

# Relatorio de **Sustentabilidad**

Versión adaptada para la **Comunicación de Progreso**  
del **Pacto Global de las Naciones Unidas**

**Banco Itaú Paraguay 2014**



# Índice

- 3**     **Contexto de la COP**
- 4**     **Mensaje del Presidente**
- 5**     **Nuestro Perfil**
  - Perfil General
  - Visión y Cultura
  - Resultados de Metas y Objetivos de 2014
  - Premios y Reconocimientos
- 12**    **Nuestra Gobernanza**
- 19**    **Sustentabilidad**
  - Estrategia de Sustentabilidad
  - Performance Sustentable
  - Gobierno de Sustentabilidad
- 22**    **Involucramiento con Grupos de Interés**
  - Colaboradores
  - Clientes y Consumidores
  - Comunidad
  - Proveedores
  - Gobierno y Sociedad
- 68**    **Compromiso Ambiental**
- 72**    **Desafíos para 2015**
- 73**    **Ficha Técnica**

# Contexto de la COP

Esta nueva Comunicación de Progreso (COP) de Banco Itaú Paraguay, la segunda desde la suscripción al Pacto Global de las Naciones Unidas, incluye las formas de gestión e iniciativas del año 2014. Las informaciones compartidas contienen una actualización de las acciones y resultados alineados con los principios sobre derechos humanos, prácticas laborales, medioambiente y prácticas anticorrupción.

El presente documento constituye una versión adaptada del Relatorio de Sustentabilidad\* para dar cumplimiento al plazo establecido para la publicación de la COP. El contenido expuesto integra\*\* indicadores de gestión del Global Reporting Initiative y sobre los principios del Pacto Global. En términos de lineamientos para la construcción de Comunicaciones de Progreso, este informe atiende el nivel de diferenciación "Pacto Global Activo".

En relación a las ediciones anteriores (tanto de la COP como de los Relatorios), ésta incorpora variaciones en indicadores debido a la adopción del GRI 4. Su construcción fue el resultado de un trabajo más cohesionado con las áreas proveedoras de insumos informativos, cuyos representantes fueron convocados a un encuentro formativo y explicativo sobre la metodología y los indicadores. Durante el proceso se mantuvo el contacto con éstos, para aclaraciones e intercambio de comentarios y sugerencias.

Esta COP está disponible en [www.pactoglobal.org](http://www.pactoglobal.org) y en [www.itaub.com.py](http://www.itaub.com.py)

Buena Lectura

---

\*La versión original del Relatorio de Sustentabilidad contiene las secciones de Materialidad, Performance Económica y Financiera y el Contenido GRI.

\*\*El concepto de integración del informe, hace alusión a la combinación de informaciones requeridas por el GRI 4 y por las Comunicaciones de Progreso del Pacto Global. No guarda relación con la metodología de construcción de Reportes Integrados (Integrated Reporting) del International Integrated Reporting Council (IIRC).



## Mensaje del Presidente

A dos años de ser parte del Pacto Global de las Naciones Unidas, desde la Red Local en Paraguay, percibimos el valor agregado que ha generado en nuestra gestión ser miembros de una Red que promueve los Derechos Humanos y Laborales, el cuidado del Medio Ambiente y las prácticas Anticorrupción.

Hemos comprobado cómo estos frentes se trabajan a partir de acciones transversales que impactan distintas áreas y procesos de la organización, mostrando no solo el impacto económico de nuestra operación, sino también el impacto social, ambiental y la práctica de una cultura basada en valores y principios éticos.

Así también al constituirnos como red, reconocemos el gran potencial del trabajo articulado entre empresas, organizaciones de la sociedad civil, academia y entes públicos que buscan fomentar los principios de este acuerdo global en pos de contribuir al cumplimiento de los objetivos del milenio y la arquitectura post 2015, siendo así protagonistas en la transformación de la sociedad.

Reafirmando nuestro compromiso en mantener los lineamientos propuestos por el Pacto Global, presentamos la segunda Comunicación de Progreso de Banco Itaú Paraguay, para dejar evidencias de cómo nuestros sistemas, programas e iniciativas se encuentran alineados a estos principios e impactan a los grupos de interés con los que interactuamos; Colaboradores, Clientes y Consumidores, Comunidad, Proveedores, Gobierno y Sociedad y cómo todo es acompañado y conducido a través de las estructuras de gobierno corporativo que se encuentran establecidas.

Conscientes de que hoy una empresa debe generar valor compartido para todos sus públicos, siendo parte del desarrollo de la sociedad, asumimos el compromiso y desafío de seguir esta línea de acción a través de un equipo de colaboradores altamente calificado y comprometido que hace posible el día a día de estos logros.

**Viviana Varas**  
Presidente  
Banco Itaú Paraguay S.A.

# Nuestro Perfil

**Itaú Unibanco Holding se va proyectando en el tiempo mediante la visión de sus creadores y la apuesta por la innovación -tanto tecnológica como de productos y servicios- lo que le permite mantenerse próximo a sus clientes y a las expectativas de los mismos.**

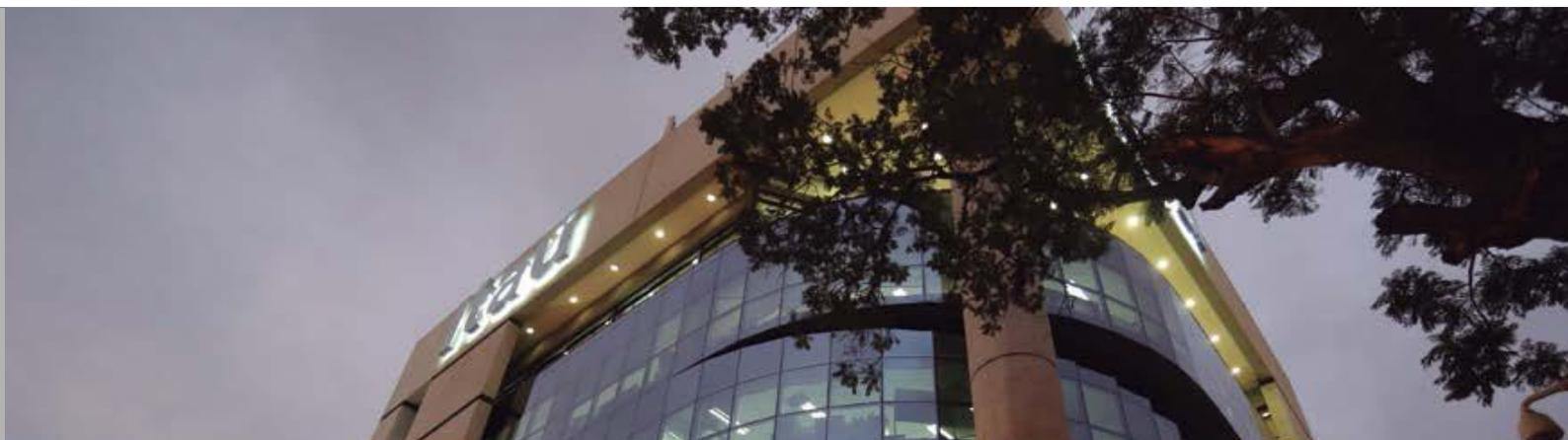
**La expansión de sus negocios es acompañada con un equipo ejecutivo calificado y comprometido con los valores y principios empresariales. Su presencia en cada país es sinónimo de contribución al desarrollo de la sociedad y su cultura, que se dan en un marco de respeto y en articulación con los distintos sectores para garantizar los mejores resultados y el mayor impacto.**

## Perfil General

### Itaú Paraguay

La entidad bancaria se crea en Paraguay en el año 1978, bajo la denominación de Interbanco. En 1995 pasó a formar parte del Grupo Unibanco Unia o de Bancos Brasileiros S.A., que en 2008 fue protagonista de una de las fusiones corporativas más importantes para el sector, al unirse a Itaú para conformar lo que hoy se conoce como Itaú Unibanco Holding S.A. Es así que desde julio de 2010, Interbanco S.A. pasó a denominarse Banco Itaú Paraguay S.A.

Banco Itaú funciona localmente con dos bancas de negocios, la Banca Empresarial y la Banca de Consumo. Dentro de estas unidades se encuentran disponibles servicios, productos y canales, desarrollados con el objetivo de atender las necesidades de cada perfil de clientes y acompañarlos en sus operaciones de negocio o personales.



El relacionamiento con los clientes se produce a través de canales físicos y digitales de atención y auto-atención que permiten que los productos y servicios que se ofrecen estén al alcance de forma ágil y sencilla. Al cierre de este Relatorio, están disponibles 30 sucursales (en 17 localidades del país), 40 Puestos Corresponsales No Bancarios (Puestos Itaú Express), 8 Puestos de Atención Bancaria (PAB), el Servicio de Atención al Cliente Telefónico, plataformas Mobile, servicios de telefonía celular, el sitio web transaccional y zonas de auto-atención habilitadas 24 horas del día, durante todo el año. Todo esto, garantiza mantener al banco próximo a sus clientes.

**Nombre de la Empresa:** Banco Itaú Paraguay S.A.

**Casa Matriz:** Oliva 349 casi Chile. Asunción

**Sede Corporativa:** España esquina Kubitschek. Asunción

**851** Colaboradores

**428.407** Clientes

**30** Sucursales de servicios completos distribuidas en **17** localidades

**8** Puestos de Atención Bancaria

**40** Puestos Corresponsales No Bancarios

**294** Cajeros Automáticos



Itaú  
Paraguay

## **Itaú Unibanco Holding S.A.**

Los antecedentes de Itaú Unibanco Holding S.A. se remontan al año 1924, en que como inicios de lo que más adelante se convertiría en Unibanco, surge en la ciudad brasilera de Pocos de Caldas, la Casa Bancaria Moreira Salles que tras evolucionar a lo largo del tiempo, en 1975 pasa a llamarse finalmente Unibanco. Por parte de Itaú, en 1944 surge el Banco Federal de Crédito que de la misma forma en que sucedió con Unibanco, luego de transiciones en 1970 toma el nombre de Itaú.

En 2014 ambas entidades celebran 90 años de existencia, representando actualmente el conglomerado financiero más grande de América Latina (desde su fusión en 2008) y uno de los más importantes en el mundo entero. Este resultado es la herencia de la capacidad visionaria de tres líderes, a quienes se debe la existencia de esta empresa: Eudoro Vilella, Walther Moreira Salles y Olavo Setubal (principales actores de las familias fundadoras).

**93.175** Colaboradores (6.983 fuera de Brasil)

**57** millones de Clientes en todo el mundo

**5.070** Sucursales y Puestos de Atención

**27.916** Cajeros Electrónicos



Holding

## Itaú en el Mundo

Itaú se encuentra presente en 18 países además de Brasil. Siete de estos países, son de Latinoamérica. Además tiene presencia en el Caribe, Asia y Europa.

A continuación la unidades de negocio de cada operación:

**EUA.** Foco en operaciones de *privatebank*, *corporate* y *assetmanagement*.

**México.** Foco en operaciones de corredora y banco de inversión.

**Colombia y Perú.** Focos en operaciones de grandes empresas y banco de inversión.

**Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay.** Foco en operaciones de consumo y corporativas, con foco principal en actividades de banco comercial.

**Islas Caimán y Bahamas.** Foco en operaciones de *privatebank*.

**Alemania, España, Francia, Portugal, Reino Unido y Suiza.** Foco en operaciones de *investmentbanking* y *corporate*.

**Emiratos Árabes.** Foco en operaciones de *investmentbanking*.

**China, Hong Kong y Japón.** Foco en operaciones de *investmentbanking* y *corporate*.

**“América Latina es una prioridad en los planes de expansión internacional del Holding debido a su proximidad geográfica y cultural con la Casa Matriz (Brasil). El objetivo es ser reconocidos como el “Banco de América Latina” y convertirse en una referencia en la región para todos los servicios financieros ofrecidos a personas físicas y jurídicas”**

## Visión y Cultura

### Nuestra Visión

“Ser el Banco líder en performance sustentable y en satisfacción de los clientes”.

Performance Sustentable: Es generar valor compartido para colaboradores, clientes, accionistas y la sociedad garantizando la perennidad de los negocios.

### Nuestra Cultura

La Cultura del Holding Itaú Unibanco se manifiesta a través de un conjunto de diez principios que orientan la forma de hacer los negocios y señalan el abordaje que deben tener los equipos de trabajo para lograr que la Visión sea una realidad. Este conjunto de principios es llamado “Nuestra Manera de Hacer”, el cual es transmitido a los colaboradores en espacios e iniciativas, como las inducciones corporativas, campañas institucionales anuales y premiaciones que fomentan su aplicación y vivencia.

## Nuestra Manera de Hacer



**Todos por el Cliente**



**Pasión por la Performance**



**Liderazgo Ético y Responsable**



**Cracks que Juegan para el Equipo**



**Foco en la Innovación e Innovación con Foco**



**Procesos al Servicio de las Personas**



**Ágil y Sencillo**



**No al Abuso de Poder**



**Brillo en los Ojos**



**Gran Sueño**

## Resultados de Metas y Objetivos de 2014

### Fortalecer nuestra Cultura Corporativa

El proceso de Inducción Corporativa, a partir de sus dinámicas y contenido, representó el canal más próximo para la promoción y fortalecimiento de las actitudes y valores que caracterizan a nuestra cultura corporativa; “Nuestra Manera de Hacer”. En 2014, se realizaron 9 sesiones de la inducción de las cuales participaron 173 colaboradores.

Además de la inducción, este año se realizó el Ciclo de Conferencias de Sustentabilidad y Educación Financiera en sucursales y áreas del banco. Este encuentro resulta importante pues permite ver cómo son definidos los ejes estratégicos de nuestra gestión de sustentabilidad a partir de los valores de la empresa y de la visión que nos guía en el día a día. En la Ciudad de Santa Rita, con la participación de todas las agencias ubicadas fuera de Asunción y Gran Asunción, se realizó este mismo encuentro. En total, fueron 17 conferencias.

Una novedad como canal de promoción de la cultura corporativa del banco, fue la Revista Itaú Unibanco. Se publicaron y distribuyeron internamente 2 ediciones impresas en 2014, y en cada una de ellas se presentaban, notas, artículos y novedades, todo dentro de la línea corporativa de nuestros valores y prácticas.

*Más informaciones en la sección "Colaboradores".*

### **Construir un relacionamiento basado en la transparencia y la ética**

Una de las iniciativas más claras vinculadas al diálogo y relaciones de transparencia desarrolladas en 2014 fue el Ciclo de Conversaciones con Grupos de Interés. Fueron 5 encuentros con colaboradores, proveedores, organizaciones aliadas, clientes corporativos y clientes de la banca de personas en los que se conversó y discutió sobre la actuación del banco en la sociedad y sobre su Relatorio de Sustentabilidad.

En cuanto a la relación con nuestros clientes se trabajó en simplificar la exposición de las comisiones, tarifas y conceptos de cargos en el tarifario de tasas y tarifas. Además la evaluación de nuevos productos y servicios desde el sistema AGR, permitió reunir pareceres de todas las áreas con el consecuente análisis de riesgo e impacto, dentro de los cuales se encontraban la claridad de las condiciones e informaciones sobre productos para garantizar el entendimiento de los clientes. El trabajo en conjunto con el área de Marketing para generar comunicaciones más claras y simples también estuvo orientado hacia este objetivo.

Para contribuir con la formación de valores éticos entre colaboradores se realizaron los entrenamientos sobre el código de ética, seguridad corporativa, prevención del lavado del dinero y combate de actos ilícitos.

Un ejercicio importante de divulgación de las formas de gestión del Banco, además de la tercera edición del Relatorio de Sustentabilidad, fue la publicación de la Comunicación de Progreso del Pacto Global de las Naciones Unidas en la que mostramos las actividades y programas desarrollados como signatarios de este compromiso voluntario, para contribuir con sus principios.

Desde el proceso de homologación administrativa de proveedores se establecieron lineamientos para la relación basados en valores y comportamientos coherentes con nuestras prácticas y código de ética.

*Más informaciones en las secciones Clientes y Consumidores, Colaboradores, Proveedores y Gobierno y Sociedad.*

### **Desarrollo de iniciativas de Educación Financiera**

El Programa Empresas implementado para clientes en 2014, se destacó como iniciativa de Educación Financiera. El programa consiste en conferencias sobre diferentes temas y en contenidos y comunicaciones desarrollados para que las empresas puedan aplicarlos de acuerdo a la situación de cada una.

Otro lanzamiento destacado disponible para todos los públicos, fue el Sitio "Uso Consciente del Dinero" ubicado en la página web institucional con guías, simuladores y tests simples de formas de consumo. Todo esto, de acceso gratuito y con la intención de ofrecer orientaciones para un mejor manejo del dinero.

En 2014 se consolidó el piloto de voluntariado sobre educación financiera iniciado en 2013. En conjunto con Fundación Paraguaya, el Juego del Uso Consciente del Dinero fue implementado en 12 escuelas de Asunción y Gran Asunción.

*Más informaciones en la sección Clientes y Consumidores y Comunidad*

### **Mejora continua de procesos, iniciativas para optimizar la calidad de atención e innovación en productos y servicios**

El Proyecto Kaizen y el Premio Protagonistas, continuaron en 2014, ofreciendo oportunidades para identificar y desarrollar mejoras en procesos que puedan impactar los tiempos de respuesta al cliente. De esta misma forma la construcción y monitoreo de indicadores desde el Área de Calidad permitieron dar un seguimiento a los niveles de calidad de atención.

Otro punto de partida para el análisis de oportunidades de mejora fueron las informaciones obtenidas desde las diferentes Encuestas de Satisfacción realizadas en el año y desde el relevamiento de resultados originados en la conversaciones con clientes en el espacio "Te Escuchamos".

Dentro del desarrollo de nuevos productos y servicios y mejoras en los mismos se destacaron las tarjetas de crédito y débito con la tecnología chip, las mejoras en el sitio web transaccional con nuevas operaciones habilitadas y el lanzamiento del nuevo segmento Premium Itaú Personal Bank.

*Más informaciones en sección Clientes y Consumidores.*

### **Consolidarnos como agentes de transformación a través de alianzas con organizaciones y el desarrollo de programas que generen nuevas oportunidades para la comunidad**

Desde el Banco y la Fundación Itaú nos hemos involucrado en proyectos de Educación Integral, Promoción de la Cultura e Inclusión en conjunto con diferentes organizaciones aliadas y desde el trabajo de integrantes de la Red de Voluntarios Itaú Unibanco.

Dentro de este objetivo se destacan resultados obtenidos con esta Red la cual, desde la participación de 195 voluntarios y el desarrollo de 7 programas de voluntariado, se logró impactar a 5.559 personas que fueron beneficiadas.

*Más informaciones en las secciones Comunidad y Gobierno y Sociedad.*

## Premios y Reconocimientos

### Itaú Paraguay

**Mejor Banco en Paraguay**, por Global Finance.

**Mejor Banco en Paraguay “Awards for Excellence 2014”**, por Euromoney.

**Banco del Año en Paraguay 2014**, por Latin Finance.

**Banco del Año en Paraguay 2014**, por The Banker.

**Top of Mind 2014**, rubro Bancos.

**Mejor Tesorería**, por Global Finance.

**Best Consumer Internet Bank 2014 en Paraguay**, por Global Finance.

**Best Sub Custodian Bank 2014 en Paraguay**, por Global Finance.

### Itaú Unibanco Holding

Algunos de los reconocimientos más importantes del Holding en 2014 fueron:

**Guía Exame de Sustentabilidad.** Nombrados por la Revista Exame como la compañía más sustentable del año en la categoría Instituciones Financieras, Bancos y Aseguradoras. Este reconocimiento es uno de los más importantes del sector en Brasil.

**Dow Jones Sustainability Index 2014/2015.** Por 15° vez consecutiva el Holding fue seleccionado para componer la cartera del prestigioso índice de mercado. Itaú Unibanco Holding es el único banco latinoamericano en participar del índice, de forma ininterrumpida, desde su creación en 1990.

**Índice de Sustentabilidad Empresarial (ISE) de BM & F Bovespa 2014/2015.** El Holding fue seleccionado para componer este índice por décimo año consecutivo. Las empresas que componen el índice mantienen el padrón en inversiones socialmente responsables y actúan como negocios de referencia en el Brasil.

**Las Empresas más Admiradas del Brasil.** Promovido por la Revista Carta Capital; el Holding quedó en primer lugar en la categoría “Banca de Consumo” e Itaú BBA conquistó la categoría “Banco Corporativo”.

**Premio Aberje 2014 (São Paulo).** En octubre el Holding conquistó el primer lugar en la categoría Publicación Especial por el primer Relato Integrado que se refería a su gestión del año 2013.



# Nuestra Gobernanza

**La estructura organizativa del Holding Itaú Unibanco establece un sistema de funcionamiento que es replicado en todas sus sedes. Esto permite una gestión integrada que se consolida en resultados globales.**

**La performance del equipo directivo reúne experiencia, solvencia académica y moral, así como altos estándares éticos, los que están puestos al servicio del Banco para impulsar procesos participativos que contribuyan a una sociedad más democrática.**

## Gobierno Corporativo

La existencia de una Política de Gobierno Corporativo fortalece y contribuye a crear las mejores condiciones para el desarrollo de las empresas del Holding, pues consolida los principios y las prácticas de gobernanza adoptadas para el desarrollo de la institución.

Para su aplicación local fue ajustada a los lineamientos del Banco Central del Paraguay (ente rector), conforme a lo definido en la Resolución N° 65, Acta 72/10, denominada “Estándares Mínimos para un Buen Gobierno Corporativo”, y la Circular SB.SG. N° 679/2012 de fecha 09/08/2012.

Los Estatutos Sociales, Reglamentos Internos del Consejo de Administración (y de los demás órganos estatutarios) y Comités, así como el Código de Ética y otros reglamentos internos, están incluidos dentro de la Política de Gobierno Corporativo.

### Itaú Paraguay

En la sede local, la disposición del Gobierno Corporativo de Banco Itaú se plantea con una estructura similar a la del Holding. La conforman la Asamblea General, el Directorio, el Comité Ejecutivo, los Comités Auxiliares, las Gerencias y los Síndicos.

La Asamblea General es la máxima autoridad; tiene entre sus funciones la aprobación de los estados contables, informes de auditorías y presupuestos anuales. Si bien la misma se reúne anualmente, también lo puede hacer en forma extraordinaria para temas específicos, sea por iniciativa propia como por petición del Síndico o de un número de accionistas que represente por lo menos el 5% del capital integrado.

Por su parte, el Directorio\* constituye el órgano principal de administración; tiene a su cargo dirigir y supervisar la ejecución de los planes con los que se puedan lograr los objetivos del Banco. Sus miembros -que son 5- son electos (o removidos) por la Asamblea, con base en su idoneidad, trayectoria, capacidad y profesionalismo. Permanecen en sus funciones por dos años, con posibilidad de ser reelectos.

Los miembros del Directorio, si bien representan a un área de trabajo específica en el Banco, forman parte de la estructura general del Holding que mantiene un Consejo de Administración con Consejeros Independientes. Este fue establecido a los efectos de resguardar los intereses de la empresa en general y de sus accionistas minoritarios.

Siguiendo con la estructura de Gobierno, el Comité Ejecutivo\*\* es la otra instancia en la línea jerárquica. El mismo tiene entre sus roles la implementación de las políticas, procedimientos y procesos, así como realizar los controles necesarios para gestionar operaciones y riesgos, conforme a los objetivos estratégicos fijados por el Directorio, a quien debe proveer información relevante, íntegra y oportuna. Está integrado por el presidente (que también es miembro del Directorio), los directores y superintendentes de las distintas áreas del Banco.

Cabe mencionar que los ejecutivos del Banco, en su totalidad, rinden cuenta de su accionar al Directorio, tanto en lo económico, como en lo ambiental y social (y de cualquier otra índole). Asimismo, todas las decisiones tomadas son presentadas en los Comités Auxiliares y remitidas al área de Controles Internos y Riesgo Operacional donde son consolidadas y monitoreadas.

La selección de los ejecutivos (al igual que todo el personal) atiende las políticas corporativas de atracción y retención de talentos. Al respecto, la Política de Sustentabilidad del Holding expresa el compromiso de la institución en promover un ambiente de trabajo inclusivo, que valore la diversidad y la equidad, por medio de la atracción de profesionales de diferentes carreras, razas, opiniones y culturas. Localmente, además, para evitar conflictos de interés en la gestión, se cuenta con las Política de Actividades Externas y de Grado de Parentesco que analizan las distintas situaciones que pueden dar lugar a un escenario de conflicto de interés ya sea por otras actividades que el mismo colaborador tenga o derivadas del parentesco entre colaboradores del banco o fuera del mismo con personas expuestas políticamente (PEP).

Los Comités Auxiliares (Ética, Tecnología, Prevención de Lavado de Dinero, Sectorial de Riesgos, Prevención de Fraudes, Seguridad de Información, Continuidad del Negocio y Gestión de Crisis y Seguridad Patrimonial) están integrados por los miembros del Comité Ejecutivo y las Gerencias que representen los temas específicos, pudiendo participar puntualmente también en estos (en calidad de invitados) otros colaboradores o gerentes.

Los Síndicos, electos en Asamblea General Ordinaria, son responsables de fiscalizar la dirección y administración de la empresa, con atribuciones legales indelegables.

\*Los miembros del Directorio son sometidos a evaluaciones anuales de desempeño. Igualmente, es monitoreada la concordancia del establecimiento de sus compensaciones -para el Directorio y el Comité Ejecutivo- con las políticas internas que definen los criterios de remuneración fija y variable. Las políticas que contienen estas disposiciones son las de (i) Cargos y Salarios y (ii) Mérito y Promoción.

\*\*En caso de despido injustificado los cálculos considerados para el pago de preaviso e indemnización de los miembros del Comité Ejecutivo no difieren del resto de los colaboradores. En la mayoría de los casos, y sobre todo considerando la antigüedad en la organización, se pacta por mutuo acuerdo una gratificación adicional que se liquida con el resto de los conceptos legales al momento de la salida del ejecutivo.

Todos los propósitos, valores, declaraciones de misión, estrategias, políticas y objetivos de la organización relativos a impactos económicos, ambientales y sociales son direccionados por los órganos superiores y la alta dirección a través de directivas recibidas y definidas o establecidas por el Holding, teniendo sus adaptaciones locales.

El desempeño de los miembros del Comité Ejecutivo es evaluado por medio del Programa de Gestión de la Performance. (ver detalles en “Gestión del Desempeño” de la Sección “Colaboradores”).

## Directorio y Síndicos. Itaú Paraguay

*Periodo 2014-2016*

**Presidente:** Viviana Varas

### Directores Titulares

Antonio Carlos Dos Santos, Edson Da Silva, Fabiana Pascon y José Félix Valencia.

### Síndicos

Leonardo Martínez (Titular)  
Pablo Cheng Lu (Suplemente)

El 100% de los Directivos son extranjeros, de los cuales 60% (3) cumple funciones en Paraguay y el otro 40% (2) cumple funciones en Casa Matriz, Sao Paulo, Brasil.

## Comité Ejecutivo. Itaú Paraguay

**Presidente:** Viviana Varas.

### Directores

De Banca Corporativa: Antonio Carlos Dos Santos.  
De Riesgos Créditos y Compliance: Edson Da Silva.

### Superintendentes

De Administración y Finanzas: Alfredo Palacios.  
De Banca de Consumo: José Brites.  
De Personas, Calidad y Sustentabilidad: Norma Prantte.  
De Productos, Marketing y Servicios: Carlos Bernal.  
De Tecnología y Operaciones: Mario Sangenis.

Del total de miembros del Comité Ejecutivo: 44% (cuatro) son extranjeros y 56% (cinco) son locales.



## Itaú Unibanco Holding

La estructura de la administración del Holding está conformada de manera a que se garantice que las cuestiones sean ampliamente discutidas y que las decisiones sean tomadas de forma conjunta.

Los órganos de administración son: la Asamblea General, el Consejo de Administración, el Consejo Fiscal, la Dirección Ejecutiva, los Comités de Auditoría, de Personas, de Partes Relacionadas, de Nominación y Gobernanza Corporativa, de Gestión de Riesgo y Capital, de Estrategia, de Remuneración, de Divulgación y Negociación y el Consejo Consultivo Internacional. Para conocer más sobre la funciones de cada órgano de la gobernanza del Holding, ingresar a [www.itaú.com.br/relatorio-anual](http://www.itaú.com.br/relatorio-anual).

## Estructura Societaria

En cuanto a la Estructura Societaria, el capital integrado de Banco Itaú Paraguay S.A. está compuesto por 499.994.800 acciones ordinarias nominativas, de Gs. 1.000 cada una, distribuidas de acuerdo al siguiente cuadro de participación.

Accionistas	% de Participación	País
Itaú Unibanco S.A.	99,99688	Brasil
Itaú Providenciaria Ltda.	0,00312	Brasil

Nuestros accionistas corporativos pueden comunicar sus recomendaciones, expresar inquietudes y realizar consultas a Itaú Paraguay de forma directa, a través de los diferentes departamentos de la casa matriz, que tienen a su cargo el cuidado del gobierno corporativo.

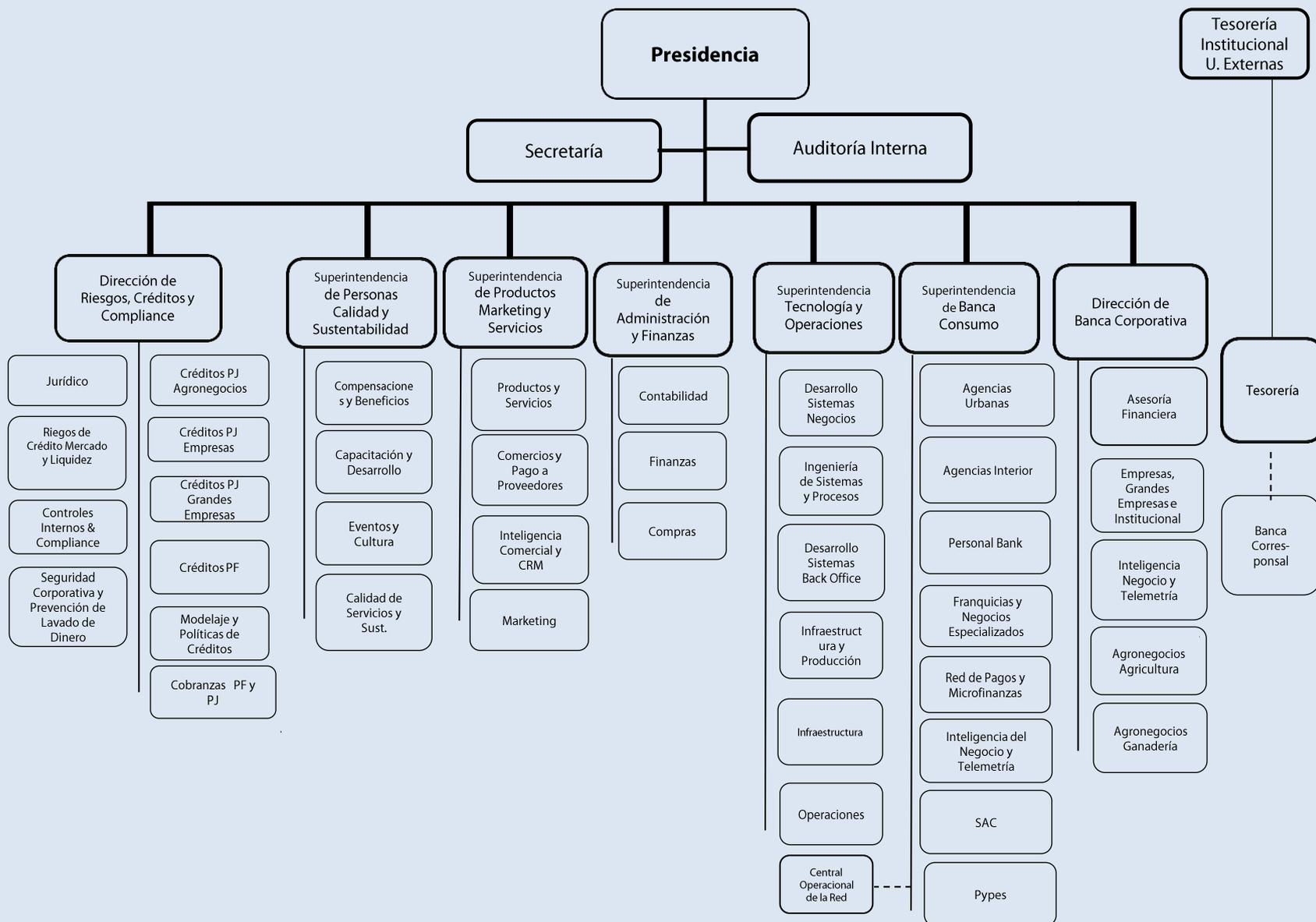
Las Asambleas Generales de Accionistas también se constituyen como un canal efectivo en que los representantes legales de los accionistas manifiestan sus intereses. Las acciones son ordinarias, nominativas, con derecho a un voto cada una, distribuidas en las series A y B

Asimismo, siendo una persona jurídica, poseedora de acciones de la entidad, las personas jurídicas que indirectamente participan del capital accionario se encuentran insertas en el siguiente cuadro:

Accionistas	% de Participación	País
Itaú Unibanco Holding S.A.	100,00	Brasil

## Organigrama

Banco Itaú Paraguay cuenta con 42 gerencias, que operan a través de 5 superintendencias y 2 direcciones.



## Código de Ética

El Código de Ética es uno de los documentos de base que guía el comportamiento de cada uno de los colaboradores de Itaú Paraguay. Su contenido es revisado periódicamente y se encuentra armonizado con el Código de Ética del Holding.

La difusión del mismo se inicia con la incorporación del colaborador (e incluso, del pasante universitario) en el propio proceso de inducción corporativa. Se realiza la entrega de una copia impresa, para su lectura y conocimiento. Posteriormente deben adherirse formalmente a su cumplimiento, a través de una plataforma digital, como requisito para acceder a los recursos tecnológicos e informáticos. La versión digital del Código se encuentra disponible en el portal corporativo interno y sobre el mismo se renueva la adherencia de los colaboradores en forma anual.

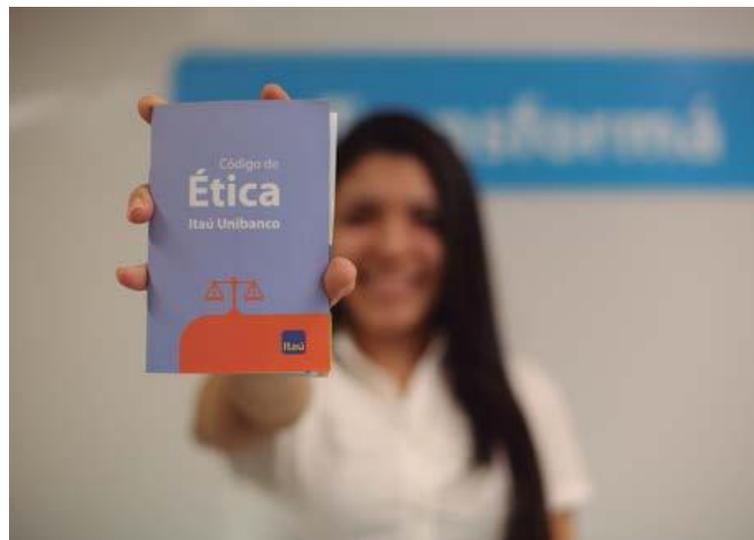
El Código de Ética de Banco Itaú Paraguay se estructura en Cuatro Principios Básicos, que son:

**Principio de Identidad:** Alineamos nuestras actividades y negocios a la identidad de la empresa, basada en elevados estándares de ética, resiliencia y respeto por la sustentabilidad.

**Principio de Buena Fe:** Actuamos con transparencia y asumimos la responsabilidad de nuestros actos y elecciones.

**Principio de Interdependencia:** Estamos abiertos al diálogo e interactuamos con nuestro público con el fin de compartir acciones y objetivos que lleven al bien común.

**Principio de Excelencia:** Cultivamos ambientes que propicien la realización de un trabajo de alta calidad, relevante para quien lo ejecuta, la institución y la sociedad.



### Comunicación de desvíos éticos

Los canales de comunicación disponibles para que los colaboradores denuncien desvíos éticos o realicen consultas son, además del Comité de Ética:

**Espacio "Voz Activa"**, disponible en el portal corporativo interno.

**Interno telefónico 3777**, con línea grabada.

**Correo electrónico interno:** [comitedeetica@itau.com.py](mailto:comitedeetica@itau.com.py)

**Correo electrónico externo:** [hablemos@terra.com](mailto:hablemos@terra.com) (también habilitado para Proveedores)

Adicionalmente, el Área de Ombudsman se encuentra disponible en el Holding para la realización de denuncias, manifestaciones, dudas, sospechas, reclamos o sugerencias a través de los siguientes canales:

- [ombudsman@ombudsman.itau-unibanco.com.br](mailto:ombudsman@ombudsman.itau-unibanco.com.br)
- [ombudsman@terra.com.br](mailto:ombudsman@terra.com.br)
- [inspetoria@itau-unibanco.com.br](mailto:inspetoria@itau-unibanco.com.br)
- [comite.auditoria@itau-unibanco.com.br](mailto:comite.auditoria@itau-unibanco.com.br)

### Gestión de denuncias de desvíos éticos

En 2014 fueron gestionados un total de 21 casos de reclamos por desvíos éticos recibidos por canales formales de comunicación. De estos, 19 fueron abordados y resueltos en el Comité de Ética en 2014 (4 casos fueron recibidos en 2013). Los otros 2 restantes serán tratados en el primer Comité de Ética de 2015. Dos casos fueron denuncias realizadas por proveedores y una denuncia provino de un cliente.

## Gerenciamiento de Riesgos

El mapeo continuo de situaciones internas y externas que representen posibles afecciones para la estrategia de las unidades del negocio, de soporte o la consecución de los objetivos del Banco permiten la identificación de los riesgos. Este ejercicio se realiza para la aplicación del principio de precaución.

La gestión y control de riesgos atiende tres frentes principales que son: (I) el riesgo de crédito de mercado y liquidez, gestionado por la gerencia con el mismo nombre; (ii) el riesgo crediticio abordado por las gerencias de crédito del banco y (iii) el riesgo operacional, del que son responsables las gerencias de Controles Internos y Compliance, de Prevención de Fraudes, de Seguridad de la Información y de Prevención de Lavado de Dinero. Cada una de estas gerencias cuenta con políticas y procedimientos que orientan el tratamiento de los riesgos que tienen a su cargo. Si bien existen estructuras destinadas al tratamiento de los riesgos, todos los colaboradores son responsables de la identificación de potenciales situaciones de riesgo.

Itaú Paraguay se rige por Políticas Corporativas adaptadas a la realidad local sobre la Gestión de Riesgos y se encuentra alineado a lo establecido en resoluciones, normativas y circulares provistas por el Banco Central del Paraguay y demás órganos reguladores.

### Riesgos Evaluados en Sucursales

En el año 2014 fueron evaluadas 15 de las 30 sucursales habilitadas, correspondiendo esto a un 50% de alcance. El área de Controles Internos y Riesgo Operacional, cuenta con un Programa de Evaluación de Riesgos de Red (PERR), que mide el riesgo de los puestos de atención en forma anual conforme diferentes criterios y metodología, provistos por el Holding. A través de este programa son evaluados los diferentes riesgos: de Mercado; de Crédito; Operacional; de Liquidez y de Imagen

**Riesgo de Mercado:** Contempla la posibilidad de ocurrencia de pérdidas generadas por fluctuaciones en los valores de mercado, de posiciones mantenidas por una institución financiera, de su margen financiero, e incluye riesgos de operaciones sujetos a variaciones en el tipo de cambio de las monedas, en las tasas de interés, en los precios de las acciones y en los precios de mercaderías “commodities”.

**Riesgo de Crédito:** Se refiere a la ocurrencia de pérdidas asociadas al incumplimiento por el tomador o contraparte de sus respectivas obligaciones financieras en los términos acordados, a la desvalorización del contrato de crédito resultante del empeoramiento en la clasificación de riesgo del tomador, a la reducción de ingresos o remuneraciones, a las ventajas concedidas en la renegociación y a los costos de recuperación.

**Riesgo de Liquidez:** Se basa en la ocurrencia de desequilibrios entre activos negociables y pasivos exigibles – descalce entre pagos y cobros – que puedan afectar la capacidad de la institución de responder por sus compromisos, llevando en consideración diferentes monedas y plazos de liquidación de sus derechos y obligaciones.

**Riesgo Operacional:** Consiste en la posibilidad de ocurrencia de pérdidas a partir de fallas, deficiencias o aplicación inadecuada de procesos internos, personas y sistemas, o de eventos externos. Contempla el riesgo legal, vinculado a la inadecuación o deficiencia en contratos firmados por la institución, así como las sanciones por incumplimiento de disposiciones legales y las indemnizaciones por daños a terceros derivados de actividades desarrolladas por la institución.



# Sustentabilidad

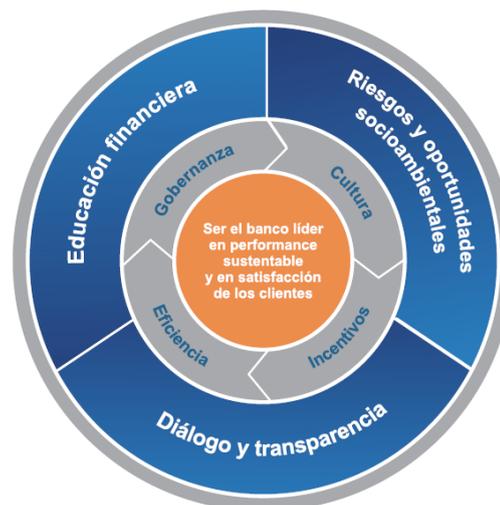
Un desarrollo sustentable es aquel que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de satisfacer necesidades de generaciones futuras. Con base en esta definición se conjuga el equilibrio entre las cuestiones económicas, sociales y ambientales. Es por esto que el término sustentabilidad es utilizado para hacer referencia a esta condición de equilibrio. Para Itaú, tener una gestión sustentable es desarrollar negocios que sean buenos para el Banco, para los Clientes, Accionistas, Colaboradores y la Sociedad.

## Estrategia de Sustentabilidad

La estrategia de sustentabilidad de Itaú Unibanco Holding fue establecida a partir de un profundo análisis de su Visión, de "Nuestra Manera de Hacer", de las políticas, de los compromisos y pactos voluntarios y del acercamiento con sus grupos de interés.

### Mapa de Sustentabilidad

Este mapa establece la actuación de todo el Holding por medio de tres focos estratégicos: Diálogo y Transparencia, Educación Financiera y Riesgos y Oportunidades Socio-ambientales. Éstos son viabilizados por cuatro frentes de apoyo: gobernanza y gestión, eficiencia, incentivos y cultura. Así, el Mapa de Sustentabilidad orienta a las distintas unidades operacionales y de negocio a incorporar valores de sustentabilidad en sus procesos de toma de decisión.



### Diálogo y Transparencia

Con la intención de mejorar los negocios e inspirar transformaciones positivas en la sociedad, se busca mantener un diálogo próximo y una relación de confianza con los distintos grupos de interés. Internamente, queremos comprender las demandas de los colaboradores y comprometerlos en la evolución de la estrategia definida por el Holding. Externamente, son desarrolladas iniciativas para establecer un relacionamiento positivo con los clientes y direccionamos nuestros esfuerzos para que prestemos cuentas de forma asertiva y transparente a los distintos públicos.

### Educación Financiera

Entender las necesidades de las personas para ofrecer conocimiento y soluciones financieras adecuadas es una forma para que contribuyamos con el desarrollo de la sociedad, con miras a lograr una relación más saludable con el dinero. Personas que hacen elecciones conscientes tienden a adquirir productos y servicios adecuados a sus objetivos de vida, lo que resulta en menores índices de no capacidad de pago.

### Riesgos y Oportunidades Socio-ambientales

Nos relacionamos con varios sectores productivos de la economía y poseemos un gran potencial para promover cambios positivos en la sociedad. Por esto, gestionamos riesgos y buscamos oportunidades de negocio, considerando tendencias de mercado, regulaciones, demandas de clientes y de los demás grupos de interés. Nuestro gerenciamiento de riesgo socio-ambiental pretende identificar, medir, mitigar y monitorear nuestros riesgos.

## Performance Sustentable

La performance sustentable que implica el cumplimiento de la Visión de Itaú, busca ser lograda a través de un sistema de trabajo colaborativo, que involucra a los principales públicos del Banco, donde la carrera interna -en medio de un ambiente meritocrático - contribuya a generar un orgullo de pertenecer a la empresa.

Así, se estimula a los colaboradores a comprometerse y prestar mejores servicios a sus clientes, a quienes se espera satisfacer, para mantener al Banco entre sus elecciones. De esta forma se prevé el desarrollo de relaciones perennes que generen valor para los accionistas y garanticen resultados financieros que permitan al Banco promover iniciativas que vuelvan a contribuir con el desarrollo de la sociedad.



## Gobierno de Sustentabilidad

La incorporación de la estrategia de Sustentabilidad de Itaú Unibanco Holding en Itaú Paraguay es conducida desde la Gerencia de Sustentabilidad y Calidad de Servicios, que se ubica dentro de la Superintendencia de Personas, Sustentabilidad y Calidad de Servicio.

El Comité Ejecutivo de Itaú Paraguay, compuesto por la presidente, los directores y superintendentes de las áreas, es la estructura de gobierno de sustentabilidad que se encarga de alinear la gestión de sustentabilidad del Banco con la estrategia general del negocio. Este Comité se reúne oficialmente dos veces al año, con la posibilidad de encontrarse, de forma extraordinaria, de acuerdo a la necesidad de las operaciones.

Adicionalmente son reconocidas las estructuras de gobierno de sustentabilidad del Holding, que se nombran a continuación y que son responsables por emitir directrices sobre la gestión de sustentabilidad en todas las unidades externas.

**Consejo de Administración:** Se encarga de debatir decisiones estratégicas de sustentabilidad frente a la visión de largo plazo de la organización.

**Comité Ejecutivo de Sustentabilidad:** Está compuesto por los integrantes del Comité Ejecutivo; tiene como objetivo la integración entre las prácticas de sustentabilidad y estrategias de negocio.

**Comité de Sustentabilidad:** Integrado por los directores, tiene a su cargo definir la estrategia de sustentabilidad de Itaú Unibanco y asegurar su gestión, supervisando su evolución por medio del monitoreo de planes de acción, indicadores y metas.

**Comités específicos:** Los mismos son creados para mejorar la eficiencia en la ejecución de la estrategia de sustentabilidad y aumentar la integración de iniciativas sustentables en las áreas de negocios.

# Involucramiento con **Grupos de Interés**

En su vínculo con los grupos de interés, Itaú busca acortar las distancias y fortalecer las relaciones por medio de la identificación y atención de indicadores sociales que incidan favorablemente en la calidad de vida de las personas y en su capacidad de desarrollo personal y laboral.

La búsqueda de una sociedad inclusiva y con iguales oportunidades para todas las personas, se ha convertido en una de las metas de cada equipo directivo del Banco.

En las siguientes páginas se narran experiencias promovidas durante el año con los Colaboradores, los Clientes y Consumidores, la Comunidad, los Proveedores y el Gobierno y la Sociedad.



# Colaboradores

Para que una empresa alcance los resultados que se propone y además consiga generar valor compartido, el foco en los colaboradores -su bienestar y desarrollo- es clave y un aspecto fundamental de la gestión. En Itaú, ponemos un énfasis especial en este grupo de interés. En la relación con nuestros colaboradores está nuestro mayor capital. Nos esforzamos en crear un clima y situaciones apropiadas, que contribuyan con su calidad de vida y con la de sus familias.

Durante el año 2014 se integraron al Banco 136 nuevos colaboradores, de los cuales 65 fueron mujeres (27 años de edad promedio) y 71 hombres (29 años de edad promedio).

**El 53,8% del total de colaboradores del banco son mujeres y el 44,7% de los cargos directivos y/o gerenciales están ocupados por mujeres. Poner como destaque.**

## Perfil de los Colaboradores

Indicadores	2012	2013	2014
<b>Total</b>	<b>765</b>	<b>790</b>	<b>851</b>
<b>Por Género</b>			
Mujeres	406	431	458
Hombres	359	359	393
<b>Por Edad</b>			
Hasta 19 años	12	12	13
De 20 a 29 años	412	423	449
De 30 a 39 años	237	247	266
De 40 a 49 años	87	90	106
Más de 50 años	17	18	17
<b>Por Antigüedad</b>			
Hasta 5 años	579	583	679
Entre 5 y 10 años	162	183	151
Entre 10 y 20 años	10	11	11
Más de 20 años	14	13	10
<b>Por Cargo</b>			
Directores	4	3	3
Superintendentes, Gerentes, Supervisores y Coordinadores	128	147	158
Administrativos	333	342	384
Comerciales	239	240	247
Aprendices	61	58	59
Mujeres en cargos Directivos y/o Gerenciales	60	67	72
<b>Personas con Discapacidad</b>			
Total	2	1	2
<b>Otras Minorías (Raza negra, raza amarilla)</b>			
Total	2	2	2

## Colaboradores por Localidad

Localidad	Total Colaboradores	% Representa	Incorporados en 2014
Capital/Asunción	674	79%	97
Caaguazú	9	1%	2
Coronel Oviedo	6	1%	5
Ciudad del Este	43	5%	6
Colonias Unidas	7	1%	1
Encarnación	16	2%	2
San Cristóbal	6	1%	1
Santa Rita	11	1%	2
San Ignacio	6	1%	0
Villarrica	7	1%	0
Katuete	7	1%	1
Concepción	7	1%	6
Filadelfia	6	1%	1
Mariano R. Alonso	10	1%	2
San Lorenzo	36	4%	10



## Proceso de Selección y Admisión

La Política de Selección y Reclutamiento del Banco permite establecer los procedimientos para la selección y contratación de los colaboradores, facilitando que los procesos sean objetivos y con indicadores verificables de igualdad de oportunidades, competencia e idoneidad, para cada cargo a ser cubierto.

Una vez dentro del Banco, mediante el Programa de Oportunidad de Carrera Interno (POC Interno) los colaboradores permanentes y pasantes universitarios (que ya están cumpliendo funciones) pueden participar de los llamados y postularse para ocupar los cargos de interés, en función a su perfil. De esta forma se otorgan oportunidades de crecimiento para los propios talentos con que ya se cuenta. En 2014 fueron realizados 45 POC Internos. Asimismo, se cuenta con el Programa de Oportunidad de Carrera Externo (POC Externo). En esta modalidad se incluyen procesos de selección en los que la búsqueda se realiza entre aspirantes fuera del Banco.

En cuanto a los procesos de selección para la incorporación de Personas con Discapacidad, cabe destacar que se cuenta con el soporte de consultoras y fundaciones especializadas que acompañan esta gestión. Los postulantes son entrevistados y evaluados para determinar las tareas a realizar (de acuerdo al perfil de los cargos disponibles) de manera a desempeñarse en el área más adecuada, que contribuya con su desarrollo personal y profesional.

### Canales de Comunicación para difundir las vacancias y oportunidades laborales internas y externas

- Las oficinas físicas del Banco, desde la Superintendencia de Personas, Calidad y Sustentabilidad.
- Los medios internos de comunicación.
- El espacio “Trabaja con Nosotros”, en el sitio web ([www.ita.com.py](http://www.ita.com.py))
- La dirección de correo electrónico [cv@ita.com.py](mailto:cv@ita.com.py).

Hasta diciembre de 2014, recibimos 4.938 registros de personas que ingresaron sus datos a través del espacio “Trabaja con Nosotros”

Indicador	2012	2013	2014
Admisiones	113	90	117
Desvinculaciones	62	72	60

Índice de rotación 2014: 11,7%

46,2% de admisiones por contratación de mujeres y 53,8% de hombres.

77,8% del total de admisiones corresponde a contrataciones en Asunción y Gran Asunción

### Entrenar a un Gran Equipo

Para conformar un gran equipo buscamos complementar la gestión de nuestros colaboradores con nuevos conocimientos y actualización continua. Es por esto que se invierte en planes de entrenamiento y formación profesional y personal. Al respecto, contamos con tres políticas que establecen directrices para estos procesos: la de Capacitación, la de Posgrados y la de Capacitación en Idiomas.

### Inducción Corporativa

Periódicamente se realizan sesiones de inducción corporativa con los nuevos colaboradores y pasantes universitarios. Este entrenamiento se ha convertido en uno de los espacios más importantes en la construcción de las capacidades de los integrantes de nuestro equipo. En todos los casos esta actividad se realiza dentro del primer mes de su incorporación.

La inducción corporativa consiste en una serie de actividades y dinámicas en las que se va presentando la manera en la que trabajamos en la empresa: nuestra cultura, los valores que guían nuestro día a día, la forma en que nos relacionamos, imagen personal, datos generales sobre la empresa y lineamientos sobre ética y cumplimiento. También, medidas de gestión de riesgos, procesos de evaluación de desempeño, conceptos de eficiencia, además de todo lo relacionado a prestaciones y beneficios. En 2014 se realizaron 9 sesiones, alcanzando a un total de 173 participantes, entre colaboradores y pasantes.

### Escuela de Atención y Ventas

La Escuela de Atención y Ventas forma parte de los entrenamientos iniciales que reciben los integrantes de la Banca de Consumo y es realizado a continuación de la Inducción Corporativa. Durante 3 días, en la Fase Post Inducción, reciben formación sobre los procesos más críticos que son realizados en las agencias, de manera a poder impactar positivamente en los tiempos de respuesta al cliente externo y en la precisión de los procesos ejecutados. Hasta diciembre, asistieron a esta Escuela 91 colaboradores.

Como novedad para 2014, se destaca la incorporación de un nuevo módulo que consiste en un ciclo de pasantías y entrenamientos especializados, según el perfil del colaborador de Banca de Consumo. Accedieron a este nuevo módulo 56 colaboradores.

Tanto la Inducción Corporativa, como la Post Inducción y la nueva Fase Especialista culminan con cursos digitales (e-learning) con lo que se evalúa el conocimiento de los colaboradores sobre los diferentes contenidos presentados. Además de su intervención durante el proceso de inducción, la Escuela de Atención y Ventas coordina y desarrolla espacios de actualización sobre diferentes temas. En 2014 fueron 33 cursos diferentes ofrecidos.

## Escuela de Líderes

Buscando potenciar y acompañar el proceso de crecimiento de los gestores de las distintas áreas del Banco (que tengan una antigüedad menor a dos años en la administración de sus equipos), en 2014 fue creada la Escuela de Líderes. Desde este espacio se ofrecen programas que apuntan a fortalecer y propiciar la vivencia de los valores del Banco; desarrollar habilidades y competencias; unificar conocimientos y criterios para el gestor; y, realizar mediciones de aplicabilidad de los entrenamientos. El foco de la Escuela se ubica en 3 grandes grupos de contenido: Conozca a su Colaborador, Desarrollo Gerencial y Coaching. Fueron 37 los colaboradores que pasaron por la Escuela a lo largo de un año.

## Planificación de los Cursos y Entrenamientos

Del relevamiento realizado con las distintas áreas se pudieron determinar 6 focos de capacitación para el año. Estos fueron: Herramientas de Office; Finanzas y Contabilidad; Análisis, Matemática y Estadística; Negociación y Ventas; Desarrollo de Personas; y Actualización de Cajeros. Los cursos fueron realizados en Asunción y en las sucursales del interior del país.

El Plan de Capacitación también incluyó temas específicos, de acuerdo a la necesidad de cada área. En total las horas invertidas de capacitación fueron 24.060, teniendo una tasa de ausencia del 3% del total y una media de evaluación de la calidad de los entrenamientos de 4.3 sobre 5 puntos. El monto total de la inversión en capacitaciones y entrenamientos fue de Gs. 2.147.385.900.

## Promedio de horas de entrenamiento por colaborador por cargo, sexo y localidad

Cargo	Mujeres		Hombres	
	Asunción y Gran Asunción	Interior	Asunción y Gran Asunción	Interior
Equipo	6	6	6	6
Líder	9	9	8	8
<b>Total general</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>

Se destinaron 40 horas presenciales para las capacitaciones sobre el Código de Ética y Cultura y se alcanzó al 100% de los nuevos colaboradores. Además de 118 horas de capacitaciones distribuidas en Seminarios sobre Derechos del Consumidor, Charla de Seguridad Personal y Responsabilidad Social Empresarial.

Asimismo, el 100% de los colaboradores es formado en aspectos relacionados con Derechos Humanos (DDHH), ya que contamos con e-learning obligatorios sobre los principios del Código de Ética, complementado con entrenamientos presenciales donde se divulga la Cultura y Nuestra Manera de Hacer. Estos entrenamientos, si bien no consisten en información explícita sobre DDHH, incluyen de forma transversal a todos los contenidos y conceptos relacionados a los derechos.

## Especialización Profesional

**Posgrados y Maestrías:** A partir de acuerdos con universidades locales, el Banco ofrece coberturas de hasta el 70% en el costo de cursos de posgrado y maestrías. Los colaboradores que acceden a este beneficio son aquellos que se encuentran -según sus evaluaciones de desempeño- en niveles de destaque de gestión.

**Intercambio de Talentos:** Esta modalidad de entrenamiento se encuentra disponible para colaboradores de todo el Holding Itaú y cuenta con dos opciones; la primera se denomina "Job Swap", y en ella el colaborador pasa a formar parte de otra unidad, fuera del país por un periodo de 3 a 6 meses. La otra modalidad es "International Assignment", en la que el colaborador, de nivel gerencial, asume la gestión de un departamento en la gerencia colega de la unidad, en un periodo de máximo 3 años. Ambas opciones de intercambio ofrecen una experiencia muy particular, que contribuye a intensificar capacidades y conocimientos técnicos.

En 2014, se concretó un *Job Swap*. Un colaborador de la Gerencia de Sustentabilidad se trasladó por tres meses a cumplir funciones en la Superintendencia de Sustentabilidad de Itaú Brasil. Además recibimos en nuestras oficinas a 2 colaboradores de Itaú Brasil, quienes se incorporaron a las actividades de la Gerencia de Modelaje y Políticas de Crédito.

## Gestión del Desempeño

El Programa Gestión de la Performance apunta a evaluar la performance de cada colaborador con base en la meritocracia, y al mismo tiempo brindar oportunidades de desarrollo en consecuencia. Incluye tres herramientas de evaluación:

- **Evaluación de Metas:** se realiza con el fin de evaluar los resultados de cada colaborador, en función a las metas definidas previamente, a través de herramientas y criterios establecidos.
- **Evaluación de Alineamiento con “Nuestra Cultura”:** tiene como objetivo evaluar el grado de adhesión de las actitudes indicadas en “Nuestra Manera de Hacer” en el día a día. La misma incluye una visión general sobre el colaborador a partir de la evaluación de sus pares, su gestor e integrante de su equipo (si es que asume funciones de gestor).
- **Planeamiento Estratégico de Personas (PEP):** Esta herramienta de evaluación consolida los resultados de las dos anteriores y permite realizar una evaluación de desempeño relativo de cada colaborador frente a sus pares de manera colegiada. Al mismo tiempo brinda herramientas para acompañar las decisiones sobre oportunidades para la carrera profesional del colaborador. (El 100% de los colaboradores que cumplieron con el mínimo de antigüedad en sus funciones (3 meses) participó del proceso de evaluación del periodo 2014, sin distinción de categoría profesional o sexo. Esto representa al 95% del total de trabajadores del Banco, distribuidos entre las siguientes funciones: 49,2% administrativos, 0,4% directivos, 20,2% gerentes, 30,2% operativos.)

\*El salario mínimo en Itaú es de Gs. 3.203.847 es abonado en igualdad de condiciones a hombres y mujeres, en todos los centros de operación del banco. El salario mínimo legal bancario es de Gs. 2.946.849

## Remuneración y Beneficios

La Política de Cargos y Salarios guía la definición de remuneraciones fijas desde un modelo de estructura de cargos apropiado para la empresa que propone un sistema de crecimiento profesional con base en criterios definidos de remuneración conectados al comportamiento del mercado. Esta Política, ofrece una referencia para el desarrollo de carreras en la que es incluido el criterio de la diferenciación profesional de acuerdo a la forma en la que el colaborador contribuya con los resultados y conforme su potencial para desempeñar funciones y abordar desafíos\*.

Todos los colaboradores (desde directivos hasta colaboradores de producción) son elegibles para recibir remuneraciones variables en la forma de bonos, los cuales premian la productividad y eficiencia con base en el cumplimiento de las metas establecidas en el programa de Gestión de la Performance. La Política de Remuneración Variable ofrece directrices que establecen las condiciones para el pago de esta remuneración.

Los modelos de cálculo de los valores de remuneración variable se construyen considerando las mejores prácticas de gobernanza de Itaú Unibanco Holding e incluyen aspectos relacionados a la administración de recursos humanos y retención de talentos. También son considerados aspectos legales y regulatorios locales así como cualquier otro factor específico del público objetivo al cual se aplica.

En 2014, se abonó en este concepto la suma de Gs. 19.681.258.455 (correspondiente al ejercicio 2013) y Gs. 22.286.174.530, en el 2013 (correspondiente al ejercicio 2012), respectivamente.

Otra herramienta de incentivo son los *Phantom Shares*. Se aplica solo al Chief Executive Officer (CEO) y a los miembros del Comité Ejecutivo. Los beneficiarios reciben *phantom shares*, cuyo valor teórico es equivalente al de las verdaderas acciones, y se pacta que llegada una fecha, se percibirá el importe en que se hayan revalorizado. En el caso del Itaú, los pagos son diferidos en 3 años.

## Beneficios

Basados en disposiciones legales y prácticas generales del mercado son ofrecidos una serie de beneficios y prestaciones a funcionarios del banco. El Contrato Colectivo de Trabajo, constituido, en parte, en conjunto con el Sindicato de Empleados también define niveles y mejoras en estas prestaciones y beneficios adicionales a los establecidos por ley. Este contrato también incluye disposiciones para las desvinculaciones, ya sea por Renuncia o Despido, además de lo establecido en el Código Laboral.

El Contrato Colectivo de Trabajo es revisado en forma conjunta con el Sindicato cada dos años. En 2014 se procedió a una nueva revisión, la que arrojó varias mejoras en los beneficios. Algunas de ellas fueron: aumento en valores pagados en concepto de adicional por función, falla de caja, bonificación familiar, subsidios por nacimiento de hijos, pago de almuerzo, adicional por título, subsidio por guardería y ayuda escolar y universitaria

### Compensaciones

- Adicional por título
- Ajuste de Salarios por Inflación
- Aporte por Fallecimiento
- Aporte por Matrimonio
- Aporte por Nacimiento
- Pago por almuerzos
- Pagos adicionales por función
- Ayuda Escolar
- Gratificación anual
- Remuneraciones variables
- Subsidio por guardería
- Falla de Caja

### Calidad de Vida

- Actividades Físicas: Clases de Yoga, Zumba y Crossfit. Torneos Deportivos
- Nutrición y Salud: Desayuno Saludable, Consultorio nutricional
- Recreación: Es el Viernes!

### Salud y Seguridad

- Apoyo Psicológico
- Auditoría Médica
- Seguro Médico de gastos mayores
- Seguro de Accidentes Personales
- Seguro de Vida
- Seguro Jurídico Corporativo
- Seguro Médico de alta complejidad

### Obsequios

- Obsequios por cumpleaños, día de la madre y del padre.
- Obsequios de Reyes Magos para hijos de colaboradores.
- Obsequios por nacimiento de hijos.

### Eventos y Celebraciones

- Cine con los Niños, Fiesta de San Juan en Familia, celebraciones por el Día del Trabajador y el Día de la Amistad, Fiesta y Almuerzos por Fin de Año.

### Formación y Desarrollo

- Pago de matrícula para carreras de grado
- Premio a la Excelencia Académica
- Postgrados y Maestrías
- Cursos de Idiomas
- Entrenamientos y Capacitaciones según plan anual y funciones desempeñadas.
- Programa de Intercambio de Talentos
- Voluntarios Itaú Unibanco

### Productos

- Préstamos con tasa cero para cuestiones de salud
- Préstamos con tasas preferenciales para compra de viviendas y vehículos:

### Espacios de Expresión y Arte

- Concurso de Talentos San Talentín, Concurso de Cortometrajes, Concurso de cuentos Premio Itaú de Cuento Digital.

### Otros Beneficios

- Permisos por maternidad/paternidad\*, por compromisos académicos, por duelo, por cuestiones particulares, por enfermedad
- Uniformes
- Tarjeta Mundo Itaú

\*El índice de reincorporación al trabajo y retención, tras la baja por maternidad/paternidad sobre 22 casos en el año (17 mujeres y 5 hombres que podían hacer uso del permiso y lo utilizaron), luego de cumplido el plazo establecido fue del 95,5% (21 colaboradores). Transcurrido el periodo del permiso una madre decidió retirarse del Banco

## Calidad de Vida Laboral

Como parte de nuestro Programa de Calidad de Vida tenemos la intención de generar espacios y actividades que impacten en la vida de nuestros colaboradores a partir de los beneficios de combinar el día a día laboral con la vida personal de una manera equilibrada.

Desde finales de 2012 venimos fortaleciendo este programa orientados a provocar cada vez más la reflexión sobre la responsabilidad que tiene cada colaborar en realizar esfuerzos por conseguir combinar adecuadamente sus tiempos y prioridades.

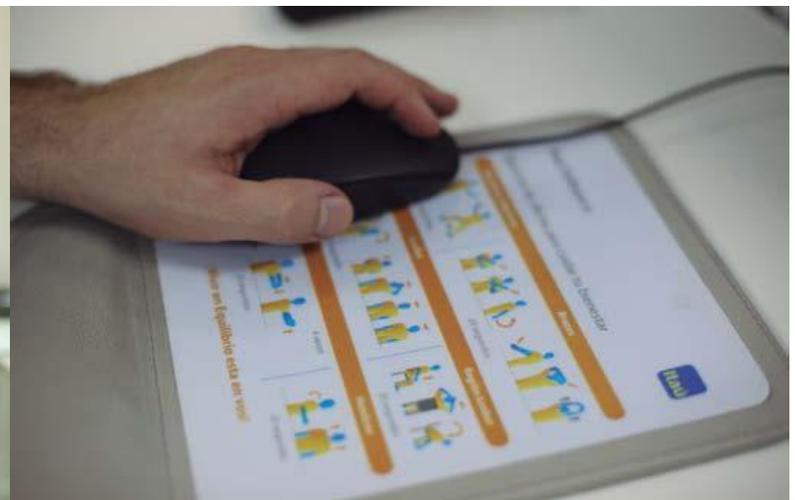
Hemos identificado tres frentes principales desde los cuales se desarrollan actividades: Salud y Nutrición, Actividad Física y Recreación.

**Salud y Nutrición:** Este año, como parte de este eje, se incluyeron charlas sobre Alimentación Saludable, un ciclo de tips sobre hábitos saludables de alimentación y ofrecimos “desayunos saludables” para todos los edificios y agencias de Asunción e interior del país. A su vez, el menú del servicio de comedor (disponible en los dos edificios corporativos) se encuentra supervisado por un nutricionista, quien además se encarga de la verificación de los alimentos ofrecidos.

En esta misma línea, se puso a disposición un servicio de consultoría de alimentación, que fue atendido por un nutricionista.

**Actividad Física:** Se ofrecieron clases de zumba y de entrenamiento funcional, en los edificios administrativos, y el beneficio de cobertura parcial de actividades que realicen colaboradores de las sucursales del interior. Estas actividades fueron muy valoradas por aquellos que las practicaron; manifestaron que, además de los claros beneficios físicos, practicar actividades les ha servido para mejorar su estado de ánimo, su rendimiento en el día a día y -al mismo tiempo- contribuyeron con la integración de los equipos.

**Recreación:** La actividad más valorada por todos, sin duda fue “Es el Viernes” que consiste en una salida más temprana de las oficinas una vez al mes para ya iniciar el fin de semana. Además, fueron puestas a disposición sesiones de masajes express y de relajación durante determinados periodos.



En seguimiento al impacto de las iniciativas del Programa de Calidad de Vida, dentro de la encuesta de Clima Laboral, “Hable Francamente”, el indicador “Se estimula el equilibrio entre la vida personal y laboral” ha mejorado pasando de 71% en donde se ubicó en 2013 al valor de 2014 que fue de 74%.

Además esta encuesta desarrollada bajo una metodología específica, realizamos relevamientos en forma de cuestionarios en nuestro Blog Itaú que nos permiten conocer las opiniones de nuestros colaboradores con respecto a las actividades ya desarrolladas y de esta forma medir el valor que representan para ellos y encontrar oportunidades de mejorar otras prestaciones y crear nuevas opciones que conversen con los objetivos del programa

## Comunicación Interna

La presencia de Itaú en varias localidades del país demanda de forma continua estrategias de comunicación que permitan que la información llegue con la misma calidad, en tiempo y forma a todos los colaboradores. Estos canales nos permiten estar próximos a nuestros colaboradores, transmitir mensajes, promover actitudes y sobre todo conocer sus opiniones y percepciones sobre cuestiones que se relacionan con su día a día.

Son utilizados diferentes canales de comunicación de acuerdo a las informaciones que deben ser entregadas. Nuestros canales convencionales son el correo electrónico, nuestra red interna, el Blog Itaú, y cartelería física.

El día a día sucede en un clima de puertas abiertas, lo que determina el fácil acceso a supervisores, coordinadores, gerentes, superintendentes e inclusive el presidente del Banco.

“Voz Activa” es un medio particular de comunicación que se encuentra disponible en el portal interno y es utilizado para realizar denuncias de corrupción y falta de cumplimiento a los principios del Código de Ética.

### Lactarios

Con el acompañamiento de Unicef, para otorgar comodidad a las madres en su proceso de lactancia, se han establecido lactarios en los Edificios Administrativos. Para su instalación se contó con el apoyo y orientaciones de personal especializado del Ministerio de Salud Pública. Las salas se encuentran adecuadamente acondicionadas con mobiliario y equipos que permiten a nuestras colaboradoras utilizarlas cómodamente.

Contamos con dos tipos de encuestas que nos ayudan a identificar oportunidades de mejora en el relacionamiento con nuestros colaboradores y la generación de un clima de trabajo adecuado. La encuesta “Hable Francamente” que utiliza la metodología del Great Place to Work Institute evalúa diferentes atributos relacionados al clima laboral. En 2014, el resultado general de esta encuesta fue de 82% (en 2013 fue de 81%). La Encuesta Cliente Interno, mide el relacionamiento entre departamentos desde la satisfacción de los colaboradores con el servicio y asistencia que reciben de las áreas con las que se relacionan en el día a día. En 2014, en una escala del 1 al 5, la satisfacción de los colaboradores fue de 3,62.

En septiembre de 2014, hemos lanzado una nueva herramienta de comunicación e interacción con nuestros colaboradores, la revista trimestral “Itaú Unibanco”. Este material es de uso interno y se ha convertido en opción innovadora de acercar al colaborador contenido de su interés, novedades, resúmenes de eventos, entrevistas y notas sobre diferentes temas. La revista cuenta con una sección institucional, de gastronomía, turismo, calidad de vida, sustentabilidad, cultura y de sociales entre otros.

## Educación Financiera

Desde 2011, desarrollamos iniciativas dirigidas a nuestro público interno sobre el "Uso Consciente del Dinero". Sin duda, no hay mejor recurso que la propia experiencia de los colaboradores para transmitir un mensaje a nuestros clientes. Por esto, compartimos hábitos y herramientas, creamos contenidos y espacios que promuevan en ellos una relación saludable con sus finanzas, a través de elecciones adecuadas en momentos oportunos.

Durante 2014, hemos realizado 17 encuentros sobre nuestra Gestión de Sustentabilidad y Uso Consciente del Dinero, de las cuales participaron diferentes departamentos del Banco y el 100% de los colaboradores de sucursales del interior y de la capital del país. En estas charlas, a través de situaciones próximas del día a día de las personas se presentaron, contenidos, conceptos, consejos y herramientas sobre cómo podemos manejar el dinero a nuestro favor. El 97% de los participantes consideró que el encuentro les ayudó a obtener conocimientos muy adecuados para aplicar en sus finanzas personales.

Por otra parte, los colaboradores tuvieron la oportunidad de participar del Programa de Voluntariado Corporativo "Juego del Uso Consciente del Dinero", (ver más información en la sección "Red de Voluntarios" en Comunidad)

## Campañas, Eventos, Concursos, Arte y Deporte

### Campañas

- **90 Años Itaú Unibanco:** En conmemoración a los 90 años de Itaú Unibanco, se decidió compartir internamente la historia de la institución en formato de "historieta", la cual fue difundida por los medios de comunicación digitales del Banco, durante el mes de setiembre. Se invitó, a través de un espacio, a que los colaboradores contarán sus vivencias dentro del Banco, reconociendo a cada uno de ellos como parte de la historia de la empresa.

- **"Yo uso 24 horas":** Esta campaña interna se diseñó para promover la utilización de los medios alternativos de atención y de transacción por parte del público interno, de tal manera que sean los propios colaboradores los promotores de su utilización.

### Concursos

- **Premio "Protagonistas":** Este concurso impulsa a los colaboradores a proponer proyectos de mejora de procesos internos que impacten en la atención a clientes y no impliquen modificaciones de sistemas informáticos para garantizar la agilidad en su aplicación. La respuesta que se obtiene es muy positiva pues involucra a varias áreas en la construcción de procedimientos. En su edición de 2014, participaron 39 iniciativas que -a partir de las evaluaciones de un comité conformado por gerentes- resultaron en 16 iniciativas, de las cuales pasaron a la etapa final 5 de ellas. Las iniciativas finalistas fueron implementadas en un periodo piloto, cuyos resultados se expusieron al Comité Ejecutivo. Este último eligió tres propuestas para ser implementadas definitivamente. Los proyectos fueron: "Unificación de formulario de Tarjetas de Crédito", "Gastos del exterior Euros - Cargo del Ordenante" y "Formulario Único de Apertura de Cuenta".
- **Viví la Navidad:** Por segundo año, realizamos el concurso "Viví la Navidad", con la intención de mantener vigente el sentido y la tradición de las celebraciones de fin de año. La competencia consiste en ambientar las oficinas, acorde a esta ocasión. Fueron elegidos y premiadas las áreas que más se lucieron. Además, en 2014, las áreas trabajaron en la preparación de canastas navideñas, que fueron entregadas a familias de Casa Cuna. Las áreas del banco y sucursales se organizaron en grupos y cada uno se convirtió en padrinos de familias de la Casa Cuna para las cuales fue destinadas las canastas. Fueron beneficiadas 79 familias.

## Eventos Especiales

Son diversos los momentos de conmemoración, por esto contamos con festejos y reuniones con diferentes sentidos que logran integrar tanto a colaboradores como a sus familias; la Fiesta de San Juan, los festejos por el Día de la Amistad, actividades por el Día del Niño, las Fiestas de Fin de Año y el encuentro con los Reyes Magos y los Niños nos permiten estar próximos unos de otros en espacios descontraídos, fuera del día a día de las oficinas.

- **Encuentro Sucursales Interior:** Un evento destacado en 2014, fue el realizado en abril en la ciudad de Santa Rita en el que logramos convocar a los colaboradores de todas las sucursales del interior del país. El contenido del encuentro se concentró en compartir con todos los resultados del primer trimestre, los desafíos para el resto del año, presentar más en detalle la estrategia de sustentabilidad del banco, dar a conocer los proyectos en los que se encuentra involucrada la Fundación Itaú y presentar programas disponibles dentro de la Red de Voluntarios. Además fue aprovechada la ocasión para realizar un entrenamiento sobre Educación Financiera con herramientas útiles y ejemplos sencillos para invitar a ser conscientes sobre la forma en que tomamos decisiones financieras en nuestra vida y cómo éstas pueden afectarla.

## Arte y Deporte

### Deporte

- **Torneo Interno de Verano:** Es un espacio donde los colaboradores que gustan del deporte y la competencia pueden desarrollar y demostrar sus habilidades; se realiza en el mes de Febrero (Asunción y Gran Asunción) en tres categorías: Fútbol Masculino y Femenino y Vóley mixto. El torneo también tiene una versión para el interior, que convoca a colaboradores de todas las agencias. Son aproximadamente 300 colaboradores quienes participaron en este torneo.
- **Torneo Interbancario de Fútbol:** Se trata de un campeonato entre selecciones de Fútbol y Vóley entre los Bancos del país. Itaú estuvo representado por 120 colaboradores – jugadores.

### Arte

Con 250 colaboradores en escena, el show de talentos “San Talentín” es el mayor espacio de expresión artística del Banco. La competencia consiste en presentaciones en las categorías Canto, Baile y Actuación. El objetivo principal de este evento, además de crear un espacio para la expresión artística, es lograr la integración, el trabajo en equipo y poner a prueba la creatividad de los que participan.

En su edición número 13, este año 2014, fueron llevados a escena 14 números artísticos. La elección de los ganadores es realizada por un jurado compuesto por referentes del medio, en las disciplinas mencionadas.



# Clientes y Consumidores

Cambios constantes en las expectativas de nuestros clientes, nuevas necesidades que deben ser atendidas y una valorización cada vez más importante de la forma en que se aprovecha el tiempo disponible, nos desafían constantemente a pensar y proponer soluciones y herramientas financieras que permitan construir relaciones más próximas y duraderas basadas en la transparencia de nuestras comunicaciones y en el ofrecimiento de productos y servicios apropiados para el momento de vida de cada cliente.

La Educación Financiera, como foco estratégico de nuestra gestión de sustentabilidad, es el punto de partida que define la forma en que se dan estas relaciones y se manifiesta con diferentes iniciativas que buscan proporcionar orientaciones para un manejo más consciente del dinero y provocar reflexiones sobre su papel e importancia en la vida de las personas.

## Principales Productos y Servicios

A continuación se presenta un resumen con descripciones simples de los principales productos y servicios que se ofrecen en Itaú.

### Préstamos

Los clientes de la Banca de Personas disponen de préstamos para la compra de vehículos, para la inversión en inmuebles y para otras necesidades personales.

Para la Banca de Empresas, los clientes pueden acceder a líneas de sobregiro y descuentos de cheques. Para clientes con comercios, que operan con tarjetas de crédito para el cobro de sus servicios y productos, existe el producto “Cuenta Garantizada”, que permite la recepción de los créditos de sus ventas en una cuenta del Banco y de acuerdo a sus niveles de facturación tienen la posibilidad de utilizar una línea de crédito de fácil disponibilidad. Además, acceden a préstamos para distintas finalidades.

### Cuentas

- **Cuenta Corriente:** Los clientes pueden hacer uso de sus cuentas corrientes por medio de chequeras, para pagos locales, y a través de una tarjeta de débito pueden operar local e internacionalmente. También, disponen de una línea de sobregiro “Intercheque”.
- **Caja de Ahorro:** Las cajas de ahorro se pueden utilizar a través de tarjetas de débito y vía electrónica para realizar transacciones en cualquier parte del mundo.
- **Intercuenta Total:** Esta cuenta vincula una cuenta corriente con las características de una caja de ahorro que produce intereses, a partir de la disponibilidad de dinero depositado.

### Inversiones

**Certificados de depósitos a plazo y ahorros programados:** Ambas constituyen la forma más fácil de invertir para clientes de la Banca de Consumo. Para los Clientes Corporativos, están disponibles los Certificados de Depósito. A través del segmento de Banca Privada se ofrece asesoramiento en inversiones en el exterior en la forma de fondos de inversión, bonos y acciones.

## Tarjetas de Crédito y Prepagas

Los beneficios de comprar con tarjetas de crédito Itaú, se han convertido en uno de los principales diferenciales entre los productos de consumo. Ahorros y programas de recompensas hacen que las compras con estas tarjetas sean muy ventajosas. Entre las plataformas VISA, Mastercard y American Express son ofrecidos 23 tipos de tarjetas; cada una de ellas con características y beneficios particulares. En 2014, fueron ofrecidas más de 250 oportunidades de ahorro en compras, en distintos comercios e ingresos a eventos de cultura y entretenimiento.

## Seguros

Desde "Itaú Corredores de Seguros", en conjunto con compañías de seguros reconocidas local e internacionalmente, el segmento de clientes "personas físicas" cuenta con seguros de vida, accidentes personales, para vehículos y de hogar. Para el segmento corporativo, se encuentran disponibles seguros de cobertura para empleados de empresas, sus flotas de vehículos e instalaciones.

El servicio gratuito de consultoría en seguros permite orientar a los clientes hacia las mejores oportunidades para proteger sus valores.

## Pagos Electrónicos y Comercio Exterior

A través de canales digitales, los clientes tienen la facilidad de realizar transacciones desde las opciones de "pagos electrónicos auto gestionables". El pago de salarios de empleados de una empresa, pago a proveedores, custodia de cheques, pago de servicios varios, operaciones aduaneras, transferencias entre cuentas y al exterior, débitos automáticos, factoring y débitos automáticos comandados para procesos de cobranzas son las posibilidades de pagos disponibles. Desde las operaciones de Comercio Exterior, se ofrecen operaciones convencionales como cobranzas de importación y exportación, operaciones con cartas de crédito, operaciones de fianzas y avales y transferencias manuales al exterior.



## Productos y Servicios por Banca

### Banca de Personas

Producto/Servicio	Descripción
<b>Cuentas Corrientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En Dólares</li> <li>• En Guaraníes</li> </ul>
<b>Cajas de Ahorro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En Dólares</li> <li>• En Guaraníes</li> </ul>
<b>Préstamos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mi Préstamo</li> <li>• Mi Auto</li> <li>• Mi Casa</li> <li>• Intercheque</li> <li>• Intervale</li> </ul>
<b>Inversiones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificado de Depósito de Ahorro (CDA)</li> <li>• Ahorro Programado</li> </ul>
<b>Tarjetas de Crédito</b>	<p><b>Premium:</b> Mastercard Black/ Visa Infinite / American Express Platinum / Interventajas Platinum / Aadvantage Platinum/ TAM Platinum / Tigo Platinum / Visa Platinum Centenario</p> <p><b>Oro:</b> American Express Gold / Interventajas Gold / AAdvantage Gold / TAM Gold /Centenario Gold / Tigo Gold</p> <p><b>Clásica:</b> American Express Green / Interventajas / AAdvantage / TAM / Tigo Itaú / Centenario / Touring / American Express Superseis / Stock Itaú</p> <p><b>Programa de Recompensa:</b> Interventajas / Membership Rewards / American Airlines Aadvantage / TAM Fidelidade</p>
<b>Tarjetas de Débito</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De Cuenta Corriente / De Caja de Ahorro</li> </ul>
<b>Tarjetas Prepagas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visa Be / Prepaga Salario</li> </ul>
<b>Seguros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguros de Vida y Accidentes Personales</li> <li>• Hogar</li> <li>• Auto</li> </ul>
<b>Servicios 24 horas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cajeros Automáticos</li> <li>• Terminales de Autoservicio</li> <li>• Internet</li> <li>• Servicio de Atención al Cliente Telefónico</li> <li>• Click Banking</li> <li>• Mobile Banking</li> <li>• Servicio *247#</li> </ul>

## Banca de Empresas

Producto	Descripción
<b>Cuentas Corrientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En Dólares</li> <li>• En Guaraníes</li> </ul>
<b>Cajas de Ahorro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En Dólares</li> <li>• En Guaraníes</li> <li>• En Euros</li> </ul>
<b>Préstamos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Créditos:</b> Segmentos Agricultura, Ganadería, Empresas o Pymes</li> <li>• Descuento de Cheques</li> <li>• Línea de Sobregiro</li> <li>• Cuenta Garantizada</li> </ul>
<b>Inversiones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificado de Depósito de Ahorro</li> <li>• Tarjeta de Crédito Pro Campo</li> </ul>
<b>Tarjetas de Crédito</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarjeta Empresarial</li> </ul>
<b>Tarjetas de Débito</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta Corriente / Caja de Ahorro</li> </ul>
<b>Tesorería</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FX Spot</li> <li>• FX Forward</li> <li>• Descuento de Certificado de Crédito Tributario</li> <li>• Participaciones</li> <li>• Empleado Protegido</li> <li>• Flota de Vehículos</li> </ul>
<b>Seguros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercios</li> <li>• Consultoría de Seguros</li> </ul>
<b>Pagos Electrónicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pago de Salarios</li> <li>• Pago a Proveedores</li> <li>• Custodia de Cheques</li> <li>• Pago de Servicios</li> <li>• Operaciones Aduaneras</li> </ul>
<b>Comercio Exterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartas de crédito (Import / Export)</li> <li>• Transferencias al exterior</li> <li>• Cobranzas de Importación y Exportación</li> <li>• Fianzas y Auales</li> </ul>
<b>Servicios 24 horas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cajeros Automáticos</li> <li>• Terminales de Autoservicio</li> <li>• Internet</li> <li>• Servicio de Atención al Cliente Telefónico</li> <li>• Itaú Mobile Empresas</li> </ul>

## Canales

### Sucursales y Centros de Atención

Sucursales, Puestos de Atención Bancaria, Puestos Itaú Express y los Espacios Personal Bank son las opciones disponibles para atenciones personalizadas y de cara a cara para realizar operaciones, contratar servicios y productos y generar negocios.

### Sucursales y PAB

En 2014, la Red de Sucursales de Banco Itaú quedó conformada por 30 espacios de atención integral con las inauguraciones en Concepción (julio) y Coronel Oviedo (noviembre), alcanzando presencia en 17 localidades del país.

Los PAB son oficinas de atención con ciertos servicios, que funcionan en empresas clientes cuyos colaboradores reciben sus remuneraciones a través del servicio de Pago de Salarios del Banco. Actualmente existen 8 PAB habilitados y se encuentran ubicados en la Planta Industrial Frutika (Itapúa), en la Central Hidroeléctrica de Itaipú (Hernandarias), en la Sede de Itaipú Asunción, en la Embajada de los Estados Unidos de América, en la empresa Tigo, en el Shopping Mapy de Salto del Guairá y en el Club Social Centenario.

### Espacios Itaú Personal Bank

El segmento premium Itaú Personal Bank cuenta, con espacios exclusivos en las Sucursales España, Villa Morra, Encarnación, Ciudad del Este y en Casa Matriz.

### Puestos Itaú Express

Los puestos Express funcionan como Corresponsales No Bancarios (CNB) en locales de la cadena de Supermercados Stock y Superseis. Los 40 puestos ubicados en 17 localidades resultan en una opción cómoda y ágil para realizar operaciones. Así, es posible realizar transacciones en caja como pago de cheques, extracciones en cuenta, depósitos en cheque y efectivo, pago de cuotas de préstamos y tarjetas de crédito Itaú, cobro de servicios varios y compra de divisas. Los puestos cuentan con asesores de ventas de tarjetas de crédito y con el acceso a la línea directa del Servicio de Atención al Cliente Telefónico para consultas.

## Experiencia Itaú Personal Bank

Itaú Paraguay es la primera unidad del Holding Itaú Unibanco en presentar este concepto de servicio para Clientes Premium diseñado específicamente para este segmento con altos estándares de calidad y con servicios diferenciados enfocados en ofrecer una experiencia superior para cada momento y necesidad del cliente.

Entre los servicios diferenciados que se ofrecen para el segmento desde su lanzamiento en septiembre de 2014, se encuentran:

**Atención especializada:** contamos con Gerentes de Relacionamento y Asesores Financieros especializados en inversión para acompañar y orientar a los clientes en sus proyectos.

**Espacios Diferenciados:** el segmento ofrece espacios especialmente acondicionados para ofrecer comodidad y privacidad a los clientes en sus visitas al banco. Además cuenta con salas de reuniones equipadas para la realización de reuniones de negocios de clientes.

**Productos y Servicios Diferenciados:** Itaú Personal Bank ofrece una completa propuesta de inversión, créditos, financiamiento y seguros, además de experiencias en viajes, gastronomía, entretenimiento y cultura con beneficios únicos.

**Conectividad:** Contamos con una nueva aplicación para celulares y tablets y una línea de atención telefónica exclusivas para clientes Itaú Personal Bank.

## Canales 24 hs

Nuestra intención es que nuestros clientes nos sientan cerca aun cuando no puedan acercarse hasta una sucursal o centro de atención. Ofrecer opciones que los ayuden a sacar un mejor provecho del día a día es lo que nos mueve a crear formas de operar con el banco desde diferentes canales alternativos.

### En Internet

A partir del acceso de contraseñas y otros pasos de seguridad en el sitio web [www.itaubank.com.py](http://www.itaubank.com.py), clientes de la banca de persona y de empresas pueden realizar transacciones con sus productos y servicios contratados, como pago de tarjetas de crédito, transferencias entre cuentas, pago de servicios públicos y privados, canje de puntos de programas de recompensas, operaciones aduaneras, visualización de extractos de cuentas y tarjetas, por citar algunas posibilidades disponibles en el sitio transaccional.

### En el Celular

Este canal ofrece 3 modalidades de servicio:

- **Click Banking:** consiste en un servicio desde el que se configuran avisos y alertas a través de mensajes de texto. Las configuraciones son diseñadas por los propios clientes de acuerdo a la necesidad de informaciones que tenga. Es posible definir alertas para avisos relacionados a movimientos en cuentas y tarjetas de crédito, vencimientos y otros que ofrecen información precisa y oportuna.
- **Mobile Banking:** es un aplicativo habilitado para teléfonos celulares inteligentes y puede ser adquirido desde el Apple App Store, Blackberry App World y Android Market. El aplicativo posibilita visualizar movimientos en cuentas, saldos en tarjetas de crédito, transferencias entre cuentas, pagos de deuda de tarjetas de crédito y pago de algunos servicios. También, ofrece informaciones generales sobre beneficios y localización de sucursales y cajeros automáticos entre otras facilidades.
- **Servicio \*247#:** con opciones predeterminadas, la plataforma de este servicio permite realizar consultas sobre cuentas, tarjetas y préstamos, pagos de tarjetas de crédito,



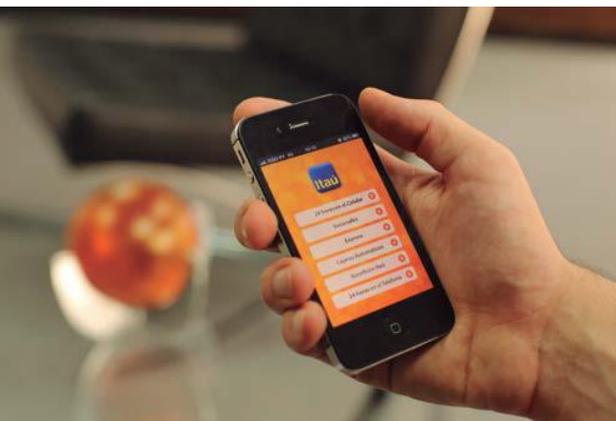
transferencias entre cuentas propias y a terceros, pago de facturas de telefonía celular, compra de minutos y canje de puntos del programa de recompensas Tigo por minutos de saldo. Esta función es compatible con cualquier tipo de teléfonos celulares y se basa en la tecnología USSD.

### En el Teléfono

Al Servicio de Atención al Cliente Telefónico se accede a través de la línea (021) 617 1000. El servicio ofrece dos modalidades, una de atención a través de la Banca Telefónica y la otra mediante operadores. Vía telefónica se pueden realizar consultas, reclamos y/o solicitudes, y ciertas operaciones con cuentas y tarjetas de crédito.

### Terminales de Autoservicio

En toda la red de sucursales de Itaú, los clientes cuentan con un espacio en el que están disponibles equipos de autogestión. La zona 24 horas, cuenta con Terminales Tauser, Tauser Net y Cajeros Automáticos para consultas de movimientos y operaciones con cuentas y tarjetas de crédito. Además de los Cajeros en zonas 24 horas de las sucursales, en todo el país se encuentran ubicados otros cajeros automáticos que constituyen la red más grande en Paraguay con 294 equipos.



**24**  
**horas**

## Canales de **Contacto con Itaú**

- **30** Sucursales de Servicios Completos
- **40** Puestos Itaú Express en Supermercados Stock y Superseis
- **8** Puestos de Atención Bancaria
- **5** Espacios Personal Bank
- Servicio de Consultas y de Transacciones 24 horas en Internet
- Click Banking
- Mobile Banking
- Plataforma de Servicios \*247#
- Servicio de Atención al Cliente Telefónico
- Banca Telefónica
- Terminales de Autoservicio (Cajeros Automáticos y TAUSER)

## Novedades en Productos y Servicios

En 2014, fueron desarrolladas y lanzadas nuevas opciones de servicios y productos así como introducidas mejoras en soluciones ya existentes para ajustarlas aún más a las necesidades de nuestros clientes.

### Tarjetas de **Crédito y Débito con Chip**

En la búsqueda por brindar siempre mayor seguridad a través de nuevas tecnologías, a inicios de 2014 fueron lanzadas nuevas tarjetas que operan con la modalidad "chip".

### Itaú Centenario Visa Platinum

Esta tarjeta cuenta con beneficios Premium, como Priority Pass que permite el acceso a salas de espera diferenciadas en aeropuertos de todo el mundo, servicios de concierge personal, servicios personalizados de asistencia internacional y una línea de atención personalizada exclusiva, además del programa de recompensas Interventajas.

### Visa Infinite con Chip

Junto con Itaú Personal Bank se lanzó, en el mes de setiembre, la primera Tarjeta de Crédito del mercado Visa Infinite con Chip. Este producto brinda mayores coberturas en seguros por viajes, garantías en productos comprados, compras protegidas y asistencia al viajero. Dentro de los beneficios se ofrecen traslados gratuitos hasta aeropuertos del país, además del servicio concierge y beneficios especiales dentro del programa de recompensas Interventajas.

### Tarjeta de Débito Infinite

Dirigido, también, al segmento Itaú Personal Bank, se presentó la primera tarjeta de débito con Chip del Paraguay. Con la misma, además de los servicios convencionales, el cliente accede a un Centro de Asistencia de Viajes que brinda información de requisitos de visas, pasaportes, documentación necesaria, entre otros; servicios de emergencia en el reemplazo de tarjetas en cualquier parte del mundo, así como seguros contra accidentes, seguros para autos alquilados, compensaciones por gastos médicos en viajes y seguros de demora y pérdida de equipaje, entre otros.

### 24 horas en Internet

Dentro de los servicios 24 horas en internet, tuvimos las siguientes novedades:

#### Acceso a facturas impositivas

A partir del mes de enero, se habilitó la opción para imprimir facturas impositivas, de hasta 12 meses anteriores. Estos documentos pueden ser generados en formato PDF, con validez de comprobante legal.

#### Pago de trámites del Registro Único del Automotor (RUA)

Los clientes PF y PJ, usuarios de los servicios del RUA, luego de generar sus liquidaciones de pago a través de la página [www.consortioautomotor.com.py](http://www.consortioautomotor.com.py), pueden desde este año abonar sus tasas desde [www.ita.com.py](http://www.ita.com.py)

#### Ahorro programado con nuevas tasas y plazos

Se han ajustado las tasas y plazos para que a través de "Ahorro Programado" sea más fácil y conveniente ahorrar.

Los clientes Persona Física pueden ahorrar una cuota fija en plazos de 3 a 60 meses, con tasas de interés preferenciales. Además, es posible realizar depósitos extraordinarios en dichas cuentas (refuerzos de capital), con tasas de interés a la vista.

### Rediseño de la sección pública del sitio web

En las secciones de acceso público al sitio web del Banco se han incorporado mejoras en las siguientes funcionalidades:

- **Comparativo de Tarjetas de Crédito:** esta funcionalidad - única en el mercado- permite comparar las tarjetas de crédito ofrecidas por Itaú, con lo cual, el cliente puede conocerlas y elegir la que más se ajusta a sus necesidades.
- **Geolocalización de beneficios:** esta sección ofrece información sobre la ubicación de locales y comercios en los que se encuentran disponibles beneficios de descuentos y cuotas sin intereses.

### Nuevas opciones en Home Banking

En el sitio transaccional fue habilitado un bloque con informaciones sobre movimientos de certificados de depósito de ahorro, pólizas de seguros vigentes (con detalle de las cuotas) y se dispuso la opción de generación de extractos de tarjetas de crédito en formato PDF.

### Ajustes de seguridad y agilidad en el acceso de Home Banking

Se han ajustado los pasos para el acceso al sitio transaccional para hacerlo más ágil y seguro.

### Servicios para Empresas

#### Extractos Swift

A partir de un registro sencillo de cuentas de correo electrónico, los clientes empresas pueden recibir sus extractos de cuentas en formato swift para facilitar sus gestiones diarias de conciliación, a partir de informaciones disponibles ágilmente.

#### Pago de Tasas Judiciales

Desde el mes de setiembre, se encuentra disponible la opción para el pago de tasas y antecedentes del Poder Judicial, en la sección de Pago de Servicio del sitio web.

## Comunicación y Transparencia

Uno de los desafíos más importantes que tenemos es mantener una comunicación transparente con los clientes, entregar informaciones claras y garantizar que existan canales y herramientas que nos permitan escucharlos e incorporar sus demandas en la construcción de un Banco de mejores relaciones. Al respecto, las iniciativas de 2014 fueron:

### Medidas de Transparencia

#### Evaluación de Productos y Servicios

Desde el año 2012, la generación y lanzamiento de productos y servicios se realiza a través de un proceso de autoevaluación. Este proceso inicia en el área de Productos, la que junto a las áreas de Controles Internos y Compliance, realiza una revisión preliminar para definir si el producto o servicio debe ser incluido en el proceso.

Posteriormente, se realiza una presentación interna sobre el producto o servicio en cuestión con otras áreas del banco para que puedan conocerlo y evaluar cuál es el involucramiento que deben tener en las etapas de desarrollo, ofrecer orientaciones e identificar riesgos relacionados. Luego, es presentado al Comité de Productos, el cual –con base en el parecer de cada área– finalmente decide si el producto o servicio será lanzado y comercializado.

La consulta a varias áreas enriquece el proceso, pues incorpora diferentes perspectivas del negocio, contribuyendo a una definición más clara en términos de sus condiciones y en el entendimiento de las formas en que funcionan. En 2014 fueron aprobados 16 productos y servicios dentro de este flujo de evaluación de riesgos.

#### Revisiones de tasas y tarifas bancarias

A partir del mes de julio se ha iniciado un proceso importante de estudio y revisión de las tasas y tarifas del Banco con el objetivo establecer conceptos más claros y transparentes en los diferentes costos. Los resultados están disponibles en las publicaciones de tarifarios en periódicos, sitio web y las sucursales.

Estas revisiones y oportunidades de mejoras son realizadas y evaluadas mensualmente.

#### Rediseño de Extractos de Tarjetas de Crédito

Se han realizado ajustes en el formato de los extractos de tarjetas de crédito para hacerlos más fáciles de comprender. Los gastos y compras se exponen en forma más clara, facilitando la lectura y análisis del consumo mensual. Estas mejoras impactan a extractos visualizados a través del sitio web, que pueden ser descargados en formato PDF y en los extractos físicos enviados por courier.

#### Canales de Comunicación

Los canales de comunicación que posibilitan estar en contacto con los clientes para atender sus solicitudes, reclamos, consultas y sugerencias son:

##### Medios convencionales

A los efectos de favorecer el intercambio personalizado, están habilitados el Servicio de Atención al Cliente Telefónico (SAC), los representantes las sucursales, PAB y Puestos Itaú Express. Así como, está disponible la dirección de correo electrónico [teescuchamos@itau.com.py](mailto:teescuchamos@itau.com.py). Por este último medio fueron registrados 411 contactos, con diferentes motivos, durante 2014.

##### Redes Sociales

Banco Itaú cuenta con perfiles en Facebook y Twitter. Estos permiten un contacto con los clientes de manera dinámica y próxima, con un lenguaje simple de entender y en un ambiente seguro en cuanto a las informaciones gestionadas. En el año fueron atendidos 430 casos (en 2013 el promedio fue de 100 casos), lo que indica su validez como medios de comunicación para que los clientes interactúen con el Banco.

##### Espacio Te Escuchamos

Habilitado desde 2013, este espacio permite a los ejecutivos entrar en contacto directo con los clientes para dialogar sobre sus sugerencias, recomendaciones e inquietudes en el relacionamiento con el Banco.

Inicialmente los encuentros tenían lugar solo en los edificios administrativos y con integrantes del Comité Ejecutivo pero, con el fin de llegar a más clientes, en 2014 se incluyó al Comité Gerencial dentro de este ciclo de encuentros, ampliando la disponibilidad de horarios para las reuniones. De la misma forma, los encuentros comenzaron a realizarse en las sucursales para aprovechar las visitas de los clientes al Banco. En total, 91 clientes participaron de estos encuentros en 2014.

### Encuestas de Satisfacción

Desde el año 2005 son realizadas diferentes encuestas que permiten conocer cuán satisfechos se encuentran los clientes con los servicios, productos y la calidad de la atención. Los resultados sobre los atributos que son evaluados son tenidos en cuenta para identificar oportunidades de mejora en procesos. A cada banca se dirige un tipo de encuesta:

- **Encuesta de Satisfacción Cliente Externo (Persona Física):** Esta encuesta es realizada con clientes de la banca de personas y tiene dos modalidades, una en la que son evaluados atributos sobre tarjetas de crédito y otra sobre servicios bancarios. En 2014, en promedio, el resultado de estas encuestas fue de 81/100 (en 2013 fue 83). La tasa de participación en esta encuesta fue de 8%.
- **Encuesta de Satisfacción Cliente Externo (Persona Jurídica):** La encuesta es realizada para clientes de la banca corporativa y en 2014 el resultado general de satisfacción fue de 8,3/10 (en 2013 fue 8). La tasa de participación en esta encuesta fue de 12%.
- **Encuestas Dinámicas:** Estas encuestas son realizadas mensualmente vía telefónica con clientes que han visitado alguna agencia. En el año 2014, se ha incorporado a esta modalidad la experiencia de los clientes con el Servicio de Atención al Cliente Telefónico (SAC). El índice alcanzado para agencias fue de 8,63 (en 2013 fue 8,65) y para el SAC fue 8,26. Mensualmente, fueron encuestados en promedio, 1.400 clientes.
- **Encuesta Personal Bank:** Esta nueva encuesta es realizada mensualmente con clientes del segmento Personal Bank y en

la misma se evalúan atributos relacionados a su experiencia con la atención, los productos y servicios diferenciados que se ofrecen a este segmento premium. Fueron encuestados 443 clientes y la evaluación final de satisfacción para 2014, fue de 9,09 en una escala del 1 al 10.

## Calidad de Servicio

Las áreas de Calidad y de Procesos trabajan conjuntamente para atender los siguientes frentes: la identificación de oportunidades de mejora en procesos, la gestión de solicitudes y reclamos de clientes y el monitoreo y seguimiento de la calidad en la atención y de los servicios ofrecidos. Este trabajo tiene por objetivo mantener la satisfacción de los clientes a través de relaciones eficaces y transparentes.

Por medio de los canales habilitados, en 2014, se han registrado 1.940 casos entre reclamos, solicitudes y consultas en la Gerencia de Calidad. El 63% de los registros corresponde a reclamos relacionados a tarjetas de crédito, préstamos e inconvenientes con Cajas de Ahorro. El tratamiento es realizado a partir de un procedimiento específico de gestión de reclamos que se ha desarrollado.

Del total de casos, 1.457 fueron reclamos; 24 de estos (en 2013 fueron 32) provinieron de los organismos de defensa del consumidor, como la Secretaría de Defensa al Consumidor, la ASUCOP, la Dirección Nacional de Firma Digital y Comercio Electrónico del Ministerio de Industria y Comercio y la Unidad de Defensa, del Banco Central del Paraguay.

A partir de las oportunidades identificadas en la gestión de los casos se realizaron mejoras en el proceso de contra-cargo, en la comunicación de promociones, en las estrategias de venta de productos y servicios y en los procesos de débitos automáticos de servicios.

En cuanto al monitoreo de la calidad de servicios existen seguimientos mensuales relacionados a tiempos de respuesta, a solicitudes, reclamos y consultas a partir de indicadores

específicos. De igual forma, son monitoreados los tiempos de espera y atención en sucursales y el Servicio de Atención al Cliente Telefónico.

El seguimiento de los resultados de las encuestas es también atendido especialmente en las gestiones de acompañamiento de los niveles de atención.

### **Premio Protagonistas y Proyecto Kaizen: Iniciativas para la mejora de procesos**

El **Premio Protagonistas** es un concurso interno en el que colaboradores del Banco presentan proyectos orientados a optimizar recurso. En 2014, de los 39 proyectos presentados, 5 fueron elegidos y llevados a la práctica durante 6 meses. A partir del análisis de resultados, tres de ellos fueron los premiados. Las iniciativas ganadoras en la tercera edición de este Premio permitieron la “Unificación del formulario de Tarjeta de Crédito”, “Gastos del exterior Euros - Cargo del Ordenante” y “Formulario único de Apertura de Cuenta”.

**El Proyecto Kaizen** (“mejora continua” en japonés) busca la mejora continua en la calidad de los servicios; incluye varias etapas que posibilitan el análisis de elementos críticos involucrados con procesos del Banco así como la identificación de opciones de mejora a partir de la participación de equipos multidisciplinarios. Desde su inicio en el 2012 a finales del 2014 se han desarrollado 19 procesos Kaizen cuyos beneficios traducidos en términos monetarios se han estimado en aproximadamente Gs. 4.000.000.000.

En 2014, Itaú Paraguay, participó del concurso Kaizen Regional del Holding. Ocho de los proyectos desarrollados en Paraguay concursaron, lo cual representó el 60% del total de los participantes regionales.

Ambas iniciativas por sobre la optimización de los recursos, permiten ofrecen entregas a clientes con mejores tiempos de respuesta.

## **Seguridad**

Invertimos en infraestructura, recursos tecnológicos y entrenamientos tanto para colaboradores como para proveedores. De esta manera se crean las condiciones para dar cumplimiento a las políticas y procedimientos orientados a garantizar la seguridad de las informaciones de los clientes.

### **Políticas de seguridad**

Las Políticas que rigen el tratamiento de la información en el Banco son la Corporativa de Seguridad de la Información y la de Funciones y Responsabilidades de Seguridad de la Información. Su lectura es obligatoria para los colaboradores, pues definen los comportamientos y medidas orientadas a asegurar la confidencialidad y disponibilidad de la información. La Política de Privacidad está disponible online, para que los Clientes conozcan como Itaú gestiona la información que circula en su sitio transaccional.

### **Entrenamientos**

Dentro del ciclo anual de entrenamientos sobre seguridad, se realizaron 8 encuentros con 587 colaboradores representantes de las áreas del Banco, sobre seguridad de la información, fuga de datos y prevención de fraudes. Igualmente, fue realizada una conferencia dirigida a proveedores estratégicos de la cual participaron 70 personas, representantes de 33 empresas proveedoras. En este encuentro se desarrollaron contenidos sobre seguridad de la red, prevención de fuga de informaciones, seguridad en el correo electrónico, las políticas del Banco, continuidad de negocios, seguridad física y otros temas relacionados a la gestión de informaciones del Banco.

### **Seguridad para Clientes**

Bajo la denominación de “Más Seguridad”, en el sitio web del Banco, los clientes pueden acceder a informaciones sobre seguridad: cómo actuar de manera segura en la utilización de Cajeros Automáticos, transacciones electrónicas, uso de tarjetas de crédito y cheques. Asimismo, podrán encontrar medidas de seguridad para el manejo de la información en redes sociales, correos electrónicos y mensajería celular.

Se incluyen recomendaciones útiles para el mantenimiento de la seguridad física y la salud en el ambiente de los hogares, la calle, en situaciones de viajes e incluso situaciones de asaltos y secuestros. Finalmente, un apartado con medidas de seguridad en el cuidado de los niños en diferentes contextos, como el uso de internet, el tránsito en las calles, el hogar y la escuela, entre otros.

## Educación Financiera

Las iniciativas de Educación Financiera para clientes están orientadas a provocar reflexiones sobre el impacto de las decisiones financieras en la forma en que se desarrollan sus vidas y cuan importantes son para cumplir con sus planes y proyectos.

En 2014, se implementó el Programa “Multiplicadores”, dirigido a empresas. El programa consiste en un ciclo de conferencias sobre diferentes temas de Educación Financiera. Las empresas clientes pueden elegir qué contenidos son más adecuados para la realidad de sus colaboradores. Estas conferencias están acompañadas de 4 guías, que fueron desarrolladas y guardan relación con los temas: “Consumir y ahorrar”, “Salir del rojo”, “Usá bien tu dinero” y “Familia y Dinero”. El programa se aplicó en una modalidad piloto con 4 empresas y fueron realizadas 15 conferencias.

Un año más se dio continuidad a las charlas “Manejando mi Dinero”, realizada en conjunto con la Econ. Gloria Ayala Person. Esta charla ofrece orientaciones para el mantenimiento de finanzas ordenadas con ejemplos sencillos y herramientas prácticas. Este año fueron realizadas 63 charlas, con 44 empresas y se alcanzó a 4.194 clientes.

En las evaluaciones sobre estas iniciativas el 99% de los participantes consideró “excelentes” o “muy buenos” los contenidos presentados y 97% mencionó que pueden ser útiles para manejar sus finanzas.

Adicionalmente, un sitio de Educación Financiera fue lanzado en noviembre; el mismo ofrece contenidos y herramientas sobre el uso consciente del dinero. Permite el acceso a la guías mencionadas anteriormente, a simuladores de presupuesto y tests sobre formas de consumir.

Las redes sociales también se han convertido en una importante herramienta para promover estas orientaciones sobre educación financiera. A través de nuestros perfiles de Facebook y Twitter se comparten mensajes, consejos y reflexiones sobre la utilización del dinero.

Además continuamos con las cápsulas “Hablando de Dinero” que son transmitidas de lunes a viernes, 4 veces por día en dos radios nacionales de gran alcance.



# Comunidad

Itaú Paraguay, desde el Holding, tiene definidos tres focos estratégicos de actuación que orientan su gestión de sustentabilidad. Iniciativas de Educación Financiera, Riesgos y Oportunidades Socioambientales y Diálogo y Transparencia son puestas en práctica con grupos de la Comunidad desde la gestión del Banco y de la Fundación Itaú\* a partir del diseño, implementación y apoyo a proyectos que atienden frentes y públicos diversos.

En 2014 se buscó expandir el impacto de los emprendimientos apoyados o co-organizados en conjunto con otras organizaciones, siempre alineadas a nuestras causas. La intención es generar la mayor cantidad posible de oportunidades para los beneficiarios, seleccionados como público meta para cada acción.

## Promoción Cultural

Promover el arte para lograr que cada vez esté más próximo de las personas, contribuye a construir ciudadanía y a fortalecer la identidad de un país; es por esto que apoyamos diversas manifestaciones de arte a través de proyectos específicos, así como el funcionamiento de centros, espacios culturales y museos.

### Museos, espacios y centros culturales

#### Museo del Hospital de Clínicas

En alianza con la Facultad de Ciencias Médicas, de la Universidad Nacional de Asunción, en 2014 se inauguró este museo, único en su género en el país. Posee cuatro salones ocupados por objetos, instrumentos, muebles, manuscritos y libros que recrean la historia de la medicina paraguaya, desde los tiempos de la medicina natural de los guaraníes, pasando por la llegada de los primeros médicos extranjeros, la creación de la Facultad de Medicina, la medicina durante las guerras y el rol activo de este emblemático hospital en el devenir de la historia del Paraguay. El museo está ubicado en el predio del antiguo Hospital de Clínicas (Barrio Sajonia, Asunción).

#### Fundación Migliorisi

Desde este espacio se ofreció la muestra "Ojajáiva", que representó la primera actividad oficial de la Academia Paraguaya de Cine. Fue inaugurada en el mes de marzo y permaneció disponible por 2 meses, durante los cuales se realizaron proyecciones semanales de películas, cortometrajes y documentales, acompañadas por los directores y autores quienes compartían con los visitantes sus experiencias en conversatorios y debates.

Igualmente, fueron habilitadas las exposiciones "Ludoteca y otros Relatos", de Ricardo Migliorisi, "Vicisitudes de la Arquitectura Paraguaya", de Javier Medina Verdolini y "Violent Noon" (Mediodía Violento), de Juli Susin; esta última con curaduría de Adriana Almada.

#### Centro de Artes Visuales/Museo del Barro

Este centro se constituye como un ícono del país por contar con colecciones de arte en barro, arte indígena, objetos históricos, piezas de arte sacro y salas dedicadas a arte contemporáneo, desarrollado por artistas nacionales y extranjeros.

---

\*La Fundación Itaú fue creada en el año 2013. Tiene como Visión: "Ser reconocidos como agente transformador, a través de acciones que impacten positivamente en educación y cultura." En cuanto a su Misión, la misma quedó definida como: "Estamos dedicados a trabajar en favor del desarrollo integral de la sociedad a la que servimos, contribuyendo a través de programas que nos permitan convertirnos en aliados".

De su calendario de actividades, apoyadas por la Fundación, se destacan las siguientes exposiciones: “El latido que no cesa” (integrado por una muestra de manuscritos y bocetos de Carlos Colombino, en conmemoración al 77° aniversario de su nacimiento); “Las Mirillas”, de Daniel Mallorquín; y, “El círculo imperfecto” que reunió pinturas, objetos, fotografías, mapas y documentos expuestas en torno al relato de la presencia del artista y etnógrafo italiano Guido Boggiani en el Paraguay. La cantidad de personas que acuden a estas iniciativas va en aumento. Este año visitaron el centro unas 4.500 personas.

### **Centro Cultural del Lago**

En este centro, que funciona en la ciudad de Areguá, se desarrollaron 8 exposiciones de grandes artistas de pintura, dibujo, arte en cerámica, joyas, fotografía y otras disciplinas. También, se exhibieron 13 cortometrajes y documentales, de producción nacional y extranjera; igualmente, se dictaron talleres creativos, a los efectos de mejorar la competencia de los artesanos. Otras actividades destacadas constituyeron la lectura de cuentos y el apoyo a eventos públicos de la ciudad.

### **Espacio de Arte Itaú Arlequín**

El espacio de Arte Itaú Arlequín establecido en conjunto con Fundación Arlequín Teatro, cuenta con 7 salas (denominadas con el nombre de destacados artistas), donde se realizan exposiciones, lanzamiento de libros, conferencias, conciertos y pequeñas muestras de teatro. En el mismo también se imparte clases de teatro y expresión. Uno de los objetivos de la Fundación Arlequín es atraer a los jóvenes al teatro, de tal manera a no perder esta forma de expresión y captar nuevos talentos actorales.

### **Centro Cultural de la Ciudad “Carlos Colombino” Manzana de la Rivera**

Este emprendimiento municipal comprende un conjunto de nueve casas restauradas con estilos de diversas épocas históricas. Situado frente al Palacio de López, ofrece una multiplicidad de opciones: música, teatro, fotografía, festivales y espectáculos que ocupan un lugar preferencial en la agenda cultural de la Ciudad. En 2014, a las acciones mencionadas se incluyó talleres creativos en distintas disciplinas con estudiantes de escuelas de arte y estudiantes de colegios.



## Exposiciones de arte

### Selección Texo

Como culminación de la última edición de Selección Texo se acompañó la exposición “Maestros del Arte Popular e Indígena del Paraguay”, que tuvo lugar en *La Maison de Amerique Latine*, de París. Cabe recordar que el objetivo de este programa es darle mayor visibilidad y difusión al trabajo de artistas populares e indígenas de distintas localidades del país. Esta muestra se compuso por piezas de 11 artistas nacionales.

### Las Misiones Jesuíticas: El Giro Barroco

Esta muestra se realizó con el fin de conmemorar el bicentenario de la restauración de la Compañía de Jesús a la Iglesia Católica. La muestra, que tuvo lugar en el Museo del Barro, reunió imágenes realizadas en talleres jesuíticos y pos jesuíticos, pertenecientes a colecciones privadas de familias (Duarte Burró, Casal Ribeiro), museos (Monseñor Juan Sinforiano Bogarín, Nacional de Bellas Artes), fundaciones (Ricardo Migliorisi, Ymaguaré) y del Centro de Artes Visuales/Museo del Barro, principalmente.

### Arte Sin Fronteras

Esta exposición tuvo lugar en el Centro Cultural de la República “El Cabildo”, y reunió obras de los artistas: Emilia Molina Carranza, Javier Medina Verdolini y Alan Berry Rhys, de Argentina y Enrique Espínola, Nath Planás, Nelson Martinesi, Sebastián Boesmi, Luvier Casali y Cacho Falcón, de Paraguay. La curaduría de la muestra estuvo a cargo del arquitecto argentino Federico Platener. Además, el artista argentino Alan Berry Rhys, visitó la escuela San Cayetano, ubicada en el Bañado Sur, donde brindó un taller de serigrafía, en el que 25 alumnos aprendieron la técnica y cada uno realizó réplicas de las obras del artista.

## Fotografía y Literatura

### Premio Itaú Fotografía “Ciudades del Paraguay”

En 2014 se realizó la primera edición del concurso fotográfico Premio Itaú Fotografía “Ciudades del Paraguay”, organizado por la Fundación Itaú.

La iniciativa busca acompañar el fortalecimiento de esta expresión artística cada vez más extendida. El concurso fue coordinado conjuntamente con el reconocido fotógrafo Fernando Allen. El jurado estuvo conformado por Fernando Allen, Fredi Casco y Daniel Sosa. Este último creador y director del Centro de Fotografía de Montevideo. Se presentaron 2.535 piezas en las categorías digital, analógica e instagram.

### Premio Itaú de Cuento Digital 2014

En 2014 se realizó la cuarta edición de este concurso internacional organizado por las Fundaciones de Itaú Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay. La convocatoria busca fomentar la lectura e incentivar la escritura y producción digital de cuentos, concibiéndola en formato digital con la incorporación de imágenes, hipervínculos, videos, audio, y animación que enriquezcan la narrativa.

La selección de los trabajos estuvo a cargo de un comité de lectura y un jurado internacional. Dentro del comité de lectura representaron a Paraguay Lia Colombino y Alejandro Hernández. Por su parte el jurado estuvo compuesto por 5 escritores entre ellos Lourdes Espinola, que representó a nuestro país. Compitieron 1.996 obras, de las cuales fueron preseleccionadas 124 obras y finalmente 26 pasaron a formar parte de la antología digital “Ocho Mil Caracteres”. Los cuentos paraguayos incluidos en la misma fueron “El marciano que se perdió en el monte” de Natalia Santos, “Paseo en delfín” de Eliana Gonzalez Ugarte e “Invictas” de Karina Bugs. En total, fueron 142 obras de escritores paraguayos las que participaron de la convocatoria.



“Panta”  
Fotografía Ganadora de  
la Categoría  
Digital/Analógica

## Música

### Convenio con la OSCA y OCMA

En 2014, la Fundación Itaú firmó un Convenio de Apoyo Cultural con la Sociedad Filarmónica de Asunción por 5 años. De esta forma se convirtió en Patrocinador Oficial del Ciclo de Abonos de las Orquestas Sinfónica y de Cámara de Asunción (OSCA y OCMA). En este primer año del acuerdo, se concretaron ocho conciertos de la OSCA, en el Teatro Municipal, que contaron con la presencia de prestigiosos artistas nacionales e internacionales. Por su parte, la OCMA ofreció conciertos gratuitos en ocho emblemáticos sitios históricos de la ciudad de Asunción.

### Gira y Camping Musical “Sonidos del Mundo”

Esta iniciativa es impulsada desde el programa Sonidos de la Tierra; tiene como propósito brindar un espacio de formación musical y desarrollo personal a niños y jóvenes de distintas localidades del Paraguay y del exterior. En 2014, reunió a 50 jóvenes artistas, quienes -junto a agrupaciones musicales invitadas- realizaron 4 conciertos en las ciudades de Asunción, Hohenau, San Ignacio y Trinidad, llegando a un público de aproximadamente 1.500 personas.

### Gira de Berta Rojas en los colegios

De la mano de Berta Rojas, quien ha logrado difundir la música del maestro paraguayo Agustín Pío Barrios en el mundo, por sexto año consecutivo se apoyó su gira por colegios, denominada “Hoy, con Berta Rojas, toca Mangoré”. Cada visita se torna en un encuentro en el que la artista comparte con los estudiantes la forma en que se dio su carrera, anécdotas de su vida, combinadas con historias de la vida de Mangoré, como un ejemplo de perseverancia y esfuerzo. En esta edición recorrió 19 colegios de Asunción y del interior, llegando a más de 5.300 estudiantes, que participaron de la experiencia.

### Festival Mundial del Arpa

La Fundación Itaú auspició la 8ª Edición del Festival Mundial del Arpa, que tuvo lugar en el mes de octubre. Este festival reúne a artistas de todo el mundo, promoviendo el intercambio cultural y la valorización del arpa como símbolo de la cultura musical de Paraguay.



## Mantenimiento de **costumbres y tradiciones**

### Concurso Fiestas Populares “Pyporé Mimbí”

El 2014 fue el tercer año en que Itaú promueve el concurso “Fiestas Populares Pyporé Mimbí”, organizado por la Fundación Tierranuestra, con la intención de mantener vivas las celebraciones tradicionales llevadas a cabo en pueblos del denominado Camino Franciscano.

En esta edición concursaron 16 proyectos, de distintas agrupaciones. De estos fueron escogidos los 6 más representativos, con base en los criterios pre-establecidos, a los que se brindó asistencia técnica sobre buenas prácticas en sostenibilidad ambiental. Las celebraciones se desarrollarán en 2015 y en noviembre se conocerán a los ganadores.

### Preservación de la Cultura del Barro

Este proyecto fue impulsado por ONU Mujeres junto con la Fundación El Cántaro y el apoyo de la Fundación Itaú. El mismo ha sido concebido para mejorar las condiciones de vida de las adolescentes y alfareras de las localidades de Itá y Areguá, a través de talleres sobre técnicas de trabajo en barro y capacitaciones sobre sus derechos y las posibilidades que tienen como emprendedoras. La artista popular, Julia Isidrez fue la encargada de impartir las clases de alfarería. Fueron 140 mujeres las beneficiadas, entre las cuales se encontraban alumnas de colegios de Itá y de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Nacional de Asunción.

## Educación

### **Programa “Empresa, Escuela y Comunidad”- Fundación Dequeni**

Desde este programa, la Fundación Itaú acompaña a la Escuela Básica N°4.739 “Don Federico Llamosas” de la ciudad de Caaguazú. El emprendimiento, desarrollado por la Fundación Dequeni, consiste en un ciclo de talleres sobre competencias, espacios de fortalecimiento docente, seguimiento escolar y empoderamiento comunitario. Además incluye contenido sobre salud y prevención del trabajo infantil. Recibieron esta formación 185 niños, niñas y adolescentes y 20 docentes.

**Otros involucramientos:** además del apoyo a este programa, hemos sido partícipes de la subasta silenciosa “La Noche del Pan y Vino y las Estrellas” en el que se subastaron piezas de arte donadas por artistas renombrados y por nuevos artistas. Por otro lado más de 70 colaboradores representaron al banco en la Corrida por la Educación de Dequeni para manifestar su apoyo e interés por la formación de niños, niñas y adolescentes de nuestro país.

### **Programa Vy’a Renda - Fundación Jesuitas**

Vy’a Renda funciona en el Colegio San Cayetano del Bañado Sur y forma parte de la Red de Escuelas de Fe y Alegría, de la Fundación Jesuitas. El programa ofrece un centro abierto de educación no formal que fomenta la permanencia en el sistema escolar y la inclusión, en un ambiente controlado de niños, niñas y adolescentes, quienes comúnmente se encuentran expuestos a un ambiente de riesgo.

En 2014 asistieron al centro 337 niños y adolescentes que participaron en talleres de huerta, danza, ludoteca, fútbol y refuerzo escolar.

### **Taller de Planificación y Diseño de Proyectos**

La Fundación Itaú ha desarrollado el taller de “Planificación y Diseño de Proyectos”, dirigido a organizaciones sociales y culturales con el objetivo principal de contribuir con el fortalecimiento de sus competencias en el diseño y gestión de

proyectos, para que los mismos puedan ser más consistentes y medibles, en términos de impacto.

Este año participaron 20 organizaciones, cuyos representantes asistieron a 4 jornadas de entrenamiento, con una carga horaria total de 28 horas. Como resultado de esta experiencia se produjeron dos guías básicas de diseño práctico y de fácil comprensión: “Guía de Planificación Estratégica para Organizaciones Sociales y Culturales” y “Guía para la Elaboración de Proyectos Sociales”. Ambas guías se encuentran disponibles de forma gratuita en el sitio web de la Fundación Itaú ([www.fundacionitau.org.py](http://www.fundacionitau.org.py)).

### **Música en las penitenciarías para la reinserción social**

Esta es una iniciativa de la Fundación Tierranuestra en coordinación con el Ministerio de Justicia, a la que se sumó la Fundación Itaú. La misma se desarrolló en la Penitenciaría de Emboscada, en la cual fueron dictadas clases de práctica orquestal, práctica coral y de lutería (construcción de instrumentos musicales). A su vez, en la penitenciaría del “Buen Pastor”, se organizaron sesiones de coro para la conformación de una agrupación coral, que una vez constituida se autodenominó “Coro Fem”.

En diciembre, como cierre del proyecto, fue lanzado un material discográfico donde los internos grabaron 14 temas, de los cuales 10 son inéditos y de autoría propia. Este programa beneficio en total a 105 personas.

### Sonidos de la Tierra H<sub>2</sub>O

El programa Sonidos de la Tierra, creado y liderado por el Maestro Luis Szarán, en sus 11 años de existencia cuenta en su registro a niños y jóvenes de más de 172 comunidades del país, a los que ha llegado con su formación en las escuelas de música, agrupaciones corales y orquestales, asociaciones culturales y sociedades filarmónicas; por medio de talleres de construcción y reparación de instrumentos y a través de becas de perfeccionamiento musical.

Durante 2014, en el marco del proyecto “Sonidos del Agua - Orquestas H<sub>2</sub>O”, se vinculó a la enseñanza musical, el emprendedurismo social y la conciencia ambiental. Los participantes de los cursos y talleres recibieron información acerca de la situación de los cursos hídricos y se los oriento a hacer un uso responsable del agua y a llevar este mensaje a sus comunidades y en cada una de sus presentaciones.

### Resultados del Programa en 2014

**Capacitación musical de 1.252 niños, niñas y jóvenes.** De estos, 659 participaron de los talleres de educación ambiental y 82 recibieron “Becas para el Liderazgo Juvenil”, para favorecer su especialización musical.

**Conformación de 21 Orquestas H<sub>2</sub>O;** 18 de ellas son orquestas locales y 3 orquestas regionales. Las mismas brindaron conciertos con instrumentos reciclados y un repertorio basado en músicas relacionadas con el agua, a más de emprender acciones concretas de cuidado ambiental en sus comunidades.

**Elaboración de 3 Guías didácticas de Gestión** en los ejes formalización, planificación, administración, comunicación y buenas prácticas ambientales.

**Elaboración de la primera Guía de Estudios Musicales,** en la modalidad de cuerdas.

**Capacitación de 27 instructores** en didáctica, pedagogía, educación ambiental y desarrollo personal.

**Formación de 23 Voluntarios de Banco Itaú** en educación ambiental, como parte de los talleres dirigidos a los alumnos de las escuelas de música y la construcción de instrumentos H<sub>2</sub>O.

## Iniciativas de Inclusión

### Aldeas Infantiles SOS

A través de un acuerdo con Aldeas Infantiles SOS, la Fundación Itaú ofreció apoyo a la Aldea SOS de la ciudad de San Ignacio. Esta Aldea, se caracteriza por incluir dentro de sus familias a niños y niñas con discapacidad. El acompañamiento de la Fundación permitió el reacondicionamiento de parte de las instalaciones de la Aldea, volviendo accesibles la infraestructura de determinados espacios.

En otras tareas de mantenimiento de infraestructura estuvieron involucrados los Voluntarios del Banco, de la Sucursal San Ignacio. Ver detalles en Sección “Red de Voluntarios”.

### Fundación Arranco

Con el proyecto “Fortalecimiento de la Capacidad Docente e Inclusión Social y Educativa” la Fundación Arranco, busca insertar a niños con discapacidad intelectual dentro del sistema formal de educación. El proyecto, que cuenta con el apoyo de la Fundación Itaú, trabaja en el desarrollo de 10 profesores acompañantes, formados en psicología y la inserción de 10 niños de escasos recursos al sistema formal. Este trabajo incluye la sensibilización de autoridades, maestros y estudiantes de 4 colegios y comunidades educativas.

Igualmente trabajan en la creación de un Centro de Documentación e Investigación y el equipamiento de una sala multimedia para estímulo sensorial.

## Red de Voluntarios Itaú Unibanco

Ya en años anteriores, a través de las experiencias que hemos tenido con programas de voluntariado corporativo como Ciudadano Digital, Itaú Oipytyvo Pyporé y las Comilonas y Maratones de Teletón, hemos tomado cuenta de que la fuerza del trabajo de nuestros voluntarios nos permite involucrarnos aún más con las organizaciones con las que nos aliamos en el desarrollo de proyectos.

Con la intención de potenciar este impacto y de aumentar la posibilidad de mejorar las condiciones y las oportunidades de los beneficiarios de los proyectos que citamos en las secciones anteriores, en abril de 2014, hemos desarrollado 7 programas de voluntariado a partir del lanzamiento de la Red de Voluntarios Itaú Unibanco en Paraguay.

Voluntarios Itaú Unibanco es una plataforma que permite a los colaboradores participar de programas sistematizados de acuerdo a su disponibilidad de tiempo y a la sensibilidad que tengan con determinados asuntos y problemáticas que acontecen en el país. Es un espacio que pretende convertirse en una oportunidad de formación en valores de liderazgo y cooperación a través de experiencias y generación de vínculos con diferentes actores.

En 2014, los programas ofrecidos fueron: (i) Levanta tu Escuela, (ii) Entrenadores para la Vida en la Empresa, (iii) Impulsando Bibliotecas, (iv) Asesores de la Compañía, (v) Sonidos del Agua, (vi) Juego del Uso Consciente del Dinero y (vii) OGA.

Se registraron 195 colaboradores, que pasaron a formar parte de la Red Voluntarios, los cuales trabajaron activamente en uno o más de los programas disponibles.

Una breve descripción y los principales resultados de los 7 programas son compartidos a continuación:

### Levanta tu Escuela

Este programa es una iniciativa de la organización “Juntos por la Educación”. Su objetivo es generar acciones que apunten al desarrollo educativo a través de mejoras en la infraestructura de instituciones de formación. Durante 2014 trabajaron como voluntarios de este programa 77 colaboradores, alcanzando un total de 612 horas de trabajo. Este voluntariado fue desarrollado en 3 instituciones educativas con diferentes adecuaciones:



- **Escuelas Fe y Alegría**

Como consecuencia de las inundaciones que afectaron a las zonas del Bañado Sur, las escuelas de Fe y Alegría: San Cayetano, San Blas y Virgen de Luján, fueron reubicadas en las instalaciones de la Parroquia San Pedro y San Pablo (B° Republicano). Con el trabajo de 60 voluntarios se realizaron trabajos de limpieza, pintura y acondicionamiento de las aulas montadas provisoriamente para que los alumnos pudiesen continuar con las clases y no afectar su año lectivo.

- **Escuela Básica N°4.739 “Don Federico Llamosas”**

En conjunto con la Fundación Dequení, 11 voluntarios de la sucursal del Banco en Caaguazú trabajaron en esta escuela; realizaron la construcción de un vallado perimetral y la instalación de un Parque Ecológico a partir de materiales reciclados de la propia institución. Con las mejoras fueron beneficiados 200 alumnos que hacen uso del espacio.

- **Aldeas SOS San Ignacio**

Seis voluntarios del Banco de la sucursal de San Ignacio llegaron a la Aldea infantil SOS de la misma ciudad para realizar mejoras en las instalaciones con trabajos de pintura y limpieza de jardines. Esta aldea alberga a 145 niños y niñas.



## Entrenadores para la vida en la Empresa

Este programa tiene la intención de proporcionar herramientas útiles y prácticas relacionadas a la inserción en el mercado laboral a adolescentes que culminan la Educación Media. Este año se incluyó dentro del programa a alumnos del último año de la media del Colegio San Cayetano del Bañado Sur, como parte de la alianza establecida con la Fundación Jesuitas.

A partir de contenidos desarrollados por la Fundación Itaú, el programa consistió en encuentros con los alumnos en los que a partir de una presentación, recibieron recomendaciones y ejemplos sobre cómo redactar adecuadamente un currículum, cómo prepararse para la primera entrevista de trabajo y consejos sobre búsqueda del primer empleo. Estas aplicaciones fueron dirigidas por 8 voluntarios de la red y en esta primera experiencia fueron beneficiados 65 alumnos.

## Impulsando Bibliotecas

Como parte de los emprendimientos de voluntariado coordinados en conjunto con “Juntos por la Educación”, este programa consiste en la preparación de kits de libros de textos para ser entregados en las escuelas y su posterior instalación en las bibliotecas de las mismas.

Acompañaron este programa 23 voluntarios, con una dedicación de 84 horas. Se entregaron 4.765 libros, distribuidos en 13 escuelas de 8 localidades del país, las que albergan a un total de 3.306 alumnos.

### Asesores de la Compañía

A través del involucramiento de 12 voluntarios de la Red, se llevó adelante el programa “La Compañía” (impulsado por la Junior Achievement/Fundación Paraguaya) con estudiantes del Colegio San Cayetano, de la Red Fe y Alegría.

Este modelo hace que los alumnos vivan la experiencia de crear una empresa, desde la concepción de la idea de negocio y la capitalización de la empresa hasta el cierre contable auditado formalmente, tal como es en el mundo real, pero en un lapso de 15 semanas.

Los voluntarios del Banco asumieron el papel de asesores, que consistía en acompañar a las compañías creadas monitoreando los avances y aportando su visión y experiencias laborales. Todos ellos recibieron entrenamientos previos de la Junior Achievement. Uno de los voluntarios fue premiado por su compromiso al ser elegido como “Asesor Destacado 2014”.

Se establecieron 3 compañías, con la participación de 52 alumnos, las cuales desarrollaron insumos de limpieza y artículos a partir de la reutilización de materiales varios.



### OGA

Esta es una nueva área de acción de la Fundación Teletón, que consiste en la construcción e instalación de adecuaciones de infraestructura en las casas de sus usuarios para lograr que los espacios se vuelvan más accesibles y así facilitar las actividades del día a día. Los voluntarios del Banco tienen en este programa otra forma de contribuir a la causa de Teletón durante el año, más allá de las actividades específicas de la organización que ya son conocidas: comilona y maratón de recaudación.

De esta forma durante 5 horas participan de un taller en el que construyen barras de apoyo, sillas para el momento del baño y son instruidos en la construcción de rampas de cemento para luego ir hasta las casas de los usuarios para instalarlas y dar recomendaciones de uso a los usuarios y familiares. El acercamiento que se genera al visitar los hogares mejora el entendimiento de nuestros voluntarios sobre la discapacidad, quienes al término de la aplicación comparten un ejercicio de reflexión sobre la experiencia que se vivió, las dificultades, los aprendizajes y los cambios que se generaron a partir de la participación en la actividad.

En 2014, fueron 20 los usuarios de Teletón beneficiados por aplicaciones OGA Itaú, a partir del trabajo de 60 voluntarios del Banco.

### Sonidos del Agua

Para el desarrollo de la formación en educación ambiental (uso consciente del agua, buenas prácticas ambientales y creación de conciencia en las comunidades) el programa contó con la cooperación de 23 Voluntarios de la Red, que previamente recibieron entrenamientos sobre temas ambientales y específicamente sobre el cuidado y valor del agua. Las capacitaciones estuvieron a cargo de facilitadores de la Fundación Tierranuestra.

Los voluntarios se desplazaron a localidades como Guarambaré, Encarnación, San Pedro del Paraná y otras más invirtiendo 136 horas de trabajo en los talleres de educación ambiental y ludería. En el primer año del proyecto se llegó a 13 localidades, alcanzando en forma directa a más de 600 niños, niñas y jóvenes.

### Juego del **Uso Consciente del Dinero**

El piloto desarrollado en 2013, fue puesto en marcha oficialmente en 2014. El programa consiste en una dinámica que tiene como base un tablero lúdico, denominado “Juego del Uso Consciente del Dinero”.



En 2014 la aplicación del Juego del Uso Consciente del Dinero fue acompañada del programa de Fundación Paraguaya “El Negocio de Mi Dinero Kids” y estuvo dirigida a alumnos y alumnas de sexto grado y del Tercer Ciclo de la Educación Básica de Colegios de Asunción y del Departamento Central. “El Negocio de Mi Dinero Kids” está orientado a desarrollar habilidades financieras con contenidos sobre economía y empresas y acompaña al modelo tradicional de enseñanza al abordar temas relacionados con los programas del Ministerio de Educación y Cultura como: Matemáticas, Castellano, Ciencias Sociales y Naturales.

En los colegios, cada aplicación consistía en 3 encuentros que culminaban con el “Juego del Uso Consciente del Dinero” en el que los alumnos recibieron formación en planificación financiera y fueron sensibilizados acerca de cómo comprar, gastar e invertir mejor. En el juego, cada uno de los participantes asume un rol y se enfrentan a decisiones que debe tomar una familia en el día a día para lograr objetivos y alcanzar un plan de vida.

Fueron realizadas 12 jornadas, de las que participaron 87 alumnos dirigidos por 61 voluntarios Itaú y por representantes de la Fundación Paraguaya.

### **Evaluaciones**

Como cierre de las actividades del año, se invitó a las organizaciones aliadas a contestar la encuesta “Evaluación Voluntarios Itaú Unibanco”. La misma tuvo la intención de recibir una devolución sobre la participación de los voluntarios en los programas.

Siete de ocho organizaciones contestaron la evaluación y el 100% mencionó estar muy satisfecho o satisfecho con las actividades de los voluntarios del Banco.

## Itaú, el Banco de Teletón

Como Banco de la Fundación Teletón, nuestra principal contribución consiste en asegurar que los aportes de la ciudadanía, a partir de sus principales eventos de recaudación (Maratón y Comilona), sean correctamente recibidos y tratados para garantizar la disponibilidad de los fondos que permiten el sostenimiento de los Centros de Rehabilitación Integral Teletón (CRIT).

Esta responsabilidad representa para la empresa procesos y tareas que deben ser realizados y en ellos se encuentran involucradas áreas del banco a lo largo del año y el trabajo de cientos de voluntarios que asumen diferentes funciones en estos grandes eventos.

### Comilona

Este evento se ha convertido en la convocatoria ciudadana más importante de solidaridad y gastronomía en nuestro país. En 2014, más de 40.000 personas participaron de este encuentro y realizaron sus contribuciones para la Fundación. El papel del banco en este evento, consistió en el trabajo de 130 voluntarios quienes trabajaron como cajeros oficiales en la venta de tickets y orientadores en las filas de las cajas proporcionando informaciones sobre comidas disponibles, precios y lugares.

### Maratón

Consiste en 28 horas en las que se encuentran habilitados puntos y canales de recaudación en todo el país para recibir donaciones del público en general. Por parte del banco, en 2014 fueron habilitadas 27 sucursales, 17 cajas auxiliares en localidades del interior en las que no se cuenta con sucursales Itaú y todos los Puestos Itaú Express ubicados en supermercados. Además, estuvieron disponibles todos nuestros servicios 24 horas para recibir donaciones; cajeros automáticos, servicios de internet y el Servicio de Atención al Cliente Telefónico. Todos estos puestos, en diferentes horarios y funciones fueron cubiertos por 911 voluntarios del banco quienes trabajaron en la Maratón 2014.

Además de los costos de logística, difusión, materiales y mantenimiento de voluntarios que representaron estos eventos (Gs. 1.710.907.211) fueron donados por el banco y colaboradores Gs. 1.250.000.000.

La recaudación total que logró la Fundación en este año, en este evento, fue de Gs. 13.085.286.036 que serán utilizados para el mantenimiento y ampliación de los servicios ofrecidos a los usuarios de los CRIT de Asunción, Paraguari y Cnel. Oviedo.

**6 canales para donar habilitados por Itaú**

**380 puntos de recaudación**

**28 horas de maratón**

**911 voluntarios**

**35 proveedores involucrados**

## Resumen Acciones **Voluntarios Itaú Unibanco**

Acción	Voluntarios	Horas de trabajo	Cantidad de beneficiarios	Localidades Beneficiadas	Organización Aliada
<b>Sonidos del Agua</b>	23	136	602	Marquetalia, San Lorenzo, Guarambaré, Hohenao, Encarnación, Coronel Bogado, San Pedro del Paraná, Ypacaraí, Ñemby, Villa Elisa, Concepción, Itá y Capiatá.	Fundación Tierranuestra
<b>Juego del Uso Consciente del Dinero</b>	26	146	87	Asunción, Capiatá, Nueva Italia, Ñemby, San Lorenzo, Villa Elisa y Ypané.	Fundación Paraguaya
<b>Asesores de La Compañía</b>	12	312	52	Asunción.	Fundación Paraguaya
<b>Entrenadores para la Vida en la Empresa</b>	8	24	65	Areguá, San Lorenzo y Asunción.	Fundación Jesuitas
<b>Impulsando Bibliotecas</b>	23	84	3306	Villa Elisa, San Antonio, Ñemby, Itá, Capiatá, Luque, Bañado Sur, San Cristóbal.	Juntos Por la Educación
<b>OGA</b>	60	660	20	Asunción, Fdo. de la Mora, Ñemby, Limpio, San Lorenzo, Paraguari, Luque, Lambaré y Villa Elisa	Fundación Teletón
<b>Levanta Tu Escuela</b>	77	355	1.427	Asunción, Caaguazú, San Ignacio	Fundación Jesuitas, Fundación Dequení y Aldeas SOS del Paraguay
<b>Comilona Teletón</b>	130	392		Luque	
<b>Maratón Teletón</b>	911	9.190	1.450	Fernando de la Mora, Limpio, San Lorenzo, Areguá, Pilar, San Bernardino, Itacurubí, San José de los Arroyos, Tobatí, Caacupé, Caazapá, Pdte. Franco, Cnel. Oviedo, Paraguari, Yaguarón (Localidades en donde voluntarios realizaron actividades)	Fundación Teletón

## Educación Financiera

Como eje dentro de nuestra estrategia de sustentabilidad, nos interesa promover el uso consciente de los recursos financieros. Esta intención está orientada a mejorar las condiciones en las que nuestros clientes y la sociedad en general utilizan su dinero.

Queremos brindar herramientas que permitan a las personas hacer elecciones acertadas para el momento de vida que les toca vivir y a partir de esto promover cambios de hábito que permitan consumir más ordenadamente. Para esto acercamos contenidos sobre Educación Financiera desde diferentes medios que contribuyan a esta reflexión y a tomar mejores decisiones.

### Sitio **Uso Consciente del Dinero**

En noviembre de 2014, hemos lanzado el sitio "Uso Consciente del Dinero" a través del sitio web del banco, creando un espacio para compartir informaciones exclusivas con relación al dinero. En este sitio, el principal contenido que hemos incluido son las Guías de Uso Consciente del Dinero. Cada una desarrolla un tema en particular:

- "Usa bien tu dinero": ofrece orientaciones generales sobre finanzas personales
- "Salir del Rojo": propone orientaciones y ejercicios útiles para sortear situaciones en que los gastos exceden a los ingresos.
- "Consumir y ahorrar": trata sobre formas de consumir, los beneficios del ahorro y cómo encontrar el equilibrio entre guardar dinero y gastarlo para lo que necesitamos.
- "Familia y Dinero": proporciona contenido sobre la importancia del involucramiento de todos los integrantes de la familia en el establecimiento de prioridades y de metas y

como puede abordarse el tema del dinero en diferentes edades de los niños.

Además de las guías también puede encontrarse en este espacio un Simulador de Presupuesto que permite registrar ingresos y gastos y se ofrecen observaciones y recomendaciones dependiendo del estado del presupuesto, sea este equilibrado, con necesidad de ajustar gastos o con oportunidades de ahorro e inversión.

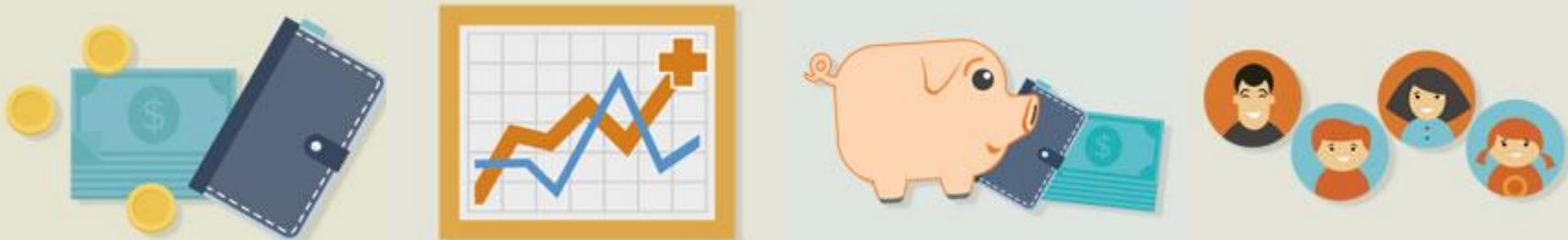
Por otro lado el Test de Consumo, con preguntas simples que se van respondiendo provoca una reflexión sobre la forma de consumir y arroja una observación al final del cuestionario, con base a las respuestas, que recomienda una acción.

### Redes Sociales

Los perfiles de redes sociales del Banco, nos permiten a lo largo del año, promover buenas prácticas y ofrecer orientaciones constantemente al relacionar los contenidos con épocas del año y momentos de vida para lograr que nuestras propuestas sean útiles para las personas.

### Radio y TV

Elegimos utilizar medios masivos para ofrecer estos conceptos. Así, las cápsulas radiales "Hablando de Dinero" en dos emisoras del país, preparadas en conjunto con la Econ. Gloria Ayala Person y el programa de TV "Hablando de Dinero" también conducido por la economista nos permiten acercar estas orientaciones a miles de personas. Las cápsulas son transmitidas de lunes a viernes durante todo el año y el programa es emitido una vez una a la semana en un canal de cable.



## Deporte

Otra causa que impulsamos como banco es el Deporte, pues estamos convencidos de los beneficios y del impacto que tiene en la formación de las personas y en la sociedad el entrenamiento de disciplinas deportivas.

### Tennis

Fuimos Sponsor Oficial de la Asociación Paraguaya de Tennis (APT) por lo que acompañamos circuitos como el Circuito Profesional Masculino, el Circuito Junior, el Circuito Nacional Niv-Sen, la 4ª Edición de la Serie de Torneos Profesionales ITF Women y la 34ª Edición del Campeonato Internacional Junior Asunción Bowl Itaú. Este año se llevó a cabo la iniciativa "Tennis de todos", que consiste en un programa para promover la práctica de este deporte en niños. De la mano de grandes figuras del tennis nacional, el programa recorrió varias localidades del país.

### Comité Olímpico del Paraguay

Además de nuestra relación como Sponsor Global del Comité participamos de las Corridas Olímpicas realizada en Asunción, Ciudad del Este y Encarnación y de los Juegos Regionales de Olimpiadas Especiales.

### Atletismo

Fuimos Sponsor Global de la Federación Paraguaya de Atletismo. Participamos del Campeonato Nacional de Cross Country del que resultaron ganadores que representaron al país en el campeonato Sudamericano.

### Eventos Internacionales

Apoyamos la participación de representantes paraguayos en la Tercera Edición de Juegos Sudamericanos de Playa realizado en Venezuela en el mes de mayo, en los Juegos Olímpicos de la Juventud llevados a cabo en China en agosto, en el Campeonato Ibero Americano de Atletismo y en el Sudamericano de Cross Country.

## Otras Iniciativas

### Programa Interno de Pasantías Universitarias

Este programa ofrece espacios de desarrollo laboral para estudiantes universitarios a través de convenios con universidades del país. La experiencia representa en muchas ocasiones el primer contacto que tiene el joven con el mercado laboral. Los postulantes a las vacancias anuales participan de procesos de entrevistas y evaluaciones. Una vez que son confirmados y asignados a áreas desarrollan funciones específicas y tienen la oportunidad de ser entrenados en un ambiente corporativo con la posibilidad de ser contratados como colaboradores estables en la misma área o en otras dependencias del banco. En 2014, fueron contratados 72 pasantes universitarios.

### Campañas en Redes Sociales

Desde nuestras redes sociales hemos ofrecido diferentes contenidos y campañas relacionados con educación financiera, seguridad, sustentabilidad y cultura. Algunas de las campañas más destacadas en 2014 fueron:

**Atardecer en Paraguay** fue un concurso de fotografías de atardeceres en nuestro país. Las fotos debían ser tomadas con teléfonos celulares. La convocatoria estuvo abierta para todo público y participaron del concurso más de 3.000 piezas.

**Descubrí un libro** consistió en un sitio que se habilitó para conmemorar el Día del Libro. El espacio permitía descargar gratuitamente novelas y cuentos clásicos. Fueron descargados 7.418 libros digitales. La intención de la campaña era recuperar y promover el hábito de la lectura.

**Para #papáconamor** fue una acción desarrollada por el Día del Padre. Cuatro ilustradores realizaron tarjetas digitales con mensajes y dibujos personalizados en tiempo real para nuestros fans y seguidores, que compartieron experiencias vividas con sus padres.

**Proyectarse #hacebien:** Al finalizar el 2014, fue creada una web app para ayudar a las personas a pensar y organizar metas personales para 2015, con la posibilidad de generar recordatorios vía mail. Se tuvo 7.293 visitas al sitio y 1117 metas cargadas.

## Apoyos

**Damnificados por inundaciones:** Hemos colaborado en coordinación con Plan Paraguay, la Secretaría de Emergencia Nacional y el Banco de Alimentos con donaciones de víveres e infraestructura para asistir a barrios afectados por la crecida de los cauces del Río Paraguay.

**Pa'i Pukú:** Apoyamos y participamos de la Cena "La Noche de los Notables" de la Fundación Pa'i Puku. Esta cena es un importante evento que ofrece la Fundación para visibilizar las acciones que se hacen en pos del Centro de Formación Pa'i Puku a la vez de ser una forma de recaudar fondos para sostenerlo.

Además hemos apoyado iniciativas y actividades de la Casa Cuna, de la Cruz Roja del Paraguay, de Global Infancia, de la Red de Ciudades Sustentables, de la Fundación Santa Lucía, de la Fundación Divino Niño Jesús, de la Fundación Renal del Paraguay, de Escuelas de Colonias Unidas y Concepción, del Arzobispado de Asunción, de la Asociación de Artesanos de Encarnación, de la Asociación de Floricultores de Yaguarón, de la Asociación de Veteranos del Chaco, de la Compañía de Bomberos Voluntarios del Paraguay, de la Feria Paraguay Brasil y otras organizaciones.

## Alianzas y apoyos con organizaciones por frente

### Educación Integral y Formación

- Centro Cultural del Lago
- Espacio de Arte Itaú Arlequín
- Centro Cultural de la Ciudad "Carlos Colombino"/Manzana de la Rivera
- Fundación Tierranuestra
- Fundación El Cántaro
- UNICEF
- Fundación Dequení
- Fe y Alegría
- Aldeas Infantiles SOS
- Fundación Arranco
- Asociación Juntos por la Educación
- Junior Achievement
- Fundación Pa'i Puku
- Fundación Comunitaria CIRD
- Fundación Ramon T. Cartes

### Inclusión

- Aldeas Infantiles SOS
- Fundación Arranco
- Fundación Teletón
- Comité Olímpico del Paraguay

### Promoción de Arte y Cultura

- Museo del Hospital de Clínicas
- Fundación Migliorisi
- Centro de Artes Visuales/Museo del Barro
- Centro Cultural del Lago
- Espacio de Arte Itaú Arlequín
- Centro Cultural de la Ciudad "Carlos Colombino"/Manzana de la Rivera
- Sociedad Filarmónica de Asunción
- Fundación Tierranuestra
- Fundación El Cántaro

### Medioambiente

- PC Mochila
- Fundación Tierranuestra
- Mesa de Finanzas Sostenibles
- Red Paraguaya de Ciudades Sustentables

### Liderazgo y Emprendedurismo

- Fundación Tierranuestra
- Fundación El Cántaro
- Junior Achievement
- Fundación Comunitaria CIRD
- KOGA S.A. para Gramo

### Salud

- Museo del Hospital de Clínicas
- Fundación Teletón
- Cruz Roja Paraguaya

### Niñez y Adolescencia

- UNICEF
- Fundación Dequení
- Fe y Alegría
- Aldeas Infantiles SOS
- Fundación Arranco
- Asociación Juntos por la Educación
- Junior Achievement
- Fundación Teletón
- Fundación Pa'i Puku
- Global Infancia
- Fundación Casa Cuna
- Fundación Ramon T. Cartes

### Deporte

- Comité Olímpico del Paraguay
- Asociación Paraguaya de Tenis
- Federación Paraguaya de Atletismo

### Promoción de la Gestión Sustentable

- Fundación Tierranuestra
- Red Paraguaya de Ciudades Sustentables
- Fundación Comunitaria CIRD
- Red del Pacto Global Paraguay
- Asociación de Empresarios Cristianos

# Proveedores

En su búsqueda por fortalecer los vínculos con este grupo de interés clave, en Itaú, año a año se van incorporando acciones e iniciativas que tienen la intención de incidir en mejores prácticas y propiciar un intercambio que beneficie a ambas partes en su gestión.

Al respecto, seguidamente son presentados de forma resumida los procedimientos y proyectos vigentes durante el año 2014 en relación al vínculo con proveedores.

## Políticas de Relacionamento con Proveedores

### Política de Evaluación de Proveedores del Banco

Esta declaración institucional define los lineamientos que orientan las características de la relación con las empresas que proporcionan bienes y servicios para la operación del banco. La misma incluye directrices sobre el proceso de contratación, homologación y evaluación. Además, permite clasificarlos de acuerdo al riesgo que representa para el Banco el mantenimiento de relaciones comerciales.

La Política determina 3 tipos de Proveedores:

**Proveedor Estratégico:** Está definido como aquel que provee bienes o servicios indispensables para el adecuado funcionamiento de la empresa y posee riesgo extremo, según el tipo y rubro del servicio. La relación con estos prestadores se realiza bajo régimen contractual.

**Proveedor Recurrente:** Son aquellos prestadores de relación más frecuente y que poseen un cierto nivel de facturación.

**Proveedor Eventual:** Son personas físicas o jurídicas que proporcionan bienes y servicios ante necesidades eventuales del Banco.

Cada uno de estos Proveedores, según el tipo de servicios que ofrece, puede ser clasificado como de riesgo extremo, alto, medio o bajo. Esta clasificación está definida en el documento "Riesgos por ramo de Actividad", que se integra a una de las partes anexas de la Política.

La Política define también responsabilidades internas, entre el área de Compras y las áreas usuarias, en el establecimiento y el desarrollo de vínculos con empresas proveedoras. Asimismo, establece directrices para evitar conflictos de interés en caso de que el proveedor esté vinculado a algún colaborador o a una persona que anteriormente ha formado parte del Banco.

## Política de Compras

Con esta política son definidas las orientaciones y medidas que buscan asegurar que los procesos de compras de bienes y servicios sean conducidos con formalidad, integridad, confidencialidad, transparencia e imparcialidad en concordancia con el “Código de Ética y Conducta Profesional” y la “Política de Obsequios Personales o Empresariales”.

## Proceso de Homologación de Proveedores

La compra de bienes y contratación de servicios se lleva a cabo a partir de concursos de precios, dirigidos de acuerdo a las indicaciones de la Política de Compras del Banco. Las empresas concursantes (ya proveedores o empresas referidas no proveedoras) son invitadas a presentar sus propuestas a partir de las especificaciones de la compra, establecidas entre el área de Compras y el área usuaria del servicio o bien.

Para participar de los concursos, el potencial Proveedor debe pasar por el proceso de homologación administrativa -si aún no lo ha hecho- o debe tenerla vigente al momento del llamado. La validez de los resultados de la homologación administrativa varía según la clasificación de riesgo que se le ha asignado.

El proceso de homologación administrativa es realizado por el área de Compras y por el área solicitante del servicio, según el valor monetario del producto o servicio. Cuando se tratan de montos superiores a Gs. 5.000.000 (sin impuestos), el área de Compras lleva a cabo una homologación administrativa, la cual requiere del potencial Proveedor:

- El llenado del formulario de Registro de Proveedores;
- La confirmación de adherencia al Código de Ética para Proveedores; y
- La entrega del Certificado de Cumplimiento Tributario actualizado.

A su vez, el Banco verifica que:

- El potencial proveedor no se encuentre en el listado de impedidos en el catastro del Banco
- Las personas físicas vinculadas legalmente a la empresa no cuenten con antecedentes penales ni de lavado de dinero y otros hechos disponibles en medios digitales.

Cuando los procesos no superan los Gs. 5.000.000, son las áreas usuarias las que deben realizar el proceso de homologación administrativa pero en una versión abreviada, que consiste en cotejar la información en el formulario de Registro de Proveedores, la adherencia al Código de Ética y la verificación de lista de impedidos.

Las empresas aspirantes a procesos de compras para los que se hayan encontrado irregularidades, que no pueden ser subsanadas, son excluidas de dichos concursos.

Además de la homologación administrativa, y de acuerdo a la necesidad y criticidad del tipo de servicio ofrecido por los proveedores, estos pueden ser sometidos a una homologación de tipo técnico, que incluye verificaciones sobre la capacidad técnica, prácticas laborales, derechos humanos, certificaciones de calidad, infraestructura, recursos técnicos y operacionales, reclamos de clientes y otros. Esta homologación técnica es realizada en conjunto entre las áreas usuarias y el área de compras a partir de visitas in situ en las empresas. Durante la visita es utilizado como guía un Formulario de Homologación Técnica, que lista los atributos que deben ser atendidos y puntuados.

### Código de Ética

El Código de Ética de Proveedores fue creado con el fin de presentar las principales directrices de gestión que el Banco aplica en sus operaciones y que se esperan sean adoptadas por las empresas cuando se convierten en proveedoras de Itaú. Incluye asuntos relacionados a ética, seguridad de la información y delineamientos sobre gestión de sustentabilidad. Los proveedores del banco están obligados a adherirse a las instrucciones de este documento para poder establecer relaciones comerciales con el mismo.

## Diálogo con Proveedores

Como resultado fundamentalmente del proceso de homologación, la fase técnica hace posible un acercamiento con el Proveedor en el que se genera un espacio de diálogo, que favorece resultados para ambas partes. Para el proveedor, es una oportunidad para plantear sugerencias y soluciones en las prestaciones, reflexionar sobre el relacionamiento con el Banco y exponer inquietudes, recomendaciones y quejas. Para el Banco, estos encuentros son productivos por las informaciones y evidencias que pueden relevarse para validar que las operaciones del proveedor se encuentren alineadas a sus principios de performance sustentable.

Los proveedores internacionales que ya fueron homologados por Casa Matriz (Brasil) no requieren proceso de homologación local.

Para finales del año la cantidad de proveedores ascendía a 1.356 potenciales y efectivos, homologados administrativamente. En 2014 fueron realizados 545 procesos de compras.

## Gestión de Proveedores

Cantidad	Año 2012	Año 2013	Año 2014
<b>Proveedores Activos</b>	913	910	991
<b>Proveedores Homologados</b>	964	1.224	1.356
<b>Valores en de pagos en Gs.</b>	336.569.236.591	312.028.045.273	315.892.869.402

Tipo de Riesgo	Porcentaje
<b>Riesgo Extremo</b>	3%
<b>Riesgo Alto</b>	20%
<b>Riesgo Medio</b>	12%
<b>Riesgo Bajo</b>	65%

Distribución Porcentual de Proveedores, según la clasificación de riesgo,

## Formación de Proveedores

### Programa de Gestión de Calidad

En conjunto con el Centro de Información y Recursos para el Desarrollo (CIRD) fue ofrecido el Programa de Gestión de Calidad del SEBRAE a un grupo de Proveedores del Banco, que fue seleccionado por el tipo de servicio prestado.

Al respecto, participaron cuatro proveedores de diferentes rubros: servicios de correspondencia, infraestructura física y servicios informáticos. El Programa estuvo compuesto de 5

módulos: Fundamentos de la Excelencia, 5S para Pymes, Asociaciones Eficaces, Procesos y Visión Estratégica. A lo largo de estos módulos las empresas pudieron desarrollar y revisar: procesos, visión y misión de la empresa, dinámicas de integración, reestructuraciones de infraestructura, iniciativas de responsabilidad social internas e indicadores de medición, entre otras cuestiones. El entrenamiento se extendió por 8 meses e incluyó 96 horas de formación en clase y 26 horas de acompañamiento en consultoría.

**Seguridad de la Información**

Con la intención de transmitir a los proveedores maneras efectivas y confiables para administrar información, se llevó a cabo una conferencia sobre “Seguridad de la Información”, de la que participaron 33 proveedores estratégicos (70 representantes). El entrenamiento tuvo una carga horaria de 3 horas y fue conducido por el Gerente Regional de Seguridad de la Información del Holding.

**Canales de Denuncia**

Así como están disponibles medios para que colaboradores y clientes expongan situaciones de irregularidad en el comportamiento, también existen canales habilitados para el caso de los proveedores. Estos son: (i) el correo electrónico: [hablemos@terra.com](mailto:hablemos@terra.com) y (ii) la casilla de correo: N° 391 a nombre de Banco Itaú Paraguay S.A.

En 2014, se recibieron, a través de estos canales, 2 casos de denuncia. Los mismos fueron gestionados y resueltos en el año en cuestión.

# Gobierno y Sociedad

La lucha contra la corrupción, la construcción de ciudadanía, la participación en proyectos sociales gubernamentales, son algunas de las áreas de acción en las que Itaú se involucra o que promueve como parte de su compromiso en las sociedades en las que opera.

Por medio de alianzas estratégicas con organizaciones sectoriales e intersectoriales, son implementadas, en formato de programas y proyectos, las iniciativas que son seleccionadas en el marco de la Visión y principios del Banco.

## Pacto Global de las Naciones Unidas

Desde la adhesión del Banco a la Red Local del Pacto Global de las Naciones Unidas, en abril de 2013, las acciones emprendidas contribuyen al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Al respecto, este Relatorio responde al requerimiento de comunicar el progreso alcanzado para cada uno de los Principios, con las actividades desarrolladas durante 2014. La primera comunicación fue publicada en abril de 2014 y contenía información de la gestión del año 2013.

En 2014, el Banco fue electo para integrar la Junta Directiva de la Red Local del Pacto Global, asumiendo su representante (la Gerente de Sustentabilidad) el cargo de Síndico. Asimismo, este año se continuó participando activamente en la Mesa Temática de Medioambiente (ver información en el apartado Compromiso con el Medioambiente).

La generación de espacios, a partir de este acuerdo mundial de ciudadanía corporativa, favorece la oportunidad de compartir con empresas del mismo rubro -y de otros sectores- intereses similares que conducen a potenciar las capacidades de cada uno, con miras a un crecimiento y un desarrollo más sostenibles del país.

## Principios del Pacto Global

### Derechos Humanos

**Principio 1.** Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados internacionalmente.

**Principio 2.** Evitar verse involucradas en abusos de los Derechos Humanos.

### Derechos Laborales

**Principio 3.** Apoyar la libertad de asociación y sindical y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

**Principio 4.** Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso u obligatorio.

**Principio 5.** Apoyar la abolición del trabajo infantil.

**Principio 6.** Apoyar la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

### Medioambiente

**Principio 7.** Apoyar la aplicación de un enfoque preventivo frente a los retos ambientales.

**Principio 8.** Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

**Principio 9.** Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente.

### Anticorrupción

**Principio 10.** Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas el soborno y la extorsión.

## Primer Seminario Regional de Responsabilidad Social Empresarial

Participamos el Primer Seminario Regional de Responsabilidad Social Empresarial organizado por la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC). El encuentro, bajo la premisa “Construyendo Sustentabilidad” tuvo lugar en la ciudad de Encarnación y del mismo participaron organizaciones locales e internacionales ofreciendo contenido sobre formas de gestión, administración de riesgos, prácticas e identificación de oportunidades que permitan acercar al interior del país a las tendencias locales y globales que se están desarrollando entorno a una gestión de sustentabilidad en los negocios. Itaú Paraguay tuvo a su cargo un espacio de panel en el que presentó su estrategia integral de sustentabilidad y profundizó iniciativas y programas de Educación Financiera como uno de los frentes más importantes a ser atendidos como empresa de productos y servicios financieros.

## Competencia Interuniversitaria de Juicios Orales de la Corte Suprema de Justicia

En 2014, apoyamos la Competencia Interuniversitaria de Juicios Orales con énfasis en Derechos Humanos organizada por la Dirección de Derechos Humanos de la Corte Suprema de Justicia, el Centro de Estudios Judiciales y el Instituto Interamericano de Derechos Humanos. La competencia tiene por objetivo principal contribuir con la formación de futuros profesionales en materia de Derechos Humanos en términos legislativos locales e internacionales para así fortalecer el sistema judicial paraguayo y al mismo tiempo seleccionar al equipo que representa al país en la competencia internacional “Moot Court” que se desarrolla todos los años en la ciudad de Washington, E.E.U.U., en la que se reúnen estudiantes de todo el mundo.

En una primera etapa estudiantes de facultades de la carrera de Derecho del país conforman grupos y participan de una competencia local en la que van avanzando en etapas en las que se realizan simulacros de defensas de juicios orales de casos hipotéticos relacionados a derechos humanos. Luego es seleccionado el equipo vencedor por Paraguay quien es entrenado para las defensas en el estadio internacional. En mayo, 4 estudiantes representaron al país durante el Moot Court 2014 que se realizó en la American University de la ciudad norteamericana.

## Participación en organizaciones sectoriales

Banco Itaú Paraguay forma parte activa de organizaciones y asociaciones sectoriales, generando espacios y promocionando prácticas que acompañen el día a día de los negocios financieros.

Participa en el Consejo Administrativo y el Directorio de la Asociación de Bancos del Paraguay (ASOBAN); también integra el Consejo Directivo del Instituto de Administración Bancaria (INABANC) y mantiene membresía en el Foro Brasil.

## V Congreso Internacional de Educación Financiera

Paraguay fue el país elegido como sede para la quinta edición del Congreso Latinoamericano de Educación Financiera, de la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN). Siendo la ASOBAN su contraparte local, la misma tuvo a su cargo la coordinación y organización del mismo. Con tal motivo, se conformó un Comité de Coordinación General, integrado por los distintos bancos.

Durante el encuentro, que reunió a unos 200 representantes de entidades sectoriales locales e internacionales, se compartieron proyectos regionales de educación financiera, como una forma de gestión de riesgo y de impacto de las operaciones de instituciones financieras.

Por parte de Itaú, se contó con la presencia de Denise Hills, Superintendente de Sustentabilidad de Itaú Unibanco Holding S.A., quien compartió el modelo y estrategia de educación financiera que sigue el Banco y la evolución que han logrado sobre el tema a lo largo del tiempo en Brasil.

Así también, por parte de Itaú Paraguay, fueron presentadas iniciativas locales, como el Programa Empresas, que conversan con la estrategia de educación financiera del conglomerado como un ejemplo de alineamiento y coherencia.

## Mesas de Diálogo con Grupos de Interés

Con la intención de ensayar acercamientos a grupos de interés de forma sistemática, en el primer semestre de 2014, se desarrolló una serie de encuentros con diferentes grupos de actores que son impactados por la operación del Banco. El objetivo principal de este ejercicio fue comenzar a instalar la práctica de conversaciones con el público, tener nociones sobre su percepción en cuanto a la actuación del Banco en el país, desde el enfoque de la sustentabilidad y conseguir algunas informaciones que permitan incorporar mejoras en la forma de construir los Relatorios y los canales disponibles para hacer próximo el contenido de este tipo de documentos.

Para estos encuentros fueron convocados representantes de organizaciones aliadas, de organizaciones civiles, clientes de la banca de consumo y la banca corporativa, proveedores y colaboradores de distintas áreas del Banco. Los mismos fueron agrupados en 5 encuentros de 90 minutos cada uno. Para desarrollar la actividad fue utilizada una guía de preguntas que fue presentada a los participantes.

El resultado más relevante de esta primera experiencia se relacionó con la necesidad de que el Banco de a conocer sus proyectos no comerciales con los diferentes públicos, exponer sus focos y estrategias de sustentabilidad. Algunos de los resultados de estos encuentros fueron incluidos como fuentes de información para el proceso de materialidad de este Relatorio.

## Prácticas anticorrupción

Atendiendo las características del negocio de Banco Itaú, los temas que hacen a la lucha contra la corrupción están delimitados en varios documentos institucionales, como los Códigos de Ética (con Colaboradores y Proveedores), y las Políticas Corporativas en las que se hace explícito cada aspecto vinculado y los comportamientos y prácticas que se desalientan y sancionan.

En particular, la Política Corporativa de Combate a la Corrupción, refuerza el compromiso del Holding de cooperar proactivamente con las iniciativas de cada país -y las internacionales- sobre prevención y combate a la corrupción en todas sus formas. Además, establece orientaciones para la concepción, efectividad y mejora continua del programa corporativo destinado al desarrollo y mantenimiento de prácticas de prevención, monitoreo y combate. Igualmente, determina el establecimiento y gerenciamiento de canales de denuncia y la realización de acciones de concienciación y entrenamiento de administradores y colaboradores sobre el tema.

Por otra parte, la Política de Prevención y Combate a Actos Ilícitos consolida los principios y las orientaciones de Itaú Unibanco Holding S.A. para la prevención y combate de lavado de dinero, financiamiento del terrorismo y fraudes, en concordancia con la legislación y reglamentación vigente y con las mejores prácticas de mercado nacionales e internacionales.

Esta Política establece un Programa Corporativo de Prevención de Actos Ilícitos para hacer viable el cumplimiento de sus directrices y está compuesto por los Procesos de Prevención y Combate de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, Procesos de Prevención y Combate de Fraude Interno y el Proceso de Prevención y Combate de Fraude Contable.

A más del Código de Ética, existe una Política Corporativa de Ética, que ofrece directrices complementarias relacionadas a temas como: uso de información, registros y know-how de la empresa, participación de los colaboradores en otras empresas, actividades externas de los colaboradores, relaciones de parentesco y proximidad, relaciones con clientes y proveedores y recibimiento de cortesías, entre otros temas que guardan relación con potenciales situaciones de corrupción.

Dentro de la estructura de Itaú Paraguay, la Dirección de Riesgos, Crédito y Compliance, desde sus Gerencias de Prevención de Lavado de Dinero, Controles Internos y Riesgo Operacional, y Riesgo de Crédito, Mercado y Liquidez, es la encargada de garantizar la internalización de estas políticas y otras más relacionadas a prácticas anticorrupción y de monitorear el cumplimiento de sus delineamientos.

## Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo

El año 2014 no fue la excepción en cuanto a la realización de los entrenamientos internos (en formato presencial y virtual) sobre prevención del lavado de dinero y financiamiento del terrorismo, que en este periodo alcanzaron a 800 colaboradores.

Con esta inversión de recursos económicos y de tiempo el Banco busca asegurarse de que todos sus colaboradores estén en conocimiento de estos conceptos y su puesta en práctica en la ejecución de sus funciones.

En complemento a los entrenamientos, durante 2014 se realizó la actividad denominada “Semana de la Seguridad”, de la que participaron el Comité Ejecutivo, el Comité Gerencial, Supervisores y Coordinadores. Durante esta semana fueron tratadas cuestiones relacionadas a seguridad patrimonial, seguridad de la información, prevención de fraudes y también contenido sobre prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo. Esta importante actividad se llevó a cabo en colaboración con el equipo de la Secretaría de Prevención de Lavado de Dinero o Bienes (SEPRELAD).

## Programa de Pasantías de Colegios

En Diciembre de 2014, fueron incorporados en carácter de Pasantes, 65 estudiantes de colegios de Asunción, Gran Asunción y el interior del país.

Itaú abre sus puertas a esta experiencia, para alumnos de Bachilleratos Técnicos en Administración de Negocios (de acuerdo a exigencias del Ministerio de Educación y Cultura), para posibilitar a los estudiantes una oportunidad de desenvolverse en ambientes reales de trabajo como una primera experiencia dentro del mercado laboral con miras a fortalecer sus habilidades como futuros trabajadores.



## Compromiso Ambiental

**La forma en que consumimos recursos como consecuencia de la operación del banco, el impacto que generan nuestras actividades del día a día en el medioambiente, las oportunidades de innovar en tecnología de infraestructuras, equipos y procesos y la promoción de buenas prácticas en el desarrollo de negocios con nuestros clientes son los principales componentes que caracterizan la gestión de nuestros riesgos socio ambientales.**

### Política de Impacto Socioambiental

En 2014, a partir del establecimiento de un grupo de trabajo conformado por representantes de la gerencia de Compliance y Controles Internos, Sustentabilidad, Modelaje de Políticas de Crédito, Jurídico, Análisis de Créditos Corporativos y áreas de negocio de la Banca Corporativa, se inició la construcción de una Política de Impacto Socioambiental que establecerá los lineamientos para el análisis de la concesión de créditos a empresas, según cuestiones relacionadas al impacto ambiental que puedan generar sus operaciones.

La política prevé una categorización de clientes según el tipo de actividad que realizan y el valor de las operaciones para definir niveles de riesgo, listas de actividades prohibidas en línea con las directrices de Casa Matriz, una lista de actividades restringidas y documentaciones solicitadas. Las definiciones de la política parten de disposiciones legales locales relacionadas a impacto socioambiental y a prácticas del Holding para poder incorporar tendencias regionales y globales.

Para 2015, está prevista la divulgación local de la Política de Impacto Socioambiental para Créditos.

## Emisiones de Gases del Efecto Invernadero

Itaú Unibanco Holding S.A., como signatarios del *Carbon Disclosure Project* (CDP), divulga anualmente sus emisiones de gases causantes del efecto invernadero. El inventario de estos gases es elaborado por Casa Matriz, a través de la metodología del Programa Brasileiro GHG Protocol.

A los efectos de incluir el impacto tanto de las operaciones en Brasil como en los demás países en que funciona Itaú, las unidades externas realizan un relevamiento sobre consumo de diferentes recursos de lo que resultan emisiones de gases del efecto invernadero de forma desagregada.

Para Itaú Paraguay, fueron considerados el consumo de combustibles en vehículos de la flota de la empresa, en vehículos propios de colaboradores para viajes por trabajo, en viajes aéreos, en el transporte interno de correspondencias, en los generadores de electricidad y a partir de un relevamiento sobre la forma de transporte de colaboradores en sus trayectos de ida y vuelta hasta el Banco (*commuting*); también se incluye el impacto de estos traslados. En cuanto a consumo de energía son consideradas todas las sucursales y predios administrativos del Banco.



### Indicador

#### Fuentes Estacionarias

Alcance 1	GJ	kg CO <sub>2</sub>	kg CH <sub>4</sub>	kg N <sub>2</sub> O	kg CO <sub>2</sub> e	tCO <sub>2</sub> e
Consumo de Óleo Diesel	229,36	16.995,66	2,29	0,14	17.094,01	17,09

Alcance 2	GJ	kg CO <sub>2</sub>	kg CH <sub>4</sub>	kg N <sub>2</sub> O	kg CO <sub>2</sub> e	tCO <sub>2</sub> e
Electricidad Comprada	21.519,83	-	-	-	-	-

#### Fuentes Móviles

Alcance 1	GJ	kg CO <sub>2</sub>	kg CH <sub>4</sub>	kg N <sub>2</sub> O	kg CO <sub>2</sub> e	t CO <sub>2</sub> e
Consumo de Gasolina C	1.721,39	96.935,49	40,78	11,38	101.347,28	101,35

Alcance 3	GJ	kg CO <sub>2</sub>	kg CH <sub>4</sub>	kg N <sub>2</sub> O	kg CO <sub>2</sub> e	t CO <sub>2</sub> e
Consumo de Gasolina C	384,00	21.624,08	9,10	2,54	22.608,25	22,61

Viajes Aéreos	kg CO <sub>2</sub>	kg CH <sub>4</sub>	kg N <sub>2</sub> O	kg CO <sub>2</sub> e	t CO <sub>2</sub> e
Internacionales	79.288,67	0,19	2,50	80.039,55	80,04

#### Commuting

Alcance 3	kg CO <sub>2</sub>	kg CH <sub>4</sub>	kg N <sub>2</sub> O	kg CO <sub>2</sub> e	t CO <sub>2</sub> e
Traslado Colaboradores	434.944,75	132,55	44,77	451.600,76	451,60

## Gestión de Residuos

En 2014 se contrató los servicios de la consultora local Gestión Ambiental (GEAM) para iniciar un relevamiento de necesidades de infraestructura e insumos para implementar en la empresa un sistema de gestión de residuos. Fueron evaluados sucursales y predios administrativos y resultó el Edificio España como elegido para iniciar en 2015 un plan piloto.

El proceso implica el retiro de basureros individuales en todas las oficinas del edificio, la disponibilidad de contenedores de separación de residuos de acuerdo al tipo, el retiro de los residuos para su pesaje y gestión de reciclaje, junto con entrenamientos para el proveedor del servicio de limpieza y representantes de diferentes departamentos que funcionan en el predio.

La organización GEAM, ha desarrollado el Proyecto Procicla, vinculado a este servicio, y trabaja en el tratamiento de residuos mediante mano de obra calificada de personas para las que se busca mejorar su calidad de vida a través de mejores condiciones de trabajo y el otorgamiento de beneficios y compensaciones a partir de los ingresos generados desde la comercialización de residuos separados.



## Participaciones en espacios y programas

### Mesa Ambiental del Pacto Global

Dentro del Pacto Global de las Naciones Unidas, se continuó trabajando activamente con la Mesa temática de Medio Ambiente.

Desde esta mesa, en conjunto con las demás organizaciones integrantes, se han destacado dos iniciativas. Por un lado se ha logrado el desarrollo del segundo *workshop* "Las empresas frente al desafío de la Sustentabilidad", en el que se puso foco en las prácticas de gestión interna, como es el manejo de residuos generados en instalaciones de las empresas.

Por otro lado, y en línea con el contenido del *workshop* anterior, se ha desarrollado y divulgado una "Guía de Gestión de Residuos", en la que se dan orientaciones y ejemplos de cómo abordar el impacto de las organizaciones en cuanto a producción de residuos.

### Mesa de Finanzas Sostenibles

Desde 2014, formamos parte de la Mesa de Finanzas Sostenibles, en un sentido de trabajar en conjunto con otras organizaciones del rubro bancario, con organizaciones gubernamentales y organismos internacionales para promover mejores prácticas ambientales, asumir impactos y gestionar riesgos en nuestras operaciones, para que así pueda darse un crecimiento acompañado de un desarrollo que se sostenga en el tiempo.

La Mesa de Finanzas Sostenibles tiene por intención generar conciencia en las empresas del sector sobre la relevancia de la administración de riesgos, la mitigación de los impactos negativos de la operación misma de los integrantes como de las actividades que financia, promover la inversión en negocios que atiendan sus impactos y estimular el diálogo entre partes interesadas para fortalecer el funcionamiento responsable del negocio.

## Expo Sustentable

Como parte de la agenda de la Red por Ciudades Sustentables, que funciona localmente, durante el mes de abril (Mes de la Cultura Sustentable), fue realizada la Primera Edición de la Expo Sustentable de Paraguay. La Expo reunió a varias empresas locales y a expositores internacionales quienes compartieron con el público en general, iniciativas y ejemplos de prácticas y gestión que tienen que ver con un desarrollo consciente de las operaciones de las empresas, la gestión de riesgos y la identificación de oportunidades. Itaú, presentó en esta edición una propuesta relacionada al programa “Sonidos del Agua” en conjunto con la Fundación Tierranuestra, con la intención de generar consciencia sobre el consumo de recursos naturales. Para esto fue ofrecido un espacio de construcción de instrumentos musicales a partir de residuos, dinámicas y consignas relacionadas al cuidado del agua.

## Programa Sonidos del Agua. Orquestas H2O

En 2014 se han iniciado las actividades del Programa “Sonidos del Agua. Orquestas H2O”. El programa surge de la mano de la Fundación Tierranuestra, como respuesta a una necesidad de tomar consciencia acerca de la situación crítica en la que se encuentra la disponibilidad de agua en el mundo y en Paraguay. Además, tiene la intención de ofrecer orientaciones sobre prácticas de buen uso. El programa, desarrolló en 2014, 21 orquestas H2O en diferentes localidades del país próximas a cursos hídricos y en torno a estas conformaciones se desarrollaron talleres de construcción de instrumentos reciclados, encuentros sobre cuidados en el consumo del agua y la importancia de su conservación. (ver más detalles sobre avances y resultados del programa en la sección “Comunidad”).

## Otras prácticas vigentes

En cuanto a tecnologías vigentes en la empresa existen iniciativas que fueron emprendidas en años anteriores pero que aún siguen funcionando y coinciden con las intenciones de reducción en el consumo de recursos o el mantenimiento de los mismos. Un nuevo datacenter, unidades de trabajo bajo plataformas virtuales y servidores virtuales permiten reducir el consumo de energía. El proceso de embozado de tarjetas de crédito en línea, permite ahorrar recursos en términos de papel utilizado y reducir emisiones con la disminución de traslados de vehículos. Cabe mencionar que aún no se cuenta con informaciones precisas de reducción en el consumo de energía o reducción de emisiones relacionadas a estas iniciativas. Además se encuentra vigente la opción de visualizar extractos de tarjetas de crédito y cuentas desde el sitio transaccional del banco en formatos similares a los utilizados en los extractos físicos.

## Generación de Consciencia

**Tips en Redes Sociales:** Por medio de los perfiles de Facebook y Twitter se difunden mensajes que promueven la utilización consciente de los recursos, proporcionando consejos de consumo útiles que permiten racionalizar su uso.

**Bolsas Reutilizables:** Durante el año en determinadas épocas, fueron entregadas bolsas de algodón orgánico como una iniciativa para promover la disminución en el uso de bolsas plásticas. Fueron entregadas 1.600 bolsas confeccionadas con telas de algodón orgánico.



## Desafíos para 2015

Este año seguiremos trabajando alineados por nuestra visión de buscar la satisfacción de los clientes y lograr una performance sustentable, lo cual representa seguir agregando valor a los distintos públicos a través de acciones e iniciativas que promuevan un desarrollo que se sostenga en el tiempo. Nos desafía mantenernos como protagonistas en la transformación de la sociedad y ser reconocidos como un banco comprometido con ella, que promueve la educación financiera y contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas.

# Ficha Técnica

## **Coordinación General**

Superintendencia de Personas, Calidad de Servicio y Sustentabilidad.

## **Coordinación de Colecta de Indicadores**

Gerencia de Calidad de Servicio y Sustentabilidad.

## **Coordinación Editorial**

Gisella Lefebvre. Consultora Externa en Responsabilidad Social.

## **Diseño Gráfico**

Gerencia de Calidad de Servicio y Sustentabilidad.

## **Fotografías**

Artemio Rojas y archivo de imágenes de Banco Itaú Paraguay S.A.

Asunción, Paraguay

Julio, 2015

2015® Todos los derechos reservados.

Este documento es de propiedad de Banco Itaú Paraguay S.A. No tiene fines de lucro, por lo tanto, no puede ser comercializado en el Paraguay ni en el extranjero. Está autorizada la reproducción y la divulgación, por cualquier medio, del contenido de este material, siempre que se cite la fuente.

