



INFORME  
ANUAL RSE  
2019



## ANTES DE LEER ESTE REPORTE

102-45 / 102-50 / 102-51 / 102-52 / 102-54

Este Informe de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) 2019 del Banco Económico S.A. muestra el sólido compromiso que la entidad mantiene con sus diversos grupos de interés y exhibe los resultados de las actividades realizadas del 01 de enero y el 31 de diciembre del 2019.

El Informe ha sido elaborado de conformidad con la metodología de los Estándares del Global Reporting Initiative (Estándares GRI) en su versión “Esencial” y el correspondiente suplemento sectorial para el sistema financiero, que representan las mejores prácticas a nivel internacional para informar públicamente los impactos económicos, sociales y ambientales de una empresa.

Adicionalmente, damos cumplimiento a los requerimientos de información del Reglamento de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), contenido en el Capítulo II, Libro 10°, Título I de la Recopilación de Normas para Servicios Financieros.

Banco Económico S.A. hace público su Informe de RSE 2019 en su portal [www.baneco.com.bo](http://www.baneco.com.bo) para que sus partes interesadas cuenten con información veraz del accionar de la entidad en materia de RSE durante el 2019.

Los códigos debajo de los títulos y subtítulos corresponden a los indicadores establecidos por Estándares del GRI: 100 Estándares Universales, 200 Estándares Económicos, 300 Estándares Ambientales y 400 Estándares Sociales. Aquellos que empiezan con las siglas G4 son indicadores del suplemento financiero versión G4 también del GRI y aquellos que empiezan con RSE conciernen a los indicadores del Reglamento de RSE de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI). Estos indicadores se encuentran referidos en la tabla resumen de indicadores insertada al final del Informe.



#### DATOS DE CONTACTO

Banco Económico S.A.

Dirección: Calle Ayacucho # 166

Santa Cruz – Bolivia

Teléfono: +591 3 3155500

Página web: [www.baneco.com.bo](http://www.baneco.com.bo)

Punto de contacto: [snunez@baneco.com.bo](mailto:snunez@baneco.com.bo)





# CONTENIDO

---

**MENSAJE  
DEL  
GERENTE  
GENERAL**

*Pag. 6*

---

# 01

**GESTIÓN DE RSE**

*Pag. 20*

---

# 02

**CLIENTES**

*Pag. 28*

---

# 03

**COMUNIDAD**

*Pag. 38*

---

# 04

## PROVEEDORES

*Pag. 498*

---

# 05

## COLABORADORES

*Pag. 50*

---

# 06

## MEDIO AMBIENTE

*Pag. 58*

---

## PROCESO DE ELABORACIÓN Y VERIFICACIÓN DEL INFORME RSE

*Pag. 63*

## VERIFICACIÓN DEL INFORME 2019

*Pag. 66*

## CUMPLIMIENTO NORMATIVO

*Pág. 67*

## INDICADORES ASFI

*Pág. 68*

## ESTÁNDARES GRI

*Pág. 70*



102-1 / 102-14

Sergio Asbún  
Gerente General

Por sexto año consecutivo, tengo el agrado de dirigirme a ustedes para presentarles nuestro Informe de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) correspondiente a la gestión 2019. Con este documento, buscamos transparentar nuestra gestión en materia económica, social y ambiental y dar cuenta de nuestros principales impactos.

A pesar de que el año 2019 estuvo marcado por una serie de episodios de incertidumbre y una crisis sociopolítica, logramos mantener un notable desempeño gracias al compromiso de nuestros colaboradores, que trabajaron incansablemente por cumplir con los objetivos estratégicos planteados para la gestión, manteniendo un claro enfoque en la innovación, atención de calidad y calidez que busca mejorar la experiencia de nuestros clientes y el mantenimiento de un excelente clima laboral.

Muestra de ello, es que ampliamos la cobertura de nuestros servicios para el país. Expandimos nuestras operaciones entrando a la ciudad de Potosí, alcanzando presencia en 7 de los 9 departamentos de Bolivia. Adicionalmente, con miras a facilitar la bancarización de las zonas donde no hay acceso a servicios financieros, abrimos una oficina en la localidad de Sacabamba (Cochabamba).

Creemos que, en un mundo que está en constante transformación digital, es necesario continuar innovando. Por ello, en junio de 2019 presentamos al Chatbot "BECKY", una asistente digital, que permite responder consultas de clientes y usuarios en mensajería de texto a través del Messenger Facebook y que en su corto tiempo de funcionamiento ya alcanzó 6.217 interacciones con nuestros clientes. Asimismo, seguimos ampliando el alcance de nuestra Banca por Internet y contamos con 21.190 usuarios



activos que además disfrutaron ampliamente de todos los beneficios de la cuarta versión de nuestra nueva Banca Móvil. Consideramos que debemos seguir apostando a por este camino, la banca a distancia será la que se imponga en un futuro próximo.

En el Banco Económico S.A., estamos convencidos de que sólo a través de la educación de calidad se lograrán sentar las bases definitivas para un país sostenible. En ese sentido, enfocamos muchos de nuestros esfuerzos en la realización de una serie de acciones de difusión y de educación financiera que durante el periodo de reporte llegaron a más de 23.000 clientes y usuarios, contribuyendo a generar un mayor conocimiento sobre el mundo de la banca y las finanzas, sus derechos y obligaciones.

**Los resultados alcanzados muestran el compromiso de nuestro Directorio, ejecutivos y, particularmente, del personal enfocado mejorar cada día su servicio a nuestros clientes y las nuevas capacidades tecnológicas que venimos desarrollando**

En esa misma línea, seguimos apostando por el programa “Red Mujer, Mi Aliada”, creada para las mujeres de la micro y pequeña empresa, que busca brindar oportunidades para impulsar el crecimiento y desarrollo de sus negocios y favorecer su bienestar personal, familiar y económico, a través de productos y servicios tanto financieros como no financieros desarrollados especialmente para ellas. Al cierre del 2019, destacamos el crecimiento equivalente a un 189%, alcanzando a un total de 5.711 mujeres emprendedoras que juntas conforman la Comunidad Red Mujer. Todas ellas pueden acceder a la innovadora App “Red Mujer” para interactuar, la cual también fue lanzada en el periodo del presente informe.

Por cuarto año, mantenemos vigente el reconocimiento de Empleador Líder que da cuenta de la importancia que revisten nuestros colaboradores para la institución. A este reconocimiento, sumamos el logro de mantener vigente nuestro nivel de calificación de desempeño en Responsabilidad Social Empresarial en “A+ Nivel LIDER”, evaluado por la consultora Certificación Sustentable.

En el plano de la solidaridad, quiero destacar nuestra alianza con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia UNICEF, con quienes impulsamos la campaña “Buscamos Héroes de la Niñez”, que pretende ayudar a cambiar la vida de muchos niños y niñas en Bolivia, promoviendo y protegiendo los derechos humanos de los menores de edad, para que vivan ajenos a la violencia.

Como en años anteriores, para la elaboración del presente Informe se siguió la metodología de los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI), en conformidad con la opción, que incluye los aspectos materiales, indicadores del Suplemento Sectorial para Entidades Financieras, la normativa de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) y la verificación por un externo.

Los resultados alcanzados muestran el compromiso de nuestro Directorio, ejecutivos y, particularmente, del personal enfocado mejorar cada día su servicio a nuestros clientes y las nuevas capacidades tecnológicas que venimos desarrollando para asegurar nuestro crecimiento, mantenernos vigentes en el mercado y seguir generando valor para la entidad, nuestros grupos de interés y, con ello, apoyar al desarrollo sostenible del país.

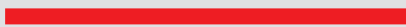
Sergio Asbún Saba  
Gerente General  
Banco económico S.A.

# 01.



## MISIÓN

Somos el aliado financiero en la vida de las personas y empresas contribuyendo a su bienestar y desarrollo sostenible.



## VISIÓN

Visión: “Ser líder en la innovación y otorgación de servicios financieros integrales principalmente para la pequeña y mediana empresa”.





## VALORES

- **Transparencia:** Actuamos de manera íntegra, honesta y oportuna.
- **Respeto:** Valoramos las diferencias e individualidades.
- **Compromiso:** Somos parte de la sociedad y respondemos a la confianza depositada en nosotros.
- **Innovación:** Experimentamos el desafío de construir el futuro.
- **Accesibilidad:** Somos una entidad de puertas abiertas.

## 01. PERFIL DEL BANCO

---

# SOMOS UN BANCO EN CONSTANTE INNOVACIÓN

---

102-2/102-5

Banco Económico S.A. cuenta con 28 años de existencia, contribuyendo al desarrollo sostenible de Bolivia. Somos un Banco “Múltiple” constituido como Sociedad Anónima que atiende a todos los segmentos del mercado, con un enfoque prioritario en las pequeñas y medianas empresas de Bolivia y ofrecemos una amplia gama de productos y servicios financieros innovadores y con valor agregado. Estamos motivados por contribuir positivamente a la sociedad y ver progresar a nuestros clientes, siendo un apoyo en la construcción de sus sueños.

Somos un Banco que cuenta con atributos como solidez, accesibilidad, confianza y credibilidad, resultado del compromiso y trabajo de nuestro Directorio, ejecutivos y funcionarios, con respeto, innovación, transparencia y responsabilidad social. Facilitamos un entorno inclusivo y de igualdad para todos nuestros colaboradores.

Nos hemos caracterizado por ser un Banco en constante innovación, adaptando y ampliando permanentemente nuestros canales digitales, perfeccionando sus procesos para acercarnos y mejorar la experiencia de nuestros clientes y ya estamos presentes en 7 de los 9 departamentos de Bolivia, con una red de 242 PAF al cierre de 2019.

### Misión, visión y valores

102-16

Nuestro Banco define su razón a través de su misión, sus aspiraciones de futuro a través de su visión y su actuar a diario y proceder a través de la declaración de sus valores. Reafirmamos nuestro enfoque en la pequeña y mediana empresa y la importancia de acompañar las diferentes fases de crecimiento de nuestros clientes, innovando en un mundo que está en constante transformación digital y contribuyendo a mejorar el entorno económico, social y medioambiental de nuestros grupos de interés.

# 2019 EN CIFRAS

102-7

Índice de satisfacción laboral  
de nuestro Banco

**79,2%**

**13,42**

millones de \$us  
Resultado Neto del  
ejercicio del año

USUARIOS ACTIVOS DE BANCA  
POR INTERNET

21.190 (24% de crecimiento  
respecto al 2018)

FANS DE FACEBOOK

505.100

VISITAS A LA WEB

1.255.172 (incremento del 13%  
en relación al 2018)

**11**

Proyectos desarrollados  
por la campaña  
"ECODESAFIO" con el  
objetivo de concientizar y  
promover el cuidado del  
medio ambiente entre los  
colaboradores.



**1,61%**  
ÍNDICE DE MORA



Más de

**800**

funcionarios capacitados me-  
diante el Programa de Atención  
al Cliente con Calidez y Calidad.

**42.838**

clientes crediticios  
individuos



**1.407**

Proveedores a nivel nacional

**242**

Puntos de Atención Financiera (PAF)

**61,217**

Número de operaciones crediticias

**CARTERA DE CRÉDITO**  
USD 1.232 millones

**CAPTACIONES**  
USD 1.340 millones

**PATRIMONIO NETO**  
USD 107,3 millones

**700**

tarjetas de crédito mensuales colocadas

Mujeres micro y pequeñas empresarias que pudieron fortalecer sus conocimientos y modelos de negocio a través del curso "Dirección de Negocios Trabajando Juntos"

**207**

**360**

clientes crediticios empresas

**5.711**

Mujeres que son parte de la Comunidad Red Mujer

**1.485**

funcionarios a nivel nacional

**56%**

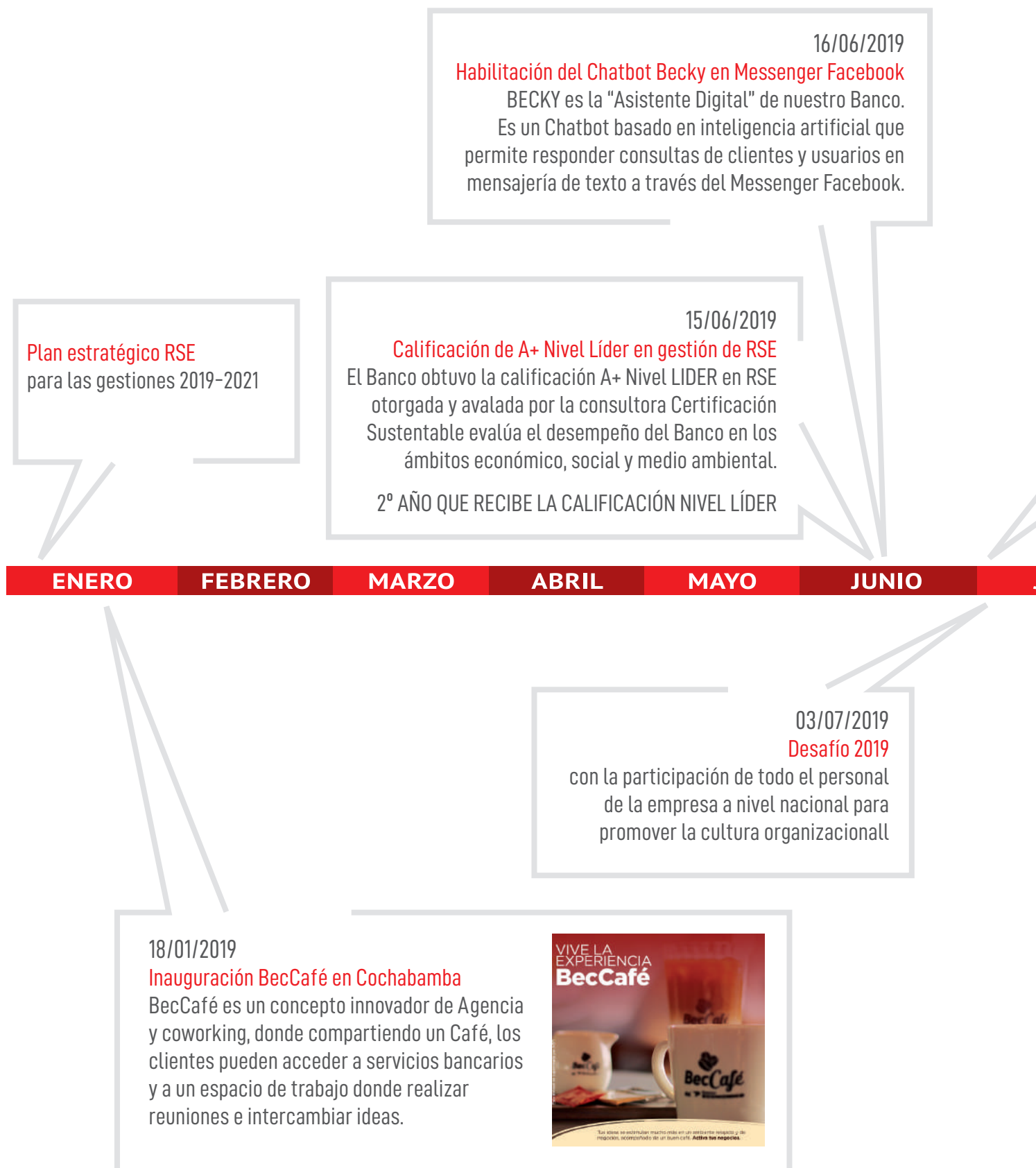
del personal es femenino

**3.221**

Personas que usaron el espacio Red Mujer

# Hitos relevantes 2019

102-7



Plan estratégico RSE  
para las gestiones 2019-2021

15/06/2019  
**Calificación de A+ Nivel Líder en gestión de RSE**  
El Banco obtuvo la calificación A+ Nivel LIDER en RSE otorgada y avalada por la consultora Certificación Sustentable evalúa el desempeño del Banco en los ámbitos económico, social y medio ambiental.  
2º AÑO QUE RECIBE LA CALIFICACIÓN NIVEL LÍDER

16/06/2019  
**Habilitación del Chatbot Becky en Messenger Facebook**  
BECKY es la "Asistente Digital" de nuestro Banco. Es un Chatbot basado en inteligencia artificial que permite responder consultas de clientes y usuarios en mensajería de texto a través del Messenger Facebook.

ENERO

FEBRERO

MARZO

ABRIL

MAYO

JUNIO

18/01/2019

**Inauguración BecCafé en Cochabamba**

BecCafé es un concepto innovador de Agencia y coworking, donde compartiendo un Café, los clientes pueden acceder a servicios bancarios y a un espacio de trabajo donde realizar reuniones e intercambiar ideas.



03/07/2019

**Desafío 2019**

con la participación de todo el personal de la empresa a nivel nacional para promover la cultura organizacional

**JULIO    AGOSTO    SEPTIEMBRE    OCTUBRE    NOVIEMBRE    DICIEMBRE**

03/07/2019  
**Apertura Agencia Potosí**  
 Banco Económico S.A. se expande e inicia operaciones con su primera agencia en la ciudad de Potosí, con la que ahora suma 54 agencias a nivel nacional.  
 PRESENCIA EN 7 DEPARTAMENTOS DEL PAÍS. 54 AGENCIAS A NIVEL NACIONAL.

09/09/2019  
**Apertura de la oficina externa Sacabamba en Cochabamba**  
 Apertura de la oficina externa Sacabamba en Cochabamba llegando con servicios financieros a mas lugares y población.

10/11/2019  
**Solicitud de créditos mediante calculadora, integrado al Sistema de Gestión de Clientes (CRM)**  
 Los clientes pueden estimar cuotas y montos de sus créditos y enviar esta información como solicitud de crédito al Banco, direccionado mediante el CRM al área de Ventas.

02/09/2019  
**Lanzamiento de la Campaña "Buscamos héroes de la niñez"**  
 El Banco se une a UNICEF y juntos inician la Campaña: "Buscamos Héroes de la Niñez" con el objetivo de ayudar a cambiar la vida de muchos niños y niñas en Bolivia, promoviendo y protegiendo los derechos humanos de los menores de edad, para que vivan ajenos a la violencia.

28/07/2019  
**Nueva Banca Móvil**  
 En julio del 2019, Banco Económico S.A. introdujo la cuarta versión de su Banca Móvil, una versión más robusta y con muchas más funciones para facilitar las operaciones del cliente con el Banco. Es de destacar que esta solución desarrollada en el país por profesionales bolivianos. La aplicación se encuentra disponible en las tiendas Play Store y Apple Store.

10/12/2019  
**App Red Mujer Mi Aliada**  
 La innovadora App "Red Mujer", es la aliada para la mujer emprendedora o empresaria, conectando a la mayor comunidad de mujeres emprendedoras de Bolivia. No se necesita ser cliente del Banco para acceder a esta aplicación.  
 CRECIMIENTO DEL 198% DE LA COMUNIDAD "RED MUJER" EN 2019.



## Nuestro gobierno corporativo

102-18 / 202-2 / RSE 1G

Nuestros Órganos de Gobierno comprenden: La Junta General de Accionistas, Directorio, Síndico, el Auditor Interno y la Alta Gerencia. La composición accionaria está integrada por 19 accionistas, todos de nacionalidad boliviana. La Dirección Estratégica es responsable de la toma de decisiones integrales del negocio y está compuesta por el Directorio, integrado por 6 Directores Titulares y 10 Directores Suplentes, el Gerente General y Comités de Gerencia de Área. Todos los miembros de nuestro Directorio y plantel ejecutivo son bolivianos.

En la Junta General Ordinaria de Accionistas realizada el 21 de enero del 2019, se eligió el nuevo Directorio para la gestión 2019.

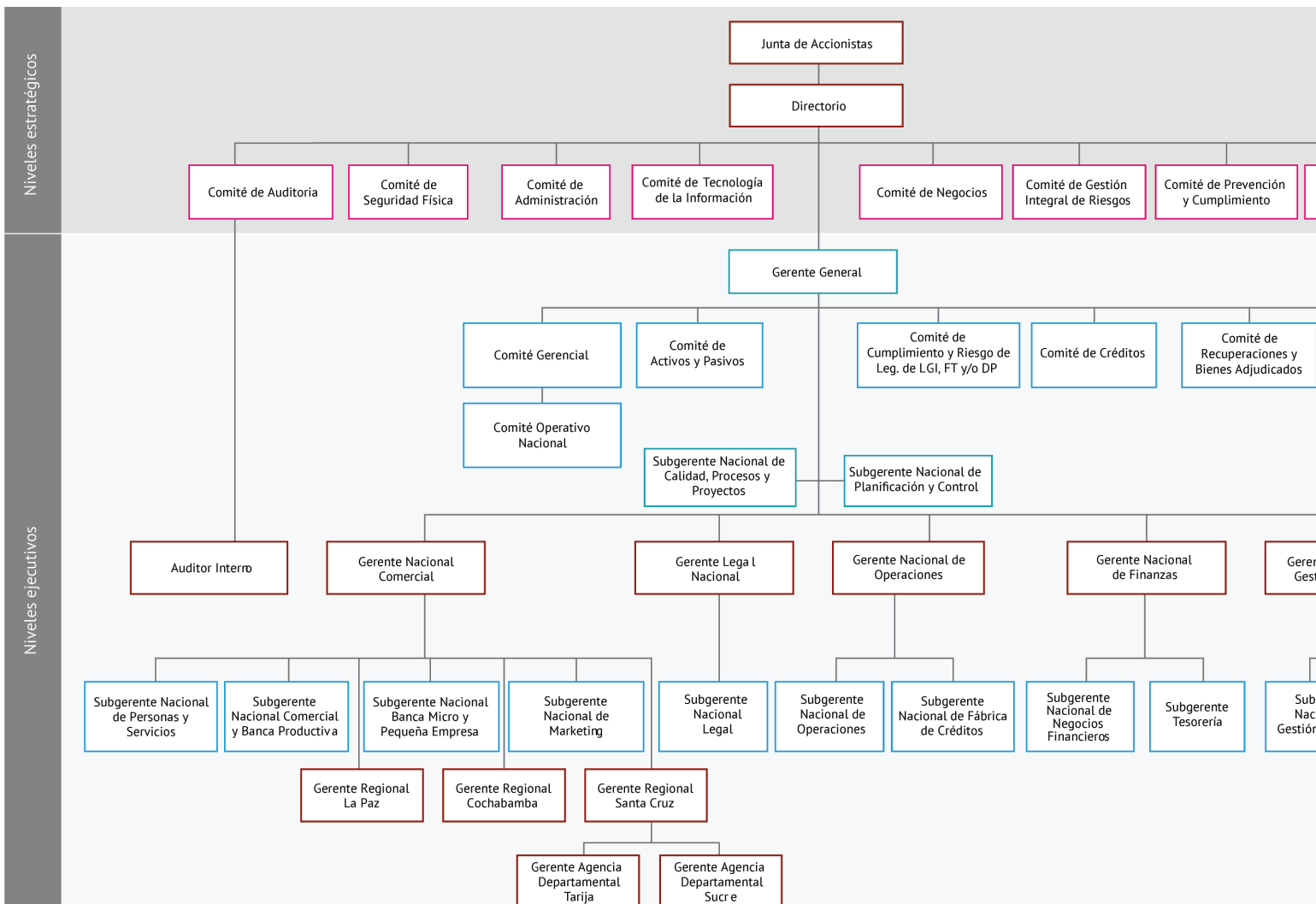
Nuestro Directorio sesionó en 43 ocasiones, reflejando su compromiso e involucramiento en los asuntos de nues-

tro Banco. Entre los aspectos tratados en las reuniones, se analizaron, debatieron y políticas, planes de gestión estratégica, presupuesto en materia financiera y administrativa, abarcando las captaciones, colocaciones y servicios que brinda la entidad. Asimismo, nuestro Directorio evaluó la necesidad de expansión en agencias y sucursales, aprobando la apertura de agencias en puntos estratégicos para mejorar la atención a nuestros clientes y promover la bancarización de la población boliviana, aprobó el Plan Estratégico de RSE y realizó el seguimiento a la gestión sustentable del negocio. Adicionalmente, en estas reuniones se evaluaron todos los informes que corresponden a las juntas de accionistas y los organismos reguladores, dando estricto cumplimiento a las leyes, reglamentación vigente y normativa interna.

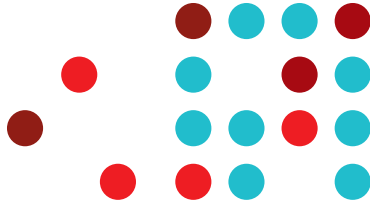
Además de los Comités establecidos en la Recopilación de Normas para Servicios Financieros (RNSF), nuestro Banco cuenta con Comités de Gestión que le permiten analizar diversos temas de tipo económico, social y ambiental con mayor detalle, para ser sometidos a consideración y/o aprobación del Directorio. Los Comités a nivel de Directorio que sesionaron durante la gestión 2019 fueron los de Negocios, Administración, Riesgo, Auditoría, Prevención y Cumplimiento, Gobierno Corporativo, Tecnología, Seguridad Física y Ética.

Nuestro personal ejecutivo incluye al Gerente General, Gerentes Nacionales de Área, Subgerentes Nacionales, Gerentes Regionales de departamentos y sucursales respectivamente, que tienen mandos medios bajo su dependencia lineal o funcional.

## Nuestra estructura organizacional



# DIRECTORES.



## Presidente

Ivo Mateo Kuljis Füchtner

## Vicepresidente

Luis Alberto Perrogon Saavedra

## Directores Titulares

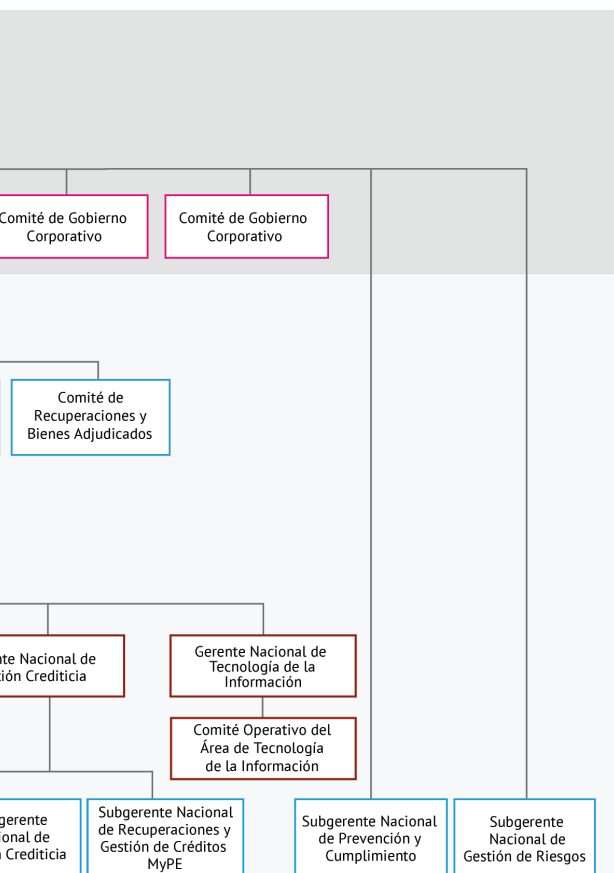
Alex Jose Cuellar Chavez  
 Katia Kuljis Lladó  
 Ronald Gilberto Mariscal Flores  
 Julio Sergio Tufiño Justiniano  
 Alejandro Lora Longaric  
 Boris Marinkovic Rivadineira  
 Jorge Sanchez Landivar  
 José Salomon Yepez Vargas

## Directores Suplentes

Orlando Gabriel Nuñez Melgar  
 Jose Ernesto Perrogon Saavedra  
 Alvaro Ricardo Saavedra Monfort  
 Rodolfo Weidling Kuljis  
 Jorge Percy Boland España  
 Carlos Alejandro Limpas Elio  
 Herman Stelzer Garrett  
 Walter Marcelo Moscoso Sciaroni  
 Ricardo Yamil Baddour Dabdoub  
 Ricardo Sergio Lilienfeld Campuzano

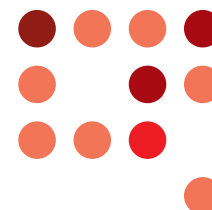
## Síndico Titular Síndico Suplente

Hans Sabino Nuñez Claros  
 Joaquín Pereyra Vaca Diez



## Nuestra estructura organizacional

Todos nuestros accionistas son bolivianos y la composición accionaria, al 31 de diciembre de 2019, es la siguiente:



# ACCIONISTAS

| Nombre o razón social del Accionista       | Nacionalidad | Porcentaje Participación (%) (2) |
|--|--------------|----------------------------------|
| Empresa de Envases Papeles y Cartones S.A. | Boliviana    | 36,45%                           |
| Elvio Luis Perrogon Toledo                 | Boliviana    | 10,92%                           |
| Ivo Mateo Kuljis Fuchtner                  | Boliviana    | 10,91%                           |
| Curtiembre Vis Kuljis S.A.                 | Boliviana    | 7,75%                            |
| Justo Yepez Kakuda                         | Boliviana    | 5,35%                            |
| Orlando Gabriel Nunez Melgar               | Boliviana    | 3,86%                            |
| Alex Jose Cuellar Chavez                   | Boliviana    | 3,33%                            |
| Pedro Antonio Yovhio Ferreira              | Boliviana    | 3,33%                            |
| Haab Justiniano Michele                    | Boliviana    | 2,95%                            |
| Haab Justiniano Christian Chandor          | Boliviana    | 2,95%                            |
| Haab Justiniano Marcel Chandor             | Boliviana    | 2,81%                            |
| Haab Justiniano Robert James Curt          | Boliviana    | 2,81%                            |
| Tomislav Carlos Kuljis Fuchtner            | Boliviana    | 2,33%                            |
| Ramiro Alfonso Rivero Urriolagoitia        | Boliviana    | 1,16%                            |
| Abel Fernando Guilarte Montenegro          | Boliviana    | 1,07%                            |
| Boland España Jorge Percy                  | Boliviana    | 0,52%                            |
| Lora Longaric Alejandro                    | Boliviana    | 0,26%                            |
| Jose Miguel Cuellar Casal                  | Boliviana    | 0,26%                            |
| Nadia Cuellar Casal                        | Boliviana    | 0,26%                            |
| Nathaly Yovhio Ortiz                       | Boliviana    | 0,17%                            |
| Cristhian Pedro Yovhio Ortiz               | Boliviana    | 0,17%                            |
| Marco Antonio Yovhio Ortiz                 | Boliviana    | 0,17%                            |
| Justiniano de Haab Maria del Carmen        | Boliviana    | 0,06%                            |
| Bendek Liaños Rosa Maria                   | Boliviana    | 0,04%                            |
| Bendek Liaños Ninoska                      | Boliviana    | 0,04%                            |
| Bendek Liaños Jorge Alejandro              | Boliviana    | 0,04%                            |
|  |              | 100,00%                          |



## Nuestras asociaciones y membresías

102-12 / 102-13

Somos miembro activos de las siguientes instituciones:

- Asociación de Bancos Privados de Bolivia (ASOBAN)
- Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB)
- American Chamber of Commerce – Cámara de Comercio Boliviana Americana (AMCHAM)
- Cámara de Industria, Comercio, Servicio y Turismo de Santa Cruz (CAINCO)
- Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN).



## Nuestros reconocimientos y distinciones

Durante la gestión 2019, nuestro Banco ha sido merecedor de varios reconocimientos y distinciones, entre las que se destacan:

### EMPLEADOR LIDER 2019

Banco Económico S.A. recibió por 4to año consecutivo el reconocimiento de “EMPLEADOR LIDER 2019” de Human Value, esta vez situándose en el 3er lugar en la Categoría Gran Empresa, con más de 500 funcionarios. Este premio destaca el buen clima laboral y la importancia que la entidad brinda a la gestión humana interna, en las dimensiones: comunicación, cooperación, confianza y compromiso.



### FINTECH AMERICA

El proyecto BecCafé permitió que Banco Económico S.A. sea reconocido entre los 25 bancos más innovadores de Latinoamérica y el Caribe del 2019 por Fintech Américas en Junio del 2019 en Miami, Florida - Estados Unidos, en la categoría “Experiencia del Cliente e Interacción con el Cliente”.

### MEDALLA DEL MÉRITO MUNICIPAL

El Gobierno Autónomo Municipal de Santa Cruz de la Sierra distingue al Banco Económico con la “Medalla al Mérito Municipal” con mención en Servicio Institucional categoría Desarrollo Económico, como reconocimiento por sus 28 años de servicio al desarrollo económico y social de Bolivia, con solvencia y rentabilidad, impulsando la educación financiera, la investigación y cultura, consolidándose como un Banco líder en innovación.

### RECONOCIMIENTO POR VALIOSO APOYO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ESPÍRITU COLABORATIVO

Banco Económico S.A. recibió un reconocimiento por parte de los Ciudadanos Voluntarios en Acción – CIVOAC el 30 de mayo del 2019 por su valioso apoyo de Responsabilidad Social y Espíritu Colaborativo, para la realización del Encuentro de Empoderamiento “Gente Valiente y Consciente”, proyecto de bien social dirigido a la comunidad que tuvo como propósito concientizar y prevenir la violencia hacia la mujer y familia.

### E-COMMERCE AWARD A LO MEJOR DE LOS NEGOCIOS ONLINE

Banco Económico S.A. fue reconocido como Ganador por su labor en Servicios Financieros y Banca Online en el Comercio Electrónico y los Negocios por Internet en Bolivia, en julio 2019

### EXCELENCIA EMPRESARIAL “AVE FENIX”

El Honorable Consejo del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Oruro - UTO, entregó el máximo galardón a la Excelencia Empresarial “AVE FENIX” con mención en Constancia Empresarial al Banco Económico – Oruro, el 13 de septiembre 2019.

### PROGRAMA DE APOYO AL EMPLEO

El Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social reconoció al Banco por su apoyo a la inserción laboral de buscadores de empleo a través de su Programa de Formación de Asistentes y Ejecutivos de Negocios MyPE “FAMI” que promueve la inclusión laboral y educación financiera.

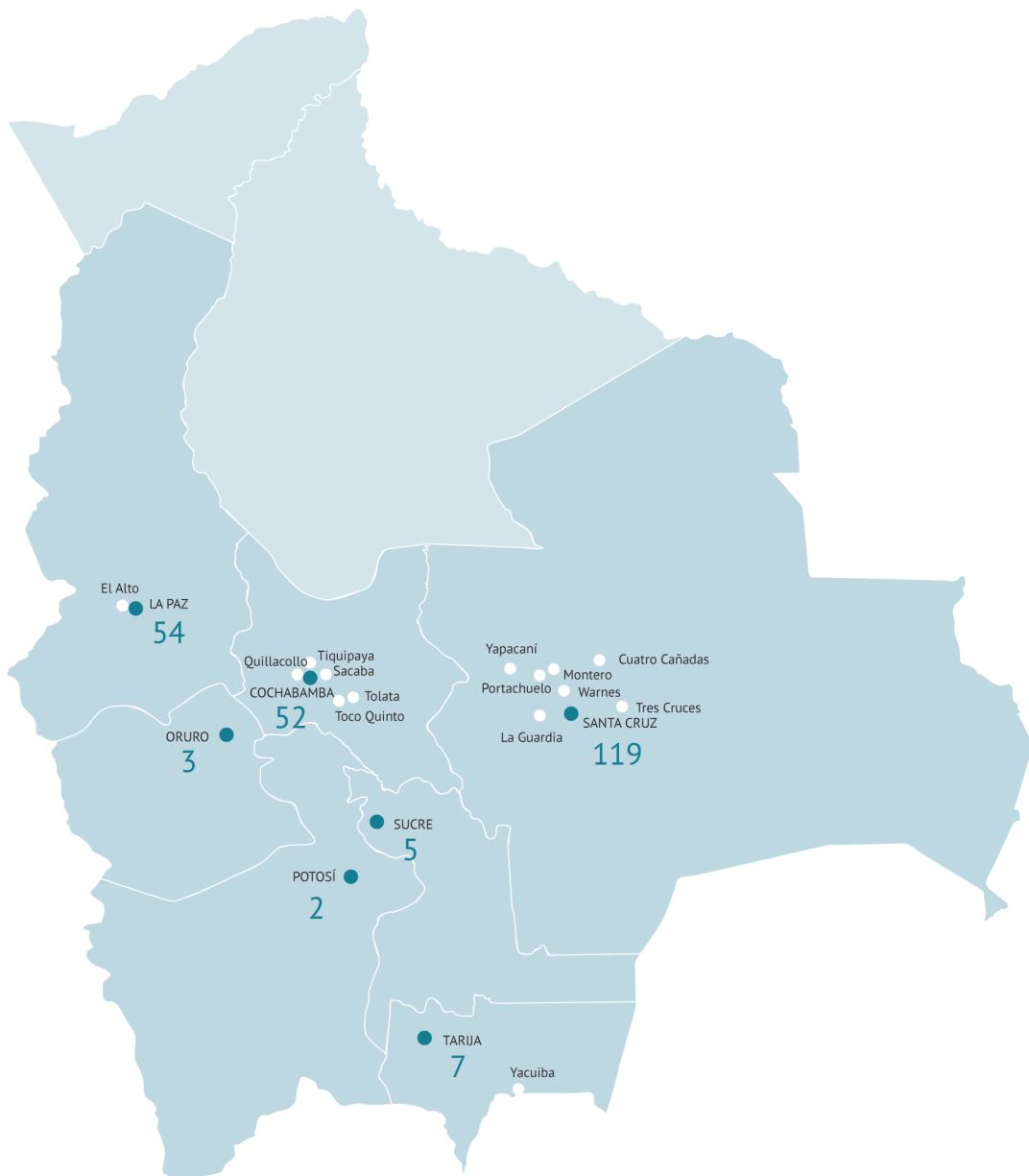


## Nuestro alcance y cobertura

102-3 / 102-4 / 102-6 / 102-10 / G4-FS13

Nuestro Banco tiene su oficina central ubicada en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra y ha ido ampliando su cobertura. Hoy cuenta con 54 oficinas, 17 puntos externos, 2 puntos promocionales y una red de 169 ATMs en 7 departamentos del país: Santa Cruz, Cochabamba, La Paz, Tarija, Chuquisaca, Oruro y Potosí.

Esta expansión estratégica muestra el interés de nuestra entidad de estar cada vez más cerca de nuestros clientes y contribuir a la inclusión financiera. Es así que en julio 2019, ingresamos a la ciudad de Potosí con la apertura de una agencia y 1 ATM. Además, nuestra ampliación incluyó la ciudad de Sacabamba en Cochabamba, con el objetivo de facilitar la bancarización en un lugar donde había nula cobertura.



### Santa Cruz

- 1 Oficina central
- 20 Agencias fijas
- 4 Oficinas externas
- 12 Ventanillas
- 80 ATMs
- 2 Punto Promocional

### La Paz

- 1 Sucursal
- 9 Agencias fijas
- 3 Ventanillas
- 41 ATMs

### Cochabamba

- 1 Sucursal
- 9 Agencias fijas
- 4 Oficinas externas
- 2 Ventanillas
- 36 ATMs

### Tarija

- 2 Agencias fijas
- 5 ATMs

### Chuquisaca

- 1 Agencia fija
- 4 ATMs

### Oruro

- 1 Agencia fija
- 2 ATMs

### Potosí

- 1 Agencia fija
- 1 ATMs

El cuadro a continuación muestra el número de PAFs de manera comparativa entre las gestiones 2018 y 2019.

**Cuadro N° 1**  
**Puntos de Atención Financiera (2018 y 2019)**

| Departamentos | 2018      |                 |            |                   | 2019      |                 |            |                   |
|---------------|-----------|-----------------|------------|-------------------|-----------|-----------------|------------|-------------------|
|               | Oficinas  | Puntos Externos | ATM'S      | Punto Promocional | Oficinas  | Puntos Externos | ATM'S      | Punto Promocional |
| Santa Cruz    | 24        | 11              | 76         | 2                 | 25        | 12              | 80         | 2                 |
| La Paz        | 11        | 3               | 41         | 1                 | 10        | 3               | 41         | 0                 |
| Cochabamba    | 12        | 2               | 33         | 0                 | 14        | 2               | 36         | 0                 |
| Tarija        | 2         | 0               | 4          | 0                 | 2         | 0               | 5          | 0                 |
| Chuquisaca    | 1         | 0               | 2          | 0                 | 1         | 0               | 4          | 0                 |
| Oruro         | 1         | 0               | 1          | 0                 | 1         | 0               | 2          | 0                 |
| Potosí        |           |                 |            |                   | 1         | 0               | 1          | 0                 |
| <b>TOTAL</b>  | <b>51</b> | <b>16</b>       | <b>157</b> | <b>3</b>          | <b>54</b> | <b>17</b>       | <b>169</b> | <b>2</b>          |



# 02.





## 02. GESTIÓN DE RSE

102-45 / 102-50 / 102-51 / 102-52 / 102-54

La RSE para nuestro Banco es un modelo de gestión orientado a actuar en beneficio de nuestras partes interesadas en cuanto a sus expectativas económicas, sociales y medioambientales contribuyendo al desarrollo sostenible, en el marco del giro del negocio y actividades priorizadas por la propia institución.

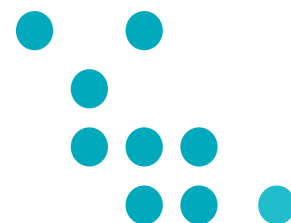
La gestión de la RSE se formalizó a partir del año 2013, oportunidad en que la alta dirección del Banco Económico S.A. asumió este modelo de gestión como un componente esencial en la estrategia de la entidad. Es así que la RSE es un puntal estratégico que agrega valor a nuestra empresa como un elemento esencial en el cumplimiento de nuestra misión, visión y valores institucionales.

### Modelo de RSE

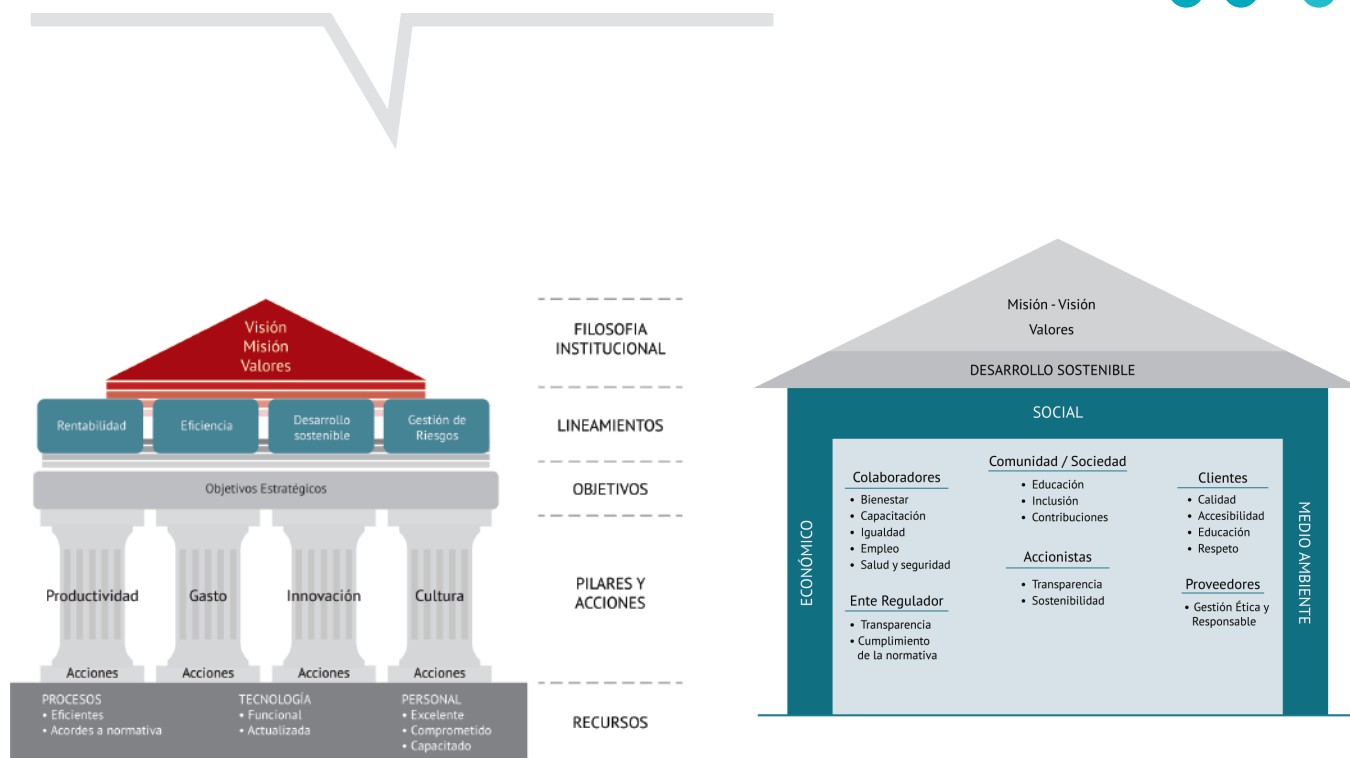
Nuestro Banco ha consolidado y reafirmado el compromiso de la Alta Gerencia con la RSE y la sostenibilidad mediante su nuevo Plan Estratégico 2019 – 2021 aprobado el 16 de mayo 2019, al ser uno de sus cuatro lineamientos estratégicos el “Desarrollo Sostenible” que busca “promover el desarrollo sostenible del país contribuyendo a mejorar el entorno económico, social y medio ambiental de nuestros grupos de interés” y que tiene como objetivos los detallados en el cuadro siguiente, cada uno de los cuales cuenta con acciones estratégicas definidas:

## Desarrollo Sostenible

- Promover y fomentar la generación de oportunidades de hacer negocio y la inclusión financiera, principalmente con los pequeños y medianos empresarios.
- Contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y su entorno.
- Mejorar de manera activa y sistemática la conciencia y el comportamiento ambiental de la institución y de sus grupos de interés.



## MODELO DE RSE



## Nuestra Política de RSE

### RSE 1E

Nuestra Política de RSE considera que este modelo de gestión debe promover la innovación constante para propiciar la generación de valor social, económico y ambiental y establece los lineamientos y procedimientos requeridos. Describe cómo nuestra entidad asume el respeto de los derechos humanos y su responsabilidad ambiental ante nuestros diversos grupos de interés, siempre cumpliendo las obligaciones legales y fiscales, estableciendo la importancia de medir la gestión e impactos de la RSE. Es de conocimiento de todos los Accionistas, Directores, Ejecutivos y Colaboradores; y se encuentra publicada en nuestra página web para conocimiento de la comunidad en general.

La persona responsable de la gestión de RSE depende directamente de la Jefatura Nacional de Comunicación y RSE, tiene sus responsabilidades formalizadas en el manual de funciones y está a cargo de elaborar y presentar el plan estratégico a Directorio, misma que tiene su propio presupuesto anual. La encargada de RSE coordina con todas las áreas claves la planificación y ejecución de las acciones, de modo que la gestión sea transversal a toda la organización. También contamos con un sistema de gestión de RSE con manuales que establecen los procedimientos y registros de las diversas actividades que llevamos a cabo y mantenemos cuentas específicas para el control de gastos e inversión de los programas.

## Derechos Humanos

### RSE 2H / RSE 3H / 412-2

Como ya mencionamos, el compromiso de nuestro Banco con los derechos humanos está enmarcado en nuestra Política de RSE que detalla que somos una institución que cumple con la normativa internacionalmente aceptada de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los derechos consignados en la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, como marco fundamental de su actuación. También, nuestro Código de Ética establece la importancia de respetar y promover los Derechos Humanos como normas universales que aportan una base moral para el cumplimiento de nuestra misión.

Promovemos la diversidad social, el respeto de la dignidad y privacidad

de nuestros colaboradores y clientes, valorando las identidades y diferencias de las personas. Prohibimos la discriminación basada en la raza, credo, sexo, edad, capacidades diferentes, orientación sexual, color de piel, género, nacionalidad, o cualquier otra razón política ideológica, social, física y/o filosófica. Además, condenamos actos de violencia dentro de nuestra entidad y adoptamos políticas y prácticas de prevención y combate a todo tipo prejuicio y condiciones de trabajo indignas (como el trabajo infantil o forzoso).

Socializamos estos lineamientos entre nuestro personal durante el proceso de inducción, actividades de capacitación y campañas de comunicación interna realizadas de manera permanente en nuestro Banco. Adicionalmente, nuestros colaboradores pueden utilizar

los diversos canales de comunicación interna (correo electrónico, carta, llamada telefónica o denuncias personales con el área de Recursos Humanos) para presentar quejas y/o reclamos y, en los casos que amerite, estos podrían derivarse al Comité de Ética.

Para la atención de quejas o reclamaciones por parte de clientes o usuarios, según normativa, contamos con Puntos de Reclamo atendidos por la Unidad de Calidad, dependiente del Departamento de Calidad, Procesos y Proyectos.

Asimismo, estamos comprometidos a que nuestro personal se capacite y participe en campañas vinculadas a Derechos Humanos, como se observa en el siguiente cuadro:

### Cuadro N° 2 Campañas y capacitaciones internas sobre Derechos Humanos

| TEMAS  | TOTAL HORAS POR TEMA | PARTICIPANTES | % PARTICIPACION / Total Funcionarios |
|--|----------------------|---------------|--------------------------------------|
| PROGRAMA DE EXPERIENCIA DE CALIDAD Y CALIDEZ EN SERVICIO AL CLIENTE.   | 9                    | 272           | 18%                                  |
| TALLER: ACCIDENTES DE TRABAJO Y/O RIESGO EXTRAORDINARIO.   | 1                    | 44            | 3%                                   |
| COMO ELABORAR Y PREPARAR LOS PROGRAMAS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO - PSST EN SU EMPRESA.                                | 6                    | 4             | 0%                                   |
| CHARLAS EDUCATIVAS SOBRE PREVENCIÓN DE CÁNCER CERVICO UTERINO  | 1                    | 41            | 3%                                   |
| PRESENTACIÓN INFORMATIVA - PROGRAMA SALUD PARA TUS OJOS  | 1                    | 41            | 3%                                   |
| COMITE MIXTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD OCUPACIONAL Y BIENESTAR.   | 1                    | 51            | 3%                                   |
| PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE - EDUCACIÓN FINANCIERA  | 1                    | 12            | 1%                                   |
| PROTOCOLOS DE ATENCION PRESENCIAL A CONSUMIDORES FINANCIEROS Y LINEAMIENTOS DE ATENCION A CONSUMIDORES FINANCIEROS DISGUSTADOS | 1                    | 3             | 0%                                   |
| ROL DE RRHH EN ERRORES COMETIDOS EN MATERIA LABORAL Y COMO EVITAR SANCIONES, MULTAS Y DEMANDAS.                                | 4                    | 2             | 0%                                   |
| MANEJO INTEGRAL E INTELIGENTE DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO: NUEVA NORMATIVA.   | 6                    | 1             | 0%                                   |
| PRIMEROS AUXILIOS  | 3                    | 87            | 6%                                   |
| PROGRAMA DE CULTURA ORGANIZACIONAL 2019 - ACTUALIZACION  | 2                    | 169           | 11%                                  |
| ATENCION A PERSONAS ADULTAS MAYORES EN EL MARCO DE LA LEY NRO 369  | 1                    | 710           | 48%                                  |
| ATENCION CON CALIDAD Y CALIDEZ A PERSONAS CON DISCAPACIDAD 2019  | 1                    | 483           | 33%                                  |
| INDUCCION CODIGO DE ETICA  | 1                    | 316           | 21%                                  |
| INDUCCION CODIGO DE CONDUCTA   | 1                    | 316           | 21%                                  |
| <b>TOTAL GENERAL</b>   | <b>40</b>            | <b>2552</b>   |                                      |

**Cuadro N° 3**  
**Número de alertas según canal**

| CANAL  | N° ALERTAS |
|--|------------|
| Formulario Reporte de Operación Inusual                      | 128        |
| Sistema Anti-Lavado de Dinero                                | 15,672     |
| Formulario de Control y Seguimiento de Sucursales y Agencias | 0          |
| TOTAL  | 15,800     |

## Anticorrupción

205-1 / 205-2 / 205-3

Nuestro Banco cuenta con políticas, normas y procedimientos muy claros en su gestión de riesgos y Prevención, Detección, Control y Reporte de Legitimación de Ganancias Ilícitas, Financiamiento del Terrorismo y/o Delitos Precedentes (LGI, FT y/o DP) en su gestión de riesgos, observando el cumplimiento de los mandatos emanados de las leyes y normativas vigentes en Bolivia, las disposiciones emitidas por la ASFI, la Unidad de Investigaciones Financieras (UIF) y las normativas internacionales referidas a estos temas.

Las estructuras de prevención y control incluyen:

- Comité de Prevención y Cumplimiento que depende y reporta al Directorio. Su misión es supervisar el programa integral de LGI, FT y/o DP, tomando como base las políticas y procedimientos internos y la normativa nacional e internacional relacionada a la materia.
- Unidad de Prevención y Cumplimiento, unidad autónoma que depende y reporta directamente al Directorio y desarrolla sus actividades bajo un modelo centralizado desde la oficina matriz, realizando visitas regulares a nuestras agencias. Esta Unidad recibe alertas mediante los canales que detallamos a continuación

- Nuestro Directorio está firmemente comprometido en la lucha contra la LGI, FT y/o DP, para lo cual cuenta con una política específica y aplica tolerancia cero para evitar riesgos de tipo reputacional, legal, de concentración y operativo.
- Durante la gestión 2019, informamos sobre las políticas y procedimientos anticorrupción de nuestra entidad a 10 miembros del Directorio y 8 Ejecutivos de Alta Gerencia, el 100% de nuestros funcionarios y 27 socios estratégicos entre Banco Corresponsales, Remesadoras del exterior y otras entidades financieras.
- Anualmente realizamos formaciones sobre anticorrupción. El 2019, alcanzamos al 100% de los colaboradores mediante el proceso de inducción y a 341 colaboradores antiguos con estas capacitaciones.

## Gestión de Riesgos

Cada año, nuestra Unidad de Riesgos realiza las revisiones de cartera, analizan inconsistencias en la información, evaluando el número de eventos de riesgo operativo. En el 2019, hubo 149 casos de los cuales 8 fueron considerados como fraude, equivalente a un 5%. Una vez identificados, se siguieron los procesos internos contra los funcionarios vinculados en el caso, fortaleciendo las políticas internas de nuestro Banco, considerando la implementación de diversos controles internos.

Para reforzar el conocimiento e informar a nuestros funcionarios, cada dos semanas les enviamos boletines con contenido relacionado a las normas internas y prevención de riesgos operativos.



### Lineamientos normativos

Como entidad regulada por la ASFI, a través de nuestras diferentes unidades, cumplimos con todas las leyes y disposiciones nacionales vigentes aplicables a nuestro giro de negocio y objeto. Asimismo, evaluamos el cumplimiento de los lineamientos de RSE planteados por la normativa de la siguiente manera:

### Rendición de cuentas ante la sociedad

Uno de nuestros valores institucionales es el "Compromiso" donde nos consideramos parte de la sociedad y respondemos a la confianza depositada en nosotros. Es así que, a través de nuestro informe anual de RSE, reportamos sobre nuestra gestión de RSE y realizamos una rendición de cuentas ante nuestros grupos de interés por nuestros impactos económicos, sociales y ambientales, es socializada en todos los niveles de nuestra entidad, publicada en nuestra página web institucional y enviada en documento físico o digital a las instituciones reguladoras, financiadoras y otras partes interesadas pertinentes.

Además, anualmente, contamos con una calificación externa de nuestra gestión de RSE que forma parte de este informe además de Estados Financieros auditados publicados en periódicos de alcance nacional y con una Memoria Anual que también está disponible en nuestro portal.

### Transparencia

La transparencia es uno de nuestro valores institucionales, como mencionamos anteriormente. Nuestro Banco aporta información transparente de sus actividades y resultados alcanzados para que los grupos de interés puedan acceder a la misma a través del sitio web y diversas publicaciones. La misión, visión, políticas, decisiones y actividades respecto a nuestra relación e impacto con los diferentes grupos de interés en relación a la so-

riedad, economía y medio ambiente, a disposición de nuestros colaboradores en la Intranet, en nuestra Política de RSE y mediante el presente informe.

### Comportamiento Ético

Nuestro Código de Ética establece los lineamientos, conductas y valores que todos nuestros colaboradores, Ejecutivos, Accionistas y Directores deben cumplir para desarrollar sus funciones, así como el respeto a los Derechos Humanos. Contamos también con un Manual de Procedimientos para el Tratamiento de Infracciones al Código de Ética, Reglamento Interno y Aplicación de Multas y Sanciones. También actualizamos nuestro Código de Conducta, que establece los estándares mínimos de conducta y sanas prácticas que deben adoptar nuestro personal, Ejecutivos y Directores en su accionar y relacionamiento con los consumidores financieros, en el marco del respeto a los derechos de estos últimos.

El Comité de Gobierno Corporativo tiene la facultad de asegurar el cumplimiento de ambos códigos en el marco de nuestro Código de Gobierno

Corporativo que contiene los principios de actuación, las reglas básicas de organización y funcionamiento y las normas de conducta que deben seguir los Órganos de Gobierno, con el objeto de lograr la mayor eficacia, equidad, transparencia y probabilidad en el cumplimiento de sus funciones.

### Respeto a los intereses de las partes interesadas

Nuestros principios básicos del relacionamiento con nuestros grupos de interés están detallados en nuestro Código de Ética, basados en el concepto de creación valor compartido, benefician a todas las partes involucradas y permiten que las relaciones perduren, por lo que el respeto y el conocimiento de las necesidades de otros y las nuestras deben mantener un equilibrio.

Como detallaremos más adelante, durante la realización del estudio de materialidad llevado a cabo el 2017, identificamos y priorizamos nuevamente a nuestros grupos de interés, respetando y reconociendo sus intereses y derechos.

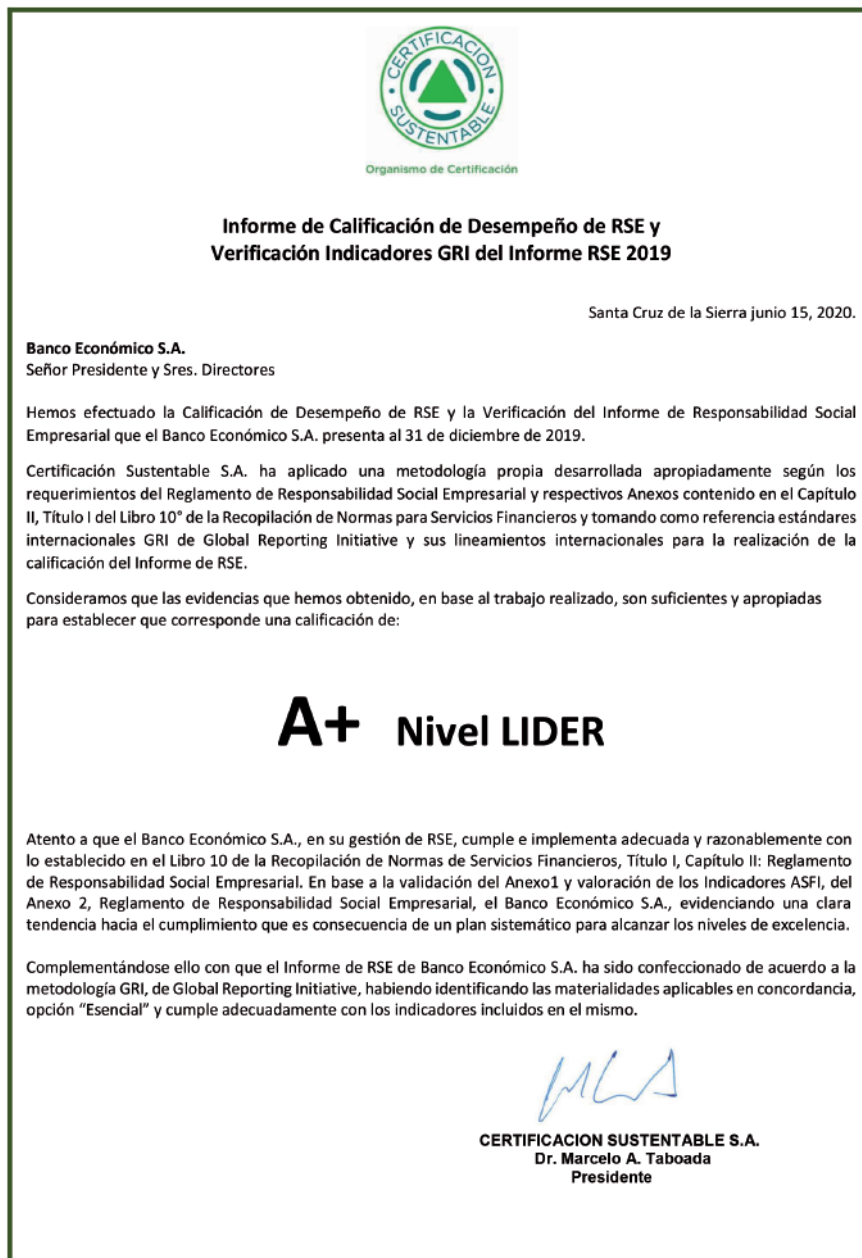


Como Banco, estamos conscientes que las relaciones con nuestros grupos de interés no son estáticas ni uniformes por lo que fomentamos el diálogo, procesos constantes de consulta y colaboración. Los siguientes canales de comunicación e interacción nos permiten tomar en cuenta sus inquietudes y expectativas, en equilibrio con el desarrollo sostenible y según la naturaleza del vínculo con cada parte interesada.

#### Cuadro N° 4

#### Canales de Relacionamiento con nuestros Principales Grupos de Interés

| Canales   | Internos                              |                    |         | Externos                     |                  |                           |
|---|---------------------------------------|--------------------|---------|------------------------------|------------------|---------------------------|
|   | Accio-<br>nistas e<br>inverso-<br>res | Colabora-<br>dores | Cientes | Comu-<br>nidad /<br>Sociedad | Provee-<br>dores | Entes<br>regulado-<br>res |
| Juntas Ordinarias                               | ■                                     |                    |         |                              |                  |                           |
| Juntas Extraordinarias                          | ■                                     |                    |         |                              |                  |                           |
| Reuniones de Directorio                         |                                       | ■                  |         |                              |                  |                           |
| Reuniones de Comité                             |                                       | ■                  |         |                              |                  |                           |
| Contact Center (Monitoreo)                      |                                       |                    | ■       | ■                            |                  |                           |
| Campañas internas                               |                                       | ■                  |         |                              |                  |                           |
| Campañas externas                               |                                       |                    | ■       | ■                            |                  |                           |
| Intranet  |                                       | ■                  |         |                              |                  |                           |
| Correspondencia física                          | ■                                     | ■                  | ■       |                              | ■                | ■                         |
| Gestiones Mailing                               |                                       |                    | ■       |                              |                  |                           |
| Gestiones SMS                                   |                                       |                    | ■       |                              |                  |                           |
| Boletín interno                                 |                                       | ■                  |         |                              |                  |                           |
| Encuestas                                       |                                       | ■                  | ■       |                              | ■                |                           |
| Estudio de Clima Laboral                        |                                       | ■                  |         |                              |                  |                           |
| Estudios de Satisfacción                        |                                       |                    | ■       |                              |                  |                           |
| Punto de Reclamo                                |                                       |                    | ■       |                              |                  |                           |
| Memoria Institucional                           | ■                                     | ■                  | ■       | ■                            | ■                | ■                         |
| Informe de RSE                                  | ■                                     | ■                  | ■       | ■                            | ■                | ■                         |
| Red de Oficinas                                 |                                       | ■                  | ■       | ■                            |                  |                           |
| Portal Web                                      | ■                                     | ■                  | ■       | ■                            | ■                | ■                         |
| Banca por Internet                              |                                       |                    | ■       | ■                            | ■                |                           |
| Banca Móvil                                     |                                       |                    | ■       | ■                            | ■                |                           |
| Blog  |                                       |                    | ■       |                              |                  |                           |
| Redes Sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn) | ■                                     | ■                  | ■       | ■                            |                  |                           |



## Calificación de Desempeño Social

Artículo 8, Sección 2, Capítulo II, Título 1, Libro 10 RNSF

A partir del 2014, en cumplimiento con la normativa vigente, nuestro Banco presenta anualmente realizó una calificación de desempeño de la gestión de RSE 2019, la una Calificación de Desempeño de RSE. Para el 2019, obtuvimos la calificación de 97,93% que corresponde a un Nivel A+ Líder.

La relación con la empresa externa que ha sido seleccionada para que lleve adelante la calificación de la gestión en RSE es contractual y de independencia. La Alta Dirección aprueba su selección, previa evaluación y la relación se formaliza mediante un contrato suscrito entre ambas partes.

03.





## 03. CLIENTES

### 102-6

Tal cual está detallado en nuestra misión, somos un Banco múltiple con enfoque en la atención a la pequeña y mediana empresa, aunque contamos con una estrategia comercial sustentada en la diversidad de productos, servicios y canales de comunicación y atención, pensados para cada segmento para así, poder acompañar las diferentes fases de crecimientos de nuestros clientes. Asimismo, nuestra normativa establece los lineamientos de acción general para brindar la mejor atención a clientes y usuarios financieros, resaltando la importancia de contar con una cultura de atención, promoviendo la inclusión de la mujer a la banca y brindando un servicio basado en la cortesía, bienestar, compromiso, confianza eficiencia y seguridad.

### Fidelización

#### RSE 1S / RSE 2S

La relación con nuestros clientes es esencial y por ello brindamos beneficios, desarrollamos campañas y promociones empresariales con el objetivo de captarlos, retenerlos y fidelizarlos. Realizamos todo tipo de promociones, desde descuentos en supermercados, cines, gimnasios, restaurantes, así como premios para nuestros ahorristas de dinero en efectivo, pasajes y entradas a conciertos, además de campañas con nuestras tarjetas de crédito en diversos locales comerciales, donde obtienen descuentos y opciones de pago en cuotas. En el 2019, realizamos el lanzamiento del beneficio de asistencia al viajero (AXA) para que el tarjetahabiente Titanium cuente con un seguro para sus viajes sin costo adicional.

La expansión y crecimiento constante de nuestros PAFs, particularmente de nuestros ATMs en las regiones donde operamos; el desarrollo y mejora de innovaciones digitales para disminuir los costos de transacción; el acceso a espacios de coworking conectando personas y negocios, además de la participación en diversas conferencias, talleres y charlas que organizamos, también contribuyen a fidelizar a nuestros clientes.

## Satisfacción de clientes

### RSE 2S

De acuerdo a las actividades del Plan Anual de Calidad de la Subgerencia Nacional de Calidad, Procesos y Proyectos, en la gestión 2019 llevamos a cabo las siguientes evaluaciones a nuestros clientes.

#### Indicador de Calidad de Servicio a los Consumidores Financieros

Para contar con un indicador de calidad de servicio, en la gestión 2019, realizamos encuestas por SMS a nivel nacional a todas las personas que abrieron Cuentas de Cajas de Ahorro y/u obtuvieron desembolsos de créditos de las Bancas: Empresarial, Mediana Empresa, Banca MyPE y Banca Persona para los Productos: Créditos de Consumo, Vivienda y Finanza Bancaria.

Los resultados obtenidos para la gestión 2019, con respecto a las aperturas de Cuentas de Caja de Ahorro a nivel nacional, generan un Indicador de Calidad de Servicio a los Consumidores Financieros igual a 62.9% y respecto a los créditos desembolsados, el Indicador de Calidad de Servicio a los Consumidores Financieros es igual a 66.4%.

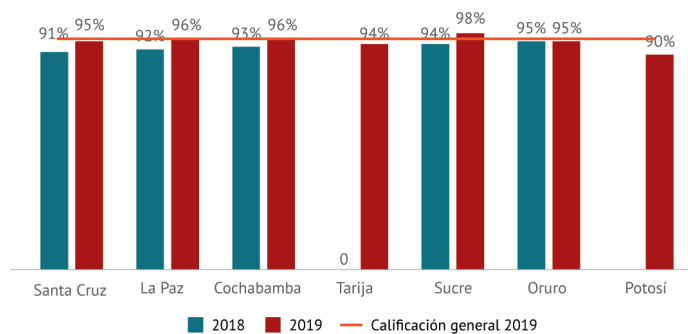
Adicionalmente, mediante estas encuestas, pudimos monitorear nuestro desempeño en relación a la calidad de atención a través del indicador Nivel de Lealtad de los Clientes con nuestro Banco (Net Promoter Score), y a partir de los resultados obtenidos, gestionar de manera ágil mejoras y ajustes.

#### Evaluación de Infraestructura de Agencia, ATM e Imagen del Personal

Llevamos a cabo Evaluaciones Internas de Calidad, mediante visitas a las agencias y oficinas externas de nuestro Banco a nivel nacional. Los principales aspectos evaluados están referidos a la Infraestructura, Imagen del Personal y Punto de Reclamo según corresponda a los canales de atención Agencia, Caja, Plataforma de Servicios, Créditos y Cajeros Automático. Esta Evaluación tiene por objeto contrastar el cumplimiento de los criterios establecidos por la ASFI, nuestra normativa interna, dirigidos a lograr la satisfacción de los servicios que brindamos a nuestros clientes y usuarios.

Como resultado para la gestión 2019, nuestro Banco obtuvo un Nivel de Cumplimiento general del 96%, 4% por encima del obtenido el 2018. A nivel regional, Sucre (98%) es la regional que obtuvo la mayor calificación, seguida por las regionales Potosí, La Paz y Cochabamba con 96%, Santa Cruz y Oruro con 95%, quedando Tarija con 94% como la regional con la calificación más baja, como se observa en el gráfico a continuación que compara los resultados respecto al 2018.

#### Resultados Evaluaciones Internas de Calidad 2019



## Canales de comunicación

### RSE 1S / RSE 2S

Las nuevas tecnologías y la atención mediante una diversidad de canales tienen una gran importancia hoy en día para poder brindar a nuestros clientes una mejor experiencia de servicio, según sus intereses y necesidades. Los principales canales que permiten acercarnos a nuestros clientes, comunicarnos y recibir retroalimentación son:

### Punto de Reclamo

#### RSE 3S

El Punto de Reclamo es un instrumento de protección y respeto de los derechos del consumidor financiero respecto al cumplimiento de las obligaciones existentes entre las instituciones de intermediación financiera y clientes. Difundir el Punto de Reclamo, brindar un servicio de excelencia y dar respuestas y soluciones concretas a los reclamos de nuestros clientes constituye una prioridad. En el 2019, tuvimos 1.989 reclamos de terceros, de los cuáles 95% fueron resueltos satisfactoriamente en cumplimiento con la normativa vigente.

Algunas de las medidas correctivas implementadas en la gestión 2019 son:

- Programa de Medición de Calidad de Atención y Mejora de Experiencia de nuestro cliente a través de nuestra evaluación interna de calidad y el estudio de cliente encubierto.
- Integración de la herramienta CRM (Customer Relationship Management) que permite la administración y gestión de las actividades comerciales de nuestro Banco a través del sistema de "Plataformas de Ventas" con el sistema CORE de nuestra entidad. Gracias a esta estrategia, nuestros clientes obtienen una oferta de valor personalizada según su segmento, en varios puntos de atención de nuestro Banco.
- Mejora en la oferta de Tarjetas con Tecnología Contactless para realizar transacciones sin contacto en terminales habilitadas dentro y fuera del país.
- Uso del aplicativo de envío de mensaje de texto SMS al cliente y publicaciones de prensa, comunicando que puede pasar al Banco a retirar sus documentos en garantías.
- Afiliación de clientes a la Banca por Internet mediante Huella Dactilar del Cliente para Mantenimiento de Parámetros por cuenta, mantenimiento o modificación de Perfil de Acceso, Reseteo y entrega de nuevo PIN.



### Buzones de Sugerencias

Con el objetivo de coadyuvar a la mejora continua del servicio que brindamos y lograr incrementar la satisfacción de nuestros clientes y usuarios, contamos con Buzones de Sugerencias con formularios específicos, instalados en las Agencias y Oficinas Externas a nivel nacional en nuestro Banco. Para la gestión 2019, obtuvimos 225 registros de sugerencias a nivel nacional que fueron dirigidas al canal de atención al que correspondía, según el siguiente detalle:

#### Cuadro N° 5 Registros de sugerencias por canal

| Canales de Atención     | Consolidado Gestión 2019 |
|-------------------------|--------------------------|
| Ventanilla de Caja      | 109                      |
| Otros                   | 51                       |
| Plataforma de Servicios | 32                       |
| ATM' s                  | 15                       |
| Clientes Satisfechos    | 8                        |
| Ejecutivo de Negocios   | 6                        |
| Banca por Internet      | 3                        |
| Banca Móvil             | 1                        |
| <b>Total</b>            | <b>225</b>               |

## Redes sociales

Como Banco, somos un activo participante de las redes sociales; esto nos permite generar y mantener una comunicación continua con nuestros clientes y usuarios de estas plataformas. Son un medio valioso para dar a conocer y fortalecer la marca y la reputación de nuestro Banco.

- En Facebook, ocupamos el segundo puesto con 505,100 fans dentro del sistema financiero al cierre del 2019, es la red social más utilizada por nuestro Banco para promocionar sus productos y servicios y también para informar sus actividades y logros. El volumen de interacción en esta red social es alto.
- En Instagram, superamos la cantidad de seguidores respecto al 2018, alcanzando a un total de 3,558 personas al finalizar la gestión 2019, principalmente se usa para llegar al público jóvenes utilizando imágenes y videos de acuerdo a las particularidades de esta plataforma
- En LinkedIn, duplicamos el número de seguidores llegando a 20.943 en la gestión 2019. Es una plataforma donde nuestro Banco transmite su cultura organizacional y por donde se atrae talento humano que puede formar parte de la institución.

## Correo electrónico y SMS

Nuestro Banco utiliza el Mailing y SMS para informar a sus clientes sobre productos, promociones, y otra información de interés para el cliente.

Los clientes y usuarios también pueden hacer consultas a la siguiente dirección de correo electrónico: [consultas@baneco.com.bo](mailto:consultas@baneco.com.bo)

Además, el 2019 desarrollamos el "Chatbot BECKY", un bot basado en inteligencia artificial para responder consultas de clientes y usuarios en

mensajería de texto Al cierre de la gestión 2019, se generaron 6.217 conversaciones de las cuáles Becky respondió al 72% satisfactoriamente.

## Plataformas digitales

La aceleración en los avances tecnológicos que vive y vivirá el sector financiero cambiará la forma de brindar servicios, por lo que como Banco estamos conscientes que requerimos innovar constantemente en el modelo de negocio y diseño de servicios y productos para mejorar la experiencia de nuestros clientes y usuarios, además de generar ventajas competitivas.

- Nuestra Página Web actualizada permanentemente, permite al usuario realizar una navegación más dinámica e interactiva, tanto en dispositivos móviles como en PC. En el 2019, incluimos un cotizador que permite a nuestros clientes potenciales estimar sus cuotas y montos de un crédito. Al cierre de la misma gestión, nuestra web [www.baneco.com.bo](http://www.baneco.com.bo) sobrepasó el millón de visitas con 1.255.172 sesiones, que implica un incremento del 13% respecto al 2018.
- Web Banca Vive creada para el segmento de los jóvenes [www.bancavive.com](http://www.bancavive.com), alcanzando un 43.957 visitas al cierre del 2019.

- Banca por internet donde nuestros clientes pueden realizar sus transacciones de manera frecuente, rápida, fácil y segura desde la comodidad de su casa u oficina. Permite, además, realizar solicitudes en línea para apertura de cajas de ahorro, solicitud de tarjeta prepago y de seguros masivos. El 2019, incrementamos un 24% el número de clientes afiliados a esta Banca, llegando a 24,888 personas.

- Nueva Banca Móvil en el 2019 se puso en producción una nueva plataforma, para que sea más intuitiva, amigable y fácil de utilizar, está habilitada para usar directamente desde el teléfono sin necesidad de ingresar a la Banca por Internet. Cuenta con huella digital y reconocimiento fácil, informa el estado de las transacciones con un semáforo, permite adicionar cuentas y servicios favoritos, tiene la opción de compartir o enviar comprobantes a distintas redes sociales, realizar cobros y pagos mediante código QR-Simple, incluye envío de facturas y un token integrado que disminuye los puntos de fricción. El número de clientes empadronados en la Banca Móvil al 31 de diciembre el 2019 era de 6,131.

**Banco ECONÓMICO**

BANCA DIGITAL > PERSONAS > RED MUEB > MI SOCIO > EMPRESAS > SEGUROS > BECCAFÉ > BANCA VIVE

### FORMULARIO DE CONSULTA

Por favor, complete los datos y describa su consulta lo más claro posible, nosotros lo atenderemos a la brevedad y nos contactaremos con usted para comunicarle la respuesta.

País  Ciudad

**Datos Personales**

Nombres  Apellidos  Cédula de Identidad (NAC)

Exp.  Pasaporte (EKT)  País

Dirección  Email 1  Email 2

Telef. Celular  Telef. 2  Telef. 3

\* NOTA: Al menos se debe indicar un número telefónico.



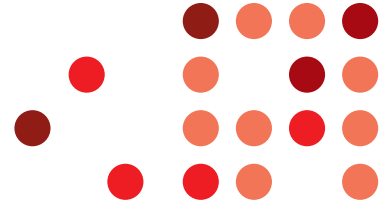
## Acceso a personas desfavorecidas

### G4-FS14

Nuestras 54 oficinas cuentan con la infraestructura necesaria para la atención de personas con discapacidad, contemplando el uso de sillas de ruedas. De acuerdo a la necesidad de accesos de cada oficina, pueden contar con gradas, pasamanos, rampas fijas y/o rampas metálicas movibles. Todas nuestras oficinas cuentan con puertas, superficie antideslizante, señalética adecuadas, aspectos que están incluidos en el Manual de Procedimientos para Apertura, Traslado, Conversión y

Cierre de Puntos de Atención Financiero y Puntos Promocionales, debidamente aprobados por nuestro Directorio.

Adicionalmente, contamos con 3 cajeros automáticos adecuados para atención de personas con discapacidad, que incluyen un puerto para conexión con audífonos y con información y teclados en braille; 2 en la ciudad de Cochabamba y 1 en Santa Cruz.



## Nuestros productos y servicios

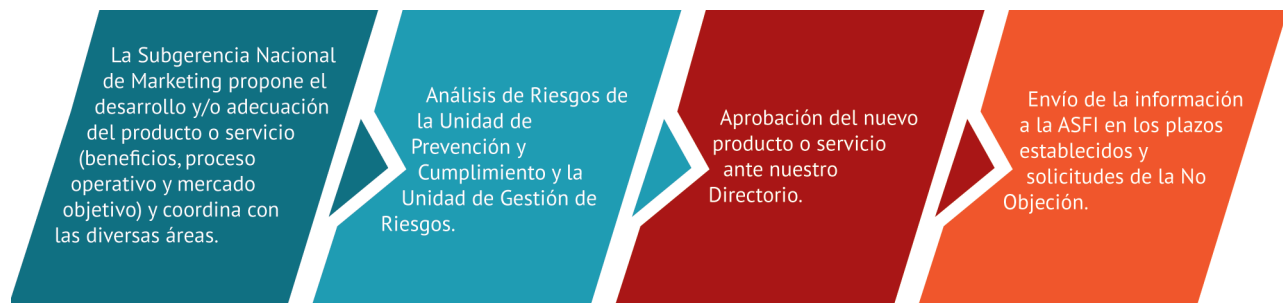
### 102-2

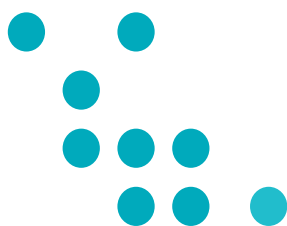
#### Diseño

#### RSE 3E

Nuestra Política para la Aprobación de Estructuras, Instrumentos o Nuevos Productos Financieros, actualizada el 20/11/2019 sustenta el correcto diseño de productos y servicios, estableciendo responsables de control y supervisión según cada etapa del proceso.

## Proceso de aprobación nuevos productos o servicios financieros





**mi Socio**

**TITANIUM**  
LA PERFECCIÓN SÍ EXISTE

Red  
mujer...mi aliada

**BecCafé**

Banca  
**Vive**

### Principales marcas

Banco Económico S.A. tiene una amplia oferta de productos y servicios, muchos de ellos bajo el paraguas de una marca que facilita la comunicación y el acercamiento con el segmento correspondiente, siendo las más importantes y reconocidas a través de los años por clientes, usuarios y público, las siguientes:

- **Mi Socio:** Es nuestra banca orientada a la atención de micro y pequeños empresarios, a través de préstamos de bajo volumen.
- **Titanium:** Son nuestras tarjetas de crédito de alta gama para clientes de alto poder adquisitivo. Incluye la Titanium Business, tarjeta de crédito empresarial para altos ejecutivos de grandes empresas, con la cual pueden realizar gastos de viajes, representación y pago a proveedores nacionales e internacionales.
- **Red Mujer, Mi Aliada:** Creada para las mujeres de la micro y pequeña empresa, que busca brindar oportunidades que impulsen el crecimiento y desarrollo de su negocio, y que favorezcan su bienestar personal, familiar y económico, a través de productos y servicios tanto financieros como no financieros desarrollados a su medida, apoyando la inclusión de la mujer en el sistema financiero.
- **BecCafé:** Es un proyecto innovador que busca cambiar la experiencia del cliente con nuestra entidad, gracias a nuestros espacios de Co-Working, Cafetería y Banco donde clientes, usuarios y público en general pueden disfrutar de un café, hablar de negocios e innovación, aprovechar la conexión wifi, realizar operaciones bancarias, usar el ATM, aprender sobre los servicios financieros.
- **Banca Vive:** Banca orientada a cubrir las necesidades de los jóvenes que busca posicionarse en su mente, brindando experiencias reales y de alto valor.

## Segmentos de Clientes

La estrategia de diversificación y balance en la atención a los diferentes segmentos de clientes es la base de nuestro crecimiento sustentable, por lo que contamos con estructuras diseñadas y especializadas en la atención de una línea de negocio.

Nuestro Banco, con el objetivo de satisfacer las necesidades y demandas de nuestros clientes y potenciales clientes, ha desarrollado diferentes unidades de negocios además de productos y servicios, para atender a los segmentos de clientes que constituyen su mercado objetivo.

- Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES)
- Banca de Empresas
- Microempresas
- Banca Personas



## Productos que ofrecemos

- **Productos Crediticios y de Pasivo:** Nuestro Banco ofrece una variedad amplia de productos crediticios y de ahorros buscando satisfacer las necesidades de nuestros clientes dentro de cada una de sus líneas de negocios.
- **Medios de Pago:** Nuestra entidad ofrece varios productos como medios de pago para adecuarse a las necesidades de nuestros clientes.
- **Comercio Exterior:** Nuestros servicios en este ámbito incluyen las transferencias al y del exterior, compra y venta de divisas, cartas de crédito de importación y exportación, cartas de crédito stand by y garantías demandables, cobranzas documentarias y financiamiento en etapas de pre y post embarque.
- **Servicios Financieros:** También ofrecemos a nuestros clientes y usuarios la posibilidad de acceder a pagos de boletos de avión, cheques del exterior, transferencias interbancarias (ACH), remesas, débitos automáticos de cuenta, anticipos de facturas, pago de servicios básicos, pago AFP Futuro, MESABEC (manejo de divisas y giros al exterior), pago de proveedores, cheque visado, cheques de gerencia, cobranzas de letras de cambio, alquiler de cajas de seguridad, pago de planilla de sueldo y corresponsalía Billetera Móvil.
- **Seguros:** Nuestro Banco ofrece diferentes tipos de seguros voluntarios en contrato tripartito con la empresa de seguros Nacional Vida, Credinform Internacional S.A. y la Corredora de Seguros Sudamericana S.R.L.
- Los seguros que ofrecemos son los siguientes: Seguro Estudiantil, Seguro contra Accidentes Personales, Seguro de Incendio y Robo, Seguro de Primeros Gastos Excequiales, Seguro de Vida, Seguro de Salud.

## Cartera

### G4-FS6

Los cuadros siguientes muestran la información al cierre del 2018 y 2019 sobre nuestra cartera de créditos y clientes por regional y tipo de créditos.

#### Cuadro N° 6 Cartera por Regional

| Tipo de Crédito | Al 31.12.2018     |             |                            |             | Al 31.12.2019     |             |                            |             |
|-----------------|-------------------|-------------|----------------------------|-------------|-------------------|-------------|----------------------------|-------------|
|                 | Cantidad Clientes | %           | Saldo<br>(en miles de Bs.) | %           | Cantidad Clientes | %           | Saldo<br>(en miles de Bs.) | %           |
| Santa Cruz      | 19.714            | 48,40%      | 5.022.831                  | 63,45%      | 20.451            | 47,34%      | 5.477.402                  | 64,79%      |
| La Paz          | 9465              | 23,30%      | 1.316.995                  | 16,64%      | 9790              | 22,66%      | 1.366.736                  | 16,17%      |
| Cochabamba      | 9.145             | 22,50%      | 1.297.824                  | 16,39%      | 10.143            | 23,48%      | 1.264.486                  | 14,96%      |
| Tarija          | 1.521             | 3,70%       | 206.567                    | 2,61%       | 1.638             | 3,79%       | 237.851                    | 2,81%       |
| Sucre           | 769               | 1,90%       | 64.004                     | 0,81%       | 929               | 2,15%       | 83.295                     | 0,99%       |
| Oruro           | 83                | 0,20%       | 7.795                      | 0,10%       | 247               | 0,57%       | 24.899                     | 0,29%       |
| <b>Total</b>    | <b>40.697</b>     | <b>100%</b> | <b>7.916.017</b>           | <b>100%</b> | <b>43.198</b>     | <b>100%</b> | <b>8.454.669</b>           | <b>100%</b> |

#### Cuadro N° 7 Cartera por tipo de crédito ASFI

| Tipo de Crédito | Al 31.12.2018     |               |                            |               | Al 31.12.2019     |               |                            |               |
|-----------------|-------------------|---------------|----------------------------|---------------|-------------------|---------------|----------------------------|---------------|
|                 | Cantidad Clientes | %             | Saldo<br>(en miles de Bs.) | %             | Cantidad Clientes | %             | Saldo<br>(en miles de Bs.) | %             |
| Microcrédito    | 15.877            | 34,5%         | 2.029.748                  | 25,6%         | 15.049            | 30,8%         | 2.244.344                  | 26,5%         |
| Empresarial     | 148               | 0,3%          | 1.776.400                  | 22,4%         | 158               | 0,3%          | 2.099.563                  | 24,8%         |
| PyME            | 1.100             | 2,4%          | 1.605.730                  | 20,3%         | 936               | 1,9%          | 1.470.591                  | 17,4%         |
| Vivienda        | 4.861             | 10,6%         | 1.592.365                  | 20,1%         | 5.138             | 10,5%         | 1.685.604                  | 19,9%         |
| Consumo         | 23.995            | 52,2%         | 911.773                    | 11,5%         | 27.603            | 56,5%         | 954.568                    | 11,3%         |
| <b>Total</b>    | <b>40.697</b>     | <b>100,0%</b> | <b>7.916.017</b>           | <b>100,0%</b> | <b>43.198</b>     | <b>100,0%</b> | <b>8.454.669</b>           | <b>100,0%</b> |

Nuestro Banco concentra 83,43% de su volumen de colocaciones en 4 sectores económicos: venta al por mayor y menor (19.4%), servicios inmobiliarios empresariales (22.8%), construcción (24.2%) e industria manufacturera (17%). Esos 4 sectores de actividad económica según el nivel de clasificación Grupo del "Código de Actividad Económica y Destino del Crédito" (CAEDEC), representan el 88% de la cantidad de nuestros clientes.

## Productos y servicios con beneficio social

### RSE 2E / G4-FS7

Los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico y que cumplen con los lineamientos de la normativa orientada a la Función Social son el crédito productivo y el crédito hipotecario de vivienda de interés social.

#### Crédito Productivo:

Estamos comprometidos con el desarrollo económico y social del país e impulsamos el crédito productivo dirigido a cubrir necesidades de financiamiento de actividades productivas. Contamos con una Política de Crédito específica del sector, en la cual están establecidos los lineamientos generales para el financiamiento de este tipo de créditos, bajo criterios prudenciales y aspectos sociales acorde a lo normado por el regulador. Adicionalmente, contamos con una unidad de negocios exclusiva para atender al sector productivo y con productos específicos para responder a las distintas necesidades de nuestros clientes.

#### Crédito Hipotecario de Vivienda de Interés Social:

Conforme al D.S. N° 1842 del 18 de diciembre de 2013, debe ser otorgado a personas naturales, con una modalidad amortizable y en cuotas sucesivas; se limita a la primera vivienda de propiedad del deudor y cónyuge, la cual debe ser sin fines comerciales. El principal objetivo de este producto es facilitar el acceso al crédito a personas que no cuentan con un aporte propio, por lo que podemos financiar hasta el 100% de la vivienda.

Ya en la gestión 2018, nuestro Banco cumplió las metas establecidas por la ASFI respecto a cartera de créditos productivos y destinada a crédito de vivienda de interés social. El 2019, esta representa el 61.01% del total de nuestra cartera:

### Cuadro N° 8 Cartera de Créditos Productivos y de Vivienda Social

| Destino de Cartera                         | Saldo 2018       | % Total Cartera 2018 | Saldo 2019       | % Total Cartera 2019 |
|--|------------------|----------------------|------------------|----------------------|
| Crédito Productivo                         | 3.926.899        | 49,61%               | 4.263.594        | 50,43%               |
| Créditos Vivienda Social                   | 882.118          | 11,14%               | 894.940          | 10,59%               |
| Total Crédito Productivo y Vivienda Social | 4.809.017        | 60,75%               | 5.158.535        | 61,01%               |
| <b>Total Cartera</b>                       | <b>7.916.017</b> | <b>100,00%</b>       | <b>8.454.669</b> | <b>100,00%</b>       |



04.



A vertical photograph on the left side of the page shows a close-up of hands, likely belonging to a woman, with fingers slightly curled. The background is blurred, showing what appears to be a person in a light blue shirt. The lighting is soft and natural.

## 04. COMUNIDAD

Banco Económico S.A. a través de su área de RSE desarrolla y ejecuta iniciativas enfocadas en la comunidad, incluyendo programas de educación financiera, campañas de solidaridad, iniciativas de apoyo a mujeres emprendedoras y actividades que promueven la participación de nuestros colaboradores mediante voluntariado corporativo, siempre en vista de favorecer a la sociedad en su conjunto.

### **Red Mujer, Mi Aliada**

“Red Mujer, Mi Aliada” es parte de la estrategia de innovación permanente de nuestro Banco y consiste en una red creada para las mujeres de la micro y pequeña empresa, que fomenta su inclusión en el sistema financiero nacional, mejora su experiencia en nuestra entidad, disminuyendo y/o eliminando las barreras sociales y culturales. Mediante este servicio de atención a medida, brindamos oportunidades que impulsan el desarrollo y crecimiento de sus negocios, favoreciendo su bienestar personal, familiar y económico a través del asesoramiento constante sobre productos y servicios financieros y no financieros según sus necesidades.

Los productos y servicios están basados en tres pilares de acuerdo con las prioridades y necesidades de las mujeres: 1. Hogar, 2. Bienestar y 3. Negocios. Además, las mujeres cuentan con un seguro de “1eros gastos exequiales” y un pack de asistencia telefónica gratuita en temas nutricionales, tecnológicos, médicos y legales que se pueden utilizar los 365 días del año de forma ilimitada.

### **Comunidad Red Mujer**

Durante el 2019, la Comunidad Red Mujer tuvo un crecimiento del 198%, llegando a un total de 5.771 mujeres registradas.

Creamos un APP mediante la cual, las mujeres pueden acceder a una red de contactos, conocer y contactarse con otras emprendedoras; participar en tutoriales sobre educación financiera, gestión de negocios, tecnología y asesoría legal y tributaria; anotar su calendario de actividades; conocer sobre los espacios red mujer y reservar salas de capacitación; informarse sobre cursos y eventos; acceder a lecturas de interés general; solicitar información sobre los productos y servicios que ofrece nuestro Banco, entre otras opciones.

Las clientes también pueden acceder a información clara, comprensible y veraz a través de nuestra web <https://www.baneco.com.bo/red-mujer.html>, boletines informativos, trípticos y la atención personalizada de nuestros colaboradores. Además, la comunidad de Red Mujer recibe permanentemente invitaciones a través de correos electrónicos, canales de red sociales, radio y mailing direccionado.



### Reconocimiento Red Mujer

El Reconocimiento Red Mujer busca apoyar a los emprendimientos liderados por mujeres bolivianas, otorgándoles capital semilla y el asesoramiento que las ayudará a concretar sus proyectos.

En el 2019, llevamos a cabo la segunda versión del "Reconocimiento Red Mujer" en el que se postularon 1.272 ideas de negocio y proyectos nacientes, de los cuáles se preseleccionaron 10 finalistas en 6 ciudades de Bolivia. De estas últimas, se eligieron los 3 mejores emprendimientos con impacto social, económico y ambiental que fueron ganadores y premiados, con Bs. 50 mil, Bs. 20 mil y Bs. 10 mil, respectivamente, además de contar con asesoramiento de un especialista en la implementación de su idea de negocio.

Los proyectos ganadores fueron:

- **1er. Lugar: "Pimienta" - Natalia Dávila del Río (LPZ).**- Es un estudio de diseño que emplea a personas con síndrome de down y autismo, convirtiendo la neurodiversidad en su principal ventaja competitiva porque ofrecen a sus clientes diseños hermosos y únicos realizados por mentes altamente creativas. Busca incluir, empoderar y demostrar los grandes talentos de las personas que piensan diferente.
- **2do. Lugar: "Hecha Bolsa" - Carolina Suárez (SCZ).**- Empresa que fabrica bolsas multipropósitos de banner reciclado. Su principal característica es el diseño personalizado donde intervienen artistas reconocidos para darle nueva vida a cada producto, además que en la costura se incluye a personas en situaciones vulnerables.
- **3er. Lugar: "La Piquito de Oro Boutique" - Dany Escalera (SCZ).**- Es la primera boutique en Santa Cruz, destinada a vestir y dar todo el atuendo que la mujer de pollera necesita. Este emprendimiento busca incluir a la mujer de pollera, valorizar y difundir la cultura cochabambina. Se caracteriza por brindar asistencia personalizada a cada cliente en idioma quechua. Además, tiene la política de 0 residuos ya que los retazos de tela son convertidos en lindos accesorios.



### Espacio Red Mujer

En el 2019, nuestro Espacio Red Mujer recibió a 200 personas para consultas y el área de Co-Work un total de 571 personas, además de 97 reservas para la sala de reuniones con la asistencia de 343 personas.

Este Espacio cuenta con 4 ambientes que incluyen 1 sala de capacitación para 32 personas; un espacio Co-Work con wifi ilimitado, mesas de trabajo, laptops e impresoras a disposición; una sala de reunión privada para 8 personas y un área de lounge / cafetería.

Se trata de un concepto único, innovador e inclusivo en nuestro país donde las mujeres tienen un lugar donde reciben herramientas y conocimiento para administrar mejor sus negocios, sirve también para ellas puedan desarrollar proyectos, intercambiar ideas, hacer negocios y crear sus propias redes de contacto.

### Alianzas

Red Mujer ha establecido alianzas con organizaciones e iniciativas para la capacitación y empoderamiento de la mujer apoyando a la generación de espacios de formación y networking. Durante el 2019, nuestra entidad ha participado con Red Mujer en un total de 72 capacitaciones y/o eventos a los que asistieron 1334 personas.

- **Instituto Mujer & Empresa (IME)**, En el marco de la alianza con el Instituto Mujer & Empresa (IME), se organizaron 8 eventos en nuestros BecCafé de la ciudad de Santa Cruz y de Cochabamba denominados "Coffee Women Talk", llegando a 191 mujeres. Estos conversatorios con especialistas buscan fomentar el aprendizaje y el crecimiento de nuestra comunidad Red Mujer.
- **Arthur & Bernard Management Center**, esta alianza nos ha permitido efectuar periódicamente capacitaciones en el Espacio Red Mujer para nuestra comunidad Red Mujer. Asimismo, para el personal femenino de nuestra Institución, quienes son nuestras Aliadas BEC RED MUJER, se realizaron

3 seminarios desarrollados internamente, denominados: "El Rol del Intraemprendimiento Femenino dentro de la Organización". Estos seminarios se realizaron en nuestro CDT. Con una asistencia total de 260 funcionarias capacitadas.

Asimismo, nuestro Banco participó en 15 eventos y espacios, para dar a conocer su programa Red Mujer, posicionándolo como una entidad referente en la inclusión y empoderamiento de la mujer en el sistema financiero.

### Programa Dirección de Negocios Trabajando Juntos

Nuestro programa de capacitación "Dirección de Negocios – Trabajando Juntos" que apoya a nuestros clientes en la mejora y crecimiento de sus

negocios, a través de la capacitación en temas específicos y herramientas de administración, marketing digital, redes sociales, venta inteligente, contabilidad y finanzas, también se llevó cabo en nuestro espacio Red Mujer.

En el marco de este programa, durante el 2019, ejecutamos 7 cursos de capacitación beneficiando a 207 mujeres micro y pequeñas empresarias en las ciudades de Santa Cruz, Sucre y Tarija. Al cierre cada curso, realizamos la entrega de certificados donde las participantes expresan su opinión respecto a su experiencia en el curso. El promedio de satisfacción general de los cursos es del 92% (datos de las fichas de evaluación del curso).



**El banco ha identificado algo muy importante que es la capacitación y nos lo está dando a nosotras, las mujeres, que somos un pilar fundamental en la sociedad, a mujeres que nos hemos animado a iniciar nuestro propio negocio.**

Dany Escalera Zambrana

## Educación Financiera para Todos

### RSE 4E

Anualmente y según lo establecido en el Artículo 5, Sección 6, Capítulo I, Título I, Libro 4° de la RNSF nuestro Directorio aprueba el Programa de “Educación Financiera Para Todos” diseñado con el objetivo de transmitir conocimiento y desarrollar habilidades orientadas a mejorar la toma de decisiones de nuestros consumidores financieros, que faciliten el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones. Este Programa está dividido en dos subprogramas: Educación y Difusión de información.

### Educación Financiera

En la gestión 2019, se ejecutaron diversas actividades de educación financiera en el marco del programa anual:

#### Cursos de Educación Financiera para Mujeres MYPES

Ejecutamos 8 cursos de capacitación dirigidos a Mujeres MyPES en las ciudades de: Santa Cruz (5), Tarija (1) y Sucre (1) donde participaron 161 mujeres, clientes y no clientes de nuestro Banco. Estos cursos se impartieron como parte de la temática del Programa “Dirección de Negocios Trabajando



Seminario “Tus Finanzas, Tu Futuro” – UAGRM

Juntos” para reforzar en las participantes su conocimiento en temas de educación financiera y complementar el contenido de los temas de gestión de negocios planificados en dicho programa.

#### Seminarios Masivos “TUS FINANZAS, TU FUTURO”

Llevamos a cabo tres seminarios masivos de educación financiera denominados “Tus Finanzas, Tu Futuro” dirigidos a estudiantes universitarios a través de una alianza con la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, en los que abordamos temas de finanzas personales, derechos y obligaciones de los

consumidores financieros, mecanismo de reclamos y rol de la ASFI, llegando a 518 participantes.

#### Capacitación en Educación Financiera en atención a clientes y/o usuarios financieros

Nuestros funcionarios de Front Office han capacitado a todos los usuarios que acuden al Banco a recabar algún servicio y/o producto sobre las características, riesgos y beneficios, derechos y obligaciones además de reclamos de los productos de ahorro, crédito y tarjetas. Alcanzamos un total de 4,598 consumidores financieros con esta iniciativa.

### Cuadro N° 9

#### Temáticas Cursos de Capacitación Mujeres MyPES

| Detalle de Temáticas  | N° de Cursos | N° de Participantes |
|---|--------------|---------------------|
| Características principales de los servicios de intermediación financiera | 2            | 46                  |
| Beneficios y precauciones de la Banca Electrónica                         | 1            | 20                  |
| Costos asumidos por el cliente al contratar servicios financieros         | 1            | 26                  |
| Garantías no convencionales   | 1            | 21                  |
| Derechos de los consumidores financieros                                  | 2            | 48                  |
| Mecanismos de reclamo   | 1            | 19                  |
| <b>Total</b>  | <b>8</b>     | <b>161</b>          |

#### Ciudad Digital Financiera

Banco Económico S.A. participó activamente en el proyecto denominado “Ciudad Digital Financiera” organizado por la ASFI, con el propósito de promover el uso de plataformas digitales en los servicios financieros y fortalecer la Educación Financiera. Nuestro Banco fue parte de estas iniciativas realizadas en las ciudades de La Paz, Cochabamba y Tarija con un total de 8,584 participantes. Por determinación de la ASFI, se considera el número de asistentes a “Ciudades Digitales” como parte de las actividades y metas de Educación Financiera.

## Cuadro N° 10

### Charlas 2.0 en BecCafé

| Tema  | Disertante  |
|---|---|
| Innovación con Alma   | Sergio Asbún – Gerente General BEC                      |
| Innovación y el uso de tecnología en la experiencia del cliente (2 eventos) | Fernando Añez – Especialista en Experiencia del Cliente |
| Experiencia del Cliente   | Jaime Saavedra – Jefe Nacional de Comunicación y RSE    |
| Educación Financiera para Emprendedoras                                     | Mariana Barrientos (IME) – Consultor de empresas        |
| Nichos de mercado   | Pedro Cabrera – Especialista Marketing                  |
| Criptomonedas (2 eventos)   | Christian Rivas – Especialista en Finanzas              |
| Marketing de Guerrilla  | Pedro Cabrera - Especialista Marketing                  |



Conversatorio “Educación Financiera para Emprendedoras”

### Charlas 2.0 en el BecCafé

Continuamos con nuestras charlas realizadas en los BecCafé de Santa Cruz y Cochabamba, buscando innovar y construir una más banca inclusiva. En esta gestión se organizaron 9 conversatorios donde los participantes pudieron capacitarse en temas de actualidad, compartir experiencia con diferentes especialistas invitados

para estos eventos y hacer networking. Asimismo, en cada conversatorio se capacitó a los participantes sobre el uso de la plataforma DESCUBRE, como una herramienta para aprender sobre Educación Financiera.

En estos conversatorios participaron emprendedores, profesionales de dife-

rentes áreas de trabajo, y además se invitó a estudiantes de último año de universidades en diferentes eventos.

### Difusión

Con el objetivo de proporcionar a clientes y usuarios financieros, información sobre nuestros productos y servicios, beneficios y precauciones en el uso de los productos y servicios financieros, difundimos información a través de diferentes medios, como ser el material impreso que es distribuido en todas nuestras agencias. En el 2019, los folletos de Ahorro, Crédito y Tarjetas incluyen información de DESCUBRE y un código QR que direcciona a la plataforma DESCUBRE a través del portal de Educación Financiera de nuestro sitio web.



## Web

Nuestro sitio web cuenta con una sección o portal de Educación Financiera, que incluye información relacionada a: Derechos y Obligaciones, asociados a los diferentes productos y servicios, Sistema Financiero, además del rol de ASFI.



## Videos tutoriales

Durante la gestión 2019, difundimos videos tutoriales a través de: Facebook y YouTube, con la siguiente temática: BecToken, Cajeros Multifunción, Banca Móvil y Banca por Internet, Transferencias ACH.

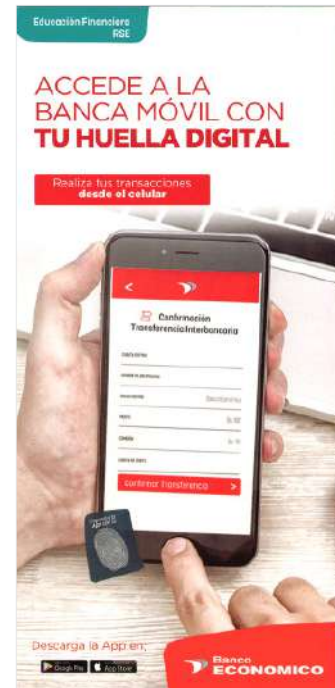
## Turnomático

Adicionalmente, a través de la difusión del circuito cerrado (turnomático), llegamos a **2,542,362 clientes** y/o usuarios que acuden a nuestro Banco a nivel nacional.

## PANCHO

Nuestro Banco difunde a través de su página de Facebook, el Post o publicaciones denominadas "PANCHO" donde utilizamos un personaje que informa y enseña a todos los consumidores financieros de forma lúdica. Con PANCHO, abordamos temáticas relacionada a servicios financieros, derechos y obligaciones asociados a los productos y finanzas personales (Ahorro, presupuesto).

Durante la gestión 2019, realizamos un total de 30 publicaciones de Edu-



cación Financiera, con la identificación de #EducaciónFinancieraBe, alcanzando a **508,425 personas**.

## Programas de inclusión laboral

Nuestro Banco continúa ejecutando dos programas importantes que promueven la inserción laboral, educación e inclusión financiera de jóvenes profesionales. Como parte de estos programas que se describen a continuación, están el tema de "Beneficios y Precauciones de la Banca Electrónica".

- FAMI "Programa de Formación para Asesores de Microfinanzas" que permite captar y capacitar a asistentes y ejecutivos de negocios para atender a las micro y pequeñas empresas que contó con 25 participantes en Santa Cruz y 57 participantes en Cochabamba
- FOCAB "Programa de Formación en Carrera Bancaria" para jóvenes profesionales ejecutado en la ciudad de La Paz, alcanzando a 46 jóvenes.



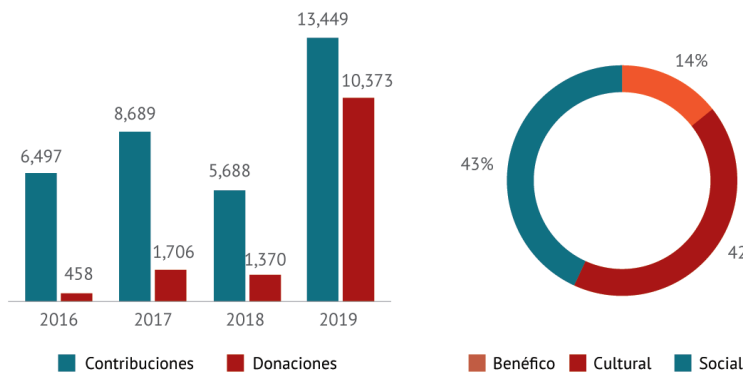
## Solidaridad

### RSE 1H

#### Aportes y contribuciones

El compromiso social de nuestro Banco también está reflejado mediante la contribución que realiza para apoyar las iniciativas de solidaridad. Es así que Banco Económico S.A. efectúa contribuciones o aportes a fines sociales, culturales, gremiales y benéficos en el marco de lo dispuesto en el Artículo 469 de la Ley N° 393 de Servicios Financieros y con el objetivo de apoyar a la inclusión de niños y niñas, jóvenes, mujeres, personas con discapacidad y adultos mayores en estado de vulnerabilidad y a nuestros deportistas nacionales.

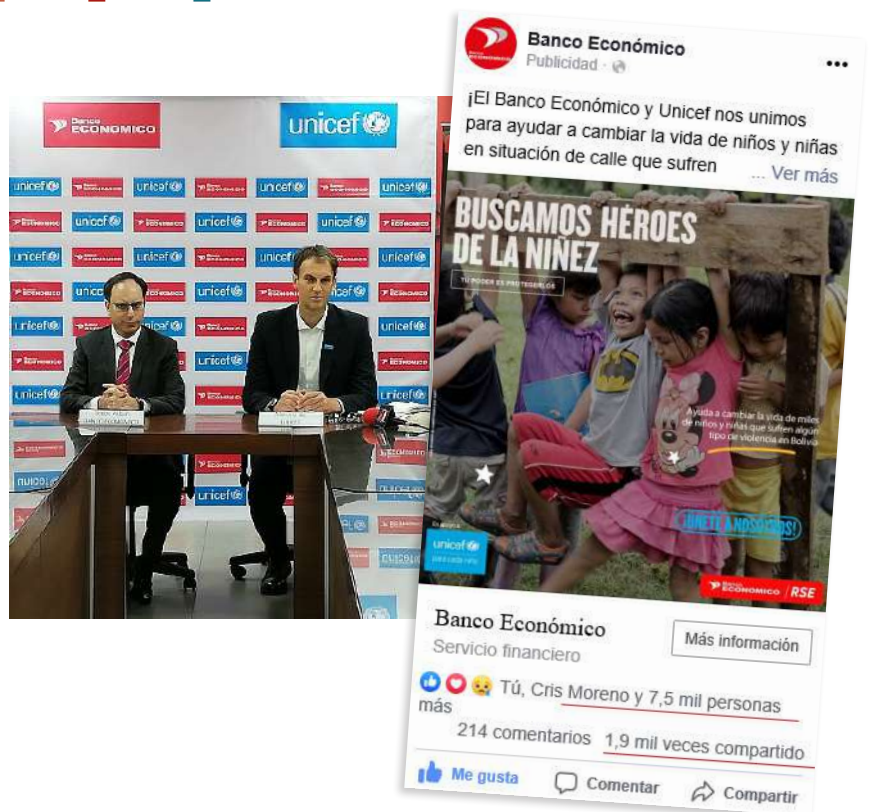
En la gestión 2019, ejecutamos un total de **\$US 23,822** en Aportes y Contribuciones, importe que corresponde al 0,19% de las utilidades de la gestión, dando cumplimiento a los límites aprobados por la Junta Ordinaria de Accionistas realizada el 21 de enero de 2019. Asimismo, durante el 2019, se realizaron revisiones por parte de la unidad de Auditoría Interna en las cuales demostramos que se está dando cumplimiento a la Política y Manual de Procedimientos para Contribuciones o Aportes destinados a fines Sociales Culturales Gremiales y Benéficos (actualizados el 2019) y al manual de cuentas específico para este fin.



#### Programa UNICEF – “Buscamos héroes de niñez”

Nuestro Banco, en el 2019, lanzó la campaña “Buscamos Héroes de la Niñez” en el marco del convenio firmado con UNICEF, para apoyar programas dirigidos a la protección de la niñez boliviana. A través de esta campaña, nuestros clientes de Tarjetas de Crédito pueden realizar voluntariamente un aporte mensual a UNICEF.

Las acciones que llevamos a cabo para comunicar a nuestros clientes, colaboradores y público en general sobre la campaña “Buscamos Héroes de la Niñez” fueron conferencias de prensa, ronda de medios, folletería en los extractos de las tarjetas de crédito, información en nuestra web, comunicaciones internas al personal y una publicación en Facebook que obtuvo 7.5 mil reacciones y fue compartida 1.9 mil veces, mostrando la gran aceptación a esta iniciativa.



### Voluntariado corporativo

Nuestro Banco ha definido como uno de sus objetivos estratégicos de RSE, el “Contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y su entorno”, impulsando acciones de voluntariado social orientado a grupos vulnerables de la sociedad por parte de la institución y en algunos casos con apoyo de los colaboradores de nuestra entidad. A continuación, presentamos las actividades realizadas que han sido organizadas con la participación de nuestros colaboradores:

### Campaña en apoyo a la Chiquitania

La situación de emergencia registrada en la zona de la Chiquitania por incendios forestales que afectaron a la población y fauna del lugar, motivó que funcionarios de nuestro Banco recauden donaciones para ayudar a la población afectada y a bomberos voluntarios. Además, nuestra entidad realizó una dotación de 9 mil litros de agua y 1.000 equipos respiradores especiales para incendios. En fecha 31 de agosto, entregamos todo lo recaudado al Centro de Operaciones de Emergencias

Departamental (COED) de la Gobernación de Santa Cruz con la participación de funcionarios voluntarios.

### Campaña Navidad Solidaria

Efectuamos una campaña en apoyo al Hogar Teresa de los Andes, en la cual nuestros funcionarios recaudaron donaciones y realizaron la visita para la entrega de productos de higiene personal.





05.





# 05. PROVEEDORES

102-9 / 102-10 / 204-1 / RSE 1P / RSE 2H

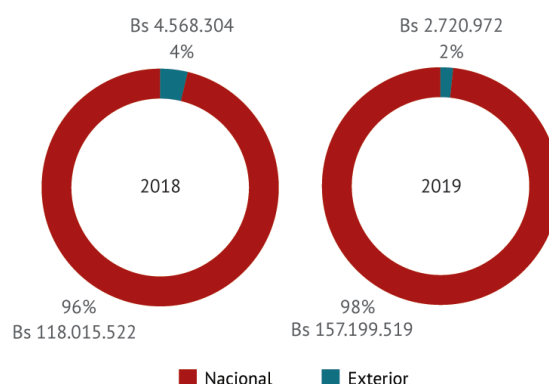
Como Banco, consideramos a nuestros proveedores como aliados estratégicos que ayudan al cumplimiento de nuestros objetivos y son parte de la cadena de valor de nuestra entidad. Contamos con políticas y procedimientos formales para gestionar los lineamientos en la identificación, selección, evaluación y procesos de adquisición de bienes y servicios, para que nuestra relación se base en la transparencia, igualdad de oportunidades y el beneficio mutuo. En la gestión 2019, no hubo cambios significativos en la relación con nuestros proveedores ni en la estructura de la cadena de suministro.

Buscamos promover prácticas socialmente responsables y de respeto a los Derechos Humanos entre nuestros proveedores e incorporamos en el 100% nuestros contratos de servicio una cláusula que demanda: el respeto a los Derechos Fundamentales de la Constitución Política del Estado, a la Carta Universal de los Derechos Humanos y a la Normativa Socio Laboral vigente que incluye el contar con un medio ambiente sano haciendo un uso racional de los recursos naturales y controlando la contaminación (Ley de Medio Ambiente N° 1333); el cumplimiento de la Ley N° 045 Contra el Racismo y toda Forma de Discriminación y Ley Integral N° 348 para garantizar a las Mujeres una Vida Libre de Violencia. Asimismo, exigimos que todo proveedor firme un compromiso de no contratación de menores de edad, en el formulario de "Registro de Proveedores".

Las actividades relacionadas a la adquisición de bienes y servicios están reguladas por el Manual de Políticas y

Manual de Procedimiento de Compras de Bienes y Servicios. El proceso se origina con un requerimiento y después de cotizar el servicio, revisar que la provisión de precio y calidad sea adecuada, la adjudicación a uno o varios proveedores, concluyendo el proceso mediante el contrato y pago correspondiente. Los plazos para la recepción y pago de facturas están claramente establecidos y los cumplimos con puntualidad, conforme a las condiciones acordadas.

Nuestros principales proveedores son de servicios de tecnología, alquileres, bienes, materiales e insumos y consultorías. Al cierre de la gestión 2019, teníamos 1.047 proveedores, de los cuáles 97% eran nacionales y solo 3% internacionales. Asimismo, invertimos casi 160 millones de bolivianos en compras a proveedores, de los cuales 98.2% corresponden a compras de proveedores locales de los 7 departamentos del país donde operamos, constituidos legalmente en el territorio nacional, lo que muestra nuestro compromiso de apoyar la generación de empleos a nivel nacional.



## Cuadro N° 11

### Compras a proveedores por regional en Bs. (2018 y 2019)

| Regional   | Exterior  |           | Nacional    |             | Total General |             |
|------------|-----------|-----------|-------------|-------------|---------------|-------------|
|            | 2018      | 2019      | 2018        | 2019        | 2018          | 2019        |
| Cochabamba |           |           | 6,552,367   | 11,175,564  | 6,552,367     | 11,175,564  |
| La Paz     |           |           | 9,658,685   | 9,577,488   | 9,658,685     | 9,577,488   |
| Oruro      |           |           | 263,318     | 442,532     | 263,318       | 442,532     |
| Potosi     |           |           |             | 92,116      | 0             | 92,116      |
| Santa Cruz | 4,568,304 | 2,720,972 | 100,556,287 | 133,844,070 | 105,124,591   | 136,565,042 |
| Sucre      |           |           | 267,219     | 837,699     | 267,219       | 837,699     |
| Tarija     |           |           | 717,645     | 1,230,050   | 717,645       | 1,230,050   |
| Total      | 4,568,304 | 2,720,972 | 118,015,522 | 157,199,519 | 122,583,826   | 159,922,510 |

06.





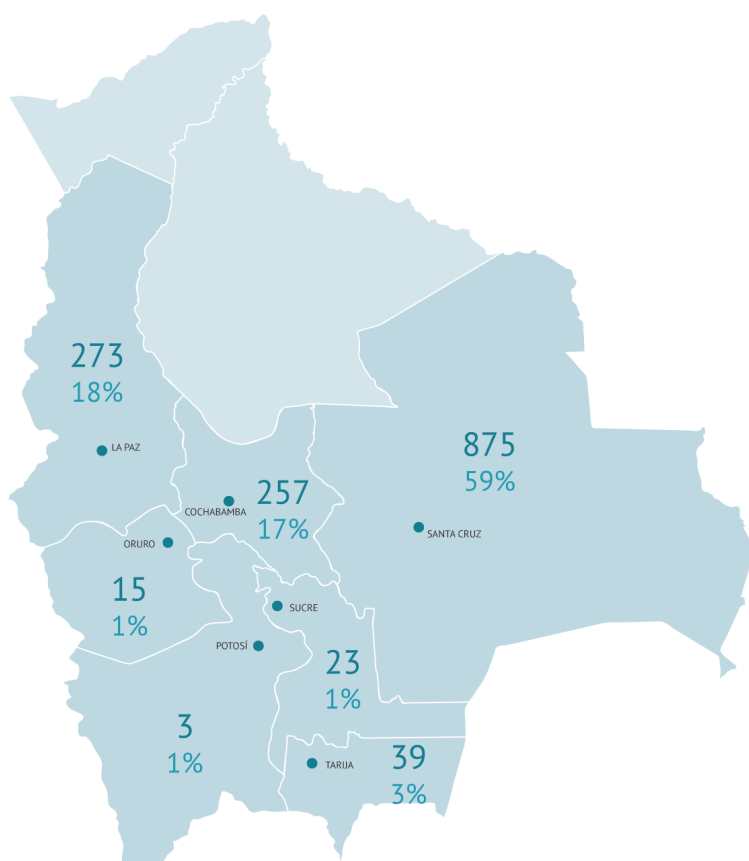
## 06. COLABORADORES

103-2 / 103-3

Contamos con 1.485 funcionarios, de los cuáles 55% son mujeres a nivel nacional, un 62% entre 30 y 50 años y 34% menores de 30 años.

Banco Económico S.A. es aliado en la vida de nuestros colaboradores, promoviendo su calidad de vida, bienestar y desarrollo. Contamos con todas las normativas internas requeridas para la gestión de nuestros recursos humanos, buscando siempre la incorporación de los profesionales más adecuados moral, técnica y profesionalmente para cada puesto. Socializamos estos lineamientos entre nuestros colaboradores durante el proceso de inducción, actividades de capacitación y campañas de comunicación interna. Además, llevamos a cabo inspecciones internas y externas de control al área de recursos humanos de manera periódica.

### Distribución del personal por regional





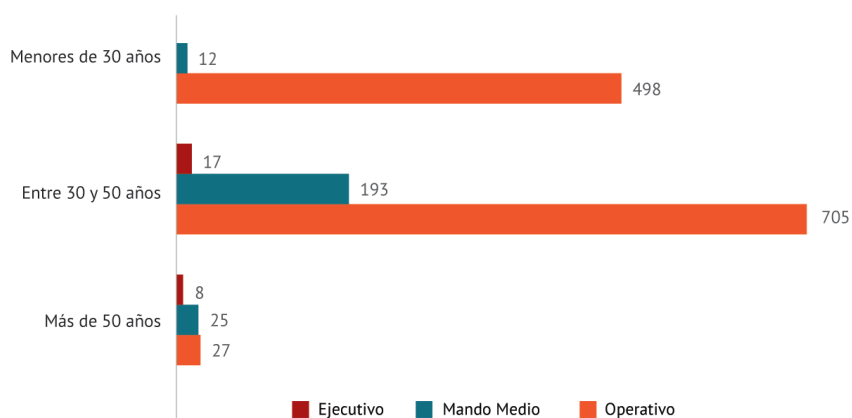
## Empleo, contrataciones y rotaciones

102-7 / 102-8 / 102-41 / 401-1 / 405-1 / RSE 1T / RSE 2T / RSE 3T / RSE 1D

Priorizamos el reclutamiento del personal interno para fomentar la cultura de trabajo, mediante procesos de promoción y desarrollo profesional (171 rotaciones y ascensos durante el 2019). Promovemos la inclusión laboral, cumplimos con las normas en cuando a salud y seguridad ocupacional, trato justo, beneficios, entre otras.

De los 1.485 colaboradores, 98% tienen contratos a plazo indefinido de los cuales 802 (55%) son mujeres y 656 (45%) son hombres. Al cierre del 2019, solo 27 colaboradores tienen contratos a plazo fijo.

Nuestra gerencia y alta gerencia está conformada por ejecutivos bolivianos que aportan profesionalismo y muchos años de experiencia gerencial y conocimiento en el rubro.



**Cuadro N° 12**  
Personal por edad y nivel jerárquico

| Edad                    | Menores de 30 años |            | Total Menores de 30 años | Entre 30 y 50 años |            | Total Entre 30 y 50 años | Mas de 50 años |           | Total Mas de 50 años | Total general |
|-------------------------|--------------------|------------|--------------------------|--------------------|------------|--------------------------|----------------|-----------|----------------------|---------------|
|                         | F                  | M          |                          | F                  | M          |                          | F              | M         |                      |               |
| <b>Nivel Jerárquico</b> |                    |            |                          |                    |            |                          |                |           |                      |               |
| Ejecutivo               |                    |            |                          | 2                  | 15         | 17                       | 1              | 7         | 8                    | 25            |
| Mando Medio             | 7                  | 5          | 12                       | 111                | 82         | 193                      | 9              | 16        | 25                   | 230           |
| Operativo               | 302                | 196        | 498                      | 369                | 336        | 705                      | 16             | 11        | 27                   | 1230          |
| <b>Total general</b>    | <b>309</b>         | <b>201</b> | <b>510</b>               | <b>482</b>         | <b>433</b> | <b>915</b>               | <b>26</b>      | <b>34</b> | <b>60</b>            | <b>1485</b>   |

**Cuadro N° 13**  
Número de Empleados desglosados por grupo etario, Género y Región

| Región             | Santa Cruz |            | La Paz     |            | Cochabamba |            | Tarija    |           | Oruro    |          | Sucre     |           | Potosi   |          | Total general |     |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|----------|---------------|-----|
|                    | F          | M          | F          | M          | F          | M          | F         | M         | F        | M        | F         | M         | F        | M        |               |     |
| Menores de 30 años | 193        | 111        | 46         | 47         | 55         | 36         | 7         | 2         | 6        | 1        | 1         | 3         | 1        | 1        | 510           | 34% |
| Entre 30 y 50 años | 296        | 234        | 84         | 87         | 78         | 81         | 11        | 16        | 2        | 6        | 11        | 8         |          | 1        | 915           | 62% |
| Más de 50 años     | 17         | 24         | 1          | 8          | 5          | 2          | 3         |           |          |          |           |           |          |          | 60            | 4%  |
| <b>TOTAL</b>       | <b>506</b> | <b>369</b> | <b>131</b> | <b>142</b> | <b>138</b> | <b>119</b> | <b>21</b> | <b>18</b> | <b>8</b> | <b>7</b> | <b>12</b> | <b>11</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>1485</b>   |     |

Durante la gestión 2019, contratamos a 316 nuevos colaboradores, manteniendo los niveles regulares de movimiento de nuestro personal.

Al 31 de diciembre 2019, nuestro índice de rotación acumulado fue del 19% y el promedio de antigüedad de nuestros colaboradores es de 5 años.



**Cuadro N° 14**  
**Nuevas contrataciones Gestión 2019**

| Edad                 | Menores de 30 años |           | Entre 30 y 50 años |           | Más de 50 años |          | Total general |
|----------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------|----------------|----------|---------------|
|                      | F                  | M         | F                  | M         | F              | M        |               |
| Santa Cruz           | 62                 | 43        | 19                 | 24        |                | 1        | 149           |
| Cochabamba           | 31                 | 23        | 18                 | 20        |                |          | 92            |
| La Paz               | 18                 | 20        | 8                  | 8         |                |          | 54            |
| Sucre                | 1                  | 2         |                    | 4         |                |          | 7             |
| Tarija               | 2                  | 1         | 2                  | 1         |                |          | 6             |
| Oruro                | 1                  | 1         | 1                  | 2         |                |          | 5             |
| Potosí               | 1                  | 1         |                    | 1         |                |          | 3             |
| <b>Total general</b> | <b>116</b>         | <b>91</b> | <b>48</b>          | <b>60</b> |                | <b>1</b> | <b>316</b>    |

**Cuadro N° 15**  
**Índice de Rotación por plaza, edad y sexo**  
**(Bajas / Total Personal)**

| Edad                 | Menores de 30 años |            | Entre 30 y 50 años |            | Más de 50 años |            | Total general |
|----------------------|--------------------|------------|--------------------|------------|----------------|------------|---------------|
|                      | F                  | M          | F                  | M          | F              | M          |               |
| Santa Cruz           | 13%                | 29%        | 16%                | 16%        | 18%            | 13%        | 17%           |
| La Paz               | 24%                | 26%        | 15%                | 20%        | 0%             | 25%        | 20%           |
| Cochabamba           | 20%                | 42%        | 28%                | 33%        | 0%             | 50%        | 30%           |
| Tarija               | 0%                 | 50%        | 9%                 | 0%         | 0%             | 0%         | 5%            |
| Sucre                | 0%                 | 0%         | 18%                | 38%        | 0%             | 0%         | 22%           |
| Oruro                | 0%                 | 0%         | 50%                | 17%        | 0%             | 0%         | 13%           |
| <b>Total General</b> | <b>15%</b>         | <b>30%</b> | <b>18%</b>         | <b>20%</b> | <b>12%</b>     | <b>18%</b> | <b>19%</b>    |

## Compensaciones

202-1 / 401-2 / 401-3 / 405-2 / RSE 1B / RSE 2B / RSE 3B / RSE 2D

En la gestión 2019, el porcentaje de aumento en la remuneración total anual del funcionario mejor pagado de nuestra entidad fue del 0%, respecto al porcentaje de incremento promedio en la remuneración total anual para el resto de nuestro personal (excluyendo la persona mejor pagada) que fue del 4%. La relación entre nuestro colaborador mejor pagado respecto a la remuneración promedio anual total de todos los empleados, es de 0.83%.

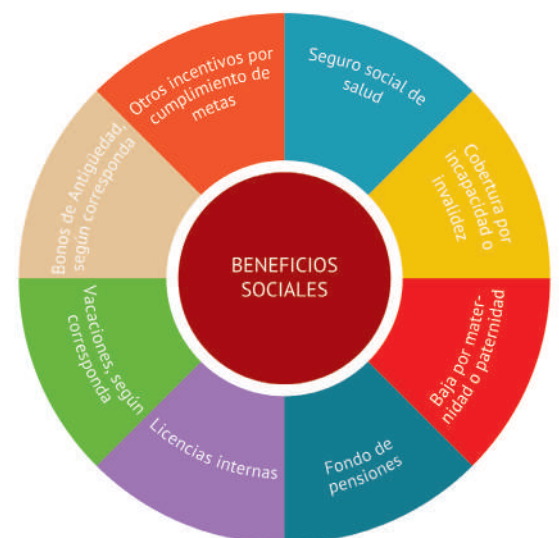
Adicionalmente, el 92% de nuestros funcionarios percibieron un Salario Ganado Mensual (SGM) superior al Salario Mínimo Nacional (SMN) vigente de Bs. 2122. Ningún funcionario reci-

bió un salario inferior al SMN y dado que nuestra escala salarial está basada según niveles y categorías, de acuerdo a la valoración de cargo por competencias, no discriminamos por género.

Nuestros colaboradores, además de su sueldo mensual, reciben dos primas semestrales (por utilidades y trabajo extraordinario) y un aguinaldo y se benefician de las prestaciones, establecidas por la legislación laboral y políticas internas.

Asimismo, 94 colaboradores se acogieron al permiso parental durante el 2019, de los cuáles 62 son mujeres y 32 hombres. Una vez terminado el permiso parental, el 100% de los colaboradores retornaron al trabajo. Sin embargo, pasados los 12 meses, de ese

grupo, quedaron el 100% de las mujeres y 94% de los hombres, siendo la la tasa de regreso al trabajo después del permiso parental del 100% y, luego de los 12 meses, del 98%.



### Plan Bienestar

Está integrado por un conjunto de programas y actividades para promover mejoras en la calidad de vida y condiciones de trabajo de nuestros funcionarios; desarrollar un ambiente laboral eficiente, cooperativo y agradable; reconocer el buen desempeño laboral; generar un sentimiento de orgullo y pertenencia al Banco; atraer, retener y potenciar al talento humano y promover el equilibrio trabajo – familia. Surge como respuesta a las necesidades identificadas en el Estudio de Clima de nuestra entidad, especialmente en los ámbitos de compromiso, confianza, comunicación, cooperación y gestión humana.

Como parte del Plan Bienestar, cada año nuestro Banco realiza una serie de programas de apoyo a nuestra cultura organizacional, promoviendo nuestros valores, la creatividad y la integración entre nuestro personal. En junio 2019, lanzamos el “Desafío” y llevamos a cabo encuentros deportivos, sociales y culturales en las principales ciudades del país hasta septiembre 2019, con la participación de más de 1.400 contendientes.

### Clima laboral y evaluaciones de desempeño

#### 404-3 / RSE 3C

Lo que más aprecian nuestros colaboradores es el ambiente laboral de confianza y sus compañeros de trabajo. Contamos con gente comprometida que mantiene una buena comunicación, cooperación y reconoce el liderazgo de sus jefes y ejecutivos, todo acompañado de una gestión humana que cultiva el sentido del propósito y la armonía laboral.

El estudio Empleador Líder realizado por Human Value, con una muestra del 94% de nuestros colaboradores, revela que nuestro índice de satisfacción la-



boral es el 79.2%, mayor que la media de las empresas grandes en el país (75.6%).

Estamos conscientes que un buen desempeño laboral estará siempre reflejado en un mejor servicio, una mayor rendimiento y productividad. Es por ello que nuestros funcionarios completan periódicamente evaluaciones de desempeño, de 90 grados para nuevos colaboradores al finalizar los 3 meses de su incorporación y de 360 grados para el resto del personal, en sus tres etapas: autoevaluación, evaluación y retroalimentación, previa encuesta sobre el nivel de relacionamiento.

El cuadro siguiente muestra que la participación de nuestros colaboradores en evaluaciones regulares de desempeño por competencias desglosados por género y categoría profesional durante el 2019, alcanzando un total de 90% del personal.

Cuadro N° 16

Colaboradores con evaluaciones regulares de desempeño

| Género               | Total Personal | Personal Evaluado | Ejecutivo | Mando Medio | Operativo   | % Personal Evaluado |
|----------------------|----------------|-------------------|-----------|-------------|-------------|---------------------|
| Mujeres              | 820            | 724               | 3         | 116         | 605         | 88%                 |
| Hombres              | 665            | 612               | 21        | 95          | 496         | 92%                 |
| <b>Total general</b> | <b>1485</b>    | <b>1336</b>       | <b>24</b> | <b>211</b>  | <b>1101</b> | <b>90%</b>          |





## Capacitación

404-1 / 404-2 / RSE 1C / RSE 2C

Andrea (funcionaria participante curso "Samurai Game"): La verdad es que este curso me encantó. No enseña cómo ir una milla más de lo que recorremos en el día a día, tanto en nuestra manera personal como en nuestro trabajo. Asimismo, nos enseña bastante sobre trabajo en equipo, nuestro compromiso, ser más íntegro en todo lo que realizamos. La verdad es que recomiendo el curso, me encantó hartísimo, es uno de los mejores cursos que he realizado. Gracias

Banco Económico S.A. considera el desarrollo profesional y la capacitación como aspectos esenciales para un buen desempeño, clima laboral y cumplimiento de la misión y visión, por lo que invertimos en nuestro capital humano y en nuestros tres Centros de Desarrollo de Talentos (CDT) ubicados en Santa Cruz, La Paz y Cochabamba.

La eficacia del enfoque de gestión sobre formación y enseñanza de nuestra

entidad es evaluada mediante cuatro mecanismos:

- Proceso de Evaluación del desempeño con metodología 360°.
- Resultados de implementación del Plan Anual de Capacitación.
- Estudio y diagnóstico del Clima laboral mediante relevamiento EMPLEADOR LIDER.
- Auditorías internas y de entes de supervisión externos.

Nuestro Banco cuenta con un **Plan Anual de Capacitaciones (PAC)** con un presupuesto anual para todos nuestros funcionarios, que brinda soporte al plan estratégico y permite que nuestros recursos humanos estén alineados a las demandas de la misión, visión y metas planteadas. En este marco de actuación, cada área identifica sus necesidades de capacitación y presenta sus requerimientos al área de Recursos Humanos. El cuadro a continuación

muestra el promedio de horas de capacitación que nuestros colaboradores recibieron durante el 2019.

A través de nuestros CDT, llevamos a cabo 10 programas regulares y periódicos de formación y desarrollo para nuestro personal, que favorecen la empleabilidad de los trabajadores:

1. **Programas de Inducción al cargo:** Capacitación inicial desarrollada en aula por capacitadores internos y dirigida a dotar a nuestro nuevo personal conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para empezar en el puesto de trabajo.
2. **Programa de Certificación** de diversos cargos con mayor rotación. El objetivo es garantizar que nuestro funcionario esté desempeñando acertadamente su trabajo, de acuerdo a las normativas internas, externas y a los productos que ofrecemos.
3. **Programa "Aliados de la Cultura BEC"** (ética, conducta, valores, RSE, educación ambiental, campaña Yo Me Pongo la Camiseta). Incluye diferentes actividades formativas, disruptivas y concursos asociados a promover la aplicación de los valores corporativos dentro y fuera de nuestro Banco manteniendo una conducta ética, responsable y profesional en todo momento con el cliente, colaborador y con la sociedad.
4. **Programa Formación de Formadores.** Proceso de formación y actualización que permite a un grupo de formadores internos en diversos cargos, por voluntad propia o como invitados, compartir sus conocimientos y experiencia con otros colaboradores, mediante la capacitación en aula.
5. **Programa SOY LIDER,** desarrollo de habilidades de dirección para

nuestros mandos medios y ejecutivos a nivel nacional con el fin de fortalecer competencias con diferentes temas claves de liderazgo.

6. **Programa de Experiencia del Cliente BEC** (Calidad y calidez en el servicio, imagen personal y profesional, clientes con discapacidad, adulto mayor, no discriminación) son programas de formación en aula y campañas que promueven una atención cálida y con calidad al cliente sin discriminación y con especial énfasis en clientes con capacidades diferentes.
7. **Programa Educación Financiera digital BEC** (fortalecimiento en conocimientos de productos y servicios, costos, medidas de seguridad, ley 393, venta integral de servicios, resolución de conflictos y comunicación proactiva con clientes). En un conjunto de procesos formativos digitales mediante el uso de protectores de pantalla de todos los equipos de los funcionarios para promover la

socialización y concientización de temas claves normativos relacionados a la Función Social.

8. **Programa FOCAB. Formación en Carrera Bancaria.** Programa de 1 mes realizado en alianza con el Programa de Apoyo al Empleo administrado por el Ministerio de Trabajo. Es impartido por colaboradores internos de nuestro Banco y brindan capacitación especializada operativa a jóvenes graduados o de últimos semestres que al aprobar pueden ser contratados en el cargo de Auxiliar de cajas, principalmente.
9. **Programa FAMI Formación de Asistentes y Ejecutivos MyPE:** Programa de 3 meses realizado en alianza con el Programa de Apoyo al Empleo administrado por el Ministerio de Trabajo y que paga un estipendio cada mes a los participantes. Los temas de capacitación son impartidos por funcionarios internos de nuestro Banco y brinda capacitación especializada co-

mercial a jóvenes graduados o de últimos semestres que al aprobar pueden ser contratados en diferentes cargos comerciales.

10. **Programa HORA CAPACITACION** que promueve espacios de comunicación y formación en áreas y agencias.

**Invitamos y formamos  
a nuestros propios  
colaboradores más antiguos  
a que se conviertan en  
facilitadores y transmitan sus  
conocimientos y experiencias.  
Los testimonios de nuestros  
funcionarios muestran que las  
capacitaciones les son útiles  
en lo personal y/o laboral y que  
las valoran.**

Los Programas de Formación Continua de nuestro Banco implementados en la gestión 2019 a nivel nacional, se detallan a continuación.

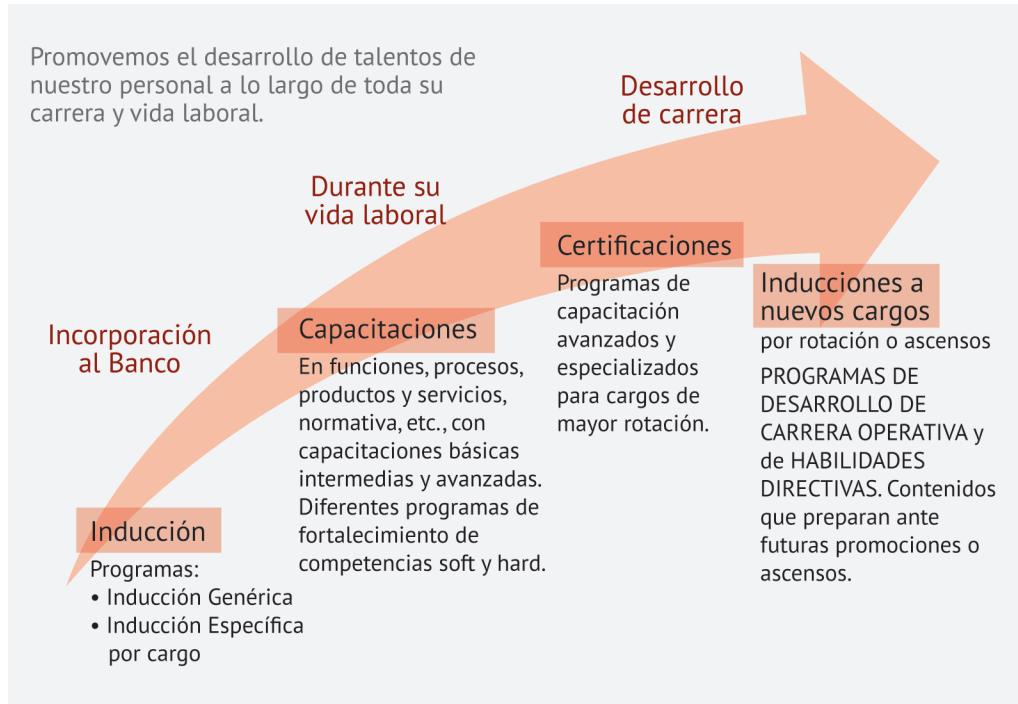
**Cuadro N° 17**  
**Capacitaciones a colaboradores**

| Categoría                  | Cantidad de Cursos | Cantidad de Colaboradores | Horas de capacitación | Promedio de horas de capacitación / año / funcionario |
|----------------------------|--------------------|---------------------------|-----------------------|---|
| <b>Total Ejecutivos</b>    | <b>55</b>          | <b>25</b>                 | <b>929</b>            | <b>37.16</b>  |
| Mujeres                    | 8                  | 3                         | 54                    | 18.00   |
| Hombres                    | 47                 | 22                        | 875                   | 39.77   |
| <b>Total Mandos Medios</b> | <b>289</b>         | <b>223</b>                | <b>3,175</b>          | <b>14.24</b>  |
| Mujeres                    | 165                | 121                       | 1,770                 | 14.63   |
| Hombres                    | 124                | 102                       | 1,405                 | 13.77   |
| <b>Total Operativos</b>    | <b>430</b>         | <b>1,237</b>              | <b>8,394</b>          | <b>6.79</b>   |
| Mujeres                    | 219                | 696                       | 4,352                 | 6.25  |
| Hombres                    | 211                | 541                       | 4,042                 | 7.47  |
| <b>Total General</b>       | <b>774</b>         | <b>1,485</b>              | <b>12,498</b>         | <b>8.42</b>   |



Adicionalmente, brindamos apoyo a nuestros colaboradores en diversos programas de especialización, desde diplomados, seminarios, congresos y maestrías; un total de 28 funcionarios se beneficiaron en el 2019.

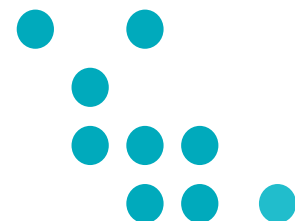
Nuestros colaboradores también reciben capacitación sobre temas de Educación Financiera. Se efectuó la capacitación "Mi Ahorro, Mi Futuro" con la temática sobre el ahorro, dirigido a niños y niñas hijos de funcionarios de nuestro Banco. Esta actividad se realizó durante los programas internos "Mérito Escolar" y "Actividad Navideña" en la que participaron 418 beneficiarios en total.



### Cuadro N° 18

#### Programas de formación continua por número de participantes

| Tema de Programa de Formación Continua   | Participantes |
|--|---------------|
| PROGRAMA DE INDUCCION A CARGOS DE MAYOR ROTACION   | 169           |
| PROGRAMA SOY LIDER DESARROLLO DE HABILIDADES DE DIRECCIÓN PARA MANDOS MEDIOS Y EJECUTIVOS  | 180           |
| PROGRAMA DE APOYO ECONOMICO PARA CURSOS DE POSTGRADO: DIPLOMADOS, MAESTRIAS Y ESPECIALIZACIONES MEDIANTE CONGRESOS, WORKSHOP Y SEMINARIOS. | 352           |
| CERTIFICACION DE AUXILIARES DE CAJAS   | 101           |
| CERTIFICACION DE JEFE DE OPERACIONES DE AGENCIA  | 59            |
| CERTIFICACION DE OFICIALES DE PLATAFORMA DE SERVICIOS  | 118           |
| PROGRAMA DE CULTURA - ETICA Y VALORES Y PREVENCION DE DISCRIMINACION   | 290           |
| PROGRAMA DE ATENCION AL CLIENTE CON CALIDAD Y CALIDEZ  | 325           |
| PROGRAMA DE ATENCION AL CLIENTE ADULTO MAYOR CON CALIDAD Y CALIDEZ   | 701           |
| PROGRAMA PARA LA ATENCION CON CALIDAD Y CALIDEZ A PERSONAS CON DISCAPACIDAD  | 471           |
| <b>Total general</b>   | <b>2.766</b>  |



06.





## 06. MEDIO AMBIENTE

### RSE 1A / RSE 4A

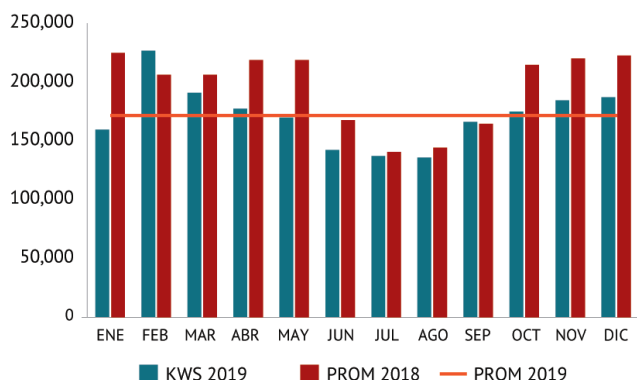
Continuamos trabajando en programas internos de ecoeficiencia, concientizando a nuestros colaboradores, para promover el respeto, cuidado y protección del medioambiente, reduciendo el impacto negativo a nivel personal y como Banco.

### Gestión del agua y energía

Nuestro Banco cuenta con una estrategia medioambiental incorporada dentro la política de RSE. Hemos continuado ejecutando programas y proyectos para la gestión eficiente de energía y agua. Cambiamos y utilizamos en nuestra nuevas oficinas equipos de menor consumo de energía como ser luminarias y aires acondicionados. También, incorporamos el uso de grifos a presión y apagado automático como medidas adoptadas para el ahorro de agua.

Como parte de nuestro compromiso con el cuidado y protección del medio ambiente, venimos implementando campañas ambientales de concientización para optimizar el uso de los recursos energía, agua y papel, incorporando conceptos del cuidado y respeto al medio ambiente como parte de la cultura corporativa.

En cuanto al consumo de energía, el banco buscando mejorar la eficiencia energética en sus oficinas ha implementado tecnología amigable con el medio ambiente, lo cual permitido disminuir el consumo, tal cual se observa en el gráfico a continuación:



Gracias a la estrategia y campañas realizadas, disminuimos el consumo en promedio al mes en nuestro Banco, como se detalla en el gráfico siguiente:



### Productos financieros que fomentan la implementación de tecnologías para preservar el medio ambiente

#### RSE 4A

Si bien no se han desarrollado productos financieros específicos, se han implementado herramientas tecnológicas que ayudan a minimizar el impacto en el medioambiente. Se ha fomentado el uso de tecnologías informáticas para potenciar el uso de la banca electrónica (desde cajeros automáticos, Banca por Internet, Banca Móvil), para minimizar la necesidad de los clientes de ir al banco. Se ha incrementado la instalación de cajeros con tecnología apta para personas discapacitadas, tanto en lo visual como acústico, con texto en braille y altavoces potenciados, ayudando además a la inclusión de personas con discapacidad.

### Libro "Retratos de Familia"

El Banco apoyó la edición del libro "Retratos de Familia", una iniciativa que tiene como objetivo difundir la riqueza natural de Bolivia y fomentar la preservación de nuestra biodiversidad. Nuestro respeto y necesidad de proteger el medio ambiente, nos llevando a colaborar con la publicación de esta edición, y aportar a Fundaciones que rescatan animales de caza furtiva y los devuelven a su hábitat. Los libros han sido distribuidos entre 470 clientes a nivel nacional, con el propósito de concientizar sobre este tema.



## Eco Desafío

Difundir y concientizar sobre la preservación del medioambiente con la certeza que nuestros residuos pueden cumplir “GRANDES SUEÑOS” de los niños con cáncer y sus familias.

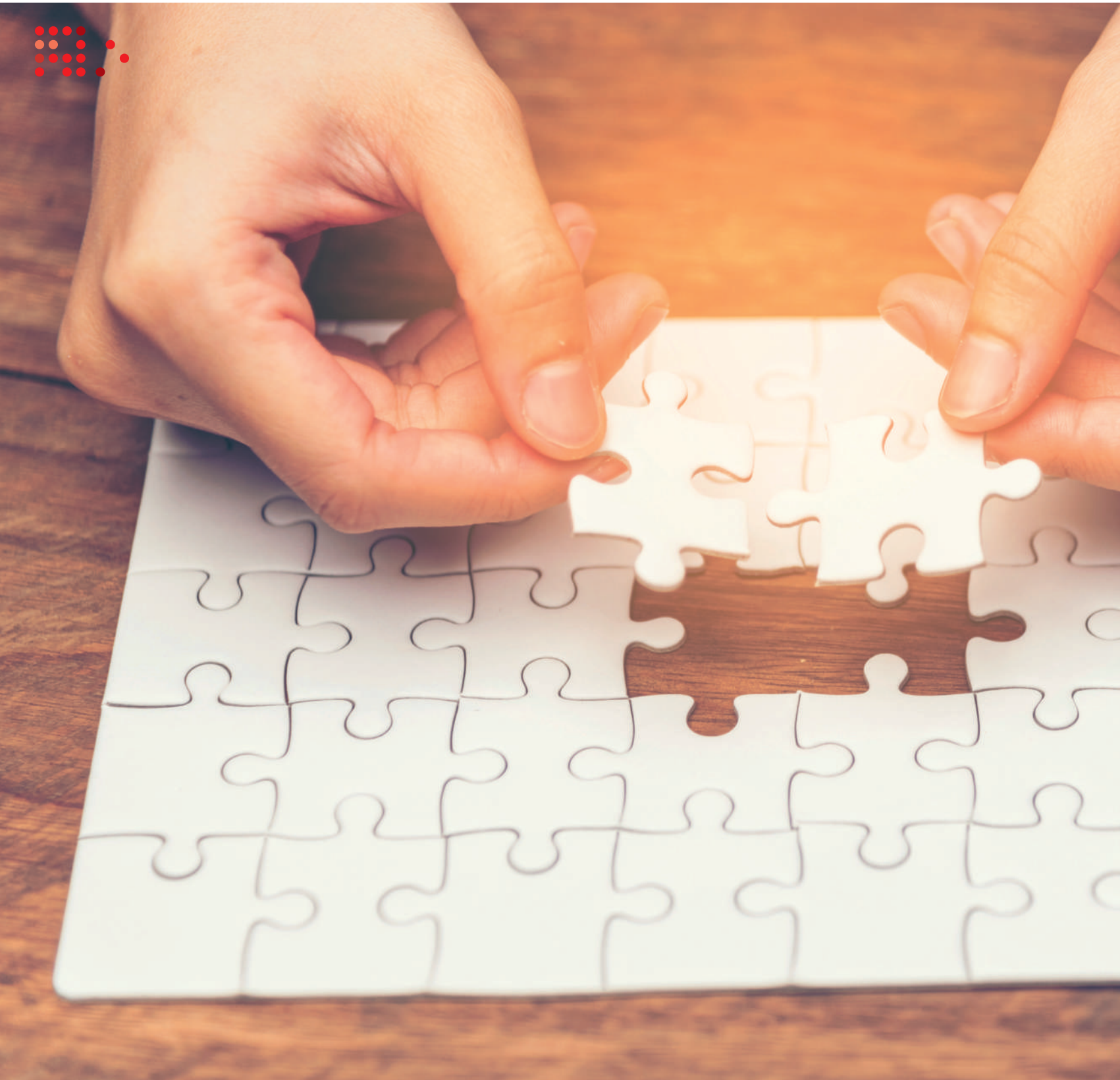
La campaña “ECODESAFÍO”, tuvo como objetivo concientizar y promover el cuidado del medio ambiente entre nuestros funcionarios y compartir experiencias. Como resultado, ejecutamos 11 proyectos a nivel nacional con la participación de nuestros funcionarios, que consistieron en la transformación de un ambiente a través de la limpieza y disposición de residuos, reciclaje, concientización en el uso del plástico y plantación de plantines. Nuestro Banco entregó un reconocimiento y premio económico a los participantes y proyectos que generaron mayor impacto.



## Cuadro N° 19

### Proyectos, actividades e indicadores ECODESAFÍO 2019

| PROYECTO  | ACTIVIDAD   | INDICADORES DE ÉXITO  |
|---|---|---|
| Concientización sobre el uso de bolsas reciclables para mitigar el impacto ambiental del uso de bolsas plásticas. | Se realizó la limpieza del Mercado Rodriguez de La Paz, entregando bolsas reciclables para su uso, que reemplazan las bolsas de plástico.   | Número de Beneficiarios: 100 en ecobolsas entregadas.<br>Cantidad de recojo de basura: 12 bolsas de 12 kg. de basura recolectada Total 144 kilos recolectados.  |
| Reciclaje de botellas de refresco para plantines  | La actividad consistió en enseñar como reutilizar botellas de refresco, reciclar las mismas como macetas y colocar plantines, los cuales quedaron en el muro de entrada nuestro Banco en la sucursal La Paz.  | Se recolectaron 58 botellas para su reciclaje, transformándolos en maceteros.<br>Se colocaron 2 plantines en cada una, haciendo un total de 116 plantas.  |
| Preservación de la Laguna de Coña Coña Cochabamba   | Se efectuó la limpieza de áreas de la laguna, dejando señalética y reforestando con plantines de la zona. Se concientizó a visitantes sobre la importancia de la disposición de residuos en contenedores especializados para tal función, para evitar la contaminación de la laguna y preservar nuestros parques naturales.   | Coña Coña, es una laguna que sufre deterioro a causa de la contaminación por la basura abandonada por los visitantes. Tiene una superficie de 213 m2.   |
| Limpieza y concientización en centro infantil de niños de escasos recursos  | Se visitó el CENTRO INFANTIL NAZARETH que alberga a 75 niños de escasos recursos en la ciudad de Santa Cruz y se enseñó a los niños a cuidar el medio ambiente mediante el cuidado y riego de plantas, recoger basura, clasificarla. Adicionalmente se creó el sitio en el Facebook ECOTHART para incentivar y concienciar sobre el cuidado del medio ambiente en nuestros colegas del Banco. | Bolsas acumuladas: 22 bolsas (plásticos, bolsas plásticas, desechos comunes)<br>Desechos metálicos: 100 kilos<br>Escombros: 5 bolsas<br>Tamaño superficie: 11695 m2.<br>Cantidad de beneficiarios directos: 75 niños<br>Cantidad de beneficiarios indirectos: 420 seguidores en EcoTarth al 28/08/2019  |
| Proyecto “Grandes Sueños” reciclaje y apoyo social  | Contribuir a la preservación del medioambiente y generar recursos económicos para la Fundación AFANIC y de esta manera colaborar a los niños con cáncer y a sus familias. Se efectuó la recolección y reciclaje de tapas plásticas y papel con lo cual se generó ingresos para apoyar a niños con cáncer.   | Acuerdos con empresas de recolección y reciclaje para almacenar.<br>Recolección de papel Estadio Tahuichi Aguilera Sector Preferencia (Superficie cubierta 900 m2.)<br>Recolección de tapitas plásticas en las Oficinas del Banco, en las familias, restaurants del casco viejo, y una Unidad Educativa. Entrega de las tapitas plásticas a la Empresa EMPACAR (105 Kg.)<br>Entrega donación de los recursos obtenidos a la Fundación AFANIC. |





# PROCESO DE ELABORACIÓN Y VERIFICACIÓN DEL INFORME RSE

102-40 / 102-42 / 102-43 / 102-44 / 102-46 / 102-47 / 102-49

## **Elaboración del Informe**

La información contenida en el presente Informe Responsabilidad Social Empresarial de Banco Económico S.A. de la gestión 2019.

## **Alcance, relevancia, materialidad y cobertura del Informe**

El Informe RSE difunde nuestras buenas prácticas de RSE enmarcadas en la normativa nacional y guías y estándares internacionales considerados como mejores prácticas.

## **Reglamento de Responsabilidad Social Empresarial par entidades de intermediación financiera**

Incluye los requerimientos de información del Reglamento de Responsabilidad Social Empresarial, contenido en el Capítulo II, Libro 10°, Título I de la Recopilación de Normas para Servicios Financieros y los indicadores incluidos en el Anexo 2.

## **Estándares Global Reporting Initiative para la elaboración de informes de sostenibilidad**

Tiene conformidad con la metodología de los Estándares del GRI en su versión "Esencial" e incluye la parte correspondiente al suplemento sectorial para el sistema financiero

## **Estudio de Materialidad**

Durante el 2017, realizamos un Estudio de Materialidad que permitió conocer los impactos y expectativas sociales, ambientales y económicas de nuestros grupos de interés y de nuestro Banco, siguiendo de esta manera las tendencias internacionales de reporte y demostrando nuestro interés y responsabilidad ante nuestros principales grupos de interés internos y externos, al involucrarlos en el proceso de consulta.

En el ámbito de la RSE, según los Fundamentos de los Estándares GRI, un tema es material cuando "tiene un impacto directo o indirecto en la capacidad de una organización para crear, mantener o distribuir valor económico, ambiental y social para sí mismo, sus



partes interesadas y la sociedad en general". Por lo tanto, gracias al esfuerzo desplegado en la realización del Estudio de Materialidad, como Banco hemos identificado y/o validado áreas y temas de mayor relevancia para la entidad y nuestros grupos de interés, coadyuvando hacia una mejor planificación estratégica, una orientación efectiva de recursos para generar mayor impacto en sostenibilidad y la definición de los asuntos que deben reportarse.

Las diversas herramientas utilizadas para el proceso de consulta y la participación activa de los grupos de interés, nos permitieron contar con resultados estadísticamente representativos y con la solidez necesaria. Además del proceso de interacción y relevamiento de información de los grupos de interés, en el 2019 volvimos a revisar la documentación y actualizamos la materialidad de nuestro Banco, obteniendo como resultado los cuadros siguientes con los temas y lista de temas materiales que guardan coherencia con las acciones y la estrategia vigentes en nuestro Banco y dan respuesta a las demandas normativas, generando la evidencia necesaria del proceso de diálogo y consulta realizado.

Los temas que han sido identificados como materiales cumplen las siguientes condiciones:

- Impactan directamente en la estrategia y el modelo de negocio;
- Responden a los principales impactos económicos, sociales y ambientales;
- Impactan y/o son de importancia para un mayor número de grupos de interés.;
- Son vitales para cumplir con los valores corporativos;
- Han sido identificados como materiales por la mayoría de las compañías de su mismo sector;
- Son exigidos por el ente regulador y, por tanto, son considerados materiales de forma automática.



## Cuadro N° 20

### Matriz de Materialidad

| ESTÁNDARES GRI                          |    |         | COBERTURA   | GRUPOS DE INTERÉS |  |
|---|----|---------|---|-------------------|--|
| ECONÓMICOS                              | 2  | GRI 202 | Presencia en el mercado   | Interna           | Colaboradores  |
|   | 3  | GRI 203 | Impactos económicos indirectos  | Externa           | Comunidad  |
|   | 4  | GRI 204 | Prácticas de adquisición  | Interna           | Proveedores  |
|   | 5  | GRI 205 | Anticorrupción  | Interna y externa | Accionistas, colaboradores, clientes, comunidad, proveedores, gobierno y ente regulador. |
| MEDIO-AMBIETALES                        | 8  | GRI 303 | Agua  | Interna           | Comunidad  |
|   | 11 | GRI 307 | Cumplimiento regulatorio Ambiental  | Interna           | Regulador  |
|   | 13 | GRI 401 | Empleo  | Interna           | Colaboradores  |
| SOCIALES                                | 14 | GRI 402 | Relaciones trabajador - empresa   | Interna           | Colaboradores  |
|   | 16 | GRI 404 | Formación y enseñanza   | Interna           | Colaboradores  |
|   | 17 | GRI 405 | Diversidad e igualdad de oportunidades  | Interna           | Colaboradores  |
|   | 18 | GRI 406 | No discriminación   | Interna y externa | Colaboradores, clientes y comunidad  |
|   | 21 | GRI 410 | Prácticas en materia de seguridad   | Interna           | Colaboradores  |
|   | 22 | GRI 412 | Evaluación de Derechos Humanos  | Interna y externa | Colaboradores, clientes, comunidad y proveedores   |
|   | 23 | GRI 413 | Comunidades Locales   | Externa           | Comunidad  |
|   | 27 | GRI 419 | Cumplimiento socioeconómico   | Interna           | Regulador  |
| ESTÁNDARES PROPIOS BANCO ECONÓMICO S.A. |    |         | COBERTURA   | GRUPOS DE INTERÉS |  |
| PROPIOS                                 | 28 | Propio  | Educación financiera  | Interna y externa | Colaboradores, clientes y comunidad  |
|   | 30 | Propio  | Inclusión de la mujer al sistema financiero                                   | Externa           | Clientes y comunidad   |
|   | 31 | Propio  | Créditos, asistencia técnica y capacitación a clientes del sector productivo. | Externa           | Clientes   |
|   | 33 | Propio  | Innovación de mejora continua de procesos, productos y atención               | Interna y externa | Accionistas, colaboradores y clientes  |

## Verificación del Informe 2019

### 102-56

El presente Informe de RSE 2019 de Banco Económico S.A. es verificado por la Empresa Certificación Sustentable, la cual emite un informe de verificación del reporte respecto a los Estándares del GRI, su respectivo suplemento financiero y sobre el Anexo 1 e Indicadores del Anexo 2 del Reglamento de RSE de la ASFI.

## CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Reporte de cumplimiento Anexo 1 del Capítulo II del Libro 10° del Reglamento de Función Social y Responsabilidad Social Empresarial de la RNSF

| REQUERIMIENTO  | UBICACIÓN  |                            |
|--|--|----------------------------|
|  | TÍTULO O SUBTÍTULO   | PÁGINA                     |
| 1. Descripción de la incorporación de RSE en la planificación estratégica.   | Nuestra Política de RSE<br>Modelo de RSE<br>Estudio de Materialidad  | 21, 22, 63                 |
| 2. Descripción del cumplimiento de los objetivos y de la política de RSE que incluya al menos los resultados de las políticas relacionadas con los derechos humanos, medioambiente y partes interesadas. | Gestión de RSE<br>Clientes<br>Comunidad<br>Proveedores<br>Colaboradores<br>Medio Ambiente<br>Estudio de Materialidad | 21, 29, 39, 49, 51, 59, 63 |
| 3. Resultado de la implementación y mantenimiento de la gestión de la RSE de la entidad.   | Gestión de RSE   | 21                         |
| 4. Forma en que la entidad supervisada dentro de su estructura organizacional ha implementado de gestión de RSE.   | Nuestra estructura organizacional<br>Nuestra Política de RSE   | 15, 21                     |
| 5. Descripción de la evaluación del cumplimiento de la entidad supervisada con relación a los lineamientos de RSE.   | Lineamientos normativos  | 67                         |

## Indicadores ASFI

Reporte de cumplimiento Anexo 2 del Capítulo II del Libro 10° del Reglamento de Función Social y Responsabilidad Social Empresarial de la RNSF.

| Código | Aspectos                               | Indicador   | Respuesta Directa   | Página / Título                                      |
|--------|--|---|---|--|
| 1G     | Gobierno Corporativo                   | Medidas adoptadas para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.   |   | Pág. 13<br>Nuestro gobierno corporativo.             |
| 1B     |  | Relación entre la remuneración total anual para el individuo mejor pagado de la entidad supervisada respecto a la remuneración promedio anual total de todos los empleados  |   | Pág. 53<br>Compensaciones                            |
| 2B     | Brecha Salarial                        | Relación del porcentaje de aumento en la remuneración total anual para el individuo mejor pagado de la entidad supervisada respecto al porcentaje de incremento promedio en la remuneración total anual para todos los empleados (excluyendo la persona mejor pagada) |   | Pág. 53<br>Compensaciones                            |
| 3B     |  | Relación entre el salario mínimo de la entidad supervisada y el salario mínimo nacional   |   | Pág. 53<br>Compensaciones                            |
| 1P     | Presencia en la Comunidad              | Proporción de gastos en proveedores nacionales en principales áreas de operación  |   | Pág. 49<br>Proveedores                               |
| 1T     |  | Número de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento.  |   | Pág. 52<br>Empleo, contrataciones y rotaciones       |
| 2T     |  | Tasa de contrataciones de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento   |   | Pág. 52<br>Empleo, contrataciones y rotaciones       |
| 3T     | Trabajo Digno y no Discriminación      | Rotación media de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento.  |   | Pág. 52<br>Empleo, contrataciones y rotaciones       |
| 4T     |  | Porcentaje de contrataciones de personas con discapacidad con relación al total de empleados.   | Durante el 2019 no se reportaron contrataciones de personal con discapacidad, pero contamos con 8 funcionarios que son tutores de personas con discapacidad, de los cuales 2 fueron contratados en la gestión 2019. |  |
| 1C     |  | Promedio de horas de capacitación al año, desglosado por categoría de empleado  |   | Pág. 55<br>Capacitación                              |
| 2C     | Capacitación                           | Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores.  |   | Pág. 55<br>Capacitación                              |
| 3C     |  | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y desarrollo profesional  |   | Pág. 54<br>Clima laboral y evaluaciones de desempeño |
| 1D     | Diversidad e Igualdad de Oportunidades | Composición de los órganos de gobierno y plantilla, desglosados por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.  |   | Pág. 52<br>Empleo, contrataciones y rotaciones       |
| 2D     |  | Relación entre salario mínimo de los hombres con respecto al de las mujeres desglosado por categoría profesional.   |   | Pág. 53<br>Compensaciones                            |

| Código | Aspectos                             | Indicador   | Respuesta Directa  | Página / Título                                       |
|--------|--------------------------------------|---|--|---|
| 1H     |                                      | Contribuciones o Aportes a Fines Sociales, Culturales Gremiales y Benéficos (Por programas o proyectos, gasto o inversión sobre las utilidades logradas en la gestión). |  | Pág. 45<br>Solidaridad                                |
| 2H     | Derechos Humanos y Compromiso Social | Procedimientos que incluyan aspectos de Derechos Humanos relevantes al negocio  | Nuestro Banco si cuenta con políticas, reglamentos y procedimientos que incluyan aspectos de Derechos Humanos.   |   |
| 3H     |                                      | Porcentaje de operaciones donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de comunidades locales.                           | Durante el periodo de reporte, en las operaciones de nuestra entidad, no se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de comunidades locales  |   |
| 1E     |                                      | Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicados a las líneas del negocio.  |  | Pág. 22<br>Nuestra Política de RSE                    |
| 2E     |                                      | Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específicos para cada línea de negocio desglosado según su propósito.                             |  | Pág. 37<br>Productos y servicios con beneficio social |
|        | Enfoque Social                       |   |  |   |
| 3E     |                                      | Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos.   |  | Pág. 33<br>Nuestro productos y servicios<br>Diseño    |
| 4E     |                                      | Iniciativas para mejorar la educación financiera según tipo de beneficiario.  |  | Pág. 42<br>Educación Financiera para Todos            |
| 1S     |                                      | Mecanismos y procedimientos de retención y fidelización de clientes.  |  | Pág. 31<br>Fidelización                               |
| 2S     | Satisfacción del Cliente             | Mecanismos para la evaluación de satisfacción de los clientes en cuanto a los servicios financieros y la atención proporcionada.  |  | Pág. 31<br>Fidelización                               |
| 3S     |                                      | Número de reclamos, porcentaje de quejas resueltas y adopción de medidas correctivas.   |  | Pág. 31<br>Punto de Reclamo                           |
| 1A     |                                      | Gestión para el ahorro en cuanto a energía y agua   |  | Pág. 59<br>Medio Ambiente                             |
| 2A     | Conciencia Ambiental                 | Gestión de residuos producto de los servicios y productos que prestan   | El Banco, para realizar la gestión de los residuos, ha implementado la campaña Reciclaje de papel con fines ambientales y solidarios. Nos permite concientizar al personal, realizar una mejor gestión de nuestros residuos y apoyar a una institución benéfica. |   |
| 3A     |                                      | Desglose de los gastos e inversiones ambientales.   | El monto total reportado por los gastos e inversiones en programas y campañas ambientales:<br>Campañas de concientización medioambiental asciende a \$us.18,465.31   |   |
| 4A     |                                      | Desglose de productos financieros destinados a fomentar la implementación de tecnologías para preservar el medio ambiente.  |  | Pág. 59<br>Medio Ambiente                             |
| 1N     | Cumplimiento Normativo               | Monto y número de sanciones pecuniarias pagadas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa.                                   | Al 31 de diciembre 2019, pagamos Bs. 32,461.04 a la ASFI que corresponde a sanciones por incumplimiento en el plazo de envío de información y reclamos de clientes.  |   |

## Estándares GRI

102-55

### Contenidos Generales

| Estándar GRI                        | Nombre indicador  | OBLIGATORIA  | PÁGINA - RESPUESTA DIRECTA  | OMISION(ES) |
|-------------------------------------|---|--|---|-------------|
| <b>1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b> |   |  |   |             |
| 102-1                               | Nombre de la organización   | a. Nombre de la organización   | Pág. 6  |             |
| 102-2                               | Actividades, marcas, productos y servicios                          | a. Descripción de las actividades de la organización.<br>b. Las marcas, productos y servicios principales, incluida una explicación de cualquier producto o servicio que esté prohibido en ciertos mercados.   | Pág. 9, 33  |             |
| 102-3                               | Ubicación de la sede  | a. Ubicación de la sede de la organización.  | Pág. 18   |             |
| 102-4                               | Ubicación de las operaciones  | a. El número de países en los que opera la organización y los nombres de los países en los que lleva a cabo las operaciones más significativas o relevantes para los temas tratados en el informe.   | Pág. 18   |             |
| 102-5                               | Propiedad y forma jurídica  | a. Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.  | Pág. 9  |             |
| 102-6                               | Mercados servidos   | a. Mercados servidos, e incluir:<br>i. las ubicaciones geográficas en las que se ofrecen los productos y servicios;<br>ii. los sectores servidos;<br>iii. los tipos de clientes y beneficiarios.   | Pág. 18, 29   |             |
| 102-7                               | Tamaño de la organización   | a. Tamaño de la organización, e incluir:<br>i. el número total de empleados;<br>ii. el número total de operaciones;<br>iii. las ventas netas (para organizaciones del sector privado) o los ingresos netos (para organizaciones del sector público);<br>iv. la capitalización total (para organizaciones del sector privado) desglosada en términos de deuda y capital;<br>v. la cantidad de productos o servicios proporcionados o prestados.   | Pág. 10, 52   |             |
| 102-8                               | Información sobre empleados y otros trabajadores                    | a. El número total de empleados por contrato laboral (permanente o temporal) y por sexo.<br>b. El número total de empleados por contrato laboral (permanente o temporal) y por región.<br>c. El número total de empleados por tipo de contrato laboral (a jornada completa o a media jornada) y por sexo.<br>d. Si una parte significativa de las actividades de la organización la llevan a cabo trabajadores que no sean empleados. Se debe incluir, si procede, una descripción de la naturaleza y la magnitud del trabajo realizado por los trabajadores que no sean empleados.<br>e. Cualquier variación significativa de las cifras presentadas en los Contenidos 102-8-a, 102-8-b o 102-8-c (como las variaciones estacionales de los sectores del turismo o la agricultura).<br>f. Una explicación de cómo se han recopilado los datos, incluidas las suposiciones que se han hecho. | Pág. 52   |             |
| 102-9                               | Cadena de suministro  | a. Descripción de la cadena de suministro de la organización, incluidos los elementos principales relacionados con las actividades, marcas principales, productos y servicios de la organización.  | Pág. 49   |             |
| 102-10                              | Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro | a. Los cambios significativos de tamaño, estructura, propiedad o cadena de suministro de la organización, incluidos:<br>i. los cambios en las operaciones o en su ubicación, incluidos aperturas, cierres y expansiones de instalaciones;<br>ii. los cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración del capital (para organizaciones del sector privado);<br>iii. los cambios en la ubicación de los proveedores, la estructura de la cadena de suministro o las relaciones con los proveedores, incluidos la selección y el despido.  | Nuestro capital regulatorio incrementó en un 2% del 2018 al 2019. |             |

| Estándar GRI                                     | Nombre indicador  | OBLIGATORIA  | PÁGINA - RESPUESTA DIRECTA  | OMISION(ES) |
|--|---|--|---|-------------|
| 102-11   | Principio o enfoque de precaución                                     | <p>a. Si la organización aplica el principio o enfoque de precaución y cómo lo hace.</p> <p>El Contenido 102-11 incluye el enfoque de la organización para la gestión del riesgo en la planificación de operaciones o el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos.</p> <p>Antecedentes</p> <p>El enfoque de precaución se introdujo con el Principio 15 de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de la Organización de Naciones Unidas. Este indica: "Para proteger el medio ambiente, los Estados deberán aplicar el criterio de precaución de conformidad con sus capacidades. Si se genera un riesgo de daño grave o irreversible, no deberá utilizarse la falta de certeza científica absoluta para posponer la adopción de medidas eficaces en función de los costes e impedir la degradación del medio ambiente". Aplicar el Principio de precaución puede ayudar a la organización a reducir o evitar los impactos negativos para el medio ambiente. Consulte la referencia 13 en la sección Referencias.</p> | Nuestro Banco oferta servicios financieros, no aplica el enfoque de precaución en lo referente a que estos servicios o sus productos financieros, produzcan un deterioro en el medio ambiente o la salud de la población. |             |
| 102-12   | Iniciativas externas  | a. Lista de estatutos, principios y otros documentos de carácter económico, ambiental y social desarrollados externamente y a los que la organización esté suscrita o respalde.  | Pág. 17   |             |
| 102-13   | Afiliación a asociaciones   | a. Lista de las principales afiliaciones a entidades del sector u otras asociaciones y las organizaciones de defensa de intereses a nivel nacional o internacional.  | Pág. 17   |             |
| <b>2. ESTRATEGIA</b>                             |   |  |   |             |
| 102-14   | Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones | a. Declaración del más alto responsable de la toma de decisiones de la organización (como el director general, el presidente o cargo equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia para abordar la sostenibilidad.  | Pág. 6  |             |
| <b>3. ÉTICA E INTEGRIDAD</b>                     |   |  |   |             |
| 102-16   | Valores, principios, estándares y normas de conducta                  | a. Descripción de los valores, principios, estándares y normas de conducta de la organización.   | Pág. 9  |             |
| <b>4. GOBERNANZA</b>                             |   |  |   |             |
| 102-18   | Estructura de gobernanza  | <p>a. La estructura de gobernanza de la organización, incluidos los comités del máximo órgano de gobierno.</p> <p>b. Los comités responsables de la toma de decisiones sobre temas económicos, ambientales y sociales.</p>   | Pág. 13   |             |
| <b>5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b> |   |  |   |             |
| 102-40   | Lista de grupos de interés  | a. Lista de los grupos de interés con los que está implicada la organización.  | Pág. 63   |             |
| 102-41   | Acuerdos de negociación colectiva                                     | a. Porcentaje del total de empleados cubiertos en los acuerdos de negociación colectiva.   | No contamos con convenios de negociación colectiva.   |             |
| 102-42   | Identificación y selección de grupos de interés                       | a. La base para identificar y seleccionar a los grupos de interés participantes.   | Pág. 63   |             |
| 102-43   | Enfoque para la participación de los grupos de interés                | a. El enfoque de la organización con respecto a la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia de la participación por tipo y por grupo de interés y la indicación de si alguna participación ha tenido lugar específicamente como parte del proceso de preparación del informe.  | Pág. 63   |             |
| 102-44   | Temas y preocupaciones clave mencionados                              | <p>a. Los temas y preocupaciones que han sido señalados a través de la participación de los grupos de interés e incluir:</p> <p>i. cómo ha respondido la organización a estos temas y preocupaciones, incluso mediante la elaboración de informes;</p> <p>ii. los grupos de interés que han señalado cada uno de los temas y las preocupaciones clave.</p>   | Pág. 63   |             |

| Estándar GRI  | Nombre indicador   | OBLIGATORIA   | PÁGINA - RESPUESTA DIRECTA | OMISION(ES)  |
|---|--|---|----------------------------|--|
| <b>6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES</b> |  |   |                            |  |
| 102-45  | Entidades incluidas en los estados financieros consolidados                  | a. Lista de las entidades que forman parte de los estados financieros consolidados o documentos equivalentes de la organización.<br>b. Si alguna de las entidades que forman parte de los estados financieros consolidados o documentos equivalentes de la organización no aparece en el informe.   | Pág. 2                     |  |
| 102-46  | Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema       | a. Explicación del proceso para definir los contenidos del informe y las Coberturas de los temas.<br>b. Explicación de cómo ha aplicado la organización los Principios para definir los contenidos del informe.   | Pág. 63                    |  |
| 102-47  | Lista de temas materiales  | a. Lista de los temas materiales identificados en el proceso de definición de los contenidos del informe.   | Pág. 63                    |  |
| 102-48  | Reexpresión de la información  | a. El efecto de cualquier reexpresión de información de informes anteriores y los motivos para dicha reexpresión. Las reexpresiones pueden ser consecuencia de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• las fusiones o adquisiciones;</li> <li>• los cambios en los años base o los periodos;</li> <li>• la naturaleza del negocio;</li> <li>• los métodos de medición.</li> </ul>   |                            | En el presente informe no se ha requerido efectuar re-expresión de la información reportada. |
| 102-49  | Cambios en la elaboración de informes  | a. Cambios significativos con respecto a los periodos objeto del informe anteriores en la lista de temas materiales y Coberturas de los temas.  | Pág. 63                    |  |
| 102-50  | Periodo objeto del informe   | a. Periodo objeto del informe para la información proporcionada.  | Pág. 2                     |  |
| 102-51  | Fecha del último informe   | a. Si procede, la fecha del informe más reciente.   | Pág. 2                     |  |
| 102-52  | Ciclo de elaboración de informes   | a. El ciclo de elaboración de informes.   | Pág. 2                     |  |
| 102-53  | Punto de contacto para preguntas sobre el informe                            | a. El punto de contacto para preguntas sobre el informe o sus contenidos.   | Pág. 82                    |  |
| 102-54  | Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI | a. Declaración de la organización de que ha elaborado el informe de conformidad con los estándares GRI, usando alguna de las siguientes fórmulas: <ol style="list-style-type: none"> <li>i. "Este informe se ha elaborado de conformidad con los estándares GRI: opción Esencial";</li> <li>ii. "Este informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Exhaustiva".</li> </ol>   | Pág. 2                     |  |
| 102-55  | Índice de contenidos GRI   | a. El índice de contenidos GRI, que especifica todos los estándares GRI utilizados y enumera todas los contenidos incluidos en el informe.<br>b. Para cada contenido, el índice de contenidos debe incluir: <ol style="list-style-type: none"> <li>i. el número del contenido (contenidos cubiertos por los estándares GRI);</li> <li>ii. los números de página o URL en los que se encuentra el contenido, ya sea en el informe o en otros materiales publicados;</li> <li>iii. si procede, los motivos para la omisión, en caso de que no sea posible aportar el contenido necesario.</li> </ol>  | Pág. 69                    |  |
| 102-56  | Verificación externa   | La organización informante debe presentar la siguiente información: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Descripción de la política y las prácticas actuales de la organización acerca de cómo solicitar la verificación externa del informe.</li> <li>b. Si el informe se ha verificado externamente: <ol style="list-style-type: none"> <li>i. referencia al informe de verificación externa, las declaraciones o las opiniones. Si no se incluye en el informe de verificación que acompaña al informe de sostenibilidad, una descripción de lo que se ha verificado y lo que no y sobre la base de qué. También se debe indicar los estándares de verificación utilizados, el nivel de verificación obtenido y cualquier limitación del proceso de verificación;</li> <li>ii. la relación entre la organización y el proveedor de la verificación;</li> <li>iii. si y cómo están implicados el máximo órgano de gobierno o los altos ejecutivos en la solicitud de verificación externa del informe de sostenibilidad de la organización.</li> </ol> </li> </ol> | Pág. 66                    |  |



## GRI 200 ECONÓMICOS

| MATE-<br>RIAL                       | ESTAN-<br>DAR GRI | REQUERI-<br>MIENTOS PRE-<br>SENTACIÓN<br>INFORMACIÓN                                    | OBLIGATORIA  | PAGINA / RESPUESTA DIRECTA | OMISIONES   |
|-------------------------------------|-------------------|---|--|----------------------------|---|
| <b>202 PRESENCIA EN EL MERCADO</b>  |                   |   |  |                            |   |
|                                     |                   | Enfoque de Gestión  |  |                            | Dado que Banco Económico S.A. solo opera en Bolivia, no contamos con un enfoque de gestión de Presencia en el Mercado   |
| NOR-<br>MATIVO                      | 202-1             | Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local | La organización informante debe presentar la siguiente información:<br>a. Cuando una proporción significativa de los empleados recibe su salario en función de las reglas sobre salarios mínimos, se debe informar del ratio del salario de categoría inicial por sexo en las ubicaciones con operaciones significativas y el salario mínimo.<br>b. Cuando una proporción significativa de los trabajadores (excluidos los empleados) que llevan a cabo las actividades de la organización recibe su salario en función de las reglas sobre salarios mínimos, se describen las medidas tomadas para determinar si a estos trabajadores se les paga por encima del salario mínimo.<br>c. Si el salario mínimo local no existe o es variable en las ubicaciones con operaciones significativas por sexo. En caso de que sea posible usar diferentes mínimos como referencia, se debe informar del salario mínimo que se utiliza.<br>d. La definición utilizada para "las ubicaciones con operaciones significativas" | Pág. 53                    |   |
|                                     | 202-2             | Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local.                       | La organización informante debe presentar la siguiente información:<br>a. El porcentaje de altos ejecutivos de las ubicaciones con operaciones significativas contratados en la comunidad local.<br>b. La definición de "altos ejecutivos".<br>c. La definición geográfica de la organización para "local".<br>d. La definición utilizada para "las ubicaciones con operaciones significativas"  |                            | El 100% de los altos ejecutivos (Alta Gerencia y Ejecutivos Estratégicos el Gerente General, Gerentes Nacionales de Áreas, Subgerentes Nacionales y Gerentes Regionales de departamentos y sucursales respectivamente, que tienen mandos medios bajo su dependencia lineal o funcional y son considerados personal de confianza y cuyas decisiones podrían afectar a la solvencia de la entidad) han sido contratados en la comunidad local (entendiendo por comunidad local al territorio del Estado Plurinacional de Bolivia en cualquiera de sus 9 Departamentos). |
| <b>204 PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN</b> |                   |   |  |                            |   |
|                                     |                   | Enfoque de Gestión  |  |                            | Nuestro Banco no cuenta con un enfoque de gestión de este tema dado que nuestras operaciones son en Bolivia.  |
| NOR-<br>MATIVO.                     | 204-1             | Proporción de gasto en proveedores locales  | La organización informante debe presentar la siguiente información:<br>a. El porcentaje del presupuesto de adquisiciones de ubicaciones con operaciones significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra a nivel local).<br>b. La definición geográfica de la organización para "local".<br>c. La definición utilizada para "ubicaciones con operaciones significativas".  | Pág. 49                    |   |

| MATERIAL                  | ESTANDAR GRI | REQUERIMIENTOS PRESENTACIÓN INFORMACIÓN                                  | OBLIGATORIA  | PAGINA / RESPUESTA DIRECTA            | OMISIONES |
|---------------------------|--------------|--|--|---------------------------------------|-----------|
| <b>205 ANTICORRUPCIÓN</b> |              |  |  |                                       |           |
|                           |              | Enfoque de Gestión   |  | Perfil Institucional / Anticorrupción |           |
| PRE-GUNTA                 | 205-1        | Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción        | La organización informante debe presentar la siguiente información:<br>a. El número total y el porcentaje de operaciones evaluadas en relación con los riesgos relacionados con la corrupción.<br>b. Los riesgos significativos relacionados con la corrupción e identificados mediante la evaluación del riesgo.  | Pág. 24                               |           |
| PRE-GUNTA                 | 205-2        | Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | La organización informante debe presentar la siguiente información:<br>a. El número total y el porcentaje de miembros del órgano de gobierno a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización, desglosados por región.<br>b. El número total y el porcentaje de empleados a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización, desglosados por categoría laboral y región.<br>c. El número total y el porcentaje de socios de negocio a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización, desglosados por tipo de socio de negocio y región. Describir si las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización se han comunicado a alguna otra persona u organización.<br>d. El número total y el porcentaje de miembros del órgano de gobierno que haya recibido formación sobre anticorrupción, desglosados por región.<br>e. El número total y el porcentaje de empleados que haya recibido formación sobre anticorrupción, desglosados por categoría laboral y región. | Pág. 24                               |           |
| PRE-GUNTA                 | 205-3        | Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas                        | La organización informante debe presentar la siguiente información:<br>a. El número total y la naturaleza de los casos de corrupción confirmados.<br>b. El número total de casos confirmados en los que se haya despedido a algún empleado por corrupción o se hayan tomado medidas disciplinarias al respecto.<br>c. El número total de casos confirmados en los que se hayan rescindido o no se hayan renovado contratos con socios de negocio por infracciones relacionadas con la corrupción.<br>d. Los casos jurídicos públicos relacionados con la corrupción interpuestos contra la organización o sus empleados durante el periodo objeto del informe y los resultados de esos casos.  | Pág. 24                               |           |

**GRI 300 MEDIOAMBIENTALES**

| MATE-<br>RIAL                                 | ESTAN-<br>DAR GRI                                      | REQUERIMIENTOS  | OBLIGATORIA | PÁGINA - RES-<br>PUESTA DIRECTA   | OMISIONES  |
|---|--|---|-------------|---|--|
| <b>307 CUMPLIMIENTO REGULATORIO AMBIENTAL</b> |  |   |             |   |  |
|   |  | Enfoque de Gestión  |             |   | Nuestro Banco no cuenta con un enfoque de gestión sobre el tema. |
| 307-1   | Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental | <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. Las multas y las sanciones no monetarias significativas por el incumplimiento de las leyes o normativas en materia de medio ambiente e indicar:</p> <p>i. el valor monetario total de las multas significativas;</p> <p>ii. el número total de sanciones no monetarias;</p> <p>iii. los casos sometidos a mecanismos de resolución de litigios.</p> <p>b. Si la organización no ha identificado incumplimientos de las leyes o normativas en materia de medio ambiente, basta con señalar este hecho en una declaración breve.</p> |             | Al 31 de diciembre 2019, nuestro Banco no tiene sanciones pecuniarias pagadas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa ambiental. |  |

## GRI 400 SOCIALES

| MATERIAL                                     | ESTAN-<br>DAR<br>GRI |   | OBLIGATORIA   | PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA   | OMISIONES |
|--|----------------------|---|---|--|-----------|
| <b>GRI 401 EMPLEO</b>                        |                      |   |   |  |           |
|  |                      | Enfoque de Gestión  |   | Colaboradores / Empleo   |           |
| NORMA-TIVO                                   | 401-1                | Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal   | <p>a. El número total y la tasa de nuevas contrataciones de empleados durante el periodo objeto del informe, por grupo de edad, sexo y región.</p> <p>b. El número total y la tasa de rotación de personal durante el periodo objeto del informe, por grupo de edad, sexo y región.</p>   | Pág. 52  |           |
| NORMA-TIVO                                   | 401-2                | Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. Los beneficios habituales para los empleados a jornada completa de la organización, pero que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales, en función de las instalaciones con operaciones significativas. Estos incluyen, como mínimo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. seguro de vida;</li> <li>ii. asistencia sanitaria;</li> <li>iii. cobertura por incapacidad e invalidez;</li> <li>iv. permiso parental;</li> <li>v. provisiones por jubilación;</li> <li>vi. participación accionaria;</li> <li>vii. otros.</li> </ul> <p>b. La definición utilizada para "instalaciones con operaciones significativas".</p>              | Pág. 53  |           |
| NORMA-TIVO                                   | 401-3                | Permiso parental  | <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. El número total de empleados que han tenido derecho a permiso parental, por sexo.</p> <p>b. El número total de empleados que se han acogido al permiso parental, por sexo.</p> <p>c. El número total de empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental, por sexo.</p> <p>d. El número total de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo, por sexo.</p> <p>e. Las tasas de regreso al trabajo y de retención de empleados que se acogieron al permiso parental, por sexo.</p> | Pág. 53  |           |
| <b>GRI 402 RELACIONES TRABAJADOR EMPRESA</b> |                      |   |   |  |           |
|  |                      | Enfoque de Gestión  |   | Colaboradores / Empleo   |           |
| NORMA-TIVO                                   | 402-1                | Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales   | <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. El número mínimo de semanas de aviso que se suele dar a los empleados y sus representantes antes de la aplicación de cambios operacionales significativos que podrían afectarles de forma considerable.</p> <p>b. Para las organizaciones con acuerdos de negociación colectiva, si el plazo de aviso y las disposiciones para la consulta y negociación se especifican en los acuerdos colectivos.</p>  | <p>a. La Dirección informa de los cambios que pudieran afectar a la relación con empleados en plazos variables, en función al tipo de cambios y su alcance, que podrían ser: ajustes o nuevos procesos, apertura y/o cierre de agencias, cambios de sistemas, lanzamiento de nuevos productos, canales y servicios, y otros, esto mediante circulares expresas para el personal y comunicados a las entidades reguladoras según corresponda a cambios internos o que afecten a la atención a los clientes. En función al tipo de cambios previamente se ajustan las políticas, procedimientos internos esto para socializar y capacitar al personal.</p> <p>b. No se dispone de este tipo de convenios colectivos.</p> |           |

| MATERIAL  | ESTAN-<br>DAR<br>GRI | OBLIGATORIA  | PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA | OMISIONES |
|---|----------------------|--|----------------------------|-----------|
| <b>GRI 404 FORMACIÓN Y ENSEÑANZA</b>                  |                      |  |                            |           |
| Enfoque de Gestión                                    |                      | Formación y Enseñanza  |                            |           |
| PREGUNTA  | 404-1                | <p>Media de horas de formación al año por empleado</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:<br/>a. La media de horas de formación que los empleados de la organización hayan tenido durante el periodo objeto del informe, por:<br/>i. sexo;<br/>ii. categoría laboral.</p>  | Pág. 55                    |           |
| PREGUNTA  | 404-2                | <p>Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:<br/>a. El tipo y el alcance de los programas implementados y la asistencia proporcionada para mejorar las aptitudes de los empleados.<br/>b. Los programas de ayuda a la transición proporcionados para facilitar la empleabilidad continuada y la gestión del final de las carreras profesionales por jubilación o despido.</p>  | Pág. 55                    |           |
| PREGUNTA  | 404-3                | <p>Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:<br/>a. El porcentaje del total de empleados por sexo y por categoría laboral que han recibido una evaluación periódica del desempeño y desarrollo profesional durante el periodo objeto del informe.</p>  | Pág. 54                    |           |
| <b>GRI 405 DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b> |                      |  |                            |           |
| Enfoque de Gestión                                    |                      | Diversidad, Igualdad de Oportunidades  |                            |           |
| NORMATIVO   | 405-1                | <p>Diversidad en órganos de gobierno y empleados</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:<br/>a. El porcentaje de personas en los órganos de gobierno de la organización para cada una de las siguientes categorías de diversidad:<br/>i. sexo;<br/>ii. grupo de edad: menores de 30 años, entre 30 y 50 años, mayores de 50 años;<br/>iii. otros indicadores de diversidad, cuando proceda (como grupos minoritarios o grupos vulnerables).<br/>b. El porcentaje de empleados por categoría laboral para cada una de las siguientes categorías de diversidad:<br/>i. sexo;<br/>ii. grupo de edad: menores de 30 años, entre 30 y 50 años, mayores de 50 años;<br/>iii. otros indicadores de diversidad, cuando proceda (como grupos minoritarios o grupos vulnerables).</p> | Pág. 52                    |           |
| NORMATIVO   | 405-2                | <p>Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:<br/>a. El ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres para cada categoría laboral, por ubicación con operaciones significativas.<br/>b. La definición utilizada para "ubicación con operaciones significativas".</p>   | Pág. 53                    |           |

| MATERIAL   | ESTAN-<br>DAR<br>GRI | OBLIGATORIA   | PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA   | OMISIONES  |
|--|----------------------|---|--|--|
| <b>GRI 406 NO DISCRIMINACIÓN</b>                 |                      |   |  |  |
|  | Enfoque de Gestión   |   | Derechos Humanos   |  |
| NORMA-TIVO                                       | 406-1                | <p>Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. El número total de casos de discriminación durante el periodo objeto del informe.</p> <p>b. El estatus de los casos y las acciones emprendidas en lo que atañe a lo siguiente:</p> <p>i. caso evaluado por la organización;</p> <p>ii. aplicación de planes de reparación en curso;</p> <p>iii. planes de reparación cuyos resultados hayan sido implementados a través de procesos de revisión y gestión internos rutinarios;</p> <p>iv. caso que ya no está sujeto a acciones.</p> | Durante el 2019, no se han reportado casos de discriminación.  |  |
| <b>GRI 410 PRÁCTICAS EN MATERIA DE SEGURIDAD</b> |                      |   |  |  |
|  | Enfoque de gestión   |   |  | Nuestro Banco no cuenta con Enfoque de Gestión sobre este tema                               |
|  | 410-1                | <p>Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. Porcentaje del personal de seguridad que haya recibido formación formal en políticas o procedimientos específicos de derechos humanos de la organización y su aplicación a la seguridad.</p> <p>b. Si los requerimientos de formación también son aplicables a terceras organizaciones que proporcionen personal de seguridad.</p>   | El personal de seguridad del Banco es contratado por la Policía Nacional o se terciariza la contratación a servicios de seguridad privada. Por consiguiente, no tiene un enfoque de gestión al respecto. En el Informe RSE, se presenta los temas de capacitación relacionados a DDHH para todo el personal del Banco. Sin embargo, esta capacitación no incluye al personal de seguridad. |  |
| <b>GRI 412 EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS</b>    |                      |   |  |  |
|  | Enfoque de Gestión   |   | Gestión RSE - DDHH   |  |
| NORMA-TIVO                                       | 412-1                | <p>Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. El número total y el porcentaje de las operaciones sometidas a evaluaciones de derechos humanos o evaluaciones del impacto en los derechos humanos por país.</p>  | Durante el 2019, el Banco no ha sometido operaciones a evaluaciones de derechos humanos o de impacto en los derechos humanos.  | Durante la gestión 2019, no se efectuó una evaluación de impacto sobre los derechos humanos. |
| NORMA-TIVO                                       | 412-2                | <p>Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. El número total de horas –durante el periodo objeto del informe– dedicadas a la formación en políticas o procedimientos sobre derechos humanos y aspectos de los derechos humanos relevantes para las operaciones.</p> <p>b. El porcentaje de empleados que –durante el periodo objeto del informe– reciben formación en políticas o procedimientos sobre derechos humanos y aspectos de los derechos humanos relevantes para las operaciones.</p>                  | Pág. 22  |  |
| NORMA-TIVO                                       | 412-3                | <p>Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. El número total y el porcentaje de acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos.</p> <p>b. La definición de “acuerdos de inversión significativos”.</p>  | Para el Banco los acuerdos de la inversión significativas son los superiores a los USD30.000.-   |  |

| MATERIAL                                    | ESTAN-<br>DAR<br>GRI | OBLIGATORIA   | PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA  | OMISIONES  |   |
|---|----------------------|---|---|--|---|
| <b>GRI 413: COMUNIDADES LOCALES</b>         |                      |   |   |  |   |
|   |                      | Enfoque de Gestión  |   | No contamos con un enfoque de gestión sobre este tema.   |   |
| NORMA-TIVO                                  | 413-1                | Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. El porcentaje de operaciones con programas de participación de las comunidades locales, evaluación de impactos y/o programas de desarrollo, incluidos:</p> <p>i. evaluaciones del impacto social, incluidas las evaluaciones de impacto del género en función de los procesos participativos;</p> <p>ii. evaluaciones del impacto ambiental y vigilancia en curso;</p> <p>iii. contenido público sobre los resultados de las evaluaciones del impacto ambiental y social;</p> <p>iv. programas de desarrollo comunitario locales basados en las necesidades de las comunidades locales;</p> <p>v. planes de participación de los grupos de interés en función del mapeo de los grupos de interés;</p> <p>vi. comités y procesos de consulta con las comunidades locales, que incluyan a grupos vulnerables;</p> <p>vii. consejos de trabajo, comités de salud y seguridad en el trabajo y otros organismos de representación de los trabajadores para tratar los impactos;</p> <p>viii. procesos formales de queja y/o reclamación en las comunidades locales.</p> | <p>El Banco cuenta con 13 Comités Mixtos de Higiene y Seguridad Ocupacional a nivel nacional (3 en Santa Cruz y La Paz, 2 en Cochabamba y Tarija y 1 en Oruro y Sucre y Potosí) conformados mediante un proceso de votación, donde se eligen a los funcionarios quienes representan a los empleados en sus preocupaciones sobre temas de salud y seguridad en el trabajo (SCZ 3, Sucre 1, Tarija 2, Cbba 2, La Paz, 3, Oruro 1 y Potosí 1.</p> <p>Banco Económico S.A. cuenta con una política y procedimientos formales para la atención de quejas y reclamos presentados por los clientes y usuarios, sobre los servicios prestados por el Banco o la vulneración de sus derechos. Para la recepción, gestión y respuesta de los reclamos, ya sea que ingresen a través del "Punto de Reclamo" o algún canal de atención al cliente, se ha establecido una estructura organizativa. El "Punto de Reclamo" se encuentra en sus oficinas, sucursales y agencias donde presta atención al público, en todos los lugares donde opera a nivel nacional.</p> | <p>Durante el periodo del reporte, no hemos efectuado otro tipo de programas con evaluaciones de impacto social e impacto ambiental como menciona el indicador.</p> |
| NORMA-TIVO                                  | 413-2                | Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales     | <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. Las operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales, e incluir:</p> <p>i. la ubicación de las operaciones;</p> <p>ii. las operaciones con impactos negativos significativos reales o potenciales.</p>  | <p>Durante el periodo del reporte, no hemos efectuado una evaluación de operaciones con impactos negativos significativos (reales o potenciales) en las comunidades locales.</p>   |   |
| <b>GRI 419: CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO</b> |                      |   |   |  |   |
|   |                      | Enfoque de Gestión  |   |  |   |
| NORMA-TIVO                                  | 419-1                | Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico                              | <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. Las multas y las sanciones no monetarias significativas por el incumplimiento de leyes o normativas en materia social o económica en cuanto a lo siguiente:</p> <p>i. el valor monetario total de las multas significativas;</p> <p>ii. el número total de sanciones no monetarias;</p> <p>iii. los casos sometidos a mecanismos de resolución de litigios.</p> <p>b. Si la organización no ha identificado incumplimientos de leyes o normativas, basta con señalar este hecho en una declaración breve.</p> <p>c. El contexto en el que se incurrió en multas y sanciones no monetarias significativas.</p>  | <p>El Banco no tuvo multas por incumplimiento de leyes y normativas en los ámbitos social y económico durante el 2019.</p>   |   |

**SUPLEMENTO FINANCIERO - GRI G4****CONTENIDO ESPECÍFICO DEL SECTOR FINANCIERO**

Indicadores extraídos de G4 Sector Disclosures Financial Services. Suplemento reorganizado y adaptado para que encaje con la metodología G4- Versión en inglés

| G4 SF                       | INDICADOR   | EXPLICACIÓN  | PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA | OMISIONES   |
|-----------------------------|---|--|----------------------------|---|
| <b>CARTERA DE PRODUCTOS</b> |   |  |                            |   |
| G4 DMA                      | Enfoque de gestión del aspecto  |  |                            |   |
| FS6                         | Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (por ejemplo microempresas/pymes/grandes) y el sector de actividad.             | <p>2.1 Identificar con qué sectores, regiones y tamaños de empresa la organización informante lleva a cabo operaciones financieras como parte de sus actividades mercantiles. La dimensión sólo se aplica a líneas de negocio con clientes comerciales y corporativos y se refiere a microempresas, PYMES, o grandes organizaciones.</p> <p>2.2 Identificar cómo determina la organización informante qué sectores y regiones poseen un impacto social y medioambiental potencialmente elevado (ej.: clasificaciones del Banco Mundial).</p> <p>2.3 Para cada sector y región, determinar el valor total de la cartera por líneas de negocio.</p> <p>2.4 Informar lo siguiente:</p> <p>a. El valor de la cartera para cada línea de negocio como porcentaje total o como valor monetario total basado en los activos que figuran en el balance..</p> <p>b. El enfoque utilizado para determinar si un sector o región presenta un impacto medioambiental o social potencialmente elevado.</p> <p>c. Proporcionar detalles de clasificaciones utilizadas para regiones, dimensiones y sectores.</p>   | Pág. 36                    | Durante el periodo del reporte, no hemos realizado ningún análisis para determinar qué sectores y regiones poseen un impacto social y medioambiental elevado. |
| FS7                         | Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito. | <p>2.1 Este indicador excluye la gestión de patrimonios ya que esto se encuentra recogido en el indicador FS11 (Porcentaje de activos sujetos a criterios de inversión medioambientales o sociales tanto positivos como negativos).</p> <p>2.2. Considerar aquellos productos y servicios proporcionados por la organización informante que tienen un beneficio social ofrecidos a través de las líneas de negocio (ej.: créditos preferenciales, tarifas de descuento, etc.), excluyendo los productos y servicios requeridos por ley.</p> <p>2.3 Considerar el valor de estos productos y servicios.</p> <p>2.4. Considerar cualquier condición o descuento preferencial aplicado (ej.: sobre tipos de interés).</p> <p>2.5. Considerar los beneficiarios de estos productos y servicios.</p> <p>2.6. Informar lo siguiente:</p> <p>a. Lista de productos y servicios clasificados según la línea de negocio (banca minorista, banca comercial y corporativa, seguros) para cada:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propósito, descripción del producto y, cuando sea de interés, el grupo social de destino</li> <li>• Valor monetario (para los productos) o número de operaciones o clientes (para los servicios)</li> </ul> <p>b. La proporción de este valor con respecto al valor monetario total para cada línea de negocio.</p> | Pág. 37                    |   |



| G4 SF                               | INDICADOR   | EXPLICACIÓN  | PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA | OMISIONES |
|-------------------------------------|---|--|----------------------------|-----------|
| <b>ASPECTO: COMUNIDADES LOCALES</b> |   |  |                            |           |
| FS13                                | Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente. | <p>2.1 Este indicador es relevante para la banca minorista (incluidas las microfinanzas) y los seguros.</p> <p>2.2 Considerar las regiones donde opera la entidad en las que la densidad de población está por debajo de la media. Se deberían identificar las regiones basándose en las unidades utilizadas con más regularidad dentro del país para propósitos de censo o análisis sobre distribución de población.</p> <p>2.3 Considerar las regiones consideradas desfavorecidas económicamente en donde opera la entidad.</p> <p>2.4 Considerar el número total y la distribución geográfica de los puntos de acceso en que opera la entidad financiera, incluida la clasificación de estos puntos de acceso (cajeros automáticos, sucursales con servicios completos, oficinas bancarias o sucursales, etc.) en estas regiones.</p> <p>2.5 Las entidades financieras que operan sólo en una región o provincia pueden analizar sus sucursales comparándolas con las cifras medias de esa región o provincia. Las entidades que operan a nivel nacional o internacional pueden elegir utilizar medias nacionales.</p> <p>2.6 Identificar los números de sucursales abiertas y cerradas en estas regiones durante el periodo objeto del informe, incluidos los criterios para la apertura y cierre durante dicho periodo.</p> <p>2.7 Los puntos de acceso en regiones que tienen una densidad baja de población y que se encuentran a su vez económicamente desfavorecidas sólo deberían contarse una vez.</p> <p>2.8 Obsérvese que se deberían incluir los puntos físicos de acceso de banca móvil (ej.: uso de sucursales para depositar dinero)</p> <p>2.9 Informar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número total y porcentaje de los puntos de acceso totales disponibles en áreas de baja densidad de población o económicamente desfavorecidas según la región y según los tipos de acceso.</li> <li>• Proporcionar contexto a esta información en relación al acceso global a servicios financieros en las regiones reportadas o proporcionar alguna referencia.</li> <li>• El incremento o reducción en el número absoluto de puntos de acceso en estas áreas geográficas según el tipo durante el periodo objeto del informe.</li> <li>• La clasificación que haya utilizado la organización informante para las regiones.</li> </ul> | Pág. 18                    |           |
| FS14                                | Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.           | <p>2.1 Identificar toda iniciativa implementada específicamente para eliminar barreras.</p> <p>Este puede incluir ejemplos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer la información del producto en Braille;</li> <li>- Hacer que las instalaciones sean accesibles a sillas de ruedas (ej.: poniendo los cajeros automáticos y las ventanillas más bajos);</li> <li>- Protocolos de sitios Web especiales (ej.: como los sugeridos por la Iniciativa de Accesibilidad de la Web);</li> <li>- Servicios telefónicos para clientes con discapacidad auditiva.</li> <li>- Empleados y documentación multilingües</li> </ul> <p>Las iniciativas deberían ser aquellas implementadas sistemáticamente a través de la entidad o a través de una parte importante de sus operaciones.</p> <p>2.2 Recoger información del progreso en relación a las iniciativas (ej.: % de cajeros automáticos que se han adaptado, etc.).</p> <p>2.3 Reportar la lista de iniciativas para hacer que los servicios e instalaciones sean accesibles a personas desfavorecidas. Indicar para cada iniciativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• el grupo desfavorecido objetivo;</li> <li>• el grado en que se aplica a la entidad (ej.: todas las ubicaciones vs. una sola región, todos los productos vs. sólo la banca minorista, etc.); y</li> <li>• el progreso realizado respecto a la iniciativa (ej.: % de cajeros automáticos que han sido adaptados, etc.)</li> </ul>   | Pág. 33                    |           |

## 102-53

Agradecemos la colaboración de todas las gerencias y áreas de Banco Económico S.A. que han proporcionado información y colaborado en la redacción del informe de RSE – Gestión 2019

Sus comentarios y sugerencias sobre el informe de RSE – Gestión 2019, nos ayudarán a seguir mejorando la rendición de cuentas de las actividades con valor económico, social y ambiental de Banco Económico S.A.

Para mayor información, pueden escribirnos a los siguientes correos electrónicos:

rse@baneco.com.bo o snunez@baneco.com.bo

WEB: [www.baneco.com.bo](http://www.baneco.com.bo)

FACEBOOK : [Bancoeconomico](#)

INSTAGRAM: [banco.economico](#)

El presente informe incluido su diseño ha sido elaborado por VALORARSE Consultoría en Responsabilidad Social y Sostenibilidad ([www.valorarse.com.bo](http://www.valorarse.com.bo)), a partir de la información y data proporcionada por Banco Económico S.A. por lo tanto, VALORARSE no asume responsabilidad alguna ante la entidad o terceros sobre la información expresada.







La versión oficial del Informe de RSE se presenta en formato digital,  
acorde con nuestro compromiso medioambiental

[www.baneco.com.bo](http://www.baneco.com.bo)

**Santa Cruz**

Calle Ayacucho N°166  
Telf.: 315 5500

**Cochabamba**

Calle Nataniel Aguirre  
N° S-0459  
Telf.: 415 5500

**La Paz**

Av. 6 de Agosto, esq.  
Calle CAMpos N°296,  
Edificio el ciprés, Zona  
San Jorge  
Telf.: 215 5200

**Sucre**

Calle Bolívar N°466  
Telf.: 645 0051

**Tarija**

Calle Bolívar N°488  
esquina Calle Campe-  
roTelf.: 528 0540

**Oruro**

Calle Bolívar N°469,  
entre Calles Potosí y  
6 de Octubre,  
Zona Central  
Telf.: 528 0540

**Potosí**

Calle Bolívar #1140  
Telf. : 6226181

Todos los derechos reservados.