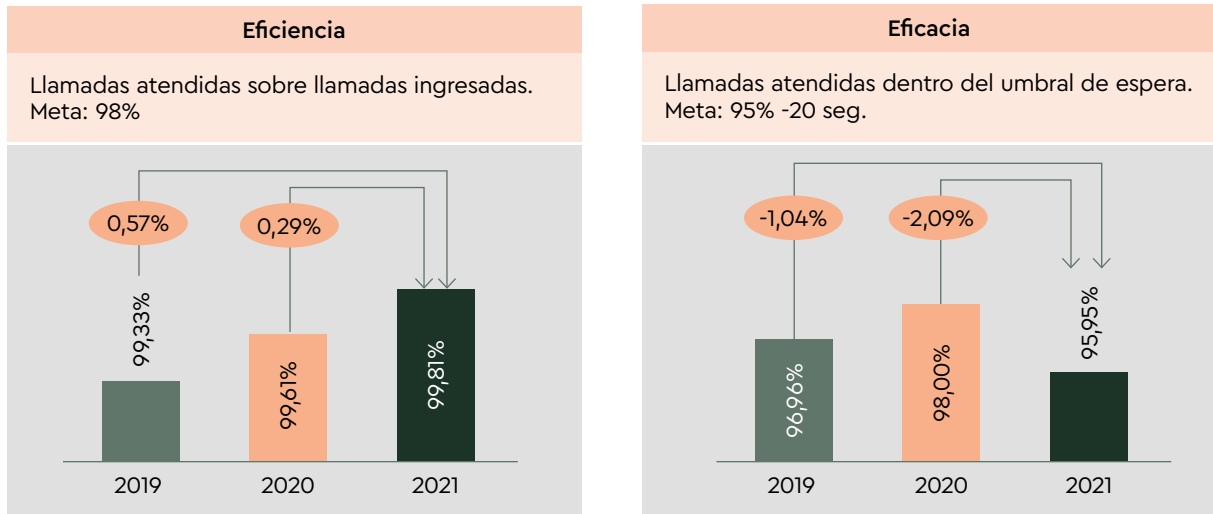
### Autorizaciones



Los indicadores de autorizaciones cumplen las metas definidas y, en general, mantienen los niveles de desempeño de los años anteriores.

## Indicadores de eficiencia y eficacia Oficinas:

### Servicio al Cliente

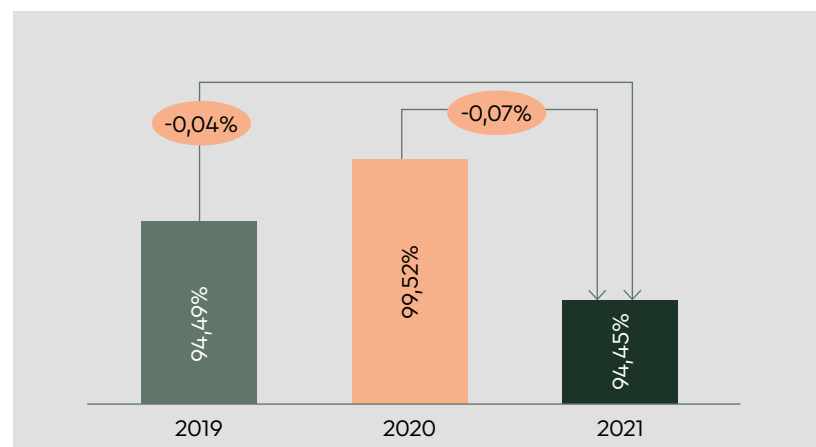


Los indicadores de atención en Oficinas cumplen las metas propuestas. Comparando los resultados con el año anterior, existe crecimiento en el desempeño de Clientes atendidos. Los tiempos de espera de estos hasta ser atendidos se han visto impactados por la situación sanitaria que atraviesa el país y, en consecuencia, con las exigencias del Organismo regulador de aforos.

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

Los requerimientos atendidos en tiempos al cierre del año evidencian un cumplimiento del 99,45% sobre una meta del 99%.

### Indicador de requerimientos atendidos

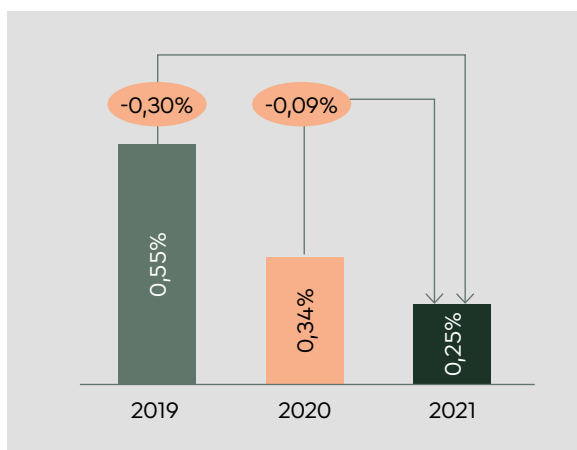


## Indicadores de Servicio - manejo de reclamos

En el año 2021 se evidencia una disminución del 25% 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 el ratio de requerimientos con categoría reclamo versus el total de requerimientos propios de la entidad. La meta del indicador es el 0,80%. Al cierre del año, el indicador fue del 0,25%. 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 impactos integrales para generar procesos proactivos, a través de la implementación de un comité diario que asegura el seguimiento y la alineación de todos los hallazgos y correctivos.

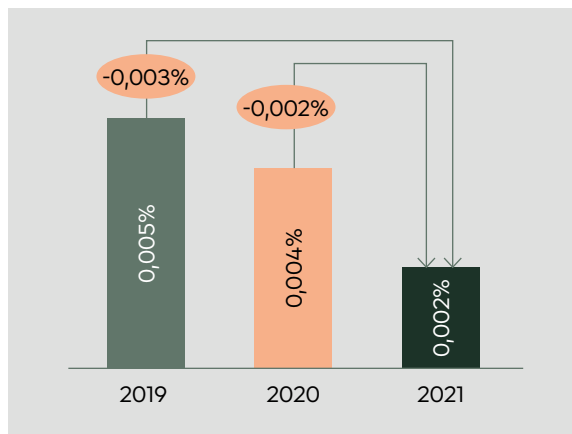
Indicador de reclamos



En cuanto al **indicador de 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 2021 fue del 0,002%, similar al resultado obtenido en el año anterior. Esto es consecuencia de la gestión de las áreas de procesamiento.

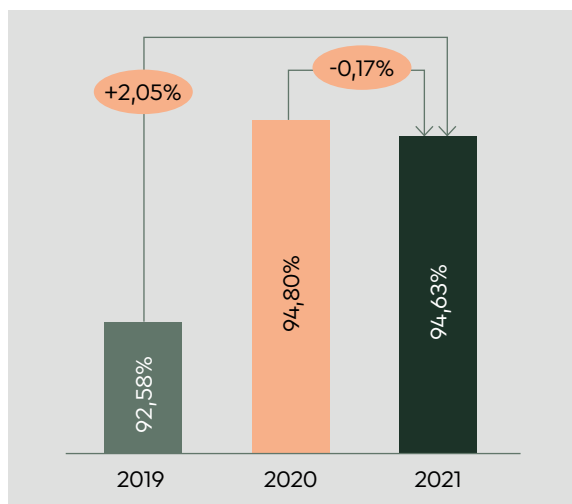
Indicador de reclamos por procesamiento



## 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 2021 fue del 90%. El resultado agregado del año 2021 fue del 94,63%. 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.

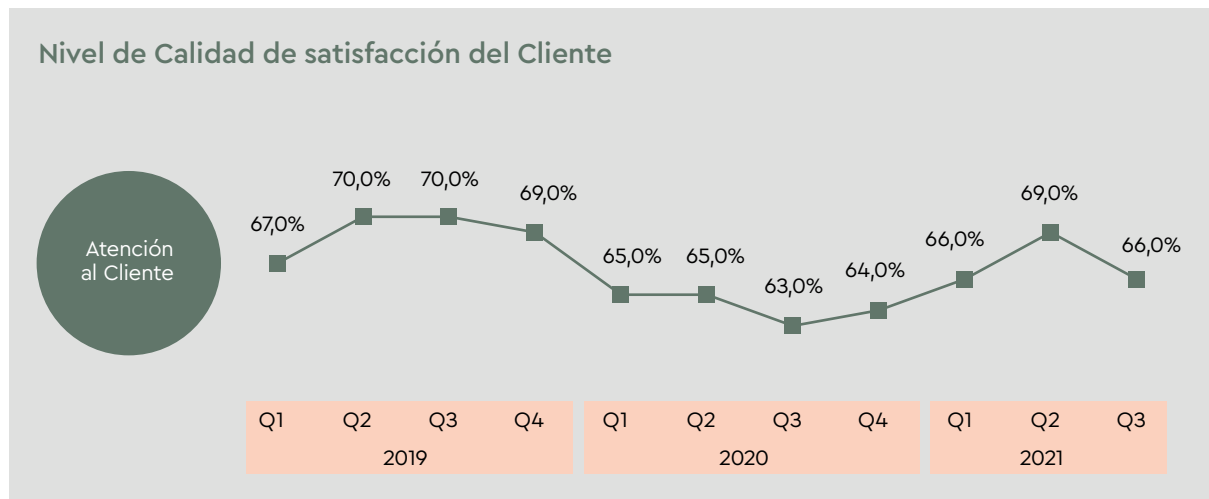
Indicador de resolución en línea



## Indicadores de Calidad: satisfacción del Cliente

Se incluye dentro de las mediciones de calidad, el indicador de satisfacción del Cliente con un proceso de medición trimestral que se genera a una muestra de Clientes que tomaron contacto con los canales de atención. Por lo cual se han determinado procesos de alineación con acciones propias en los Canales y con las áreas proveedoras de los servicios.

A continuación, los datos evolutivos, al cierre del último informe disponible (tercer trimestre del año 2021) y que evidencian un resultado positivo en el desempeño del indicador, que mide el total de encuestas satisfechas menos las insatisfechas:



Dentro de esta medición, se considera el desempeño de los canales: telefónico, a través de un operador y del IVR, Clientes que se han acercado a las Oficinas y Clientes que han ingresado a la web y a redes sociales.

## Imagen de marca Diners Club

### Publicidad y Marketing

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

Los dos últimos años han sido muy atípicos en el desarrollo mundial. En 2020, desde Diners Club, activamos la campaña Modo Ecuador, con la firme decisión de apoyar a la reactivación económica y, como no podía ser de otra manera, durante el 2021 continuamos con ese obje-





tivo enfocado en los sectores productivos y comerciales, a través de diferentes campañas.

Sabemos que el impulso por el consumo local es de alta importancia. Por ello, nuestros esfuerzos de comunicación y marketing estuvieron dirigidos a este fin. Tanto desde nuestro blog como desde la plataforma *Beneficios del Club*, ofrecemos información relevante para nuestros Socios de acuerdo con cada temporada. De esta manera, durante las campañas de *Vacaciones en Costa y Sierra*, promovimos el turismo nacional bajo el llamado "Escápate", mostrando el atractivo natural del país y su oferta hotelera y gastronómica, en el marco de la responsabilidad sanitaria que cada uno de nosotros debe tener.

Sensibles ante la importancia del retorno a las aulas de nuestros niños y jóvenes, nuestra campaña de *Regreso a Clases* mostró y compartió su emoción luego de meses de haber tenido únicamente contacto virtual a través de plataformas digitales. En este marco, el lema "Aprender sin límites" fue relevante para poner en la palestra la necesidad de *volver a clases, pero sobre todo de volver a compartir*.

Otro de los pilares que apoyamos es el gastronómico, siendo Diners Club el principal impulsor de los mejores even-

tos del país. Junto a *Grande Table*, desarrollamos alrededor de 20 eventos a nivel nacional con los restaurantes y chefs locales más destacados, además de invitados especiales internacionales, promoviendo al Ecuador como un destino gastronómico e incentivando al público a recorrer los restaurantes del país.

Para la temporada navideña, tuvimos una propuesta inesperada. La culminación de una etapa influye en nuestra motivación a futuro. Después de lo vivido los últimos dos años, quisimos dejarles saber, sentir y creer a nuestros Socios que cada uno tiene el poder de escribir un buen final en este capítulo. De ahí, el concepto de *ser creadores*: es la palanca que nos permite reinventarnos y salir adelante en este prometedor 2022.

Esta campaña fue un impulso para el comercio local, en la que se triplicó el número de centros comerciales participantes en *Días Diners*, beneficiándolos con exposición de marca y comunicación dirigida a nuestros Socios para darles a conocer toda la oferta de sus establecimientos comerciales en diferentes ciudades. Además, TITANIUM y Discover se sumaron con este apoyo, dirigiéndose a sus tarjetahabientes cada una con un concepto muy enfocado en sus particularidades.



Desde TITANIUM, sabemos que eso que tanto les apasiona a nuestros Clientes es el motor de la creación, de explorar nuevas experiencias, nuevos destinos junto a los que más quieren. El verdadero sentido de la creación es vivir. Mientras que Discover impulsó al segmento joven a convertir las tradiciones en tendencia y a crear nuevas tradiciones y compartirlas.

Las marcas Discover y TITANIUM se han sumado al impulso de Diners Club por el desarrollo comercial y productivo del país en las campañas de temporalidad, pero además cada una ha jugado un papel importante durante el año 2021. En el caso de la primera, se ha posicionado en la palestra de los E-Sports, convirtiéndose, junto con la Liga de Videojuegos Profesional, en co-creadores de torneos exclusivos para generar más espacios de interacción con sus Clientes y que disfruten de su afición.

Discover ofrece a sus tarjetahabientes momentos de diversión y los motiva a vivir sus aficiones al máximo, celebrando el deporte desde todos sus ámbitos. Recordemos que la marca también ha venido apoyando al fútbol ecuatoriano. Discover llevó a cabo una campaña con los hinchas de la Liga Deportiva Universitaria, una iniciativa para reconectarlos con su club y reafirmar su compromiso con el planeta. En una época en la cual no podían alentar al equipo desde los graderíos de su estadio, colocamos 2.000 árboles en su lugar para representar ese Aliento Eterno al equipo. Posteriormente, esos árboles fueron parte del plan de reforestación del cerro Casitahua, afectado por un grave incendio.

Durante el segundo semestre del año, la marca lanzó su tarjeta Discover-Barcelona para estar más cerca de los hinchas en momentos en los que volver al estadio era lo más esperado.

Discover es el mejor aliado para encontrar el lado D de las cosas, el lado diferente, diverso, dinámico. Por ello, busca que todos tengan la oportunidad de vivir estas experiencias únicas.

TITANIUM, por su parte, fue el principal impulsor de la visita a paisajes y experiencias insuperables. Llevando a sus tarjetahabientes por caminos impensables y místicos, nos hizo recordar que podemos vivir y ser los protagonistas de nuestras pasiones de una forma única e

irrepetible en diversas locaciones dentro y fuera del país.

Fiel a esta filosofía, la marca continuó apoyando a los deportistas que destacan por su Espíritu Insuperable y luchan por sus sueños. En 2021, deportistas de diferentes disciplinas estuvieron acompañados por TITANIUM, como es el caso de David Hurtado, la joven promesa de la marcha en Ecuador. En su primera participación en unos Juegos Olímpicos, logró posicionarse entre los mejores 20 del mundo. Tras un período de recuperación, Sara Palacios retomó su actividad competitiva en la natación de aguas abiertas, y se abrió paso hacia la ultra maratón de Molokai, Hawái. O, como Fátima Serrano, andinista y trail runner que compitió por primera vez en el Carhuayrazo, un evento ideal para corredores exigentes, debido a su buen nivel y su alto porcentaje de senderos

de montaña. Y Felipe Proaño, escalador ecuatoriano, quien ha formado parte del desarrollo de rutas y áreas de escalada en el país, como las Columnas de Tangán y las Torres de Simiatug.

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

Diners Club del Ecuador no ha recibido ninguna acusación por concepto de publicidad engañosa durante su 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 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 EDUCADO FINANCIERAMENTE

Sabemos de la **importancia** de aportarle a nuestra **sociedad, una mejor cultura financiera** para todos a través de herramientas y programas de educación financiera enfocados en las personas y su desarrollo.

**Martha Macas**

Representante de la nacionalidad Saraguro  
Loja





## LOGROS 2021

- Se alcanzó un total de 95.780 personas beneficiadas con Educación Financiera personal, para emprendedores y pymes, mediante procesos de capacitación o sensibilización, distribuidos en los siguientes grupos:
  - 63.439 Socios e Inversionistas
  - 1.379 Colaboradores
  - 30.962 Personas de la comunidad
- Se generó una nueva campaña comunicacional "Mini Fin tips" y "Financial personalities" con videos que son difundidos a través de Instagram.
- Se desarrolló el módulo para Colaboradores en la plataforma e-learning de la Organización.
- Se difundió el juego Ahorra para cuidar la Fauna llegando a 2.088 estudiantes escolares.
- Se mantuvieron las alianzas interinstitucionales, entre las que se puede destacar a Young Potencial Development, Impacto, Municipio de Suscal y Asolider.
- Se continuó con el programa para jóvenes de colegios fiscales a nivel nacional con la organización YPD.
- Se trabajó en conjunto con la organización Impacto para ejecutar la 4ta edición del Reto Digital, en la cual participaron 130 emprendedores.
- Se desarrolló la 1era edición del Reto Gastronómico, con la participación de 91 emprendedores.
- Debido a la gestión de RRPP, se logró obtener un Ad Value de USD 601.241 y una audiencia de 4'686.710 personas, mediante la gestión de entrevistas y PPRR.

## DESAFÍOS 2022

- Llegar a más de 109.224 personas beneficiarias del programa de Educación Financiera:
  - 70.671 Socios e Inversionistas
  - 1.628 Colaboradores
  - 36.925 personas de la comunidad
- 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 la formación de 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.
- Difundir el programa "Financial personalities".
- Continuar con el programa de apoyo al emprendimiento y finanzas personales para 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 en 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 establecen los parámetros, la cobertura, las temáticas y las modalidades que deberá tener la Educación Financiera brindada por las entidades reguladas, y que se debía ejecutar a partir de 2016. Al igual que en 2020, hemos enfocado los esfuerzos en el desarrollo de material digital, debido a la necesidad de transformación.

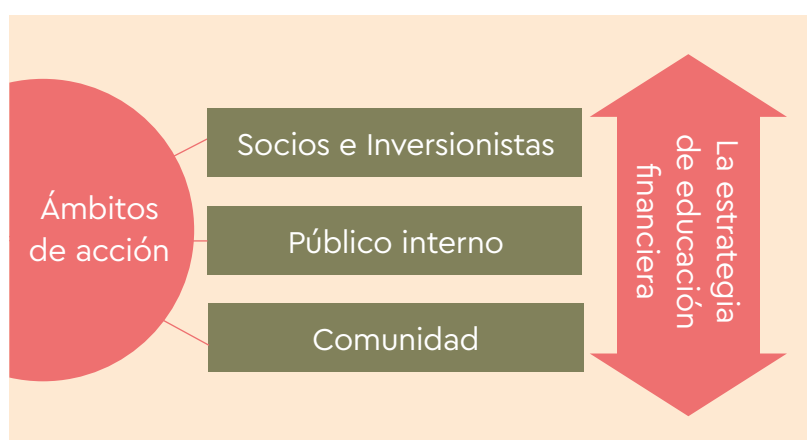
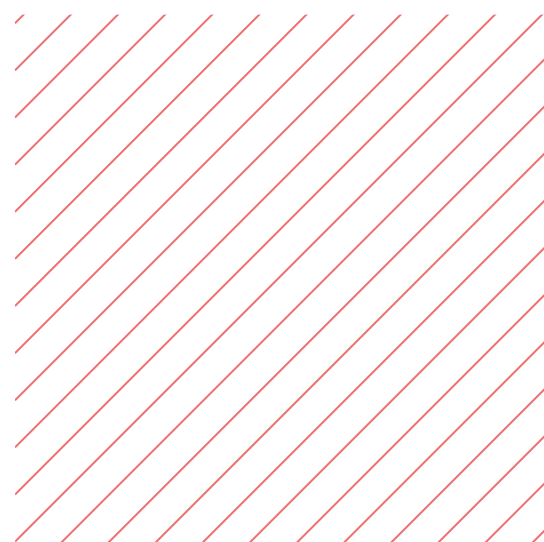
El Banco Diners Club del Ecuador ha ejecutado una estrategia específica de Educación Financiera que abarca tres grupos objetivos: Colaboradores, Socios o Clientes y personas de la comunidad. Esta estrategia se ha desarrollado desde hace 10 años y emplea metodologías diseñadas para cada grupo objetivo, 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 observar de manera resumida los resultados en cuanto a la cobertura de este programa:

## Resultados generales en coberturas del programa de Educación Financiera 2021

	Año	Cientes	Colaboradores	Comunidad	Total
Planificado	2020	49.075	1.130	25.642	75.847
Real		49.517	1.134	26.518	77.169
Planificado	2021	58.890	1.356	30.770	91.016
Real		63.439	1.379	30.962	95.780

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 2021

Tipo de capacitación	Cientes	Comunidad	Público interno	Total
Capacitación	816	5.463	573	6.852
Presencial	400	4.892	573	5.865
Virtual	416	571		987
Sensibilización	62.623	25.499	806	88.928
Presencial	30.676	3.400		34.076
Virtual	31.947	22.099	806	54.852
Total general	63.439	30.962	1.379	95.780

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

En 2021, se trabajó sobre dos módulos: Planificación en finanzas personales y familiares y aspectos de tributación (declaración de impuestos, declaración de gastos, gastos deducibles). Esto atado a temas de planificación de gastos familiares, con el objetivo de aportar a una necesidad identificada de mayor conocimiento con respecto al proceso de declaración de impuestos, pero al mismo tiempo vinculado a un análisis de la planificación de gastos familiares. En total, se capacitó a 573 Colaboradores.

Adicionalmente, se generó comunicación con la intención de optimizar el gasto en festividades y, de esta forma, evitar gastos innecesarios. Esta comunicación se compartió con todos los Colaboradores de la Organización.

Actividad	Beneficiarios
Cultura tributaria y gastos familiares	373
Finanzas personales en tiempo de crisis	200
Total	573

### 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 cuatro ejecutivos especialista de Diners Club en distintas disciplinas.

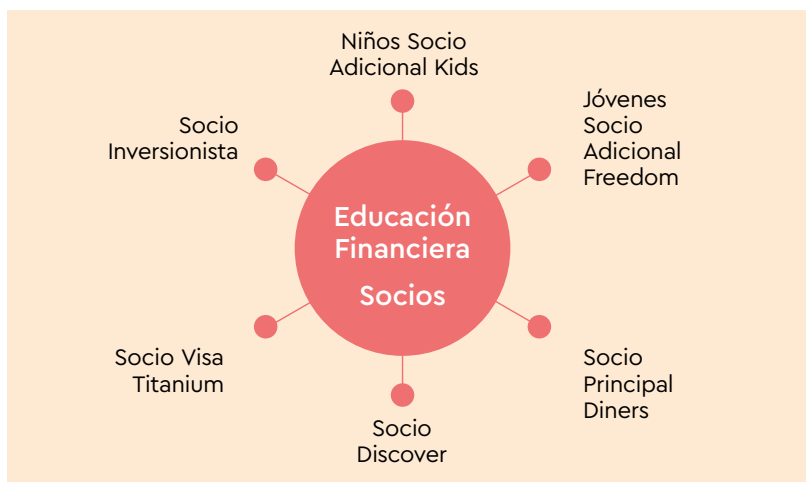


Taller cultura tributaria y gastos familiares



## 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.

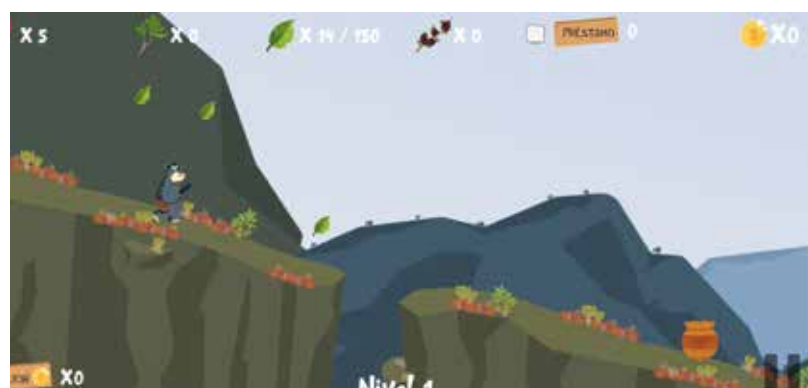


Etiquetas de fila	Suma de ejecutado
Capacitación Financial Education	116
Promoción Ahorra para cuidar la Fauna, desarrollo juego digital	288
Tips educativos radiales	17.307
Trivia Financiera Freedom	336
Videos educativos en Agencias	18.756
Video: ¿Cómo ganarle a la crisis? Pensar a largo plazo	700
Entrevistas Educación Financiera para niños	1.000
Folleto Medios de pago digitales	10.296
Mini fin tips	14.640
Total	63.439

### Uso de plataforma Financial Education

Esta es una herramienta desarrollada para el manejo financiero y familiar de nuestros Clientes y de la 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 116 de nuestros Socios han utilizado esta herramienta.



## Promoción Ahorra para cuidar la Fauna, desarrollo juego 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. En 2021 se continuó difundiendo este juego en distintos establecimientos educativos, llegando a trabajar con 288 niños/as. Este es un juego gratuito dirigido a niños de hasta 13

años y se lo puede descargar desde Google y Mac Store. Tiene por objetivo difundir dos conceptos clave (ahorro y crédito) a partir de la concientización por el cuidado de fauna en peligro de extinción en el Ecuador.

## 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 de más de 17.307 personas.

Igualmente se contó con la difusión de tips radiales por parte del programa *Conversando con Andrés Carrión* en Radio Platinum durante un semestre.

En total, durante el año se logró alcanzar 79 notas de prensa y, por lo menos, 40 entrevistas de radio y TV que nos permitieron llegar a una audiencia de 4'686.710 personas.

## Trivia Financiera para jóvenes

La Trivia Financiera tiene la finalidad de 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 con 336 estudiantes de secundaria.





## 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 2021 se difundió un video sobre medios de pago virtual producido por Andrés Panasiuk,

### Video: ¿Cómo ganarle a la crisis? Pensar a largo plazo

En alianza con una de las personas más influyentes en temas de Educación Financiera en América Latina, Andrés Panasiuk, se difundió uno de sus videos relacionado con estrategias para salir de la crisis. Producto de esta actividad pudimos llegar a 700 personas a nivel nacional.

### Entrevistas sobre Educación Financiera para niños

Aprovechando la posibilidad de difundir la información por canales no tradicionales, hemos identificado algunos espacios y programas en redes sociales para difundir contenido importante sobre Educación Financiera. En este caso específico, participamos compartiendo tips para la educación de niños, llegando a un público aproximado de 1.000 personas.

### Folleto: 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 revis-



ta 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 10.296 Clientes.

## Campaña Mini Fin Tips

Esta serie de videos tiene la intención de compartir información muy valiosa sobre tips para emprender, consejos para emprendimientos gastronómicos, consumo responsable y presupuesto personal. Estos videos han llegado a más de 14.640 personas.

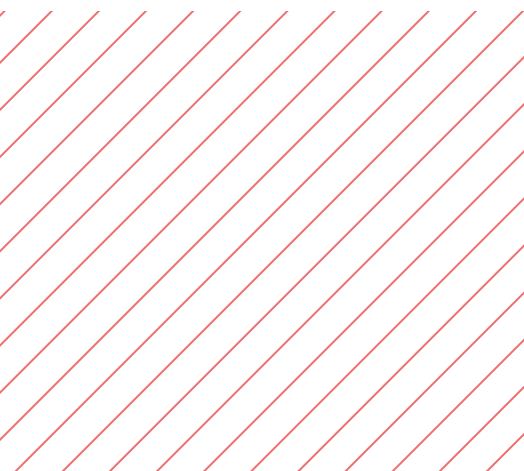
## A.3 EDUCACIÓN FINANCIERA CON LA COMUNIDAD

Con respecto al desarrollo del programa de Educación Financiera en vinculación con la comunidad, se han establecido 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
Capacitación a asociaciones de emprendedores	1.368
Difusión Ahorra para cuidar la Fauna en escuelas	1.800
Difusión competencias para el emprendimiento, colegios Suscal	264
Difusión plataforma Financial Education	571
Reto Digital	110
Tips educativos radiales	5.936
Video: ¿Cómo ganarle a la crisis? Pensar a largo plazo	9.200
Entrevistas Educación Financiera para niños	1.600
Mini Fin Tips	6.963
Emprendimiento en colegios fiscales	1.750
Emprendedores gastronómicos programa Orígenes	250
Finanzas personales universidades y otras organizaciones	500
Capacitación emprendimiento para mujeres	500
Emprendedores Reto Gastronómico	150
<b>Total general</b>	<b>30.962</b>



## Capacitaciones a emprendedores

Con el objetivo de generar mayor impacto en nuestro programa, continuamente estamos generando alianzas con distintas organizaciones para, de este modo, beneficiar a un público mayor con el programa de Educación Financiera. En este caso específico, en emprendimiento, hemos trabajado con 1.368 personas.

## Talleres Conservación Ambiental y Educación Financiera

Usando la nueva app con el juego Ahorra para cuidar la Fauna en su versión digital, este 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 1.800 niños que han participado en este juego.

## Difusión plataforma Financial Education

Se ha realizado difusión y capacitación para el uso 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. En este sentido, 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 permitido que 571 nuevos usuarios la utilicen.

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

*Convocatoria a postulantes:* se realizó una convocatoria a inscribirse en redes sociales a los postulantes.

*Selección de finalistas:* se hizo tomando en cuenta las siguientes variables: alineación estratégica, innovación, viabilidad financiera y 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: Responsabilidad Social e Innovación, un proveedor especialista en Ecommerce y un especialista en desarrollo de proyectos. Este jurado seleccionó a finalistas y ganadores.

Este Reto tuvo una participación de 130 emprendimientos, de los cuales se escogió a 10 finalistas y posteriormente a tres ganadores. En esta ocasión, debido a sus características, se definió un empate en el 3er lugar con dos emprendimientos. De tal forma que al final obtuvimos cuatro ganadores, que fueron los siguientes:

- Sauber.- son cepillos dentales fabricados en Ecuador con la más alta calidad gracias a la tecnología alemana. Su diseño ergonómico, sencillo y colorido, además de cuidar la sonrisa, cuida el planeta. Al terminar con la vida útil de sus cerdas, solo es necesario reemplazar la cabeza del cepillo para continuar su uso. Así se produce 80% menos desperdicio plástico, en comparación con la compra de un cepillo dental nuevo cada vez. Además, su mango, al ser fabricado de un solo material (polipropileno) permite su reciclaje, tanto al momento de producirlo como al momento en el que el consumidor decida desecharlo. Todo esto con el fin de reutilizarlo y reinsertarlo en el proceso de producción.

- OVA .- es una marca ecuatoriana enfocada en trabajar por la salud de las mujeres y la sostenibilidad ambiental para el control de la menstruación. Junto con cada persona que elige usar la copa menstrual OVA, creamos grandes cambios. Queremos empoderar a mujeres sobre el conocimiento de su salud, aportar a la sostenibilidad del planeta y fortalecer las economías personales.
- Atlas Packaging.- Es una empresa que se dedica a comercializar packaging compostable biodegradable para alimentos, así como bolsas multiuso. Todo basado en la idea de eliminar el plástico de un solo uso.
- Marca Patito.- Es un canal de ventas basado en economía circular. Aplicamos principios de sostenibilidad para rediseñar e innovar en la cadena de producción y consumo.

*Fortalecimiento comercial.-* como parte del premio, los ganadores recibieron mentorías por parte de Colaboradores de Diners Club, que compartieron su experiencia para potenciar sus ideas de negocio. Además, participaron de un proceso de fortalecimiento comercial mediante una gira de medios, radio y redes sociales, donde pudieron exponer sus iniciativas. Finalmente 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.



## Apuesta Ecuador

En alianza con otras empresas, se dio paso a este concurso con la intención de apoyar al emprendimiento. Los participantes recibieron nuestro apoyo en un programa de capacitación a los finalistas en herramientas de marketing digital, business intelligence, mentorías para fortalecer sus negocios y, adicionalmente, difundiendo los productos de los ganadores en las categorías de Pymes y emprendimientos a nuestros Socios.

## 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 de cerca de 6.000 personas. Adicionalmente, se realizó una difusión de tips radiales con Andrés Carrión, que se difundieron en radio Platinum con muy buen alcance nacional.

## Videos: ¿Cómo ganarle a la crisis?

Se continuó con la difusión de material trabajado con Andrés Panasiuk, con el contenido de tips para salir de una crisis financiera. Esta información ha sido de mucha ayuda, tomando en cuenta la coyuntura actual. Se llegó a más de 1.200 personas.

## Entrevistas Educación Financiera para niños

Aprovechando la posibilidad de comunicar la información por canales no tradicionales, hemos identificado algunos espacios y programas en redes sociales para difundir contenido importante sobre Educación Financie-



ra. En este caso específico, participamos compartiendo tips para la educación de niños, llegando a un público aproximado de 1.600 personas.

## Campaña Mini Fin Tips

Esta serie de videos tiene la intención de compartir información muy valiosa sobre tips para emprender, consejos para emprendimientos gastronómicos, consumo responsable y presupuesto personal. Estos videos han llegado a cerca de 7.000 personas.



## 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, ne-



cesidades y uso del dinero, elaboración de presupuesto, 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 2021 se llegó a 1.750 estudiantes.

## Emprendedores gastronómicos programa Orígenes

Paralelamente, en el programa Orígenes de rescate gastronómico, uno de los módulos que se comparte con los participantes está relacionado con Educación Financiera para manejo de negocios gastronómicos. Se los capacita sobre elaboración de presupuestos, control y establecimiento de costos, definición de punto de equilibrio, entre otros temas. En este programa participaron cerca de 250 personas.



## Finanzas personales para universidades y otras organizaciones

La problemática identificada en el deterioro de la calidad de vida de las personas se da fundamentalmente por problemas económicos. En este sentido, abordamos el módulo relacionado a finanzas personales, en el cual, a partir de algunos ejercicios, como un auto-diagnóstico, apoyamos a las personas a identificar sus metas de realización de manera integral. Posteriormente se las guía para concretar sus metas personales y concomitantemente las económicas para terminar en la elaboración de presupuestos y reducción de gastos personales. En 2021 se trabajó con 500 personas en este programa.

## Emprendimiento: Red de mujeres líderes Asolider

Con el objetivo de trabajar 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 estructura-

ción de presupuestos. En 2021 se trabajó con 500 personas aliadas a esta red.

## Emprendedores Reto Gastronómico

Debido a la experiencia en el Reto Digital, en 2021 se dio paso a la primera versión de este concurso. Su objetivo fue fortalecer emprendimientos con necesidad de apoyo. Con este antecedente, se inscribieron 91 emprendedores, los cuales accedieron a una fase de capacitación gratuita en temas como innovación, modelo de negocio, sustentabilidad alimentaria e E-commerce.

En una fase posterior, se escogió a 15 de estos emprendimientos, los cuales tuvieron acceso a una capacitación más específica para afinar sus propuestas. Al final, participaron de un pitch para escoger a los ganadores.

Tres emprendimientos fueron escogidos como los ganadores, en el siguiente orden:

- Restaurante El Complejo
- 59 TRES
- Verde & maní

Los premios establecidos dentro de este concurso son:

1er lugar.- USD 5.000 para invertirlos en fortalecer su negocio

2do y 3er lugar.- Curso de gastronomía

En los tres casos, reciben beneficios adicionales, como difusión de su marca en una gira de medios de comunicación, mentorías con funcionarios de Dinero Club especialistas en distintas áreas, como mercadeo, innovación y finanzas, con el objetivo de evidenciar oportunidades de mejora.



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
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
Adultos en comunidades	Módulos para talleres presenciales



Grupo	Metodología
Microempresarios	Módulos para pymes



Grupo	Metodología
Newspaper	Folleto informativo para Clientes





Grupo	Metodología
Estudiantes escolares	Ahorra para cuidar la fauna



Grupo	Metodología
Emprendedores gastronómicos	Manual para manejo de emprendimientos gastronómicos



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 de emprendimiento y para salir de la crisis



## 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 2021 se obtuvieron indicadores muy relevantes, los cuales, en resumen, se detallan a continuación:

Audiencia: 4'686.710 personas

Ad value (valor generado por difusión del programa, debido a gestión de RRPP): USD 601.241

# — EXTENDIENDO — **LA EXCELENCIA EN** LA CADENA DE VALOR



Es parte de  
nuestro  
**compromiso**  
apoyar y  
acompañar  
a nuestros  
establecimientos  
aliados y  
ofrecerle a  
**nuestros**  
**Socios** una  
amplia red de  
**productos**  
**y servicios**  
exclusivos  
para ellos.

**Jonatan Nazareno**  
Beneficiario del programa Diners Club-UNICEF  
Esmeraldas



## LOGROS 2021

- Las ventas totales en toda la red de establecimientos afiliados en las cuatro marcas, Diners Club, Visa, Mastercard y Discover, ascendieron a USD 3.065 millones en el año 2021.
- Diners Club apoyó a los Establecimientos mediante campañas promocionales, con el objetivo de incrementar su facturación, apoyando a los comercios locales y a los productos ecuatorianos a través de las campañas con las siguientes acciones: Vacaciones Costa / Sierra, Regreso a Clases Sierra y Costa, Modo Home, Familia, Fiestas Julianas, Modo Tasty, Restaurantes 25%, Black Season, Ciber Monday, Navidad, Días Diners, entre otras.
- Durante 2021 se trabajó en la estrategia de Banca Digital para Establecimientos, la cual se empezó a pilotear en el mes de diciembre con comercios que forman parte del grupo empresarial.
- El año 2021 presentó un incremento del 31% vs. 2020 en adquisición corriente Visa y MasterCard; con un total de facturación entre las dos marcas en crédito corriente de USD 2.285 millones, derivado de las acciones comerciales.

## DESAFÍOS 2022

- Fomentar la economía del país, promoviendo el consumo local de nuestros Socios y apoyando a los Establecimientos afiliados mediante campañas promocionales que les ayuden a potenciar sus ventas.
- Aplicación de una nueva cobertura comercial para abordar los nuevos retos de la Banca Digital y lograr la integralidad de atención a los Clientes de nuestra cadena de comercios.
- 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 incrementar el tráfico en el Establecimiento dando a conocer a los Socios las nuevas ofertas de manera atractiva.
- Incrementar la participación de adquisición corriente de Mastercard, recientemente introducida, con propuestas de valor atractivas para los Establecimientos que aseguren su permanencia en el tiempo.



## A. LA RED DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DINERS CLUB

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, guiados por los principios éticos y de responsabilidad corporativa.

La red de Diners Club del Ecuador se conforma por 57.997 Establecimientos afiliados, todos ellos agrupados en diferentes giros de negocio (restaurantes, hoteles, supermercados, academias, líneas aéreas, electrodomésticos, almacenes por departamentos, entre otros), con una nueva segmentación en función del Sector Económico, Tamaño, Facturación Diners, Margen de Contribución, Adquirencia, Ingresos del Comercio y Relevancia para Diners Club. Esto nos permite enfocar acciones de acuerdo con las necesidades de cada segmento.

En cuanto a la interacción con los Establecimientos, esta se ejecuta a través de los Ejecutivos de Negocio, Call Center de Servicios, Oficinas, Comunicación Digital y el Portal de Servicios Web para Establecimientos. De igual manera, en esta época son muy importantes los sis-



temas 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 el 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 cancelados 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: corriente, diferido a 3, 6, 9, 12 hasta 48 meses, planes con y sin intereses y diferido Plus, mismo que se promovió en las campañas durante 2021.



GRI 203-1 / GRI 203-2

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

### 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 para sus necesidades particulares.

En el año 2021, se realizaron campañas para impulsar la facturación, incrementar nuestra participación de mercado y apoyar a los comercios en su desarrollo. De acuerdo con las medidas del gobierno aplicadas en diferentes meses del año, Diners Club fue generando campa-

ñas con beneficios en Establecimientos (presencial y web) y facilidades de pago con dos meses de gracia para las especialidades de Ferreterías y Construcción, Electrodomésticos, Papelerías y Librerías, Vestimenta, Restaurantes, Academias, Servicios Públicos, entre otros. Convirtiendo así a Diners Club en un aliado estratégico para sus ventas.

### B.2 CRÉDITO A LOS ESTABLECIMIENTOS

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



## PROVEEDORES

### LOGROS 2021

- El año 2021 nos ha exigido que nuestra cadena de Proveedores se adecúe a las dinámicas de trabajo remoto.
- Para acompañar las metodologías de trabajo se ha desafiado a todos los Proveedores en sus formas de hacer las cosas, buscando optimizar los recursos desde distintas ópticas.
- Se ha realizado un trabajo de optimización de locaciones de trabajo y se ha remodelado con espacios colaborativos, para hacer permanentes los ahorros.
- El 2021 constituye un hito en la incorporación de todas las áreas a la dinámica de la Política de Adquisiciones, garantizando procesos aún más transparentes y mayor eficiencia para la Organización.

### DESAFÍOS 2022

- Apoyar a la Organización en la búsqueda y selección de Proveedores, quienes acompañen la situación actual apoyando con mejores costos y optimizaciones de sus procesos.
- Consolidar la participación del equipo de adquisiciones dentro de la Organización, para apoyar a todas las áreas en la búsqueda de alternativas de calidad, y resolver las distintas necesidades de compra o contratación.
- Mantener un modelo de operación flexible, que permita atender a la Organización ante los distintos cambios que estamos enfrentando actualmente por la coyuntura sanitaria mundial.
- Consolidar dentro de Diners Club los procesos normados para continuidad de negocios, seguridad de la información y protección de datos.



## A. GESTIÓN CON PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

103-2 (203) / GRI 103 -1/2/3 (203)

Diners Club, dentro de su modelo operativo del año 2021, ha priorizado el fortalecimiento de sus relaciones con sus Proveedores para lograr eficiencias que se traducen en optimizaciones y ahorros de costos. Siempre manteniendo total transparencia en la gestión de 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. Además se han incorporado los lineamientos bajo los que deben trabajar los Proveedores en temas de Seguridad de la Información, Protección de Datos y Continuidad de Negocio. Adicionalmente se está trabajando en definir acciones particulares de seguimiento y requisitos que deban cumplir.

La gestión se ha enfocado en buscar estrategias de administración y manejo

de los gastos para la obtención de ahorros en todos los servicios; pero principalmente para el desarrollo, en conjunto con los Proveedores, de un modelo de operación que nos dé eficiencia de costos en el largo plazo, adaptándolos a las nuevas realidades económicas de la Organización.

GRI 102-9

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

El año 2021 ha marcado un hito dentro de Diners Club, pues se han reforzado los procesos transversales de adquisiciones, involucrando a esta unidad a apoyar en todo nivel para la búsqueda y selección de soluciones a las distintas necesidades de la Organización. Todo esto, enmarcado siempre en procesos transparentes que garanticen un manejo lo más ecuánime posible, otorgando a todos los participantes la misma oportunidad dentro de cada proceso.

Para el año 2021 contamos con una base de 199 Proveedores nacionales e internacionales, en los que se puede observar que existe una concentración del 86% en aquellos de pequeñas y medianas empresas. Para la gestión de estos últimos, Diners Club mantiene un contrato con la empresa Lógica, quienes tienen a su cargo la calificación de los tres grupos de Proveedores (Mínima, Menor y Mayor), analizando principalmente su:

- Perfil Empresarial
- Capacidad Operativa
- Perfil Comercial
- Análisis Financiero
- Variables de Responsabilidad Social

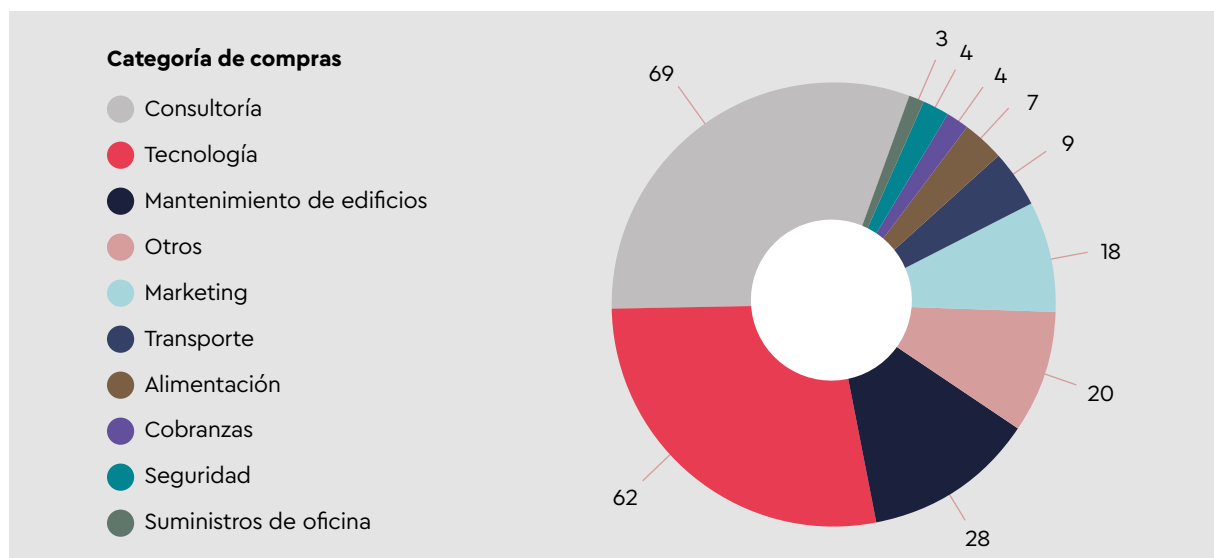
#### Clasificación de Proveedores

Clasificación de Proveedores por tamaño				
Tipo	2019	2020	2021	%
Grandes	34	30	29	15
Medianos	67	43	31	16
Pequeños	227	151	139	70
Total	328	328	199	100

### Distribución de Proveedores por tipo de servicio - año 2021

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 2021







## B. ESTRUCTURA Y POLÍTICA DE ADQUISICIONES

La Política de Compras durante el año 2021 ha sido actualizada para mejorar la forma en que apoya a todas las áreas de la Organización en el abastecimiento y provisión de los bienes y servicios que necesitan. Se aspira a que siempre sea una herramienta que garantice la transparencia de los procesos, en una constante búsqueda de optimizaciones mediante la contratación de los mejores Proveedores a los mejores costos.

Un pilar fundamental de la Política de Compras es enmarcar adecuadamente a los Proveedores de la Organización para garantizar el cumplimiento con normativas internas relacionadas con Seguridad de la Información, Protección de Datos y Continuidad de Negocio, así como las relacionadas a los lineamientos dados por la normativa de la Superintendencia de Bancos.

Para la aplicación de la normativa, se ha definido un proceso donde las áreas levantan una necesidad debidamente aprobada, la misma que pasa a un proceso de cotización entre al menos tres Proveedores. Con las tres propuestas recibidas, se procede a un análisis multidisciplinario dentro de la Organización, mismo que involucra evaluación técnica de la propuesta, evaluación económica y, según el tipo de servicio, análisis de otras áreas cuyos procesos tengan relevancia en la compra o contratación. Con todo el análisis realizado, se presenta para la aprobación final del Comité de Compras, conformado por directivos de Diners Club, quienes ratifican la decisión y dan paso a la formalización de la compra o contratación.



## B.1 LOS ACUERDOS DE NIVELES DE SERVICIO, UN REFERENTE DE CALIDAD ENTRE EL PROVEEDOR Y NUESTRA ORGANIZACIÓN

Toda contratación, independientemente de su criticidad o la naturaleza de su servicio, contará con un grupo de indicadores para medir el desempeño del Proveedor. Con ello, se asegura que los aliados estratégicos cumplan las expectativas mínimas que requiere Diners Club dentro de su operación. También este proceso de revisión constante abre la posibilidad de encontrar mejoras continuas a lo largo de todo el proceso.

Los acuerdos de nivel de servicio 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.

GRI 409-1 / GRI 412-3

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

Diners Club, consciente de su rol en la sociedad, enfoca su gestión de adquisiciones dentro de un marco que prioriza generar buenas prácticas al servicio de la comunidad.

Entre las principales iniciativas que se enmarcan en este enfoque, tenemos siempre la consigna de dar oportunidad en nuestros procesos a pequeñas y medianas empresas, enfocando en ciertos servicios la búsqueda de Proveedores de estos grupos. Se consigue así el desarrollo en materia económica, apoyando al objetivo de lograr un mejor nivel de vida.

Además, cabe mencionar que todos los contratos tienen cláusulas para la no contratación de mano de obra infantil y trabajo forzoso. En el caso de incumplir con estos principios, el contrato puede darse por terminado.



## C. CONTRATISTAS

En el año 2021 se ha continuado con importantes negociaciones y contrataciones de bienes y servicios con empresas nacionales, a las cuales se les ofrece la oportunidad de ser parte de nuestro portafolio de Proveedores en condiciones equitativas y eficientes, siempre garantizando que satisfagan las necesidades del Cliente interno y el cumplimiento de los más altos niveles de servicio.

Uno de los hitos más importantes de 2021 ha sido el empeño por conservar las plazas de trabajo en terceros que se ofrecían, mirando formas en que las plantillas de los Proveedores de Diners Club sean afectadas en la menor medida posible, producto de los cambios realizados por motivo de la coyuntura sanitaria mundial.

**Diners Club,  
consciente de su  
rol en la sociedad,  
enfoca su gestión  
de adquisiciones  
dentro de un marco  
que prioriza generar  
buenas prácticas  
al servicio de la  
comunidad.**



# CONSTRUYENDO FUTURO CON LA COMUNIDAD



**Nuestro  
compromiso**  
con la  
comunidad se  
ve reflejado  
en proyectos  
continuos de  
educación,  
en la creación y  
difusión de  
**arte y  
cultura**, al  
igual que en  
el rescate  
de nuestros  
**orígenes  
gastronómicos.**

**Yareth Hurtado**

Estudiante rondas lectoras Diners Club-UNICEF  
Esmeraldas





# LOGROS 2021

- **123.713** niños, niñas, jóvenes y adultos beneficiados en 2021 con la Alianza Diners Club-Unicef y otros programas sociales que mantenemos con la Comunidad.
- La Alianza Diners Club-Unicef tuvo los siguientes resultados en 2021:
  - 45.035 niños/as involucrados en planes de mejoramiento de la educación.
  - 5.263 maestros/as de 454 escuelas capacitados/as.
- Se realizó el evento Diálogos Inusuales a propósito de la celebración de **20 años de la Alianza Diners Club Unicef**, con la participación de expertos nacionales e internacionales.
- Se implementó el programa de **profesionalización** para docentes de zonas rurales de Esmeraldas, con un sistema de becas en alianza con la Universidad Católica de Esmeraldas para **73 maestros**.
- Se continuó con el proyecto Edupasión, el mismo que realizó 116 encuentros de **rondas lectoras con 1.718 maestros y 218 mentores capacitados**. Este programa tuvo 17.415 usuarios en su web.
- El programa Orígenes de rescate de la gastronomía ecuatoriana creó y difundió la serie de TV *Secretos de Familia II*, con 14 capítulos, que alcanzó más de 5 millones de reproducciones en redes sociales.
- Orígenes capacitó en bioseguridad, mercadeo on line, finanzas, calidad de servicio y temas gastronómicos en **38 talleres con 13 localidades. Se logró capacitar a 1.281 personas** a nivel nacional.
- Se lanzó el libro de Orígenes **Cocina de Celebraciones**, que se puede canjear por millas por medio de Club Miles.
- El programa **Artisteca** duplicó su cobertura este año. Participaron **46.000 personas**, tanto de manera virtual como presencial, y se realizaron 433 talleres y eventos.
- Se realizaron tres cursos de formación docente en la plataforma virtual de la UTPL, llegando a 150 personas para incorporar el arte en sus asignaturas.

- Se continuó con el proyecto Sinfonía por la Vida en Esmeraldas, en el que participan 158 niños, niñas y adolescentes.
- Fundación El Triángulo: se apoyó el programa de arte que llega a 156 niños con discapacidad.

# DESAFÍOS 2022

- Fortalecer el aporte a la educación y protección de la niñez y adolescencia mediante el programa de la Alianza Diners-Unicef, con la finalidad de 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.
- Implementar el programa Orígenes en alianza con el Plan Binacional en la zona fronteriza con Perú.
- Implementar la décimo primera fase del proyecto Orígenes enfocado en 10 localidades de menos de 25.000 habitantes, rescatando las recetas.
- Continuar con el programa Artisteca, que beneficiará a 46.123 personas, especialmente a las vulnerables, tanto de manera presencial como virtual y a nivel nacional.
- Continuar con la producción de 72 videos de arte para apoyar el proceso de formación en arte de manera virtual.
- Acompañar los procesos de enseñanza-aprendizaje en 54 aulas, 27 docentes y 1.350 estudiantes, ya sea de manera virtual o presencial.
- Realizar los concursos de Cineteca, Atapalabras y Crearteco para los adolescentes.
- Casa de Arte Yarina: apoyar los talleres permanentes de instrumentos con base en métodos de aprendizaje de la música tradicional, dirigidos a 50 niñas, niños, adolescentes y jóvenes, y la producción de tres recitales.



## 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 59 años. En 2001, se añadió a la línea de apoyo cultural un aporte al mejoramiento de la Educación en Ecuador, 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 en 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 rescate gastronómico "Orígenes", el programa de Educación Financiera "Financial Education", el programa Sinfonía por la Vida de la Orquesta Sinfónica 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 2021 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, manejo de finanzas y servicio al cliente. Se realizó la primera edición del Reto Gastronómico, con el objeti-

vo de fortalecer emprendimientos en este ramo.

- En la parte comunicacional, se difundió la serie *Secretos de Familia II*, con 14 programas, llegando a una audiencia de 566.545 personas por televisión y a más de 5'166.872 personas en redes sociales
- Se publicó el libro **Cocina de Celebraciones**, el cual puede ser canjeado en Club Miles o a través de Dinediciones, para apoyar a este programa.
- **Alianza Dinners-Unicef.** Enfocada principalmente en la niñez y la juventud más vulnerable y en programas como Educación Rural, Nación de Paz, creación de material y repositorio didáctico intercultural, fortalecimiento docente y creación de metodologías apropiadas, entre otras.
  - Diálogos Inusuales por la Educación: Se realizaron con motivo de la celebración de los 20 años de la Alianza, con la participación de varios expertos nacionales o internacionales.
  - 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: 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 emprendimientos 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 en el 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.

GRI 413-1

## 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.

- Definición de costo, presupuesto y cronograma para su aprobación.
- Establecimiento de responsabilidades, acuerdos y convenios entre las partes.
- 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 ONGs 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 2021

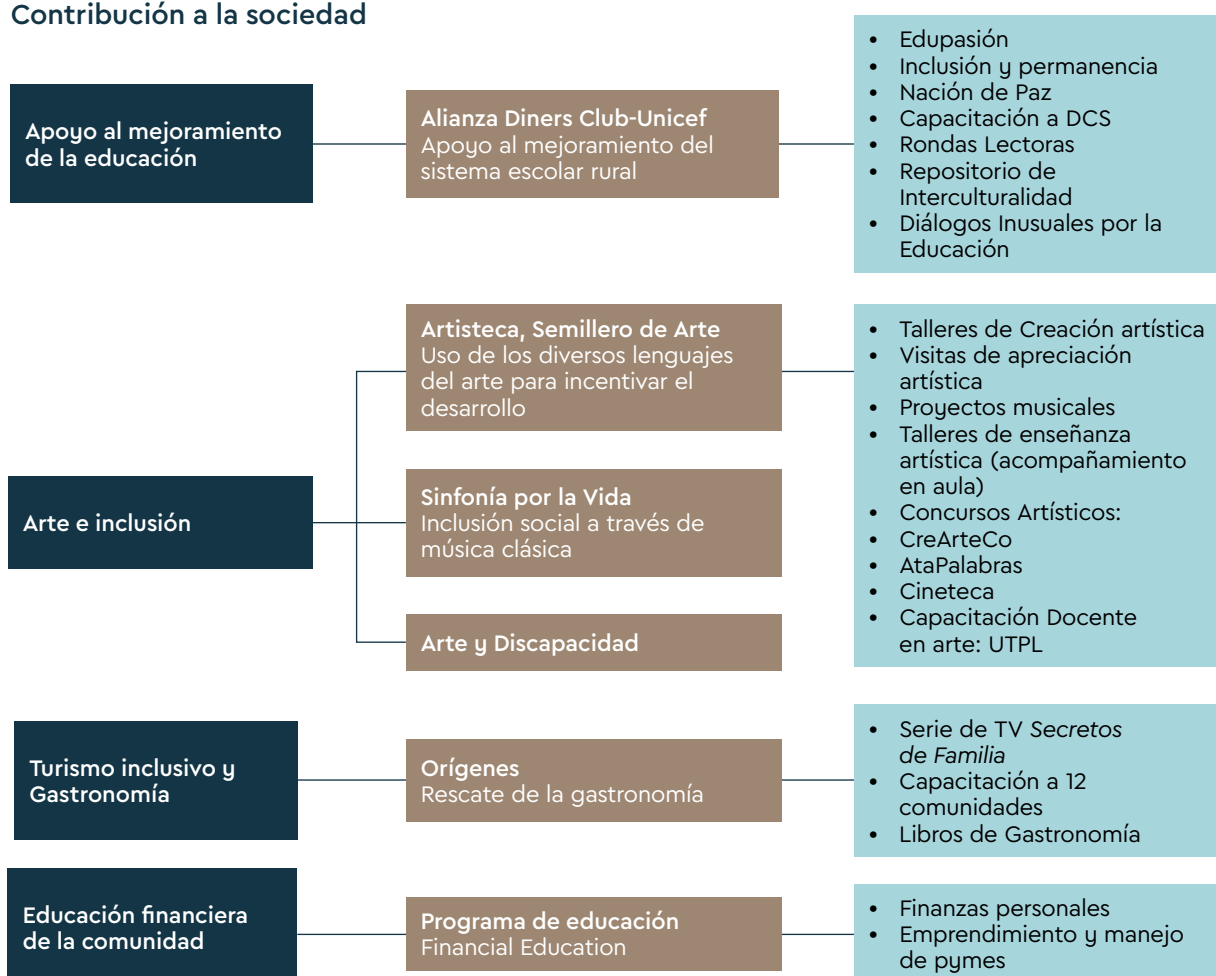
Programa	Proyecto	Lugares	Cobertura/ personas
Alianza Diners Club-Unicef	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecimiento del sistema educativo rural</li> <li>Nación de paz</li> <li>Programa Edupasión y fortalecimiento de la lectura</li> <li>Educación pluricultural</li> <li>Repositorio de Interculturalidad</li> <li>Diálogos Inusuales por la Educación.</li> <li>Profesionalización Docente</li> </ul>	Quito, Manabí, Esmeraldas, Sucumbíos, Napo, Pichincha, Imbabura	45.035
Educación Financiera	Educación financiera con la comunidad	A nivel nacional	30.962
Sinfonía por la Vida	Orquesta Sinfónica Esmeraldas (Edunova)	Esmeraldas	156
Orígenes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de campo en 12 comunidades de capacitación.</li> <li>Serie de TV <i>Secretos de Familia II. Cocina de Celebraciones</i>.</li> <li>Lanzamiento de libro <i>Cocina de Celebraciones</i>.</li> </ul>	Azogues, Baños, Colonche, Gualaceo, Pomasquí, Sacachún, San Pablo, Santa Rosa, Tarqui, Turi, Zámiza, Nono	1.281
Artisteca, cultura y discapacidad	Desarrollo de habilidades complementarias a personas con discapacidad El Triángulo	Quito	156
Artisteca	<ul style="list-style-type: none"> <li>Talleres de creación artística</li> <li>Programa de Arte para docentes UTPL</li> <li>Talleres de enseñanza artística</li> <li>Concursos de cortometrajes Cineteca, literatura AtaPalabras y de creación de arte en colectivo Crearteco.</li> </ul>	A nivel nacional	46.123
Total general			123.713





## B. LOS PROGRAMAS DE APOORTE A LA COMUNIDAD

### Contribución a la sociedad





## 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, la cual, en 2021, recaudó USD 60.759.

#### Cobertura y resultados de Alianza Diners Club-Unicef 2021

Programa	Beneficiarios 2021	
	Niños/as y jóvenes	Maestros
Niños y niñas menores de 5 años	10.473	
de 5 a 12 años	12.608	
de 12 a 17 años	5.871	
Adultos	10.810	5.268
Total	39.762	5.268





**Evolución de la cobertura de los programas Unicef (comparativo 2020-2021)**

Año	Niños/as y jóvenes	Maestros	Adultos	Total
2021	28.957	5.268	10.810	45.035
2020	44.906	4.615		49.521

De los resultados de este cuadro, se puede concluir que hubo una disminución en la cantidad total de beneficiarios en 2021 con respecto a 2020, pero se puede apreciar el crecimiento en cuanto al número de maestros y adultos. Esto debido a que fue necesario concentrar el trabajo en estos grupos, para que posteriormente repliquen metodologías adecuadas para trabajar de manera virtual.

El programa regular de Unicef comprendió las siguientes estrategias en 2021:

- Se desarrolló el evento Diálogos Inusuales sobre Educación, a propósito de la celebración de 20 años de la Alianza. En este evento se expusieron experiencias alrededor del sistema educativo rural, sobre interculturalidad, el rol del docente e inclusión y permanencia.
- Se estableció un convenio con la Universidad Católica de Esmeraldas para profesionalizar a 63 maestros de zonas rurales de Esmeraldas.

- Se logró crear el Repositorio de Interculturalidad, con la participación de 11 universidades lideradas por la Flacso.
- Se realizó el lanzamiento del programa para la primera infancia en Cayambe de la propuesta de desarrollo infantil integral *Kintiku Yachay*, la cual recoge los saberes ancestrales.
- El programa Nación de Paz logró dar apoyo psicosocial a maestros del sector rural.
- 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.
- Se apoyó el concurso de Excelencia Educativa para Docentes impulsado por la Fundación Fidal.
- Edupasión: busca identificar lineamientos estratégicos para aportar al fortalecimiento y transformación del

sistema educativo desde la sociedad civil y la participación ciudadana.

- Se logró capacitar a 1.728 maestros en rondas lectoras y formar a 218 mentores.
- Se logró un impacto de 2'303.807 personas en redes sociales.
- Capacitación en centros carcelarios:

Cabe destacar el proceso de capacitación que se llevó a cabo con educadores de los centros de rehabilitación social para apoyar a personas privadas de libertad. Se capacitó a un grupo de mentores para que posteriormente se aplique la metodología de las rondas lectoras a las personas privadas de libertad.

La cobertura de 2021 se ha extendido en las siguientes áreas geográficas:

- Pichincha
- Cotopaxi
- Imbabura
- Esmeraldas
- Guayas
- Santa Elena
- Los Ríos
- Bolívar
- Manabí
- Carchi
- Santo Domingo
- Cañar

Estos resultados fueron posibles gracias a las alianzas que se mantienen con diferentes entidades públicas, privadas y comunitarias como: el Vicariato Apostólico de Esmeraldas, la Dirección Provincial de Educación de Esmeraldas, las universidades, como la Flacso, la Fundación Fidal y DYA, Komité, la Dirección Zonal de Educación, la Dirección de Educación Bilingüe de Sucumbios y el Ministerio de Educación.

En 2021, Diners Club del Ecuador aportó un valor anual de USD 323.000 para la implementación de los proyectos establecidos en el marco de la Alianza. A ello se sumó el aporte para la comunicación de los programas, que llegó a alrededor de USD 90.000 adicionales.







## D. ARTE E INCLUSIÓN SOCIAL

### D.1 ARTISTECA

La Artisteca, Semillero del Cambio, esta localizada 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, de modo que aporte 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 multidisciplinarios donde se engloban todas las artes.
- 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 que les enseñan 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 (Cineteca) y literatura (AtaPalabras).
- Videos educativos de arte para docentes y padres.

#### Evolución oferta Artisteca 2020-2021

Actividad	2020		2021	
	Número de talleres / eventos	Beneficiarios	Número de talleres / eventos	Beneficiarios
Arte para el desarrollo personal				
Talleres de creación artística	314	3.365	250	3.750
Eventos talleres de creación artística	4	1.668	5	7.595
Taller integral de arte para niñas y niños trabajadores	2	30	-	-
Eventos talleres pre escolares	-	-	-	-
Vacacionales	1	42	2	100
Eventos de vacaciones	1	42	2	150
Mejoramiento educativo e inclusión social				
Talleres de enseñanza artística	38	685	20	171
Eventos de talleres de enseñanza artística	6	281	20	205
Acompañamiento en aula	32	2.092	107	1.404
Eventos de acompañamiento en aula	1	350	2	1.453
Talleres de capacitación a padres	-	-	-	-
Talleres de capacitación a docentes	-	-	1	300
Arte en la comunidad				
Track internos	15	2.477	28	600
Track externos	18	70	76	286
Videos editados	116	120	60	27.918
Registros fotográficos	3	3	10	80
Salidas culturales	7	63	-	-
Concursos y encuentros	2	106	4	300
Eventos de concursos	2	106	4	1.521
Emprendimiento en arte	-	-	-	-
Talleres capacitación equipo técnico	3	17	4	17
Curso de Formación docente	3	230	3	150
Total	565	15.621	598	46.000



En 2021, la Artisteca se adapta a la nueva normalidad y oferta sus concursos, talleres de creación artística y de enseñanza artística en modalidad mixta: online y presencial. Esta nueva modalidad mixta permitió a la Artisteca desarrollar nuevos formatos y metodologías con el uso de herramientas tecnológicas y expandir su oferta, de manera online, al territorio nacional e incluso alcanzar a población de varios países de Latinoamérica. Consecuencia de ello, la Artisteca se vuelve en un programa a nivel nacional e internacional, permitiendo duplicar su cobertura.

Además de ello, la Artisteca desarrolla una estrategia de acercamiento con sus beneficiarios a través de videos tutoriales para hacer actividades familiares en casa con el uso de herramientas artísticas, alcanzando a un número significativo de personas.



## D.2 CONCURSOS Y ENCUENTROS

### ATAPALABRAS

AtaPalabras, en su 6ta edición, lanzó la temática "Historias del encierro", enfocada en adolescentes, pero este año también en toda la familia. Se ofertaron seis talleres de escritura creativa en instituciones educativas, en los que participaron 400 jóvenes, y 101 de ellos enviaron sus cuentos, con un alto nivel de narrativa y ortografía.

	Título	Autor
Primer lugar	Gotas de lluvia	Micaela Jácome
Segundo lugar	Mi corazón, mi corazón	Gabo Salazar
Tercer lugar	Los amigos de Etham	Sara Guacapiña





## RETO FILM

Se lanzó la 3era. edición del Concurso de cortometrajes Reto Film con la temática "La Resiliencia". Se contó con la participación de 74 participantes.

Primer lugar	Pandemoniun
Segundo lugar	Adapter
Tercer lugar	Radio ABBA

## CREARTECO

Se lanzó la 4ta. edición de CreArteCo, creación de arte en colectivo, en la rama de artes plásticas, con la participación de 126 personas.

Primer lugar	En el cielo
Segundo lugar	También te extraño
Tercer lugar	Volverte a abrazar



## Cursos de formación docente AplicArte

Se brindó, en alianza con la UTPL, tres cursos de formación docente, con la participación de 150 personas.

## D.3 SINFONÍA POR LA VIDA



Sinfonía por la Vida tiene como objeto promover el desarrollo humano de grupos 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 2021, 156 niños y jóvenes participaron en este programa. La Orquesta y coro Infante Juvenil de Esmeraldas Sinfonía por la Vida dio un concierto por el mes del niño, a través de Facebook Live. Hubo 506 espectadores.



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

### Arte y Discapacidad. Fundación El Triángulo

Ejecutado por la Fundación El Triángulo, se llevó a cabo este proyecto que busca desarrollar capacidades a través del arte. Un grupo de 156 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.

En 2021, la Artisteca, atendió a 78 personas con necesidades educativas especiales, asociadas o no a la discapacidad. El total de beneficiarios de todos sus componentes fue de 46.000 personas.

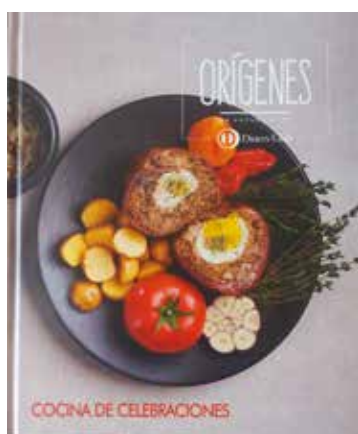
## E. ORÍGENES: EL RESCATE GASTRONÓMICO COMO FUENTE DE DESARROLLO COMUNITARIO Y CULTURAL

Orígenes es un programa que, desde hace 9 años, busca rescatar la cultura gastronómica ecuatoriana y generar oportunidades de crecimiento de pequeños locales que en el futuro consoliden su excelencia y calidad.

### Capacitación para emprendimientos en poblaciones de menos de 25.000 habitantes

En 2021, se trabajó en generar capacidades para propietarios de restaurantes con respecto a protocolos de bioseguridad, servicio al cliente, manejo de alimentos, manejo de provee-





dores, finanzas y alternativas para mantener su negocio. Esta convocatoria se realizó en 12 localidades, con la participación de 1.281 personas. Las localidades en las cuales se trabajó fueron Azogues, Baños, Colonche, Gualaceo, Pomasqui, Sacachún, San Pablo, Santa Rosa, Tarqui, Turi, Zámboza y Nono.

## Serie de TV *Secretos de Familia II. Cocina de Celebraciones*

Lanzada en Teleamazonas, esta serie recoge las recetas y tradiciones de 14 familias ecuatorianas de lo más diversas de Costa, Sierra y Amazonia. Esta serie tuvo una excelente aceptación en televisión, habiendo sido vista por más de 570.000 espectadores y fue conducida por el periodista gastronómico Ignacio Medina. Adicionalmente apoyamos con una campaña de comunicación en redes sociales.

Esta serie fue acompañada por una importante cobertura de entrevistas en radio, televisión y redes sociales que generaron un Add Value de USD 1'636.145,06 y una audiencia total de 6'385.912 espectadores.

## Libro *Cocina de Celebraciones*

Este libro recoge las recetas que se han compartido de generación en generación, que se comparten a propósito de las fiestas y celebraciones en las distintas localidades del Ecuador y que son llevadas a las mesas de las familias. El libro expone 118 recetas tradicionales.

## Campañas comunicacionales de responsabilidad social:

En 2021, la serie tuvo un enfoque en las celebraciones, por medio de varios espacios de difusión masiva: prensa, radio, televisión e incluso un libro que recopila esta experiencia. Fuimos partícipes de emocionantes recuerdos

familiares y deliciosas recetas que trascienden de generación en generación.

Educación Financiera es un programa en el que, entre varias acciones, volcamos nuestros esfuerzos por difundir información relevante para nuestros Socios y la comunidad en general. Este año no fue la excepción, la propuesta fue llegar a Grupos de Interés de diferentes edades, de una manera muy dinámica e incluso lúdica. Nos valimos de nuestros conocimientos del manejo de finanzas

personales, además de personajes influenciadores para crear un material de comunicación divertido y educativo que se fue difundiendo por plataformas digitales, aprovechando la temporalidad y la pertinencia del contenido. En alianza con IMPAQTO, llevamos a cabo la difusión de las iniciativas Reto de *Emprendimiento Gastronómico* y *Reto Digital*, ambas experiencias educativas para la comunidad que busca el crecimiento de sus pequeños negocios.



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

### F.1 INVERSIÓN SOCIAL 2021

Rubro	2020	2021
Alianza Diners Club-Unicef	USD 352.880,00	USD 422.776,00
Inversión social comunitaria interna y externa	USD 814.922,40	USD 965.983,87
Aporte especial Sumar Juntos	USD 3'000.000,00	
Total	USD 4'167.802,40	USD 1'388.759,87



En 2020, de manera extraordinaria, se generó una contribución con la finalidad de apoyar a la solución de problemas causados por la pandemia. Sin contar con este aporte, en 2021 la inversión para proyectos sociales y ambientales creció en un 19% en relación a 2020.

## F.2 APOYO A LA CULTURA

Con el objetivo de acercar las artes a los espacios culturales y, 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 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 académico, artístico y cultural a través del auspicio a diferentes instituciones culturales en el país.

### Fundación Teatro Nacional Sucre:

Durante 2021, la Fundación logró adaptarse a la emergencia sanitaria y económica ocasionada por la pandemia, gracias a un esfuerzo conjunto entre artistas, gestores culturales, instituciones del sector público y privado, además del gran apoyo de la ciudadanía. Así, se realizaron eventos en modalidad virtual, mixta y presencial, respetando todas las medidas de bioseguridad y aforos permitidos, con el objetivo de precautelar la salud del público. En este año, tres de nuestros grandes hitos fueron:

#### **Festival Internacional de Música Sacra de Quito**

Del 20 de marzo al 2 de abril, se realizó la XIX edición de este emblemático festival de la capital que establece un puente entre la música y la espiritualidad. En el contexto de la emergencia sanitaria, doce agrupaciones musicales nacionales y tres internacionales ofrecieron dieciocho conciertos gratuitos de manera presencial y virtual en el Teatro Nacio-





nal Sucre, el Teatro México y en distintas iglesias, museos y capillas de la ciudad.

### Fiesta Escénica

Del 2 al 13 de junio, Quito vivió una Fiesta Escénica con lo mejor de la danza, el teatro y el circo contemporáneo nacional. En esta edición, dieciocho propuestas escénicas, que fueron seleccionadas a través de una convocatoria pública, presentaron obras que reflexionaron sobre diversas temáticas sociales y le devolvieron al público capitalino la grata experiencia del teatro en vivo.

### Teatro Nacional Sucre, 135 años de historia

El sábado 27 de noviembre se celebró una velada artística inolvidable que conmemoró el aniversario de apertura de este emblemático hito arquitectónico de la ciudad. Además, se condecoró al maestro Luis Verdugo, pionero en la construcción de pianos de cola en Ecuador. El cierre de esta celebración se realizó en la Plaza del Teatro con un espectáculo multidisciplinar a gran escala que contó con la participación de todo el equipo artístico y humano de la Fundación.

## Fundación Filarmónica Casa de la Música

### SÓNICO

La Casa de la Música presentó al quinteto SÓNICO, creado en Bruselas - Bélgica en 2015 y que se ha dedicado a rescatar la música de Eduardo Rovira, compositor fundamental en la creación del "tango nuevo". A menudo, erróneamente considerado 'el otro Piazzolla', sus innovaciones lograron una fusión creativa entre las raíces populares del tango y la música clásica, en una atrevida síntesis que dejó

su propia huella durante la vanguardia porteña de los años sesenta.

### Camerata Porteña junto a la Orquesta Sinfónica Nacional

En el marco del Festival Internacional de Artes Vivas de Loja 2021, la Casa de la Música presentó a la Camerata Porteña, destacada agrupación argentina que, junto a la Orquesta Sinfónica Nacional del Ecuador, bajo la batuta de David Handel, presentan el concierto El Ángel vive - 100 años de Piazzolla.

### De verbena con JJ: homenaje a Julio Jaramillo

La Casa de la Música y Plascencia presentaron el concierto De Verbena con JJ, un homenaje a Julio Jaramillo, destacado cantante y músico ecuatoriano, más conocido como «El ruiseñor de América». El concierto estuvo bajo la dirección del músico ecuatoriano William Plascencia y estrena una nueva

propuesta musical en versión de solistas y trío clásico que busca capturar la riqueza estética y estilística de nuestras raíces y plasmarlas a través del virtuosismo característico de la escuela europea.

## Alianza Francesa de Quito

En 2021, la participación de Diners Club permitió realizar los siguientes eventos:

### Noche de las Ideas

La sexta edición de la Noche de las Ideas, evento mundial impulsado por el Ministerio de Europa y Relaciones Exteriores de Francia y coordinado por el Instituto francés, tuvo lugar en Ecuador del 28 al 31 de enero de 2021.

### Mes de la francofonía

Cada año, la Alianza Francesa de Quito celebra la diversidad cultural de la lengua francesa con conciertos internacionales, teatro, conferencia, exposición artística, mercado, cata de vino y más.



### Fiesta de la Música

La edición 2021 de la tradicional Fiesta de la Música, originaria de Francia, co-producida por la Alianza Francesa y el Teatro Nacional Sucre, presentó un cartel con reconocidas figuras de la escena independiente local.

### Mes de las Culturas Urbanas

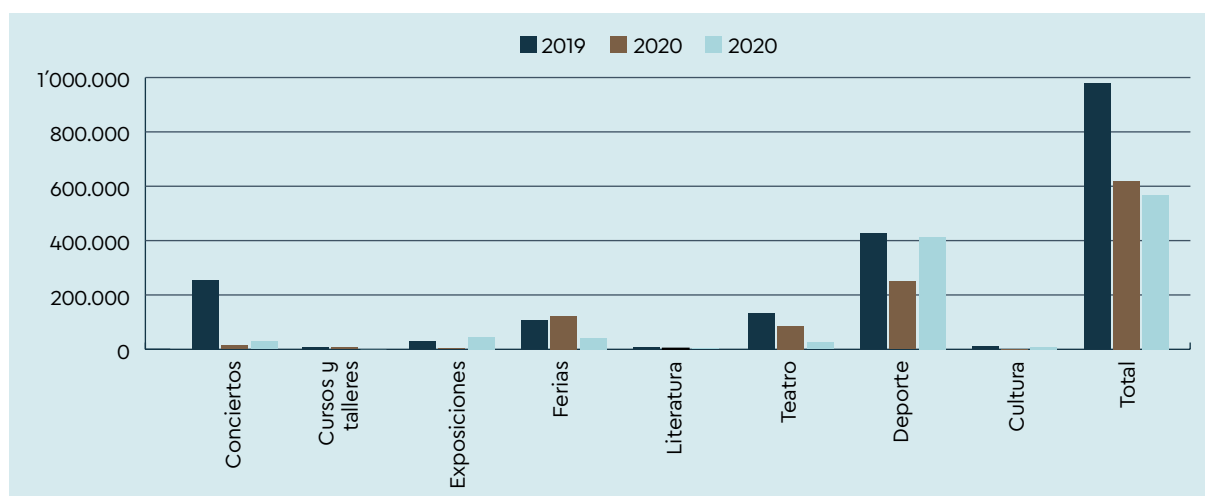
Proyecto Marko93 vs Mathin Skills Las Alianzas Francesas de Ecuador (en esta ocasión, de Quito y Cuenca) propusieron su 4ª edición del Festival de las Culturas Urbanas en septiembre y octubre de 2021, con un programa multidisciplinar que promueve a los artistas urbanos locales y franceses, y propone eventos artísticos en el espacio público.

## F.3 INVERSIÓN EN AUSPICIOS:

Las marcas Diners Club, TITANIUM y Discover destacan por su apoyo permanente a la educación, la cultura y el deporte en el Ecuador.

La Empresa invierte un importante monto de sus recursos en estos auspicios. En 2021 fue de USD 567.038.

Rubro	2020	2021
Conciertos	147.210	28.746
Cursos y talleres	6.000	
Exposiciones pictóricas	2.500	44.295
Ferias	122.670	42.118
Literatura	3.793	3.000
Teatro	86.638	25.611
Deporte	249.384	413.768
Cultura	412	9.500
Total	USD 618.606	USD 567.038



# APORTANDO A LA SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL

Nos preocupamos por el futuro de nuestra sociedad, por eso, hemos desarrollado un plan de manejo integral de disminución de huella ambiental que se enfoca en el impacto ambiental y los principios de la Banca Responsable.

**Atik Kaguana**

Representante de la nacionalidad Cañari  
Azuay





## LOGROS 2021

- Se realizó el diagnóstico de análisis de impacto para UNEPFI, y se identificaron y definieron las líneas de acción 2022.
- Se realizó un inventario de material POP, con el fin de identificar los artículos de mayor viabilidad para ser cambiados por material ecoamigable.
- Se identificaron procesos en los que se eliminó la necesidad de impresión, generando una disminución de **37 millones de hojas impresas**, producto de los siguientes procesos:
  - Digitalización de estados de cuenta y comprobantes de retención y pago: 32'374.921
  - Digitalización de documentos: 4'442.880
  - Reducción de impresiones: 339.104
  - Funcionalidad impresión segura: 41.594
- La reducción de impresiones ha generado un ahorro a la Organización por el valor de USD 743.969.
- Se realizó el concurso de disminución de huella en el hogar con Colaboradores y se obtuvieron buenos resultados.

## DESAFÍOS 2022

- Cumplir con las metas establecidas en el plan de acción con UNEPFI.
- Implementar el proyecto "Plan árbol".
- 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 el uso de tecnología para la disminución de huella.



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

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

Diners Club del Ecuador ha desarrollado un **Plan de manejo integral de disminución de huella ambiental** sobre 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 del nuevo sistema de climatización electrónico, que permite tener una importante eficiencia energética y un menor impacto medioambiental.

GRI 201-2 / GRI 102-12

## 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 ámbito 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 CO<sub>2</sub>.

- En 2021, la dinámica se centró en realizar el estudio de impacto, identificando las principales variables tanto en la parte positiva como negativa en la operación de la Organización.

Como resultado de este diagnóstico, se identificaron dos metas específicas para el plan de acción 2022:

- Con el enfoque de inclusión económica, trabajar con 350 personas de grupos vulnerables en el desarrollo de emprendimientos.
- Disminuir el nivel de impresión en 8'982.000 de hojas, en el proyecto de digitalización de documentos hasta diciembre de 2022.

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

## A. 3 RECONOCIMIENTO ECUATORIANO AMBIENTAL PUNTO VERDE

El edificio Centro de Negocios Diners Club Quito cuenta con un sistema de ecoeficiencia que fue calificado en 2015 como Punto Verde por el Ministerio del Ambiente. En 2021 se presentó un proyecto específico de digitalización documental para que sea calificado dentro de otra categoría. Fue escogido dentro de las buenas prácticas que se desarrollan en la Organización.





## 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, Reciclar 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 302-5)

#### I. REDUCIR

La Organización mantiene el esquema de teletrabajo desde el año 2020. Sin embargo, en 2021 hubo un mayor número de Colaboradores que pasaron a la modalidad presencial, lo que hubiera generado un mayor consumo, pero debido al control y coordinación con las Áreas, se mantiene una reducción de 339.104 impresiones.

Consumo	2018	2019	2020	2021	Variación
Impresiones/ copias	7'835.263	7'812.684	3'660.876	3'321.772	-9,26%
Toneladas*	36	36	17	15	-11,76%

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

La reducción de impresiones a color fue del 71%.

Año	Volumen	Variación
2020	143.289	-71%
2021	41.591	



- Mediante la implementación de las normas de bioseguridad establecidas en la Organización, como el uso de alcohol y desinfección constante de las estaciones de trabajo y equipos, se habilitó nuevamente para 2021 la funcionalidad de Impresión Segura, mediante el uso de la tarjeta de identificación del Colaborador, para liberar las impresiones y eliminar aquellas que no son necesarias. Como resultado de esta funcionalidad, se evitó imprimir 41.591 hojas.
- Para el año 2021 se procedió a optimizar 24 equipos de impresión, adicionales a los 32 optimizados en 2020, mediante el análisis de los consumos de usuarios por la modalidad teletrabajo y la implementación de flujos digitales.

## **Implementación de teletrabajo que aporta al cuidado del medio ambiente**

Debido a la crisis desatada por la pandemia del COVID-19, en Diners Club se implementó la modalidad de teletrabajo a partir del confinamiento presentado en el año 2020. Esto generó planes de acción que garanticen la continuidad de la operación del negocio.

Hay que resaltar que las certificaciones de seguridad que posee Diners Club del 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.

Aplicando la modalidad de teletrabajo, se ha logrado que la ejecución de las 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, y ocasionando también la disminución del uso de la energía eléctrica, agua, papel, etc.

La modalidad de teletrabajo constituye un factor importante, debido a que reduce la frecuencia de traslados de los trabajadores desde sus hogares hasta la empresa y viceversa (carga vehicular), puesto que el transporte resulta ser una de las principales fuentes de emisiones de CO<sub>2</sub>.





## 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 de energía, reduciendo las emisiones de carbono de los equipos y sistemas informáticos.

Diners Club del Ecuador selecciona a AWS como proveedor de nube, debido a que uno de los criterios de selección es el compromiso en el uso de energías renovables en toda su infraestructura a nivel global, reduciendo así el impacto al medio ambiente.

## Virtualización

Diners Club del Ecuador utiliza soluciones de virtualización a nivel de su infraestructura on-premise, con el fin de gestionar de manera eficiente el uso de los recursos físicos. Las soluciones utilizadas para este propósito son VMware, para equipos Intel, y VIOS, para equipos Power. La virtualización de los equipos permite reducir el consumo eléctrico, tanto de servidores como de equipos de refrigeración.

## Servicios colocados a disposición del Cliente

Diners Club del Ecuador ha implementado plataformas web y soluciones digitales, tales como Chatbots, billetera móvil, promociones y canales digitales que permiten acceder a nuestros servicios desde cualquier lugar, apoyando así 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 desde el confinamiento, donde los canales digitales permiten realizar múltiples operaciones de manera rápida y segura, reduciendo la frecuencia de concurrencia a las Oficinas de Diners Club del Ecuador, protegiendo la salud de nuestros tarjetahabientes, así como también la de nuestros Colaboradores, y apoyando a nuestra red de comercios.

## Gestión digital de documentos

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

A través de nuestro portal corporativo y la aplicación móvil, la Organización brin-

da 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 2021, se digitalizaron 8'161.934 estados de cuenta y 16'051.053 comprobantes de retención y pago, lo que equivale a 32'374.921 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
2021	8'161.934	16'323.868	16'051.053	16'051.053

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

Consumo	2019	2020	2021	Variación
Agua (m³)	9.912,27	6.139,76	4.395,78	-28%
Energía eléctrica (Kwh)	2'305.751,64	1'619.252,02	1'013.690,80	-37%

\* 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.

La disminución en el consumo de agua potable es consecuencia de la disminución del personal presencial en las oficinas tanto de CND como de la Matriz.

Con relación a la disminución del consumo de energía eléctrica, esta corresponde a las siguientes optimizaciones:

- Terminación del contrato de arrendamiento del primer piso del Edif. Amazonas 100.
- Gestión conjunta con personal de Seguridad Física y Mantenimiento para conservar las luces apagadas en áreas sin Colaboradores.

GRI 307-1

Durante el año 2021, 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.



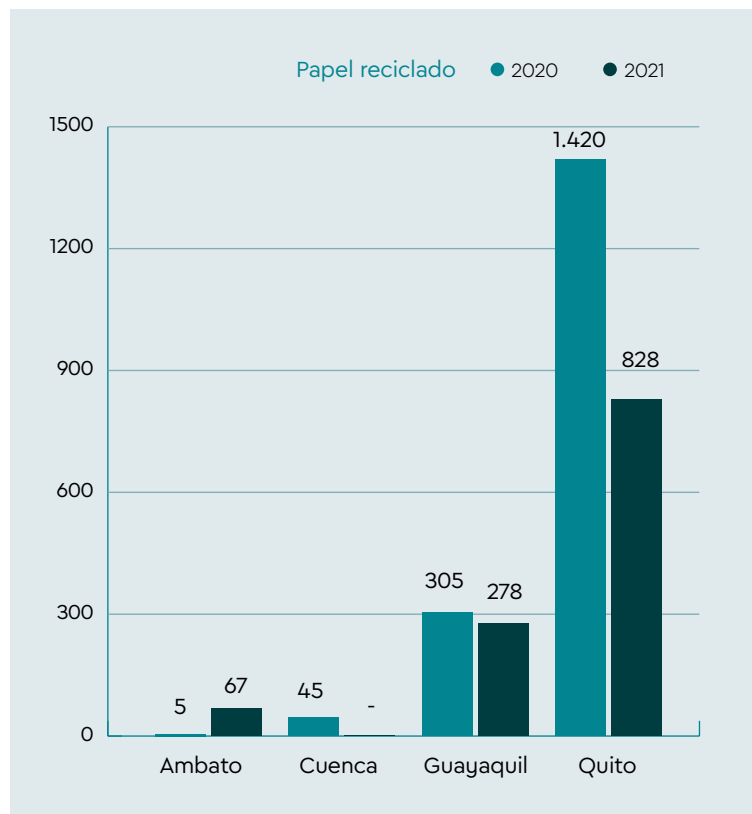


## II. RECICLAR

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

### Consumo y reciclaje de papel:

Durante el año 2021, se continuó con la campaña de reciclaje de papel. Como resultado de esta campaña se logró reciclar 1.173 kg, que representa una disminución del 34% con respecto al año anterior. Esto se debe al cambio de actividades generado por la pandemia, lo que ha implicado que la cantidad de Colaboradores que asisten a oficinas disminuya. Ello implica un menor número de procesos administrativos y menos uso de papel.



GRI 306-2

**Botellas PET.-** Los Colaboradores colocan sus botellas en los contenedores destinados para el efecto y posteriormente una gestora ambiental se encar-



ga de retirarlos y llevarlos hasta una empresa para que sean reciclados.

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

**Disposición adecuada de pilas desechadas.-** Se han colocado contenedores específicos para este fin. Al momento, se depositan allí las pilas y baterías de consumo institucional o personal. Producto de este proceso, se entregaron 30,5 kg de pilas a un gestor ambiental especializado para su disposición final adecuada.

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

Los resultados de la recolección de estos recursos en el año 2021 son los siguientes:

Actividad	2020	2021	Unidad
Manejo adecuado de desperdicios			
Disposición adecuada de fluorescentes		32	kg
Reciclaje de botellas PET	58	510	kg

Se puede ver una disminución en el reciclaje de fluorescentes y de botellas PET. Esto se da por el cambio de operación en Oficinas.

### III. REUSAR

#### Donación de activos:

En total, en el año 2021, se donaron 1.799 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	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Quito	0	178	0	1.234	0	0
Guayaquil	174	101	313	286	0	0
Total	174	279	313	1.520	0	0

## C. CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACIÓN



En 2021, 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 es su nivel de contaminación y, con base en este análisis, establecer un plan de acción para mitigar el impacto.

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

### C. 1 PRODUCTOS EDUCATIVOS:

- **KIDS: Ahorra para cuidar la fauna.** Dentro del programa de Educación Financiera, se estableció un enfoque paralelo de concientización con respecto al cuidado del medio ambien-

te y, en particular, de las especies en vías de extinción del Ecuador, mediante un juego de mesa educativo cuyo objetivo es generar un aprendizaje básico sobre el ahorro y el crédito. El objetivo del juego es acumular comida para alimentar a especies ecuatorianas en peligro de extinción, como son el tapir, el cóndor, el oso de anteojos y el armadillo. El mensaje gira alrededor de la concientización para el cuidado de la fauna.

- Tomando ventaja de la realidad que vivimos, en 2021 se difundió la versión digital de este juego. A través de una app, cualquier niño puede acceder a este juego de manera gratuita y aprender lúdicamente los dos 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 ocho escuelas y cerca de 2.000 estudiantes.
1. Unidad Educativa Aloasí - Quito
  2. Unidad Educativa Mitad del Mundo - Quito





© Luis Marín

3. Unidad Educativa del Milenio Bernardo Valdivieso - Loja
4. Unidad Educativa Víctor Sergio Ron Vega - Francisco de Orellana
5. Unidad Educativa Jacinto Collahuazo - Otavalo
6. Unidad Educativa Dr. Trajano Naranjo - Latacunga
7. Colegio de Bachillerato Ciudad de Cuenca - Cuenca
8. Unidad Educativa Bolívar - Ambato

GRI 305-5

## C. 2 FOMENTO DE LA MOVILIDAD ALTERNATIVA

**Ciclopaseo patrimonial.**— Una vez más, se realizó esta actividad, que tiene una finalidad recreativa y adicionalmente busca promocionar la visita a sitios turísticos en la ciudad de Quito. En esta ocasión, los Colaboradores y sus familiares tuvieron la oportunidad de visitar el centro histórico de Quito y uno de sus museos más representativos: el Convento de San Francisco.







# CARTA DE VERIFICACIÓN EXTERNA



## MOORE & ASOCIADOS CIA. LTDA.

Q Av. Amazonas N21-147 y Robles  
Edif. Río Amazonas, piso 8, Of. 806,  
T + 593 (2) 2525 - 547  
Quito - Ecuador ECT70526

G Av. Francisco de Orellana y Víctor  
Hugo Sicouret, Centro Empr. Las  
Cámaras, Torre A, Piso 4  
T + 593 (4) 2683 - 759  
Guayaquil-Ecuador EC090506  
info@moore.ec  
ec.moore-global.com

## INFORME INDEPENDIENTE DE VERIFICACIÓN LIMITADA SOBRE EL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA

A los miembros del Directorio y Accionistas de:

**Banco Diners Club del Ecuador S.A.**

Quito, 16 de agosto de 2022

Hemos sido contratados para efectuar un trabajo de verificación limitada sobre los contenidos de información e indicadores presentados en el Informe de Sustentabilidad Corporativa de Banco Diners Club del Ecuador S.A., por el año terminado el 31 de diciembre de 2021.

### Responsabilidad de la Administración

La Administración de Banco Diners Club del Ecuador S.A., es responsable por la preparación y del Informe de Sustentabilidad Corporativa por el año terminado el 31 de diciembre del 2021, de acuerdo con las directrices de contenidos e indicadores de la guía del Global Reporting Initiative (GRI) en su opción de conformidad exhaustiva. Esta responsabilidad incluye: el diseño, la implementación y el mantenimiento de controles internos relevantes para la preparación y presentación adecuada de el indicado Informe, que esté libre de distorsiones significativas, debido a fraude o error.

### Independencia

Somos independientes de Banco Diners Club del Ecuador S.A., de acuerdo con el Código de ética para Profesionales de la Contabilidad emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (IESBA por sus siglas en inglés), junto con los requerimientos de ética que son aplicables a nuestra verificación limitada del Informe de Sustentabilidad Corporativa por el año terminado el 31 de diciembre del 2021 y hemos cumplido las demás responsabilidades de ética de acuerdo con esos requerimientos y con el código de ética de IESBA.

### Responsabilidad del Auditor

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión sobre si la información incluida en el Informe de Sustentabilidad Corporativa del Banco, por el año terminado el 31 de diciembre del 2021, ha sido preparada de acuerdo con las directrices de contenidos e indicadores de la Guía del Global Reporting Initiative (GRI), 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 de Banco Diners Club del Ecuador S.A. en relación con el desarrollo sustentable.



A los Miembros del Directorio y Accionistas de:  
**Banco Diners Club del Ecuador S.A.**  
Quito, 16 de agosto de 2022

Nuestro trabajo fue efectuado de acuerdo con la Norma Internacional para trabajos de Verificación 3000 de aseguramiento limitado, 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 el Informe de Sustentabilidad Corporativa del Banco Diners Club del Ecuador S.A., tomada en su conjunto: i) no es consistente con la evidencia de soporte presentada por la Administración; y, ii) no ha sido preparada en todos los aspectos materiales de conformidad con lo establecido en la Guía para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad de la Global Reporting Initiative (GRI).

En un trabajo de verificación 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 verificación para obtener una certeza razonable.

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 de 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 de Banco Diners Club del Ecuador S.A., a través de las siguientes actividades:

Nuestro trabajo de aseguramiento limitado sobre los parámetros y contenidos de sostenibilidad consistió en la formulación de preguntas, principalmente a las personas responsables de la preparación de los parámetros y contenidos de sostenibilidad, y en aplicar procedimientos analíticos y otros según sea apropiado. Estos procedimientos incluyeron:

- 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.
- Verificación de los procedimientos y documentación relevante utilizada para recopilar y consolidar la información.
- Verificación de la consistencia de la información presentada en el Informe de Sustentabilidad Corporativa.
- Verificación de las formulas, exactitud aritmética y representación gráfica de la información.
- Verificación que la información financiera incluida en el Informe de Sustentabilidad Corporativa es coherente con los estados financieros auditados al 31 de diciembre de 2021.

(2)



A los Miembros del Directorio y Accionistas de:  
**Banco Diners Club del Ecuador S.A.**  
Quito, 16 de agosto de 2022

- Verificación de la presencia o ausencia en el Informe de Sustentabilidad Corporativa, de la información e indicadores de acuerdo a los criterios en los Estándares Global Reporting Initiative (GRI) en su opción de conformidad exhaustiva, seleccionados como los más relevantes (materiales) presentados en el referida Informe.

Los procedimientos realizados en un trabajo de aseguramiento limitado varían en naturaleza y tiempo y son menores en alcance que un trabajo de aseguramiento razonable, y por lo tanto el nivel de aseguramiento obtenido es sustancialmente menor que el que se hubiera obtenido en un trabajo de aseguramiento razonable. En consecuencia, no expresamos una conclusión de aseguramiento razonable sobre los parámetros y contenidos de sostenibilidad objeto de aseguramiento limitado.

#### Conclusión

Con base en la evidencia obtenida y los procedimientos de verificación limitada descritos anteriormente, nada ha llamado nuestra atención que nos indique que el Informe de Sustentabilidad Corporativa de Banco Diners Club del Ecuador S.A., por el año terminado el 31 de diciembre del 2021, no ha sido preparado de acuerdo con las directrices de contenidos e indicadores de la guía del Global Reporting Initiative (GRI) en su opción de conformidad exhaustiva.

#### Otros asuntos

Los estados financieros de Banco Diners Club del Ecuador S.A., por el año terminado el 31 de diciembre de 2021, fueron auditados por otra firma de auditores, cuyo dictamen de auditoría de fecha 3 de marzo de 2022, expresó una opinión sin salvedades. Ciertos indicadores incluidos en el Informe de Sustentabilidad Corporativa, fueron basados en estos estados financieros, los cuales no fueron objeto de aseguramiento para fines de verificación.

*MOORE ECUADOR*

No. de Registro en la  
Superintendencia  
de Bancos AE-2012-65

Fernando Castellanos R.  
Representante Legal  
No. de Licencia Profesional 36169

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		76/85	
	102-7 Tamaño de la organización		1	
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores		54	
	102-9 Cadena de suministro		121	
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		21	
	102-11 Principio o enfoque de precaución		27	
	102-12 Iniciativas externas		149	
	102-13 Afiliación a asociaciones		13	
	2. Estrategia			
	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones		14	
	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		22/24	
	4. Gobernanza			
	102-18 Estructura de gobernanza		17	
	102-19 Delegación de autoridad		16/21	
	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		25	
	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		24	
	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		7/33	
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados		7/33	
	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		160	
	102-56 Verificación externa		158	

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		121	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		121	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		121	
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados		119	
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos		119	
Anticorrupción				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas		25	GC 10
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		25	
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción		32	
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		27	
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas		61	
GRI 300: Estándares temáticos ambientales				
Energía				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus cobertura		149	GC 7 GC 8 GC 9
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		149	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		149	
GRI 303: Agua 2016	303-1 Extracción de agua por fuente		153	
	303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua		153	
	303-3 Agua reciclada y reutilizada		153	
Emisiones				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas		148	GC 7 GC 8 GC 9
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		149	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		149	
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación		154	
GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental		153	

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		58	
	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		25	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		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		25	
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		22	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		22	
GRI 412: Evaluación de Derechos Humanos 2016	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos		22	
	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos		102	
	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		129	
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales		128	
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		94	
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios		97	
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing		97	
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		94	
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente		97	
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 2021 en  
[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**

Luis Mariño  
Diego Cadavidi  
Juan Silva

### **Impresión**

Imprenta Mariscal

### **Diseño y Diagramación**

Andrea Gómez Dávila  
MullenLowe-Delta



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

COMUNIDAD DESARROLLO  
HUELLA ORIGENES CULTURA  
COMUNIDAD EXCELENCIA  
DESARROLLO HUELLA  
ORÍGENES CULTURA SOCIO  
EXCELENCIA COMUNIDAD  
DESARROLLO HUELLA SOCIO  
COMUNIDAD EXCELENCIA  
CULTURA ORIGENES SOCIAL  
DESARROLLO HUELLA  
ORÍGENES CULTURA SOCIO  
DESARROLLO EXCELENCIA



